



JRTR

JOURNAL OF RECREATION AND TOURISM RESEARCH
ISSN: 2148-5321

Year/Yıl: 2023

Volume/Cilt: 10

Issue/Sayı: 1



JRTR

JOURNAL OF RECREATION AND TOURISM RESEARCH
ISSN: 2148-5321

2023

Volume 10

Issue 1

Journal of Recreation and Tourism Research (JRTR), is a double-blind peer reviewed journal, aims at covering theoretical and empirical research that span the entire range of recreation and tourism. The journal publishes theoretical and empirical papers or case studies relating to management, recreation, and tourism.

Editorial Board

Editör/Dergi Sahibi

Assoc. Prof. Ercan YAVUZ (Ph.D.) / Ankara Hacı Bayram Veli University

Dil Editörleri

Assoc. Prof. Feridun Hakan ÖZKAN (Ph.D.) / Ankara Hacı Bayram Veli University/ Türkçe Dil Editörü

Asst. Prof. Yusuf Emre YEŞİLYURT (Ph.D.) / Burdur Mehmet Akif Ersoy University/ İngilizce Dil Editörü

Yayın Kurulu Üyeleri

Prof. Yüksel EKİNCİ (Ph.D.) / University of Portsmouth

Prof. Evren GÜÇER (Ph.D.) / Ankara Hacı Bayram Veli University

Prof. Fevzi OKUMUS (Ph.D.) / University of Central Florida

Assoc. Prof. M. Murat KIZANLIKLI (Ph.D.) / Kyrgyz-Turkish Manas University

Assoc. Prof. Özgür YAYLA (Ph. D.) / Akdeniz University

Assoc. Prof. Ahmet B. ÖZTÜRK (Ph.D.) / University of Central Florida

Assoc. Prof. Melih MADANOĞLU (Ph.D.) / Florida Atlantic University

Assoc. Prof. Zélia BREDA (Ph.D.) / University of Aveiro

Asst. Prof. Hakan ÇETİNER (Ph.D.) / Ankara Hacı Bayram Veli University

Asst. Prof. Muhammet VAPUR (Ph.D.) / Istanbul Rumeli University

Artur KOZLOWSKI, (PhD) / WSB Schools of Banking

Naringul MARGEZİYEVA (Ph.D.) / Kyrgyz-Turkish Manas University



JRTR

JOURNAL OF RECREATION AND TOURISM RESEARCH

ISSN: 2148-5321

REFEREES BOARD OF THE ISSUE

Abdullah BADEM (Ph.D.)	Karamanoğlu Mehmetbey University
Burcu KOÇ (Ph.D.)	Pamukkale University
Cihan CANBOLAT (Ph.D.)	Kahramanmaraş İstiklal University
Fulya SARPER (Ph.D.)	Ankara Hacı Bayram Veli University
Mahmut BARAKAZI (Ph.D.)	Uludağ University
Mustafa AKSOY (Ph.D.)	Ankara Hacı Bayram Veli University
Mustafa Can KOÇ (Ph.D.)	Harran University
Onur ÇELEN (Ph.D.)	Istanbul Gelisim University
Umut AVCI (Ph.D.)	Muğla Sıtkı Kocman University
Zeynep ÇOKAL (Ph.D.)	Nevşehir Hacı Bektaş Veli University



CONTENTS

Ali ŞEN & Beyza KOÇ	1-13
Trabzon Mutfak Kùltüründe Unutulmaya Yüz Tutmuş Bir Lezzet: Gecin Yemeği	
<i>An Forgotten Taste in Trabzon Cuisine Culture: Gecin Dish</i>	
Ceyhun UÇUK	14-29
A Bibliometric Analysis on Slow Food with VOSviewer	
<i>VOSviewer İle Slow Food Üzerine Biblyometrik Analiz</i>	
Nilgün DEMİREL İLİ	30-56
Dijital Göçebelerin Türkiye Algısı	
<i>Digital Nomads Perception of Turkey</i>	
Ali İSKENDER & Şerif Ahmet DEMİRDAĞ	57-77
Üniversitelerin Rekreasyon Yönetimi Bölümlerinin Kariyer ve İstihdam Olanaklarının Belirlenmesi	
<i>Determining The Career and Employment Opportunities of The Universities in The Recreation Management Department</i>	
Gürkan ALAGÖZ	78-100
Algılanan Örgütsel Destek ve Çalışan Performansı İlişkisinde Hizmet Verme Yatkınlığının Aracı Rolü: İstanbul'daki 4 ve 5 Yıldızlı Otel Çalışanları Üzerine Bir Araştırma	
<i>The Mediating Role of Service Orientation in The Relationship Between Perceived Organizational Support and Employee Performance: A Research on 4 and 5 Star Hotel Employees In Istanbul</i>	



TRABZON MUTFAK KÜLTÜRÜNDE UNUTULMAYA YÜZ TUTMUŞ BİR LEZZET: GECİN YEMEĞİ

AN FORGOTTEN TASTE IN TRABZON CUISINE CULTURE: GECİN DISH

Ali ŞEN^a Beyza KOÇ^b

Özet

Belirli bir bölgede yaşayan toplumların ayırt edici özelliklerinden birisi yemek kültürüdür. Bir yörenin iklimi, coğrafyası ve bölgede yetişen tarımsal ürünleri, o yörenin mutfak kültürünü ve yemek çeşitliliğini şekillendirmektedir. Türk mutfağı tarihi süreç içerisinde yaşamış olduğu kültürel etkileşimler sonucunda hatırı sayılır bir zenginliğe kavuşmuştur. Bununla birlikte sahip olunan yöresel mutfak zenginlikleri zaman içerisinde unutulabilmektedir. Bu sebeple yerel ürünlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılmasına yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Trabzon, tarihi ve kültürel geçmişi ile mutfak kültürü açısından zengin bir şehirdir. Bu çalışmada, Trabzon'un yöresel yemeklerinden biri olan "Gecin" yemeğinin tanıtılması ve literatüre kazandırılması amaçlanmıştır. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı bu çalışmada Trabzon'da doğup büyüyen 70 yaş ve üzeri 10 kadınla yüz yüze görüşme yapılmıştır. Yüz yüze görüşmelerde yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme sonucunda elde edilen bulgular kayıt altına alınmıştır. Bulgular sonucunda elde edilen bilgilere göre; "Gecin" yemeğinin 100 yılı aşkın bir geçmişe sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Gecin yemeği eskisi kadar sık yapılmamakta ve yörede bazı aileler dışında tanınmamaktadır. Bu yemeğin unutulmaması, yöre restoranlarının menülerinde yer alması ve gelecek nesillere aktarılması için tanıtım çalışmalarının yapılması önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Yöresel Mutfak, Gecin Yemeği, Trabzon

Abstract

One of the distinguishing features of societies living in a particular region is the food culture. The climate, geography, and agricultural products of a region shape the culinary culture and food variety of that region. Turkish cuisine has gained considerable wealth as a result of the cultural interactions it has experienced in the historical process. Moreover, the richness of the local cuisine can be forgotten over time. For this reason, studies should be carried out to protect local products and transfer them to future generations. Trabzon is a city rich in culinary culture with its historical and cultural background. In this study, it is aimed to introduce the "Gecin" dish, one of the regional dishes of Trabzon, and to bring it to the literature. In this study, in which a qualitative research method was used, face-to-face interviews were conducted with 10 women aged 70 and over, who were born and raised in Trabzon. A semi-structured interview form was used in face-to-face interviews. The findings obtained as a result of the interview were recorded. According to the information obtained as a result of the findings; It turns out that the "Gecin" dish has a history of more than 100 years. The "Gecin" meal is not made as often as in the past, and it is not known in the region except for some families. It is important to carry out promotional activities in order to prevent this dish from being forgotten, to include it in the menus of local restaurants, and to transfer it to future generations.

Keywords: Culture, Local Cuisine, Gecin Dish, Trabzon

Makele Geliş Tarihi: 28.01.2023 Makale Kabul Tarihi: 15.03.2023

Sorumlu Yazar (Corresponding Author): Ali ŞEN (alisen.gastronomi@gmail.com)

^a Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Karaman/Türkiye (alisen.gastronomi@gmail.com),
ORCID: 0000-0002-4310-362X

^b Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman/Türkiye (beyzaa.297@gmail.com)
ORCID: 0000-0003-4770-4606

DOI: 10.5281/zenodo.7783437

1. Giriş

Yaşam süreci boyunca beslenme şekilleri hayatta kalmak için değişmez bir olgu durumundadır. İnsanların hayat ile olan bağında yiyecek arama, tüketim ve bu yiyeceklerin süreç içerisinde kullanım durumları büyük önem taşımaktadır (Özkaya, 2009). Ateşin bulunması ile birlikte avcılık ve toplayıcılık yapılarak elde edilen ürünler pişirilip, lezzeti arttırılmış aynı zamanda çiğneme olayı da kolaylaşmıştır. Bitkiler, keşfedilip ehlileştirilme yoluna gidilmiş ve yemek pişirilme sırasında lezzet verici olarak kullanılmıştır. Bu sebeple bitkiler büyük bir önem kazanmış ve avcılığın yanında tarımsal faaliyetlere de başlanılmıştır (Ciğerim, 2001). Tarımsal faaliyetlerin başlaması sonucu insanlar yerleşik yaşama yönelmiştir. Yerleşik hayata geçilmesiyle birlikte insanlar artık yemek yeme olayını zorunlu ihtiyaç olarak görmekten vazgeçip, masa düzeni oluşturma ve değişik yemekleri bir araya getirip tatma kültürünü başlatmıştır (Merdol, 1998).

Yemek yalnızca insanların hayatta kalabilmek için gerek duydukları bir olgu değil, bulunduğu sosyal, psikolojik, dini, ekonomik, coğrafi ve politik durumların etkisi ile şekillenmiş bir oluşumdur (Fieldhouse, 1986). Topluları yansıtan kültür kavramının en önemli parçası yiyecektir. Yemek ve içmek her yerde genel geçer bir durum olmakla birlikte, birçok nedenden ötürü toplumlar arasında farklı mutfak kültürleri ortaya çıkmıştır (Richard, Kivela, & H.N, 2010). Belirli bölgedeki insan topluluklarının neler tükettiği ya da tüketmediği o insanların bütün kültürel parolalarını içinde taşımaktadır (Közleme, 2012). Mutfak, içerisinde barındırdığı yiyecekler ile bölgenin kimliğini, insanların sosyal hayatlarını ve kişiliklerini yansıtmaktadır. Mutfaklar her yönleri ile doğru bir şekilde tanıtıldıklarında bölge ve aynı şekilde bölgede bulunan insanlar da doğru tanıtılmaktadır (Gürs, 2013). Bir bölgenin yemek hazırlığı sırasında kullandığı malzemeler, pişirme teknikleri, sunum biçimleri ve tüketme yöntemlerinin bütünü o bölgenin mutfağının özgünlüğü olarak tanımlanmaktadır (Gvion & Trostler, 2008).

Türk mutfağı geçmişten bugüne gelene kadar birçok değişim yaşamıştır. Türkler, buldukları bölgelerdeki keşfettikleri yiyecekler ile kendilerine beslenme düzeni oluşturmuşlardır. Bu sebeple mutfak kültürleri yaşadıkları coğrafya ile yakından ilgilidir (Güldemir, 2014). Ortaya çıkış zamanlarından bugüne kadar çok farklı coğrafyalarda yaşayan Türkler, geniş bir mutfak kültürüne sahiptir (Beşirli, 2012). Türk mutfağı; Orta Asya dönemi, Selçuklu ve Beylikler dönemi, Osmanlı Saray Mutfağı ve Cumhuriyet dönemi mutfağı olmak üzere birbirinden farklı tarihsel süreçlerden geçmiştir (Toygar,

2001). Yerleşik yaşamı benimsememiş olan Selçuklular yarı göçebe olarak Anadolu'ya gelmiş, geldikleri bölgedeki toprak yapısının ziraata ve tarıma oldukça elverişli olması sebebi ile zamanla yerleşik hayata geçerek, daha önce Anadolu topraklarında yaşamış olan toplulukların da bıraktıkları izlerden faydalanıp, tarımsal zenginliğe ayak basmışlardır (Şahin, 2008).

Tarımsal ürünler ve bu ürünler ile hazırlanan yiyecekler, Türk mutfak kültüründe büyük önem arz etmektedir. Üretimi ve hasadı yapılan bu tarımsal ürünler, içerisinde bulunan sebzeler yöresel mutfakların unutulmaya yüz tutmuş bazı yemeklerinde ana malzeme olarak görev almaktadır. Bu çalışmada, Trabzon yöre mutfak kültürünün tanıtılması konusunda geçmişi yüzyıllara dayanan Gecin yemeğinin literatüre kazandırılması amaçlanmaktadır.

1.1. Mutfak Kültürü Kavramı ve Trabzon Mutfak Kültürü

Mutfak kültürü kavramı, insanların yiyecek ve içecek ihtiyacını karşılayan ürünlerin hazırlanması, pişirilmesi, saklanması süreci; kullanılan ortam ve araç-gereç, yeme içme örf ve adetleri ile birlikte kendine özgü kültürel durumu ifade etmektedir (Doğdubay & Giritlioğlu, 2011). Bir bölgenin coğrafi yapısı, iklimi, orada yetişen tarımsal ürünler, bulunulan yerin mutfak kültürünü oluşturmaktadır. Her bölgenin kendine has zenginlikleri bulunmaktadır ve bu durumda yöresel mutfak kavramını ortaya çıkarmaktadır. Yöresel mutfak, bir bölgeye özgü ürünlerin geçmişten günümüze kadar kullanılarak yapılan yiyecek ve içeceklerin bütününden oluşmaktadır. Bu durum o bölgenin çekiciliğini arttırmakta, geçmişten gelen örf ve adetlerin korunması, nesilden nesile aktarılması ve ekonomik olarak kalkınmasında önemli bir görev üstlenmektedir (Işıldar, 2016).

Ülkemizde bulunan bölgelerin birbirinden farklı yemek çeşitleri bulunmaktadır. Bu durumun sonucu olarak da bölgeler, kendilerine has mutfak kültürü ve pişirme tekniklerini bünyelerinde barındırmaktadır. (Maviş, 2003). İklim ve coğrafya farklılıklarının temel oluşturduğu kendine özgü bir mutfaka sahip olan bölgelerden birisi Doğu Karadeniz Bölgesi'dir (Çokişler & Türker, 2015). Karadeniz bölgesinde en çok tüketilen yiyecekler başta balık olmak üzere mısır, mısır unundan yapılan yiyecekler, karalahana, taze ve kuru fasulye, patates ve pirinçtir. Çorba çeşitleri kıyı ve iç bölgelerde değişiklik göstermektedir. Kıyı bölgeler de balık, karalahana ve yörede yetişen otlar ile

çorbalar yapılırken; iç bölgelerde tarhana vb. çorbalar tüketilmektedir. Deniz ürünlerinden hamsi, istavrit, palamut gibi balıklar, çorbadan pilava çok çeşitli yemeklerin yapımında kullanılmaktadır (Işık, 2009).

Her bölgenin kendine ait yöresel mutfağı bulunduğu gibi Karadeniz bölgesinde bulunan Trabzon şehrinin de kendi bünyesinde barındırdığı yöresel lezzetleri bulunmaktadır (Trabzon Ticaret ve Sanayi Odası, 2013). Trabzon mutfağının en belirleyici faktörlerinden birisi sebzeler ve otlar ile yapılan yemeklerdir. Bölgenin sürekli yağış alması yöre halkının sebze ve yenilebilir ot gibi ana malzemeleri yetiştirip kullanmasına olanak sağlamıştır. Trabzon ilinde tüketilen ot ve sebzeler arasında; fasulye, karalahana, ısırgan, tomara, pazı, mısır, çay ve fındık gibi ürünler bulunmaktadır (Kızılırmak, Albayrak & Küçükali, 2014). Özellikle ismi geçen bu sebze ve otlardan en çok tüketilen ürün karalahanadır ve bu ürün ile çorba, dolma, kavurma, içli pide gibi onlarca değişik türde yiyecek yapılmaktadır (TTSO, 2013). Öte yandan sayılan bu sebzeler içinde fasulyenin de yöre halkı için önemi fazladır. Fasulyenin birbirinden farklı cinslerini yaz başı ve sonbahar dönemlerinde bahçelerine ekip, hasat zamanı geldiğinde ise toplamak için çalışılmaktadır. Elde edilen bu fasulyeler ile turşular, kızartmalar, tencere yemekleri ve dibleler (İnce bir şekilde doğranan fasulyelerin pirinç ile birlikte pişirilmesidir.) yapılmaktadır (Şengül, 2016).

Fasulye kullanılarak yapılan tencere yemeklerden birisi Gecin yemeğidir. Gecin kelime anlamı olarak fasulyelerin tanelerinden ayrılmış olan yeşil kabuk ve saplarıdır (Türk Dil Kurumu Sözlükleri, 2022). Bu araştırmada, Trabzon yöresinde insanların bahçelerine diktikleri fasulyeleri hasat edip kurutarak hazırladıkları, günümüzde unutulmaya yüz tutmuş olan Gecin yemeğinin tanıtılmasına yer verilecektir.

2. Yöntem

Araştırmada, Trabzon ilinde bahçelerde yetiştirilen fasulye ile yapılan unutulmaya yüz tutmuş Gecin yemeğinin tanıtılması ve hakkında bilgi edinilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda araştırma yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden yüz yüze görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formu Akturfan ve Şen (2022), "*Ermenek Mutfak Kültüründe Geleneksel Bir Lezzet: Tarhanabaşı*", ve Akturfan ve Şen (2019), "*Karaman Mutfak Kültürüne Ait Etlikmek Üzerine Nitel Bir Araştırma*" isimli çalışmalarından yararlanılarak

oluşturulmuştur.

Bu çalışmanın katılımcıları araştırmaya katılmaya gönüllü 10 kadın bireyden oluşmaktadır. Katılımcılar, özellikle yöre mutfağına ve ürünlerine hakim, bu ürünleri toplayıp mutfaklarında değerlendirip tüketen, yaşlarından dolayı daha fazla bilgi sahibi olduğu belirlenen 70 yaş üzerindeki tamamı mutfaklarında daha önce Gecin yemeği yapmış olan bireylerden oluşmaktadır. Görüşmeler Kasım-Aralık 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Yalnızca Trabzon ilinde Gecin yemeği bilen kişiler arasında yapılmıştır. Araştırmada kullanılan görüşme formunda, araştırmaya katılan kişilere ait demografik özellikler, Gecin yemeğinin bileşenleri, hazırlanma süreci, kullanılan malzemeleri, ne sıklıkla tüketildiği, hangi mevsimlerde tüketildiği, kullanılan malzemelerin özellikleri ile ilgili görüş ve davranışları ortaya çıkarmaya yönelik sorular bulunmaktadır. Görüşmelerde katılımcıların sorulara cevap haricinde verdikleri bilgilerde not edilmiştir.

3. Bulgular

Araştırmadan elde edilen bulgular sonucunda katılımcılara ilişkin demografik bilgiler Tablo 1’de yer almaktadır. Tablodan da görüldüğü üzere araştırmaya katılan bireylerin tamamı araştırma sahası olan Trabzon yöresinde doğup büyüyen kişilerden oluşmaktadır.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Katılımcı [K]	Cinsiyet	Yaş	Meslek	Doğup Yaşadıkları Yer
1	Kadın	83	Ev Hanımı	Trabzon
2	Kadın	75	Ev Hanımı	Trabzon
3	Kadın	80	Ev Hanımı	Trabzon
4	Kadın	70	Ev Hanımı	Trabzon
5	Kadın	72	Aşçı	Trabzon
6	Kadın	73	Ev Hanımı	Trabzon
7	Kadın	78	Ev Hanımı	Trabzon
8	Kadın	71	Emekli	Trabzon
9	Kadın	70	Ev Hanımı	Trabzon
10	Kadın	76	Ev Hanımı	Trabzon

Gecin yemeği yapmak için gereken ana malzemeler nelerdir? Sorusuna katılımcıların tamamı “Kurutulmuş fasulye, soğan, salça, sıvı yağ, tereyağı” cevabını vermişlerdir.

Gecin yemeği yapmak için kullanılan malzemeler nerede yetişir? Sorusuna katılımcıların tamamı “Karadeniz’in her bölgesinde, bahçelerimizde ektiğimiz fasulyelerden Gecin yemeği yapılmaktadır” cevabını vermişlerdir.

Gecin yemeği yapmanın bir mevsimi var mıdır? Sorusuna katılımcıların tamamı

“Mayıs aylarında ekimi yapılan fasulye, yaz aylarında hasat edilir daha sonra kurutulur. Bu sebeple Gecin yemeğini kış aylarında yaparız” cevabını vermişlerdir.

Gecin yemeği yapmak için kullanılan malzemelerin kendine özel bir cinsi var mıdır?

Sorusuna katılımcılar “Teli olmayan fasulye olması gerekir. Bizim buralarda Ayşe kadın fasulyesi, sarı kız fasulyesi diye adlandırılan fasulye türleri kullanılır.” [K1] “Taze yeşil olarak hangi fasulye olursa olsun kullanırız.” [K2, K7, K8, K9, K10]. “Yumuşak ve sert olmayan fasulyeden yapılması gereklidir.” [K3, K4, K5, K6], cevaplarını vermişlerdir.

Neden Gecin yemeği yapıyorsunuz? Sorusuna katılımcılar “Önceden kış aylarında dondurucular olmadığı için fasulyeyi saklayıp taze bir şekilde kullanmak istediklerinde insanlar bu yöntemi kullanırdı. Fasulye bu şekilde kullanılabilmesi için fırınlarda kurutulurdu. Bizden önce annelerimiz bu yemeği yapardı. En az 100 senelik bir yemektir.” [K1], “Memleketimizde sevilen bir yemek olduğu için bu yemeği yapmaktayım.” [K2, K3, K4], “Büyüklerimizden gördüğüm bir yemek olduğu için yapmaktayım.” [K5, K7, K8, K9], “Kışın soğuk havalarda fasulye bulamadığımız için kurutulmuş fasulyeleri kullanarak yemek yaparım.” [K10], cevaplarını vermişlerdir.

Kaç yıldır Gecin yemeği yapıyorsunuz? Sorusuna katılımcıların verdikleri cevaplar Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Kaç yıldır Gecin Yemeği Yapıyorsunuz?

Katılımcılar [K]	50 yıl	55 yıl	60 yıl	65 yıl
1				✓
2			✓	
3			✓	
4			✓	
5	✓			
6		✓		
7	✓			
8	✓			
9	✓			
10		✓		

Gecin yemeğinin yöresel adı nedir? Sorusuna katılımcıların tamamı “Zuluf Fasulye yemeği” cevabını vermiştir.

Gecin yemeğinin yapım aşamalarını anlatır mısınız? Sorusuna katılımcıların tamamı “Kaynamış su içerisine kurutulmuş fasulyeler atılır ve 5 dakika içerisinde kaynatılır.

Tencere içerisine yemeklik küp küp doğranmış soğan, sıvıyağ ve tereyağı koyup kavrulur. Üzerine salça koyulur ve kavrılmaya devam edilir. Kaynatılan fasulyeler süzülür ve soğuk sudan geçirilir. Soğan ve salça karışımının üzerine fasulyeler eklenir ve sotelenir. Üzerine bir miktar sıcak su dökülür. Tuzunu da koyduktan sonra pişmeye bırakılır. 15 dakika sonra Gecin yemeği hazırlanmış olur.” cevabını vermişlerdir.

Gecin yemeği yapımında kullanılan yan ürün ve malzemeler nelerdir? Sorusuna katılımcılar “Fasulyeleri ipe dizerken dizilen ip sağlam olmalıdır. Eskiden annelerimiz fasulyeleri yorgan iplerine dizip kuruturdu. Etli gecin yemeği yapmak isteyenler et bulamadıklarında kuyruk yağı da kullanmaktadır.” [K1], “Yarım kilodan 5 kişilik yemek yapılmaktadır. Kurutulmuş bir ürün olduğu için miktarı arttıkça yemekte fazlalaşıyor.” [K2, K3, K4, K5, K7, K8], “Kuyruk yağı ve sarımsak yan ürün olarak kullanılmaktadır.” [K6, K10], “İsteğe bağlı olarak nane, maydanoz, sarımsak ve pul biber eklenebilir.” [K9], cevaplarını vermişlerdir.

Gecin yemeği yapılırken özellikle dikkat edilmesi gereken kurallar nelerdir? Sorusuna katılımcılar “Yemeğin çok fazla kaynamaması gerekir yoksa fasulyeler dağılmaya başlar. Bu sebeple kısık ateşte pişmesi gerekir.” [K1, K2, K5, K7, K8, K9, K10], “Pişene kadar kapağı kapalı bir durumda olmalıdır.” [K3, K4], “Fasulye önceden haşlanıp kara suyu çıkarılmalıdır.” [K6, K9] cevaplarını vermişlerdir.

Gecin yemeğinde istenilen özellikler nelerdir? Renk, tat, lezzet, aroma gibi özelliklerin sağlanabilmesi için nelere dikkat etmek gerekir? Sorusuna katılımcılar “Renginin yeşil kalması için sıcak sudan sonra hemen soğuk suya atılır bu sayede rengi korunmuş olur. Eskiden çok fazla baharat bulunmadığı için bahçelerimizdeki nane ve biberleri kurutup tat vermek için kullanırdık. Fasulye yemeği odun ateşinde piştiğinde de daha farklı bir tadı olur. Çok fazla su katılmaması gerekir.” [K1, K9], “Piştikten sonra tabağa konulduğunda üzerine çiğden tereyağı koyulur isteyen öyle tüketir. Eskiden tuzlu kuyruk yağı da kullanılırdı, şimdiler de bu insanlar tarafından tercih edilmiyor.” [K2, K5, K8], “Suyuna ve tuzuna dikkat edilmesi gerekiyor.” [K3, K4, K7], “Aroma ve lezzet verilmesi için kuyruk yağı ve sarımsak kullanılabilir.” [K6] “Barbunya türü fasulyeden yemeğin tadı daha güzel olur.” [K10], cevaplarını vermişlerdir.

Gecin yemeği muhafaza koşulları nelerdir? Sorusuna katılımcıların tamamı “Eskiden saklanmak istediğinde serin yerlerde saklanırdı en fazla 2 gün içinde tüketilirdi. Şimdiki koşullarda buzdolabı sayesinde 1 hafta saklanır. İstenildiğinde kısım kısım alınıp

ısıtılarak yenilebilir.” cevabını vermiştir.

Gecin yemeğinde kullanılan kurutulmuş fasulyeyi başka nerelerde kullanırsınız. Başka ürünlerle birlikte ya da farklı amaçlarla kullanılıyorsa onların da mutfaklardaki tariflerini detayları ile birlikte verebilir misiniz? Sorusuna katılımcıların verdikleri cevaplar Tablo 3, 4, 5 ve 6’da gösterilmiştir.

Tablo 3. Patatesli Etli Gecin Yemeği

Katılımcılar [K]	Malzemeler	Yapım Aşamaları
8	Patates, Kuşbaşı et, Fasulye, Soğan, Tuz, Su, Salça, Sıvı yağ,	Kuşbaşı şeklinde doğranmış olan etler tencereye koyulur. Biraz yağ eklenir ve sotelenir. Yemeklik küp küp doğranan soğan, salça ile birlikte üzerine eklenir. Biraz sıcak su eklenir ve pişirilir. Diğer tarafta kaynatılan kurutulmuş yeşil fasulyeler süzülür ve soğuk sudan geçirilip pişirilen soğan, salça ve et karışımının üzerine koyulur. Tuz da eklenir. Fasulyeler biraz pişince üzerine yemeklik şekilde küp doğranmış patates eklenir ve patatesler pişince yemek hazır hale gelir.

Tablo 4. Etli Gecin Yemeği

Katılımcılar [K]	Malzemeler	Yapım Aşamaları
1	Kuşbaşı Et,	Kuşbaşı şeklinde doğranmış olan etler
2	Sıvı Yağ,	tencereye koyulur. Biraz yağ eklenir ve
3	Fasulye,	sotelenir. Soğan da yemeklik küp küp
4	Soğan,	doğranıp salça ile birlikte üzerine eklenir.
5	Tuz,	Biraz sıcak su eklenir ve pişirilir. Diğer
7	Su,	tarafta kaynatılan kurutulmuş yeşil fasulyeler
10	Salça	süzülür ve soğuk sudan geçirilip pişirilen soğan, salça ve et karışımının üzerine koyulur. Tuz da eklenir ve 20 dakika kadar pişirilir

Tablo 5. Mısır Unlu Gecin Yemeği

Katılımcılar [K]	Malzemeler	Yapım Aşamaları
6	Mısır unu,	Kurutulmuş fasulyeyi haşlayıp süzeriz bu sayede kara suyu çıkar. Sonra fasulyeyi

Sıvı Yağ,	soğuk sudan geçiririz. Tencereye
Fasulye,	süzdüğümüz fasulyeyi, küp küp doğranmış
Soğan,	soğanı, salça, tuz, biber, kuyruk yağı ve mısır
Tuz,	ununu dökerek suyunu da ekleyip pişiririz.
Su,	En son sarımsağı da ekleyip servis ederiz.
Salça,	
Kuyruk yağı,	
Biber,	
Sarımsak	

Tablo 6. Mısır Yarmalı Gecin Yemeği

Katılımcılar [K]	Malzemeler	Yapım Aşamaları
9	Mısır yarması, Fasulye, Soğan, Tuz, Su, Salça, Nane, Sarımsak, Pul biber	Yemeği yapmadan bir gece öncesinde mısır yarması suda bekletilir. Kurtulmuş fasulyeler bir taşım kaynatılır. Bir kenarda soğanlar yemeklik doğranır ve tencere içerisinde salça ile kavrulur. Kavrulan salça ve soğanın üzerine bir taşım kaynatılıp süzölmüş olan kurutulmuş fasulyeler eklenir, karıştırılır. Daha sonra üzerine mısır yarması, soğuk su eklenir ve pişmeye bırakılır. En son içine tuz, nane, sarımsak ve pul biber eklenir. Bir süre daha piştikten sonra yemek hazırlanmış olur.

Gecin yemeğinin sağlık açısından yararları olduğunu düşünüyor musunuz? Sorusuna katılımcılar “Fasulye bahçemizden kullanılan bir ürün, biz ona herhangi bir katkı maddesi katarak ömrünü uzatmaya çalışmıyoruz. Gün ışığında ya da eski fırınlar da kurutulmasını sağlıyoruz bu sebeple sağlıklı olduğunu düşünüyorum.” [K1, K2, K8, K9, K10], “Fasulyenin vitamin bakımından yüksek olduğunu düşünüyorum.” [K3], “Bu konuda bir fikrim yok.” [K4, K6, K7] “Bahçelerimizde yetişen organik bir ürün olduğu için vitamin ve mineral bakımından yararlı olduğunu düşünmekteyim.” [K5] cevaplarını vermişlerdir.

Ne kadar sıklıkla Gecin yemeği yapıyorsunuz? Sorusuna katılımcılar “Eskiden yokluk olduğu için bu tarz yemekler haftada 2-3 kez pişerdi fakat şimdi kış ayları dönemlerinde 2-3 kez yapmaktayım.” [K1, K4, K5, K6, K9], “Eskiden yapılan bir yemek olduğu için şimdi yılda 1-2 kez yapmaktayım.” [K2, K8, K10], “6 ayda 2 kez yapmaktayım.” [K3, K7], cevaplarını vermişlerdir.



Şekil 1-2: Gecin Fasulye

Kaynak: Araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 7. Standartlaştırılmış Gecin Yemeği Tarifi (5 Kişilik)

Malzemeler	Miktar	Birim
Kurutulmuş fasulye	500	gr
Orta boy soğan	200	gr
Sıvı yağ	50	ml
Tereyağı	125	gr
Domates salçası	10	gr
Biber salçası	10	gr
Tuz	3	gr
Sıcak su	1	lt

Hazırlanışı

- 1) Kaynamış su içerisine yarım kilo kurutulmuş fasulye (500gr) atılır ve 5 dakika içerisinde kaynatılır.
- 2) Kaynatılan fasulyeler sıcak sudan alınır ve süzülüp soğuk suya tutulur. Daha sonra tekrar süzülüp bir kenarda bekletilir.
- 3) Tencere içerisine yemeklik küp küp doğranmış 2 adet orta boy soğan (200 gr), yarım çay bardağı sıvı yağ (50ml) ve 1 yemek kaşığı tereyağı (125 gr) koyup kavrulur.
- 4) Üzerine 1 yemek kaşığı salça (16gr) koyulur ve kavrulmaya devam edilir.
- 5) Soğan ve salça karışımının üzerine fasulyeler eklenir ve sotelenir.
- 6) Üzerine 5 su bardağı sıcak su (1 litre) eklenir. 1 tatlı kaşığı tuzu (16gr) da koyduktan sonra pişmeye bırakılır.
- 7) 15 dakika sonra Gecin yemeği hazırlanmış olur.

Not: İsteğe bağlı olarak sarımsak, pul biber, nane gibi aroma verici baharat ve sebzeler eklenebilir.



Şekil 3: Gecin Yemeği

Kaynak: Araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur.

4. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Geçmiş dönemlerden şimdiye kadar birçok uygarlığı içinde barındıran ülkemizin yemek kültürü oldukça zengindir. Bulunduğu coğrafya, iklim koşulları gelenek ve göreneklere göre Türkiye'nin her bir bölgesinin ve aynı zamanda bu bölgelerde bulunan şehirlerin kendine ait yemekleri bulunmaktadır. Bölgenin coğrafyasını ve kültürünü taşıyan ürünler olarak kabul edilen yöresel gıdalar her geçen gün yaşam koşullarına bağlı olarak unutulmaktadır. Bu kapsamda ilgili çalışmalar hakkında yapılan literatür taramalarında, Trabzon yöresel mutfağının önemi hakkında yeterli çalışmaların olmadığı saptanmıştır. Dolayısıyla yapılmış olan çalışmada, Trabzon şehrinin yöresel mutfağına özgü unutulmaya yüz tutmuş olan Gecin yemeği incelenmiştir. Kişi sayısı çevremizi oluşturan yaş sınırlamasından ve Gecin yemeğinin sınırlı sayıda kişi tarafından bilinmesinden kaynaklı olarak araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgulardan hareketle Gecin yemeği hakkında bilgiler elde edilmiştir. Katılımcılardan elde edilen bilgiler doğrultusunda Gecin yemeğinin yapım yıllarına ilişkin en az yüzyıllık bir geçmişi olduğu, günümüzde yaz mevsimi ekilen fasulyelerin kurutulmuş kış aylarında Gecin yemeği yapmak için kullanıldığı, yöresel isim olarak ayrıca Zuluf Fasulye yemeği olarak adlandırıldığı not edilmiştir. Bu bilgilerin yanı sıra Gecin yemeğinin et, mısır yarması, kuyruk yağı, patates gibi ek malzemelerin katılımı ile de hazırlanabileceği, insanların fasulyeyi tarımını yaptığı bahçelerden elde ettiği verilen bilgiler arasındadır. Ayrıca kurutulmuş fasulyenin hassas bir pişimi olduğu bu sebeple pişirme noktasında dikkat edilmesi gerektiği katılımcıların görüşlerinden çıkarılan bilgilerdendir.

Gelenek ve göreneklerin gelecek nesillere aktarılmasında yiyecek ve içeceklerin büyük önem taşıdığı düşünülmektedir. Bu sebeple mutfak kültürlerinin gelecek nesillere aktarılabilmesi için yöresel lezzetlerin ön plana çıkarılması gerekmektedir. Geleneksel yemeklerin unutulmaması ve gelecek nesillere aktarılması için literatüre kazandırılarak coğrafi işaret ile tescillenmesi gerekmektedir. Geleneksel gıdalar gastronomi turizmine ve yöre ekonomisine katkı sağlamaktadır (Badem & Akturfan, 2020). Trabzon yöresinde geleneksel lezzetler bulunmasına rağmen az sayıda işletmede bu yöresel yiyecek ve içecekler hizmete sunulmaktadır. Mutfak kültürlerinde bulunan geleneksel yiyeceklerin genç kuşaklara tanıtılması konusunda ilginin az olduğu bilinmektedir. Diğer bir olumsuz durum ise yöresel lezzet hizmeti veren işletmelerin diğer işletmelere göre ürün fiyatlarını

yüksek tutmalarından kaynaklı oluşan talep azlığıdır. Fast food tarzı işletmelerin vermiş olduğu hizmetin hızlı ve ucuz olması insanları bu yöne çekmektedir. Bu soruna çözüm olarak gerekli teşviklerin sağlanarak işletmelere yöresel yiyecek ve içecekler konusunda destek olunması gerekmektedir. Reklam ve tanıtımlar ile yöresel ürün ve lezzetlerin sağlık açısından vurguları yapılmalıdır. Aynı şekilde sosyal iletişim ağları ile de bu vurgular güçlendirilmelidir. Yiyecek ve içecek sektöründe yer alan çalışanlara bu kapsamda birçok görev düşmektedir. Böylece geçmişten günümüze aktarılmaya çalışılan kültürel mutfakların gençlere ulaşması mümkün olacaktır.

Kaynakça

- Akturfan, M. ve Şen, A. (2019). Karaman mutfak kültürüne ait Etli ekmeğe üzerine nitel bir araştırma, H. Muşmal, E. Yüksel ve M.A. Kapar (Ed.), *Karaman Araştırmaları II* içinde (s. 707-713). Konya: Palet Yayınları.
- Akturfan ve Şen (2022). Ermenek mutfak kültüründe geleneksel bir lezzet: Tarhanabaşı. Can, Ö.P., Hastaoğlu E. ve Saraç, M.G. (Ed.), *International Congress on Food Researches* içinde (s. 214-224). Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi.
- Badem, A. & Akturfan, M. (2020). Yöresel bir çorba: Arabaşı (Arap aşısı, Ara aşısı). M.S. Küçüktığı, Y.Seçim, M.M. Adabalı ve M.Yılmaz (Ed.), *Anadolu Mutfak Kültüründen Esintiler* içinde (s. 38-59). Konya: Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları.
- Beşirli, H. (2012). *Yemek sosyolojisi yiyeceklere ve mutfağa sosyolojik bakış*. Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Ciğirim, N. (2001). Türk mutfak kültürü üzerine araştırmalar: Batı ve Türk mutfağı'nın gelişimi, etkileşimi ve yiyecek içecek hizmetlerinde Türk mutfağının yerine bir bakış, Ankara, 28.
- Çokişler, N. & Türker, A. (2015). Mutfak kültürünün turizm ürünü olarak kullanım etkinliğinin incelenmesi: Ayder turizm merkezi örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 6 (14), 122-136.
- Doğdubay, M. & Giritlioğlu, İ. (2011). Mutfak turizmi, N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Eds.), *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* içinde (s. 433-456). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Dokur N. (2009). *Rize ili Çamlıhemşin ilçesi köylerinin yemek kültürü üzerine bir çalışma*, (Yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Özkaya, F. D. (2009). Türk mutfağında zeytinyağı. Göğüş, F., Özkaya, M.T. ve Ötleş, S. (Ed.), *Zeytinyağı*, içinde (s. 252-263). Ankara: Eflatun Yayınevi.
- Fieldhouse, P. (1991). *Food and nutrition: customs and culture*, New Hampshire, London: Nelson Thornes Ltd.
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri (2022). Gecin Kelimesinin Anlamı. www.sozluk.gov.tr/ adresinden edinilmiştir.

- Güldemir, O. (2014, Nisan). Orta Asya'dan cumhuriyet dönemine Türk mutfağındaki yemeklerin değişimi: yazılı kaynaklar üzerinden bir değerlendirme. *VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, Aydın.
- Gürs, M. (2013). Yeni Anadolu mutfağı, İstanbul Yiyecek İçecek Grubu. <https://www.iyig.com.tr/tr/projeler/yeni-anadolu-mutfagi> adresinden edinilmiştir.
- Gvion, L., & Trostler, N. (2008). From spaghetti and meatballs through Hawaiian pizza to sushi: The changing nature of ethnicity in American restaurants. *The Journal Of Popular Culture*, 41, 6, 950-974.
- Işıldar, P. (2016). Sürdürülebilirlik ve gastronomi. Kurgun, H. ve Özşeker, D.B. (Ed.), *Gastronomi ve Turizm, içinde (s.45-63)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kızılırmak, İ., Albayrak, A. & Küçükali, S. (2014). Yöresel mutfağın kırsal turizm işletmelerinde uygulanması: Uzungöl örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 4 (1), 75-83.
- Közleme, O. (2012). *Türk mutfak kültürü ve din*. İstanbul: Rağbet Yayınları.
- Maviş, F. (2003). *Endüstriyel yiyecek üretimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Merdol, T. K. (1998). Türk mutfak kültürü üzerine araştırmalar. *Tarihten günümüze toplumlar ve beslenme alışkanlıkları*, içinde (s. 135-143). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Richard C.Y., Jakša Kivela & Athena H.N. (2010). Food preferences of Chinese tourists, *Annals Of Tourism Research*, - Elsevier,1-26.
- Şahin, H. (2008). *Türkiye Selçuklu ve Beylikler dönemi mutfağı, Türk mutfağı*, Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Şengül, S. (2016). *Yöresel mutfak tercihindeki motivasyon unsurlarının destinasyonu tekrar tercih etme ve başkalarına önerme üzerine etkisi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Toygar, K. (2001). *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*, Ankara: [Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma](#) Yayınları.
- Trabzon Ticaret ve Sanayi Odası (2013). Her Mevsim Karadeniz Projesi Master Planı. http://ttso.org.tr/dosyalar/Her_Mevsim_karadeniz_Projesi_Master_Plan/files/asset/s/basic.html/toc.html adresinden edinilmiştir.

Etik Kurul İzni

Makalede etik kurulu izni ve/veya yasal/özel izin alınmasını gerektiren bir durum yoktur.

Katkı Oranı Beyanı

1.Yazar: %50

2.Yazar: %50

Çıkar Çatışması Beyanı

Makalenin yazarları arasında çıkar çatışması bulunmamaktadır.



A BIBLIOMETRIC ANALYSIS ON SLOW FOOD WITH VOSVIEWER

VOSVIEWER İLE SLOW FOOD ÜZERİNE BİBLİYOMETRİK ANALİZ

Ceyhun UÇUK^a

Abstract

Slow Food is a movement adopted by many people around the world. It originated in Italy and is a subject that is frequently discussed by academics today. This research presents a bibliometric analysis of 448 publications related to the Slow Food movement, published between 1998 and 2022 in the Web of Science database. The analysis used VOSviewer, a visualization software tool for bibliometric networks, to classify the publications according to their years and types, and to create a scientific map of institutional addresses of the authors. The study shows that the Slow Food movement has gained increasing attention in academic literature over the past three decades. The most frequently used keywords associated with the Slow Food movement, the most active countries and academic institutions in Slow Food publications are identified. Universities in Italy, the United States, and the United Kingdom are among the most productive institutions in the field of Slow Food research. The research demonstrates the growing interest in the Slow Food movement among academics and researchers and highlights the diversity of issues and perspectives related to this field. The findings can serve as a useful resource for academics and policymakers interested in Slow Food.

Keywords: Slow Food, Gastronomy, Bibliometric Analysis, Rural Tourism, Sustainability

Özet

Bu araştırma, Web of Science veritabanında 1998 ile 2022 yılları arasında yayınlanan Slow Food hareketi ile ilgili 448 yayının bibliyometrik analizini sunmaktadır. Analizde yayınları yıllarına ve türlerine göre sınıflandırmak ve yazarların kurumsal adreslerinin bilimsel bir haritasını oluşturmak için bibliyometrik ağlar için görselleştirme yazılımı olan VOSviewer kullanılmıştır. Çalışma, Slow Food hareketinin son otuz yılda akademik literatürde artan bir ilgi gördüğünü göstermektedir. Slow Food hareketi ile ilgili en sık kullanılan anahtar kelimeler, Slow Food yayınlarında en aktif ülkeler ve akademik kurumlar belirlenmiştir. İtalya, Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık'taki üniversitelerin Slow Food araştırması alanında en verimli kurumlar olduğu tespit edilmiştir. Araştırma, akademisyenler ve araştırmacılar arasında Slow Food hareketine artan ilgiyi göstermesi ve bu alanla ilgili konuların ve bakış açılarının çeşitliliğini ortaya koyması açısından önemli görülmektedir. Bulgular, Slow Food ile ilgilenen akademisyenler ve politika yapımcılar için faydalı bir kaynak olabilir.

Anahtar Kelimeler: Slow Food, Gastronomi, Bibliyometrik Analiz, Kırsal Turizm, Sürdürülebilirlik

Article Submission Date: 20.02.2023 Article Acceptance Date: 21.03.2023

Corresponding Author: Ceyhun UÇUK (ceyhunucuk@gantep.edu.tr)

^a Gaziantep University, Tourism Faculty, Gaziantep/Turkey (ceyhunucuk@gantep.edu.tr), ORCID: 0000-0003-2809-6430

DOI: 10.5281/zenodo.7783439

1. Introduction

The Slow Food movement, initially created in Italy as a response to the proliferation of fast food, has gained global recognition and has been adopted by numerous countries. The movement's mission is to promote access to healthy and ethically-sourced food. Co-founded by Carlo Petrini and his colleagues, the Slow Food movement has evolved into a way of life and has captured the interest of many scholars in the field of gastronomy (Petrini 2003; Petrini & Gainotti, 2008; Petrini, 2010a; Petrini, 2010b; Petrini, 2013; Galli, 2019; Pascucci & Santini, 2019). However, despite its significance, there is a paucity of bibliometric analyses on the subject. As such, this study aims to address this gap in the literature and to achieve the following research objectives:

- Bibliometric analysis can help identify research trends and patterns in the literature related to Slow Food. This can provide insights into the development of the field and help researchers identify gaps in the literature that need further investigation.
- By analyzing citation patterns and the number of publications in the field, bibliometric analysis can help evaluate the impact of research on the Slow Food field, enabling researchers to identify which studies have had the greatest impact and contributed significantly to the field.
- This bibliometric analysis can provide valuable information for policymakers and practitioners who are interested in promoting sustainable food systems and supporting small-scale farmers. By identifying research gaps and trends, policymakers and practitioners can make more informed decisions about policy and practice related to Slow Food.
- With this bibliometric analysis study can help researchers identify potential collaborators in the field of Slow Food. By identifying researchers who have published in related areas, researchers can reach out to potential collaborators and expand their networks.
- This study can help raise awareness about the importance of Slow Food and sustainable food systems. By analyzing the research literature, researchers can identify key themes and messages related to Slow Food and use this information to promote awareness and education among the general public.

Overall, bibliometric analysis is a valuable tool for understanding the research landscape in the field of Slow Food and can provide valuable insights for researchers, policymakers, practitioners, and the general public.

Bibliometrics is a statistical methodology that enables the quantitative analysis of research articles on a particular topic through mathematical techniques. To conduct bibliometric analysis, researchers can use specialized tools such as VOSviewer, which facilitates the assessment of the quality of studies, identification of key areas of research, and prediction of future research directions. The online database Web of Science (WOS) is a major repository of scholarly papers, offering built-in analysis tools that can generate informative figures. In addition, the search results obtained from WOS can be exported to software applications like VOSviewer, allowing for further analysis of the data (Chen, Dubin & Kim, 2014; Yu, Li, Zhang, Gu, Zhong, Zha, Yang, Zhu & Chen, 2020).

2. Literature Review on Slow Food and Related Concepts

Slow Food is a global movement that promotes the consumption of locally grown and produced food, and is based on the principles of sustainability, biodiversity, and social justice. Founded in Italy in 1986, the movement has since grown to encompass more than 160 countries, with more than 100,000 members worldwide (Galli, 2019; Pascucci & Santini, 2019). The Slow Food movement arose in response to the increasing industrialization of the food industry and the loss of local food traditions and cultures. The movement seeks to promote local food systems and to preserve traditional food cultures, as well as to promote sustainable agriculture and animal husbandry. Slow Food emphasizes the importance of local and seasonal ingredients, and encourages the use of traditional cooking techniques and recipes (Reisch & Scholz, 2018).

One of the key principles of Slow Food is the importance of biodiversity. The movement seeks to promote the preservation of local and traditional varieties of plants and animals, as well as to promote the use of sustainable farming practices. By promoting the use of local and traditional crops, Slow Food helps to maintain the genetic diversity of food crops and to prevent the loss of unique and valuable plant varieties (Pascucci & Santini, 2019). Another important principle of Slow Food is the promotion of social justice. The movement seeks to promote fair trade and to ensure that food producers receive a fair price for their products. Slow Food also seeks to promote the participation of marginalized communities in local food systems, and to promote food access and food security for all (Kloppenburger, 2018). Slow Food has had a significant impact on society, both in terms of promoting sustainable food systems and in terms of promoting social justice. The movement has helped to raise awareness of the importance of local and seasonal ingredients, and has encouraged the use of traditional cooking techniques and recipes. Slow Food has also helped to promote the use of sustainable farming practices, and has helped to preserve traditional food cultures and local food traditions (Ricciardi & Largo-

Wight, 2020). In addition, Slow Food has played an important role in promoting social justice and fair trade. The movement has helped to promote the participation of marginalized communities in local food systems, and has helped to promote food access and food security for all. Slow Food has also helped to promote fair trade and to ensure that food producers receive a fair price for their products (Kloppenburg, 2018). Despite its many achievements, Slow Food also faces challenges. One of the challenges is the tension between promoting local food systems and promoting global food systems. While Slow Food promotes local and seasonal ingredients, it also recognizes the importance of access to a variety of food products from around the world. This tension has led to debates within the movement about how best to balance the promotion of local food systems with the need for access to a variety of food products (Pascucci & Santini, 2019). Another challenge for Slow Food is the need to address issues of food waste and food loss. While the movement promotes the use of local and seasonal ingredients, it also recognizes the importance of reducing food waste and food loss. Slow Food has begun to address this issue by promoting the use of sustainable farming practices, and by encouraging the use of traditional cooking techniques that minimize food waste (Nestle, 2002; DuPuis & Goodman, 2005; Lyons & Mutersbaugh, 2010; Alkon & Mares, 2012; Ricciardi & Largo-Wight, 2020).

Slow Food is a global movement that promotes the consumption of locally grown and produced food, and is based on the principles of sustainability, biodiversity, and social justice. The movement has had a significant impact on society, both in terms of promoting sustainable food systems and in terms of promoting social justice. While Slow Food faces challenges, such as the tension between promoting local food systems and global food systems, and the need to address food waste and food loss, the movement continues to be an important force in promoting a more sustainable and just food system. As Slow Food continues to grow and evolve, it is important for the movement to continue to address these challenges and to promote a more sustainable and just food system. By continuing to promote the use of local and seasonal ingredients, and by encouraging the use of sustainable farming practices and traditional cooking techniques, Slow Food can help to promote a more sustainable and just food system, while preserving traditional food cultures and local food traditions.

3. Methodology

Bibliometric analysis is a research technique that employs quantitative methods to examine the publishing, citation, and co-citation patterns in scientific publications. Bibliometric analysis is a strong instrument for assessing research performance and identifying new research fields. It

has been utilized extensively in numerous study domains and has helped to the comprehension of the structure and development of scientific fields (Bornmann and Leydesdorff, 2014; Wallin, 2005; Van Eck & Waltman, 2010; Egghe, 2005; Waltman & Van Eck, 2012; Larivière, Gingras & Archambault, 2015). Nonetheless, the limits and inherent biases of bibliometric analysis must be carefully considered.

In this research, VOSviewer program was preferred both to perform the bibliometric analysis and to visualize the results obtained. VOSviewer is a freely available tool for analyzing and visualizing bibliometric data from the Web of Science database (Van Eck & Waltman, 2010). It allows for the exploration of citation networks, co-authorship patterns, and other bibliometric information (Li, Wu, Shen, Wang & Teng, 2017; Chen & Leydesdorff, 2014; Waltman & Van Eck, 2012). Despite its benefits, the use of VOSviewer is not without limitations. One of the main challenges is the quality and completeness of the data available in the Web of Science database, which can limit the accuracy and generalizability of the results (Chen et al., 2018). Additionally, the maps generated by VOSviewer can be complex and difficult to interpret, requiring careful consideration of the visualization techniques employed (Boyack et al., 2011).

To investigate global literature on Slow Food, a search of the WOS collection database was conducted, encompassing publications on all dates. The search term "Slow Food" was applied as a keyword in the title to identify the closest matching publication. Eligible documents' information, such as publication year, language, journal, title, author, affiliation, keywords, document type, abstract, and citation count, were exported in CSV format to meet the pre-defined requirements. The retrieval date was recorded as 16.01.2023. The bibliometric analyses were performed using VOSviewer (version 1.6.18) to explore co-authorship, co-occurrence, citation, bibliographic coupling, co-citation, and thematic patterns. Network visualizations were constructed using two standard weight attributes, namely "Links attribute" and "Total link strength attribute" (Stephan et al., 2017; Yu et al., 2020; Kırıcı, Bozkurt & Tabak, 2021).

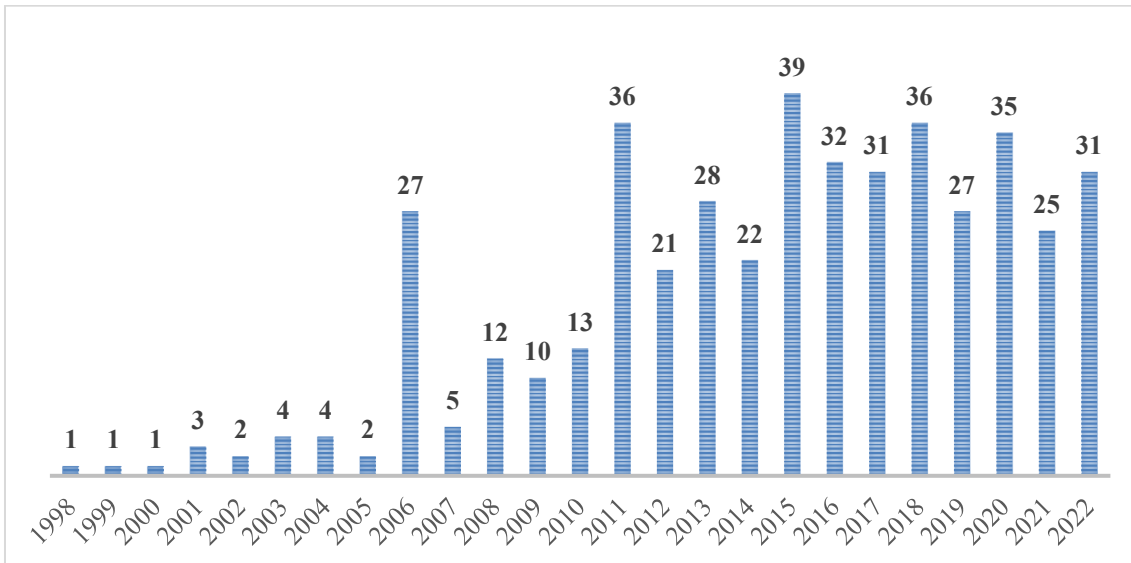
In this study also employed a word cloud analysis using Maxqda software to create a visual representation of the frequency of keywords found in the articles reviewed. Word clouds are a useful tool for gaining insight into the prominent themes and topics of a specific context (Williams, Parkes, & Davies, 2013; Ustaoglu, 2019). The aim of visualizing data is to enhance its comprehensibility and accessibility, providing a quick and straightforward way for interested individuals to access key information (Fronza et al., 2013).

4. Data Analysis

By conducting a search on January 16, 2023, using the phrase Slow Food and selecting "all

areas", 448 publications were accessed. The distribution of these publications by year is displayed in table 1 below.

Table 1: Distribution of Slow Food publications by year



An examination of the distribution of the 448 studies on Slow Food published between 1998 and 2022 reveals that the number of studies began to increase after 2006 and peaked in 2015. The studies were obtained from various disciplines/fields, including 332 articles, 59 book chapters, 45 proceeding papers, 31 editorial materials, 21 reviews, 15 book reviews, 6 early access, 5 books, 2 meeting abstracts, and 1 letter, with the earliest from 1998 and the most recent from 2022 (Figure 1). The acquired data were analyzed using author-citation-journal-country-institution-keyword analysis and summary analysis, with the Web of Science index utilized as a criterion.

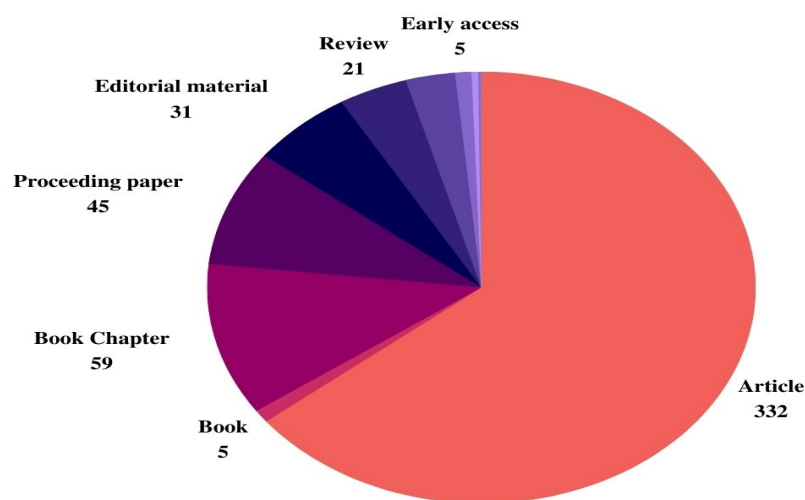


Figure 1. Distribution of Slow Food publications by type

The geographic dispersion of studies on the Slow Food concept has also been explored. The quantity of papers produced by each nation does not solely reflect the research conducted in

that nation. In some instances, a study may be co-authored by authors from other nations, and in this instance, the same study may be published in multiple countries. Therefore, the number of publications by country may appear to be greater than it actually is. Nonetheless, there are 24 countries that have published with the keyword Slow Food. The United States is the nation with the most publications, with 11, followed by Australia with seven. The birthplace of the Slow Food movement, Italy, ranks third with five publications. Table 2 displays the total number of publications for all other nations.

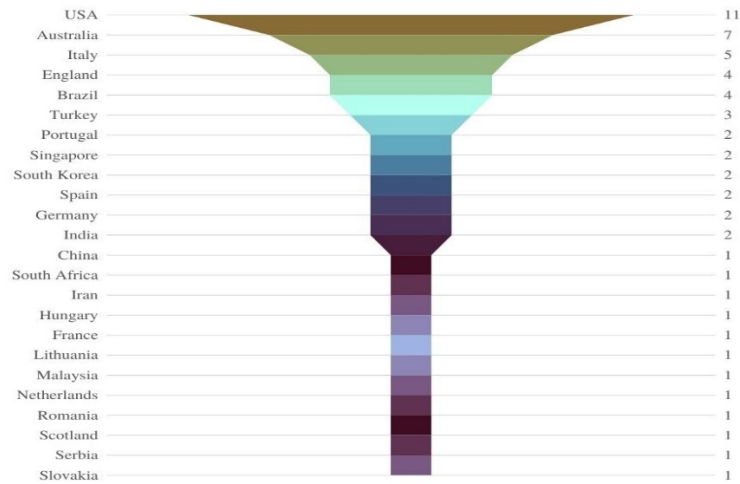


Table 2. Publication distribution by country

In the WOS database, 68 universities and institutes have contributed publications on the topic of Slow Food, and 51 publications have received a minimum of one reference from publications addressed to the university. Examining the distribution of university publications reveals that Griffith University and the University of Queensland, with three publications each, are the universities with the largest number of publications. Tied for second place with two publications apiece are the Singapore Institute of Technology, the University of Gastronomic Sciences, Manchester Metropolitan University, the University of Newcastle, and the University of Wisconsin-Madison. Other universities each produced one publication. Figure 2 depicts the concentration distribution of scholarly publications per university.

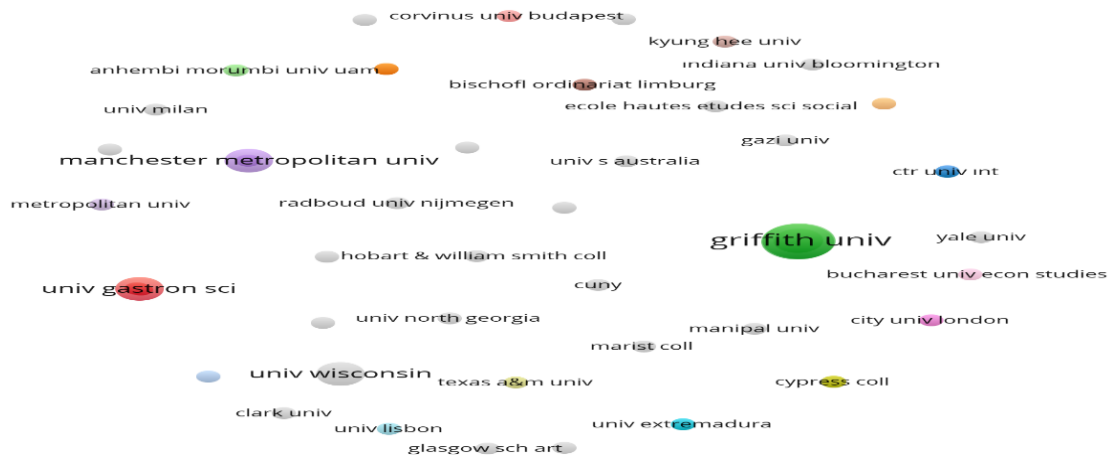


Figure 2. Distribution map of publications by universities

Due to the number of publications, the level of cooperation between universities can be considered minimal (Figure 3). The universities with the highest level of inter-university interaction are grouped into two clusters. The first cluster includes the University of Gastronomic Sciences, the University of Palermo, and the University of Turin. The second cluster includes the Islamic Azad University and the North West University.

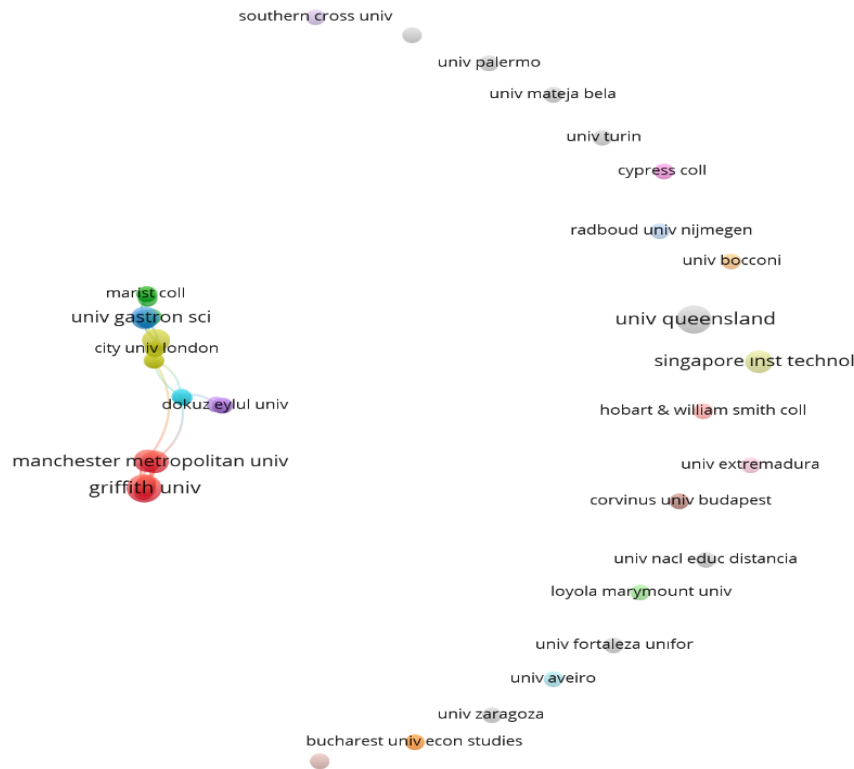


Figure 3. Map of institutional collaboration in the research field

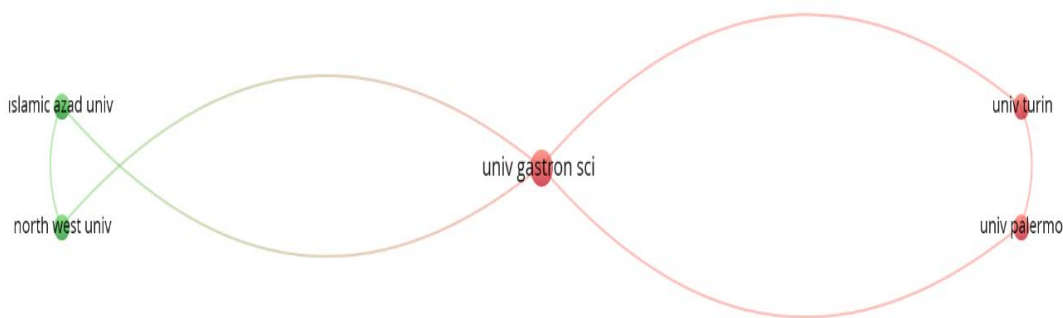


Figure 4. Map of institution with the most collaboration

VOSviewer has also been used to identify and visualize the collaboration networks of researchers. Examining the scholarly articles on the topic of "Slow Food" in the WOS database reveals a total of 99 authors' investigations on this topic. In Figure 5, the first six "Slow Food" researchers with three or two publications are displayed. Based on this information, Lee, K. H.,

Packer, J., and Scott, N. have produced the most research with three articles each. With two publications apiece, Freij, M., Germov, J., and Ineson, E. M. tie for second place. This figure displays the association between the citations and publications of authors who have used the keyword Slow Food in their work and whose work has earned at least one citation.

4.2. Author Citation Analysis

Leitch, A., with 114 citations, is the most cited author for his writings on "Slow Food" in WOS, according to an examination of published citations. Davolio, F., and Sassatelli, R. are in second place with 102 citations, while Spicer, A., and Van Bommel, K. are in third place with 100 citations. There are no citations for 21 of the papers scanned in WOS. Figure 6 depicts the strength of collaboration between the publications of 52 writers whose publications interact with each other, out of 78 authors whose at least one publication has been cited at least once.

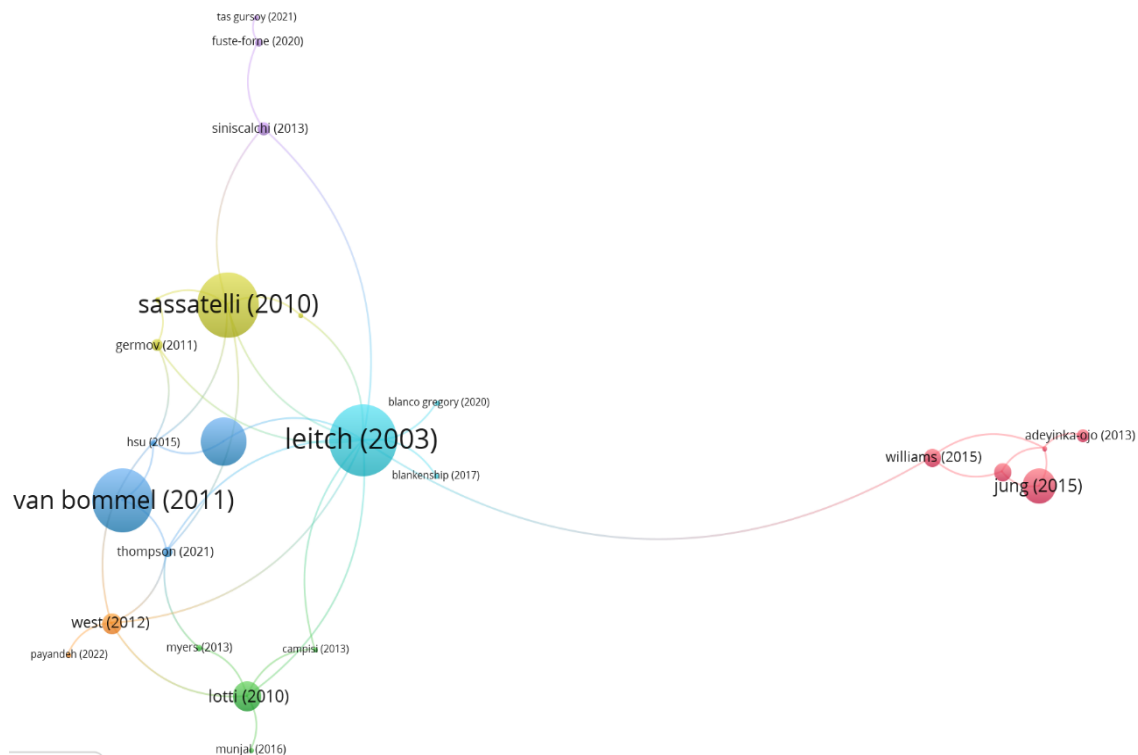


Figure 6. Collaboration network between the authors with the most citations

Seven clusters were generated as a result of the VOSviewer study. The first cluster, which contains 14 authors and has the highest density of the seven clusters, is depicted in red. The second cluster, represented in green, has nine authors. The third cluster, represented by the color blue, has eight authors, while the fourth cluster, represented by the color yellow, has six authors. The fifth cluster, represented by the color purple, also has six authors. The sixth cluster, represented by the color orange, has five authors, and the seventh cluster, represented by the color turquoise, has four authors. There are 39 publications that have received at least one citation. It is observed that 25 works have co-citations.

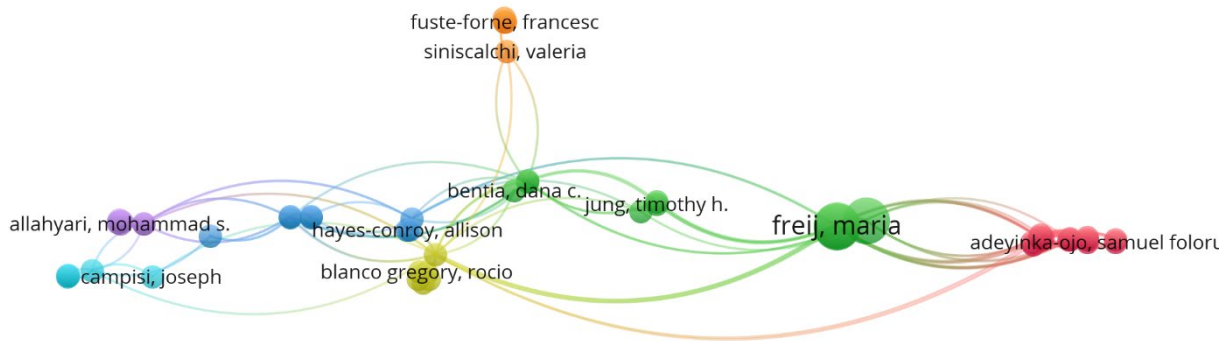


Figure 7. Most Interacted Authors

4.3. Keyword Analysis

In Figure 8, there is a word cloud containing the keywords used by the publications accessed with the keyword Slow Food in WOS. It was determined that a total of 207 keywords were used in the publications. The word cloud was created via Maxqda.



Figure 8. Word cloud showing keyword frequency in articles

When the keyword frequencies in the publications are analyzed using Maxqda, the most frequently repeated words are food (69, or 14%), slow (57, or 12.03%), tourism (16, or 3.38%), and social (7, or 1.48%). The phrase 'motions' is repeated six times (1.27%). The table below includes 21 frequently occurring terms found in published works.

Table 3: Keywords used most frequently in publications

Keyword	Occurence	Keyword	Occurence
1 slow food	39	12 Conviviality	2
2 Tourism	5	13 Slow food movement	2
3 Fast food	4	14 Brazil	2
4 Social movements	4	15 Destination activity	2
5 Slow tourism	3	16 Habitus	2
6 Gastronomy	3	17 Slow food tourism	2

7	Globalization	2	18	Sustainability	2
8	Critical consumption	2	19	Travel motivation	2
9	Localism	2	20	hospitality	2
10	Discourse analysis	2	21	Food tourism	2
11	Cittaslow	2			

Co-occurrence rates of terms were also analyzed. Figure 9 depicts the word network that includes 196 of the 207 keywords that have the most interaction with one another.

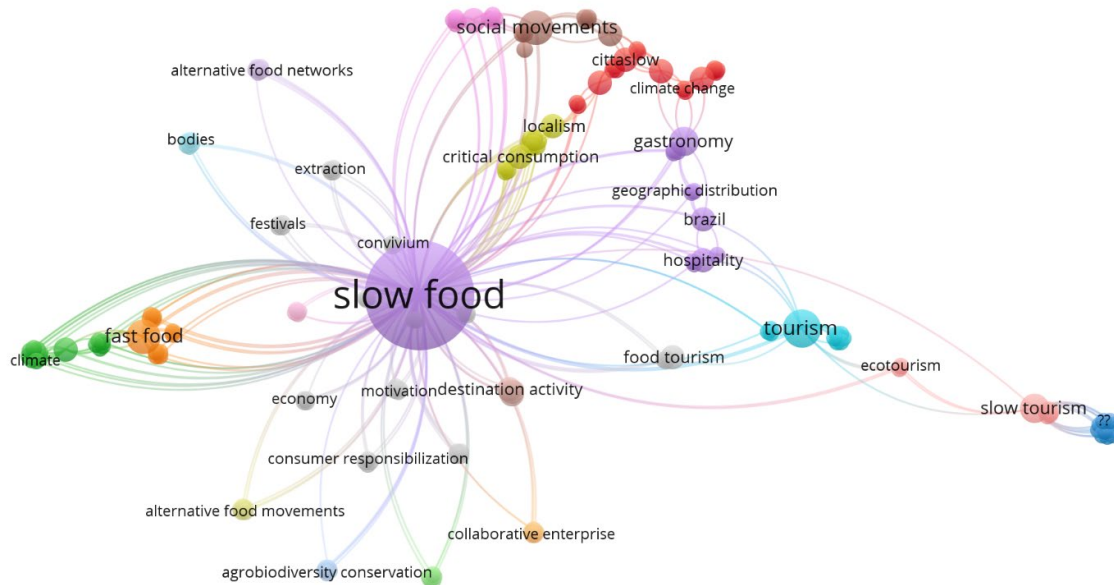


Figure 9. Distribution map of frequently used keywords in publications

The 196 keywords are separated into 29 distinct groups. According to the research, Slow Food is the term most commonly associated with keywords. Slow Food is generally associated with gastronomy, actor-network theory, ethical consumption, ethics, identity, Cittaslow, climate change, cultural heritage, slow food tourism, sustainability, and sociality.

4.4. Source Citation Analysis

One of the unique features of VOSviewer is its ability to create maps that visualize the structure of citation networks (Van Eck & Waltman, 2014). This feature has been utilized to study the impact of scientific publications and the interrelationships among scientific fields. Publications with the Slow Food keyword that have been scanned in WOS appear in 45 distinct journals. There are 34 publications in these journals that have received at least one citation. The Journal of Consumer Culture has the most cited publications with a total of 119 citations, followed by Ethnos with 114 total citations, and Organization Studies with 100 total citations. There are 21 publications with interconnected citations. Figure 10 depicts the outcomes of the citation analysis of the publications that collaborated.



Figure 10. Source citation analysis network map

The results of the country citation analysis demonstrate the international collaboration between leading publication nations. Each node represents a country, and the linkages represent the relationships between them. The thickness of the linkages increases as the number of connections between nodes increases. The size of the circles on the map varies according to the number of articles produced by each country. The colors correspond to the clusters of countries that have been identified. When the minimum number of documents and minimum citations for a country is set to 1 in the VOSviewer application, 22 of the 24 countries meet the threshold value. Seven clusters of data on the countries with the highest collaboration in scientific papers on Slow Food have been identified, and these are depicted in Figure 11.

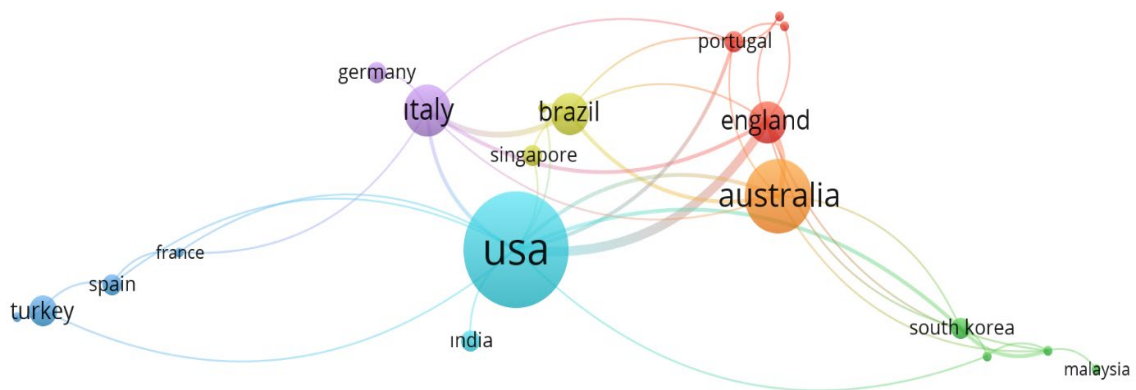


Figure 11. Network map of collaboration between countries

The United States of America, Australia, and Italy are the countries that publish the most articles on Slow Food. In the first cluster, the countries of England, Iran, Portugal, and South Africa are cooperating and are represented in red. The second cluster, which consists of Malaysia, China, Serbia, and South Korea, is represented in green. The countries of France, Romania, Spain, and Turkey are depicted in blue within the third cluster. Brazil, Hungary, and Singapore are the participating nations in the fourth cluster, depicted in yellow. The sixth cluster contains Germany and Italy, which are represented in purple, while India and the United States are depicted in turquoise within the sixth grouping. Australia is represented by the orange-

colored seventh and final cluster. The United States of America, depicted in turquoise, is the country with the highest level of international collaboration, as indicated by the graph.

Italy is observed to have the most cited publications, with a total of 196 citations. The second most cited country is England with 194 total citations, followed by the United States of America with 184 total citations. There are 20 publications from countries whose publications have received at least one citation and have interconnected citations. Table 4 shows the top ten countries with the highest number of citations and publications.

Table 4: Top 10 countries with the most cited publications in Web of Science

	Country	Documents	Citations
1	Italy	5	196
2	England	4	194
3	USA	11	184
4	Australia	7	125
5	South Korea	2	84
6	China	1	55
7	Singapore	2	55
8	Hungary	1	45
9	Portugal	2	37
10	Malaysia	1	22

4.6. Institution Citation Analysis

The minimum number of documents and minimum citations of universities-institutions in VOSviewer have been set to 1. It is determined that 51 out of 68 universities-institutions meet the threshold value. The statistics for the universities-institutions that collaborate the most on Slow Food-related scientific papers are believed to be collected in six clusters. These six clusters are represented graphically in Figure 12.

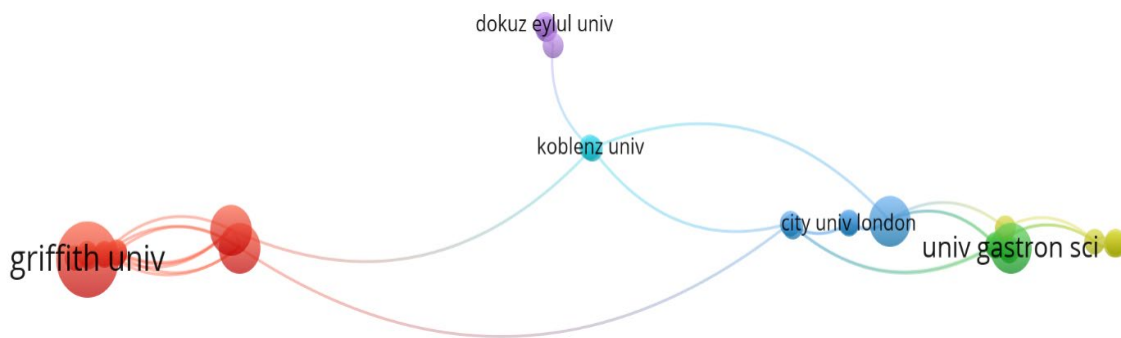


Figure 12. Network map of collaboration between institution

The first of six clusters containing the most collaborative institutions consists of ten institutions. The names of the institutions in the top three clusters with the most collaboration are listed below. The red cluster includes Griffith University, Incheon National University, Jeju National

University, Kyung Hee University, Manchester Metropolitan University, Metropolitan University, Taylors University, University Kragujevac, University Macau, and the University of Newcastle. The second cluster, represented in green, consists of Islamic Azad University of Tabriz Branch, North West University, University of Gastronomical Science, University of Lisbon, and the University of London. The universities in the third cluster, depicted in blue, are the City University of London, Clark University, University of South Australia, University of Warwick, and the University of Wisconsin Madison.

4.7. Bibliographic Coupling Analysis of Documents

As a result of the bibliographic match study, it was found that 50 of the publications had identical bibliographies. Analyzing the relationships of individuals who received at least one citation from these 50 publications, it was found that 39 of the publications met the criteria. Based on these articles, it was observed that 36 of them are closely collaborating. The map of the publication cooperation network is displayed in Figure 13.

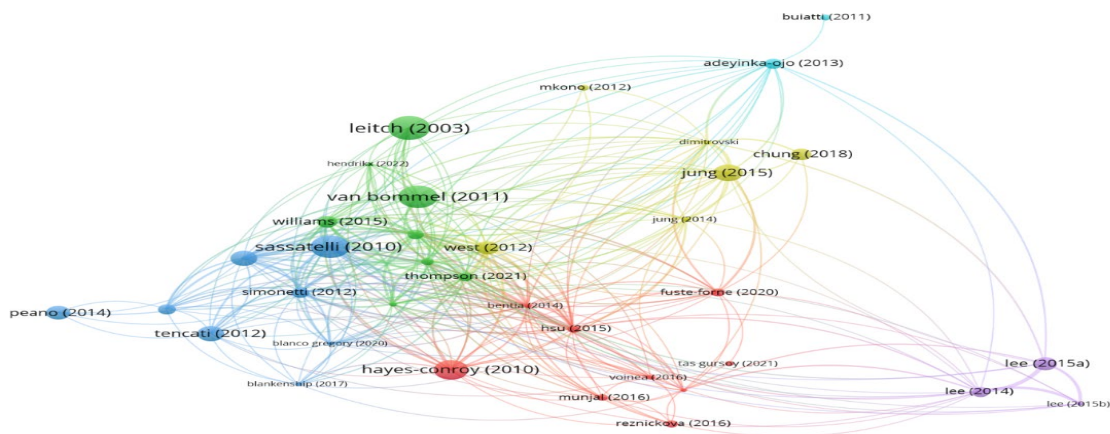


Figure 13. Map of bibliographic coupling analysis

5. Conclusion and Discussion

This bibliometric analysis, using VOSviewer, was conducted to investigate the size, distribution, publication year, authors, and institutions of Slow Food literature. The analysis found that Slow Food has gained prominence in recent years and has been the subject of an increasing number of studies. Most Slow Food research was conducted in the 2010s, and the majority of it was carried out in social sciences and environmental sciences. The analysis shows that Slow Food is becoming increasingly significant and is receiving more attention. Further research on this subject may help us better understand the impact of the Slow Food movement. The analysis of coexisting keywords and the clustering of publications sheds light on the primary themes and focuses of Slow Food research. The diverse character of Slow Food research is illustrated by the most popular search terms (Miele & Murdoch, 2002). The

clustering of publications is believed to contribute to the identification of various distinct fields of research, such as the social, cultural, and economic components of Slow Food, as well as its effects on public health and the environment. However, bibliometric study also revealed several research gaps in the field of Slow Food. For instance, there is a lack of research on the success of Slow Food programs in achieving their goals, such as supporting sustainable food systems or reducing food waste. Additionally, further research is needed to determine the significance of Slow Food in addressing global issues such as climate change and food inequality.

In general, the bibliometric analysis conducted with VOSviewer revealed the significance of Slow Food as a study topic and its potential to contribute to a more sustainable and equitable food system. Future research should concentrate on fixing the identified shortcomings and examining Slow Food's potential as a sustainable food movement in greater depth.

References

- Alkon, A. H., & Mares, T. M. (2012). Food sovereignty in US food movements: Radical visions and neoliberal constraints. *Agriculture and Human Values*, 29(3), 347-359.
- Bornmann, L., & Leydesdorff, L. (2014). *Scientometrics in a changing research landscape*. Springer.
- Boyack, K. W., & Klavans, R. (2010). Co-citation analysis, bibliographic coupling, and direct citation: Which citation approach represents the research front most accurately? *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61(12), 2389-2404.
- Chen, C., Dubin, R., & Kim, M. C. (2014). Emerging trends and new developments in regenerative medicine: a scientometric update (2000–2014). *Expert opinion on biological therapy*, 14(9), 1295-1317.
- DuPuis, M. E., & Goodman, D. (2005). Should we go “home” to eat?: toward a reflexive politics of localism. *Journal of Rural Studies*, 21(3), 359-371.
- Egghe, L. (2005). *Power laws in the information production process: Lotkaian informetrics*. Elsevier.
- Fronza, I., Janes, A., Sillitti, A., Succi, G., & Trebeschi, S. (2013, May). Cooperation wordle using pre-attentive processing techniques. In *2013 6th International Workshop on Cooperative and Human Aspects of Software Engineering (CHASE)* (pp. 57-64). IEEE.
- Galli, F. (2019). *Slow Food in the United States: A Movement that is Changing the Way We Eat*. Palgrave Macmillan.
- Glänzel, W., & Schubert, A. (2003). A new classification scheme of science fields and subfields designed for scientometric evaluation purposes. *Scientometrics*, 56(3), 357-367.
- Hirsch, J. E. (2005). An index to quantify an individual's scientific research output. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 102(46), 16569-16572.
- Kırıcı Tekeli, E., Bozkurt, İ., & Tabak, G. (2021). Turizm ve kadın olgusu: Web of Science veri tabanına dayalı bibliyometrik bir analiz.
- Kloppenborg, J. (2018). *The First Law of Food: A Sensible Approach to Sustainable Food Systems*. Yale University Press.

- Larivière, V., Gingras, Y., & Archambault, É. (2015). The decline in the concentration of citations, 1900-2007. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 66(4), 858-862.
- Leydesdorff, L., & Rafols, I. (2011). Indicators of the interdisciplinarity of journals: Diversity, centrality, and citations. *Journal of Informetrics*, 5(1), 87-100.
- Li, X., Wu, P., Shen, G. Q., Wang, X., & Teng, Y. (2017). Mapping the knowledge domains of Building Information Modeling (BIM): A bibliometric approach. *Automation in Construction*, 84, 195-206.
- Lyons, K., & Mutersbaugh, T. (2010). Building alternative agri-food networks: Certification, embeddedness and agri-environmental governance. *Journal of Rural Studies*, 26(3), 209-219.
- Nestle, M. (2002). *Food politics: How the food industry influences nutrition and health*. University of California Press.
- Pascucci, S., & Santini, C. (2019). Slow Food: A global movement for sustainable food systems. In S. Pascucci & C. Santini (Eds.), *Building a Resilient and Sustainable Agriculture in Sub-Saharan Africa* (pp. 113-126). Springer.
- Petrini, C. (2003). *Slow food: The case for taste*. Columbia University Press.
- Petrini, C. (2010a). "Broad" consent, exceptions to consent and the question of using biological samples for research purposes different from the initial collection purpose. *Social science & medicine*, 70(2), 217-220.
- Petrini, C. (2010b). Theoretical models and operational frameworks in public health ethics. *International journal of environmental research and public health*, 7(1), 189-202.
- Petrini, C. (2013). *Slow food nation: Why our food should be good, clean, and fair*. Rizzoli Publications.
- Petrini, C., & Gainotti, S. (2008). A personalist approach to public-health ethics. *Bulletin of the World Health Organization*, 86(8), 624-629.
- Reisch, L. A., & Scholz, R. W. (2018). Sustainable food consumption: An overview of contemporary issues and policies. In *Handbook of Sustainability Science and Research* (pp. 683-701). Springer.
- Ricciardi, L. A., & Largo-Wight, E. (2020). Slow Food, Slow Living, and Well-Being: Exploring Their Relationships. *Frontiers in Psychology*, 11, 1410. doi: 10.3389/fpsyg.2020.01410
- Stephan P, Veugelers R, Wang J. Reviewers are blinkered by bibliometrics. *Nature* 2017; 544:411-2.
- Ustaoğlu, E. T. (2019). İnsan robot etkileşimi konusunu kelime bulutu analizi ile kavramsallaştırma. *Econder International Academic Journal*, 3(2), 221-239.
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538.
- Wallin, J. A. (2005). Bibliometric methods: Pitfalls and possibilities. *Basic & Clinical Pharmacology & Toxicology*, 97(5), 261-275.
- Waltman, L., & Van Eck, N. J. (2012). The inconsistency of the h-index. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 63(2), 406-415.

- Williams, W., Parkes, E. L., & Davies, P. (2013). Wordle: A method for analysing MBA student induction experience. *The International Journal of Management Education*, 11(1), 44-53.
- Yu, Y., Li, Y., Zhang, Z., Gu, Z., Zhong, H., Zha, Q., & Chen, E. (2020). A bibliometric analysis using VOSviewer of publications on COVID-19. *Annals of translational medicine*, 8(13).

Ethics Committee Permission

There is no situation in the article that requires ethical committee approval or legal/special permission.

Sponsor statement

No funding was received from any institution or organization for the study.



JRTR

JOURNAL OF RECREATION AND TOURISM RESEARCH
ISSN: 2148-5321

DİJİTAL GÖÇEBELERİN TÜRKİYE ALGISI

DIGITAL NOMADS' PERCEPTION OF TURKEY

Nilgün DEMİREL İLİ^a

Özet

Bu araştırmanın amacı, dijital göçebelerin üye oldukları bir platform olan Nomad List web sitesindeki Türkiye hakkındaki yorumlarını incelemek ve dijital göçebelerin Türkiye'ye yönelik algılarını değerlendirmektir. Nomad List üzerindeki yorumlar incelenirken nitel araştırma yöntemlerinden biri olan fenomenolojik araştırma deseninden faydalanılmıştır. Verilere ulaşmak için web sitesi içerisinde "Turkey" anahtar kelimesi yazılarak Türkiye'nin puanlanan tüm destinasyonlarına ulaşılmıştır. İstanbul, Antalya, Alanya, Adana, İzmir, Ankara, Gaziantep, Bodrum, Konya ve Bursa destinasyonlarına yönelik toplamda 35 yorum elde edilmiş ve nitel veriler içerik analizi yardımıyla irdelenmiştir. Analiz sürecinde MAXQDA yazılımından faydalanarak veriler görselleştirilmiştir. Veriler incelendiğinde; "destinasyonlar" ana teması altında her bir destinasyon alt temaya ayrılmıştır. "Kriterler" ana teması ise 11 alt temaya ayrılarak incelenmiştir. Analiz sonucunda, İstanbul ve İzmir hakkında çoğunlukla olumlu yorumların olduğu fakat Konya ve Adana hakkında yorumlar olmasa da dijital göçebelerin bu destinasyonlara verdiği skorların iyi düzeyde olduğu saptanmıştır. Türkiye, özellikle yeme-içme-eğlence olanakları ve tarihi, kültürel ve doğal çekicilikleri sayesinde dijital göçebeler üzerinde olumlu algıya sahiptir. Fakat dijital göçebeler, Türkiye'yi genel olarak güvenlik şartları, trafik, ulaşım ve internet hızı bakımından olumsuz değerlendirmektedirler.

Anahtar Kelimeler: Dijital Göçebe, Türkiye, Nomad List, İçerik Analizi

Abstract

The aim of this research is to examine the comments of digital nomads about Turkey on the Nomad List website, and to evaluate the perceptions of digital nomads towards Turkey. While examining the comments on the Nomad List, the phenomenological research design, which is one of the qualitative research methods, was used. In order to reach the data, all the rated destinations of Turkey were reached by typing the keyword "Turkey" in the website. A total of 35 comments were obtained for the destinations of İstanbul, Antalya, Alanya, Adana, İzmir, Ankara, Gaziantep, Bodrum, Konya and Bursa, and qualitative data were analyzed with content analysis. In the analysis process, the data were visualized by using the MAXQDA software. When the data is examined, each destination is divided into sub-themes under the main theme of "destinations". The main theme of "Criteria" was analyzed by dividing into 11 sub-themes. As a result of the analysis, it has been determined that there are mostly positive comments about İstanbul and İzmir, but there are no comments about Konya and Adana, but the scores given by the digital nomads to these destinations are at a good level. Turkey has a positive perception of digital nomads, especially thanks to its food-beverage-entertainment opportunities and historical, cultural and natural attractions. However, digital nomads generally evaluate Turkey negatively in terms of security conditions, traffic-transportation and internet speed.

Keywords: Digital nomad, Türkiye, Nomad List, Content Analysis

Makele Geliş Tarihi: 01.02.2023 Makale Kabul Tarihi: 17.03.2023

Sorumlu Yazar (Corresponding Author): Nilgün DEMİREL İLİ (nilgundemirel90@gmail.com)

^a Iğdır Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Iğdır/Türkiye (nilgundemirel90@gmail.com), ORCID: 0000-0003-2407-9932

DOI: 10.5281/zenodo.7783445

1. Giriş

Geçmişte insanlar buldukları çevreye göre sınırlı bir kapsamda yaşamlarını sürdürürken, yaşanan teknolojik gelişmeler neticesinde günümüzde mekâna ve zamana olan bağımlılık giderek azalmıştır. Bu durum, seyahat etme alışkanlıklarında da değişikliklere neden olmuştur. Geçmişten günümüze değişen turizm türleri ve turist tiyolojileri turizm hareketliliğindeki yeniliklerin kanıtıdır. Son yıllarda popüler bir kavram olan dijital göçebelik, bunun en güncel örneğidir. Turizmde yeni bir niş pazar veya turist tiyolojisi olarak tanımlanan dijital göçebelere yönelik yapılan çalışmaların sayısı giderek artmaktadır. Reichenberger (2018)'e göre dijital göçebeler; boş zaman, iş ve seyahat kavramları arasındaki sınırların belli olmadığı, yaşadıkları yerden bağımsız şekilde sürekli hareket eden bireylerdir. Seyahat etmeyi bir yaşam tarzı haline getiren dijital göçebeler için önemli olan kriterlerden biri çevrim içi alanların ve internet bağlantılarının varlığıdır. Çünkü dijital göçebeler iş hayatı ile seyahati bütünleştiren özgürlükçü iş ve yaşam modelini profesyonel olarak yürütebilen kişilerdir.

Pandemi dönemi, iş ile seyahat arasındaki değişimi hızlandırmıştır. Uzaktan iş yürütmek daha kolay hale gelmiş, zamana ve mekâna olan bağımlılık azalmıştır. Destinasyonlar da dijital göçebelerin taleplerini turistik alanlar ile bütünleştirerek seyahat ve uzaktan iş yürütme arasındaki ilişkiyi ve bütünlüğü sağlamışlardır. Henüz dijital göçebeleri yeterli düzeyde çekemeyen destinasyonlar için dijital göçebelerin turistik faaliyetlerden beklentilerinin ve algılamalarının öğrenilmesi son derece önemlidir. Dünyadaki birçok dijital göçebe destinasyonun popüler hale gelmesindeki ana neden, vize uygulamalarının kolaylığıdır. Bir destinasyon için vize politikasının geliştirilmesi destinasyonun popülerliği açısından önem arz etmektedir. Destinasyonlar bağlamında ise dijital göçebe turizminin gerçekleştirilebilmesi ve bu hedef kitlenin beklentilerinin karşılanması için birçok konunun ele alınması son derece önem arz etmektedir (Kocaman, 2021).

Türkçe literatüre bakıldığında “dijital göçebe” kavramı yeni bir araştırma alanını oluşturmaktadır. Örneğin Akın (2021)'in dijital göçebelerin motivasyonlarına yönelik yapmış olduğu araştırmasında topluluğun sahip olduğu yaşam tarzının yalnızlık ve yaşam maliyeti gibi zorluklara rağmen bireysel olarak motive ve temelde özgür ruha sahip olduklarını ifade etmektedir. Kocaman (2021)'in Nomad List'e yönelik gerçekleştirdiği araştırmasında, en çok tercih edilen ilk 20 destinasyona yönelik sonuçları incelemiştir. İfade edilen sonuçlara göre destinasyonlara yönelik küme profillerini oluşturmuş ve

toleranslı ekonomik dijital göçebe destinasyonları, düşük toleranslı-ekonomik dijital göçebe destinasyonları ve yüksek toleranslı-lüks dijital göçebe destinasyonları ve yüksek şekilde adlandırılmıştır. Bozdoğan & Özuz Dağdelen (2022) dijital göçebeliği sosyolojik bağlamda ele almış olup bu hareketli yaşam tarzının yeni bir pazar oluşturduğunu öne sürmüşlerdir. Düzgün & Akın (2022)'ın araştırmalarında ise dijital göçebelerin yeni bir turist tipolojisi olarak değerlendirilmesi gerektiğine yönelik sonuçlara ulaşılmıştır. Kocaman (2022)'ın dijital göçebelere yönelik sistematik literatür incelemesi gerçekleştirdiği çalışmasında ise, dijital göçebeleri turizm kapsamında ele alan araştırmalar incelenmiş ve ortak çalışma alanları, motivasyonları, iş ve özel hayat dengelerinin yanı sıra turist profili olarak dört tema üzerinde araştırmaların gerçekleştirildiğini ortaya koymuştur.

Tüm dünyada yaşanan COVID-19 pandemisiyle iş yaşamında meydana gelen uzaktan çalışma kavramı sayesinde önem kazanmaya başlayan 'digital nomadism' yani 'dijital göçebelik' kavramının Muğla turizminde bir alternatif proje olarak eyleme dönüştürülmesi amacıyla faaliyetlere başlanmıştır. Bu projeye göre Dalyan, dijital göçebeler için önemli bir merkez haline gelebilecektir (İhlas Haber Ajansı, 2023). Pandemiden önce gerçekleştirilen araştırmalara göre kendilerini dijital göçebe olarak ifade eden ve aynı zamanda uzaktan çalışarak mesleklerini icra eden insanların sayısı, ABD'de 7,3 milyon, İngiltere'de 2,5 milyon civarında seyrettiği ve ülkemizde ise bu sayının 10.000 kişi dolaylarında olduğu bilinmektedir. Pandemi sonrası bu sayıların giderek artacağı ve 2035 yılında uzaktan çalışma sisteminde dünya genelinde 1 milyar kişinin olacağı düşünülmektedir (T.C. Muğla Valiliği, 2021).

Yukarıda verilen bilgiler doğrultusunda dijital göçebe kavramının öneminin artacağı ve ilgili konuda gerçekleştirilecek çalışmaların hızlanacağı düşünülmektedir. Ancak bugüne kadar gerçekleştirilen araştırmalara bakıldığında dijital göçebelerin turizm bağlamında yeterli düzeyde değerlendirilmediği anlaşılmaktadır (Kocaman, 2022). Dijital göçebelik kavramının anlaşılması yeni mal ve hizmetlerin geliştirilmesine ve turistik ürünün çeşitlendirilmesine zemin hazırlanmasında etkili olacağı düşünülmektedir (Chevtaeva & Denizci-Guillet, 2021). Bu bağlamda turistik ürün çeşitliliğini artırmak, destinasyon pazarlaması için niş pazar olan dijital göçebelerin algılarını öğrenmek ve bu sonuçları turizm sektörüne entegre etmek Türk turizmi için önem arz etmektedir. Dijital göçebeliğin Türkiye'de birçok destinasyonda yürütülebilmesi adına önemli olan

kriterlerin ve bakış açılarının saptanması, stratejilerin geliştirilmesinin önünde bir rehber niteliği taşıyacaktır. Bu amaca hizmet eden bu çalışmada, dijital göçebelerin Türkiye'deki destinasyonlara yönelik algıları Nomad List web sitesi üzerinden değerlendirilmektedir.

1.1. Dijital Göçebe Kavramı

Günümüzde hem çalışma hem de boş zaman değerlendirme faaliyetlerinde büyük değişiklikler yaşanmaktadır. COVID-19 pandemisi örneğinde olduğu gibi bazen krizler, iş modelleri de dahil olmak üzere yeni fırsatlar ve trendleri keşfetmeye olanak sağlayabilmektedir. Yapay zekâ, bulut teknolojisi, mobil cihazlar, internet teknolojisi ve sosyal medya gibi yeni iletişim teknolojileri konumdan bağımsız çalışma fırsatının yanı sıra yeni iş alanlarının da ortaya çıkmasında önemli rol oynamıştır (Ens, Stein & Blegind Jensen, 2018). Bu durumun en önemli örneklerinden birini, son yıllarda popülerliğini artıran dijital göçebe topluluğu oluşturmaktadır.

Belirli bir zaman aralığına ve mekâna bağlı kalmaksızın dijital altyapının olduğu her yerden ve istediği zaman çalışabilen bireyler, dijital göçebe olarak tanımlanmaktadır (Blatt & Gallagher, 2013). Dijital göçebeler tüm işlerini yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla gerçekleştiren ve yaşamlarını sürekli bir şekilde seyahat ederek sürdüren bireylerden oluşmaktadır. Kablosuz internet bağlantısı ve bulut sistemlerinin kullanılması, dijital göçebelerin zamana ve sabit bir mekâna bağımlı olmaksızın hareket etmelerine olanak sağlamaktadır (Milošević, 2020). Bu yaşam tarzını benimseyen bireyler, sabit bir ev ve işyerine bağlı olmayı reddederek, istedikleri yerden çalışabilme ve istedikleri yere seyahat edebilme yetisine sahiptirler (Orel, 2019). Geleneksel ofis ortamından uzakta ve çalışma saatlerini kendileri belirleme isteğinde olan dijital göçebeler, sürekli yeni yerler keşfetme peşinde sosyal yaşamı yeniden tanımlamaktadırlar (Schroeder, 2016). Değişen çalışma şekilleriyle birlikte dijital teknolojilerin ve bilgi altyapılarının küresel çapta yaygınlaşması, dijital göçebeliğin popüleritesinin artışında önemli rol oynamıştır (Nash, Jarrahi & Sutherland, 2018: 216).

Dijital göçebeler, dünyadaki yeni yerleri az eşya ve bir dizüstü bilgisayar aracılığıyla keşfetmek isteyen bireylerden oluşmaktadır (Georgios, 2018). Topluluk, bir ev veya işyeri gibi mülk edinmek yerine geçici yaşama ve çalışma alanlarını tercih ederek mobil ve sürdürülebilir bir yaşam tarzını benimseme eğilimindedirler (Lee vd., 2019). Topluluk, geleneksel çalışma modellerine karşı koyan yeni bir ekonomik iş modeli olarak tanımlandığı gibi yeni bir turist tipolojisi ve kültürel bir fenomen olarak da

nitelendirilebilmektedir (Wang, Schlagwein ve Cahalane, 2018). Her dijital göçebe bir serbest çalışan ve uzaktan çalışan olarak kabul edilebilir olsa da sık seyahat etmeleri ve yerleşik ikameti reddetmeleri sebebiyle her serbest veya uzaktan çalışan dijital göçebe olarak değerlendirilememektedir (Kropp, 2018).

Dijital göçebeler; serbest çalışanlar, seyahat blog yazarları veya internet girişimcileri gibi nitelendirilseler de son yıllarda web tasarımından öğretmenliğe, sosyal medya yöneticiliğinden satış danışmanlığına kadar geniş iş rolleri ve sektörlerde de yer alan bireylerden oluşmaktadırlar (Hermann & Paris, 2020: 332). İş hayatının, boş zamanın ve seyahatin harmanlandığı bir yaşam tarzı olan dijital göçebeler, sınırların ötesinde girişimci bir ruh ile faaliyet göstermektedirler (Cook, 2022: 305). Girişimci ve bağımsız hareket etme istekleri, sık seyahat etmeleri ve tüm işlerini dijital olarak yürütmeleriyle diğer çalışan ve gezgin türlerinden önemli ölçüde ayrılan dijital göçebeler, hayatlarını kendi hobilerine ve yaşam tarzlarına göre belirlemektedirler (İli & Büyükbaykal, 2022: 315).

Seyahat ettikleri yerlere ekonomik ve kültürel olarak katkı sunan dijital göçebelerin potansiyelini keşfeden ülkeler, onları ekonomik bir fırsat olarak görmektedirler (Busuttil, 2021). Buna bağlı olarak dijital göçebelere yönelik vize kolaylıkları, ortak çalışma ve yaşam alanları, kablosuz internet altyapılarının iyileştirilmesi gibi çeşitli düzenlemelerin sayısı her geçen gün artış göstermektedir. Dijital göçebeleri şehirlerine ve ülkelerine çekmek için yapılan bu uygulamalar ile yerel ekonominin kalkınması amaçlanmaktadır (Sánchez-Vergara, Orel & Capdevila, 2023). von Zumbusch & Lalicic (2020), ortak çalışma ve yaşam alanlarının oluşturulmasının, dijital göçebelerin hem sosyalleşmesi hem de yeni iş bağlantıları gerçekleştirmeleri adına önemli rol oynadıklarını ifade etmektedirler. Genellikle yalnız seyahat eden dijital göçebeler de yalnızlık çekmemeleri ve sosyalleşmeleri amacıyla bu tür alanları tercih etme eğilimi göstermektedirler.

1.2. Turizm ve Dijital Göçebelik

Turizm pazarlamasında yeni yeni duyulmaya başlayan “dijital göçebe” kavramı, “uzaktan çalışan” kavramıyla karıştırılsa da aralarında farklılıklar bulunmaktadır. Dijital göçebeler, hareketlilik ve özgürlüklerine önem vermektedirler. Fakat dijital göçebeliğin belirtilen özellikleri, seyahat ve destinasyon tercihleri açısından tam anlamıyla ele alınmamıştır. Bu durum dijital göçebelerin; iş seyahatinde olanlar, serbest çalışanlar gurbetçiler ve küresel göçebelerle karıştırılmasına neden olabilmektedir (Chevtaeva & Denizci-Guillet, 2021).

Turizmde yeni bir hedef kitle olan dijital göçebeler, gittikleri destinasyonlarda konaklama ve çalışma alanlarını bütünleştirebilmektedirler. Dolayısıyla destinasyonlarda onlara hitap eden konaklama ve ortak çalışma alanlarının oluşturulması dikkat ettikleri unsurların başında gelmektedir. Özellikle COVID-19 pandemisinden sonra dijital göçebelik, önemli bir kavram haline gelmekle birlikte, bir yaşam felsefesi haline dönüşmüş ve yeni destinasyonların oluşmasına katkı sağlamıştır (Chevtaeva, 2021). Bununla birlikte iş bulabilecekleri alanlar, internet ve turistik çekicilikler beklentilerini karşılayabilecek kriterler arasındadır. Ayrıca turizm bağlamında itme ve çekme faktörünün daha detaylı analiz edilmesi gerekmektedir. Böylelikle turizm politikacıları ve paydaşların dijital göçebelerin ihtiyaçlarına uygun destinasyon özelliklerinin oluşturulmasına yönelik faaliyetlerin önü açılacaktır. Örneğin; Bali plajları, sörf etkinlikleri, deniz-kum-güneş üçlüsünü içinde barındırmakla birlikte internet alt yapısı ile dijital göçebeler tarafından oldukça fazla talep görmektedir (Prabawa & Pertiwi, 2020). Turizmi oluşturan en önemli bileşenin konaklama ihtiyaçlarının olduğu ve dijital göçebelerin memnuniyetlerinin sağlanmasında dijital göçebe özelliklerinin ve algılarının dikkate alınması gerektiği bilinmektedir. Aslında konu, dijital göçebe kavramı açısından ele alındığında ilgili kişilerin en beğendikleri destinasyonlar, yaşam maliyetlerinin düşük fakat doğal güzelliklerin yüksek olduğu alanlardır. Dolayısıyla turizm sektöründe söz sahibi olanların dijital göçebeleri yeni bir turist tipi olarak görmeleri ve faaliyetlerini onlara göre oluşturmaları gerekmektedir. Turizmde yeni olan dijital göçebelerin destinasyonlara ekonomik katkı sağlaması açısından önemli bir potansiyel olacağı düşünülmektedir (Vagena, 2021).

Bir destinasyonun dijital göçebeleri etkilemesi ve destinasyona yönelik turistik talep oluşturması için dijital göçebelerinin destinasyon seçim tercihlerinin belirlenmesi ile mümkün olabilecektir (Kocaman, 2022). Bu nedenle, ortaya konulan bu çalışmada nitel olarak elde edilen verilerin sonuçlarının dijital göçebelerin beklentilerine uygun destinasyonların oluşturulmasında önemli bir rehber olacağı düşünülmektedir.

2. Araştırmanın Yöntemi

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, dijital göçebelerin üye oldukları bir platform olan Nomad List web sitesi üzerinde Türkiye hakkındaki yorumlarını incelemek ve dijital göçebelerin Türkiye hakkındaki algısını değerlendirmektir. Daha önce yapılan çalışmalar

Türkiye'deki destinasyonlara yönelik olmamakla birlikte Nomad List'i kullanan katılımcıların yorumlarını değerlendiren çalışmalara rastlanılamamıştır. Deneyimlere dayalı gerçekçi yorumların elde edilmesi bakımından önem arz eden çalışmada, içerik analizinin bir yazılım programı ile yapılması, çalışmanın yürütülmesi açısından da güçlü bir etki oluşturmaktadır. Bununla birlikte elde edilen veriler, Türkiye'deki destinasyonların güçlü yönlerini ve zayıf yönlerini ortaya çıkarmakta ve yapılan analiz sonucunda dijital göçebe destinasyonlarına yönelik stratejik öneriler sunmaktadır.

Araştırmada şu sorulara cevap aranmaktadır:

- Türkiye'nin en çok tercih edilen dijital göçebe destinasyonu hangisidir?
- Türkiye'yi ziyaret eden dijital göçebeler en çok hangi destinasyon hakkında yorum yapmıştır?
- Dijital göçebelerin Türkiye'de en çok dikkat ettiği algı unsuru hangisidir?
- Türkiye'nin dijital göçebe destinasyonlarının güçlü ve zayıf yönleri nelerdir?

2.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nitel araştırma yöntemleri kullanılmaktadır. Nitel araştırma; algı ve deneyimlerin açığa çıkarılmasını sağlayan araştırma yöntemidir. Nitel araştırmalar, çalışmanın amacının ortaya konulması sürecinden başlayarak araştırma sorularının oluşturulması, veri oluşturma ve analiz etme, rapor yazma, geçerlik koşullarını sağlama ve değerlendirme sürecini içeren bir dizi aşamadan oluşmaktadır (Tekindal & Uğuz Arsu, 2020). Araştırmada fenomenolojik araştırma deseni tercih edilmiştir. Fenomenolojik araştırma, olgular ya da olaylar hakkında derinlemesine bilgiye ulaşmayı hedeflemekte ve sınırlı zaman diliminde yürütülmesi bakımından araştırmacılara kolaylık sağlayabilmektedir. Ayrıca duyguları, kültürleri ve inançları birebir yansıtması bakımından da gerçekçiliğe dayanmaktadır (Çarpar, 2020). Araştırmada irdelenen fenomenler, Türkiye'nin dijital göçebeler tarafından tercih edilen, deneyimlenen, hakkında yargıya ve algıya sahip olunan ve puanlanan/yorum yapılan destinasyonlarıdır.

2.3. Araştırmanın Sosyal Dünyası ve Örnekleme

Nomad List sosyal dünyası üzerinden erişilen tüm destinasyonlar içerisinde Türkiye'deki destinasyonlar araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Nomad List'e dahil olan tüm destinasyonlar ise araştırmanın sosyal dünyasını ifade etmektedir. 2014 yılından beri faal olan ve uzaktan çalışmanın özgürlüğünü temsil eden Nomad List 190'dan fazla ülkede ve 1357 şehirde dijital göçebe alanlarını listelemektedir. Verilerinin sürekli değişkenlik

gösterdiği web sitesinde ortak çalışma alanları bulmak, iklim, maliyet, internet, güvenlik gibi kriterlere göre destinasyon seçmek ve kullanıcı yorumlarına ulaşmak için detaylı veriler yer almaktadır. 10 binden fazla üyenin yer aldığı Nomad List topluluğuna ücret karşılığında üye olmak gerekmektedir. Fakat her an popüler dijital göçebe şehirleri ve onların sıralamalarının görülebileceği veri tabanı 10 dakikada bir güncellenmektedir ve dijital göçebelerin işine yarayacak güncel veriyi sağlamaktadır. Dünya'daki tüm şehirlerde olduğu gibi Türkiye'nin de sıralamasını (skor/puan) belirleyen çeşitli kriterler bulunmaktadır. Bunlar; maliyet, internet hızı, sıcaklık/iklim, döviz kurları, hava kalitesi, eğlence, gece hayatı, düşük ırkçılık, gey/LGBTQ+ dostu olma durumu, güvenlik, kadın dostu şehir olma durumu gibi kriterlerdir ve toplam skorlar bu kriterlere göre belirlenmektedir (Nomadlist.com).

2.4. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği

Nitel araştırmaların sonuçları geçerli ve güvenilir bir şekilde ortaya koyulmalıdır. Katılımcıların ve araştırmacıların zihinlerindeki farklı gerçeklikleri doğru veya ifade edildiği şekilde algılayabilmeleri ve bunu yansıtabilmeleri araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği kapsamında değerlendirilmektedir (Arastaman, Öztürk Fidan & Fidan, 2018). Diğer bir ifade ile geçerlilik ve güvenilirlik pozitivist bakış açısına dayandığından, sosyal bilimlerde bu kavramlara daha detaylı bir şekilde yer verilmeli ve katılımcıların ifade ettiği durumlar gerçekçi anlatılmalıdır. Dolayısıyla veriler gerçekçi ve inandırıcı temellere dayandırılmalıdır (Golafshani, 2003). Araştırma, güvenilirlik ve geçerlilik kapsamında onaylanabilirlik, güvenilebilirlik, inandırıcılık, aktarılabilirlik, araştırmacının öz geçmişi ve deneyimleri, meslektaş değerlendirmesi güvenilirlik ve geçerlilik kurallarına dikkat edilerek gerçekleştirilmiştir (Arastaman, Öztürk Fidan, & Fidan, 2018).

2.5. Verilerin Toplanması ve Analizi

Yeni medya teknolojilerinin ve internetin gelişimi, düşük maliyetli veri toplama tekniklerinin uygulanmasında web sayfalarının incelenmesine olanak tanımıştır (Herring, 2010). Birçok alanda web kullanıcılarının görüşleri veya yorumları araştırmalara konu olabilmekte ve bu görüşlere veya yorumlara ücretsiz olarak web sitelerinden ulaşılabilmektedir. Yapılandırılmamış olarak elde edilen veriler sosyal bilimlerde içerik analizi vasıtasıyla analiz edilmeye olanak tanımaktadır (Kim & Kuljis, 2010).

Destinasyonlara ait yorumlar 17.01.2023 tarihinde Nomad List web sitesinin “reviews”

sekmesinden elde edilmiştir. Tablodaki şehirlere ulaşmak için ise “Turkey” yazarak destinasyonların sıralamasına göre yorumlar derlenmiştir. Nomad List web sitesinin verilerinin sürekli güncellenmesine bağlı olarak verilerin kısa bir zaman diliminde derlenmiş olması, verilerin güncelliği ve tutarlılığı açısından önem arz etmektedir. Destinasyonlar; İstanbul, Antalya, Alanya, Adana, İzmir, Ankara, Gaziantep, Bodrum, Konya, Bursa şeklinde sıralanmıştır. Her bir destinasyona ilişkin derlenen toplam yorum sayısı 35 olarak saptanmıştır. Veriler tek tek incelenmiş olup tümevarımsal yöntemle ana tema ve alt temalara ayrılmıştır. Destinasyonlar ana teması altında her bir destinasyon bir alt tema olarak belirlenmiştir. Kriterler ana teması altında; Tutum ve Davranış, Konaklama ve Ortak Çalışma Alanları, Şehir Hayatı ve Olanaklar, Güvenlik, İnternet/Wifi, Maliyet, Tarihi- Kültürel ve Doğal Çekicilikler, Yeme-İçme-Eğlence, Ulaşım, İklim, Dil olmak üzere 11 alt tema oluşturulmuştur. Belirlenen ana temalar açıklanarak tablo oluşturulmuş ve verilerin kodlanması bu tabloya göre yapılmıştır. Kodlama ve analiz MAXQDA yazılım programından yararlanılarak gerçekleştirilmiştir. Kodlama, nitel araştırmaların en önemli basamaklarından biridir. Kodlama yapılmadan önce nitel veriler birkaç kez okunmalı ana tema ve alt temalar oluşturulmalıdır. Araştırma sorularını destekleyecek cevaplar veriler içerisinde aranmalı ve tutarlı sonuçlara ulaşılmalıdır. Bu bakımdan ana tema ve alt temaların açıklanması önem arz etmektedir. Analiz sonucunda frekans değerlerine, yüzelere ilişkin grafiklere ve katılımcı yorumlarından kesitlere yer verilmiştir.

3. Bulgular

Araştırmanın ilk bulgusunu Nomad List üzerinden elde edilen yorumlara ilişkin sayılar ve skorlar tablosu oluşturmaktadır. 5 puan üzerinden belirtilen toplam skora göre sıralanan destinasyonlara ait yorumlar sadece 10 destinasyonda yer aldığından Türkiye'nin dijital göçebe destinasyonlarının aşağıdaki destinasyonlar olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 1. Destinasyonlara Ait Yorum Sayıları ve Skorları

	Destinasyonlar	Yorum sayısı	Toplam Skor
1	İstanbul	20	3.37/5
2	Antalya	5	3.21/5
3	Alanya	1	3.14/5
4	Adana	-	3.06/5
5	İzmir	5	2.97/5
6	Ankara	1	2.94/5

7	Gaziantep	1	2.93/5
8	Bodrum	1	2.92/5
9	Konya	-	2.71/5
10	Bursa	1	2.29/5

*Veriler 17.01.2023 tarihinde saat 22:42'de elde edilmiştir.

İstanbul Türkiye'nin en çok turist çeken şehirlerinden biri olmakla birlikte dijital göçebelerin de uğrak noktası olmuştur. Destinasyonlar arasında hakkında en çok yorum yapılan şehir olması bakımından ön plana çıkmaktadır. Ayrıca İstanbul, dijital göçebelerin belirtilen kriterlere göre puanlamaları sonucunda elde edilen skorlar sonucunda en üst sırada yer almaktadır (3.37/5). Hakkında İstanbul'a göre nispeten az yorum olan İzmir ve Antalya genel olarak dijital göçebeler için uygun bir destinasyon olarak görülmektedir. Adana ve Alanya'nın puanı yüksek olmasına rağmen hakkında yoruma pek yer verilmemiştir.

Tablo 2. Yıllara Göre Türkiye'yi Ziyaret Eden Tahmini Dijital Göçebe Sayısı

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
İstanbul	284	534	584	434	1034	1467	1917	3817	6650
Antalya	67	67	84	100	117	200	350	1117	1817
Alanya	34	34	0	17	67	84	84	217	467
Adana	0	0	0	0	0	0	0	17	34
İzmir	0	67	34	17	67	84	117	167	567
Ankara	17	0	0	17	34	34	84	84	200
Gaziantep	0	0	0	0	17	0	0	17	17
Bodrum	17	34	0	0	17	17	117	50	250
Konya	0	0	0	0	0	0	0	0	67
Bursa	0	0	0	0	0	0	0	0	50

*Veriler 17.01.2023 tarihinde saat 22:55'te elde edilmiştir.

** Tüm dijital göçebeler Nomad List üyesi değildir ve tüm Nomad List üyeleri seyahatlerini kaydetmeyebilir.

Nomad List'e üye kişilerin hareketliliği sonucunda elde edilen tahmini veriler Tablo 2'de gösterilmektedir. Veriler 12 ayın ortalaması alınarak sunulmaktadır. Gösterilen değerler, Nomad List üyeleri tarafından kaydedilen toplam seyahat sayısına dayalı olarak yapılan tahmini ziyaretlerdir. Bir destinasyona yapılan ziyaretler, o yıl içinde daha fazla ziyaret etseler bile kullanıcı başına yılda yalnızca bir kez sayılmaktadır. Bu veriler doğrultusunda İstanbul'un giderek artan dijital göçebe sayısı dikkat çekmektedir. Pandemi dönemi yaşansa bile sayıların artışı uzaktan çalışmak için İstanbul'un tercih edilebilecek bir destinasyon olduğunu göstermektedir. Diğer şehirlerin de özellikle 2022 yılında ani bir artışla dijital göçebeler tarafından tercih edildiği görülmektedir. Fakat istikrarlı bir şekilde

Nomad List'in aktif olduğu yıldan 2022 yılının sonuna kadar İstanbul ve Antalya'nın dijital göçebelere ev sahipliği yaptığını söylemek mümkündür.

Araştırmanın bir diğ er bulgusunu ana tema ve alt tema tablosu oluşturmaktadır. Ana tema ve alt temalara dair izler arayabilmek için tablodaki tanımlamalar verilerin gruplandırılmasına ve analizine ışık tutmaktadır. Aksi takdirde analizde hatalar olabilmekte kodlanan veriler yanıltıcı olabilmektedir. Araştırmada veriler tek tek incelenmiş tümevarımsal (her bir olgudan kavramın geneline) bir araştırma yolu izlenerek ana tema ve alt temalar oluşturulmuştur.

Tablo 3. Ana Tema ve Alt Temalara İlişkin Açıklamalar

	Alt Tema	Açıklamalar
Ana Tema: Kriterler	Tutum ve Davranış	Destinasyonlardaki yerel halkın veya hizmet sunanların dijital göçebelere karşı olumlu veya olumsuz tutum ve davranışlarını ifade etmektedir.
	Konaklama ve ortak çalışma alanları	Dijital göçebelerin daha rahat vakit geçirebilecekleri, çalışabilecekleri ve konaklayabilecekleri yerleri ifade etmektedir.
	Şehir Hayatı ve Olanaklar	Dijital göçebeler tarafından tercih edilen destinasyonların alt yapı imkanlarını, kalabalık veya sakin olma durumunu ifade etmektedir.
	Güvenlik	Dijital göçebelerin- özellikle kadın dijital göçebelerin- kendilerini rahat ve güvende hissetmeleri için gerekli olan güvenlik koşullarını ifade etmektedir.
	İnternet/Wifi	Destinasyonlardaki internet ağı, gücü, kapasitesini ve wifi imkanlarını ifade etmektedir.
	Maliyet	Destinasyonlardaki günlük veya aylık harcanan para miktarını, destinasyonun ucuz veya pahalı olma durumunu ifade etmektedir.
	Tarihi, Kültürel ve Doğal Çekicilikler	Destinasyonların sahip oldukları tarihi, kültürel ve doğal çekicilikleri ifade etmektedir.
	Yeme-İçme-Eğlence	Dijital göçebelerin yeme-içme ihtiyaçlarını karşılayabilecek tesisleri yerel kültüre ait veya popüler yiyecek-içecekleri veya zaman geçirebilecekleri, eğlenebilecekleri mekanları ifade etmektedir.
	Ulaşım	Destinasyonlarda bir yerden başka bir yere hareket ederken kullanılacak ulaşım araçlarının (taksi, metro, otobüs, Uber vb.) kolaylığını veya ağını ifade etmektedir.
	İklim	Destinasyonun sahip olduğu dijital göçebelere hitap edebilecek iklim koşullarını ifade etmektedir.
	Dil	Yerel halkın veya turizm sektöründe hizmet sunanların en az bir dili (İngilizce) iyi konuşabilme derecelerini ifade etmektedir.

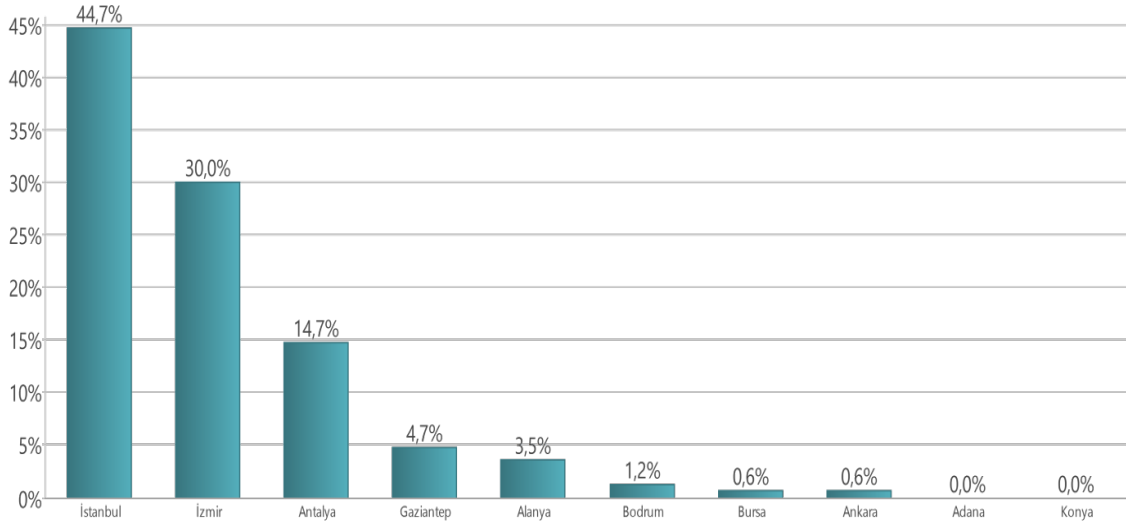
Araştırmada belirlenen bir diğer tema “destinasyonlar” ana temasıdır ve alt temaları ise İstanbul, Antalya, Alanya, Adana, İzmir, Ankara, Gaziantep, Bodrum, Konya, Bursa destinasyonlarından oluşmaktadır. Özel isimler olması bakımından açıklamalarının yapılmasına ve tabloda yer verilmesine gerek duyulmamıştır.

Tablo 4. Ana Tema ve Alt Temalara İlişkin Frekans Değerleri

Kod Sistemi	381
Destinasyonlar	170
İstanbul	76
Ankara	1
İzmir	51
Adana	-
Gaziantep	8
Bodrum	2
Konya	-
Bursa	1
Antalya	25
Alanya	6
Kriterler	211
Tutum ve Davranış	33
Konaklama ve ortak çalışma alanları	16
Şehir Hayatı ve Olanaklar	22
Güvenlik	11
İnternet/Wifi	14
Maliyet	18
Tarihi, Kültürel ve Doğal Çekicilikler	25
Yeme-İçme-Eğlence	31
Ulaşım	22
İklim	6
Dil	13

Nitel veriler kodlandıktan sonra elde edilen frekans değerleri Tablo 4’te gösterilmektedir. Yazılan her bir cümle anlamı belirtilen alt tema açıklaması doğrultusunda kodlanmış ve frekanslar elde edilmiştir. Hakkında en çok yorum yapılan şehir olması bakımından İstanbul yine en yüksek kodlama sayısına sahiptir. Hakkında yorum olmaması nedeniyle kodlama sayısı olmayan şehirler Adana ve Konya’dır. Kriterler ana teması altında en çok tekrarlanan alt temanın “Tutum ve Davranış” alt teması olduğu görülmektedir. İkinci olarak en çok tekrar edilen alt tema ise “Yeme-İçme-Eğlence”dir. En az tekrar edilen alt temaların “Güvenlik” ve “İklim” alt temaları olduğu göze çarpmaktadır. Alt temalara

ilişkin detaylı açıklamalar ve yorumlamalar yüzde sonuçlarına ilişkin şekil altında detaylandırılmış ve yorumlardan kısımlar sunulmuştur.



Şekil 1. Destinasyonlara İlişkin Yüzde Değerleri

Destinasyonlara yönelik yorumlara ait içerik analizi sonucunda sonra elde edilen yüzde değerleri Şekil-1’de gösterilmektedir. Tüm yorumlar içerisinde İstanbul hakkında en çok yorum yapılan destinasyondur. Hakkında yorum olmayan fakat puanlamaya sahip destinasyonlar ise Adana ve Konya’dır. Destinasyonlara ilişkin değerlendirmeler ve dijital göçebe yorumlarından kesitler aşağıda detaylandırılmaktadır. Her bir destinasyona ilişkin iki olumlu ve iki olumsuz olmak üzere (hakkında tek veya çok az yorum olan destinasyonlar hariç) dijital göçebe yorumlarına yer verilmektedir.

İstanbul: İstanbul’un Türkiye’ye gelen turisti çoğunlukla ilk karşılayan şehir olması bakımından dijital göçebeler tarafından keşfedilmesine olanak tanıyan birçok yönü ve imkânı bulunmaktadır. Özellikle jeopolitik konumu ve tarihi önemi dijital göçebeler tarafından ilgi görmektedir. İstanbul’un yeme içme alternatifi bakımından birçok restorana sahip olması, ayrıca sokak lezzetlerinin yaygın olması yiyecek içecek kültürünün temsil edildiğinin göstergesidir. Türk misafirperverliğinin dijital göçebeler tarafından algılanması ve tutum ve davranışın genel olarak iyi oluşu İstanbul’u cazip kılmaktadır. Ayrıca İstanbul’da ve diğer tüm destinasyonlarda yaşam maliyeti dijital göçebelerin bütçesi için oldukça uygundur. Yorumlar incelendiğinde olumluya göre daha az olsa da olumsuz bakış açılarının da mevcut olduğu tespit edilmiştir. Özellikle ulaşım da sıkıntılar mevcuttur. Taksi şoförlerinin trafik kurallarına uymaması, turisti dolandırmaya

yönelik tutum ve davranışlarda bulunulması, Uber gibi ulaşım araçlarında yaşanan iptaller veya usulsüzlük, kısa mesafelerde müşteri kabul edilmemesi gibi durumlar dijital göçebelerin sıklıkla yaşadıkları sıkıntılardandır. Özellikle Taksim ve çevresinin güvenli olmadığı belirtilmektedir. Tek başına seyahat eden kadın dijital göçebelerin rahatsız olduğu durumların olduğu tespit edilmiştir.

“Harika yemekler yiyebilir ve tarihin en eski şehirlerinden birinde dolaşabilirsiniz.”

“Türk halkı genellikle arkadaş canlısıdır ve yaşam maliyeti yabancılar için çok uygun olabilir.”

“Uber’ler sinir bozucu, sizi iptal etmeye devam ediyorlar ve bu, bir yere gitmeyi çok zorlaştırıyor. Normal taksiler dolandırıcı olmakla ünlüdür. Hâlihazırda Uber uygulamasında kartla ödeme yapıyor olmama rağmen, bir Uber sürücüsü bile benden nakit ödeme yapmamı isteyerek beni dolandırmaya çalıştı.”

“Aslında turistlerin gözdesi olan Taksim semti ve tarihi yerler, yöre halkının en sevmediği ve güvensiz bulunduğu yerlerden.”

İzmir: Araştırmanın bulgularına göre İzmir’in İstanbul’dan daha iyi bir dijital göçebe destinasyonu olduğuna dair algılar mevcuttur. İzmir’in daha kozmopolit ve özgür bir şehir olduğu algısının olduğu belirtilmiştir. İngilizce konuşma oranı bakımından olumlu bir algı ortaya çıkmaktadır. İnsanların arkadaş canlısı olduğu, ikliminin ve şehir olanaklarının dijital göçebeleri cezbediği söylenebilmektedir. Fakat birçok şehirde olduğu gibi İzmir’de de olumsuz deneyimler yaşanmıştır. Fiyatların çoğu zaman yüksek olması, kavgaya tanıklık, trafik sorunu gibi sorunlar yaşanmıştır. Alsancak, Bostanlı, Karşıyaka gibi semtlerin dijital göçebeler için güvenli, canlı ve çekici olduğu belirtilmiştir.

“Gençler İngilizce konuşur, yaşlılar konuşmaz ama yine de Türkçe’yi denemelisiniz.”

“Dost canlısı yerliler, arkadaş edinmesi kolay. Bir bara git ve kiminle sohbet et. Hızlı bir şekilde arkadaş olacaksınız.”

“İnsanlar ırkçıydı, yabancılar için apaçık fahiş fiyat uyguluyorlardı ve bir gece rastgele bir grup kavgacı adam bir bardan atıldığında erkek arkadaşım sokakta yakalanmış ve onlar da şanssızlığına uğrayan herkese yumruk ve tekme atarak dışarı çıkmışlardı.”

“Şehrin birçok yerinde yürümek uygun değil: kaldırımlar çoğunlukla dar ve

engebeli ve trafik ışıkları garip bir şekilde çalışıyor.”

Antalya: Antalya hakkında İstanbul ve İzmir’e göre daha az yorum mevcuttur. Fakat yapılan yorumların hemen hemen hepsi olumludur. Plajları, iklimi, tatil köyleri, yeme içme tesisleri, doğası ile ön plana çıkmaktadır. Dijital göçebeler tarafından gittikçe önemi artan ve popüler olan bir yer olduğu ifade edilmiştir. Ortak çalışma alanlarının olmamasına dair sıkıntılar belirtilmiş, kiraların yüksek olmasına yönelik olumsuz algılar dile getirilmiştir. Ayrıca İngilizce konuşabilen halkın olmaması bir başka dile getirilen olumsuz konudur.

“Birçok yemek ve kafe seçeneğiniz var, dünyayı gezdikten sonra Antalya, gittiğim en iyi yerlerden biri.”

“Yaz aylarında (Haziran-Temmuz-Ağustos) Avrupalı ve Rus turistlerin en popüler noktalarından biri. Özellikle ilçeleri plajları, tatil köyleri ve diğer doğal güzellikleri ile tanınır.”

“Ortak çalışma seçenekleri açısından pek bir şey yok. Orada sadece birkaç seçenek varmış gibi geliyor. Bir ortak çalışma alanı buldum ama dürüst olmak gerekirse göçebe için uygun bir yer değilmiş gibi geliyor.”

“Yolculuk paylaşımı uygulaması yok. Gerçekten. Tek seçenek, geleneksel taksiler ile devam etmektir.”

Gaziantep: Gaziantep hakkında 1 yorum olmasına rağmen içerisinde birçok kriter değerlendirilmiştir. Yeme içme kültürü, çalışmak için alanlar, alışveriş imkânları olumlu değerlendirilmiş, hamamları, müzeleri tarafından ilgi görmüştür. Yerel halkın giyim kuşamına dikkat edilmiş yöresel olduğu düşünülmüştür. Olumsuz olarak görülen algı ise yine diğer şehirlerde olduğu gibi trafik sorunudur.

“Yemek yemek ve çalışmak için çeşitli seçeneklerin bulunduğu büyük bir alışveriş merkezi var.”

“Kadın nüfusu çoğunlukla küçük kasaba insanı gibi davranıyor. Dış görünüşe önem verme ve bunun gibi şeyler.”

“Trafikte son derece dikkatli olun! Hiçbir kurala uyulmaz.”

“Faaliyetler açısından, müzeler ve hamamlar (saunalar) gibi turistik alanlarla sınırlıdır.”

Alanya: Hakkında 1 yorum olan fakat birkaç kriteri değerlendirilen bir destinasyondur. Aşağıdaki yorumda da belirtildiği üzere, destinasyonun bütçeye uygun olması, internetin

hızlı olması, ortak çalışma alanının olmamasına ilişkin değerlendirmeler mevcuttur.

“Oldukça uygun”

“Fiber İnternet (50mbps'ye ulaşmak kolaydır)”

“Bazen gerçekten yavaş (bazıları için profesyonel olabilir)”

“Ortak çalışma alanı yok”

Bodrum: Bodrum’un koyları ve doğası dijital göçebelerin keyif alabileceği ve tercih edebileceği düzeydedir. Dünya’nın en ünlü dijital göçebe destinasyonları ile kıyaslanabilecek güzelliğe sahiptir. Yerel halka yönelik algı olumludur ve bir emekli yaşamının sürdürüldüğü kent olarak nitelendirilmiştir. Destinasyonun tek dezavantajı pahalı oluşudur.

“Bali veya Tayland’ın güzel kıyılarından hiçbir farkı olmayan harika koyları vardır.”

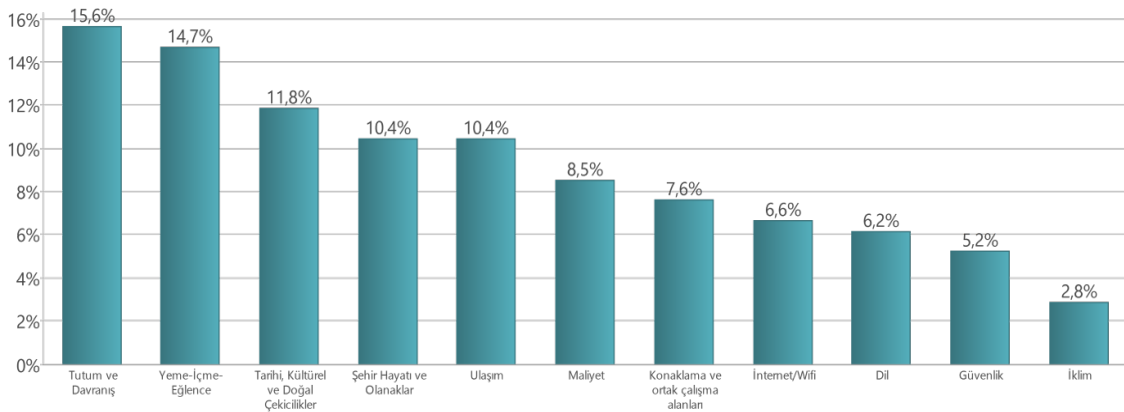
“Bodrum, pahalı (merkezi) ama oldukça güzel (çevredeki köyler/rıhtımlar) bir yerdir ve oldukça eğitilmiş, laik nüfusun ve emekli kesimin evlerinden oluşur.”

Bursa: Bursa hakkındaki tek yorum yiyecek içecek kültüründe ön plana çıkan İskender kebabı hakkında yapılan yorumdur. Akılda kalıcı olduğu düşünüldüğünde dijital göçebelerin gelecekte yeme içme kültürüne yönelik beklentilerinin artabileceği söylenebilir.

“İnsanlar “iskender kebabı” yemeli”

Ankara: Ankara hakkındaki tek yorum olan aşağıdaki ifadede güvenli bir şehir olduğundan şehrin rahat ve genel olarak sıcak bir atmosfere sahip olduğundan söz etmek mümkündür.

“Türkiye’nin başkenti ve çok güvenli keyifli bir ortam, rahat ve sıcak bir yer”



Şekil 2. Kriterler Ana Temasının Alt Temalarına İlişkin Yüzde Değerleri

Tutum ve Davranış: Kriterler ana teması altında en çok tekrarlanan “tutum ve davranış” alt teması dijital göçebelerin en çok dikkat ettiği konunun başında gelmektedir. Genel olarak Türkiye’ye yönelik algı değerlendirildiğinde halkın tutum ve davranışının olumlu olduğu, yardımsever bir davranış biçiminin sergilendiği yorumlardan anlaşılmaktadır. Fakat birkaç olumsuz yorum doğrultusunda kadın dijital göçebeler için tüm deneyimlerin olumlu olmadığı görülmektedir. Türk misafirperverliği geçmişten günümüze değişmeyen bir olgu olmakla birlikte örnekleri az olsa da kadın turistlere yönelik bakış açısının kırılmadığını söylemek mümkündür.

“İstanbul’u seviyoruz! İstanbul’da artısı yok diyen kişiye, bu kişi gerçekten İstanbul’da mıydı yoksa hep olumsuz mu görüyor emin değilim. İnsanlar çok güzel! Turistik bir yer olmasına rağmen satıcılar agresif değil. Yerliler soğuk. Hatta bazı dükkanlar, kesin bir değişiklik yoksa faturamızı aşağı yuvarlar.”

“Yerliler çok yardımsever, sadece iyi olanları aramalısın. Ve belki kibar ol ki insanlar da sana iyi davransın”

“Ne yazık ki, ne kadar uzun süre kalırsak, o kadar kötü oldu. Ayrıldığımız için çok rahatlamıştık. Burada bizi akli başında tutan çok nazik bir yerel arkadaş edindik ve onlar bile seçme şansları olsa burada yaşamayacaklarını söylediler.”

“Bir kadın olarak da kendimi güvende hissetmiyordum - bir bayan arkadaşım bir haftalığına ziyarete geldi ve bir gece tatlı yemeye gittik, sadece yanımızdaki masada oturan iki adam tarafından taciz edildik ve görünüşe bakılırsa kibarca davrandığımız için böyle düşünüyorlardı. Nereli olduğumuz sorusuna cevap vermek, bizi eve kadar takip etmeye çalışmak ve durmalarını istediğimizde kızmak ve kabalaşmak için bir davetti.”

Yeme – İçme – Eğlence: Türk mutfağı algısı dijital göçebelerin de olumlu olarak değerlendirdiği bir olgu olarak açıkça görülmektedir. Çay kültürü ve kahvehaneler dijital göçebelerin ilgisini çekmiş, yöresel lezzetlerin tadına bakılmıştır. Değerlendirilen destinasyonlarda yeme içme olanaklarının çok iyi ve uygun olduğuna dair yorumlar bulunmaktadır. Gece hayatı için önerilen noktalar özellikle İstanbul’da yoğunlaşmakta İzmir ise bu konuda ikinci sırada yerini almaktadır.

Müthiş! Manisa kebabını deneyin. Ben yalnız bir kadındım.

Her sokağın çay kültürü ve topluluk duygusu da harika!

Taksim’de gece hayatı önerilmez. Kadıköy veya Beşiktaş, Sarıyer gibi yerleri

tercih etmeniz önerilir.

Partiler gerçekten eğlencelidir ve eğlenmek için her türlü mekân vardır (barlar, gece kulüpleri, restoranlar...).

Tarihi, Kültürel ve Doğal Çekicilikler: Türkiye'deki destinasyonların öne çıkan en önemli ve turistler tarafından en çok sevilen yönü tarihi, kültürel ve doğal çekiciliklere sahip olmasıdır. Dünya'daki birçok destinasyon ile kıyaslanan fakat bu bakımdan birçok destinasyondan daha çok ve değerli kültürel alanlara ve doğal çekiciliklere ev sahipliği yapmaktadır. Hakkında olumsuz yorum olmayan tek alt tema olması bakımından ülkemizin en güçlü yanını oluşturduğu söylenebilir.

“Harika yemekler yiyebilir ve tarihin en eski şehirlerinden birinde dolaşabilirsiniz.”

“Evet, İstanbul'un muhteşem bir tarihi ve coğrafi konumu var.”

“Antalya'ya 3/5 veren yorumlardan birine cevap vermek istedim. Bence Antalya çok daha iyisini hak ediyor! 2 milyon nüfuslu devasa bir şehir ve doğası, parkları, dağları, denizi, kültürü vs. nedeniyle hala süper harika hissettiriyor.”

“Evet, güzel bir mimari ve havalı bir doğu (oriental) havası var.”

Şehir Hayatı ve Olanaklar: Şehir hayatı özellikle İstanbul ve İzmir gibi büyük şehirlerde olumsuz algılanmaktadır. Şehrin kalabalığı, trafiğin yoğunluğu, elektrik kesintileri, şehirdeki kavga ve gürültünün varlığı olumsuz olarak bahsedilen durumlardır. Fakat her şehirde olduğu gibi sakin ve kalabalıktan kaçılacak yerlerin var olduğu da bilinmektedir.

“Birçok bar ve gece kulübünün bulunduğu liberal ve kozmopolit şehir. Herhangi bir süpermarkette alkollü içki satın almak sorun değil. Ayrıca, şehrin yakınında bir şarap turuna çıkabileceğiniz birkaç iyi şarap imalathanesi var.”

“Yine de size bir tavsiyem olacaksa, Moda, Kadıköy'de kalın. O kadar kalabalık değil, daha rahat ve insanlar daha kibar (o kadar hoş değil ama Avrupa yakasına göre...)”

“Bağdat Caddesi'ndeki bir McDonald's'ın hemen önünde, bir adamın çocuğunun önünde evsiz bir kadını dövdüğünü de gördüm. Bunu uyduruyormuşum gibi geliyor ama doğru.”

“Şehir merkezi temiz değil, taksiye binmek neredeyse imkânsız, elektrikler çok sık kesiliyor ve uzaktan yaptığım işin ne zaman duracağını hiç bilmiyorum.”

Ulaşım: Dijital göçebelerin özellikle yakındığı ulaşım aracının taksiler olduğu tespit edilmiştir. Metro gibi toplu taşıma araçlarının büyük şehirlerde gelişmiş olması olumlu algıya sebep olmakta ve şehrin gelişmişliğini ön plana çıkarmaktadır. Bir şehir içerisindeki otobüs ile ulaşımın kolaylığı da dikkat çeken olumlu bir yöndür.

“Otobüsler, İzmir'den Türkiye'nin herhangi bir yerine mükemmel ulaşım sağlar. Keşke şu an orada olsaydım! Kordon boyunca yürüyün, Alsancak, Karşıyaka ve Kemeraltı'yı keşfedin. Hafta sonları Kuşadası veya Çeşme'ye giden bir otobüse binin. Müthiş!”

“İstanbul, başlamak için ulaşım açısından oldukça gelişmiş bir metropol.”

“Uber sadece nakit ile çalışıyor ve fiyat doğru değil, toplu taşıma için Google Maps'e güvenmeyin (size tüm rotaları vermiyor ve bazı otobüs rotaları yanlış)”

“Yolculuk paylaşımı uygulaması yok. Gerçekten. Tek seçenek, geleneksel taksileri rezerve etmektir.”

Maliyet: Maliyetin yüksekliği hakkında çok fazla olumsuz yorum olmasa da genel olarak yaşam maliyeti düşüktür. Fakat dijital göçebelerin rahatsız olduğu durum, yabancılara uygulanan fiyat uygulamasıdır. Bunun dışında yiyecek içecek maliyeti düşük (alkol hariç) ve kabul edilebilir düzeydedir.

“Güzel apartmanlar var, iki yatak bile 1.800 liraya (120 dolar) satılıyor, uzun vadeli kontrat imzalarsanız, eminim 87 dolar mümkün.”

“Her yerde iyi fiyatlarla kahve ve çay dükkanları var”

“Yiyecek, yiyecek, giyecek vb. her şey gerçekten ucuz. Alışılmadık şekilde pahalı olan tek şey alkol. Kira fiyatları da fırlıyor”

“Yabancılara fahiş fiyat uygulaması, herhangi bir destinasyonda nadir görülen bir olgu değildir.”

Konaklama ve ortak çalışma alanları: Türkiye’de konaklama işletmelerinin hizmet kalitesi oldukça yüksek olsa da dijital göçebelerin tercih ettiği konaklama türünün maliyeti bakımından çoğunlukla ev kiralama ve Airbnb olduğu bilinmektedir. Maliyet açısından uygun olan yerlerin ise hizmet kalitesinin düşük olması nedeniyle dijital göçebeler tarafından tercih edilmemektedir. Ortak çalışma alanı ise dijital göçebelerin tercih ettikleri destinasyonlarda sıkça kullanılan ve alan olarak sağlanan komplekslerdir. Ortak çalışma alanlarının olmaması dijital göçebe destinasyonu olma kriterlerinin sağlanamaması bakımından olumsuz bir durumdur.

“Ne yazık ki orada iyi bir pansiyon bulamadım. Ve ekonomik oteller çoğunlukla modası geçmiş ve genellikle depresif mahallelerde bulunuyor. Umarım durum yakında değişir.”

“Daha büyük bir dijital göçebe topluluğa ve daha iyi ortak çalışma alanlarına ihtiyacı var.”

“Ortak çalışma seçenekleri açısından pek bir şey yok. Orada sadece birkaç seçenek varmış gibi geliyor. Bir ortak çalışma alanı buldum ama dürüst olmak gerekirse göçebe bir yer gibi gelmiyor.”

“Kısa süreli konaklama için yeterli seçenek yok: birkaç iyi Airbnb ve uluslararası zincirlerin pahalı otelleri iyidir.”

İnternet/Wifi: İnternet hızı ve ağı ile ilgili deneyimler genellikle olumludur. Kimi zaman elektrik kesintileri veya internet hızında dalgalanmalar olduğu belirtilse de yorumların olumlu olduğu görülmektedir. Fakat uzun dönemli kalmak isteyen dijital göçebeler için telefona bağlı hücresel veri için SIM kart satın almanın pahalıya mal olduğunu belirten yorumlara yer verilmiştir.

“Wifi sağladı ama burada ve dairem nezihti ve şehir oldukça güvenli hissettirdi.”

“İşlerinizi halledebileceğiniz güvenilir Wi-Fi bulunan çok sayıda kafe ve halka açık alan vardır.”

“İzmir'in en merkezi yerinde 2 farklı Airbnb'de kaldık ve ikisinde de kesik kesik internet vardı.”

“İnternet için şehir merkezinde sim kartı almalısın, hava limanından daha ucuza geliyor.”

Dil: Türkiye yıllardır turist çeken ülke olmasına rağmen aşılamayan konulardan biri de yabancı dil problemidir. Dijital göçebelerin de sıklıkla yakındığı konuların başında halkın İngilizce'yi yeterli düzeyde konuşamama durumu gelmektedir. İletişimin en önemli unsuru olan dil yeterliliğinin turizmde hizmet sunan destinasyonlarda turist memnuniyeti için önemli bir kriter olduğu söylenebilir. Dijital göçebelerin yorumlarından anlaşılacağı üzere dil konusunda bir memnuniyetsizlik ve olumsuz algının olduğu açıktır.

“Şehirde ofisleri olan birçok insani yardım kuruluşu olduğundan, nüfus bir şekilde yabancılara alışkın. Bununla birlikte, temelde hiç kimse İngilizce konuşmuyor.”

“İngilizce yaygın olarak konuşulmamaktadır ve Türkçe konuşamıyorsanız sorun olabilir. 'Otantik' Türk mahallelerinde yaşamaya karar verirseniz zor zamanlar geçirebilirsiniz çünkü İngilizce konuşan insan bulmak zordur. Bundan kaçınmak için Avrupa yakasında kalın, Taksim çoğu yabancıların takıldığı ve insanların düzgün İngilizce konuştuğu yerdir.”

“Çok fazla insan İngilizce konuşmaz, ancak genellikle insanlar arkadaş canlısıdır ve Google çevirmen aracılığıyla iletişim kurmaya açıktır.”

“İnsanların %99'u tek kelime İngilizce konuşmuyor, bu da her etkileşimi yorucu hale getiriyor.”

Güvenlik: Dijital göçebelerin bir kısmı Türkiye'deki destinasyonların güvenli olduğunu söyleseler de diğer kısmı güvenli olmadığını belirtmektedirler. Fakat çoğunluğu güvenli olmadığı belirtmekte özellikle kadın dijital göçebeler için dezavantajlı olduğunu ifade etmektedirler. Bu Türkiye'nin imajının kötü olarak algılanmasına sebep olmaktadır. En önemli ihtiyaç olan güvenlik ihtiyacının turizm sektöründe sağlanamaması acilen düzeltilmesi gereken bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

“O yüzden orada kime güvendiğinize dikkat edin ama bunun yerine büyüdü bir şehir, her zaman yapacak bir şey var, çok güzel ve uygun fiyatlı ve bir kadın olarak orada kendimi çok güvende hissettim (Türkçe öğrendim ama ondan önce bile kendimi güvende hissettim)”

“İstanbul'da bir yıl geçirdim ve kesinlikle harika. Şehir gerçekten güvenli, gece geç saatlerde eve yürüyerek, sorunsuz döndüm.”

“Dolandırıcılara dikkat edin. Taksim/İstiklal Caddesi'nde her yerdeler. 10 taksiciden 1'i sizi dolandırmaya çalışacak. Uber bile sizi bu konuda koruyamaz.”

“Şehrin kendisi aşırı kalabalık ve şehir merkezinde yaşamama rağmen geceleri yakınlarda yürümekten korkuyorum.”

İklim: Bodrum ve Antalya özelinde yapılan iklime dair yorumların dijital göçebeler için uygun olduğu ve yaşanabilir destinasyonlar olduğu dikkat çekmektedir.

“Genel olarak Antalya'ya uygun ama mükemmel değil. Hava mükemmeldi (neredeyse her gün -6 C°) ve şehrin doğası kesinlikle büyüleyici.”

“30 ila 60 dakikalık sürüş mesafesinde harika iklim, tarihi cazibe merkezleri ve mükemmel plajlar ve uçurtma sörfü noktaları.”

“Evet, tropik bir yer değil, bu yüzden kışın yaklaşık iki ay soğuk oluyor.”

“Sıcaklık 40 derecenin üzerine çıkabilir.”

Tablo 5. Kod İlişkiler Tarayıcısı Sonuçlarına Göre Ana Tema ve Alt Temaların İlişkileri

		İstanbul	Ankara	İzmir	Adana	Gaziantep	Bodrum	Konya	Bursa	Antalya	Alanya
Kriterler	Tutum ve Davranış	18	-	12	-	2	-	-			
	Konaklama ve ortak çalışma alanları	6	-	5	-	-	-	-	-	4	1
	Şehir Hayatı ve Olanaklar	10	1	7	-	1	1	-	-	-	2
	Güvenlik	7	-	4	-	-	-	-	-	-	-
	İnternet/Wifi	3	-	5	-	-	-	-	-	4	1
	Maliyet	5	-	10	-	-	-	-	-	2	1
	Tarihi, Kültürel ve Doğal Çekicilikler	12	-	5	-	2	1	-	-	5	-
	Yeme-İçme-Eğlence	11	-	12	-	3	-	-	1	3	1
	Ulaşım	9	-	7	-	1	-	-	-	4	1
	İklim	-	-	3	-	-	-	-	-	3	-
Dil	5	-	5	-	1	-	-	-	2	-	
TOPLAM		86	1	75	-	10	2	-	1	27	7

Araştırmada hem destinasyonlar hem de kriterler olmak üzere iki ayrı ana tema incelenmiştir. Her iki ana temanın alt temaları arasında kesişen ve her iki ana temaya veya birden fazla dahil olan yorumlar/cümleler yer almaktadır. MAXQDA yazılım programının kod ilişkiler tarayıcısı sekmesi üzerinden gerçekleştirilen analizde her iki ana tema altında yer alan yorumların kesişim kümelerine/frekanslarına yer verilmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda İstanbul hakkında en çok bahsedilen konu “Tutum ve Davranış” konusudur. Dijital göçebelerin daha çok destinasyonda bulunan kişilerin tutum ve davranışı hakkında söz ettiği görülmektedir. İstanbul’un tarihi kültürel ve doğal çekicilikleri ön plana çıkmaktadır. Benzer şekilde İzmir’in tutum ve davranış, maliyet, yeme içme ve eğlence olanakları dikkat çekmiş ve dijital göçebeler tarafından genellikle olumlu algılanmıştır. Antalya ve Alanya ulaşım yönünden dijital göçebelerin zihninde olumlu bir yer etmiş ve tarihi, kültürel ve doğal çekicilikleri de göz ardı edilmemiştir. Gaziantep gastronomi turizminde olduğu gibi dijital göçebeler tarafından güçlü yanı olarak yeme-içme- eğlence olanakları ön plana çıkmıştır.

4. Sonuç ve Tartışma

Destinasyon yönetim sürecinde bir hedef kitleyi anlamak ve onların beklentilerini doğru

saptamak stratejik adımların en önemlisidir. Doğru belirlenen ihtiyaç, istek ve beklentiler turistik ürünün oluşumuna olumlu katkılar sağlamaktadır. Turistik ürünün çekici kılınması ve tercih edilebilirliğinin istikrarlı bir şekilde ilerlemesi, o turistik ürünü deneyimleyenlerin algılarını ölçmek ile sağlanabilmektedir. Turizmde yeni bir niş pazar olan dijital göçebelerin tanınması, destinasyonlara ilişkin beklentilerinin tespit edilmesi, deneyimlerinin geri bildirimleri vasıtasıyla alınması gelecekte Türkiye'yi tercih edecek olan dijital göçebelerin memnuniyetlerine etki edecektir. Bu nedenle, bu çalışmada ortaya konulan her bir veri gelecekte yapılacak olan dijital göçebelere yönelik pazarlama çalışmaları açısından önem arz etmektedir. Chevtaeva & Denizci-Guillet (2021)'e göre pazarlama kampanyalarında ve ürün geliştirmede daha başarılı olmak için turizm sektörü, dijital göçebe pazarındaki çeşitliliği ve beklentileri bilmelidir. Dijital göçebelerin ortak çalışma deneyimlerini anlamak ve yorumlamak ürün geliştirme sürecine katkı sağlamaktadır. Ayrıca destinasyon yönetim örgütlerinin, dijital göçebelerin destinasyonlardaki ekonomik hareketliliğe katkısını algılamaları gerekmektedir. Dijital göçebelerin yerel kültüre ait izleri yorumlamaları, destinasyon yöneticileri için birer veridir. Bu veriler, dijital göçebelerin destinasyona çekilmesi esnasında değerli bilgiler sunmaktadır.

Türkiye'deki dijital göçebelerin tercih ettikleri destinasyonlar, aynı zamanda hem ülke genelinde hem de dünyada bilinen popüler destinasyonlardır. Diğer turistlerden farklı olarak dijital göçebelerin dikkat ettikleri en önemli husus konaklama ve ortak çalışma alanlarıdır. Uzaktan çalışma yaşamının getirdiği gereklilik doğrultusunda uzun süreli konaklamalar yıldızlı lüks otellerde gerçekleştirilemediğinden Airbnb veya kiralık evler gibi konaklama imkânlarının gelişimi dijital göçebeler için önemlidir. Orel (2020)'e göre dijital göçebelerin yaşam tarzı diğer turist tipolojilerinden farklı olarak sürdürülebilir bir hareketliliği benimsemek ve destinasyonun bir parçası gibi davranmak üzerine kurulmuştur. Bu nedenle onlar için konaklama kapasitelerinde sürdürülebilirliği bozmak veya kitlesel ortak çalışma alanlarını artırmak, destinasyona yönelik olumsuz algının oluşmasına sebep olabilmektedir. Sonuç olarak hem yerel ekonomi, hem de yerel halk için dijital göçebelerin boş zamanlarını değerlendirebilecekleri, bölgenin kültürü ile bütünleşebilecekleri alanların oluşturulması destinasyon yönetimi için yapılması gerekenler arasında yerini almalıdır.

Zaman ve mekândan bağımsız hareket eden dijital göçebelerin seyahat motivasyonlarının

araştırılması, destinasyona yönelik beklentilerinin analiz edilmesinin gerekliliği belirtilmektedir (Reichenberger, 2018). Dolayısıyla destinasyona ilişkin yorumlar ve algılar bu çalışma kapsamında değerlendirilmiş ve belirli alt temalara ayrılmıştır. Bulgular sonucunda dijital göçebelerin destinasyonların imkanlarından ziyade halkın ve hizmet sunanların tutum ve davranışlarını önemli bir kriter olarak gördükleri ortaya çıkmaktadır. Bu durumda, sadece dijital göçebelere karşı değil ülkeyi ziyaret edenlere karşı da olumlu tutum ve davranışların sergilenmesi gerektiğinin altı çizilmelidir. Güvenlik dijital göçebeler için bir diğer önemli konudur. Türkiye’de meydana gelen güvenliği tehdit edici unsurlara rağmen dijital göçebe sayılarında artış gözlenmekte ve bu artış çoğu zaman olumlu geri bildirimler ile sonuçlanmaktadır. Fakat özellikle kadın dijital göçebelerin tek başına seyahatleri sırasında yaşadıkları olumsuz deneyimler Türkiye’nin güvenli olmayan bir ülke olarak algılanmasına sebep olmaktadır. Bu doğrultuda ülkemizin tüm destinasyonlarında güvenlik önlemleri artırılmalı, farkındalıkların yaratılması için çalışmalar yapılmalı turist güvenliğine yönelik bilinç kazandırılmalıdır.

Nomad List’te Türkiye’nin maliyet açısından uygun bir ülke olması, dijital göçebeler için cazip ülke konumunda yerini almıştır. Yeme-içme, eğlence, konaklama ve ulaşım maliyetlerinin düşük olması dijital göçebe olarak ülkeyi tercih edenler için olumlu bir algıdır. Ortak çalışma alanlarının olmayışı dijital göçebe destinasyonu planlamasının henüz başlamadığının göstergesidir. Fakat ülkemiz yeni projelendirmeye başlanan ve Muğla Valiliği tarafından yürütülen Dalyan’ın dijital göçebe destinasyonu olması yönündeki adımlar umut vaat edicidir. Ülkemizin ikliminin turizm hareketliliğindeki olumlu yönü dijital göçebeler tarafından olumlu algılanmıştır. Dijital göçebe destinasyonu olmaya aday olan Dalyan da bu kriteri sağlamaktadır.

Nomad List’te olumsuz yorumların varlığı sebebiyle ziyaret sayısının düşük olabileceği düşüncesi ortaya çıkmaktadır. Web sayfasında yer alan yorumların diğer kullanıcılar tarafından okunduğu ve dikkate alındığı unutulmamalı, olumsuz yorumlara sebep olabilecek her türlü tutum, davranış ve eylemden kaçınılmalıdır. Gelecekte olumsuz yorumların gerçekleşmemesi dijital göçebe memnuniyetinin artırılması için dijital göçebe destinasyonlarının geliştirilmesi gerekmektedir. Aşağıda sektör ve akademinin dikkate alması için önerilen adımların sadece dijital göçebelerin memnuniyeti için değil aynı zamanda destinasyonların gelişimi ve refahı için de önemli bir rol oynayacağı

düşünülmektedir:

- Dijital göçebelerin destinasyon algısını derinlemesine ölçmek (nicel ve nitel olarak) ve öğrenmek,
- Dijital göçebelerin ihtiyaç, istek ve beklentilerini saptamak,
- Dijital göçebelerin beklentilerine uygun destinasyonlar geliştirmek ve ortak çalışma alanları oluşturmak,
- Dijital göçebeler tarafından algılanan olumsuz durumları (dolandırıcılık, farklı fiyat politikaları, taciz, şehir hayatındaki kaos) ortadan kaldırmaya yönelik önlemleri almak,
- Turizm sektörüne ve işverenlere dijital göçebelerin çalışma alanlarına ilişkin önerilerde bulunmak,
- Kadın dijital göçebelerin güvende ve mutlu hissedebileceği bir toplum sağlamak için çalışmalar yürütmek.

Verilen öneriler doğrultusunda yapılacak olan her bir proje ve araştırma, dijital göçebe destinasyonlarının oluşturulması için önem taşımaktadır. Turizm sektörünün ve turizm akademisinin, Türkiye'nin daha tercih edilebilir bir ülke olması için özellikle projeler ve yatırımlar bazında çalışmalar yürütmesi gerekmektedir.

Kaynakça

- Akın, M. Ş. (2021). Dijital göçebelik: Deneyim ve özgürlük. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(1), 41-52.
- Arastaman, G., Öztürk Fidan, İ., & Fidan, T. (2018). *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1), 37-75.
- Blatt, K., & Gallagher, J. (2013). Mobile workforce: The rise of the mobilocracy Medford: Information Today Inc. P. A. Bruck, & M. Rao içinde, Global mobile: Applications and innovations for the worldwide mobile ecosystem. Medford: Information Today Inc.
- Bozdoğan, M., & Özuz Dağdelen, E. (2022). Seyahat, çalışma ve boş zamanın kesişiminde yeni bir grup: Dijital göçebeler. *International Journal of Humanity Mobility*, 2(2), 270-297.
- Busuttil, S. (2021). The rise of the digital nomad. The University of Melbourne: <https://pursuit.unimelb.edu.au/articles/the-rise-of-the-digital-nomad> [Accessed 30.01.2023]
- Chevtava, E. (2021). Coworking and coliving: The attraction for digital nomad tourists. W. Wörndl, C. Koo, & J. L. Stienmetz içinde, Information and Communication Technologies in Tourism, 202–209. Cham: Springer,
- Chevtava, E., & Denizci-Guillet, B. (2021). Digital nomads' lifestyles and coworkation.

Journal of Destination Marketing & Management, 21, 1-11.

- Cook, D. (2022). Breaking the contract: Digital nomads and the state. *Critique of Anthropology, 42(3)*, 304-323.
- Çarpar, M. C. (2020). Sosyolojide iki niteliksel desen: Fenomenolojik ve etnografik araştırma. *The Journal of Social Science, 4(8)*, 689-704.
- Düzgün, E., & Akın, A. (2022). Yeni bir turist tipolojisi önerisi: Dijital göçebelik. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(2)*, 596-612.
- Ens, N., Stein, M.-K., & Blegind Jensen, T. (2018). Decent digital work: Technology affordances and constraints. *International Conference on Information Systems*. California: AIS Electronic Library.
- Georgios, M. (2018). Digital nomadism: Travel, remote work and alternative lifestyles. Lund: Lund University.
- Golafshani, N. (2003). Understanding reliability and validity in qualitative research. *The Qualitative Report, 8*, 597-607.
- Hermann, I., & Paris, C. M. (2020). Digital Nomadism: The nexus of remote working and travel mobility. *Information Technology & Tourism, 22*, 329-334.
- Herring, S. C. (2010) Web content analysis: Expanding the paradigm. J. Hunsinger, L. Klastrup, & M. Allen (Ed) içinde, *International Handbook of Internet Research*, 233-249. Springer.
- Nomad List (2023). <https://nomadlist.com/faq#about> [Accessed 17.01.2023]
- İhlas Haber Ajansı. (2023). Yerel Haberler. 29.01.2023 tarihinde İhlas Haber Ajansı: <https://www.ihb.com.tr/mugla-haberleri/dalyan-dijital-gocebe-turizminde-uluslararası-marka-olacak-4137346/> [Accessed 29.01.2023]
- İli, B., & Büyükbaykal, G. N. (2022). A bibliometric analysis of digital nomad researches. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi (Dijitalleşme Özel Sayısı)*, 306-319.
- Kim, I., Kuljis, J. (2010) Applying content analysis to web-based content. *Journal of Computing and Information Technology, 18*, 369–375.
- Kocaman, S. (2021). Nomadlist’de Dijital Göçebeler Tarafından 2020’de En Fazla Tercih Edilen Destinasyonların Destinasyon Seçim Kriterlerine Göre Kümelendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 5(2)*, 799-815.
- Kocaman, S. (2022). Turizmde dijital göçebe araştırmaları: Sistemantik literatür taraması. *Turizm Akademik Dergisi, 9(2)*, 447-462.
- Kropp, R. (2018). Digital nomads vs remote workers: Why you need to know the difference. Allwork: <https://allwork.space/2018/01/digital-nomads-vs-remote-workers-why-you-need-to-know-the-difference/> [Accessed 17.01.2023]
- Lee, A., Toombs, A. L., Erickson, I., Nemer, D., Ho, Y.-s., Jo, E., & Guo, Z. (2019). The social infrastructure of co-spaces: Home, work, and sociable places for digital nomads. *ACM on Human-Computer Interaction*. 1-23. New York: Association for Computing Machinery.
- Milošević, J. (2020). Digital nomads: A cultural view. Undergraduate thesis Rijeka:

University of Rijeka. Croatia.

- Nash, C., Jarrahi, M. H., & Sutherland, W. (2018). Digital nomads beyond the buzzword: Defining digital nomadic work and use of digital technologies. *International Conference on Information*, 207-217. Sheffield: Springer.
- Orel, M. (2019). Coworking environments and digital nomadism: Balancing work and leisure whilst on the move. *World Leisure Journal*, 61(3), 215-227.
- Orel, M. (2020). Life is better in flip flops. Digital nomads and their transformational travels to Thailand. *International Journal Of Culture, Tourism And Hospitality Research*, 15(1), 3-9.
- Prabawa, I. S., & Pertiwi, P. R. (2020). The digital nomad tourist motivation in Bali: Exploratory research based on push and pull theory. *Athens Journal of Tourism*, 7(3), 161-174.
- Reichenberger, I. (2018). Digital nomads – a quest for holistic freedom in work and leisure. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 364–380.
- Sánchez-Vergara, J., Orel, M., & Capdevila, I. (2023). “Home office is the here and now.” Digital nomad visa systems and remote work-focused leisure policies. *World Leisure Journal*, 1-20.
- Schroeder, J. (2016). What digital nomads know that you don't (yet). Forbes: <https://www.forbes.com/sites/juleschroeder/2016/03/17/what-digital-nomads-know-that-you-dont-yet/?sh=3162a9ee34bd> adresinden alındı [Accessed 24.01.2023]
- T.C. Muğla Valiliği (2021). Dijital Göçebelerin Yeni Rotası Muğla Olacak. T.C. Muğla Valiliği: <http://www.mugla.gov.tr/dijital-gocebelerin-yeni-rotasi-mugla-olacak> [Accessed 24.01.2023]
- Tekindal, M., & Uğuz Arsu, Ş. (2020). Nitel araştırma yöntemi olarak fenomenolojik yaklaşımın kapsamı ve sürecine yönelik bir derleme. *Ufku Ötesi Bilim Dergisi*, 20(1), 153-182.
- Vagena, A. (2021). Digital nomads and tourism industry. *Academia Letters*, 1-6. <https://doi.org/10.20935/AL765>.
- von Zumbusch, J. S., & Lalicic, L. (2020). The role of co-living spaces in digital nomads' well-being. *Information Technology & Tourism*, 22, 439-453.
- Wang, B., Schlagwein, D., & Cahalane, M. C. (2018). Digital work and high-tech wanderers: Three theoretical framings and a research agenda for digital nomadism. *Australasian Conference on Information Systems*, 1-12. Sydney.

Etik Kurul İzni

Makalede etik kurulu izni ve/veya yasal/özel izin alınmasını gerektiren bir durum yoktur.



ÜNİVERSİTELERİN REKREASYON YÖNETİMİ BÖLÜMLERİNİN KARIYER VE İSTİHDAM OLANAKLARININ BELİRLENMESİ

*DETERMINING THE CAREER AND EMPLOYMENT OPPORTUNITIES OF THE UNIVERSITIES IN THE
RECREATION MANAGEMENT DEPARTMENT*

Ali İSKENDER^a Şerif Ahmet DEMİRDAĞ^b

Özet

Eğitim; bireylerin öncelikle kişisel olarak kendilerini yetiştirmeleri, sosyalleşmeleri, topluma fayda sağlamaları ve hayatı idame ettirme noktasında meslek sahibi olmaları açısından oldukça önemlidir. Bu sebeple insanlar, ortaöğretim eğitimini bitirdikten sonra iyi bir eğitim alarak iyi bir kariyer yapmak için, istihdam ve kariyer olanaklarının yüksek olduğu üniversiteleri ve bölümleri tercih etme eğiliminde olurlar. Bu araştırmanın amacı, üniversitelerin resmî internet sitesinde yer alan rekreasyon yönetimi bölümünden mezun olan öğrencilerin kariyer ve istihdam olanaklarını üniversiteler bazında belirlemektir. Araştırmanın amacı doğrultusunda, eğitim öğretim faaliyetlerine devam eden aktif rekreasyon yönetimi bölümlerinin yer aldığı üniversitelerin web siteleri incelenerek, içerik analizi ile veriler analiz edilmiştir. Verilerin toplanması amacıyla yapılan doküman taramasında, altı üniversitenin internet sitesinde rekreasyon yönetimi ile ilgili kariyer ve istihdam olanaklarına ilişkin bilgilerin yer almadığı görülmüştür. Araştırmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda ilgili taraflar için öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Rekreasyon Yönetimi, Kariyer, İstihdam, İçerik Analizi

Abstract

Education is very important in terms of improving individuals personally, socializing, benefiting the society and having a profession in terms of sustaining life. For this reason, people tend to prefer universities and departments with high employment and career opportunities in order to have a good career by getting a good education after finishing secondary education. The aim of this research is to determine the career and employment opportunities of the students who graduated from the recreation management department on the official website of the universities. In line with the aim of the research, the websites of the universities that have active recreation management departments that continue their education and training activities were examined and the data were analyzed with content analysis. In the document scanning carried out to collect data, it was observed that the websites of six universities did not include information on career and employment opportunities related to recreation management. According to the results obtained from the research, some suggestions were presented for the interested parties.

Keywords: Recreation Management, Career, Employment, Content Analysis

Makele Geliş Tarihi: 03.02.2023 Makale Kabul Tarihi: 22.03.2023

Sorumlu Yazar (Corresponding Author): Ali İSKENDER (ali.iskender@atauni.edu.tr)

^a Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Erzurum/Türkiye (ali.iskender@atauni.edu.tr), ORCID: 0000-0003-2753-1242

^b Giresun Üniversitesi, Bulancak Kadir Karabaş U.B.Y.O., Giresun/Türkiye (serif.demirdag@giresun.edu.tr),

ORCID: 0000-0003-4317-5727

DOI: 10.5281/zenodo.7783452

1. Giriş

Eğitim, sadece insanların bireysel gelişme ve kariyerle ilgili amaçları üzerinde değil, aynı zamanda doğrudan ya da dolaylı olarak ülkelerin gelişmişlik düzeyleri üzerinde de önemli etkilere sahiptir. Faaliyet türü ne olursa olsun her sektörün başarısı eğitimle doğru orantılıdır. Eğitim kurumları her türden sektör için yetenekli, bilinçli, geniş perspektif sahibi kalifiye insanlar yetiştirme amacı gütmektedir (Demirdağ, 2020: 749). Türk Dil Kurumu Sözlükleri (2023) tarafından yapılan tanım incelendiğinde, eğitim; “*çocukların ve gençlerin toplum yaşayışında yerlerini almaları için gerekli bilgi, beceri ve anlayışları elde etmelerine, kişiliklerini geliştirmelerine okul içinde veya dışında, doğrudan veya dolaylı yardım etme, terbiye*” şeklinde tanımlanmaktadır. Dolayısıyla, ailede başlayarak eğitim kurumlarında devam eden ve hayat boyu süren eğitim-öğrenim, insanların meslek edinmelerinde anahtar rol oynayan ve insan yaşamında iletişim düzeyinden beşerî ilişkilere, teknolojiden sağlığa, ulaşımdan ekonomiye birçok düzeyde toplumların gelişmişlik düzeyini etkileyen bir disiplin niteliğindedir (Demirdağ vd., 2016: 36). Turizm sektörü de turizm arzına sahip olan ülkeler için önemli gelir getirici bir etkiye sahip olan ve ülkelerin gelişmişlik düzeyine etki edebilecek kapasitede olan bir sektördür (Bahar ve Kozak, 2012:155; Usta, 2013:53; Selçuk, 2015:115). Keleş (2018: 220)’in de belirttiği gibi, ülkelerin turizmden ekonomik anlamda faydalanma eğilimi, turizmde eğitime önem verilmesinin önünü açmış ve ülkelerin politikalarına yansımıştır. Ülkelerin turizm sektöründen en ideal payı alabilme amacıyla, bu politikalar doğrultusunda yükseköğretim kurumlarında turizmle ilgili farklı bölümlerin de yer almasına imkân tanınmıştır. Turizm işletmeciliği, otel işletmeciliği, seyahat işletmeciliği, turizm rehberliği, gastronomi ve mutfak sanatları ile rekreasyon yönetimi gibi bölümler turizm alanında eğitim veren bölümlerdir. Bu araştırmada, rekreasyon yönetimi alanındaki kariyer ve istihdam olanaklarının incelenmesi sebebiyle rekreasyon, rekreasyon yönetimi ve kariyer ile ilgili bilgiler verilecektir.

Kökene Latince olan rekreasyon (re-creation/recreation) kelimesi, ‘recreate’ sözcüğünden türemiş olup, yenilenme, tazelenme, yeniden yaratılma, yeniden canlanma/canlandırma ve yeniden yapılanma gibi anlamlara gelmektedir. Rekreasyon kısaca, insanların çalışma faaliyetleri ile tükenen bedensel ve zihinsel kaynaklarının onarılması ve yeniden canlanması amacına hizmet etmektedir (Karaküçük, 1995: 45; Hacıoğlu vd., 2015: 29). Neumeyer ve Neumeyer (1958: 17)’e göre rekreasyon; oyun, spor, atletizm, belirli

eğlence faaliyetleri, hareket, hobi ve uğraşlar, sanatsal faaliyetler, gevşeme ve rahatlama için yapılan faaliyetler gibi birçok aktiviteyi kapsamaktadır. Ayrıca yazarlar, rekreasyonun boş zamanlarda, insanların özgürce seçebildiği ve zevk veren, bireysel ya da grup olarak yapılabilen, karşılığında herhangi bir ödül beklemedikleri ve zorunluluk içermeyen bir faaliyet olduğunun da altını çizmektedir. Rekreasyonun yeniden canlandırma, tazelenme ve yenilenme gibi anlamlarından yola çıkan Ap (1986: 167), rekreasyonla birlikte insanların günlük yükümlülüklerini yerine getirme ve işlerini yapmasında daha aktif ve verimli olabileceklerini belirtmektedir. Benzer bir şekilde Kraus (1966: 7), rekreasyonun çoğunlukla katılımcıların hızlı bir şekilde tatmin sağlamak amacıyla gönüllü olarak seçtiği ya da bireysel ve sosyal değerlere ulaşma hissiyatı ile gerçekleştirdikleri etkinlikler ve tecrübeler olduğunu belirtmektedir. Karaküçük ve Akgül (2016: 43) ise rekreasyonu, zamanın planlı bir şekilde değerlendirilmesiyle birlikte insanların boş zamanlarını özgürce ve gönüllü olarak seçtikleri faaliyetlerle değerlendirmesi olarak tanımlamaktadır. Genellikle üniversitelerin spor bilimleri fakültelerinde bölüm olarak okutulan rekreasyon, turizmle ilgili birimlerde ise rekreasyon yönetimi olarak yer almaktadır. Kavram olarak, genel anlamda toplum tarafından bilinmeyen, az bilinen ya da yanlış bilinen rekreasyon, aslında oldukça geniş kapsamlı ve önemli bir kavramdır.

Turizmle ilgili rekreasyon yönetimi bölümlerinden mezun olan öğrenciler, ağırlıklı olarak turizm sektöründe istihdam edilse de turizm sektörü dışında sanayi ve yerel yönetimlerin, okulların ve sağlıkla ilgili terapatik gibi alanların rekreasyonla ilgili bölümlerinde de uzmanlaşarak kariyer elde edebilirler (Yavuz vd., 2016: 549). Ancak, kariyer kavramının anlamı gerek amaç-kapsam yönünden gerek hedef yönünden ve gerekse arzulama derecesi yönünden bireyden bireye farklılık gösterebilir. Bu anlamda Bird (1994: 326), kariyer kavramını tanımlamanın pek de kolay olmadığını belirterek, kariyeri iş alanında zamanla becerilerin, uzmanlığın ve sosyal ilişkilerin geliştiği bilgi ve tecrübe birikimi olduğunu ifade etmektedir. Baruch ve Rosenstein (1992: 477), insanların çalışma hayatındaki iş ve deneyimlerinden oluşan gelişim sürecini kariyer olarak ifade etmektedir. Benzer bir şekilde Redman ve Wilkinson (2013), kariyeri, insanların sahip olduğu bilgi ve becerileri işlerine aktarabilmesi, zamanla tecrübe kazanarak işlerinde uzmanlaşması ve bu süre zarfında geliştirdikleri sosyal iş ilişkileri olarak nitelemektedir. Eğitim öncesi ve eğitim boyunca kariyer hedefini belirlemek önemli bir konudur. Bu noktada,

öğrencilerin üniversite tercih aşamasından başlayarak eğitim hayatı boyunca süregiden “mezun olduktan sonra hangi işi yapacakları” ve kariyer belirlemeleri stresli bir iştir (Turpcu ve Akyurt, 2018: 365). Özellikle üniversite ve bölüm tercihleri aşamasında bölümle ilgili, kariyer ve istihdam olanaklarıyla ilgili başvuracakları bir kaynağa (bölüm mezunlarının tecrübeleri, konuyla ilgili yazılı kaynaklar, üniversite resmî internet sitelerinin ilgili sekmeleri gibi) ihtiyaç duyabilmektedirler. Buradan hareketle bu araştırmanın amacı, üniversitelerin rekreasyon yönetimi bölümleriyle ilgili olarak kariyer ve istihdam olanaklarına ilişkin kendi resmî internet sitelerinde paylaştıkları bilgileri belirlemektir. Araştırmanın amacı doğrultusunda, rekreasyon yönetimi bölümünde aktif olarak eğitim verildiği 19 üniversitenin internet siteleri incelenmiştir. Çalışmada, söz konusu sitelerde yer alan bilgilerin içerik analizi yapılarak, aday öğrenciler ve eğitime devam eden öğrencilerin de başvurabileceği kaynak niteliğinde kariyer ve istihdam olanaklarına ilişkin bir şablon ortaya çıkarmak hedeflenmiştir. Ayrıca, Türkiye’de rekreasyon yönetimi ya da farklı bölümler üzerine yapılmış olan böyle bir araştırmaya rastlanmaması, yapılan bu araştırmanın özgün nitelikte olduğunu ve ileride yapılacak olan çalışmalara kaynak olabileceğinin bir göstergesidir. Araştırmanın takip eden bölümünde, araştırmanın yöntemi, bulguları ve sonuç-öneriler başlıkları yer almaktadır.

2. Yöntem

Doküman taraması niteliğinde olan bu araştırma, rekreasyon yönetimi programları aktif olan ve eğitim-öğretim faaliyetleri devam eden üniversitelerin resmî web siteleri incelenerek gerçekleştirilmiştir. Üniversitelerin internet sitelerinden alınan bilgiler veri haline dönüştürülerek, içerik analizi ile analiz edilmiştir. Bu kapsamda, araştırmanın evrenini rekreasyon yönetimi bölümünde aktif olarak eğitim-öğretim faaliyetlerine devam eden 19 üniversite oluşturmaktadır. ÖSYM 2022 yılı kılavuzu (2023) incelendiğinde rekreasyon yönetimi bölümüne öğrenci alan üniversite sayısının 19 olduğu belirlenmiştir. Araştırmanın örneklem grubunu ise web sitelerinde kariyer ve istihdam olanaklarına yer veren rekreasyon yönetimi bölümleri oluşturmaktadır. Araştırmada amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu araştırmanın amacı, rekreasyon yönetimi bölümlerinden mezun olan/olacak öğrenciler için belirlenen istihdam alanlarını ve sektörleri üniversiteler bazında belirlemektir. Dolayısıyla, bu araştırma kurum bazında öğrenciler için beklenen ve hedeflenen istihdam alanlarını belirlemesi ve ortaya koyması açısından hem özgündür hem de önemlidir. Çalışmada ikincil veriler kullanıldığından

dolayı, TR Dizin Etik onay gerektiren araştırmalar kapsamında değildir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan araştırma sorusu şu şekildedir

- *Rekreasyon yönetimi bölümünden mezun olacak öğrencilerin istihdam edilmesi beklenen alanlar nelerdir?*

Araştırma sorusunun yanıtını bulmak için yapılan içerik analizi ve diğer bulgular, araştırmanın takip eden bölümünde yer almaktadır.

3. Bulgular

Araştırma kapsamında rekreasyon yönetimi bölümüne aktif olarak ğrenci alan üniversitelerin resmî internet siteleri incelenmiştir. Söz konusu üniversitelerin internet sitelerinde yer alan kariyer ve istihdam olanaklarıyla ilgili bilgilere geçmeden önce, üniversitelerle ve bölümle ilgili istatistik bilgilere yer vermek faydalı olacaktır. Yükseköğretim Kurulu'nun (2023a) resmî internet sitesindeki "istatistik" sekmesinde bulunan Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi'nde yer alan istatistik bilgiye göre, 2022 yılı itibariyle Türkiye'de 129 devlet, 75 vakıf ve 4 vakıf meslek yüksekokulu olmak üzere toplamda 208 yükseköğretim kurumu bulunmaktadır. Aynı web sitesinde, öğrenim düzeyine göre ğrenci sayısı istatistikleri incelendiğinde, 2021-2022 ğretim yılında 3.250.101 nlisans, 4.579.047 lisans, 358.271 yüksek lisans ve 109.540 doktora düzeyinde olmak üzere toplam 8.296.959 öğrencinin eğitim aldığı görülmektedir. Türkiye toplam nüfusunun yaklaşık onda birini oluşturan bu sayı, göz ardı edilemeyecek derecede yüksektir. Diğer taraftan, araştırmanın ana temasını oluşturan rekreasyon yönetimi bölümünde eğitim gören ğrenci sayısının da dikkate değer bir düzeyde olduğu belirtilebilir. Yükseköğretim Kurulu (2023b) Yükseköğretim Program Atlası resmî internet sitesindeki istatistik bilgilere göre, turizmle ilgili farklı fakülte ve yüksekokullarda rekreasyon yönetimi bölümünde eğitim gören kayıtlı öğrencilerin toplam sayısı 2022 yılı itibariyle 2726'dır. 25.10.2022 tarihinde Yükseköğretim Bilgi Sistemi'nden alınan veriler doğrultusunda hazırlanan bu raporların tabloladıştırılmış hali Tablo 1.'de ayrıntılı olarak gösterilmektedir.

Tablo 1. Rekreasyon yönetimi bölümünde eğitim gören ğrenci sayıları (Yükseköğretim Girdi Göstergeleri – 2022 YKS)

Üniversite	Cinsiyet	Toplam Sayı	niversite	Cinsiyet	Toplam Sayı
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi (Turizm Fakültesi)	Kadın: 144 Erkek: 208	352	Mersin Üniversitesi (Turizm Fakültesi)	Kadın: 30 Erkek: 47	77

Akdeniz Üniversitesi (Turizm Fakültesi)	Kadın: 100 Erkek: 196	296	Necmettin Erbakan Üniversitesi (Turizm Fakültesi)	Kadın: 108 Erkek: 162	270
Akdeniz Üniversitesi (Manavgat Turizm Fakültesi)	Kadın: 59 Erkek: 151	210	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi (Kadirli Uygulamalı Bilimler Fakültesi)	Kadın: 30 Erkek: 50	80
Bahçeşehir Üniversitesi (Turizm Fakültesi)	Kadın: 72 Erkek: 91	163	Pamukkale Üniversitesi (Turizm Fakültesi)	Kadın: 9 Erkek: 21	30
Giresun Üniversitesi (Turizm Fakültesi)	Kadın: 32 Erkek: 66	98	Sakarya Uygulamalı Bilimleri Üniversitesi (Turizm Fakültesi)	Kadın: 70 Erkek: 92	162
Harran Üniversitesi (Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu)	Kadın: 42 Erkek: 64	106	Selçuk Üniversitesi (Turizm Fakültesi)	Kadın: 23 Erkek: 33	56
Karabük Üniversitesi (Safranbolu Turizm Fakültesi)	Kadın: 20 Erkek: 32	52	Siirt Üniversitesi (Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu)	Kadın: 41 Erkek: 70	111
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi (Uygulamalı Bilimler Y.O.)	Kadın: 42 Erkek: 76	118	Sinop Üniversitesi (Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu)	Kadın: 45 Erkek: 94	139
Kırklareli Üniversitesi (Turizm Fakültesi)	Kadın: 52 Erkek: 93	145	Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi (Zile Dinçerler Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu)	Kadın: 16 Erkek: 26	42
Kütahya Dumlupınar Üniversitesi (Tavşanlı Uygulamalı Bil. Fak.)	Kadın: 21 Erkek: 52	73	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi (Turizm Fakültesi)	Kadın: 56 Erkek: 90	146
Genel Toplam			Kadın: 1012 Erkek: 1714		2726

*Üniversite isimleri alfabetik sıraya göre düzenlenmiştir.

Tablo 1. incelendiğinde, çoğunluğu turizm fakültesinde olmak üzere Türkiye genelinde rekreasyon yönetimi bölümü, aktif olarak toplam 19 üniversitede eğitim-öğretim faaliyetlerine devam etmektedir. Bu bölümlerde eğitim gören toplam 2726 öğrencinin 1012'sini kadınlar 1714'ünü ise erkek öğrenciler oluşturmaktadır. Üniversiteler bazında ayrı ayrı incelendiğinde de kadın öğrencilerin sayısının erkek öğrencilerin sayısından çok daha düşük olduğu görülmektedir. Bu durumun nedeninin araştırılması akademik bir çalışma konusu olabilir. ÖSYM 2022 Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu'ndaki (2023) rekreasyon yönetimi programlarına öğrenci alan toplam 19 üniversitenin resmî internet siteleri incelenerek, hangilerinin kariyer ve istihdam olanaklarına sitede yer verdiği hangilerinin yer vermediği belirlenerek aşağıdaki Tablo 2. oluşturulmuştur.

Tablo 2. Rekreasyon yönetimi programı aktif olan üniversiteler

Üniversite	Fakülte	Kariyer ve istihdam olanakları
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Mevcut
Akdeniz Üniversitesi	Turizm Fakültesi Manavgat Turizm Fakültesi	Mevcut
Balıkesir Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Mevcut
Giresun Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Mevcut değil
Harran Üniversitesi	Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu	Mevcut
Karabük Üniversitesi	Safranbolu Turizm Fakültesi	Mevcut değil
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi	Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu	Mevcut
Kırklareli Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Mevcut
Kütahya Dumlupınar Üniversitesi	Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi	Mevcut değil
Mersin Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Mevcut
Necmettin Erbakan Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Mevcut değil
Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi	Kadirli Uygulamalı Bilimler Fakültesi	Mevcut
Pamukkale Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Mevcut
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Mevcut
Selçuk Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Mevcut
Siirt Üniversitesi	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu	Mevcut
Sinop Üniversitesi	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu	Mevcut değil
Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi	Zile Dinçerler Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu	Mevcut
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Mevcut değil

*Üniversite isimleri alfabetik sıraya göre düzenlenmiştir.

*Üniversite isimleri alfabetik sıraya göre düzenlenmiştir.

Tablo 2. incelendiğinde, Türkiye’de rekreasyon yönetimi bölümünün aktif olarak yer aldığı kurumların 12’sinin turizm fakültesi, 3’ünün turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulu, 2’inin uygulamalı bilimler fakültesi, 1’inin uygulamalı bilimler yüksekokulu ve diğer 1’inin ise turizm ve otel işletmeciliği yüksekokulu olduğu görülmektedir. İlgili üniversitelerin internet sitelerinde yer alan bilgiye göre rekreasyon yönetimi bölümlerine ilişkin 13 üniversitenin sitesinde kariyer ve istihdam olanaklarına yer verildiği, 6’sında ise yer verilmediği tespit edilmiştir. Eğitimine devam eden ve mezun olan öğrenciler için üniversitelerin internet sitelerinde yer alan kariyer ve istihdam olanaklarına yönelik bilgiler fakülte ve yüksekokullar bazında alfabetik sıraya göre aşağıda verilmektedir;

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi

Üniversitenin Turizm Fakültesi bünyesinde 2010 yılında kurulmuş olan Rekreasyon Yönetimi Bölümünün amacı; turizm sektörünün sosyal, ekonomik ve teknik olarak gelişimine katkı sağlayacak, rekreasyon yönetimi alanında donanımlı, yabancı dil bilen ve analitik düşünme yetisine sahip nitelikli işgören, orta ve üst düzey yönetici adayları yetiştirmektir. Sitede, üniversitenin bu bölümde yıllık 80 öğrenci kontenjanına sahip olduğu belirtilmektedir.

Üniversitenin ilgili bölüm internet sitesinde, bölümden mezun olacak öğrencileri, başta “*rekreasyon işletmeleri*” olmak üzere, “*temalı parklarda*” ve “*diğer turizm işletmelerindeki animasyon ve rekreasyon faaliyetlerini yürütebilecek orta ve üst düzeyde yönetici adayı*” olma gibi kariyer ve istihdam olanaklarının beklediği belirtilmektedir.

Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi / Akdeniz Üniversitesi Manavgat Turizm Fakültesi

Akdeniz Üniversite'nin Turizm Fakültesi bünyesinde 2015 yılında kurulan ve 2016-2017 eğitim-öğretim yılında açılışı yapılan Akdeniz Üniversitesi Manavgat Turizm Fakültesi bünyesinde bulunan Rekreasyon Yönetimi Bölümünün resmî internet sitelerinde bölüme yönelik bilgi çıktıları aynı üniversite bünyesinde bulunduğundan dolayı hemen hemen aynıdır. Her iki internet sitesinde yer alan bilgiye göre, bölümde iki yabancı dil bilen, rekreasyon, turizm ve işletmecilik bilgilerine sahip olan nitelikli işgücü yetiştirilmesi hedeflenmektedir.

Üniversitenin ilgili bölüm sitelerinde, bölümden mezun olacak öğrenciler için başta “*rekreasyon işletmeleri*” olmak üzere, “*diğer turizm işletmeleri içerisinde yer alan rekreasyon faaliyetlerini yürütebilecek orta ve üst yönetici pozisyonu*”, “*KPSS sınavı ile kamu kurumlarında istihdam*”, “*ALES, YDS, TOEFL gibi sınavlar ile akademik kariyer*” ve “*pedagojik formasyon ile öğretmenlik*” gibi kariyer ve istihdam olanaklarının bulunduğu belirtilmektedir.

Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi

Üniversitenin Turizm Fakültesi bünyesinde 2018-2019 eğitim öğretim yılında öğrenci almaya başlayan rekreasyon yönetimi bölümünün amacı; turizm sektörünün özellikle estetik ve turistik tüketicilere hoşça vakit geçirtme boyutunda turizm yöneticileri ve planlamacıları yetiştirmektir. Bunun yanı sıra, bölüm kapsamında yetiştirilmiş olan elemanların toplum için de hoşça vakit geçirebilmeleri konusunda gerekli koşulları temin edebilmesi, rekreatif faaliyetleri toplum için planlama ve gerçekleştirmeye yatkın

nitelikte olmalarını sağlamak ise bölümün ikincil amacıdır.

Üniversitenin ilgili bölüm internet sitesinde, bölümden mezun olacak öğrencileri, başta “turizm işletmeleri” olmak üzere, “etkinlik ve organizasyon ajansları”, “turizm il müdürlükleri”, “kent ve bölge planlaması kuruluşları”, “milli park yönetim organizasyonları”, “belediyeler”, “ziyaretçi varış yerleri”, “bölgesel turizmi geliştirme kuruluşları” gibi kurum ve kuruluşlarda kariyer ve istihdam olanaklarının beklediği belirtilmektedir.

Harran Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu

Üniversitenin Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu bünyesinde 2020-2021 eğitim-öğretim yılı itibarıyla 40 kontenjanla öğrenci almaya başlayan Rekreasyon Yönetimi Bölümünün amacı; rekreasyon yönetimi alanında yetkin, yöneticilik ve girişimcilik özelliklerine sahip olacak orta ve üst düzey yöneticiler yetiştirebilme adına gerekli ve özgün eğitim-öğretim faaliyetlerinin yürütülmesidir.

Üniversitenin ilgili bölüm internet sitesinde, bölümden mezun olacak öğrencilerin, “konaklama, seyahat ve kongre-fuar hizmetleri veren işletmeler”, “temalı parklar ve fitness merkezleri gibi özel işletmeler”, “eğitim, sosyal hizmetler, gençlik ve spor il müdürlükleri”, “halk sağlığı birimleri”, “devlet planlama teşkilatları”, “kamu coğrafi bilgi sistemleri gibi birimler”, “milli parklar genel müdürlükleri”, “yaşlı bakım merkezleri”, “rehabilitasyon merkezleri”, “temel ve ortaöğretim kurumları”, “üniversitelerin spor sağlık kültür daireleri”, “yerel yönetimlerin rekreasyon bölümleri”, “kültür daire başkanlıkları”, “park ve bahçe müdürlükleri”, “planlama birimleri”, “rehabilitasyon merkezleri”, “kamu kurumlarında animatör, etkinlik planlayıcısı ya da yöneticisi”, “başarılı ve yatkın öğrencilerin gerekli koşullarla akademik kariyer” ve “2547 Sayılı Kanun'un 2880 Sayılı Kanun'la değişik 43/b maddesi uyarınca, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Mezunları gibi kamu ve özel sektörde iş ve sınavlara başvuru yapma” gibi kariyer ve istihdam olanaklarına sahip olabileceği belirtilmektedir.

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

Üniversitenin Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu bünyesinde 2017 yılında kurulan ve 2018-2019 güz öğretim yarıyılında öğrenci almaya başlamış olan rekreasyon yönetimi bölümünün amacı; öğrencilere kaliteli bir eğitim vererek, kamu ve özel sektörde çalışabilecek, uyumlu, sorunları çağdaş yönetim yaklaşımıyla analiz edebilecek, sorunlara rasyonel ve bilimsel çözümlerle yaklaşacak, kendi işyerini kurabilecek düzeyde

bilgilerle donatılmış, bilimsel karar verebilen, çağdaş fikirlere ve gelişmelere açık yönetici adayları yetiştirmektir.

Üniversitenin ilgili bölüm internet sitesinde, bölümden mezun olacak öğrencilerin, “*gerekli koşulları sağlayarak akademik kariyer yapma*”, “*özel eğitim merkezleri*”, “*spor tesisleri*”, “*belediye ve yerel yönetimler*”, “*gençlik ve spor genel müdürlükleri*”, “*spor turizmine yönelik işletme ve alanlar*”, “*sosyal ve dinlenme tesisleri*”, “*tatil köyleri*”, “*çocuk rekreasyon faaliyetleri*”, “*spor ve rekreasyon faaliyetleri*”, “*sosyo-kültürel rekreasyon faaliyetleri*”, “*animasyon işletmeleri*”, “*diğer turizm işletmeleri*” ve “*çeşitli departmanlarda yönetici ve meslek elemanı*” gibi kariyer ve istihdam olanaklarının yanında “*kendi işletmelerini kurabilecekleri*” yönünde bilgiler yer almaktadır.

Kırklareli Üniversitesi Turizm Fakültesi

Üniversitenin Turizm Fakültesi bünyesinde kurulan ve 2019-2020 eğitim-öğretim yılında ilk kez öğrenci olarak eğitim faaliyetlerine başlamış olan Rekreasyon Yönetimi Bölümünün amacı; turizm sektörüne ve kamuya yönelik rekreasyonla ilgili kamu kurumları ve özel kuruluşlara sosyal, ekonomik, sportif, rekreatif ve teknik açıdan gelişimlerine katkı sağlayacak düzeyde rekreasyon yönetimi alanında teorik ve pratik olarak donanımlı, yabancı dil bilen ve analitik düşünme kabiliyetine sahip nitelikli işgören, orta ve üst düzey yönetici adayları yetiştirmektir.

Üniversitenin ilgili bölüm internet sitesinde, bölümden mezun olacak öğrencileri, “*kongre ve etkinlik hizmeti sunan işletmeler*”, “*etkinlik planlama hizmetleri*”, “*konaklama hizmetleri*”, “*animasyon hizmetleri*”, “*temalı parklarda program ve planlama hizmetleri*”, “*karavan hizmetleri*”, “*marina hizmetleri*”, “*seyahat hizmetleri*”, “*ulaşım hizmetleri*”, “*spor, sağlıklı yaşam ve fitness kulüplerinde program ve destek hizmetleri*”, “*eğlence hizmetleri ve fuar organizasyon hizmetlerinde animatör, etkinlik planlayıcısı ya da etkinlik yöneticisi*”, “*devlet kurumları ve yerel yönetimlerde açık alan rekreasyon planlaması*”, “*kapalı tesislerde fiziksel ve teorik planlamalarla ilgili bölümler*”, “*park hizmetleri*”, “*rekreasyon eğitimi*”, “*milli parkların turizm ile ilgili bölümleri*”, “*rehabilitasyon merkezleri*”, “*gençlik ve spor il müdürlükleri*”, “*üniversitelerin spor kültür sağlık daire başkanlığına bağlı birimler*”, “*sosyal ve dini hizmetlere ilişkin kurumlar*”, “*yerel yönetimlerce fiziksel ve yönetsel planlamalarda rekreasyon planlaması ya da turizm planlamaları*”, “*su ve kara sporları eğlen-dinlen faaliyetleri animatörlüğü*”, “*sosyo-kültürel rekreasyon faaliyetleri animatörlüğü*”,

“sağlık turizmi rekreasyon faaliyetleri animatörlüğü”, “çocuk rekreasyon faaliyetleri animatörlüğü” ve bu alanlarda “yöneticilik” gibi kariyer ve istihdam olanaklarının beklediği bilgileri yer almaktadır.

Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi

Üniversitenin Turizm Fakültesi bünyesinde kurulan Rekreasyon Yönetimi, yerel halkın psikolojik iyi oluşunu desteklemek amacıyla, hoşça zaman geçirebilecekleri yaşam becerisi atölyeleri uygulamak ve bilimsel yöntemlerle geliştirmek misyonu ve Mersin ilinin her köşesindeki değerleri rekreasyon atölyeleri için kaynağa dönüştürerek yerel halk ve ziyaretçilere yönelik rekreatif kent yaratmak vizyonu ile eğitim-öğretim faaliyetlerine devam etmektedir.

Üniversitenin ilgili bölüm internet sitesinde “soru ve cevaplarla tanıtım” başlığı altında, bölümden mezun olacak öğrencilerin, “belediyelerin rekreasyonla ilgili birimlerinde”, “sivil toplum kuruluşlarında”, “organizasyon şirketlerinde” ve “üst düzey şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk etkinliklerinde” gibi farklı kariyer ve istihdam olanaklarına sahip olabileceği belirtilmektedir.

Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Kadirli Uygulamalı Bilimler Fakültesi

Üniversitenin 2013 yılında Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu şeklinde kurulup, 2021 yılında kapatılarak aynı yıl kurulan Kadirli Uygulamalı Bilimler Fakültesi bünyesinde yer alan ve 2019 yılında açılmış olan Rekreasyon Yönetimi Bölümünün amacı; turizm sektörünün sosyal, ekonomik ve teknik yönden gelişimine katkı sağlayacak düzeyde teorik ve pratik anlamda donanımlı, yabancı dil bilen ve analitik düşünme becerisine sahip nitelikli işgörenler, orta ve üst kademe yönetici adayları yetiştirmektir.

Üniversitenin ilgili bölüm internet sitesinde, bölümden mezun olacak öğrenciler için, “rekreasyon işletmeleri” başta olmak üzere, “temalı parklar”, “otel işletmeleri”, “ulusal ve uluslararası havayolu işletmeleri”, “sağlık otelciliği kapsamında kamu ve özel hastanelerde”, “diğer turizm işletmelerinde animasyon ve rekreasyon faaliyetlerini yürütebilecek orta ve üst düzey yöneticilik” ve “KPSS sınavı ile kamu kurumlarında istihdam” gibi kariyer ve istihdam olanaklarının mümkün olduğu belirtilmektedir.

Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesi

Üniversitenin Turizm Fakültesi bünyesinde kurulan ve 2022-2023 eğitim-öğretim yılı güz döneminde ilk kez öğrenci olarak eğitim faaliyetlerine başlamış olan Rekreasyon Yönetimi Bölümünün amacı; bu bölümde ve genel turizm sektöründe teorik ve pratik

deneyime sahip, teknoloji ve dijital dünya hakkında bilgili, en az iki yabancı dil bilen, liderlik, iletişim, yaratıcılık ve girişimcilik yetenekleri olan, mesleki etik ve ahlaki değerleri gözeten ve canlı haklarına sahip çıkabilecek düzeyde bireyler yetiştirmektir. Üniversitenin ilgili bölüm internet sitesinde, bölümden mezun olacak öğrencilerin, “*otel işletmeleri ve tatil köyleri*”, “*A grubu seyahat acenteleri*”, “*ulusal ve uluslararası havayolu işletmeleri*”, “*mavi bayraklı marina ve yat işletmeleri*”, “*krvaziyer gemileri ve yüzer tesisler*”, “*etkinlik ve organizasyon şirketleri*”, “*kongre, fuar ve festival merkezleri*”, “*eğlence işletmeleri ve temalı parklar*”, “*spor, golf ve yüzme tesisleri*”, “*kayak merkezleri*”, “*sağlık turizmi hizmeti veren işletmeler*”, “*kamp alanları ve tesisleri*”, “*il planlama ve koordinasyon müdürlükleri*”, “*kent estetiği daire başkanlıkları, çevre koruma ve kontrol dairesi başkanlıkları ile park ve bahçeler müdürlükleri*”, “*Doğa Koruma ve Millî Parklar Genel Müdürlüğü*”, “*sağlık, kültür ve spor daire başkanlıkları*”, “*Kültür ve Turizm Bakanlığı ve il kültür turizm müdürlükleri*”, “*turizm sektörüyle ilgili olan sivil toplum kuruluşları, vakıflar, dernekler, mesleki birlikler, federasyon ve konfederasyonlar*”, “*müze ve ören yerleri*”, “*kütüphaneler*”, “*devlet tiyatroları ve özel tiyatrolar*”, “*kamu kurumları sosyal tesisleri*”, “*turizm temalı medya, iletişim ve tanıtım kuruluşları*”, “*dezavantajlı gruplara hizmet eden turizm temelli sivil toplum kuruluşları*” ve “*spor kulüpleri*” gibi kurum ve kuruluşlarda kariyer ve istihdam olanaklarına sahip olduğu belirtilmektedir.

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Turizm Fakültesi

Üniversitenin Turizm Fakültesi bünyesinde 2017 yılında kurulan ve 2020-2021 eğitim-öğretim yılında ilk kez öğrenci alarak eğitim faaliyetlerine başlamış olan Rekreasyon Yönetimi Bölümünün amacı; rekreasyonla ilgili kamusal ve ticari alanlarda ihtiyaç duyulan, teori ve pratik bakımından donanımlı orta ve üst düzey girişimci ve yönetici adayları yetiştirmektir.

Üniversitenin ilgili bölüm internet sitesinde, bölümden mezun olacak öğrenciler için, “*rekreasyon işletmeleri*” başta olmak üzere, “*diğer turizm işletmelerindeki rekreasyon ve eğlence faaliyetleri düzenleyip yürütebilecek orta ve üst düzey yönetici*”, “*kamu kurum ve kuruluşların rekreasyon, turizm, sağlık, spor, kültür ve sanat ile ilgili birimleri*”, “*konaklama işletmelerinin animasyon, wellness, spa gibi bölümlerinde*”, “*rekreasyon ve eğlence işletmeleri*”, “*spor tesisleri*”, “*belediyeler*”, “*gençlik ve spor genel müdürlükleri*”, “*doğa koruma ve millî parklar genel müdürlükleri*”, “*üniversitelerin SKS birimleri*”, “*özel*

eğitim merkezleri”, “özel ya da kamusal eğitim, dinlenme ve sosyal tesisleri”, “kendi işini kurma” ve “gerekli koşulları sağlamaları halinde akademi kariyer” gibi kariyer ve istihdam olanaklarının mevcut olduğu belirtilmektedir.

Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi

Üniversitenin Turizm Fakültesi bünyesinde kurulan ve eğitim faaliyetlerine devam eden Rekreasyon Yönetimi Bölümünün amacı; yaratıcı ve nitelikli öğrenci yetiştirmek için rekreasyon programları ve boş zaman aktiviteleri planlamaktır.

Üniversitenin ilgili bölüm internet sitesinde, bölümden mezun olacak öğrencilerin, turizmle ilgili alanlarda, kamuda ve özel sektörde olmak üzere “*su sporları, kara sporları ve sosyo-kültürel rekreasyon faaliyetleri animatörlüğü*”, “*sağlık turizmi tesislerinde rekreasyon faaliyetleri animatörlüğü*”, “*çocuk rekreasyon faaliyetleri animatörlüğü*”, “*belediyeler*”, “*spor genel müdürlükleri ve üniversiteler*”, “*rekreasyon ve spor merkezleri*”, “*kamu ve özel sektör rekreasyon işletmeleri*”, “*Gençlik ve Spor Bakanlığı*”, “*Millî Eğitim Bakanlığı’na bağlı kurumlar*”, “*sağlık, kültür ve spor daire başkanlıkları*”, “*yerel yönetimler*”, “*gençlik merkezleri*”, “*gönüllü örgütler*”, “*Türk Silahlı Kuvvetleri*”, “*üniversiteler*”, “*sanayi işletmeleri*”, “*AVM’ler*”, “*temalı açık/kapalı park rekreasyon alanları*”, “*turizm işletmeleri*”, “*fitness ve spa merkezleri*”, “*ticari rekreasyon ve organizasyon işletmeleri*”, “*spor kulüpleri*” ve “*rehabilitasyon merkezleri*” gibi çok sayıda ve farklı kariyer ve istihdam olanaklarına sahip olabileceği belirtilmektedir.

Siirt Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

Üniversitenin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu bünyesinde kurulan ve eğitim faaliyetlerine devam eden Rekreasyon Yönetimi Bölümünün temel amacı; turizm ve spor alanında sosyal, ekonomik, rekreatif ve teknik yönden gelişimine katkılar sağlayacak düzeyde teorik ve pratik bakımından donanımlı, iki yabancı dil bilen ve analitik düşünme yeteneğine sahip olan nitelikli iş görenler, orta ve üst düzey yönetici adayları yetiştirmektir.

Üniversitenin ilgili bölüm internet sitesinde, bölümden mezun olacak öğrencilerin, “*özel eğitim merkezlerinde rekreasyon eğitmeni*”, “*spor tesisleri ve birimlerinde yönetici*”, “*yerel yönetimlerin rekreasyon hizmetleri birimlerinde uygulayıcı*”, “*gençlik ve spor genel müdürlükleri bünyesinde uzman*”, “*hastanelerin Gerontoloji (Yaşlılık Bilimi) bölümlerinde eğitmen*”, “*turistik tesisler, dinlenme tesisleri ve tatil köyleri bünyesinde animasyon yöneticisi ve uygulayıcısı*”, “*çocuk kampları ve özel ana okulları kapsamında*

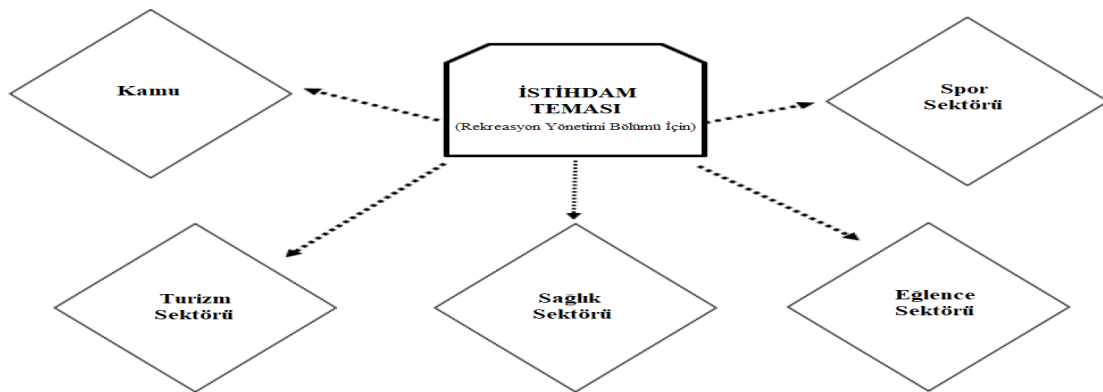
“çocuk rekreasyon faaliyet uygulayıcısı”, “sinema, tiyatro, müzikhol, fuar, temalı park ve benzeri eğlence işletmelerinde yönetici”, “KPSS gibi sınavlarda başarılı olma durumunda kamu işletmelerinin sosyal tesisler yöneticisi” ve “gerekli sınav ve koşulları yerine getirerek üniversitelerde alan akademisyeni” olma gibi önemli ve avantajlı kariyer-istihdam olanaklarına sahip olabilecekleri belirtilmektedir.

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Zile Dinçerler Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

Üniversitenin Zile Dinçerler Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu bünyesinde kurulan ve eğitim faaliyetlerine devam eden Rekreasyon Yönetimi Bölümünün amacı; turizmin özellikle “estetik” ve “hoşça vakit geçirtme” boyutlarına odaklanmış olan turizm yöneticileri ile planlamacılarını yetiştirmektir. Ayrıca, toplumun günlük yaşamında da hoşça vakit geçirebilmesini temin eden koşulları, aktiviteleri toplum için planlamaya ve gerçekleştirmeye yatkın nitelikte bireyler yetiştirmek de bölümün amaçları arasında yer almaktadır.

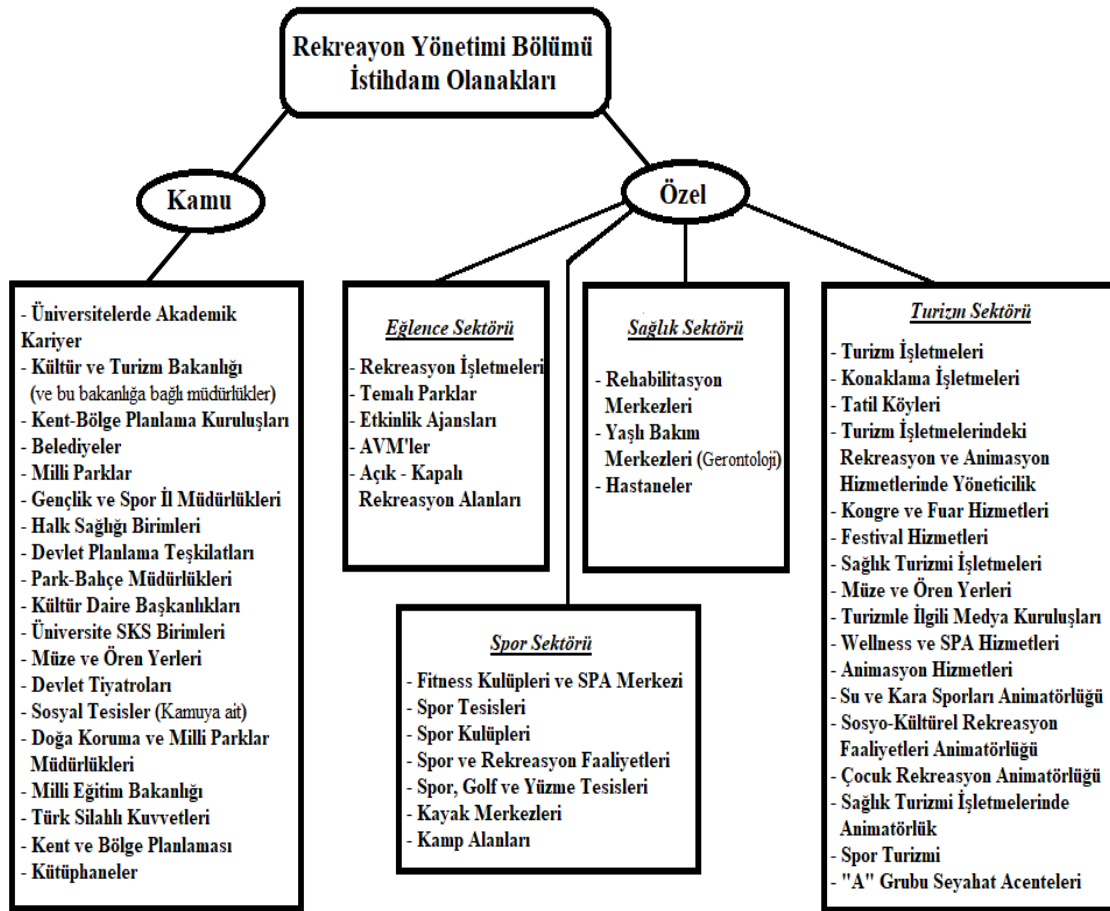
Üniversitenin ilgili bölüm internet sitesinde, bölümden mezun olacak öğrenciler için, “turizm işletmeleri” başta olmak üzere, “etkinlik ajansları”, “turizm il müdürlükleri”, “kent ve bölge planlama kuruluşları”, “millî park yönetim organizasyonları”, “belediyeler”, “ziyaretçi varış yerleri” ve “bölgesel turizmi geliştirme kuruluşları” gibi farklı ve çok sayıda kariyer ve istihdam olanakları olduğu belirtilmektedir.

Üniversitelerin resmî internet sitelerinden elde edilen yukarıdaki bilgiler doğrultusunda, rekreasyon yönetimi bölümünden mezun olan/olacak öğrenciler için istihdam teması oluşturulmuştur. Söz konusu istihdam teması Şekil 1.’de gösterilmiş olup, kamu, turizm sektörü, sağlık sektörü, spor sektörü ve eğlence sektörü olmak üzere beş koddan oluşmaktadır.



Şekil 1. Rekreasyon yönetimi bölümü öğrencilerin çalışma alanlarını gösteren istihdam teması

Şekil 1. rekreasyon yönetimi bölümü öğrencilerinin mezuniyet sonrası istihdam edilmesi beklenen sektörler ile ilgili bölümlerin web siteleri incelenerek içerik analizi ile oluşturulmuştur. Şekil 1. doğrultusunda daha detaylı inceleme yapabilmek ve öğrencilerin sektörler bazında nerelerde, hangi kurumlarda, hangi pozisyonlarda istihdam edilebileceğini detaylı inceleyebilmek amacıyla Şekil 2. oluşturulmuştur. Şekil 2.'nin oluşturulmasında bölüm web sitelerinde yer alan istihdam alanları, meslek tanımları kullanılmıştır.



Şekil 2. Rekreasyon yönetimi programı istihdam alanları

Şekil 1. incelendiğinde, lisans düzeyinde eğitim veren kurumların rekreasyon yönetimi bölümünden mezun olan/olacak öğrencilerin, turizm sektörü başta olmak üzere, kamu, sağlık, spor ve eğlence sektörlerinde kariyer ve istihdam olanaklarına sahip olduğu görülmektedir. Şekil 2.'de ise söz konusu sektörlerde öğrencilerin hangi alanlarda kariyer ve istihdam olanaklarına sahip olduğu gösterilmektedir. Rekreasyon yönetimi bölümünün yer aldığı yükseköğretim kurumlarının resmî internet sitelerinden alınan verilerin içerik

analizi yardımıyla analiz edilerek oluşturulan bu şekiller, düzenli ve bütün bilgiye ulaşma açısından önemli bir kaynak niteliğinde değerlendirilebilir.

4. Sonuç ve Öneriler

Bu araştırma, turizmle ilgili fakülte ve yüksekokullarda okutulan rekreasyon yönetimi bölümünde eğitim gören ve bu bölümden mezun olan öğrencilerin kariyer ve istihdam olanaklarının incelenmesi ve ortaya konması amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın, kavram olarak diğer pek çok bölüme göre daha az bilinir olan rekreasyon yönetimi bölümü ve bu bölümün sunduğu kariyer ve istihdam olanakları hakkındaki bilgilere, özellikle lise eğitimi tamamlayan öğrencilerin ve velilerinin bütüncül ve düzenli bir şekilde kolaylıkla erişebileceği bir kaynak olabileceği düşünülmektedir. Bu doğrultuda, Türkiye genelinde 19 farklı üniversitenin 20 farklı fakülte ve yüksekokulunda yer alan rekreasyon yönetimi bölümlerinin resmî internet siteleri incelenmiş, veriler toplanmış ve içerik analizi ile analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında incelenmiş olan üniversitelerden 6 tanesinin internet sitelerinde kariyer ve istihdam olanaklarına ilişkin herhangi bir bilginin bulunmadığı, diğer 13'ünün sitesinde ise söz konusu bilgilere yer verilmiş olduğu tespit edilmiştir.

Kariyer ve istihdam olanaklarıyla ilgili bilgilere yer verilen bölümlerin internet sitelerinden elde edilen verilerin analiz sonucuna göre, rekreasyon yönetimi bölümü öğrencilerinin istihdam temaları; kamu, turizm sektörü, sağlık sektörü, spor sektörü ve eğlence sektörü olmak üzere toplam beş koddan oluşmaktadır. Kamu ve özel sektör olmak üzere iki grupta toplanan rekreasyon yönetimi bölümü öğrencilerinin istihdam olanakları oldukça çeşitli ve fazla sayıdadır. İçerik analizi sonucuna göre, rekreasyon yönetimi bölümünden mezun olan/olacak öğrencilerin “akademik kariyer, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve bu bakanlığa bağlı olan müdürlükler, kent ve bölge planlama kuruluşları, belediyeler, milli parklar, gençlik ve spor il müdürlükleri, halk sağlığı birimleri, devlet planlama teşkilatları, park-bahçe müdürlükleri, kültür daire başkanlıkları, üniversite SKS birimleri, müze ve ören yerleri, devlet tiyatroları, kamuya ait sosyal tesisler, doğa koruma ve milli parklar müdürlükleri, Milli Eğitim Bakanlığı, Türk Silahlı Kuvvetleri, kent ve bölge planlaması ile kütüphaneler” gibi çok sayıda kamu ile ilgili kariyer ve istihdam olanaklarının olduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan, bölümden mezun olan ya da olacak olan öğrencilerin özel sektör bazında eğlence sektöründe “rekreasyon işletmeleri, temalı parklar, etkinlik ajansları, AVM’ler, açık-kapalı rekreasyon alanları” gibi kariyer ve

istihdam olanaklarına; sağlık sektöründe “rehabilitasyon merkezleri, yaşlı yaşam merkezleri” gibi kariyer ve istihdam olanaklarına; spor sektöründe “fitness kulüpleri ve spa merkezleri, spor tesisleri, spor ve rekreasyon faaliyetleri, spor, golf ve yüzme tesisleri, kayak merkezleri, kamp alanları, spor kulüpleri” gibi kariyer ve istihdam olanaklarına; ve turizm sektöründe ise “turizm işletmeleri, konaklama işletmeleri, tatil köyleri, turizm işletmelerindeki rekreasyon ve animasyon hizmetlerine yönelik orta ve üst düzey yönetici, kongre ve fuar hizmetleri, festival hizmetleri, sağlık turizmine yönelik işletmeler, müze ve ören yerleri, turizmle ilgili medya kuruluşları, wellness ve spa hizmetleri, animasyon hizmetleri, su ve kara sporları ile sosyo-kültürel rekreasyon animatörlüğü, çocuk rekreasyon animatörlüğü, sağlık turizmi işletmelerinde animatörlük, spor turizmi, A grubu seyahat acenteleri” gibi özel sektörde de çok çeşitli ve fazla sayıda kariyer ve istihdam olanaklarına sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Rekreasyon yönetimi bölümünden mezun olan öğrencilerin çalışma alanlarının oldukça geniş olduğu belirlenmiştir. Fakat önemli olan rekreasyon bölümlülerinin belirledikleri istihdam alanlarının gerçek yaşamda karşılığının olup olmadığının araştırılmasıdır. Bu bölümden mezun olan öğrenciler sektörler tarafından biliniyor mu, bu bölümden mezun olan öğrencilere sektörler ihtiyaç duyuluyor mu sorularının cevabı mutlaka araştırılmalıdır. Bu bağlamda sektör üniversite ilişkisi oldukça önemlidir. Nispeten yeni bir bölüm olan rekreasyon yönetimi bölümünün sektörlerle ikili ilişkiler kurması, bölümün tanıtılması açısından oldukça önemlidir.

Araştırmacılara rekreasyon yönetimi bölümünden mezun olan öğrencilerin mezuniyet sonrası hangi sektörde veya işletmelerde çalıştıklarının tespitine yönelik çalışma yapmaları ve bu çalışma sonucu elde edilen bulguların rekreasyon yönetimi bölümlerinin belirledikleri çalışma alanlarıyla karşılaştırmasının yapılması tavsiye edilmektedir. Böylelikle rekreasyon yönetimi bölümlerinin belirledikleri istihdam ve kariyer olanaklarının sektörlerdeki ve öğrencilerin yaşamındaki yansımaları daha iyi ortaya konulacaktır.

Kaynakça

Akdeniz Üniversitesi – Manavgat Turizm Fakültesi, (2023). *Rekreasyon Yönetimi Bölümü (Hakkımızda)*, <http://mtf.akdeniz.edu.tr/bolumler/rekreasyon-yonetimi-bolumu/hakkimizda/> [05.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].

Akdeniz Üniversitesi – Turizm Fakültesi, (2023). *Rekreasyon Yönetimi Bölümü Genel Tanıtım*, https://turizm.akdeniz.edu.tr/tr/genel_tanitim-2537 [05.01.2023 tarihinde

erişim sağlandı].

- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi – Turizm Fakültesi, (2023). *Rekreasyon Yönetimi Bölümü (Tanıtım)*, <https://hacibayram.edu.tr/turizm-rekreasyon/tanitim?lang=tr-TR> [05.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].
- Ap, J. (1986). Recreation trends and implications for government. In: R. Castle, D. Lewis and J. Mangan (Eds.), *Work, leisure and technology*, pp. 167. Melbourne: Longman Cheshire.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2012). *Turizm Ekonomisi* (Dördüncü Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Balıkesir Üniversitesi – Turizm Fakültesi, (2023). *Rekreasyon Yönetimi Bölümü (Hakkımızda)*, <https://www.balikesir.edu.tr/site/icerik/rekreasyon-yonetimi-bolumu-1688> [05.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].
- Baruch, Y., and Rosenstein, E. (1992). Human resource management in Israeli firms: Planning and managing careers in high technology organizations. *International Journal of Human Resource Management*, 3(3), 477-495.
- Bird, A. (1994). Careers as repositories of knowledge: A new perspective on boundaryless careers. *Journal of Organizational Behavior*, 15(4), 325-344.
- Demirdağ, Ş. A. (2020). Entropi yöntemi ile turizm işletmeciliği uzaktan eğitim öğrencilerinin memnuniyet algılarının derecelendirilmesine yönelik bir araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research /JRTR*, 7(4), 749-763. Doi: 10.31771/jrtr.2020.86
- Demirdağ, Ş. A., Kamber, S. S. ve Aydın, İ. (2016). Turizm sektöründe staj yapmış turizm öğrencilerinin eğitim seviyelerine göre iş tatmin düzeylerinin karşılaştırılması. İçinde: 3. *Uluslararası Çin'den Adriyetik'e Sosyal Bilimler Kongresi*, ss. 36-53, 27-30 Ekim 2016, Antalya.
- Giresun Üniversitesi – Turizm Fakültesi, (2023). *Rekreasyon Yönetimi Bölümü (Genel Bilgiler)*, <http://rky.giresun.edu.tr/tr/page/genel-bilgiler/5015> [05.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].
- Hacıoğlu, N., Gökdeniz, A. ve Dinç, Y. (2015). *Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi – Örnek Animasyon Uygulamaları* (Üçüncü Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Harran Üniversitesi – Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, (2023). *Rekreasyon Yönetimi Bölümü (Amaç ve Hedefler)*, <http://web.harran.edu.tr/rekreasyon/tr/hakkimizda/amac-ve-hedefler/> [05.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].
- Karabük Üniversitesi – Safranbolu Turizm Fakültesi, (2023). *Rekreasyon Yönetimi Bölümü*, <https://stf.karabuk.edu.tr/index.aspx> [05.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].
- Karaküçük, S. (1995). *Rekreasyon: Boş Zamanları Değerlendirme, Kavram, Kapsam ve Bir Araştırma*. Ankara: Seren Matbaacılık.
- Karaküçük, S. ve Akgül, B. M. (2016). *Ekorekreasyon-Rekreasyon ve Çevre*. Ankara: Gazi Kitabevi Tic. Ltd. Şti.
- Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi – Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, (2023).

Rekreasyon *Yönetimi* *Bölümü,*
<https://kmu.edu.tr/ubyo/sayfa/2281/bolumler/rekreasyon-yonetimi-bolumu/tr>
[05.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].

Keleş, Y. (2018). Neden turizm eğitimi? Lisans düzeyinde turizm öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 219-236. Doi: 10.21325/jotags.2018.306

Kırklareli Üniversitesi – Turizm Fakültesi, (2023). *Rekreasyon Yönetimi Bölümü (Bölüm Hakkında)*, https://turizmry.klu.edu.tr/Yardimci_Sayfalar/1023-bolum-hakkinda.klu [05.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].

Kraus, R. (1966). *Recreation Today: Program Planning and Leadership*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

Kütahya Dumlupınar Üniversitesi – Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi, (2023). *Rekreasyon* *Yönetimi* *Bölümü,*
<https://tubif.dpu.edu.tr/tr/index/sayfa/11856/rekreasyon-yonetimi-bolumu>
[05.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].

Mersin Üniversitesi – Turizm Fakültesi, (2023). *Rekreasyon Yönetimi Bölümü*, <https://www.mersin.edu.tr/akademik/turizm-fakultesi/bolumler/rekreasyon-yonetimi-bolumu> [05.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].

Necmettin Erbakan Üniversitesi – Turizm Fakültesi, (2023). *Rekreasyon Yönetimi Bölümü (Hakkımızda)*, www.erbakan.edu.tr/rekreasyonyonetimi/sayfa/12338/hakkimizda [05.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].

Neumeyer, M. H. and Neumeyer, E. S. (1958). *Leisure and Recreation -A Study of Leisure and Recreation in Their Sociological Aspects* (Third Edition). New York: The Ronald Press Company.

Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi – Kadirli Uygulamalı Bilimler Fakültesi, (2023). *Rekreasyon* *Yönetimi* *Bölümü (Bölüm Hakkında)*, <https://osmaniye.edu.tr/birimdetay-rky-42813> [05.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].

Pamukkale Üniversitesi – Turizm Fakültesi, (2023). *Rekreasyon Yönetimi Bölümü (Rekreasyon Yönetimi Bölümü Hakkında Genel Bilgi)*, <https://www.pau.edu.tr/turizmfakultesi/tr/sayfa/rekreasyon-yonetimi-bolumu> [05.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].

Redman, T. and Wilkinson, A. (2013). *Contemporary human resource management: Text and cases* (Fourth Edition). New York: FT Prentice Hall, Pearson Education.

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi – Turizm Fakültesi, (2023). *Rekreasyon Yönetimi (İstihdam Olanakları)*, <https://rekyonetimi.subu.edu.tr/tr/istihdam-olanaklari> [05.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].

Selçuk, G.N. (2015). *Turizm Ekonomisi* (İkinci Baskı), Erzurum: Salkımsöğüt.

Selçuk Üniversitesi – Turizm Fakültesi, (2023). *Rekreasyon Yönetimi*, https://www.selcuk.edu.tr/Birim/Bolum/turizm-rekreasyon_yonetimi/49759#! [05.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].

- Siirt Üniversitesi – Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, (2023). *Rekreasyon Yönetimi (Bölüm Tanıtımı)*, <https://tioy.siirt.edu.tr/detay/bolum-tanitimi/664159313.html> [05.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].
- Sinop Üniversitesi – Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, (2023). *Rekreasyon Yönetimi (Bölümümüz Hakkında)*, <https://rekreasyonturizm.sinop.edu.tr/bolumumuz-hakkinda/> [05.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].
- Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi – Zile Dinçerler Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, (2023). *Rekreasyon Yönetimi Bölümü*, https://zturizm.gop.edu.tr/depo/menuler/birim_11899/bilgilenirme_kilavuzu_451/dosya_icerik/4816888/bilgilenirme_kilavuzu_20220923161933.pdf?d=tr-TR&mk=37722&m=bilgilenirme_kilavuzu&bidr=11899&bid=11899 [05.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].
- Turpçu, E. ve Akyurt, H. (2018). Turizm eğitimi alan öğrencilerin kariyer streslerinin belirlenmesi: Giresun Üniversitesi lisans öğrencileri üzerine bir araştırma. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 2018(69), 365-380.
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri (2023), *Eğitim*, <https://sozluk.gov.tr/> [03.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].
- Türkiye Cumhuriyeti Ölçme, Seçme ve Yerleştirme Başkanlığı – ÖSYM, (2023), *Yükseköğretim Kurumları Sınavı – 2022 / Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kilavuzu*, <https://www.osym.gov.tr/TR,23885/2022-yuksekogretim-kurumlari-sinavi-yks-yuksekogretim-programlari-ve-kontenjanlari-kilavuzu.html> [03.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].
- Usta, Ö. (2012). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım* (Üçüncü Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi – Turizm Fakültesi, (2023). *Rekreasyon Yönetimi Bölümü*, <https://www.yyu.edu.tr/Birimler/478/sayfalar/13144> [05.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].
- Yavuz, E., Aksoy, M., and İskender, A. (2016). Reasons of choosing recreation management departments within the body of tourism faculties and expectations of students. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 15(2), 549-561. Doi: 10.21547/jss.256709
- Yükseköğretim Kurulu (2023a), *Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi*, <https://istatistik.yok.gov.tr/> [03.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].
- Yükseköğretim Kurulu (2023b), *Yükseköğretim Program Atlası*, <https://yokatlas.yok.gov.tr/> [03.01.2023 tarihinde erişim sağlandı].

Etik Kurul İzni

Çalışmada kullanılan veriler ikincil veri olarak elde edildiği için çalışmayla ilgili etik kurulu izni gerektiren bir durum söz konusu değildir.

Katkı Oranı Beyanı

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar Çatışması Beyanı

Yazarlar arasında çıkar çatışması bulunmamaktadır.



ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEK VE ÇALIŞAN PERFORMANSI İLİŞKİSİNDE HİZMET VERME YATKINLIĞININ ARACI ROLÜ: İSTANBUL'DAKİ 4 VE 5 YILDIZLI OTEL ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

THE MEDIATING ROLE OF SERVICE ORIENTATION IN THE RELATIONSHIP BETWEEN PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT AND EMPLOYEE PERFORMANCE: A RESEARCH ON 4 AND 5 STAR HOTEL EMPLOYEES IN ISTANBUL

Gürkan ALAGÖZ^a

Özet

Turizm işletmelerinin rekabette üstünlük elde edebilmesinde çalışanların önemi büyüktür. Sunulan hizmetin rakiplerle benzer nitelik taşınması nedeniyle hizmet farklılaşmasının sağlanması işletmeleri bir adım öne geçirebilir. Çalışan performansı ve hizmet verme yatkınlığı işletmeleri başarıya ulaştıracak kilit unsurlardandır. Çalışanların örgütsel olarak desteklendiği işletmelerde hem bireysel hem de örgütsel performans düzeyinin artması beklenmektedir. Hizmet kalitesinin ve müşteri memnuniyetinin artırılması için hizmet odaklı vizyona ve çalışanlara sahip olmak gerekmektedir. Bu araştırma otel çalışanların algıladığı örgütsel desteğin performansa olan etkisinde hizmet verme yatkınlığının aracı rolünü tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Bu kapsamda İstanbul'daki 4 ve 5 yıldızlı otellerde çalışanlar araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Anket tekniği ile 25 Aralık 2022-30 Ocak 2023 tarihleri arasında ilgili otellerde çalışan 351 kişiden veri toplanmıştır. Veri analizi sonucunda örgütsel desteğin çalışan performansı ve hizmet verme yatkınlığı üzerinde pozitif etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca algılanan örgütsel desteğin çalışan performansı üzerindeki etkisinde hizmet verme yatkınlığının aracı rolünün olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda otel yöneticilerine çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Algılanan örgütsel destek, hizmet verme yatkınlığı, çalışan performansı, otel.

Abstract

Employees are of great importance for tourism enterprises to gain competitive advantage. Because of service has similar characteristics with the competitors, providing service differentiation can take the enterprises one step ahead. Employee performance and service orientation are key elements that will make businesses successful. In order to increase service quality and customer satisfaction, it is necessary to have a service-oriented vision and employees. This research was conducted to determine the mediating role of service orientation in the effect of perceived organizational support on hotel employees performance. In this context, employees working in 4 and 5 star hotels in Istanbul constitute the population of the research. Data were collected from 351 people working in the relevant hotels between 25 December 2022 and 30 January 2023 with the survey technique. As a result of the data analysis, it was revealed that organizational support has positive effect on employee performance and service orientation. In addition, it was concluded that service orientation had a mediating role in the effect of perceived organizational support on employee performance. As a result, various suggestions were presented to hotel managers.

Keywords: Perceived organizational support, service orientation, employee performance, hotel.

Makele Geliş Tarihi: 10.02.2023 Makale Kabul Tarihi: 23.03.2023

Sorumlu Yazar (Corresponding Author): Gürkan ALAGÖZ (galagoz@erzincan.edu.tr)

^a Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu, Erzincan/Türkiye (galagoz@erzincan.edu.tr),

ORCID: 0000-0002-7446-6220

DOI: 10.5281/zenodo.7783458

1.Giriş

İşletmeleri anlamlı, başarılı ve karlı kılan çalışanlardır. Özellikle çalışanların önemli olduğu turizm gibi endüstrilerde nitelikli çalışanları bulmak ve var olanları elde tutmak işletme yöneticileri için kritik öneme sahiptir. İnsan hayatının önemli bir kısmının çalışılan işyerinde ve iş arkadaşlarıyla geçirildiği düşünüldüğünde, iş ortamının sosyal ve psikolojik açıdan çalışanlar üzerindeki etkileri göz ardı edilemeyecek kadar önemlidir.

Sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde etmek isteyen işletmelerin çalışan performansını artırması gerekmektedir. İnsan kaynakları açısından bakıldığında insan unsuru performans değişkenini etkileyen önemli faktörlerin başında gelir. Bunun yanı sıra çalışan performansının pek çok unsurdan etkilendiği düşünüldüğünde, örgütsel olarak çalışanların beklentilerine cevap vermek gerekmektedir. Gouldner'ın (1960) karşılılık normu ve Blau'nun (1964) sosyal mübadele teorisi gibi yaklaşımlar örgüt ve çalışanlar arasında bir nevi değişim olduğunu ifade etmektedir (Blau, 1964'den aktaran Turunç ve Çelik, 2010a: 210).

Örgütsel destek teorisi; örgütsel beklentilerin karşılanabilmesi için çalışanların daha fazlasını yapmayı istemesi şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu etkileşimin iş performansına etkileri olacağı düşünülmektedir. Otellerde verilen hizmetin asli unsurunu oluşturan çalışan performansı pek çok değişkenden etkilenebilmektedir. Bu bağlamda örgütlerin çalışanlarına sağlamış olduğu özerklik, kişisel gelişim imkânları, ödül, terfi gibi örgütsel destek unsurlarının varlığı önemli bir destekleyicidir. Bu unsurların eksikliği iş tatminini düşürürken motivasyonu azaltmaktadır. Özetle iş motivasyonu örgütsel desteğin sonucudur (Demir, 2012: 51, 60).

Örgütsel açıdan desteklenen çalışanların hizmet verme yatkınlıklarının da etkileneceği düşünülmektedir. Hizmet işletmelerinde çalışanların hizmet yatkınlıkları iş performansıyla yakından ilişkilidir. Hizmet odaklı çalışan, müşterilere örgüt hakkında iyi bir izlenim vermekle kalmaz, aynı zamanda örgütteki yaşam kalitesini de yansıtır. Bir örgüt hizmet kalitesi sorunlarını anlamak ve sorunların üstesinden gelmek istiyorsa, çalışanların hizmet ederken tutum ve davranışlarına odaklanmalıdır (Dienhart vd., 1992: 332).

Örgütsel destek değişkeni, örgütsel bağlılık, iş tatmini, işten ayrılma niyeti, performans, liderlik, işle bütünleşme, işe adanmışlık, kariyer, örgütsel vatandaşlık, stres, sinizm, yenilik, örgütsel güven ve motivasyon gibi değişkenlerle sıklıkla çalışılmış bir kavramdır

(Aksoy ve Sökmen, 2018; Baş ve Çınar, 2021; Genç, 2021). Bu araştırmada algılanan örgütsel desteğin hizmet verme yatkınlığı ve performans değişkenleriyle ilişkisi çeşitli açılardan ele alınacaktır. Bu değişkenleri birlikte ele alan ve algılanan örgütsel desteğin çalışan performansı üzerindeki etkisini hizmet verme yatkınlığı aracılığıyla inceleyen çalışmaya rastlanılmadığından araştırmanın özgün olduğu ve alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. Alanyazın Taraması

2.1. Algılanan Örgütsel Destek

Genel olarak insanlar başkaları tarafından desteklendiklerinde kendilerini iyi hissederler. Bu durumun çalışma hayatında da böyle olduğu bilinmektedir. Çalışanların desteklenmesiyle ilgili farklı destek türleri bulunmaktadır. Yönetici, meslektaş ve örgütsel destek bunlar arasındadır. Ancak alanyazında en fazla çalışılan destek türü, işletmeden destek algısı anlamına gelen örgütsel destek kavramıdır (Giray ve Şahin, 2012: 2). Eisenberger vd. (1986: 500) örgütsel desteği, çalışanların örgütün katkılarına ne ölçüde değer verdiği ve refahlarını önemseydiğine yönelik inançlar şeklinde tanımlamıştır. İş ortamı pek çok insanın vaktinin önemli bir bölümünü geçirdiği yerlerden biridir. Örgüt psikolojisinde çalışma yaşamında çalışanların fizyolojik ihtiyaçlarının yanı sıra psikolojik ihtiyaçlarına da cevap verilmesi gerekmektedir. Örgütsel yapı ve tasarımın, amaç ve hedeflerin çalışanların mutluluk ve huzurunu sağlayacak şekilde düzenlenmesi şeklinde tarif edilen örgütsel destek kavramı; “örgütlerde değerlilik duygusu yaratmaya yönelik örgütsel ve yönetsel yolla işgörenin yanında olma duygusu oluşturmak” şeklinde tanımlanmaktadır (Tutar, 2014: 324-325).

Örgütsel destek teorisi çalışanların örgütü içselleştirdiğini, örgütün katkı ve refahlarına ne derecede önem verdiğini algılamasıdır. Sonrasında çalışanların artan bağlılık, sadakat ve performansla algılanan desteğe karşılık verdiğini varsaymaktadır (Rhoades ve Eisenberger, 2002). Çalışanların yaptıkları iş için verdikleri emek karşısında örgütün çalışanı destekleme derecesi algısını ifade eden örgütsel destek; çalışan örgüt ilişkisini sosyal mübadele teorisine de dayandırmaktadır (Güçlü Nergiz, 2016). Blau (1964) sosyal değişim teorisinde çalışanların işle ilgili çaba ve performanslarını, örgütten bekledikleri maddi ve manevi ödüllerle ilişkili olarak şekillendirdiğini belirtmektedir (Blau, 1964'den aktaran Turunç ve Çelik, 2010a). Çalışanların örgütsel bağlılıklarının, örgütün kendilerine olan bağlılığını algılamalarından güçlü bir şekilde etkilendiği sosyal değişim

yaklaşımını desteklemektedir. Bu durum algılanan örgütsel desteğin çalışanın duygusal bağlılığını arttırdığını ve örgütsel hedeflere ulaşmak için daha fazla çaba gösterilmesi beklentisinin ödüllendirileceğini belirtmektedir (Eisenberger vd., 1986). Örgütsel desteğin temelini oluşturan bir başka kuramda Gouldner'ın (1960) karşılılık normudur. Bu teori sosyal mübadele teorisinde olduğu gibi karşılılık esasına dayanmaktadır. İnsanlar kendilerine yardım edenlere yardım etmeli ve kendilerine yardım edenleri incitmemeli felsefesi bu yaklaşımın özünü oluşturmaktadır (Gouldner, 1960: 171).

2.2. Hizmet Verme Yatkınlığı

Çalışanların müşterilere hizmet etme konusunda istekli olması ve hizmet esnasında kişilerarası ilişki ve iletişim becerisi, hizmet verme yatkınlığı olarak ifade edilmektedir. Hizmet verme yatkınlığı; kişinin doğuştan sahip olduğu kişilik özellikleri ve öğrenme sonucunda oluşan etkileşimi ve birleşimi sonucunda, müşteri istek ve ihtiyaçlarını karşılamak için istekli ve becerikli, etkili iletişim kurabilme ve bu durumdan keyif alabilme gibi kişilik özellikleri, tutum ve davranışları kapsayan bir özellik olarak görülmektedir (Kuşluvan ve Eren, 2011: 139, 141). Saxe ve Weitz (1982: 344) tarafından müşteri odaklı davranış olarak ele alınan hizmet verme yatkınlığı kavramı, satış elemanlarının müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayarak satın alma kararı vermelerine yardımcı olmaya çalışan bir pazarlama şekli olarak ifade edilmektedir. Müşteri odaklılığı yüksek olan çalışanların müşteri memnuniyetini arttırmayı amaçlayan davranışlar sergileyeceği ve müşteri memnuniyetsizliğine yol açabilecek davranışlardan kaçınacağı belirtilmektedir. Hogan, Hogan ve Busch (1984) hizmet odaklılığın uyumluluk, sevilebilirlik, sosyal beceri boyutlarını içerdiğini belirtmektedir. Ayrıca hizmet odaklılığın yardımsever, düşünceli ve işbirlikçi olma eğilimi gibi özellikler barındırması teknik performansın olmadığı işlerde öne çıkan önemli hususlar olarak görülmektedir. Brown vd. (2002) müşteri odaklılığı bir çalışanın iş ortamında müşteri ihtiyaçlarını karşılama eğilimi veya yatkınlığı olarak tanımlarken müşteri ihtiyaçlarını karşılama yeteneği ve hizmet etmekten zevk alma olarak iki boyutta ele almıştır. Donovan, Brown ve Mowen (2004) ise müşteri odaklılığı, müşterinin değerli ve özel olduğunu hissettirme, müşterinin ihtiyaçlarını iyi anlama, kişisel ilişki kurma ve gerekli hizmeti sunma ihtiyacı olarak dört boyutta ele almıştır.

2.3. Çalışan Performansı

Performans, kişiye verilen görevin yerine getirilmesidir. Bir çalışanın işte ne yaptığı veya

verilen görevi nasıl yerine getirdiği performans olarak ifade edilebilir. Bu nedenle performans, verilen görevle ilgili bireysel davranışların toplamı şeklinde belirtilebilir. Ayrıca çalışanın bilgi, beceri, davranış ve etik değerlerini de yansıtan iş performansı, örgütün beklentilerini gerçekleştirme yeteneği olarak tanımlanabilir (Darvishmotevali ve Ali, 2020: 2). Performans, çalışanın örgütün amaç ve hedeflerine ulaşmak için ne ölçüde katkıda bulunduğu olarak görülmektedir (Md-Sidin, Sambasivan ve Muniandy, 2010: 52). Borman ve Motowidlo (1993) performansı, görev performansı ve bağlamsal performans olarak ele almaktadır. Görev performansı, bir çalışanın teknolojik bir sürecin bir bölümünü doğrudan uygulaması veya dolaylı olarak gerekli malzeme ve hizmetleri sağlayarak örgütün teknik özüne katkısı olan faaliyetleri gerçekleştirmesidir. Bağlamsal performans ise farklıdır. Bağlamsal faaliyetler; örgütsel görev ve süreçler için katalizör rolü olan ve örgütsel, sosyal ve psikolojik bağlamı şekillendirerek örgütsel etkinliğe katkıda bulunurlar. Bu faaliyetler resmi olarak bir işin parçası olmayan, örgütteki görevlerini gerçekleştirmek için gönüllü olmayı ve görevlerin yerine getirilmesi için örgütteki diğer kişilere yardımcı olmayı ve onlarla iş birliği yapmayı içermektedir (Borman ve Motowidlo, 1993'den aktaran Borman ve Motowidlo, 1997: 99-100). Çalışan performansı örgütün kuruluşunda en önemli temellerden biridir. Örgütsel performans çalışanların performansına bağlı olup, çalışan performansı yüksekse yüksek, düşükse düşük gerçekleşmektedir (Ghebrejorgis, 2018: 2).

3. Hipotezlerin Geliştirilmesi

3.1. Algılanan Örgütsel Destek ve Çalışan Performansı İlişkisi

Eisenberger, Fasolo ve Davis-LaMastro (1990), örgütsel destek algısı yüksek olan çalışanların daha yüksek performans-ödül beklentisi içerisinde olduğunu ve bu performans-ödül beklentisinden ilkinin ücret ve terfi, ikincisinin ise onaylanma, tanınma ve etkileme ile ilgili beklenti şeklinde tespit etmiştir. Ayrıca algılanan destek, örgütsel üyelik ve rol statüsünü çalışanların öz-kimliğine dâhil edilmesini teşvik ederken, örgütsel destek sonucunda ortaya çıkan duygusal bağlılığın örgütün değer ve normlarının içselleştirilmesini artırarak performansı arttıracaklarını belirtmişlerdir. Başka bir çalışma sonucunda da benzer sonuçlar bulunmuş ve algılanan örgütsel desteğin çalışanların iş performanslarını arttırdığı belirtilmiştir (Rhoades ve Eisenberger, 2002). Örgütsel desteğin çalışan performansını arttırmak için önemli olduğu ve yöneticilerin çalışanların örgütsel destek algılarını göz ardı etmemesi gerektiğini vurgulanmaktadır. Örgütsel

destek kapsamında iyileştirmelerin yapılması gerekmektedir. Bu kapsamda çalışanların katkılarını destekleyen, değerli gören ve onların refahına yönelik örgütsel politika, tutum, prosedür ve kararları uygulayarak onlara destek olan işletme yapıları çalışan performansında doğru bir gelişim seyri ortaya çıkaracağı belirtilmektedir (Miao ve Kim, 2010: 262). Çalışanların artan performansı örgütsel destekle yakından ilişkili olup (Shore ve Wayne, 1993; Muse ve Stamper, 2007; Riggie, Edmondson ve Hansen, 2009; Shen vd., 2014; Genç, 2018; Tosun, 2020), çalışanların iş çevresiyle olumlu ilişkiler geliştirmesine, görev ve sorumluluklarının bilincinde olmasına katkı sağlamaktadır (Zorlu ve Bal, 2019: 123). Bu bağlamda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H₁: Algılanan örgütsel destek çalışan performansı üzerinde anlamlı ve pozitif etkiye sahiptir.

3.2. Algılanan Örgütsel Destek ve Hizmet Verme Yatkınlığı İlişkisi

Algılanan örgütsel desteğin hizmet verme yatkınlığıyla olan ilişkisi hizmet kalitesi ve hizmet etme performansı üzerinden değerlendirilebilir. Eğer çalışanlar sağlam bir hizmet kültürünün parçasıysa, en iyi müşteri odaklı hizmeti sunmak için örgütsel destek alıyorsa bunun olumlu bir etkisinin olacağı düşünülmektedir. Bu durum örgütün hizmet odaklılığı nasıl sürdüreceğine ilişkin yapılanmasını etkileyecektir. Mükemmel hizmet kalitesini destekleyen bir örgütsel yaklaşım içerisinde olan işletmeler, daha yüksek değer, daha iyi sonuç ve müşteri sadakati sağlayacaktır (Liang, Tseng ve Lee, 2010: 68). Dienhart vd. (1992) hizmet odaklılığın örgütsel destek, müşteri odaklılık ve baskı altında hizmet olarak üç bileşenden oluştuğunu belirtmektedir. Örgütsel destekle hizmet odaklılık arasında önemli bir ilişki olduğunu ve örgütsel desteğin çıktılarının –örgütsel bağlılık, iş tatmini gibi- hizmet odaklı davranışları arttıracaklarını belirtmektedir. Ayrıca hizmet vermede gönüllülük ve yatkınlık hem iş performansını hem de müşteri memnuniyetini yükseltecektir (Eren ve Demirel, 2017: 7). Alanyazında örgütsel desteğin iş performansını ve hizmet kalitesini etkilediği görülmektedir (Zorlu ve Bal, 2019). Örgütün başarısı ve sürdürülebilirliği çalışan performansına bağlıdır. Hizmet odaklılığın, müşterileri tanımak ve beklentilerine yanıt vermekle ilgili olduğu belirtilmektedir. Hizmet odaklılık, liderlik ve destekleyici çalışma ortamıyla ilişkilidir. Örgütsel destek sağlanan çalışan motive olacak, yüksek performans ve müşteri odaklı davranışlar sergileyecektir (Kaleem, Kaleem ve Ahmad, 2018). Sönmez (2020) algılanan örgütsel destek ile hizmet performansı arasında pozitif bir ilişki bulunduğunu belirtmiştir.

Ercan İştin ve Taner (2021) algılanan örgütsel desteğin hizmet kalitesi üzerinde pozitif etkisinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Çalışanların fiziksel ve sosyal ihtiyaçlarının karşılanması, verimlilik ve performansı arttırmaktadır (Tutar, 2014: 325). Bolat, Bolat ve Taştan (2020) pozitif bir çalışma ortamında çalışan ve ihtiyaç duyduğu ekonomik ve psikolojik desteği alan çalışanların, olumlu çalışma tutumu sergileyeceği, örgüte yarar sağlayan duygu ve davranışlar geliştirebileceğini belirtmektedir. Gülaydın ve Aytaş (2020) örgütsel desteğin çalışanların örgüt amaçları doğrultusunda daha çok çalışmasını sağladığını belirtmektedir. Bu bağlamda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H₂: Algılanan örgütsel destek hizmet verme yatkınlığı üzerinde anlamlı ve pozitif etkiye sahiptir.

3.3. Hizmet Verme Yatkınlığı ve Çalışan Performansı İlişkisi

Çalışanların kaliteli hizmet sunduğu takdirde, müşterilerin hizmet hakkında pozitif olacağı, memnun kalacağı ve sık satın alma ve tekrar ziyaret eğiliminin artacağı bilinmektedir (Liao ve Chuang, 2004). Kuşluyan ve Eren (2008) konaklama işletmelerindeki örgütsel hizmet odaklılığın işletme performansı üzerinde pozitif etkisi olduğunu tespit etmiştir. Müşteri odaklılık ve uyarlanabilir satış, kazan-kazan sonuçlarını sağlamaktadır. Çünkü müşteriler daha iyi ve uygun yollarla hizmet alırken, satış gücü ve örgüt için daha yüksek düzeyde başarı sağlanmaktadır (Jaramillo ve Grisaffe, 2009: 167). Hizmet verme yatkınlığı müşteri memnuniyeti ve sadakati, hizmet kalitesi, performans ve örgütsel bağlılık gibi örgütsel sonuçları etkileyen önemli bir durumdur. Bu bağlamda işletmelerin işe alım sürecinde hizmet yatkınlığı olan kişilerin seçilmesi önem taşımaktadır (Kuşluyan ve Eren, 2011: 149). Başoda (2016) otel çalışanlarının hizmet verme yatkınlığının iş tatminini pozitif etkilediğini ve işten duyulan memnuniyetin iş verimliliğine ve performansına etki ettiğini belirtmektedir. Çilingir ve Erkılıç (2022) sosyal zekanın hizmet verme yatkınlığını etkilediğini ve böylece iş doyumunu, motivasyonu ve performansın yükseleceğini belirtmektedir. Bu bağlamda pek çok araştırma sonucunda hizmet verme yatkınlığının çalışan performansı üzerine pozitif etkisi olduğu görülmektedir (Saxe ve Weitz, 1982; Hogan vd., 1984; Donavan vd., 2004; Liao ve Chuang, 2004; Varinli, Yaraş ve Başalp, 2009; Jaramillo ve Grisaffe, 2009; Kuşluyan ve Eren, 2011; Polat, Misir ve Şahin, 2021). Bu bağlamda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H₃: Hizmet verme yatkınlığı çalışan performansı üzerinde anlamlı ve pozitif etkiye sahiptir.

3.4. Algılanan Örgütsel Destek, Hizmet Verme Yatkınlığı ve Çalışan Performansı İlişkisi

Turizm endüstrisini diğer alanlardan ayıran en önemli farklılık sunulan ürünün niteliğidir. Turizm genellikle hizmet sunan bir endüstridir. Hizmetin sunum sürecinde kaliteyi yükseltebilmek ve müşteri istek ve ihtiyaçlarına cevap verebilmek, çalışanların işinde yetenekli ve uyumlu olmasıyla sağlanır. Bu nedenle turizm endüstrisinde çalışan kişilerin hizmet vermeye yatkın kişilerden seçilmesi önem taşımaktadır. Ayrıca etkili bir hizmet sunum süreci çalışanların performansının yüksek olmasına bağlıdır. Bu da işletme sürdürülebilirliğini pozitif etkileyen bir durumdur (Tüfekci ve Baş, 2016: 7, 23). Çalışan-müşteri, çalışan-çalışan ve çalışan-yönetim ilişkilerinin yoğun olduğu ve doğrudan sonuca etki ettiği işletme türlerinden olan otel işletmeleri, çalışanların performanslarını arttırabilmek için çaba göstermek zorundadır. Polat vd. (2021) turizm işletmelerinde çalışan-müşteri ilişkisinin yoğun olduğunu, hizmet verme yatkınlığının kişilik, kültürel değerler, tutum ve davranışlar ve erken öğrenme deneyiminden etkilenmekte olduğunu belirtmektedir. Ayrıca örgütlerdeki insan kaynakları uygulamaları ve örgüt iklimi de hizmet verme yatkınlığı üzerinde etkilidir. Hizmet yoğun işletmelerde iletişimin önemli olması ve çalışanların eğitilmesi hizmet kalitesi ve performansı arttıracaktır (Kuşluvan ve Eren, 2011: 150).

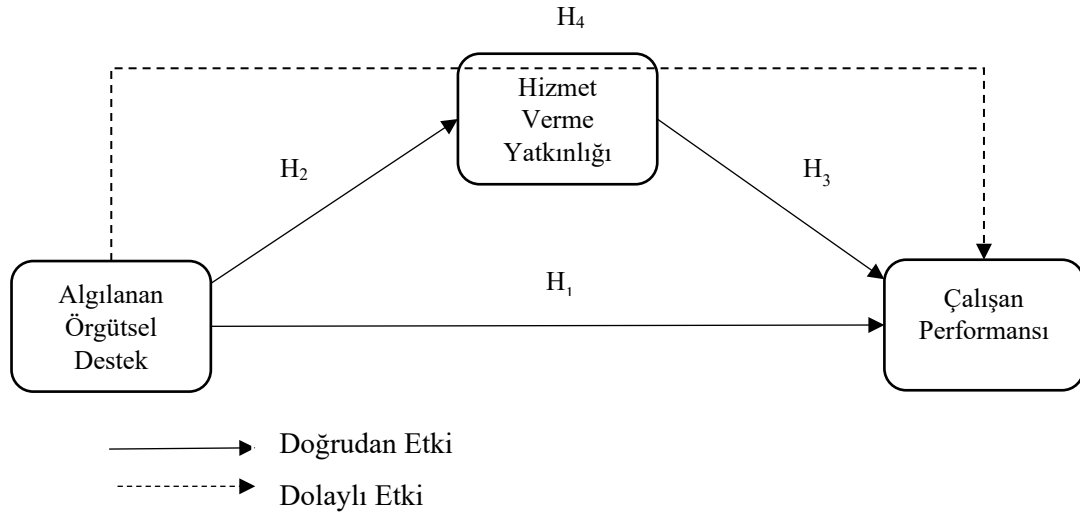
Hizmet odaklılık çalışan performansına ilişkin müşteri algılarını olumlu olarak etkilemektedir (Wu vd., 2008). Çalışanların sergilemiş olduğu müşteri odaklılık, müşteri memnuniyet düzeyini ve işletme ile müşteri arasındaki ilişkinin kalitesini doğrudan etkilemektedir. Yöneticiler açısından müşteri odaklı davranışları teşvik etmek için örgütsel sosyalleşme araçlarından faydalanılabilir. Ayrıca uygulanan destek araçları ne olursa olsun müşteri odaklı davranışlara ilişkin tutarlı ve uygun değerlerin çalışanlara aktarılması önemlidir. Böylece çalışanlar örgüt için neyin önemli olduğunu daha iyi anlar ve kişisel iklim algılarını da buna göre geliştirir. Bu durumda örgüt kültürünü güçlendirecektir (Kelley, 1992: 34). Ayrıca hizmet verme yatkınlığının performansı arttırıcı olması örgütsel destek manasında çalışanların maddi desteklerle ilgili maliyet oluşturmadan performans yükseltmesine imkân sağlamaktadır (Polat vd., 2021). Bu manada tanınma, takdir edilme ve önemsenme gibi teşvikler çalışanların hizmet verme yatkınlığını destekleyebilir. Doğru işe doğru elemanın alınması ve mevcut çalışanların işe uyumunun sağlanması oldukça önemlidir. Örgütsel desteğin çalışan performansı

üzerindeki etkisi göz ardı edilemez bir gerçek olarak alanyazında karşılaşılan bir durumdur. Ayrıca iş başarısı kişilik özelliklerine göre de değişebilmektedir. Kişi-iş uyumunun çalışan, örgüt ve toplum için olumlu sonuçlarının olduğu tespit edilmiştir (Aslan, Ünüvar ve Başoda, 2012). Çullu Kaygısız ve Eren (2017) ödüllendirilen çalışanların karşılıklı gereğinde işi başarmak için daha fazla çaba göstereceğini belirtmektedir. Çalışanların gelişimi, eğitimi ve ödüllendirilmesine yönelik yapılan uygulamalar hizmet verme yatkınlığına katkı sağlamaktadır. Ayrıca örgütsel destek yalnızca işe dayalı desteği değil, fayda ve değer uyumu gibi genel refah duygularını da içeren bir bakış açısına sahip olduğundan kişi-iş uyumuyla da yakından ilişkilidir (Chen, 2010). Konuya kişi-iş uyumu kapsamında bakıldığında örgütsel destek, hizmet verme yatkınlığı ve performans arasındaki ilişkide örgütsel desteğin kişi-iş uyumunu pozitif yönde etkilediği (Mazıoğlu ve Kanbur, 2020) bilinmektedir. Farrell ve Oczkowski (2009) çalışanların müşteri odaklılığı ne kadar yüksek olursa iş-kişi-örgüt uyumu o denli yüksek olacağını, örgütsel destek düzeyinin çalışanların müşteri odaklılığını ve iş-kişi-örgüt uyumunu etkilediğini belirtmektedir. Örgütsel olarak hizmet yatkınlığı ve müşteri odaklı bir bakış açısı teşvik edilirse daha yüksek bir performans ve müşteri memnuniyeti sağlanacaktır. Bu bağlamda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H4: Algılanan örgütsel desteğin çalışan performansı üzerindeki etkisinde hizmet verme yatkınlığının aracılık rolü vardır.

4. Yöntem

Bütün endüstrilerde olduğu gibi turizm endüstrisindeki en önemli unsurlardan biri çalışanlardır. İnsanlar hayatlarının büyük bir bölümünü işyerlerinde geçirmektedir. Sonuç itibariyle bu durumun duygusal, davranışsal ve sosyal yönden çalışanların iş performanslarını etkileyeceği düşünülmektedir. Otellerde verilen hizmetin asli unsurunu oluşturan çalışan performansı pek çok değişkenden etkilenebilmektedir. Bu etkileşime neden olan değişkenlerin bazıları hizmet verme yatkınlığı, motivasyon araçları, işten duyulan memnuniyet, örgütsel bağlılık düzeyi, işyeri mutluluğu, müşteriler, çalışanlar, yöneticiler şeklinde sıralanabilir. İlişkisel tarama modelinde yapılan bu araştırmanın temelinde ise, otel çalışanlarına sağlanan desteğin çalışan performansı üzerindeki etkisinde hizmet verme yatkınlığının aracılık rolü var mıdır? sorusunun cevabı aranmaya çalışılmıştır. Araştırmada kurgulanan model Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

4.1. Veri Toplama Araçları

Veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Bu kapsamda oluşturulan anket formu dört kısımdan oluşmaktadır. İlk olarak çalışanların demografik özelliklerine yönelik sekiz soru yöneltilmiştir. Sonrasında araştırma ölçeklerine geçilmiştir. Eisenberger vd. (1986) tarafından geliştirilen algılanan örgütsel destek ölçeği sekiz ifadeli kısa formuyla kullanılmıştır. Bu ölçekteki dört ifade ters yönlüdür. Ölçeğin Türkçe formu benzer amaçlarla birçok çalışmada (Ötken, 2015; Aksoy ve Sökmen, 2018; Kılıç ve Gülen, 2019; Gülaydın ve Aytas, 2020) kullanılmıştır. Hizmet verme yatkınlığının ölçülmesinde Brown vd. (2002) tarafından geliştirilmiş, Aytemiz Seymen ve Çoban (2017) tarafından Türkçe'ye uyarlanmış olan altı ifadeli hizmet verme yatkınlığını ölçeği kullanılmıştır. Çalışan performansı ölçeği ise Sigler ve Pearson'ın (2000), Kirkman ve Rosen'den (1999) aktardığı ve uyarladığı, Çöl (2008) tarafından Türkçe'ye uyarlanan dört ifadeden oluşan bir ölçektir. Katılımcılar ölçeklerdeki ifadelerin tamamını 1= Kesinlikle Katılmıyorum - 5= Kesinlikle Katılıyorum şeklinde yanıtlamışlardır.

4.2. Evren Örneklem

Araştırma verilerinin toplanması 25 Aralık 2022 - 30 Ocak 2023 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırma için gerekli etik kurul izni Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İnsan Araştırmaları Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulunun 22/12/2022 tarihli ve 12/17 karar/sayı numarası ile alınmıştır. İstanbul Beşiktaş ve Fatih ilçelerindeki 4 ve 5 yıldızlı otel çalışanları çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Bu kapsamda araştırmanın yapıldığı dönemde Beşiktaş'ta 13'ü 5 Yıldızlı, 1'i 4 Yıldızlı, Fatih'te ise 11'i

5 yıldızlı, 58'i 4 yıldızlı otel bulunmaktadır (Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2022). Araştırmaya katılmayı kabul eden otellere anket formları dağıtılmıştır. Bu otellerde toplam çalışan sayısına ilişkin bilgiye ulaşılamamıştır. Kolayda örnekleme yöntemiyle ulaşılabilen ve araştırmaya katılmayı kabul eden otel çalışanlarına anket formları dağıtılmıştır. Dağıtılan 600 anket formundan 402'si geri dönmüştür. Bu formlardan 51 tanesi eksik, hatalı, özensiz doldurulmuş olmaları nedeniyle kapsam dışında bırakılmıştır. Verilerin analizi 351 anket üzerinden gerçekleştirilmiştir. Karasar'a (2012) göre sosyal bilimlerde 100-400 arası örnek büyüklüğünün yeterli olacağı belirtilmektedir. Ayrıca anketteki ifade sayısının beş veya on katının örnekleme için yeterli olabileceği belirtilmektedir (Bryman ve Cramer, 2001).

5. Bulgular

5.1. Demografik Bulgular

Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 1'de gösterilmiştir. Katılımcıların %69,5'i erkeklerden %30,5'i kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların %45,8'i lise, %38,5'i ise üniversite mezundur.

Tablo 1. Demografik Özellikler

Cinsiyet	n	%	Medeni durum	n	%
Kadın	107	30,5	Bekâr	170	48,4
Erkek	244	69,5	Evli	181	51,6
Yaş	n	%	Çalışılan pozisyon	n	%
18-24	97	27,6	Önbüro	32	9,1
25-34	143	40,8	Kat hizmetleri	64	18,2
35 ve üzeri	111	31,6	Yiyecek-İçecek servisi	75	21,4
Maaş durumu	n	%	Mutfak	35	10
Asgari ücret	42	12	İdari birimler	145	41,3
5501-8000 TL	88	25,1	Sektör deneyimi	n	%
8001-10000 TL	137	39	1 yıldan az	81	23,1
10000 TL üzeri	84	23,9	1-5 yıl	130	37
Eğitim durumu	n	%	6-10 yıl	82	23,4
İlköğretim	55	15,7	11 yıl ve üzeri	58	16,5
Lise	161	45,8	Çalışılan otel türü	n	%
Üniversite	135	38,5	4 yıldızlı	149	42,5
Toplam	351	100	5 yıldızlı	202	57,5
			Toplam	351	100

Katılımcıların %41,3'ü idari birimler (muhasabe, finans, satın alma, güvenlik), %21,4'ü yiyecek içecek servisi ve %18,2'si kat hizmetlerinde çalışmaktadır. Katılımcıların %37'sinin 1-5 yıl arası sektör deneyimine sahip olduğu görülmektedir.

5.2. Veri Analizi

Verilerin analizi öncesinde verilerin dağılımı ve güvenilirlik katsayıları incelenmiştir. Basıklık ve çarpıklık katsayılarının normal dağılıma uygun aralıklarda (Skewness -0,336 -0,536, Kurtosis -0,119 – 0,211) olduğu görülmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Ölçeklerin güvenilirlik katsayılarına bakıldığında ise algılanan örgütsel destek ölçeği $\alpha=0,789$, hizmet verme yatkınlığı ölçeği $\alpha=0,732$ ve çalışan performansı ölçeği ise $\alpha=0,612$ şeklindedir. Dolayısıyla ölçeklerin güvenilir aralıklarda olduğu görülmektedir (Kayış, 2010). Araştırma değişkenlerinin aynı ölçek, zaman ve kişiler tarafından yanıtlanması sebebiyle ortak yöntem varyansı eğilimi oluşabilmektedir. Ortak yöntem varyansı hatası olup olmadığını tespit etmek amacıyla Harman'ın tek faktör testi yapılmıştır. Bu testte ölçeklerdeki tüm ifadeler döndürme olmadan faktör analizi yapılmaktadır. Ortak yöntem varyansı oluşabilmesi için; ilk faktörün varyansın önemli bir bölümünü açıklaması veya tüm ifadelerin tek bir faktörde toplanması gerekmektedir. Tüm ifadeler dahil edilip yapılan faktör analizi sonucunda araştırmada kullanılan ölçeklerin ortak yöntem varyansı hatası oluşturmadığı tespit edilmiştir (Bolat, 2011; Podsakoff vd., 1993). Ölçeklerin yapı geçerliliği doğrulayıcı faktör analizi aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Ölçeklere ilişkin uyum iyiliği değerleri Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Uyum İyiliği Değerleri

Uyum İyiliği İndeksleri	AÖD	HVY	ÇP
X ² /df	2,898	3,601	4,393
RMSEA	0,07	0,08	0,09
SRMR	0,03	0,03	0,02
CFI	0,967	0,973	0,977
AGFI	0,931	0,930	0,938
NFI	0,952	0,964	0,971
GFI	0,973	0,983	0,994
Cronbach Alfa (α)	0,789	0,732	0,612

AÖD: Algılanan Örgütsel Destek, HVY: Hizmet Verme Yatkınlığı, ÇP: Çalışan Performansı

Ölçeklere ilişkin uyum iyiliği değerlerine bakıldığında iyi ve kabul edilebilir uyum aralıklarında olduğu görülmektedir. Ayrıca modele ilişkin uyum iyiliği değerleri X²/df=3,283, RMSEA= 0,08, GFI=0,89 ve SRMR=0,07 şeklinde kabul edilebilir uyum olarak tespit edilmiştir (Browne ve Cudeck, 1992; Hu ve Bentler, 1999; Schermelleh-Engel, Moosbrugger ve Müller, 2003; Nye ve Drasgow, 2011; Kline, 2015; Byrne, 2016, Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2016'dan aktaran Aytemiz Seymen ve Çoban, 2017).

5.3. Betimleyici Analizler

Tablo 3'te değişkenlerin aritmetik ortalama değerleri ve korelasyon katsayıları verilmiştir. Aritmetik ortalamalara bakıldığında algılanan örgütsel destek ($\bar{x}=3,57$), hizmet verme yatkınlığı ($\bar{x}=3,80$) ve çalışan performansı ($\bar{x}=4,06$) şeklindedir.

Tablo 3. Aritmetik Ortalamalar ve Korelasyon Analizi Sonuçları (n=351)

Değişkenler	\bar{x}	s.s.	AÖD	HVY	ÇP
AÖD	3,57	0,58	1		
HVY	3,80	0,53	0,760**	1	
ÇP	4,05	0,51	0,606**	0,583**	1

**p<0,01. AÖD: Algılanan Örgütsel Destek, HVY: Hizmet Verme Yatkınlığı, ÇP: Çalışan Performansı

Korelasyon katsayıları değerlendirildiğinde algılanan örgütsel destek; hizmet verme yatkınlığıyla ($r=0,760$, $p<0,01$) ve çalışan performansı ile ($r=0,606$, $p<0,01$) pozitif ve yüksek düzeyde ilişkilidir. Hizmet verme yatkınlığının performansla ($r=0,583$, $p<0,01$) pozitif ve yüksek düzeyde ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Cohen, 1992).

5.4. Araştırma Modelinin Test Edilmesi

Araştırma hipotezleri SPSS Hayes 4.2 Process MACRO uygulaması ile tek aracılı model, Model 4, Bootstrap tekniği ve 5000 yeniden örneklem seçenekleri seçilerek test edilmiştir. Bu yöntemde sonuçların anlamlı olabilmesi için %95 güven aralığı değerlerinin en düşük güven aralığı ve en yüksek güven aralığının, 0 (sıfır) değerini kapsamaması gerekmektedir (MacKinnon, Lockwood ve Williams, 2004; Mallinckrodt vd., 2006).

Tablo 4. Aracılık Testine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları (n=351)

Hizmet Verme Yatkınlığı							
Değişkenler		β	SH	t	p	EDGA	EYGA
Algılanan Örgütsel Destek		0,692	0,031	21,820	0,000	0,629	0,754
Çalışan Performansı							
Değişkenler		β	SH	t	p	EDGA	EYGA
Hizmet Verme Yatkınlığı		0,279	0,061	4,546	0,000	0,158	0,399
Algılanan Örgütsel Destek (Doğrudan Etki)		0,338	0,055	6,056	0,000	0,228	0,448
Algılanan Örgütsel Destek (Toplam Etki)		0,531	0,037	14,227	0,000	0,458	0,605
				β	SH	EDGA	EYGA
Dolaylı Etki				0,193	0,042	0,112	0,279

EDGA: En düşük güven aralığı, EYGA: En yüksek güven aralığı.

Tablo 4’te aracılık analizine ilişkin bulgular gösterilmektedir. Buna göre algılanan örgütsel destek çalışan performansı üzerinde anlamlı ve pozitif etkiye sahiptir ($\beta =0,338$; $p<0,01$). Algılanan örgütsel desteğin hizmet verme yatkınlığı üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır ($\beta =0,692$; $p<0,01$). Aracı değişkenle bağımlı değişken arasındaki etkiye bakıldığında, hizmet verme yatkınlığının performans üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi olduğu görülmektedir ($\beta =0,279$; $p<0,01$). Son aşamada ise algılanan örgütsel desteğin çalışan performansı üzerindeki etkisinde hizmet verme yatkınlığının aracı rolü değerlendirilmiştir. Sonuç olarak hizmet verme yatkınlığının, algılanan örgütsel desteğin çalışan performansı üzerindeki etkisinde dolaylı etkisi olduğu tespit edilmiştir ($\beta =0,193$, %95 GA 0,112-0,279). Analiz sonucunda araştırma modelinde öne sürülen H₁, H₂, H₃ ve H₄ hipotezleri kabul edilmiştir.

6. Sonuç ve Öneriler

Çalışanlar tarafından algılanan örgütsel destek düzeyi ile performans arasındaki ilişkide hizmet verme yatkınlığının aracı rolünü tespit etmeye yönelik yapılan bu araştırma, İstanbul ilinin Fatih ve Beşiktaş ilçelerindeki 4 ve 5 yıldızlı otel çalışanlarıyla gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda analizler 351 anket üzerinden yapılmıştır. Katılımcıların büyük bir kısmı erkek çalışanlardan oluşmaktadır. Katılımcıların yarısından fazlası 5 yıldızlı otel çalışanıdır. Araştırmanın betimleyici sonuçlarına bakıldığında otel çalışanlarının algıladığı performans düzeyi diğer iki değişkene göre yüksek düzeydedir. Değişkenlerin birbirleriyle ilişkilerine bakıldığında algılanan örgütsel destek hizmet verme yatkınlığı ve çalışan performansı ile pozitif ve yüksek düzeyde, hizmet verme yatkınlığı performansla pozitif ve yüksek düzeyde ilişkilidir.

Araştırma hipotezlerine ilişkin sonuçlar değerlendirildiğinde ilk olarak, algılanan örgütsel desteğin performans düzeyini anlamlı ve pozitif olarak etkilemekte olduğu görülmektedir. Örgütsel destek çalışan performansını arttıran önemli bir değişkendir. Elde edilen bu sonuç alanyazındaki pek çok araştırmanın sonucuyla örtüşmektedir (Eisenberger vd., 1990; Shore ve Wayne, 1993; Rhoades ve Eisenberger, 2002; Muse ve Stamper, 2007; Riggall vd., 2009; Miao ve Kim, 2010; Shen vd., 2014; Akçin, 2018; Genç, 2018; Tosun, 2020). Bir örgüt çalışanlarıyla başarılı veya başarısız olur. Çünkü örgütün amaçlarını gerçekleştirebilmek için sahip olunan tüm kaynakların kullanımı insan kaynağına aittir. Ayrıca sahip olunan donanım ve kalifiye iş gücü motivasyon olmadan harekete geçirilemez (Aksoy ve Sökmen, 2018: 201). Bir çalışandan tüm bilgi, deneyim ve

enerjisini isteyen bir örgütün, onu her açıdan desteklemesi ve önemsemesi gerekir (Çıkmaz ve Yeşil, 2020: 1249).

Araştırma sonucunda algılanan örgütsel desteğin hizmet verme yatkınlığını anlamlı ve pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç alanyazındaki Dienhart vd., (1992); Kaleem vd., (2018); Bolat vd., (2020) gibi araştırmaların sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Örgütsel destek hizmet verme yatkınlığını arttıran önemli bir unsurdur. Kim ve Qu (2020) müşteri odaklı çalışanların müşterilere prososyal hizmet davranışları gösterme eğiliminde olduklarını, bu nedenle örgütlerin çalışanların hizmet etmekten ve kaliteli hizmet sunmaktan zevk almalarına yardımcı olacak, müşterilere değer veren ve müşteri odaklılığı önemseyen bir örgüt kültürünü oluşturmak için çaba göstermeleri gerektiğini belirtmektedir. Bu kapsamda çalışanların tanınma ve ödüllendirilmesi, eğitim programları aracılığıyla müşteri beklentilerini karşılayabilecek yeterli bilgili ve becerilerle donatılmasının sağlanması önerilmektedir.

Araştırmanın bir diğer sonucuna göre, çalışanların hizmet verme yatkınlığının performans üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır. Hizmet yatkınlığı yüksek olan çalışanların daha iyi performans göstereceği söylenebilir. Bu sonuç alanyazındaki pek çok araştırma (Saxe ve Weitz, 1982; Hogan vd., 1984; Donavan vd., 2004; Jaramillo ve Grisaffe, 2009; Liang vd., 2010; Kuşluyan ve Eren, 2011; Polat vd., 2021) tarafından desteklenmektedir. Hizmet sunan bir işletme için çalışanların seçimi, geliştirilmesi ve işe yerleştirilmesi kararlarında bilgi, beceri veya yetenek kadar bireysel hizmet yatkınlığının da yüksek bir önceliğe sahip olması gerekmektedir. Bir çalışanın hizmet yatkınlığının tespit edilmesi operasyonel açıdan kritik role sahiptir (Cran, 1994: 36-37).

Son olarak algılanan örgütsel desteğin çalışan performansı üzerindeki etkisinde hizmet verme yatkınlığının aracı rolü değerlendirilmiştir. Yapılan analiz sonucunda hizmet verme yatkınlığının, algılanan örgütsel desteğin çalışan performansı üzerindeki etkisinde aracı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Otel işletmelerinde yüksek performans gösteren çalışanlara sahip olmak oldukça önemlidir. İşletmeler bunu sağlamak adına çalışanlarını duygusal, psikolojik ve sosyal açıdan destekleyip işe olan bağlılıklarını arttırarak, iş yerinde mutlu çalışanlar oluşturmaya çaba göstermelidir. Hogan vd. (1984) bazı işlerde performansın teknik bilgidan daha fazlasını gerektiğini belirtmektedir. Bu bağlamda sosyal beceri gerektiren işlerde çalışan ve müşteri ilişkilerinin hizmet odaklı tutum ve davranışlar tarafından etkilendiği bilinmektedir.

Çalışanları güçlendirici ve destekleyici unsurların varlığının performans ve verimliliği arttırdığı bilinmektedir (Ercan İştin ve Taner, 2021: 380). Çalışanlar menfaatlerine fayda sağlandığına inandığında verimli ve gönüllü davranışlar sergileme eğiliminde olabilirler. Bu durum çalışanların güven, memnuniyet ve bağlılığına katkı sağlayabilir (Diken vd., 2019: 2700). Müşteriyle ilişkinin yoğun olması nedeniyle, turizm işletmelerinde çalışanların örgüt ortamında desteklenmesi müşterinin örgütle ilgili izlenimi açısından da önemlidir (Kılıç ve Gülen, 2019: 1574).

Örgüt tarafından sağlanan destek çalışanların işlerini daha iyi yapmasına imkân tanır. Sosyal değişim teorisi bağlamında çalışan ve örgüt arasında olan karşılıklı yarar ilişkisi performans bağlamında önemlidir. Turunç ve Çelik (2010b: 184) çalışan kendisine değer verildiği, iyi ve kötü anlarında örgütsel yönden desteklendiğini hissettiğinde örgütsel bağlamda daha fazla performans ve bağlılık gösterecektir. Bu bağlılık ve performans artışı önemli ölçüde sosyal değişim teorisinde de belirtildiği üzere ekstra ve gönüllü gerçekleşecektir. Örgütsel açıdan kendisini örgütün bir parçası olarak gören çalışan, örgütün iyi ve kötü günlerinde yanında olacaktır.

Yapılan başka bir araştırma sonucunda çalışanların üreterek örgüte bağlandığı ve örgütünde kendilerine bağlı kalacağına inanmak istedikleri, kendilerine sağlanan yararların örgüte bağlılıklarında önemli olduğu ve örgütün kendi bağlılıklarına karşılık vermediğini hissettiklerinde tepki gösterecekleri belirtilmektedir. Çalışanların istedikleri gibi bir destek hissetmediklerinde, olumsuz düşünceler geliştirdiği, güven ve motivasyon eksikliği yaşayabileceği düşünülmektedir (Örücü ve Uçku, 2019: 73,78).

Genel anlamda araştırma sonucunda otel yöneticilerine çalışanlarını gerek işle ilgili gerekse sosyal, psikolojik ve duygusal bağlamda örgütsel olarak desteklemeleri önerilebilir. Ayrıca işe alım süreçlerinde hizmet yatkınlığı olan kişileri işe almak, iş-kişî ve örgüt-kişî uyumunu arttırmaya yönelik uygulamalar yapılabilir. Hizmet içi eğitim ortamının oluşturulması, çalışanların yaptıkları işlerle ilgili bilgi ve beceri düzeyinin artırılması hem çalışanlar açısından hem de örgüt açısından olumlu sonuçlar verecektir. Çalışanların geliştirilmesi ve güçlendirilmesi performansı arttıracak bir diğer husustur. Çalışanlara adaletli davranmak, örgütsel güven ortamı oluşturmak, ekip çalışmasını teşvik etmek, yardımlaşma ve işbirliğini geliştirmek gibi hususlarda göz ardı edilmemelidir.

Sonuç olarak hizmet verme yatkınlığı olan kişilerin işe alınması önemlidir. Ancak hizmet

yatkınlığı olan çalışanların işe alınması yüksek performans için tek başına yeterli olmayabilir. Bu anlamda örgütsel manada hizmet odaklılık söz konusu değilse ve örgüt çalışanını desteklemiyorsa başarıya ulaşma şansı oldukça düşüktür. İşletme ve yönetici vizyonunun da hizmet odaklı olması, çalışan-örgüt bağlamında çıkar ilişkisinin ötesinde duygusal sahiplenmeyi arttırabilir, böylelikle çalışanlar örgüt için gönüllü ve daha fazla çaba göstermeye istekli hale gelebilir. Emek yoğun işletmelerde insanı öne alan yaklaşımlar benimsenmelidir.

Kısıtlar ve Gelecek Araştırmalar

Her araştırma bazı kısıtlılıklar doğurabilir. Örneğin bu araştırma sadece İstanbul'un iki ilçesinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel çalışanlarıyla gerçekleştirilebilmiştir. Ayrıca performans ve hizmet verme yatkınlığını etkileyen birçok değişken bulunabilir. Bu araştırmada ise sadece örgütsel destek değişkeni ele alınmıştır. Gelecek araştırmalarda diğer turizm işletmeleri çalışanlarını da dâhil eden ve farklı örneklemelerde yapılan çalışmalar tavsiye edilmektedir. Örgütsel destek çok çalışılan bir konu olması nedeniyle psikolojik sahiplenme, hizmet verme yatkınlığı ve işe adanmışlık gibi farklı değişkenlerle ele alınabilir.

Kaynakça

- Akçin, K. (2018). Çalışanların örgütsel destek algısı ve psikolojik sahiplenmelerinin, sessizlik davranışlarına ve görev performansına etkisi: Eğitim sektöründe bir araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- Aksoy, M. ve Sökmen, A. (2018). Algılanan örgütsel desteğin örgütsel çıktılar üzerine etkileri: Otel işletmelerinde bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 200-212.
- Aslan, Z., Ünüvar, Ş. ve Başoda, A. (2012). Turizm eğitimi alan öğrencilerin kişilik özelliklerinin belirlenmesi ve turizm sektörüne uyumu açısından değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(2), 203-219
- Aytemiz Seymen, O. ve Çoban, M. (2017). Konaklama sektörü çalışanlarının hizmet verme yatkınlığının ölçülmesi: Brown, Mowen ve Donovan (2002) ölçeğinin Türkçe geçerlemesi. *UIİİD-IJEAS*, 2017 (16. UİK Özel Sayısı), 455-468.
- Baş, M. ve Çınar, O. (2021). The mediating role of work engagement in the relationship between perceived organizational support and turnover intention-with an application to healthcare employees in Erzincan province of Turkey. *Ekonomski Vjesnik*, 34(2), 291-306.
- Başoda, A. (2016). Otel çalışanlarının hizmet verme yatkınlığının iş tatmini üzerindeki etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 19, 41.Yıl Özel Sayısı, 75-85.
- Bolat, O. İ. (2011). İş yükü, iş kontrolü ve tükenmişlik ilişkisi. Atatürk Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 25(2), 87-101.

- Bolat, T., Bolat, O. İ. ve Taştan, S. (2020). Örgütsel destek, sosyal bağlılık ve dünyaya ilişkin varsayımların travma sonrası büyüme üzerindeki etkisinde acının dönüştürücü gücünün rolü: Pozitif psikoloji bağlamında bir değerlendirme. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 22(1), 361-402.
- Borman W. C. ve Motowidlo, S. J. (1997). Task performance and contextual performance: The meaning for personnel selection research. *Human Performance*, 10(2), 99–109.
- Bryman, A. ve Cramer, D. (2001). *Quantitative data analysis with SPSS Release 10 for Windows*. London: Routledge.
- Brown, T. J., Mowen, J. C., Donovan, D.T. ve Licata, J. W. (2002). The customer orientation of service workers: Personality trait effects on self and superior performance ratings. *Journal of Marketing Research*, 39(1), 110-119.
- Browne, M. W. ve Cudeck, R. (1992). Alternative ways of assessing model fit. *Sociological method & Research*, 21(2), 230-258.
- Byrne, B. M. (2016). *Structural Equation Modeling with AMOS (Third Edition)*. USA: Routledge
- Chen, Y. (2010). Career success of knowledge workers: The effects of perceived organizational support and person- job fit. *iBusiness*, 2(4), 389-394.
- Cohen, J. (1992). A power primer. *quantitative methods in psychology*. *Psychological Bulletin*, 112(1), 155-159.
- Cran, D. J. (1994). Towards validation of the service orientation construct. *The Service Industries Journal*, 14(1), 34-44.
- Çıkmaz, G. ve Yeşil, S. (2020). Çalışanların algıladıkları örgütsel desteğin psikolojik sahiplenme üzerine etkisi. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(22), 1234-1254.
- Çilingir, F. ve Erkılıç, E. (2022). Sosyal zekânın örgütsel sosyalleşme ve hizmet verme yatkınlığı üzerindeki etkisinin incelenmesi: Konaklama işletmeleri işgörenleri üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(4), 3270-3292.
- Çöl, G. (2008). Algılanan güçlendirmenin işgören performansı üzerine etkileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9(1), 35-46.
- Çullu Kaygısız, N. ve Eren, D. (2017). Otel işletmelerinde içsel pazarlama uygulamalarının işgörenlerin hizmet verme yatkınlığı ve olumlu sosyal davranışları üzerine etkisi: Nevşehir örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3), 74-87.
- Darvishmotevali, M. ve Ali, F. (2020). Job insecurity, subjective well-being and job performance: The moderating role of psychological capital. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102462.
- Demir, M. (2012). Örgütsel destek, örgütsel bağlılık ve işten ayrılma eğilimi ilişkisi: Havalimanı yer hizmetleri işletmelerine yönelik bir araştırma. "İş, Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 14(1), 47-64
- Dienhart, J. R. Gregoire, M. B., Downey, R. G.ve Knight, P. K. (1992). Service

orientation of restaurant employees. *International Journal of Hospitality Management*, 11(4), 331-346.

Diken, A., Koçyiğit, N., Topaloğlu, E.Ö. ve Yılmaz, A. (2019) İşgörenlerde algılanan örgütsel destek algısı ile örgütsel bağlılık ilişkisinde iş tatmininin aracı rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(4), 2698-2716.

Donavan, D. T., Brown, T. J. ve Mowen, J. C. (2004). Internal benefits of service-worker customer orientation: Job satisfaction, commitment, and organizational citizenship behaviors. *Journal of Marketing*, 68, 128–146.

Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S. ve Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, (7), 500–507.

Eisenberger, R., Fasolo, P. ve Davis-LaMastro, V. (1990). Perceived organizational support and employee diligence, commitment and innovation. *Journal of Applied Psychology*, 75(1), 51-59.

Ercan İştin, A. ve Taner, B. (2021). Örgütsel destek algısının hizmet kalitesine etkisinde personel güçlendirmenin aracılık rolü: Konaklama işletmeleri üzerine bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 379-406.

Eren, D. ve Demirel, N. (2017). Nevşehir Bölgesi'ndeki turist rehberlerinin hizmet verme yatkınlığı düzeylerinin ölçülmesi. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 2(1), 5-22.

Farrell, M. A. ve Oczkowski, E. (2009) Service worker customer orientation, organisation/job fit and perceived organisational support. *Journal of Strategic Marketing*, 17(2), 149-167.

Genç, E. (2018). Kamu çalışanlarında algılanan örgütsel desteğin iş performansına etkisinde örgütsel sinizmin aracılık rolü. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2), 169-183.

Genç, E. (2021). Algılanan örgütsel destek ve örgütsel davranış literatüründeki yeri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(40), 728-745.

Giray, M. D. ve Şahin, D. N. (2012). Algılanan örgütsel, yönetici ve çalışma arkadaşları desteği ölçekleri: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Türk Psikoloji Yazıları*, Aralık 2012, 15 (30), 1-9.

Ghebregiorgis, F. (2018). Factors influencing employee performance in hotel-a comparative study of government and privately owned hotels in Eritrea. *International Journal of Research in Business Studies and Management*, 5(11), 1-9.

Gouldner, A. W. (1960). The Norm of Reciprocity: A preliminary statement. *American Sociological Review*, 25(2), 161-178.

Güçlü Nergiz, H. (2016). Otel işletmelerinde çalışanların algıladıkları örgütsel destek boyutları üzerine bir model önerisi. *ÇOMÜ Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi* 1(2), 1-14.

Gülaydın, M. ve Aytaş, G. (2020). Algılanan örgütsel desteğin duygusal emek davranışları üzerine etkisi: Afyonkarahisar'daki beş yıldızlı otel işletmeleri örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (4), 3433-3450.

Hogan, J., Hogan, R. ve Busch, C. M. (1984). How to measure service orientation. *Journal*

- of Applied Psychology, 69(1), 167–173.
- Hu, L. T. ve Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- Jaramillo, F. ve Grisaffe, D. B. (2009). Does customer orientation impact objective sales performance? Insights from a longitudinal model in direct selling. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 29(2), 167–178.
- Örücü, E. ve Uçku, I. (2019). Örgütlerde işe tutkunluk, örgütsel destek algısı, örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkisi ve bir araştırma. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 71-81.
- Ötken, A. B. (2015). Algılanan örgütsel destek ve psikolojik sahiplenme arasındaki ilişki ve bu ilişkide örgütsel adaletin rolü. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(2), 113-140.
- Kaleem, S., Kaleem, M. ve Ahmad, H. (2018). Antecedents of customer service orientation. *Sarhad Journal of Management Sciences (SJMS)*, 4(1), 16-29.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. 23. Basım, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.
- Kayış, A. (2010). Güvenilirlik analizi, SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri (s. 401-419), Ed. Şeref Kalaycı, 5. Baskı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kelley, S. W. (1992). Developing customer orientation among service employees. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 20(1), 27-36.
- Kılıç, G. ve Gülen, M. (2019). Algılanan örgütsel desteğin örgütsel özdeşleşmeye ve işten ayrılma niyetine etkisi: Afyonkarahisar örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1570-1588.
- Kim, H. ve Qu, H. (2020). Effects of employees' social exchange and the mediating role of customer orientation in the restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*, 89, 102577, 1-8.
- Kline, R. B. (2015). *Principles And Practice of Structural Equation Modeling*, London: The Guilford Press.
- Kuşluyan, S. ve Eren, D. (2011). İşgörenlerin kişilik özelliği olarak hizmet verme yatkınlığı ve ölçümü: Bir literatür taraması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(2), 139-153.
- Kuşluyan, S. ve Eren, D. (2008). Örgütsel hizmet odaklılığın işletme performansı üzerindeki etkisi: Konaklama işletmelerinde bir uygulama. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(2), 177-193.
- Liao, H. ve Chuang, A. (2004). A multilevel investigation of factors influencing employee service performance and customer outcomes. *Academy of Management Journal*, 47(1), 41-58.
- Liang, R. D., Tseng, H. C. ve Lee, Y. C. (2010). Impact of service orientation on frontline employee service performance and consumer response. *International Journal of Marketing Studies*, 2(2), 67-74.

- MacKinnon, D.P., Lockwood, C. M. ve Williams, J. (2004). Confidence limits for the indirect effect: Distribution of the product and resampling methods. *Multivariate Behavioral Research*, 39(1), 99-128
- Mallinckrodt, B., Abraham, W.T., Wei, M. ve Russell, D.W. (2006). Advances in testing the statistical significance of mediation effects. *Brief Reports. Journal of Counseling Psychology*, 53(3), 372-378.
- Mazıoğlu, V. ve Kanbur, E. (2020). Algılanan örgütsel desteğin işe gömülmüşlük üzerine etkisi: Kişi-iş uyumunun aracılık rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 1639-1654.
- Md-Sidin, S., Sambasivan, M. ve Muniandy, N. (2010). Impact of psychological ownership on the performance of business school lecturers. *Journal of Education for Business*, 85(1), 50-56.
- Miao, R. ve Kim, H.G. (2010). Perceived organizational support, job satisfaction and employee performance: An Chinese empirical study. *Journal of Service Science and Management*, 3(2), 257-264.
- Muse, L. A. ve Stamper, C. L. (2007). Perceived organizational support: Evidence for a mediated association with work performance. *Journal of Managerial Issues*, 19(4), 517-535.
- Nye, C. D. ve Drasgow, F. (2011). Assessing goodness of fit: Simple rules of thumb simply do not work. *Organizational Research Methods*, 14(3), 548-570.
- Podsakoff, P.M., Mackenzie, S.B., Podsakoff, N.P. ve Lee, J.-Y. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903.
- Polat, E., Misir, İ. ve Şahin, B. (2021). Hizmet verme yatkınlığının işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde iş tatmininin aracılık rolü. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(1), 249-261.
- Rhoades, L. ve Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: A review of the literature. *Journal of Applied Psychology*, 87, 698-714.
- Riggle, R. J., Edmondson, D. R. ve Hansen, J. D. (2009). A meta-analysis of the relationship between perceived organizational support and job outcomes: 20 years of research. *Journal of Business Research*, 62(10), 1027-1030.
- Saxe, R. ve Weitz, B. A. (1982). The SOCO scale: A measure of the customer orientation of salespeople. *Journal of Marketing Research*, 19(3), 343-351.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. ve Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Shen, Y., Jackson, T., Ding, C., Yuan, D., Zhao, L., Dou, Y. ve Zhang, Q. (2014). Linking perceived organizational support with employee work outcomes in a Chinese context: Organizational identification as a mediator. *European Management Journal*, 32(3), 406-412.
- Shore, L. M. ve Wayne, S. J. (1993). Commitment and employee behavior: Comparison of affective commitment and continuance commitment with perceived

organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 78(5), 774–780.

- Sigler, T.H. ve Pearson, C. M. (2000). Creating an empowering culture: Examining the relationship between organizational culture and perceptions of empowerment. *Journal of Quality Management*, 5, 27-52.
- Sönmez, R. V. (2020). Algılanan örgütsel destek, motivasyon ve hizmet performansı arasındaki ilişkilerin incelenmesine yönelik sağlık sektöründe bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 1540-1553.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. Boston: Pearson
- Tosun, B. (2020). Algılanan örgütsel destek ile algılanan iş performansı arasındaki ilişkide iş tatmininin aracı rolü. *Turkish Studies - Economy*, 15(1), 541-555.
- Turunç, Ö. ve Çelik, M. (2010a). Algılanan örgütsel desteğin çalışanların iş-aile, aile-iş çatışması, örgütsel özdeşleşme ve işten ayrılma niyetine etkisi: Savunma sektöründe bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1), 209-232.
- Turunç, Ö. ve Çelik, M. (2010b). Çalışanların algıladıkları örgütsel destek ve iş stresinin örgütsel özdeşleşme ve iş performansına etkisi. *Yönetim ve Ekonomi, Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F.*, 17(2), 183-206.
- Tutar, H. (2014). *Örgütsel Psikoloji Endüstri ve Örgüt Psikolojisine Yeni Yaklaşımlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tüfekci, Ö. K. ve Baş, M. (2016). Determination of serviceability of business employees operating in winter tourism: A research. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 6(2), 1-28.
- Varinli, İ., Yaraş, E. ve Başalp, A. (2009). Duygusal zekânın müşteri odaklılık ve satış performansı üzerine etkisini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 9(1), 113-130.
- Wu, C. H.J., Liang, R. D., Tung, W. ve Chang, C. S. (2008). Structural relationships among organisation service orientation, employee service performance, and consumer identification. *The Service Industries Journal*, 28(9), 1247-1263.
- Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, (2022). Turizm işletmesi belgeli tesisler, <https://yigm.ktb.gov.tr/genel/turizmtesisleri.aspx>, erişim tarihi: 10 Aralık 2022.
- Zorlu, Ö. ve Bal, Ş. (2019). Otel işletmelerinde algılanan örgütsel destek ve örgüte uyumun algılanan hizmet performansına etkisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(88), 122-139.

Etik Kurul İzni

Bu araştırma, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İnsan Araştırmaları Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulunun 22/12/2022 tarihli ve 12/17 karar/sayı numarası ile alınan karar ile etik olarak uygun bulunmuştur.

Çıkar Çatışması Beyanı

Çalışmanın herhangi bir kurum, kuruluş ve kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.