



JRTR

JOURNAL OF RECREATION AND TOURISM RESEARCH

ISSN: 2148-5321

YEAR/YIL:2024
VOLUME/CİLT:11
ISSUE/SAYI:2

ISSN: 2148-5321

editor@jrtr.org

www.jrtr.org



JRTR

JOURNAL OF RECREATION AND TOURISM RESEARCH
ISSN: 2148-5321

2024

Volume 11

Issue 2

About This Journal

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.

Dergi Hakkında

Journal of Recreation and Tourism Research (JRTR) amacı Türkçe ve İngilizce dillerinde hazırlanmış özgün araştırma, kavramsal inceleme, derleme makaleleri ve olgu sunumu türündeki çalışmaları yayınlamak, ulusal ve uluslararası düzeyde alanla ilgili bilginin paylaşımına katkı sağlanmasıdır. Derginin ilk sayısı 30 Mart 2014'te Cilt: 1 Sayı: 1 olarak sitede yayınlanmıştır.

Editor in Cheif / Owner

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

Communications / İletişim Koordinatörü

Mustafa DEMİREL (Ph.D. Std.) / editor@jrtr.org

Language Editors / Dil Editörleri

Prof. Cüneyt TOKMAK (Ph.D.) / Eskişehir Osmangazi University/ English Language Editors

Assoc. Prof. Feridun Hakan ÖZKAN (Ph.D.) / Ankara Hacı Bayram Veli University/ Turkish Language Editors

Selcan ERGUN (Ph.D.) / National Defense University/ English Language Editors

Abstracting & Indexing / Taranan Dizinler

Asian Science Citation Index (ASCI)

EuroPub Database

Directory of Research Journals Indexing (DRJI)

Türkiye Turizm Dizinini

European Commission Funded Research (OpenAIRE)

CABI Leisure Tourism

**ULAKBİM TR DIZIN assessment is in progress.*



JRTR

JOURNAL OF RECREATION AND TOURISM RESEARCH
ISSN: 2148-5321

2024

Volume 11

Issue 2

Editorial Board Members

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

Prof. Evren GÜÇER (Ph.D.) / Mingachevir State University

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

Prof. Muharrem TUNA (Ph.D.) / Ankara Hacı Bayram Veli University

Assoc. Prof. Mert GÜRLEK / Burdur Mehmet Akif Ersoy University

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

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

Assoc. Prof. Ş. Gamze ALBAYRAK (Ph.D.) / Ankara Hacı Bayram Veli 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. Muhammet VAPUR (Ph.D.) / Istanbul Rumeli University

Artur KOZLOWSKI, (PhD) / WSB Schools of Banking

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



CONTENTS

Caner YENİSOY & Azize HASSAN	1-17
Turizm Alanyazınında Oyun Teorisi Makalelerinin Bibliyometrik Analizi	
<i>Bibliometric Analysis of Game Theory Articles in Tourism Literature</i>	
Zeki GÜRBÜZ	
Pargasur Şelalesi'nin Turizm Potansiyeli	18-30
<i>Tourism Potential of Pargasur Waterfall</i>	
Elif DÜLGER & Hasan CİNNİOĞLU	
Otel İşletmesi Çalışanlarının Pygmalion Algısının İşten Ayrılma Niyetine Etkisinde İşe Adanmışlığın Aracı Rolü: İzmir Örneği	31-54
<i>The Mediating Role of Work Engagement in the Effect of Pygmalion Perception of the Hotel Employees on the Intention to Leave: İzmir Sample</i>	



JRTR

JOURNAL OF RECREATION AND TOURISM RESEARCH

ISSN: 2148-5321

Mustafa Alperen ÇİÇEK & Saniye Gül GÜNEŞ	55-80
Konya Örneği'nde Bisiklet Turizmi	
<i>Bicycle Tourism in the Case of Konya</i>	
Yasemin ASİLTÜRK OKUTAN	
Yeni Nesil Gastronomi: Yenilebilir Böceklerin Tüketimine İlişkin Alguların Ölçülmesi	81-99
<i>New Generation Gastronomy: Measuring Perceptions on the Consumption of Edible Insects</i>	



JRTR

JOURNAL OF RECREATION AND TOURISM RESEARCH
ISSN: 2148-5321

TURİZM ALANYAZININDA OYUN TEORİSİ MAKALELERİNİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF GAME THEORY ARTICLES IN TOURISM LITERATURE

Caner YENİSOY^a Azize HASSAN^b

Özet

Çalışmanın amacı, turizm alanyazınında oyun teorisine ilişkin makalelerin çeşitli parametreler kapsamında bibliyometrik profillerini ortaya çıkarmaktır. Ayrıca diğer amacı ise Türk turizmi alanyazınında oyun teorisine ilgili yapılan çalışmaların mevcut durumunu ortaya koymak ve yeni araştırma konularının belirlenmesine olanak sağlamaktır. Çalışmada ScienceDirect ve Google Scholar veri tabanlarında yer alan “oyun teorisi ve turizm” anahtar kelimelerinin birlikte kullanıldığı makaleler incelemeye alınmıştır. Ulusal ve uluslararası alanyazın taraması 16.12.2023 tarihine kadar sürmüştür. Alanyazın taraması yapılırken “oyun teorisi ve turizm”, “game theory and tourism” anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Makalelerin konuya ilişkin olup olmadığını tespit edebilmek amacıyla özet ve yöntem bölümleri okunarak değerlendirmeye alınmıştır. Çalışma sonucunda 64 adet makaleye ulaşılmıştır. Bibliyometrik analiz sonucunda konuya ilişkin ilk makalenin 2004 yılında yayımlandığı görülmektedir. Bununla birlikte en fazla çalışmanın Tourism Management ve Tourism Economics dergilerinde yayımlandığı saptanmıştır. 2021 yılında konuya ilişkin yayımlanan makale sayısının daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Oyun Teorisi, Bibliyometrik Analiz

Abstract

The aim of the study is to reveal the bibliometric profiles of the articles on game theory in the tourism literature within the scope of various parameters. In addition, the other aim is to reveal the current status of the studies on game theory in the Turkish tourism literature and to enable the identification of new research topics. In this study, articles in ScienceDirect and Google Scholar databases where the keywords "game theory and tourism" were used together were analyzed. The national and international literature review lasted until 16.12.2023. The keywords “oyun teorisi ve turizm”, "game theory and tourism" were used in the literature review. In order to determine whether the articles are related to the subject, the abstract and method sections were read and evaluated. As a result of the study, 64 articles were reached. As a result of the bibliometric analysis, it is seen that the first article on the subject was published in 2004. Besides, it was detected that the most studies were published in Tourism Management and Tourism Economics journals. In 2021, it was determined that the number of articles published on the subject was higher.

Keywords: Tourism, Game Theory, Bibliometric Analysis

Makale Geliş Tarihi: 13.03.2024 Makale Kabul Tarihi: 09.05.2024

Sorumlu Yazar (Corresponding Author): Caner YENİSOY (caner.yenisoy@hbv.edu.tr)

^a Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara/Türkiye (caner.yenisoy@hbv.edu.tr), ORCID: 0009-0008-1585-6780

^b Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara/Türkiye (azize.hassan@hbv.edu.tr), ORCID: 0000-0003-2509-1415

DOI: 10.5281/zenodo.12557403

1. Giriş

Turizm sektöründe yoğun rekabetin yaşandığı ortamda, işletmelerin sürdürülebilir bir şekilde varlığını devam ettirebilmesi için çeşitli durumları dikkatlice değerlendirmesi gerekmektedir. Bu kapsamda, rakip işletmelerin stratejik hamlelerini tahmin edebilme yeteneği, işletmenin kapasitesini doğru bir şekilde belirleyebilme yetisi, kapsamlı ve doğru analizler yapabilme becerisi ve bu analizleri dikkate alarak stratejik kararlar alma önemli bir rol oynamaktadır (Çubukçu, Uysal ve Gülmez 2017:9). Bu doğrultuda yapılan analizlerden biri de pazarlama alanında da kullanılan oyun teorisidir.

Oyun teorisi, rekabet halinde olan oyunculardan birinin bir yönde adım atması durumunda diğer oyuncunun “Oyunun sonucunda kazanç varsa maksimum, kayıp varsa minimum hedefe yönelik optimum strateji nasıl olmalıdır?” sorusuna verdiği cevaptır. Bu bağlamda oyun teorisi rekabet düzeyinin yüksek olduğu sektörlerde maksimum fayda sağlayacak stratejilerin belirlenmesinde önemli bir teori olarak karşımıza çıkmaktadır. Stratejilerin belirlenmesinde, rekabet içerisinde olan bütün oyuncuların belirledikleri stratejiler dikkate alınarak bir karar verme süreci izlenmelidir. Oyun teorisi, oyuncuların belirledikleri farklı stratejilerde meydana gelebilecek her türlü sonuçları matematiksel yöntemlerle incelemektedir (Mandelbrot, 2002, akt. Demirci ve Palancı, 2019:531). Bu teori özellikle son yıllarda akademik araştırmalarda da popüler bir konu haline gelmiştir. Fakat Türk turizmi alanyazınında yapılan akademik çalışmaların sayısının yetersiz olduğu görülmektedir.

Uluslararası turizm alanyazınında oyun teorisine ilişkin akademik çalışmalar (Mosetti, 2006; Yang, Huang, Song ve Liang, 2009; Sheng, 2011; Dinica, 2012; Van Zyl, 2012; Tran ve Thompson, 2015; Yang, Shi, Yang, Cai ve Ren, 2015; Tavares ve Tran, 2019; Noori-daryan, Taleizadeh ve Rabbani, 2020; Keskin ve Ucal, 2021; Kopf ve Hsu, 2021; Yan, Wei ve Wei, 2021) mevcuttur. Türk turizmi alanyazınında ise bir adet (Çubukçu vd., 2017) çalışma olduğu görülmektedir. Diğer bir ifade ile Türk turizmi alanyazınında bir boşluk olduğu tespit edilmiştir ve yapılan bu çalışma ile alanyazına katkı sağlanacağı düşüncesi araştırmanın önemini vurgulamaktadır.

Yapılan araştırmada, ScienceDirect ve Google Scholar veri tabanlarında yer alan “oyun teorisi ve turizm” anahtar kelimelerinin birlikte kullanıldığı makalelerin nitel araştırma yöntemlerinden biri olan bibliyometrik analiz yöntemi ile incelenmesi sonucunda; konu ile ilgili alanyazın gelişiminin ve elde edilen makalelerin özelliklerinin ortaya konulması

amaçlanmaktadır. Ayrıca diğer amacı ise Türk turizmi alanyazınında oyun teorisine ilişkin yapılan mevcut durumunu ortaya koymak ve yeni araştırma konularının belirlenmesine olanak sağlamaktır.

2. Oyun Teorisi

Oyun teorisi esasen rekabet ve iş birliğinin matematiksel olarak incelenmesidir. Oyuncular arasındaki stratejik etkileşimlerin, bu oyuncuların tercihlerine göre nasıl genel sonuçlara yol açtığını gösterir. Bu tür sonuçlar herhangi bir oyuncu tarafından amaçlanmamış olabilir (Madani, 2010:226). Oyun teorisi, gerçek hayat senaryolarında karar vermeyi analiz etmek, özellikle de mümkün olan en faydalı seçimleri yapmak amacıyla karmaşık ve etkileşimli stratejileri analiz etmek için bir çerçeve sunmaktadır (Ahmad, Almarri, Shah ve Luluwah, 2023:2). Oyunlar, bir dizi oyuncu, bu oyuncuların kullanabileceği bir dizi strateji (seçenek veya hamle) ve bu stratejilerin her bir kombinasyonu için oyuncuların kazançlarının (oyunun olası sonuçları) belirtilmesinden oluşan tanımlanmış matematiksel nesnelere. Oyunculara yapılan ödemeler, alınan kararları ve oynanan oyunun türünü belirler. Eğer getirilerin toplamı sıfır ya da sabit ise, oyuncuların çıkarları zıttır ve sıfır toplamı ya da sabit toplamı bir oyun oynuyorlardı; bir oyuncu ne kazanırsa diğer oyuncu kaybeder. Getirilerin toplamının sıfıra ya da bir sabite eşit olmadığı sıfır toplamı olmayan oyunlarda daha fazla karmaşıklık ve bazen de daha fazla iş birliği potansiyeli vardır (Madani, 2010:226).

Bir oyunun temel unsurları aşağıda tanımlanmıştır (Ahmad vd., 2023:2-3);

Oyuncu, maksimum fayda, fayda düzeyi veya amaç işlevi elde etmek için eylemleri ve stratejileri seçen bir bireyi (bir grubun üyesi olabilir veya olmayabilir) ifade etmektedir.

Eylemler, rota seçim sürecinde sosyal maliyetleri azaltmak amacıyla seyahatçilerin gerçekleştirdiği eylemler gibi oyuncuların farklı stratejilerini veya eylemlerini ifade etmektedir.

Strateji, oyuncunun eylem planını ve ilgili kuralları ifade etmektedir.

Kazanç, katılımcıların karar verdikten sonra almaya hak kazandığı ödülü ifade etmektedir. Oyuncular uygun stratejileri seçerek kendi getirilerini en üst düzeye çıkarmaya çalışırlar.

Sıra, oyuncular tarafından seçilen stratejik kararların sırasını, yani bu seçimlerin yapıldığı sırayı ifade etmektedir. Seçimler eş zamanlı veya paralel olarak yapılabilir.

Oyun teorisinde yer alan oyunlar sınıflandırılırken, ödeme toplamları, strateji sayıları,

oyuncu sayıları çeşitli gruplar altında sınıflandırma yapılabilmektedir. Alanyazında yapılan sınıflandırmada genel olarak beş ana grup görülmektedir (Pekkaya ve Gümüş, 2020:4).

1. Tam ve eksik bilgili oyunlar,
2. Statik ve dinamik oyunlar,
3. İki kişili ve n-kışili oyunlar (oyuncu sayısı),
4. Sıfır toplamlı ve sıfır toplamlı olmayan oyunlar (oyun sonucu),
5. İşbirlikçi ve işbirlikçi olmayan oyunlar

Kural (2007:59-64) tarafından yapılan bir çalışmada oyun teorisine ilişkin örnek olaylar sunulmuştur. Sunulan örnek olaylar yukarıdaki sınıflandırma için de bir örnek teşkil etmektedir.

Mahkum İkilemi: Mahkum İkilemi, özellikle fark edilmediğinde bile gerçek hayatta sıkça karşılaşılan bir durumu modelleyen en ünlü örneklerden biridir. İki suçlu, aynı suçta karıştıkları iddiasıyla tutuklanır. Polis, ellerinde herhangi bir somut kanıt olmadan, bu iki şüpheliyi birbirlerinden habersiz bir şekilde sorgular. Şüpheliler, doğal olarak kendi suçlarını itiraf etmeyeceklerdir. Ancak, diğer suç ortağını ya ele verme ya da susma yolunu seçebilirler. Bu durumu “susma” stratejisi olarak değerlendirebilirken, diğerini ele verme eylemini “iş birliği yapma” ve “ihanet etme” eylemini ise “döneklik etme” olarak adlandırabiliriz. Eğer iki suçlu iş birliği yapar ve birbirlerini ele vermezlerse, her ikisi de hafif bir ceza ile cezalandırılacaktır. Ancak, eğer sadece biri döneklik yapar ve suç ortağını ele verirse, dönek suçsuz gibi çıkarken diğer suçlu, tüm suçlamaları üstlenerek ağır bir ceza alacaktır. Bununla birlikte, her iki suçlu da döneklik yaparsa, polis ellerindeki net kanıtlarla her ikisini de ağır bir cezaya çarptıracaktır. Bu ceza, her iki suçlunun da susmasından daha ağır olacak, ancak tüm suçun tek bir kişiye yüklenmesinden daha hafif olacaktır. Tablo 1’de örnek olayın matematiksel ifadesi yer almaktadır.

Tablo 1: Mahrum İkilemi

		OYUNCU 2	
		İŞ BİRLİĞİ	DÖNEKLİK
OYUNCU 1	İŞ BİRLİĞİ	(-1,-1)	(-5,0)
	DÖNEKLİK	(0,-5)	(-3,-3)

Gözlemlediğimiz üzere, Mahkum İkilemi oyunu, içerisinde rekabet ve iş birliği unsurlarını barındıran bir doğaya sahiptir. Gerçek hayattan örnekler düşünüldüğünde, birçok anlaşmanın benzer bir yapıya sahip olduğunu ifade etmek mümkündür. Örneğin, bir barış antlaşmasını ele alalım: Eğer bu antlaşma uygulanırsa, her iki taraf da kontrollü bir şekilde kazanç elde eder (barış süreci). Ancak, bir taraf antlaşmayı ihlal ederse, bu durumda diğer taraf büyük bir zararla karşılaşabilirken ihlal eden taraf önemli bir kazanç sağlar (rakibini hazırlıksız yakalama avantajı). Ancak, her iki taraf da antlaşmayı ihlal ederse, sonuç her iki taraf için de felaketle sonuçlanabilir (uzun süren, herhangi bir tarafın üstünlük sağlayamadığı, kanlı bir savaş).

Korkak Tavuk Oyunu: İki şeritli bir karayolunda seyreden iki araç, birbirlerine karşı zıt yönlere hareket etmektedir. Çarpışmayı önlemek amacıyla, her iki aracın da bir seyir yönü belirlemeleri gerekmektedir. Her ikisi de tercihen ya sağlarındaki ya da sollarındaki şeridi kullanarak ilerlemelidir. Bu durumda, her iki sürücünün de çarpışmayı engelleme amacıyla oldukları öne çıkmaktadır. Tablo 2’de örnek olayın matematiksel ifadesi yer almaktadır.

Tablo 2: Korkak Tavuk Oyunu

		SÜRÜCÜ 2	
		SOL	SAĞ
SÜRÜCÜ 1	SOL	(1,1)	(-10,-10)
	SAĞ	(-10,-10)	(1,1)

Her iki sürücü de kendi tercihlerine göre sağa veya sola yönelirse, ayrı şeritlerde seyredecekler ve böylece çarpışmayacaklardır. Diğer durumlarda ise, aynı şeritte karşılıklarına geçecek, çarpışacak ve ciddi bir zarara uğrayacaklardır. Bu oyunun onlar için en avantajlı sonuca ulaşabilmesinin tek yolu, karşıdaki sürücü ile iş birliği yapmaktır.

Yukarıdaki oyun teorisi örnek olayını işletmeler açısından ele alırsak; işletmeler, kendi sektörlerinde rekabetin olmadığı durumlarda birbirlerine yardımcı olabilirler, bu iş birliği sayesinde daha fazla kâr elde edebilirler. Ancak, bir işletmenin diğerini piyasada başarısız kılmaya yönelik müdahaleleri ve rekabeti engellemeye yönelik eylemleri, genel olarak her iki işletme için de zararlı olacaktır.

Oyun teorisi, insanların çatışmalarda kendi çıkarlarını gözeterek nasıl davranacaklarını tahmin etmek için kullanılmaktadır. Tipik bir oyunda, kendi hedefleri olan karar vericiler

(oyuncular), birbirlerinin kararını tahmin ederek birbirlerini alt etmeye çalışırlar. Oyun, oyuncuların kararlarının bir sonucu olarak çözülmektedir. Oyun teorisi, oyuncuların kazançlarını maksimize etmek için kullandıkları stratejileri analiz eder. Bir oyunun çözümü, karar vericilerin alabileceği kararları öngörür ve oyunun sonucunu tanımlar. Oyun teorisi, 1944 yılında Von Neumann ve Morgenstern'in esas olarak nicel oyun teorisi yöntemlerini ele alan "Theory of Games and Economic Behavior" kitabının yayınlanmasıyla kurulmuştur (Madani, 2010:226).

Oyun teorisindeki çalışmaları ile gündeme gelen bir diğer isim ise John Forbes Nash'dir. İş birlikçi olmayan oyunlar konusunda çalışmalar yapan Nash oyunlardaki stratejik dengenin varlığını ispatlamış ve alanyazında bu durum "Nash Dengesi" olarak adlandırılmıştır. 1994 yılında Nash, iki farklı oyun teoristi John Harsanyi ve Reinhard Selten ile ekonomi dalında Nobel ödülü almıştır. Reinhard Selten, John Forbes Nash tarafından oluşturulan statik yapıyı, rekabet halindeki işletmeler için yeniden uyarlayarak bu statik yapıya dinamizm katmıştır. Bu yıllarda genellikle ekonomi alanında uygulanan oyun teorisi günümüzde çeşitli disiplin alanlarında uygulanmaktadır (Bilit ve Özari, 2019:1310-1311). Bu disiplin alanlarından biri ise turizmdir.

3. Yöntem

Bibliyometrik analiz; "bilimsel amaçlı belgelerin ya da yayınların yazar sayısı, yayımlandığı dergi, konu, yayın bilgisi gibi belirli özelliklerinin niceliksel olarak analiz edilmesi" (Al ve Tonta, 2004:19; Ulu ve Akdağ, 2015:7; Polat, Saraçoğlu ve Duman, 2019:47; Yılmaz, 2017:66) şeklinde tanımlanmaktadır. Belirli bir bilim dalında veya disiplinde yapılan çalışmaların profillerini belirlemeyi amaçlayan bibliyometrik analiz, "bilimsel bilgi üretiminin sistemli bir şekilde gelişimini, ağırlık noktasını, eksikliklerini belirlemek açısından son derece önemli bir araştırma türüdür" (Işık, Küçükaltan, Çelebi, Çalkın, Enser ve Çelik 2019:124). Araştırma kapsamında ScienceDirect veri tabanının tercih edilmesinin nedeni, görece yüksek etki faktörüne sahip dergileri dizinlemesidir (Jacso, 2005:1539; Bar-Ilan, Levene ve Lin, 2007:31). Google Scholar'ın tercih edilmesinin sebebi ise dünya çapında bilinen ve yaygın olarak kullanılan arama motorlarından biri olmasıdır (Pekdemir, 2018:1).

Turizm alanyazınında oyun teorisine ilişkin yapılan çalışmaların bibliyometrik profillerini ortaya koymak için aşağıda belirtilen sorulara yanıt aranmıştır;

ScienceDirect ve Google Scholar veri tabanlarındaki makalelerin taranması 16.12.2023

tarihine kadar sürmüştür. Alanyazın taraması yapılırken “oyun teorisi ve turizm”, “game theory and tourism” anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Oyun teorisine ilişkin makalelerin turizmle ilişkili olup olmadığını tespit edebilmek amacıyla özet ve yöntem bölümleri okunarak değerlendirme yapılmıştır. Araştırma sonucunda turizm alanyazınında oyun teorisine ilişkin 64 adet makaleye ulaşılmıştır.

Araştırmada etik kurul kararı gerektiren (deneysel çalışmalar, görüşme, anket vb.) yollar ile veri toplanmamıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden bibliyometrik analiz yöntemiyle veriler toplandığı için bu çalışma etik kurul izni gerektirmeyen araştırmalar içerisinde yer almaktadır.

4. Bulgular

4.1. Makalelerin Yayımlandığı Yıllar

Tablo 3: Turizm Alanyazınında Oyun Teorisine İlişkin Makalelerin Yayımlandığı Yıllar

Makale Sayısı	Yıllar
1	2004
2	2006
2	2007
1	2008
2	2009
2	2010
2	2011
6	2012
1	2014
7	2015
2	2016
2	2017
6	2018
2	2019
5	2020
11	2021
7	2022
3	2023

Tablo 3 incelendiğinde ScienceDirect ve Google Scholar veri tabanlarında turizm alanyazınında oyun teorisine ilişkin yayımlanmış 64 makaleden ilkinin 2004 yılında yayımlandığı ve 2010 yılından itibaren ise konuya olan ilginin arttığı görülmektedir. 2012 yılında altı, 2015 yılında yedi, 2018 yılında altı, 2020 yılında beş, 2022 yılında yedi ve 2023 yılında üç makalenin yayımlandığı görülmektedir. 2021 yılında ise 11 makale yayımlanmıştır ve en fazla makalenin yayımlandığı yıldır.

4.2. Makalelerin Yayımlandığı Dergiler

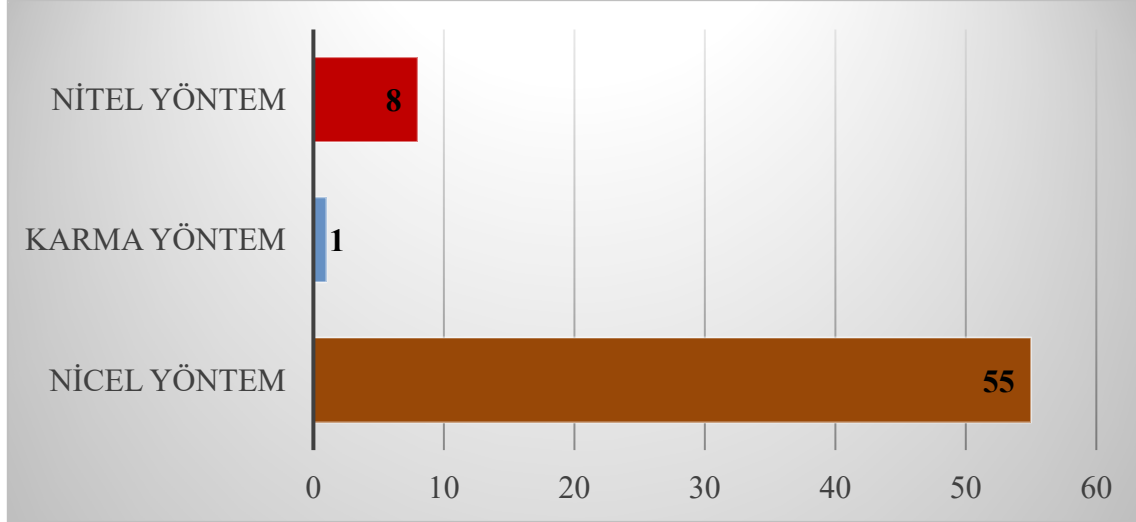
Tablo 4: Turizm Alanyazınında Oyun Teorisine İlişkin Makalelerin Yayımlandığı Dergiler

Dergi Adı	Makale Sayısı
Annals of Tourism Research	3
Tourism Management	7
International Journal of Hospitality Management	3
Computers & Industrial Engineering	1
Ecological Economics	1
Knowledge-Based Systems	1
Journal of Cleaner Production	1
Sustainability	5
Journal of Applied Research on Industrial Engineering	1
Journal of Travel Research	2
Current Issues in Tourism	1
Tourism Planning & Development	1
Journal of Dynamics and Games	1
European Planning Studies	1
Scientific Reports	1
Environmental Science and Policy	1
Tourism Economics	7
Tourism Review	1
Journal of Knowledge Management	1
Converter Magazine	1
European Journal of Tourism Research	1
Journal of Resources and Ecology	1
International Journal of Production Research	1
Advances in Hospitality and Tourism Research	1
African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure	1
Journal of Hospitality & Tourism Research	2
International Journal of Circuits, Systems and Signal Processing	1
International Journal Technology and Globalisation	1
Chinese Studies	1
Tourism Analysis	3
Journal of Discrete Mathematical Sciences and Cryptography	1
Applied Mathematics and Computation	1
Encyclopedia of Tourism	1
INFOR: Information Systems and Operational Research,	2
WIT Transactions on Ecology and the Environment	1
Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally	1
Journal of Environmental Policy & Planning	1
International Journal of Fuzzy Systems	1
Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi	1

Tablo 4 incelendiğinde turizm alanyazınında oyun teorisine ilişkin yayımlanmış 64 makalenin toplam 38 farklı dergide yayımlandığı görülmektedir. Konuya ilişkin en çok makalenin Tourism Management ve Tourism Economics dergilerinde yayımlandığı görülmektedir. Bu dergilerde yedişer makale yayımlanmıştır. Beş makale Sustainability,

üç makale Tourism Analysis, üç makale International Journal of Hospitality Management, üç makale Annals of Tourism Research, iki makale Journal of Hospitality & Tourism Research, iki makale INFOR: Information Systems and Operational Research, iki makale Journal of Travel Research dergisinde yayımlanmıştır. 29 makalenin ise farklı dergilerde yayımlandığı görülmektedir.

4.3. Makalelerde Kullanılan Yöntemler



Grafik 1. Makalelerde Kullanılan Yöntemlerin Dağılımı

Turizm alanyazınında oyun teorisine ilişkin yayımlanmış 64 makalenin kullanılan yöntemlere göre dağılımı incelendiğinde, 55'inin nicel yöntem, sekizinin nitel yöntem ve birinin ise karma yöntem olduğu görülmektedir.

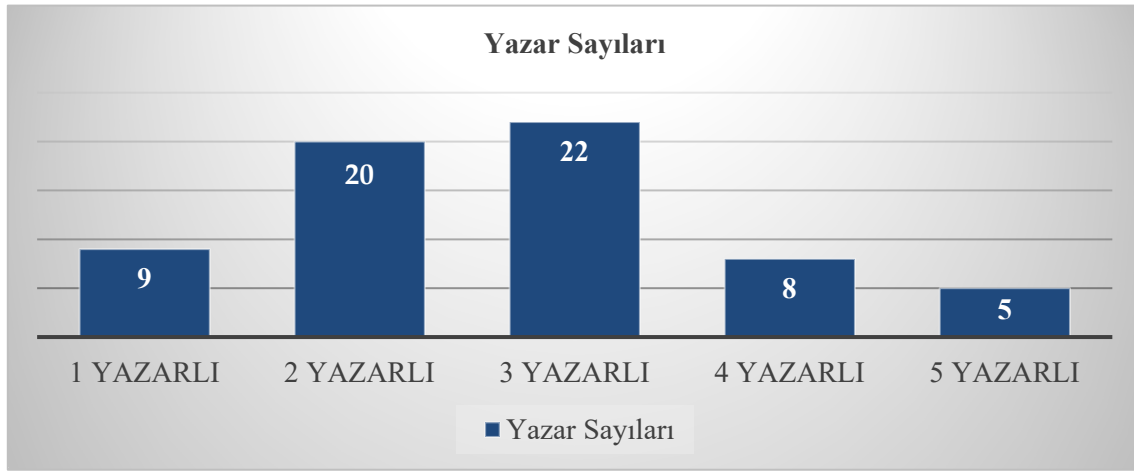
4.4. Makalelerde En Sık Kullanılan Anahtar Kelimeler



Şekil 1. En Sık Kullanılan Anahtar Kelimelere İlişkin Kelime Bulutu

Turizm alanyazınında oyun teorisine ilişkin yayımlanmış 64 makalede toplam 285 anahtar kelime kullanılmıştır. Her bir anahtar kelime en az bir en fazla beş kelimedenden oluşmaktadır. Bir makalede en fazla kullanılan anahtar kelime sayısı sekizdir. En sık kullanılan anahtar kelimeleri “Game Theory” ve “Tourism Supply Chain” kelimeleri oluşturmaktadır. Anahtar kelimelere ilişkin kelime bulutu Resim 1’de sunulmuştur. En sık kullanılan diğer anahtar kelimeler ise “Evolutionary Game Theory”, “Sustainable Tourism” ve “Stakeholders”dır. Dört makalede ise anahtar kelimelere yer verilmemiştir.

4.5. Makalelerin Yazar Sayıları



Grafik 2. Makalelerin Yazar Sayılarına İlişkin Grafik

Turizm alanyazınında oyun teorisine ilişkin yayımlanmış 64 makalenin yazar sayılarına göre dağılımı incelendiğinde, 22’sinin üç yazarlı olduğu görülmektedir. Bunu, iki yazarlı (20 makale), bir yazarlı (dokuz makale), dört yazarlı (sekiz makale) ve beş yazarlı (beş makale) izlemektedir.

4.6. Makalelerin Yayımlandığı Diller

Turizm alanyazınında oyun teorisine ilişkin yayımlanmış 64 makalenin yazım dillerine bakıldığında, 63 makalenin İngilizce dilinde ve bir makalenin ise Türkçe dilinde yazıldığı görülmektedir.

5. Sonuç ve Öneriler

Yapılan çalışmada, turizm alanyazınında oyun teorisine ilişkin yayımlanan makalelerin bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir. Makaleler “ScienceDirect” ve “Google Scholar” veri tabanlarında erişilebilen makalelerle sınırlı tutulmuştur. Yapılan araştırma sonucunda bu veri tabanlarında taranan uluslararası 63 makale ve ulusal bir makale olmak üzere toplam 64 makale incelenmiştir. Konuya ilişkin ilk makalenin 2004 yılında

yayımlandığı ve günümüzde ise konuya olan ilginin arttığı görülmektedir. En fazla makale 2021 yılında yayımlanmıştır. 2021 yılında yayımlanan makale sayısı 11'dir.

Alanyazın incelemesi sonucunda konuya ilişkin en fazla makalenin "Tourism Management" ve "Tourism Economics" dergilerinde yayımlandığı görülmektedir. Oyun teorisi, tarihsel olarak Babillere kadar uzanan bir geçmişe sahiptir. Fakat alanyazında oyun teorisinin 1944 yılında Von Neumann ve Morgenstern'in esas olarak nicel oyun teorisi yöntemlerini ele alan "Theory of Games and Economic Behavior" kitabının yayınlanmasıyla kurulduğu belirtilmektedir (Çubukçu vd., 2017; Madani, 2010; Pekkaya ve Gümü, 2020). Buradan hareketle 64 makalenin kullanılan yöntemlere göre dağılımı incelendiğinde, en çok nicel yöntem kullanıldığı saptanmıştır. Oyun teorisinin çıkış noktasının alanyazında "Ekonomi" alanı olarak kabul edilmesi nedeniyle beklenen bir sonuç olduğu söylenebilir. Konuya ilişkin makalelerin anahtar kelimelerine göre dağılımı incelendiğinde, en fazla "Game Theory" anahtar kelimesi ile karşılaşılmıştır.

Yazar sayılarına göre yapılan analiz sonuçları, ulusal ve uluslararası alanda yayımlanan çalışmaların daha çok yabancı akademisyenler tarafından yapıldığını ve en çok üç ve iki yazarlı makalelerden oluştuğunu göstermektedir. Bu durum, araştırmacıların birbirlerinin deneyim ve bilgilerinden daha çok yararlanabilecekleri ortak çalışmalara ihtiyaç duydukları şeklinde yorumlanabilir. Analiz sonucuna göre Türk akademisyenler tarafından konuya olan ilginin az olduğu görülmektedir. Bununla birlikte konuya ilişkin Türk turizmi alanyazınında sadece bir adet çalışmanın olması da alanyazında önemli bir eksiklik olduğunu göstermektedir. Buradan hareketle yapılan çalışmada, "ScienceDirect" ve "Google Scholar" veri tabanlarında turizm alanyazınında oyun teorisine ilişkin yayımlanan makalelerin incelenmesi ile mevcut alanyazının genel durumu ortaya çıkarılmıştır. Konuya ilişkin çalışmalardaki değişimlerin ve gelişmelerin ortaya konulması açısından yararlı olacağı ve alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Uluslararası yayınlar incelendiğinde konuya ilişkin öne çıkan konuların;

- Destinasyona yönelik çalışmalar (Beritelli, 2011; Idrees, Vasconcelos ve Ellis, 2018; Khalilzadeh ve Wang, 2018; Liang ve Ma, 2018; Kuokkanen ve Bouchon, 2020; Riadh, 2022),
- Turizm ekonomisine yönelik çalışmalar (Song, Dwyer ve ZhengCao, 2012; Mohammed, Guillet ve Law 2015; Assaf ve Li, 2021),

- Turizm paydaşlarına yönelik çalışmalar (Yang vd., 2015; Yan ve Hongzhong, 2020; Chen, Wei, Wei, Huang ve Su, 2021),
- Seyahat acentelerine ve turlara yönelik çalışmalar (Zhang, Heung ve Yan, 2009; Tsaur ve Chen, 2018; Lv, Wang, Su, Chen ve Kot, 2022),
- Turizm işletmeleri arasındaki rekabete yönelik çalışmalar (Arenoe, Van Der Rest ve Kattuman, 2015),
- Turizm kaynaklarına yönelik çalışmalar (Bimonte, 2008),
- Turistik gezi rotaları ve turistlere yönelik çalışmalar (Rigakis, Trachanatzi, Marinaki ve Marikanis 2021),
- Turizm işletmeleri ve günübirlik ev kiralayanlar arasındaki rekabete dayalı çalışmalar (Aznar, Maspera ve Quer, 2019),
- Ekoturizm ve sürdürülebilir turizme yönelik çalışmalar (Mosetti, 2006; Sheng, 2011; Antimova, Nawijn ve Peeters, 2012; Dinica, 2012; He, He ve Xu, 2018; Sun, Cao ve Xing, 2021; Sun, Liu, Fan ve Qiao, 2021; Xu ve Shen, 2021; Chica, Hernández ve Perc, 2022; Chica, Hernández ve Perc, 2023),
- Turizm tedarik zincirlerine yönelik çalışmalar (Yang vd., 2009; Huang, Chen, Song ve Zhang, 2010; Zhang, Song, Huang ve Chen, 2010; Huang, Song, Huang ve Lou, 2012; Yang, Huang ve Liang, 2016; Keskin ve Ucal, 2021; Ma, Hu ve Yao, 2021; Jena ve Behera, 2022; Zhang ve Li, 2023) olduğu görülmektedir.

Özellikle Türk turizmi alanyazınına katkı sağlayacak araştırmacılar için konuya ilişkin farklı çalışma konu önerileri yukarıda maddeler halinde sunulmuştur. Ulusal alanyazında konuya ilişkin Çubukçu vd., (2017) tarafından yapılan çalışmanın ise “Turizmde Havayolu Şirketlerinin Fiyat Belirleme Politikaları” üzerine olduğu görülmektedir.

Turizm alanyazınında oyun teorisine ilişkin daha önce yapılan bir bibliyometrik analize rastlanmadığı için diğer çalışma sonuçları ile karşılaştırma yapılamamıştır. Bu nedenle ulusal ve uluslararası alanyazında konuya ilişkin makale sayıları arttıkça bibliyometrik analizler tekrar edilmelidir. Bibliyometrik analiz mevcut durumu ortaya koyabilecek ve alanyazındaki eksiklikleri vurgulayabilecek önemli bir analiz yöntemidir.

Kaynakça

Ahmad, F., Almarri, O., Shah, Z., & Luluwah A. (2023). Game Theory Applications in Traffic Management: A Review of Authority-based Travel Modelling. *Travel Behaviour and Society*, 32, 1-23. <https://doi.org/10.1016/j.tbs.2023.100585>.

- Al, U., & Tonta, Y. (2004). Atıf Analizi: Hacettepe Üniversitesi Kütüphanecilik Bölümü Tezlerinde Atıf Yapılan Kaynaklar. *Bilgi Dünyası*, 5(1), 19-47.
- Antimova, R., Nawijn, J., & Peeters, P. (2012). The Awareness/Attitude-Gap in Sustainable Tourism: a Theoretical Perspective. *Tourism Review*, 67(3), 7-16. <https://doi.org/10.1108/16605371211259795>.
- Arenoe, B., Van Der Rest, J. P., & Kattuman, P. (2015). Game Theoretic Pricing Models in Hotel Revenue Management: An Equilibrium Choice-Based Conjoint Analysis Approach. *Tourism Management*, 51, 96-102. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.04.007>.
- Assaf, A. G., & Li, G. (2021). Introduction to the Special Issue: Economic Analysis in Tourism and Hospitality—New Methods and Perspectives. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 45(1), 3-5. <https://doi.org/10.1177/1096348020972802>.
- Aznar, J. P., Maspera, J. M. S., & Quer, X. (2019) A Game Theory Approach to Airbnb and Hotels Competition. *European Journal of Tourism Research*, 21, 119-123.
- Bar-Ilan, J., Levene, M., & Lin, A. (2007). Some Measures for Comparing Citation Databases. *Journal of Informetrics*, 1(1), 26-34. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2006.08.001>.
- Beritelli, P. (2011). Cooperation Among Prominent Actors in a Tourist Destination. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 607-629. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.11.015>.
- Bilit, P., & Özarı, Ç. (2019). Farklı Kredi Türleri İçin Banka Stratejilerinin Oyun Teorisi Yaklaşımı ile İncelenmesi. *Social Sciences*, 14(4), 1307-1320. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies>.
- Bimonte, S. (2008). The “Tragedy of Tourism Resources” as the Outcome of a Strategic Game A New Analytical Framework. *Ecological Economics*, 67, 457-464. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2007.12.020>.
- Chen, M. H., Wei, H., Wei, M., Huang, H., & Su, C. H. J. (2021). Modeling a Green Supply Chain in the Hotel Industry: An Evolutionary Game Theory Approach. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102716>.
- Chica, M., Hernández, J. M., & Perc, M. (2022). Sustainability in Tourism Determined by an Asymmetric Game With Mobility. *Journal of Cleaner Production*, 355, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.131662>.
- Chica, M., Hernández, J. M., & Perc, M. (2023). Rewarding Policies in an Asymmetric Game for Sustainable Tourism. *Applied Mathematics and Computation*, 457, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.amc.2023.128183>.
- Demirci, E., & Palancı, O. (2019). Ulusal Yazında Oyun Teorisi Üzerine Genişletilmiş Bir Literatür Taraması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(29), 531-549. <https://doi.org/10.20875/makusobed.595643>.
- Dinica, V. (2012). Tourism on Curaçao: Explaining the Shortage of Sustainability Legislation from Game Theory Perspective. *Journal of Environmental Policy & Planning*, 14(2), 161-188. <http://dx.doi.org/10.1080/1523908X.2012.681121>.

- He, P., He, Y., & Xu, F. (2018). Evolutionary Analysis of Sustainable Tourism. *Annals of Tourism Research*, 69, 76-89. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.02.002>.
- Huang, G. Q., Chen, W., Song, H., & Zhang, X. (2010). Game-Theoretic Study of the Dynamics of Tourism Supply Chains for Package Holidays Under Quantity Competition. *Tourism Economics*, 16(1), 197-216. <https://doi.org/10.5367/000000010790872150>.
- Huang, Y., Song, H., Huang, G. Q., & Lou, J. (2012). A Comparative Study of Tourism Supply Chains with Quantity Competition. *Journal of Travel Research*, 51(6), 717-729. <https://doi.org/10.1177/0047287512451138>.
- Idrees, I. A., Vasconcelos, A. C., & Ellis, D. (2018). Clique and Elite: Inter-Organizational Knowledge Sharing Across Five Star Hotels in the Saudi Arabian Religious Tourism and Hospitality Industry. *Journal of Knowledge Management*, 22(6), 1358-1378. <https://doi.org/10.1108/JKM-07-2017-0276>.
- Işık, C., Küçükaltan, G. E., Çelebi, K. S., Çalkın, Ö., Enser, İ., & Çelik, A. (2019). Turizm ve Girişimcilik Alanında Yapılmış Çalışmaların Bibliyometrik Analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 119-149. <https://dx.doi.org/10.32572/guntad.519018>.
- Jacso, P. (2005). As We May Search Comparison of Major Features of the Web of Science, Scopus, and Google Scholar Citation-based and Citation-enhanced Databases. *Current Science*, 89(9), 1537-1547.
- Jena, S. K., & Behera, C. (2022). Mathematical Modelling for Tourism Supply Chain Considering Sustainable Effort. *INFOR: Information Systems and Operational Research*, 60(1), 20-51. <https://doi.org/10.1080/03155986.2021.2004056>.
- Keskin, K., & Ucal, M. (2021). A Dynamic Game Theory Model For Tourism Supply Chains. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 45(2), 304-324. <https://doi.org/10.1177/1096348020913949>.
- Khalilzadeh, J., & Wang, Y. (2018). The Economics of Attitudes: A Different Approach to Utility Functions of Players in Tourism Marketing Coalitional Networks. *Tourism Management*, 65, 14-28. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.09.018>.
- Kopf, D. A., & Hsu, M. K. (2021). Game Theory, Tourism and Land Ethics. *Sustainability*, 13(15), 1-13. <https://doi.org/10.3390/su13158515>.
- Kuokkanen, H., & Bouchon, F. (2020). When Team Play Matters: Building Revenue Management in Tourism Destinations. *Tourism Economics*, 27(2), 379-397. <https://doi.org/10.1177/1354816620921250>.
- Kural, H. (2007). *Karar Verme Sürecinde Oyun Teorisi ve Sektörel Uygulamalar*. (Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri Anabilim Dalı. İzmir.
- Liang, M., & Ma, R. (2018). The Game Analysis of the Tourist Shopping Process in Tourism Destination. *Chinese Studies*, 7, 47-58. <https://doi.org/10.4236/chnstd.2018.71005>.
- Ly, W. Q., Wang, Y. J., Su, C. H., Chen, M. H., & Kot, H. W. (2022). A Comprehensive Analysis of Package Tour Quality: A Stochastic Evolutionary Game. *Tourism Management*, 91, 1-18. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104478>.

- Ma, D., Hu, J., & Yao, F. (2021). Big Data Empowering Low-Carbon Smart Tourism Study on Low-Carbon Tourism O2O Supply Chain Considering Consumer Behaviors and Corporate Altruistic Preferences. *Computers & Industrial Engineering*, 153, 1-21. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2020.107061>.
- Madani, K. (2010). Game Theory and Water Resources. *Journal of Hydrology*, 381(3-4), 225-238. <https://doi.org/10.1016/j.jhydrol.2009.11.045>.
- Mohammed, I., Guillet, B. D., & Law, R. (2015). The Contributions of Economics to Hospitality Literature: A Content Analysis of Hospitality and Tourism Journals. *International Journal of Hospitality Management*, 44, 99-110. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.10.010>.
- Mosetti, R. (2006). Game Theory Approach on Sustainable Tourism. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 97, 337-340. doi:10.2495/ST060311.
- Noori-daryan, M., Taleizadeh, A. A., & Rabbani, M. (2020). Advance Booking Pricing in O2O Commerce with Demand Leakage Using Game theory for Tourism Supply Chains. *International Journal of Production Research*, 58(22), 6739-6774. <https://doi.org/10.1080/00207543.2019.1685703>.
- Pekdemir, E. (2018). Google Scholar Through the Eyes of Academics. *International Technology and Education Journal*, 2(2), 1-10.
- Pekkaya, M., & Gümüş, F. H. (2020). Oyun Teorisi Yaklaşımı ile Portföy Optimizasyonu Üzerine Literatür Değerlendirmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, (17), 1-19. <http://dx.doi.org/10.17130/ijmeb.842905>.
- Polat, Z. A., Saraçoğlu, A., & Duman, H. (2019). Harita Dergisi'nin Bibliyometrik Analizi. *Harita Dergisi*, 161, 46-56.
- Riadh, H. (2022). Intelligent Tourism System Using Prospective Techniques and the Mactor Methodology: a Case Study of Tunisian Tourism. *Current Issues in Tourism*, 25(9), 1376-1398. DOI: 10.1080/13683500.2021.1937072.
- Rigakis, M., Trachanatzi, D., Marinaki, M., & Marikanis, Y. (2021). Tourist Group Itinerary Design: When the Firefly Algorithm Meets the n-Person Battle of Sexes. *Knowledge-Based Systems*, 228, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.knosys.2021.107257>.
- Sheng, L. (2011). Regional Competition and Sustainable Development: A Game Theory Model for Tourism Destinations. *European Planning Studies*, 19(4), 670-681. <https://doi.org/10.1080/09654313.2011.548470>.
- Song, H., Dwyer, L., & ZhengCao, G. L. (2012). Tourism Economics Research: A Review and Assessment. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1653-1682. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.05.023>.
- Sun, K., Cao, X., & Xing, Z. (2021). Can the Diffusion Modes of Green Technology Affect the Enterprise's Technology Diffusion Network Towards Sustainable Development of Hospitality and Tourism Industry in China? *Sustainability*, 13, 1-18. <https://doi.org/10.3390/su13169266>.
- Sun, Y., Liu, B., Fan, J., & Qiao, Q. (2021). The Multi-Player Evolutionary game Analysis for the Protective Development of Ecotourism. *Environmental Science and Policy*, 126, 111-121. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2021.09.026>.

- Tavares, J. M., & Tran, X. (2019). Is There a Strategic Interdependence Between the USA and Canada in the Tourism Sector? An Analysis Using Game Theory. *Tourism Planning & Development*, 16(3), 304-317. <https://doi.org/10.1080/21568316.2018.1481453>.
- Tran, X., & Thompson, C. (2015). Application of Game Theory in Tourism. *Tourism Analysis*, 20, 697-702. <https://doi.org/10.3727/108354215X14464845878192>.
- Tsaur, R. C., & Chen, C. H. (2018). Strategies for Cross-Border Travel Supply Chains: Gaming Chinese Group Tours to Taiwan. *Tourism Management*, 64, 154-169. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.08.011>.
- Ulu, S., & Akdağ, M. (2015). Dergilerde Yayınlanan Hakem Denetimli Makalelerin Bibliyometrik Profili: Selçuk İletişim Örneği. *Selçuk İletişim*, 9(1), 5-21. <https://doi.org/10.18094/si.04052>.
- Çubukçu, H. A., Uysal, F., & Gülmez, M. (2017). Turizmde Havayolu Şirketlerinin Fiyat Belirleme Politikaları ve Oyun Teorisi Uygulaması. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(1), 5-19.
- Van Zyl, C. (2012). Tourism Marketing: a Game Theory Tool for Application in Arts Festivals. *Tourism Economics*, 18(1), 43-57. <https://doi.org/10.5367/te.2012.0106>.
- Xu, J., & Shen, H. (2021). Regional Competition and Sustainable Development of Tourism Industry in the Synthesis of Game Theory. *Converter Magazine*, (4), 416-425. <https://doi.org/10.17762/converter.193>.
- Yan, H., Wei, H., & Wei, M. (2021). Exploring Tourism Recovery in the Post-COVID-19 Period: An Evolutionary Game Theory Approach. *Sustainability*, 13(16), 1-21. <https://doi.org/10.3390/su13169162>.
- Yan, W., & Hongzhong, X. (2020). Stakeholder Contradictions and Win-Win Strategies for Tourism Along the Ancient Tea Horse Road in the South of Yunnan Based on Game Analysis. *Journal of Resources and Ecology*, 11(5), 531-538. <https://doi.org/10.5814/j.issn.1674-764x.2020.05.011>.
- Yang, S., Huang, G. Q., & Liang, L. (2016). Strategy Choice in Tourism Supply Chains For Package Holidays: A Game-Theoretic Approach. *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*, 73, 297-306.
- Yang, S., Huang, G. Q., Song, H., & Liang, L. (2009). Game-Theoretic Approach to Competition Dynamics in Tourism Supply Chains. *Journal of Travel Research*, 47(4), 425-439. <https://doi.org/10.1177/0047287508326533>.
- Yang, Z., Shi, H., Yang, D., Cai, Y., & Ren, X. (2015). Analysis of Core Stakeholder Behaviour in the Tourism Community Using Economic Game Theory. *Tourism Economics*, 21(6), 1169-1187. <https://doi.org/10.5367/te.2015.0521>.
- Yılmaz, G. (2017). Restoranlarda Bahşiş ile İlgili Yayınlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 65-79. <https://doi.org/10.24010/soid.335082>.
- Zhang, H. Q., Heung, V. C. S., & Yan, Y. Q. (2009). Play or Not to Play-An Analysis of the Mechanism of the Zero-Commission Chinese Outbound Tours Through a Game Theory Approach. *Tourism Management*, 30, 366-371. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.08.006>.

Zhang, R., & Li, Z. (2023). Stackelberg Game Model of Green Tourism Supply Chain with Governmental Subsidy. *INFOR: Information Systems and Operational Research*, 61(2), 141-168. <https://doi.org/10.1080/03155986.2022.2164438>.

Zhang, X., Song, H., Huang, G. Q., & Chen, W. (2010). Game-Theoretic Approach To Tourism Supply Chain Coordination Under Demand Uncertainty For Package Holidays. *Tourism Analysis*, 15, 287-298. <https://doi.org/10.3727/108354210X12801550666024>.

Etik Kurul İzni

Etik Onayı: Araştırmada etik kurul kararı gerektiren (deneysel çalışmalar, mülakat, görüşme, anket vb.) yollar ile veri toplanmamıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden bibliyometrik analiz yöntemiyle veriler toplandığı için bu çalışma etik kurul izni gerektirmeyen araştırmalar içerisinde yer almaktadır.

Katkı Oranı Beyanı

Yazarlar araştırmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar Çatışması Beyanı

Çalışmanın yazarlar arasında veya herhangi bir kurum kuruluş ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.



JRTR

JOURNAL OF RECREATION AND TOURISM RESEARCH
ISSN: 2148-5321

PARGASUR ŞELELESİ'NİN TURİZM POTANSİYELİ

TOURISM POTENTIAL OF PARGASUR WATERFALL

Zeki GÜRBÜZ^a

Özet

Farklı noktalardan farklı yüksekliklerden akan şelaleler ziyaretçilerine doğa harikası manzaralar sunmaktadır. Yükseltinin ve su kaynaklarının fazla olduğu Bingöl ilinde isimleri fazla bilinmese de çok sayıda şelale bulunmaktadır. Bu şelalelerden birisi de kayalık bir alandan yaklaşık 30 metre yükseklikten damlacıklar halinde aşağıya düşen Pargasur Şelalesi'dir. Bingöl iline bağlı Yayladere ilçesi Kalkanlı Köyü yakınlarında bulunan Şelale, kar sularının etkisiyle her yıl mayıs ve haziran aylarında canlandığından ziyaretçilerine doğal güzelliği ve su sesiyle huzur vermektedir. Bu çalışmada fotoğraf meraklıları ve doğa tutkunlarını cezbeden Pargasur Şelalesi'nin önemine değinerek turizm potansiyelinin artırılması hedeflenmiştir. Araştırmada katılımcı ve katılımcı olmayan gözlem ile elde edilen veriler sonucunda Pargasur Şelalesi'nin doğal ve tarihi çekiciliklere sahip olduğu, ziyaretçilerine farklı turizm türlerini sunduğu tespit edilmiştir. Çalışma da ayrıca Pargasur Şelalesi güzergâhında ulaşımda bozulmaların olduğu, yön levhalarının ve güvenlik bariyerlerinin de olmadığı belirlenmiştir. Bu bilgiler ışığında şelalenin etkin bir tanıtımının yapılması durumunda özellikle de Bingöl ili için önemli bir rekreasyon alanının olacağı ve bölge halkına da ekonomik kazanç sağlayacağı beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Pargasur Şelalesi, Turizm Potansiyeli, Bingöl

Abstract

Waterfalls flowing from different heights at different points offer their visitors wonderful views of nature. There are many waterfalls in Bingöl province, where the altitude and water resources are high, although their names are not well known. One of these waterfalls is Pargasur Waterfall, which falls from a rocky area in droplets from a height of approximately 30 meters. The waterfall, located near Kalkanlı Village in Yayladere district of Bingöl province, comes to life every year in May and June with the effect of snow waters, giving peace to its visitors with its natural beauty and the sound of water. In this study, it is aimed to increase the tourism potential by touching on the importance of Pargasur Waterfall, which attracts photography enthusiasts and nature enthusiasts. As a result of the data obtained through participant and non-participant observation in the research, it was determined that Pargasur Waterfall has natural and historical attractions and offers different types of tourism to its visitors. The study also determined that there were disruptions in transportation on the Pargasur Waterfall route and that there were no direction signs and safety barriers. In the light of this information, it is expected that if the waterfall is promoted effectively, it will become an important recreation area, especially for the province of Bingöl, and will provide economic gain to the people of the region.

Keywords: Pargasur Waterfall, Tourism Potential, Bingöl

Makele Geliş Tarihi: 20.04.2024 Makale Kabul Tarihi: 01.06.2024

Sorumlu Yazar (Corresponding Author): Zeki GÜRBÜZ (zeki_gurbuz23@hotmail.com)

^a Bingöl Üniversitesi, Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi, Bingöl/Türkiye (zeki_gurbuz23@hotmail.com), ORCID: 0000-0001-9780-7617

DOI: 10.5281/zenodo.12557553

1. Giriş

Turizm, günümüzde ivme kazanan sektörlerin başında gelmektedir (Pantiyasa vd., 2018: 155). Türkiye’de zengin doğal, kültürel ve tarihi kaynaklara sahip olması bakımından turizmin gelişimine imkân sağlayan koşulların çoğuna sahiptir. Türkiye, sahip olduğu bu kaynakları devreye sokması durumunda ise dünya pazarından daha fazla pay alması söz konusu olacaktır (Akova, 1997: 264). Turizm pazarından daha fazla pay alabilmenin yolu da turizm gelişim sürecinin ayrıntılı olarak bilinmesi ve bu süreçte turizme kaynak oluşturan değerlerin hangi turizm türlerine işaret ettiğinin belirlenmesi gerekmektedir (Kozak vd., 2013: 7).

Bireylerin farklı istek, arzu ve beklentilere sahip olmalarından dolayı turizm türleri “yaşlarına (gençlik, orta ve üçüncü yaş turizm), seyahat amaçlarına (deniz, kongre, yat ve termal turizm), ziyaret edildiği yere (iç ve dış), katılanların sosyo-ekonomik durumlarına (sosyal ve lüks turizm) ve kişi sayısına (bireysel, kitle ve grup turizmi)” göre sınıflandırılmıştır (Kozak vd., 2014: 13). Zaman içerisinde kitle turizminin olumsuz etkilerinin yaşanmaya başlanması nedeniyle de alternatif turizm türlerine olan talebin artmaya başladığı görülmüştür (Gülbahar, 2009: 152). Literatürde alternatif turizm türleri farklı şekilde sınıflandırılmıştır. Genel olarak alternatif turizm türleri doğa (yayla, dağ, akarsu, av, nehir ve göl balıkçılığı, kış), inanç, kültür, fuar, festival ve kongre, spor, sağlık ve termal, yat, kuş gözlemciliği, üçüncü yaş, gençlik ve rekreasyonel turizm olarak sınıflandırmıştır (Akın Acuner, 2006).

Atayeter vd. (2019: 103) alternatif turizm türlerinin önem kazanmaya başlamasıyla birlikte doğal oluşumların daha fazla dikkat çekmeye başladığını, Aylar ve Zeybek (2018: 382) de doğal oluşumlar arasında yer alan şelalelerin bir ülkenin turizm potansiyeline katkıda bulunan doğal oluşumlardan birisi olduğunu ve turistler tarafından da en fazla ziyaret edilen yerlerin başında geldiğini ifade etmişlerdir.

Şelaleler genel olarak çalkantılı suyollarının bulunduğu dağlık alanlarda bulunmaktadır (Ortega-Becerril vd. 2019: 1199). Yüksek bir kesimden aşağıya düşen suların oluşturduğu görüntüyü izlemek amacıyla da şelaleleri ziyaret eden bireylerin sayısı da giderek artmaktadır. Bu ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğu da genç ve yaşlılardan meydana gelmektedir (Hudson, 1998: 959).

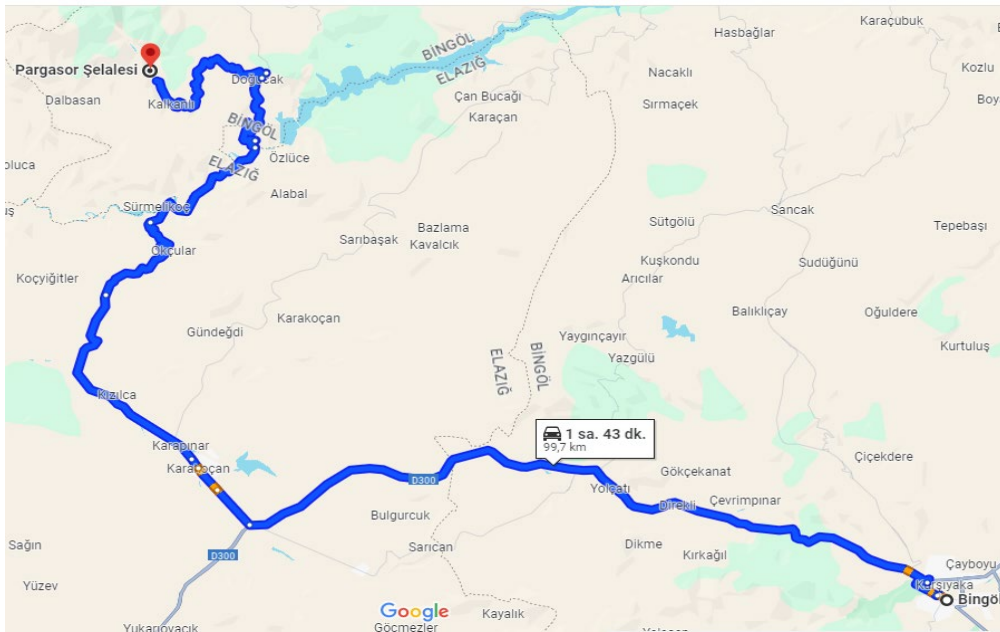
Çır, Pargasur, Karlıova Çatak ve Kürük Şelaleleri, yükseltinin ve su kaynaklarının fazla olduğu Bingöl ilinde öne çıkan doğal oluşumların başında gelmektedir. Bu şelalelerden

birisi olan Pargasur Şelalesi de yeşilin bütün tonlarını barındırması, ortalama 30 metre yüksekliğinde damlacıklar şeklinde aşağıya doğru akması (Gürbüz ve Gürbüz, 2022: 18-19), iki adet şapel, insan eliyle yapılmış bir mağarayı andıran bir adet yerleşim yeri ve iki adet de kaya mezarının olduğu bir yapı kompleksiyle dikkat çekmektedir (Tiryaki, 2019: 97).

Bu araştırma dört farklı bölümden oluşmaktadır. Araştırmanın giriş bölümünde doğal oluşumlar arasında yer alan “şelale” kavramına ve “şelale turizminin” önemine dikkat çekilmiştir. İkinci bölümde Bingöl ili Yayladere İlçesinde bulunan Pargasur yapı kompleksi içerisinde yer alan Pargasur Şelalesi'nin konumu, ulaşımı, doğal çevre özellikleri ve turistik potansiyeline yönelik açıklamalarda bulunulmuştur. Araştırmanın üçüncü bölümünde araştırmanın yöntemine (araştırmanın amacı, yöntemi ve alanı) değinildikten sonra dördüncü bölümde bölge halkı tarafından çok fazla bilinmeyen Pargasur Şelalesi ve yakın çevresinin turizm potansiyeli üzerinde durulmuştur. Araştırma Bingöl ilinin turizm planlamalarında Pargasur Şelalesi'nin değerlendirilmesine yönelik sorunlar, öneriler ve sonuç bölümüyle sonlandırılmıştır.

2. Pargasur Yapı Kompleksi

Pargasur, kendi içerisinde iki adet Şapel (küçük ibadet yeri), bir adet Niş (oyuk), iki adet Kaya Mezarı ve bir adet de şelale barındırması sebebiyle kompleks bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır.



Şekil 1. Pargasur Şelalesi'nin Konumu

Kaynak: Şelale'nin konumu Google Maps'te hazırlanmıştır.

Pargasur Şelalesi Bingöl ili Yayladere İlçesi Kalkanlı Köyü yakınlarında bulunmaktadır. Bingöl il merkezine yaklaşık 100 km, Yayladere ilçe merkezine de 17 km mesafede bulunmaktadır. Pargasur Şelalesine Bingöl il merkezinden gidecek ziyaretçilerin Elazığ iline bağlı Karakoçan ilçesinden Bingöl Özlüce Barajı civarından geçtikten sonra Kalkanlı Köyü sınırları içerisinde yer alan Gürükçeşme mevkiinde bulunmaktadır. Şelaleye gidilen yol Özlüce Baraj Gölüne kadar tek şerit halinde yer yer engebeli, Özlüce Baraj Gölünden sonra da Aydınlar Köyü'nden itibaren stabilize yol olarak devam etmektedir. Pargasur Şelalesi'ne gidilen yol eğimli olduğundan ziyaretçiler için tehlike oluşturmaktadır. Araçlar için yol kenarlarında ise herhangi bir güvenlik bariyeri ve yön levhaları da bulunmamaktadır. Ziyaretçiler araçları ile şelaleye yakın bir yere kadar gidebilmektedir. Ortalama 300 metrelik patika bir yolu da yaya olarak gitmek zorundadırlar. Şelaleye yaya olarak yürünen patika yol eğimli olup ziyaretçilerin daha rahat yürüyebilmeleri için de toprak veya beton basamaklar bulunmamaktadır.

Pargasur yapı kompleksi ana kaya üzerinde oyulmuş bir adet niş, iki adet kaya mezarı, iki adet şapel ve insan eliyle yapılmış olan mağaraya benzeyen bir adet yerleşim yerinden oluşmaktadır. Pargasur Şelalesi, 70 metre yüksekliğinde ve 150 metre genişliğinde, doğu batı uzantılı olan bir ana kayanın tam ortasından yaklaşık olarak 30 metre yüksekliğinde akmaktadır (Tiryaki, 2019: 97).



Şekil 2. Pargasur Yapı Kompleksi

Kaynak: Fotoğraf yazar tarafından çekilmiştir.

Pargasur yapı kompleksinin hemen önünde doğu-batı uzantılı bir akarsu bulunmakta ve şelaleden akan sular da bu akarsuya karışmaktadır. Mart ayında eriyen kar suları ve nisan ayında da yağmur sularının etkisiyle önündeki akarsuyun sutaşıma kapasitesinin artmaya başlamasıyla birlikte şelaleye yürüme mesafesi zorlaşmaktadır. Bu amaçla da ziyaretçilerin şelaleyi en yoğun ziyaret etme zamanları da mayıs ve haziran aylarına denk gelmektedir.



Şekil 3. Pargasur Şelalesi ve Yakın Çevresi

Kaynak: Fotoğraflar yazar tarafından çekilmiştir.

3. Yöntem

Paragsur yapı kompleksi sahip olduğu doğal ve tarihi kaynakları ile bu kaynakların işaret ettiği birden fazla turizm türünü içermesi dikkate alınarak araştırmanın alanı olarak seçilmiştir. Pargasur Şelalesi Bingöl il merkezine yaklaşık olarak 100 km, Yayladere ilçesine ise 17 km mesafededir. Şelale turizmine hitap etmenin yanı sıra avlanmak, dinlenmek, eğlenmek, fotoğraf çekmek, resim ve piknik yapmak isteyenlerin de mekânı haline gelmiştir. Bu amaçla şelale ve çevresinin doğal dokusunun bozulmadan ziyaretçilerin beklentilerine uygun hale getirilmesine yönelik çalışmalara da başlanmıştır. Bu çalışma da sahip olduğu doğal ve tarihi yapısı ile yerel halk tarafından çok az bilinen Pargasur Şelalesi'nin turizme kazandırılması amacıyla yapılmıştır. Çalışma sonucunda Bingöl ili Yayladere ilçesinde yer alan Pargasur Şelalesi'nin turizm planlamalarında değerlendirilmesi sonucunda bölge halkına ekonomik gelir sağlayacağı düşünülmektedir.

Bir çalışmada araştırmacının herhangi bir rolünün olmadığı, bu ortam içerisindeki ziyaretçilerle hiçbir temasta bulunmadığı ve amacının sadece gözlemlemek olduğu tekniğe katılımcı olmayan gözlem denilmektedir. Bu çalışmada şelale ve yakın çevresinin sahip olduğu doğal ve tarihi kaynaklar ile bu kaynakların işaret ettiği turizm türlerinin belirlenerek turizm potansiyelinin ortaya çıkarılması hedeflenmektedir. Bu hedef doğrultusunda Pargasur Şelalesi ilk olarak 30 Haziran 2023 tarihinde ziyaret edilmiştir. Katılımcı olmayan gözlem türünün özellikleri dikkate alınarak ziyaretçiler ile temasta bulunulmadan şelale ve yakın çevresindeki farklı noktalardan gözlemlenerek notlar alınmıştır. Araştırmada hedeflenen bu amaca ulaşılabilmesi için de Pargasur Şelalesi'ni ziyaret eden ziyaretçilerle aynı ortamda bulunulmasına ve bu doğal ortama da uyum sağlayabilmelerine olanak sağlayan veri toplama tekniğine gereksinim duyulmuştur (Metin vd., 2023: 221). Alan araştırmalarında özgün veri toplama tekniği olan katılımcı gözlem tekniğinde sadece doğrudan gözlem yoluyla değil aynı zamanda gözlenen ile sosyal ilişkiler içerisinde olunması gerekmektedir (Kiril, 2020: 75). Nitel gözleme yönelik araştırmaların bu özelliği dikkate alınarak 30 Mart 2024 tarihinde Pargasur Şelalesi'ne ziyaretçilerin olduğu bir zamanda tekrar gidilmiş ve bu süreçte de ziyaretçilerin doğal ortama olan uyumları katılımcı gözlem türünün özellikleri dikkate alınarak notlar alınmıştır (Civelek vd., 2013: 26; Sunar vd., 2018: 1426).

4. Pargasur Şelalesi'nin Turizm Potansiyeli

Pargasur yapı kompleksinin bulunduğu alan farklı doğal ve tarihi kaynakları barındırmaktadır. Pargasur Şelalesi ve yakın çevresi sahip olduğu doğal ve tarihi kaynakları ile başta şelale turizmi olmak üzere, doğa, kırsal, mağara, inanç, kamp ve karavan gibi farklı turizm türleriyle öne çıkmaktadır.

4.1. Kırsal Turizm Potansiyeli

Kırsal turizm bileşenlerinin çoğunu barındıran Pargasur yapı kompleksi ziyaretçilerine farklı imkânlar sunmaktadır. Kırsal turizm bileşenlerinden birisi de kırsal alanlardır. Kırsal alanlar bir bölgenin sahip olduğu ormanlar, dağlar, su kaynakları ve doğa manzaralarıdır. Pargasur yapı kompleksinin bulunduğu alanın etrafının yüksek dağlarla çevrili olması, meşe ağaçlarına sahip ormana ve şelale gibi "kırsal alan" bileşenlerinin çoğuna sahiptir. Şelale ziyaretçilerine hemen yanı başındaki akarsuda balık avcılığı, hiking ve trekking gibi yürüyüş imkanı ve bisiklet binme gibi kırsal etkinlik unsurları sunmaktadır (Çeken vd., 2007: 7). Kırsal turizme kaynak oluşturan bu gibi alanlar kırsal

bölgelerin ulaşım ve altyapı olanaklarının gelişmesine, doğal yapısının korunmasına ve ekonomik anlamda da kalkınmasına katkıda bulunmaktadır.

4.2. Mağara Turizm Potansiyeli

Pargasur yapı kompleksi içerisinde duvarları çok sayıda oyma sanatı ile süslenmiş Kalkanlı Köyü Mağaraları bulunmaktadır (Fırat Kalkınma Ajansı, 2012: 33). Kayalıklar içerisinde yer alan Kalkanlı Köyü Mağaraları İlk Çağ'daki insanlar tarafından barınak olarak kullanılmaktadır (Tiryaki, 2008: 77). Pargasur yapı kompleksi içerisinde yer alan Kalkanlı Mağaraları her ne kadar turizme açılan mağaralar arasında yer almasa da sahip olduğu özellikler nedeniyle gelecekte bölgesel anlamda da olsa aktif olarak turizme kazandırılması beklenmektedir.

4.3. İnanç Turizm Potansiyeli

Pargasur yapı kompleksinde, *“büyük kiliselerin içinde bir azizin adına ayrılmış küçük ibadet yeri”* olarak ifade edilen iki adet Şapel, *“duvar içinde bırakılan oyuk”* anlamına gelen bir adet Niş ve iki adet de Kaya Mezarı mevcuttur (TDK, 2024). Pargasur yapı kompleksi içerisinde yer alan Şapel, Niş ve Kaya Mezarları gibi bu yapılar inanç turizmine kaynak oluşturması bakımından büyük önem arz etmektedir. Pargasur yapı kompleksi içerisinde yer alan bu değerlerin öncelikli olarak mevcut durumlarının tespit edilmesi ve inanç turizm potansiyeline yönelik pazarlama faaliyetlerinin de geliştirilmesi gerekmektedir (Okuyucu ve Somuncu, 2013: 633).

4.4. Şelale Turizm Potansiyeli

Şelaleler, eşsiz bir güzelliğe sahip olmaları bakımından önemli doğal turistik çekicilikler olarak kabul edilmektedir. Şelaleler bakımından zengin olan ülkelerden birisi de Türkiye'dir. Türkiye'de şelalelerin bazıları iç ve dış turizmde tanınırken bazıları da sadece yerel ölçekte kalmıştır (Polat vd., 2012: 205). Bingöl ili Yayladere ilçesinde yer alan Pargasur Şelalesi de günümüzde yerel ölçekte kalan şelalelerden birisidir. Pargasur yapı kompleksi içerisinde yer alan Pargasur Şelalesi Bingöl iline bağlı Yayladere ilçesi Kalkanlı Köyü yakınlarındaki Gürükçeşme mevkiinde bulunmaktadır. Şelalenin en önemli özelliği yaklaşık olarak 30 metre yüksekliğinde damlacıklar halinde aşağıya doğru akmasıdır. Şelale sadece turistik özellikleri ile ön plana çıkmayıp aynı zamanda bilimsel araştırmalar için açık bir laboratuvar olma özelliği taşımaktadır. Şelalenin bulunduğu alana kar yağışlarının fazla olması, karın uzun bir süre yerde kalması, ilkbahar ayında kar erimeleri ve aşırı yağmurların yağması nedeniyle de ulaşım çok güçtür. Bingöl coğrafyası

için önemli bir çekici unsura sahip olan Pargasur Şelalesi doğal yaşama zarar verilmeden turizme kazandırılması durumunda ilin ekonomisine katkıda bulunabileceği doğal oluşumların başında gelmektedir.



Şekil 4. Pargasur Şelalesi

Kaynak: Fotoğraf yazar tarafından çekilmiştir.

4.5. Doğa Turizm Potansiyeli

Doğa turizmi, genel olarak doğal alanlara yapılan geziler olarak ifade edilmektedir. Doğa turizminde temel amaç doğal kaynaklarının tanıtılması ve korunmasıdır. Doğa turizmi, dağcılık, yaban hayatı, su sporları, manzaranın bütünlüğüne yönelik doğal tabanlı aktiviteleri içermektedir (Kiper ve Arslan, 2007: 166). Doğa turizminin en önemli özelliklerinin başında dört mevsim yapılabilen bir turizm çeşidi olması gelmektedir (Oktay vd., 2016: 47). Pargasur Şelalesi de yeşilin neredeyse bütün tonlarını barındırması sayesinde fotoğrafçıların ilgi odağı haline gelmiştir. Şelalenin bulunduğu alan doğaseverler tarafından mesire alanı olarak da kullanılmaya başlanmıştır. Dağcılık aktivitelerinin de mevcut olduğu şelalede doğal yaban hayatı da ziyaretçilerin seyrine sunulmuştur.

4.6. Kamp/Karavan Turizm Potansiyeli

Kamp ve Karavan Turizmi, alternatif turizm türlerinden birisi olup aslında “*kamp*” ve “*karavan*” gibi iki farklı kavram olarak nitelendirilmektedir. Kendi içerisinde farklı özellikleri barındıran alternatif turizm türünün en temel özelliği ise “*her gelir düzeyindeki*

bireylerin” katıldığı bir turizm faaliyeti olmasıdır. Bu açıdan bakıldığında kampçılık alt gelir düzeyindeki; karavan ise belli bir yaşın üzerinde ve daha fazla zamana sahip olan bireyler tarafından daha fazla tercih edildiği anlaşılmaktadır (Akpur ve Zengin, 2019: 5). Pargasur yapı kompleksinin bulunduğu alan ziyaretçilerine farklı doğal güzellikler sunmaktadır. Şehrin kalabalığından kaçmak ve doğa içerisindeki deneyimlerini artırmak isteyen bireyler Şelale’yi ziyaret etmekte, bu alanda çadır kurmakta veya karavanları ile birlikte gelmektedirler.

5. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada Pargasur Şelalesi’nin doğal ve tarihi çekiciliklerinin araştırarak turizm potansiyelinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Pargasur Şelalesi’ni önemli kılan nedenlerin başında doğal dokusunun bozulmaması gelmektedir. Şelale, farklı doğal ve tarihi çekiciliklere sahip olması nedeniyle de birden fazla turizm türüne ev sahipliği yapmaktadır.

Şerefoğlu (2009) kırsal kalkınma ve kırsal turizmin birbirlerini tamamlayan iki kavram olduğunu, bir bölgenin sahip olduğu kırsal turizm potansiyeline yönelik politikaların uygulanabilmesi için de kırsal kalkınmanın bileşenlerinin tamamına sahip olması gerektiğini ifade etmiştir. Pargasur Şelalesi ve yakın çevresi ormanlık bir alana ve zengin su kaynaklarına sahip olması, balık avcılığı, bisiklet binme, yürüyüş yapma gibi kırsal turizm bileşenlerinin çoğunu içermesi sebebiyle Bingöl ilindeki kırsal turizm potansiyelinin yüksek olduğu Şelalelerin başında gelmektedir. Bir bölgede kırsal turizm içerisindeki ürün çeşitliliğinin artmaya başlaması o bölgenin kırsal kalkınmasına olumlu etkilerinin olacağı anlamına gelmektedir. Kırsal bileşenlerinin çoğuna sahip olan Pargasur Şelalesi ve yakın çevresinin kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesi durumunda kırsal bölgelerde yaşayan bireylerin sosyal ve ekonomik refahlarına katkıda bulunacağı beklenmektedir (Şerefoğlu, 2009: 16).

Yapı kompleksi içerisinde bulunan Kalkanlı Köyü Mağaraları duvarlarının oyma sanatı ile süslendiği ve İlk Çağ’da yaşayan bireyler tarafından barınak olarak kullanılması sebebiyle “*mağara turizm türüne*” ilgi duyan bireyler tarafından ziyaret edilmektedir. Kalkanlı Mağaralarının öncelikli olarak arkeolojik veya kültürel değer taşıdığı belirlenmesi gerekmektedir. Akabinde mağaraya girişinin ve çevresinin ziyaretçilere uygun hale getirilmesi gerekmektedir. Kalkanlı Mağaralarının turizm potansiyeline sahip olduğu bu potansiyelin artırılması için de reklam ve tanıtımının yapılması, alt yapı ve üst

yapı olanaklarının iyileştirilmesi gerekmektedir (Arpacı vd. 2012: 64).

Türbe, kilise, cami, tapınak, mezar gibi unsurlar bir bölgenin inanç turizmine kaynak oluşturan değerlerin başında gelmektedir. Pargasur yapı kompleksi içerisinde “ibadet yeri” anlamına gelen Şapel ve Kaya Mezarları gibi bu yapılar da “*inanç turizm türüne*” kaynak oluşturmaktadır. Yapı kompleksi içerisinde yer alan bu yapılara yönelik gerekli tedbirlerin alınması, tanıtımlarının yapılması durumunda ilin inanç turizminde önemli çekim merkezlerinin başında geleceği beklenmektedir. Bu yapıların inanç turizmine kazandırılması sonucunda da bölge halkına başta ekonomik olmak üzere sosyal ve kültürel anlamda önemli katkılar sağlayacağı beklenmektedir (Sezer ve Öztürk, 2014: 471).

Pargasur yapı kompleksi içerisinde yer alan Pargasur Şelalesi, yeşilin bütün tonlarını barındırması, fotoğrafçıların ve ressamların ilgi odağı haline gelmesi, doğaseverler tarafından mesire alanı olarak da kullanılması, dağcılık aktivitelerinin mevcut olması sebebiyle ziyaretçilerine “*doğa turizm türünü*” sunmaktadır. Köroğlu ve Karaman (2014) bir bölgede turizmin gelişmesi için en önemli unsurun doğada bulunan ürünler olduğunu ve bunların da korunması gerektiğini ifade etmişlerdir. Bu amaçla da öncelikli olarak Pargasur Şelalesi ve yakın çevresindeki doğal değerlerin korunması gerektiği ve konuda da tüm paydaşların duyarlı olması gerekmektedir.

Bingöl ilinin doğal oluşumları arasında yer alan Pargasur Şelalesi, Pargasur yapı kompleksi içerisindeki en önemli unsurdur. Pargasur Şelalesi ve yakın çevresi farklı doğal, tarihi ve kültürel kaynakları barındırmasıyla öne çıkmaktadır. Şelaleden 30 metre yükseklikten aşağıya düşen su ziyaretçilerine muhteşem bir görüntü sunmaktadır. Pargasur Şelalesi’ne yakın olan köyler geçim kaynakları bakımından çok zengin değildir. Bundan dolayı Şelalenin turizm potansiyelinin ekonomik değere dönüşmesi durumunda bölge halkının refahına katkıda bulunması bakımından büyük önem arz etmektedir (Akçaoğlu ve Zaman, 2021: 102). Ancak Pargasur Şelalesi yol güzergâhının fazla engebeli olmasından dolayı ulaşımın çok güç olması, yön levhalarının ve güvenlik bariyerlerinin yeterli seviye de olmaması ve doğal görünümüne zarar verilmeye başlanması gibi ciddi sorunlar arz etmektedir. Bingöl ili Yayladere İlçesinde bulunan Pargasur Şelalesi ve yakın çevresinin turizme kazandırılması adına yapılması gerekenleri özetlemek gerekirse;

- Öncelikli olarak Pargasur Şelalesi ve yakın çevresinin doğal dokusunun bozulmamasına dikkat edilmesi gerekmektedir.
- Şelalenin öncelikli olarak Bingöl İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü olmak üzere turizmde yer alan tüm paydaşlar tarafından etkin bir şekilde tanıtımının yapılması gerekmektedir.
- Şelaleye gidilen yollarda yön levhalarının olmadığı ve güvenlik bariyerlerinin de bulunmadığı tespit edilmiştir.
- Elazığ iline bağlı Karakoçan ilçesinden sonra ulaşımın tek yönlü olduğu ve Aydınlar Köyünden sonraki yolda da bozulmaların olduğu görülmüştür.
- Şelalenin bulunduğu doğal ortamların birbiriyle olan bağlantıları tespit edilerek turizm planlamalarının da bu doğrultuda yapılması gerekmektedir.
- Tarihi, kültürel ve doğal çevre özellikleri dikkate alınarak turizm potansiyelinin belirlenmesi gerekmektedir.
- Pargasur Şelalesi'ni net görülebildiği yüksek kesimlere seyir teraslarının yapılması gerekmektedir.
- Son olarak da şelaleye yönelik sorunlar giderildikten sonra da ziyaretçilerin daha fazla ve eğlenceli zaman geçirebileceği tesislerin de inşa edilmesi gerekmektedir.

Bu çalışma Bingöl coğrafyasının önemli doğal çekici unsurlarından birisi olarak kabul edilen Pargasur Şelalesi ve yakın çevresinin turizm potansiyelinin ortaya çıkarılması amacıyla yapılmıştır. Bu çalışma Pargasur Şelalesi ve yakın çevresine yönelik SWOT analizinin yapılması, şelaleyi ziyaret edenlerin algılarının ölçülmesine yönelik çalışmalar ile daha da geliştirilebilir.

Kaynakça

- Acuner, Ş. A. (2006). Turizmde sürdürülebilirlik anlayışı içerisinde alternatif turizm türlerinin yeri. *Verimlilik Dergisi*, (4), 1-12.
- Akçaoğlu, N. K. ve Zaman, M. (2021). Çağlayan şelalesi'nin rekreasyonel potansiyelinin incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(Özel Sayı), 87-105.
- Akova, İ. (1997). Türkiye'de turizmin önemi ve ekonomideki yeri. *Türk Coğrafya Dergisi*, (32), 263-280.
- Akpur, A. ve Zengin, B. (2019). İznik gölü ile çevresinin kamp ve karavan turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *TURAR Turizm ve Araştırma Dergisi*, 8(2), 4-20.
- Arpacı, Ö., Zengin, B. ve Batman, O. (2012). Karamanın mağara turizmi potansiyeli ve

- turizm açısından kullanılabilirliği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 59-64.
- Atayeter, Y., Yayla, O., Tozkoparan, U. (2019). Gümüşhane tekke(çorçol) şelalesi ve turizm potansiyeli. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 24(42), 103-122.
- Aylar, F. ve Zeybek, H. İ. (2018). Çorum ili doğal turistik çekicilikleri destinasyonuna bir katkı: susuz (güm güm) şelalesi. *TUCAUM*, 30, 382-400.
- Civelek, M., Dalgın, T. ve Çeken, H. (2013). Agro-turizm ve sürdürülebilirlik ilişkisi: muğla yöresindeki tatuta çiftliklerinde bir araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 1(3), 22-32.
- Çeken, H., Karadağ, L. ve Dalgın, T. (2007). Kırsal kalkınmada yeni bir yaklaşım kırsal turizm ve türkiye'ye yönelik teorik bir çalışma. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 8(1), 1-14.
- Fırat Kalkınma Ajansı (FKA), (2012). TRB1 bölgesi sürdürülebilir turizm stratejisi ve eylem planı.
- Gülbahar, O. (2009). 1990'lardan günümüze türkiye'de kitle turizminin gelişimi ve alternatif yönelimler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 151-177.
- Gürbüz, Z. ve Gürbüz, O. (2022). Turizme Kaynak Oluşturan Değerler: TRB1 Bölgesi. Ankara: İKSAD Yayınları.
- Hudson, B. J. (1998). Waterfalls resources for tourism. *Annals of Tourism Research*, 25(4), 958-973.
- Koroğlu, Ö. ve Karaman, S. (2014). Doğaya dayalı turizm faaliyetlerinin gelişiminde toplum temelli doğal kaynak yönetiminin önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(26), 95-106.
- Kiper, T. ve Arslan, M. (2007). Anadolu'da doğa turizmi kapsamında doğa yürüyüşü güzergâhlarının belirlenmesinde örnek bir çalışma. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 4(2), 165-174.
- Kiril, İ. (2020). Emek sürecinde cinsiyet olgusu: Antalya turizm sektörüne dair bir çözümleme. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Denizli.
- Kozak, M. A., Evren, S. ve Çakır, O. (2013). Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2014). Genel turizm bilgisi ilkeler kavramlar. *Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web Ofset*.
- Metin, M., Durmuş, M.N. ve Durmuş N. (2023). Nitel Araştırma Süreci ve Uygulamaları - "Nitel Gözlem". Elazığ: Asos Yayınları.
- Oktay, K., İşlek, E. ve Yaşar, U. (2016). Kastamonu'da doğa turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 9(2), 47-54.
- Okuyucu, A. ve Somuncu, M. (2013). Türkiye'de inanç turizmi: bugünkü durum, sorunlar ve gelecek. *In International Conference on Religious Tourism and Tolerance*, 9(12), 627-643.

- Ortega-Becerril, J. A., Polo, I. ve Belmonte, A. (2019). Waterfalls as geological value for geotourism: the case of ordesa and monte perdido national park. *Geoheritage*, 11(3), 1199-1219.
- Pantiyasa, I. W., Pradana, G. Y. ve Nale, O. B. (2018). Tourists perception about tourist attraction of waterfall in the village of senaru district of bayan north lombok. *Universal Journal of Management*, 6(5), 155-164.
- Polat, S., Karğı, S. ve Güney, Y. (2012). Gümüşsu homa şelalesi çivril-denizli. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (27), 203-216.
- Sunar, H., Gökçe, F., Gökçe, H. ve Şahin, M. (2018). Alternatif turizm türü olarak yamaç paraşütü potansiyeli: hatay örneği. *VII. Ulusal III. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*, 1422-1429, İskenderun-Hatay.
- Sezer, İ. ve Öztürk, B. (2014). İnanç turizmi bağlamında yapılan ziyaretlerin mekânsal etkileri üzerine ev sahibi toplumun geliştirdiği tepkiler: boztekke köyü (giresun merkez ilçe) örneği. *Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi (TÜCAUM) VIII. Coğrafya Sempozyumu*, 463-472, Ankara.
- Şerefoglu, C. (2009). Kalkınmada kırsal turizmin rolü- 2007-2013 yılları arasında ülkemizde uygulanacak olan IPARD kırsal kalkınma programındaki yeri, önemi ve beklenen gelişmeler. Tarım ve Köy işleri Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı, Uzmanlık tezi, Ankara.
- Tiryaki, S. (2008). Bingöl eski çağ tarihi. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Tiryaki, S. (2019). Bingöl-Yayladere (Pargasur) yöresinden yeni keşifler: kaya şapelleri, yerleşim alanı ve kaya mezarları. *Tarih Yolunda Bir Ömür: Ergün Öz Akçora Armağanı*. İstanbul: Hiper Yayın, 1, 95-110.
- Türk Dil Kurumu Sözlüğü (TDK), (2024). Güncel Türkçe Sözlük, Erişim Adresi: <https://sozluk.gov.tr/>. [Erişim Tarihi, 02.03.2024].

Etik Kurul İzni

Araştırmada etik kurul onayı veya yasal/özel izin gerektiren herhangi bir durum olmadığından etik onaya ihtiyaç duyulmamıştır.

Katkı Oranı Beyanı

Tek Yazar: % 100

Çıkar Çatışması Beyanı

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.



OTEL İŞLETMESİ ÇALIŞANLARININ PYGMALION ALGISININ İŞTEN AYRILMA NİYETİNE ETKİSİNDE İŞE ADANMIŞLIĞIN ARACI ROLÜ: İZMİR ÖRNEĞİ

THE MEDIATING ROLE OF WORK ENGAGEMENT IN THE EFFECT OF PYGMALION PERCEPTION OF THE HOTEL EMPLOYEES ON THE INTENTION TO LEAVE: İZMİR SAMPLE

Elif DÜLGER^a Hasan CİNNİOĞLU^b

Özet

Bu çalışmanın temel amacı, İzmir ilinde faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri işgörenlerinin yöneticilerinden algıladıkları Pygmalion etkisinin işten ayrılma niyetleri üzerindeki etkisinde işe adanmışlıklarının aracı rolünü ortaya çıkarmaktır. Bu amaçla Türkiye/İzmir ilinde faaliyet gösteren kolayda örneklem yöntemiyle seçilen 408 dört ve beş yıldızlı otel işletmesi çalışanlarından Aralık 2021 – Şubat 2022 tarihleri arasında yüz yüze ve online olarak anket yöntemi ile veriler elde edilmiştir. Verilerin analizi sonucunda, otel işletmesi işgörenlerinin yöneticilerinden yüksek düzeyde Pygmalion etkisi algıladıkları, yüksek düzeyde işe adanmış oldukları ve işten ayrılma niyetlerinin ise düşük düzeyde olduğu belirlenmiştir. Bunun yanı sıra otel işletmesi işgörenlerinin Pygmalion algı düzeylerinin işten ayrılma niyeti üzerinde negatif yönde ve anlamlı; yine Pygmalion algı düzeylerinin işe adanmışlık üzerinde pozitif yönde ve anlamlı; işe adanmışlık düzeylerinin ise işten ayrılma niyeti üzerinde negatif yönde ve anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, işgörenlerin Pygmalion algı düzeylerinin işten ayrılma niyetine etkisinde işe adanmışlığın tam aracı rol oynadığı belirlenmiştir. Pygmalion algısı işgörenlerin işten ayrılma niyeti düzeyini olumsuz yönde ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir, ancak işe adanmışlık düzeyinin yüksek olduğu kişilerde, işten ayrılma niyeti düzeyi daha da düşük şekilde ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Pygmalion, İşten Ayrılma Niyeti, İşe Adanmışlık, Otel İşletmeleri

Abstract

The main aim of the study is to reveal the mediating role of organizational commitment in the effect of perceived Pygmalion influence from managers on the intention to leave the job among employees of four and five-star hotels operating in İzmir, Turkey. For this purpose, data was collected from 408 employees of four and five-star hotel establishments selected through convenience sampling method in İzmir, Turkey, between December 2021 and February 2022, using face-to-face and online survey methods. As a result of data analysis, it was determined that hotel employees perceived a high level of Pygmalion influence from their managers, they were highly committed to their jobs, and their intention to leave the job was low. Furthermore, it was found that the Pygmalion perception levels of hotel employees had a negative and significant impact on their intention to leave the job, a positive and significant impact on their organizational commitment, and organizational commitment had a negative and significant effect on their intention to leave. Additionally, it was identified that organizational commitment fully mediated the effect of employees' Pygmalion perception on their intention to leave the job. Based on the obtained results, some recommendations have been presented. Pygmalion perception negatively and significantly affects the level of intention to leave the job of employees, but the level of intention to leave is even lower in people with high levels of work commitment.

Keywords: Pygmalion, Intention to Leave, Work Engagement, Hotel Business

Makele Geliş Tarihi: 15.05.2024 Makale Kabul Tarihi: 25.06.2024

Sorumlu Yazar (Corresponding Author): Hasan CİNNİOĞLU (hasan.cinnioğlu@iste.edu.tr)

*Bu çalışma Doç.Dr. Hasan CİNNİOĞLU danışmanlığında "Otel İşletmesi Çalışanlarının Pygmalion Algısının İşten Ayrılma Niyetine Etkisinde İşe Adanmışlığın Aracı Rolü: İzmir Örneği" başlıklı yüksek lisans tezi esas alınarak hazırlanmıştır.

^a İskenderun Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Hatay/Türkiye (elifdulger88@gmail.com), ORCID: 0009-0003-2996-528X

^b İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Hatay/Türkiye (hasan.cinnioğlu@iste.edu.tr), ORCID: 0000-0001-7826-619X

DOI: 10.5281/zenodo.12577297

1. Giriş

İnsan kaynağının işletme verimliliği üzerinde öneminin oldukça büyük olduğu sektörlerin başında turizm sektörü gelmektedir (Pelit ve Çetin, 2020: 1277). Küreselleşmenin de artması ile özellikle otel işletmelerinin oluşan rekabet ortamında varlıklarını sürdürebilmeleri için devamlı olarak değişim, karmaşa ve yeniliklerle başa çıkması gerekebilmektedir. Buna paralel olarak gün geçtikçe teknolojide gelişmeler ve değişiklikler yaşanması, yeni rakip ve pazarların oluşması işletmelerin arasındaki rekabeti de arttırmaktadır. Yöneticilerin gelecekteki tehditleri ve fırsatları tahmin etme süreci, çevredeki hızlı değişimle birlikte ortaya çıkan yenilik ihtiyacı ve artan belirsizlik durumu nedeniyle zorlaşmaktadır (Joiner ve Josephs, 2007; Erkmn, Günsel ve Altındağ, 2020). Kısaca olumlu beklenti etkisi olarak anılan Pygmalion, içinde pek çok olumlu davranış değişkenini barındırır. Bunlar; motivasyon, öz beklenti, özyeterlilik, çaba gibi olumlu davranışlardır. Pygmalion algısı arttıkça, söz konusu olumlu davranışlar da artmaktadır (Eden, 1984: 64; Livingston, 1988: 7-8; Wood ve Bandura, 1989: 364; Eden, 1992: 271; Yücel, 2013: 145). Ayrıca Pymalion algısı, yöneticilerin olumlu beklentilerini işgörene ileterek bu işgörenlerde performans (Eden ve Kinnar, 1991: 770; Kamphorst ve Swank, 2013: 2), işe adanma (Kim, Kim, Koo ve Cannon, 2017: 322) gibi olumlu davranışları pozitif yönde, işten ayrılma niyetini ise negatif yönde etkilemektedir (Whitaker Shimko, 1989; Bayram, 2014; Manav, 2018; Sabat, Goldberg, King, Dawson ve Zhang, 2021). Turizm sektörü, yoğun emek gerektirmesi nedeniyle sürekli işgücü ihtiyacı olan bir sektördür. Ancak, uzun ve esnek çalışma saatleri gibi olumsuzluklar, personel devir oranının artmasına neden olmaktadır (Eşitti, 2018: 236). Günümüzün rekabetçi ve sürekli bir değişim içinde olan iş ortamında, özellikle nitelikli işgörenleri işletmede tutmak önemlidir (Luecke, 2002: 83). İşten ayrılma niyetinin işten ayrılma davranışına dönüşmemesi, işten ayrılma niyeti düzeyinin azaltılabilmesi için işletmelerin çeşitli önlemler almaları gerekebilir. Bu amaçla, işten ayrılma niyetini azaltabilecek davranışları belirlenmesi ve işletmede bu davranışların desteklenmesi personel devir oranını azaltabilecektir.

İşe adanmışlık düzeyi yüksek olan işgörenler işletmenin kâr marjının yükselmesi (Hughes ve Rog, 2008: 750), örgüt performansının artması (Roberts ve Davenport, 2002: 28), olumsuz iş yeri davranışlarının önlenmesi (Ariani, 2013: 51-52; Chhetri, 2017: 11) ve personel devir oranının düşmesi (Schaufeli ve Bakker, 2004: 295; Özyılmaz ve Süner,

2015: 150) gibi işletmeye faydalar sağlamaktadır. Ayrıca işe adanmış işgörenlerin adanma düzeylerinin yüksek olması, örgüt açısından, işletmenin rakipleri karşısında avantajlı olmasını sağlayabilmektedir (Güneş, 2022: 20).

Yukarıdaki ifadeler dikkate alındığında otel işletmesi işgörenlerinin Pygmalion algılarının işten ayrılma niyeti üzerinde nasıl bir etki oluşturacağı ve bu etkide işe adanmışlığın aracı bir etkiye sahip olup olmaması sorunsalı ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın temel amacı, işgörenlerin Pygmalion algılarının işten ayrılma niyetine olan etkisini belirlemek ve işe adanmışlığın bu etkideki aracı rolünü ortaya koymaktır. Otel işletmesi işgörenlerinin Pygmalion algılarının, işe adanmışlık ve işten ayrılma niyetlerinin düzeylerini tespit etmek ise bu çalışmanın alt amaçlarından biridir.

Alanyazın incelendiğinde Pygmalion algısı, işten ayrılma niyeti ve işe adanmışlık üzerine kavramların her biri için ayrı ayrı veya söz konusu kavramların ikisi arasındaki ilişkiyi inceleyen çeşitli çalışmalarla karşılaşılmış olsa da özellikle turizm sektörü bazında bu üç değişkenin beraber incelendiği herhangi bir araştırma tespit edilmemiştir. Kavramların turizm sektörü açısından önemi de dikkate alındığında hem sektöre katkıda bulunmak hem de literatürdeki bu boşluğu doldurmak açısından çalışma önem arz etmektedir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Pygmalion Kavramı

Pygmalion etkisi, “kişinin, bir süre sonra başkalarının (özellikle şu ya da bu yanılla kendinden üstün gördüğü insanların) ona ilişkin beklentilerine denk düşen davranışlar sergilemesi” olarak açıklanmaktadır (Budak, 2021: 604). Bireylerin karşı taraftan beklentilerini direkt veya dolaylı şekilde iletmeleri halinde bu geri bildirim tutum, duygu ve çevrelerine olan davranışlarını etkileyebilmesi durumudur (Poornima ve Chakraborty, 2010: 50). Ayrıca Pygmalion, insanların diledikleri veya gerçek olduğunu düşündükleri bir şeyin, er ya da geç gerçekleşeceğine inanan bir mitos olarak da ifade edilir (Gürel ve Mutur, 2007: 561). Organizasyonel açıdan ise astların yöneticilerinin yüksek beklentilerine performans gelişimi ile tepki vermeleridir (Eden ve Kinnar, 1991: 770; Kamphorst ve Swank, 2013: 91). Bu açıdan, Pygmalion etkisinin performansı ve işgücünü arttırmada düşük maliyetli çabalar bütünü olduğu düşünülebilir. Örgütlerin öncelikli amacı, hedefleri doğrultusunda olumlu davranışları ön plana getirerek kaliteli işgören performansı sağlamaktır. Bu nedenle yönetici pozisyonunda bulunanların, davranış ve iletişimlerinin astlarının performansıyla doğrudan bağlantılı olduğunun

farkında olmaları önemlidir (Bayram, 2014: 12).

Bunlarla beraber etkin ve verimli bir çalışma ortamının sağlanabilmesinin anahtarı da iletişimin sürekli ve açık olması ile sağlanabilir (Poornima ve Chakraborty, 2010: 54-55).

Pygmalion, olumlu sayılan pek çok davranış değişkenini içerir. Bunlar; motivasyon, öz beklenti, kişilerarası beklenti, iletişim, liderlik ve performanstır (Eden, 1984: 64). Ayrıca Pygmalion yöneticiler tarafından benimsendiğinde, astların performans beklentilerini, çabasını, motivasyonunu ve özyeterliliklerini de etkilemektedir (Eden, 1992: 271).

Pygmalion etkisi, bir yöneticinin olumlu beklentilerini astlarına ileterek söz konusu astların performansını olumlu yönde etkileyebilmesidir (Eden ve Kinnar, 1991: 770; Kamphorst ve Swank, 2013: 91). Bu etki, turizm işletmeleri işgörenleri için de mümkün olabilir. Yöneticinin işgöreninden beklentileri yüksek olduğu durumda işgören de yüksek performansla buna karşılık verebilir. Bunun nedeni, yönetici beklentilerinin işgören motivasyonunu ve özyeterlilik inancını arttırmasıdır (Livingston, 1988: 7-8; Wood ve Bandura, 1989: 364; Eden ve Kinnar, 1991: 779; Eden, 1992: 271; Yücel, 2013: 145).

Bu nedenle turizm işletmelerinde Pygmalion yönetim tarzını örgüt kültürüne adapte edilebilmesi faydalı olabilecektir. Turizm işletmelerinde Pygmalion etkisini doğru bir şekilde yönetmek de önemli sayılabilir. Üstlerin astlarının potansiyeline gerçekten inanmaları, bu inancı samimi bir şekilde astlarına ifade edebilmeleri ve davranışlarında tutarlı olmaları gerekmektedir (Karakowsky vd., 2012: 584). Yöneticilerin işgörenleri ile düzenli ve açık bir şekilde iletişimde olmaları, Pygmalion etkisini güçlendirebilir (Livingston, 1988: 5-6; Poornima ve Chakraborty, 2010: 54-55; Bayram, 2014: 12).

2.2. İşten Ayrılma Niyeti

İşten ayrılma niyeti ile ilgili birçok tanım yapılmıştır. Genel anlamda, 'işten ayrılma niyeti' basitçe bir çalışanın mevcut örgütünden ayrılma niyeti olarak anılır (Cho, Johanson ve Guchait, 2009: 374). Rusbult, Farrell, Rogers ve Mainous (1988: 601), işten ayrılma niyetini işgörenin çalışma şartlarından dolayı tatminsizlik duyarak bunun sonucunda aktif ve yıkıcı eylemlerde bulunmaları olarak tanımlamıştır. Tett ve Meyer ise (1993: 262) kavramı örgütten ayrılma amaçlı kasıtlı ve bilinçli bir isteklilik olarak açıklamıştır. Weisberg (1994: 4) bir çalışanın işten ayrılma niyetinin gerçekleşecek bir işten ayrılmanın bir işareti olarak görüldüğünü, fakat bunun resmi olarak işten istifa etmenin bir göstergesi olduğuna dair kesin bir bulgu bulunmadığını ifade etmiştir. Gaertner (1999: 479), tanımlamasını Price (1997: 532)'ın işgücü devri ile ilgili tanımının üzerine kurmuştur.

Price (1997: 532)'a göre işgücü devri, çalışanların örgütün bir üyesi olduğu süreç boyunca örgüt içi ve/ya örgütten ayrılmayı da kapsayan hareketliliğidir. Gaertner (1999:479) ise; çalışan tarafından örgüte dahil olmanın sosyal bir sistemde yer almak olduğunu ve işten ayrılma niyetinin de bu çalışanın kendi isteği doğrultusunda sistemden çıkma eğilimi olduğunu belirtmiştir.

Yeni iş fırsatları, işgücü arzı, yüksek itibar imkânı ve dış destek gibi öncüllerin işten ayrılma ve/ya ayrılma niyeti davranışlarını teşvik ettiği görülmüştür (Dreher ve Dougherty, 1980: 766; Price ve Mueller, 1981: 555; Farrell ve Rusbult, 1981:79; Stumpf ve Hartman, 1984: 309). Ayrıca çalışanların iş koşulları ile ilgili yaşadıkları tatminsizliklerin zamanla işten ayrılma niyeti gibi negatif örgütsel davranışlara yol açtığı daha önce ortaya konulmuştur (Hom, Griffeth ve Sellaro, 1984: 142; Mowday, Koberg ve McArthur, 1984: 81).

2.3. İşe Adanmışlık Kavramı

Pozitif bir örgütsel davranış türü sayılan işe adanmışlık kavramı ilk kez ortaya atıldığında tükenmişlik kavramının zıttı olarak görülmüştür. Kahn 1987 yılında yazdığı doktora tezi ile bu kavramın tanımı için ilk adımı atmış 1990 yılındaki çalışması ile de daha özgün bir hale gelmiştir (Yalçın, 2019: 33-34; Aktaş ve Akdemir, 2019: 312).

Kahn (1990: 694), çalışmasında işe adanmışlığı kişinin çalıştığı örgüte tamamiyle bağlanması, kendini duygusal, bilişsel ve fiziksel olarak işe vermesi şeklinde tanımlamıştır.

Başka bir çalışmaya göre ise işe adanmışlık işgörenlerin sorunları çözme, insanlarla bağlantı kurma ve yenilikçi hizmetler geliştirme konusunda tam kapasitelerini kullanma becerisini açıklar (Leiter ve Bakker, 2010: 2). Leiter ve Bakker (2010: 2) işe adanmışlığın motivasyon ile ilgili olduğunu ileri sürerek çalışanların bağlılık hissettiklerinde hedefleri zor da olsa bu hedef için çaba gösterme eğiliminde olduklarına, hatta bu çaba sırasında zamanın nasıl geçtiğini anlamayacak kadar kendilerini işe yoğunlaştıklarını belirtmişlerdir. Demerouti, Bakker ve Gevers'e (2015: 89) göre işe adanmışlık içsel motivasyonun bir türüdür. Ayrıca işgörenlerde işe adanmışlık düzeyinde meydana gelen artış, yaratıcılığın da artmasını sağlamaktadır.

İşgörenlerin işe adanmışlık seviyeleri hem müşteri hem de işveren için oldukça önemlidir. Bunun sebebi, işe adanmış işgörenlerin verimlilik açısından işiyle olan bağıni içselleştirmeyen bir işgörenden daha yüksek performansa sahip olmalarıdır (Atalık, 2021:

22). Çünkü, işe adanmışlık, örgütsel ve bireysel değerler arasında güçlü bağlantıların olması ile gelişir, böylece hem bireysel hem de örgütsel performansı etkiler (Leiter ve Bakker, 2010: 2). İşgörenlerin örgütte daha fazla vakit geçirmesi, çevreleriyle olumlu bir iletişim kurmasıyla etkin bir performansa sahip olması örgüte olan bağlılık ve verimliliklerinin bir göstergesidir (Altuğ Özsoy, Ergül ve Ayla, 2001: 2-3).

2.4. Pygmalion Algısının İşten Ayrılma Niyetine Etkisi

İşletmeler, işgörenlerinin örgüt içerisinde mutlu ve tatminkâr olmalarını sağlayarak yetenekli çalışanları kaybetmemeyi hedeflemesi gerekmektedir (Kaye ve Jordan-Evans, 2001: 6). Ancak, çalışanların işten ayrılma niyetleri yalnızca iş ile ilgili memnuniyet düzeyleriyle değil, aynı zamanda da çalıştıkları ortamdaki algılarıyla da yakından ilişkilidir (Coomber ve Barriball, 2007: 312).

İşletmelerde yönetimin amacı verimliliği artırmaktır ve bu da yüksek beklentiler gerektirir. Yöneticilerin astlarına olan güvenleri, Pygmalion algısı yaratarak astların davranış ve niyetlerini etkileyebilir (Eden, 1990: 120-121). Literatürde Pygmalion algısı ile işten ayrılma niyeti ilişkisini inceleyen çalışmalar mevcuttur (Whitaker Shimko, 1989; Bayram, 2014; Manav, 2018; Sabat vd., 2021). Whitaker Shimko (1989), çalışmasında Pygmalion algısı yaratmanı personel devir oranını düşüreceğini belirtmiştir. Bayram (2014), araştırmasında Pygmalion etkisinin varlığının personel devir hızını azaltmak için etkili olacağını savunmuştur. Manav (2018: 83) da çalışmasında Pygmalion algısının işten ayrılma niyetini negatif etkilediğini ortaya koymuştur. Sabat vd. (2021) ise araştırmalarında yöneticilerinin düşük beklentisini algılayan işgörenlerde işten ayrılma niyetinin arttığını tespit etmiştir.

İşgörenler, kendileriyle ilgili pozitif beklentileri olan yöneticilerle çalıştıkları zaman motivasyonları ve performansları artmaktadır (Livingston, 1988: 7-8). Ayrıca yapılan çalışmalarda Pygmalion etkisinin örgütte; yönetim ile iletişim, örgüte olan güven, lidere olan güven, iş bağlılığı, işgören performansı ve motivasyonu gibi olumlu örgütsel davranışları pozitif etkilediği gösterilmiştir (Yücel, 2013: 148; Kim vd., 2017: 322; Sezgin, 2018: 117; Manav, 2018: 83). Yönetim ile iletişim, örgüte olan güven, lidere olan güven, iş bağlılığı, işgören performansı ve motivasyonu aynı zamanda işten ayrılma niyetini de negatif yönde etkileyen etmenlerdir (Stumpf ve Hartman, 1984; Lum vd., 1998; Williams ve Livingstone, 1994; Cunningham ve MacGregor, 2000; Akyüz ve Dalkılıç Yılmaz, 2015; Yazıcıoğlu, 2009; Koçakgöl, 2020). Bu bilgiler ışığında aşağıdaki

hipotez geliştirilmiştir.

H1: Otel işletmesi çalışanlarının Pygmalion algı düzeylerinin işten ayrılma niyetleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

2.5. Pygmalion Algısının İşe Adanmışlığa Etkisi

Pygmalion algısına sahip işgörenler; özyeterlilikleri artarak motive olmuş, desteklendiğini hissedebilen, başarısızlığı dışsal ve geçici öğelere, başarıyı ise içsel ve istikrarlı çalışmaya bağlayan işgörenlerdir (Eden, 1992). İşgörenler üzerinde Pygmalion algısını yaratan bir liderle çalışıyor olmak işe adanmışlığı da içeren pek çok olumlu sonucu beraberinde getirmektedir. Pygmalion tarzı liderliğin benimsendiği işletmelerde işgörenlerdeki Pygmalion algısının, liderine olan güvenlerini, örgüte olan güvenlerini ve işe adanmışlıklarını kolaylaştırdığı ortaya konulmuştur (Kim vd., 2017: 322). Temelde bir liderlik olgusu oluşu nedeniyle Pygmalion etkisi, spesifik olarak bir liderin çalışanlarına yönelik olumlu beklentileri ile başlar (Eden, 1992: 278; Karakowsky vd., 2012: 581). Bu beklentiye bağlı en temel sonuç ise çalışanın davranışdır (Kim vd., 2017: 304). Olumlu yönetici beklentileri, astların özyeterliliğini olumlu olarak etkileyecektir (Reynolds, 2002: 4). Pygmalionun sağladığı olumlu işyeri atmosferinin uzun süreli olması gelişmeyi sağlayacak ve işyerinde refahı meydana geliştirebilecektir (Ciprani ve Markis, 2006: 122) ve işyeri refahı, işe adanmışlığın önemli öncüllerinden biridir (Anitha, 2014: 311).

Pygmalion algısının işe adanmışlık üzerinde belirgin bir etkiye sahip olması beklenebilir çünkü bir işgören yüksek beklentiyi algıladığında, bu beklentiyi karşılayabilmek için çaba gösterme eğilimindedir (Eden, 1992: 271; Bayram, 2014: 13; Mersinlioğlu Serin, 2022: 127). Pygmalion algısının işe adanmışlığa etkisi hakkında spesifik olarak fazla çalışma yapılmış olmamasına rağmen, yüksek Pygmalion algısının, işe adanmışlıkla paralel olarak gelişen (Schaufeli ve Salanova, 2007: 156; Karatepe ve Olugbade, 2009: 510; Leiter ve Bakker, 2010: 2; Adekola, 2011: 95; Alarcon ve Edwards, 2011: 297; Keleş, 2014: 107-108; Demerouti vd., 2015: 89; Sulaiman ve Zahoni, 2016:672; Atalık, 2021: 22) davranışlarda (motivasyon artışı, işgören performansı, özyeterlilik, iş tatmini vb.) olumlu etki sağladığını gösteren çalışmalar mevcuttur (Eden, 1992: 271; Yücel, 2013: 145; Raza, 2013: 35; Bayram, 2014: 101; Mersinlioğlu Serin, 2022: 80). Bu araştırmalardan yola çıkarak, Pygmalion algısının işe adanmışlığın önemli bir yordayıcısı olacağı öngörülebilir. Buna bağlı olarak araştırmada aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H2: Otel işletmesi çalışanlarının Pygmalion algı düzeylerinin işe adanmışlık düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

2.6. İşe Adanmışlığın İşten Ayrılma Niyetine Etkisi

İşlerine adanan işgörenler, sahip oldukları dinçlik ile tüm işlerine aktif olarak katılma ve kendini verme davranışı sergileyeceklerinden, işten ayrılmak gibi negatif düşüncelere sahip olmazlar (Saks, 2006: 609).

İşgörenlerde işe adanmışlık, örgüte bağlılığı da beraberinde getirir, böylece işgören duygusal olarak örgüte bağlanır ve aidiyet hissi artmaya başlar. İşe adanmışlık örgütü de benimsemesini sağlar, bu sayede kazançlarının kendisini tatmin ettiğini hisseder ve örgütte kalma isteğini bir zorunluluk olarak görür, hatta örgütten ayrılma fikri işgörende suçluluk hissi yaratır (Özyılmaz ve Süner, 2015: 158). İşgörenlerde işe adanmışlık arttıkça örgütle ilgili algıları (çalışma şartları, örgütsel adalet algısı, ücret politikası, iş güvencesi, kariyer imkanları) da olumlu yönde değişir. Örgüte karşı olumlu duygularının yükselmesi nedeniyle işgörenler alternatif iş arayışından uzak dururlar, hatta örgüte katkı sağlamak amacıyla örgütte kalmayı tercih ederler (Özyılmaz ve Süner, 2015: 159). Çalışmakta olduğu işten tatmin olmayan ve alternatif iş fırsatlarından faydalanmak isteyen bireylerde işten ayrılma niyeti yüksek olmaktadır (Agin, 2010: 35). İşe adanmışlık ise işten ayrılma niyetinin azalmasını sağlarken iş tatminini de arttırmaktadır (Høigaard, Giske ve Sundsli, 2012: 352; Özyılmaz ve Süner, 2015: 143; De Simone ve Planta, 2017: 93). Ayrıca bazı araştırmalar, işgören performansının işe katılım, iş tatmini ve içsel motivasyon gibi işgören tutum ve davranışlarından daha çok işe adanmışlıktan etkilendiğini göstermektedir (Rich vd., 2010, 617).

İşine bilişsel, duygusal ve fiziksel açılarından adanmış bir işgörenin bunun doğal bir sonucu olarak işinden haz alması, işiyle gurur duyması ve severek yapmakta olduğu bu işe yoğunlaşması beklenir. Çünkü özellikle işe adanmışlığın kendini verme (absorption) boyutu, tamamen konsantre olma ve kendini mutlu bir şekilde işine kaptırma ile karakterize edilir, bu sayede zaman hızla geçer ve kişi kendini işten ayırmakta güçlük çeker. Bu özellikleri taşıyan kişilerin de iş değişikliği yani mevcut işinden ayrılma niyeti taşıyor olması beklenmez (Schaufeli ve Bakker, 2004: 295; Özyılmaz ve Süner, 2015: 150). İşgören kendisini adanmış olduğu bir işten doğası gereği ayrılmak istemeyecektir (Korkmaz, 2017: 47). Tüm bunların bir sonucu olarak işe adanmışlığın işten ayrılma niyetini negatif yönde etkileyeceği öngörülebilir. Bu sonuçlara göre H3 hipotezi aşağıdaki

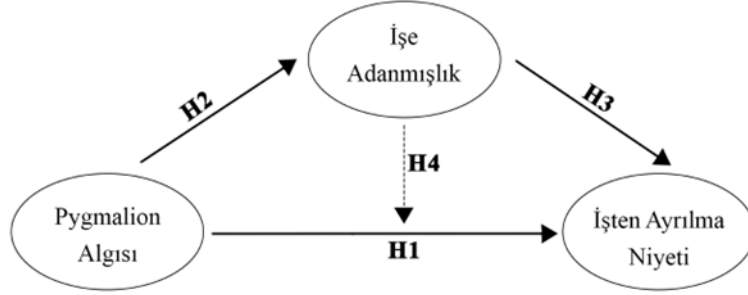
gibidir.

H3: Otel işletmesi çalışanlarının işe adanmışlık düzeylerinin işten ayrılma niyetleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Alanyazın incelendiğinde yapılan çalışmalara göre Pygmalion algısının işe adanmışlık ile pozitif yönde, işe adanmışlığın ise işten ayrılma niyeti ile negatif yönde bir ilişkiye sahip olduğu görülmüştür. Bu çalışmada, Pygmalion algısının işten ayrılma niyeti ile ilişkisinin test edilmesinin yanı sıra işe adanmışlığın bu ilişkiye olan dolaylı etkisinin varlığı da belirlemek amaçlanmıştır. Diğer bir deyişle, Pygmalion algısı ile sağlanacak olan içsel motivasyon, özyeterlilik inancındaki artış, çaba gibi çıktılarının işe adanmışlığı arttıracığı, bu sayede de işten ayrılma niyetinin azalacağı düşünülmüştür. Buna göre aracı etkiye yönelik geliştirilen H4 hipotezi şu şekildedir:

H4: Otel işletmesi çalışanlarının Pygmalion algı düzeylerinin işten ayrılma niyetleri üzerindeki etkisinde işe adanmışlık düzeyinin aracılık etkisi bulunmaktadır

Araştırmada geliştirilen hipotezlere bağlı olarak oluşturulan araştırma modeli aşağıda sunulmuştur.



Şekil 1. Araştırma modeli

3. Yöntem

Araştırma temel aldığı felsefeye göre nicel ve amacına göre ise açıklayıcı bir çalışmadır. Aynı zamanda çalışmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

3.1. Evren ve Örneklem

Bu çalışmanın evrenini; İzmir ilinde faaliyette olan otel işletmeleri, örneklemini ise; İzmir ilinde faaliyette olan dört ve beş yıldızlı 408 otel işletmesi işgörenleri oluşturmaktadır. Dört ve beş yıldızlı otellerin tercih edilme sebebi, söz konusu otel işletmelerinde kurumsal örgüt yapısının bulunması ve bu işletmelerin yöneticileriyle insan kaynaklarının uygulama süreçlerinin daha profesyonel olmasıdır. İzmir ilinin hem iş turizmi hem de tatil turizmi açısından oldukça hareketli bir il olması nedeni ile bu ilde bulunan dört ve beş yıldızlı oteller tercih edilmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre 2021 yılında

İzmir ilinde faaliyet gösteren toplamda 82 adet dört ve beş yıldızlı otel işletmesi, tatil köyü ve termal tesis bulunmaktadır (İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021). Çalışma için söz konusu 82 adet dört ve beş yıldızlı otel işletmesi, tatil köyü ve termal tesis ziyaret edilmiştir. Ziyaretler sırasında çalışmaya katılmayı kabul eden 24 otel işletmesinde çalışmakta olan 408 işgörenin katılımı ile anket verileri elde edilmiştir. Fakat söz konusu otellerde çalışan işgönerlerin sayısının net olarak tespit edilememesi nedeni ile evren sınırsız olarak kabul edilmiş ve evren sınırsız olarak kabul edildiğinde %95 güven aralığında örneklem sayısı 384 kişi olarak kabul edilmiştir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2005: 123; Ural ve Kılıç, 2013: 43).

3.2. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Araştırmada verilerin toplanması amacıyla anket tekniği kullanılmıştır. Ankette iki bölüm yer almaktadır. İlk bölümde çalışanların Pygmalion algılarını, işe adanmışlık düzeylerini ve işten ayrılma niyetlerini tespit etmeyi amaçlayan ifadeler mevcuttur. İkinci bölümde ise demografik bilgilere yönelik sorular bulunmaktadır. Araştırmada anket uygulamasına başlanmadan önce ilk olarak İskenderun Teknik Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 30/04/2021 tarihinde 12514 sayılı onay alınmıştır. Sonrasında anket uygulaması Aralık 2021 – Şubat 2022 tarihleri arasında online ve yüz yüze olarak gerçekleştirilmiştir. Uygulama sonucunda 408 adet anket verisi toplanmış, bunların arasında hatalı ve/ya eksik görülen anket verisine rastlanmadığı için 408 adet anket verisi ile analiz çalışması gerçekleştirilmiştir.

Pygmalion algısı ölçeği: Katılımcıların Pygmalion algılarını ölçmek amacıyla Eden vd., (2000) tarafından geliştirilen ve literatürde ilgili başka araştırmalarda da güvenilirliği ve geçerliliği sağlanmış (Yücel, 2013; Bayram, 2014; Manav ve Köroğlu, 2019; Mersinlioğlu Serin ve Öztürk, 2022) 10 sorudan oluşan Pygmalion Tutum İndeksi ölçeği bulunmaktadır. Ankette kullanılan Pygmalion tutum indeksi ölçeği 5'li Likert tipinde (1-kesinlikle katılmıyorum ile 5-kesinlikle katılıyorum) derecelendirilmiştir.

İşten ayrılma niyeti ölçeği: işten ayrılma niyetini ölçmek amacı ile Cammann, Fichman, Jenkins ve Klesh (1979) tarafından geliştirilen 3 maddelik bir ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek, literatürde örgütsel davranış alanında yaygın olarak kullanılan bir ölçektir. Geçerlilik ve güvenilirliği birçok çalışmada test edilip kullanılmıştır (Şahin, 2011; Tekingündüz ve Kurtuldu, 2015; Gülertekin Genç ve Gümüş, 2018; Cinnioğlu, 2018; Okşit ve Kılıç, 2019, Güler ve Cinnioğlu, 2020; Sari, 2022). Ankette kullanılan İşten

ayrılma niyeti ölçeği 5’li Likert tipinde (1-kesinlikle katılmıyorum ile 5-kesinlikle katılıyorum) derecelendirilmiştir.

İşe adanmışlık ölçeği: İşe adanmışlık ölçeği olarak, Schaufeli vd. (2002) tarafından geliştirilen Utrecht İşe Adanmışlık Ölçeğinin (Utrecht Work Engagement Scale) 9 sorudan oluşan kısa versiyonu kullanılmıştır. Orjinali 17 sorudan oluşan bu ölçeği yine Schaufeli vd. (2006), UWES-9 çalışmasında her alt boyuta 3 soru karşılık gelecek şekilde kısaltmışlardır. Dünyada pek çok dile çevrilerek kullanılmış olan bu ölçeği Türkçe’ye uyarlayan Özkalp ve Meydan’dır (2015). Ölçeğin bu Türkçeleştirilmiş halinin geçerlilik ve güvenilirlik çalışması, başka çalışmalarda yeniden sınanıp sağlanmış (Kale ve Pektaş, 2018; Aslan, 2019; Yalçın, 2019; Öztürk Çiftçi ve Erkanlı, 2020). Ankette kullanılan işe adanmışlık ölçeği 5’li Likert tipinde (1-kesinlikle katılmıyorum ile 5-kesinlikle katılıyorum) derecelendirilmiştir.

3.3. Katılımcıların Profili

Örneklem içerisindeki katılımcıların %48,3’ü kadın, %51,7’si erkek; %47,3’ü 28-34 yaş aralığında bulunan işgörenlerden oluşmaktadır. %32,4’lük kısmını lisans (4 yıllık), %30,4’lük kısmını ise lise mezunu kişilerden oluşmaktadır. Katılımcıların %52,5’lik kısmını bekar, %47,5’lik kısmını ise evli işgörenlerin oluşturduğu belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların %60’ının turizm üzerine bir eğitim almamış olduğu, %42,2’sinin 2827 ila 3500TL arasında gelir elde ettiği, %35’inin 1 yıldan az süredir, %30,4’ünün ise 1 ila 3 yıldır mevcut işyerinde çalıştığı görülmektedir. Çalışmakta oldukları işyerinde katılımcılardan %23,3’ü yiyecek içecek, %25,2’si ön büro, %15,4’ü kat hizmetleri, %8,6’sı satış pazarlama, %4,9’u insan kaynakları, %22,5’i ise diğer departmanlarda görev almaktadır.

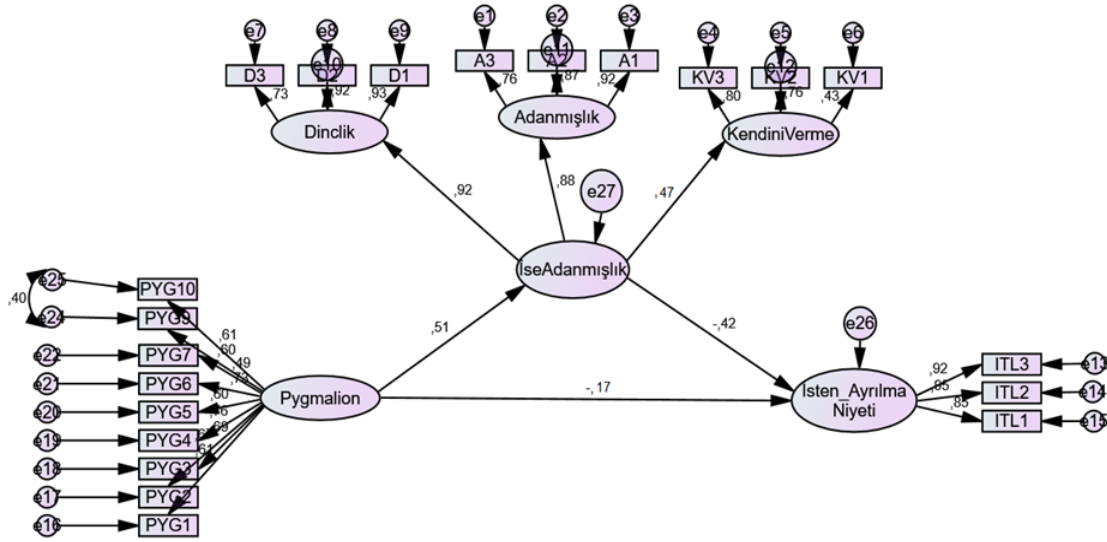
4. Araştırma Bulguları

Araştırmada kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliğini belirlemek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmış ve sonuçlar aşağıdaki Tablo 1’de verilmiştir. Pygmalion ölçeğindeki sekizinci ifadenin faktör yükü 0,30’dan küçük olduğu için modelden çıkarılmıştır. Bununla birlikte model uyum değerleri düzeyinin artırılması için AMOS programının önerisi doğrultusunda e24 ile e25 hata terimleri arasında kovaryanslar çizilmiştir. Yapılan iyileştirmeler sonrasında modelin uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir düzeyde çıktığı görülmüştür.

Tablo 1: Yapısal Eşitlik Model Uyumuna İlişkin Değerler

İndeksler	İyi Uyum Değerleri	Kabul Edilebilir Uyum Değerleri	Model Uyum Değerleri
CMIN/DF (χ^2/sd)	≤ 3	$\leq 4-5$	4,431
RMSEA	≤ 0.05	0.06-0.08	,062
GFI	≥ 0.90	0.89-0.85	,890
CFI	≥ 0.97	≥ 0.95	,971
TLI	≥ 0.95	0.94-0.90	,922
IFI	≥ 0.95	0.94-0.90	,945

Kaynak: Meydan ve Şeşen, 2015



Şekil 2. Ölçeklerin DFA Modeli

Tablo 2.'de bulunan üç farklı ölçeğin güvenilirlik analiz sonuçları incelendiğinde; Pygmalion algısı (,864), işten ayrılma niyeti (,931) ve işe adanmışlık (,882) ölçeklerinin “yüksek derecede güvenilir” olduğu görülmüştür. Bununla birlikte katılımcıların Pygmalion Algı düzeyinin (3,80) ve işe adanmışlık düzeyinin (3,84) yüksek olduğu, işten ayrılma niyetlerinin ise düşük düzeyce olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Değişkenlerin Korelasyon, Ortalama Ve Güvenirlilik Düzeyleri

Değişkenler	Ortalama	Cronbach Alpha	1	2	3
1)-Pygmalion Algısı	3,80	,864	1		
2)-İşe Adanmışlık	3,84	,882	,380**	1	
3)-İşten Ayrılma Niyeti	2,58	,931	-,233**	-,400**	1

Korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde; Pygmalion algısı ile işe adanmışlık arasında “ $r=,380$ ” zayıf düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki ($p < ,001$) olduğu, işten ayrılma niyeti ile arasında “ $r=-,233$ ” çok zayıf düzeyde negatif yönlü anlamlı ilişki ($p < ,001$) olduğu tespit edilmiştir. İşe adanmışlık ile işten ayrılma niyeti arasında ise “ $r=-,400$ ” zayıf düzeyde negatif yönlü anlamlı ilişki ($p < ,001$) olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Pygmalion algısının, işten ayrılma niyetini ne kadar etkilediğini tespit edebilmek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçlarına Tablo 3’de yer verilmiştir.

Tablo 3: Pygmalion Algısının İşten Ayrılma Niyetine Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

Model 1	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t-değeri	p
	B	Std. Hata	Beta		
Sabit	4,155	,333		12,491	,000
Pygmalion Algısı	-,423	,088	-,233	-4,826	,000

Bağımlı değişken: İşten Ayrılma Niyeti $R= ,233$; $R^2= ,054$; Düzeltilmiş $R^2= ,052$; Model için $F= 23,286$; $p= ,000$

Regresyon analizinin sonuçlarına bakıldığında, Pygmalion algısının işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiştir ($F=23,286$; $p=,000$). Bunun yanı sıra işten ayrılma niyetine ilişkin toplam varyansın %0,5’inin Pygmalion ile açıklandığı söylenebilir (Büyüköztürk, 2010: 98). Sabit terim 4,155 olarak bulunmuştur. Bu da bağımsız değişkenlerin sıfır olması durumunda bile, özyeterlilik için 4,155 birimlik değer elde edilebileceği anlamı taşımaktadır (Karagöz, 2021: 605). Bu sonuca göre;

“**H1:** Otel işletmesi çalışanlarının Pygmalion algı düzeylerinin işten ayrılma niyetleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.”, hipotezi desteklenmiştir ($p<0,000$).

Pygmalion algısının işe adanmışlık düzeyini ne miktarda etkilediğini bulabilmek amacıyla yapılmış olan basit doğrusal regresyon analizinin sonuçlarına Tablo 4’de yer verilmiştir.

Tablo 4: Pygmalion Algısının İşe Adanmışlığa Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

Model 2	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t-değeri	p
	B	Std. Hata	Beta		
Sabit	2,268	,195		11,646	,000
Pygmalion Algısı	,425	,051	,380	8,281	,000

Bağımlı değişken: İşe Adanmışlık $R= ,380$; $R^2= ,144$; Düzeltilmiş $R^2= ,142$; Model için $F= 68,570$; $p= ,000$

Yapılan regresyon analizi sonucunda Pygmalion algısının işe adanmışlık üzerinde anlamlı bir etkisi bulunduğu belirlenmiştir ($F=68,570$; $p=,000$). Bunun yanı sıra işe

adanmışlığa yönelik toplam varyansın %14'ünün, Pygmalion algısı ile açıklanabileceği söylenebilir (Büyüköztürk, 2010: 98). Analiz sonucunda ayrıca sabit terim 2,268 olarak bulunmuştur. Bu da bağımsız değişkenlerin sıfır olması durumunda bile, özyeterlilik için 2,268 birimlik değer elde edilebileceği anlamı taşımaktadır (Karagöz, 2021: 605). Bu sonuca göre;

“**H2:** Otel işletmesi çalışanlarının Pygmalion algı düzeylerinin işe adanmışlık düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.”, hipotezi desteklenmiştir ($p < 0,000$).

İşe adanmışlığın işten ayrılma niyeti düzeyini ne miktarda etkilediğini bulabilmek amacıyla yapılmış olan basit doğrusal regresyon analizinin sonuçlarına Tablo 5’de yer verilmiştir.

Tablo 5: İşe Adanmışlığın İşten Ayrılma Niyetine Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

Model 3	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t-değeri	p
	B	Std. Hata	Beta		
Sabit	5,084	,291		17,476	,000
İşe Adanmışlık	-,650	,074	-,400	-8,801	,000

Bağımlı değişken: İşten Ayrılma Niyeti $R = ,400$; $R^2 = ,160$; Düzeltilmiş $R^2 = ,158$; Model için $F = 77,456$; $p = ,000$

Yapılan analiz verilerine göre, işe adanmışlığın işten ayrılma niyetine etkisinin anlamlı olduğu belirlenmiştir ($F = 77,456$; $p = ,000$). Bunun yanı sıra işten ayrılma niyetine yönelik toplam varyansın %16'sının, işe adanmışlık ile açıklanabileceği söylenebilir (Büyüköztürk, 2010: 98). Analiz sonucunda ayrıca sabit terim 5,084 olarak bulunmuştur. Bu da bağımsız değişkenlerin sıfır olması durumunda bile, özyeterlilik için 5,084 birimlik değer elde edilebileceği anlamı taşımaktadır (Karagöz, 2021: 605). Bu sonuca göre;

“**H3:** Otel işletmesi çalışanlarının işe adanmışlık düzeylerinin işten ayrılma niyetleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.”, hipotezi desteklenmiştir ($p < 0,000$).

Araştırmanın son hipotezi aracı değişken içermektedir. Aracı değişkenin varlığını test etmek için Baron ve Kenny’in modeli kullanılmıştır.

İlk şart, bağımsız değişkenle (Pygmalion algısı) aracı değişken (işe adanmışlık) arasında anlamlı bir etkinin olmasıydı. Bu etki gerçekleşmiştir ($\beta = ,380$, $p = 0,000$). İkinci şart, bağımsız değişkenin (Pygmalion algısı) bağımlı değişken (işten ayrılma niyeti) üzerinde anlamlı bir etkisinin olmasıydı. Bu etki de gerçekleşmiştir ($\beta = -,233$, $p = 0,000$). 3. ve 4. aşama için uygulanan çoklu regresyon analizi sonuçları Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6: Pygmalion Algısı ve İşe Adanmışlığın İşten Ayrılma Niyetine Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

Model 4	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t-değeri	p
	B	Std. Hata	Beta		
Sabit	5,498	,361		15,236	,000
Pygmalion Algısı	-,171	,089	-,094	-1,926	,055
İşe Adanmışlık	-,592	,080	-,364	-7,435	,000

Bağımlı değişken: İşten Ayrılma Niyeti R= ,410 ; R²= ,168 ; Düzeltilmiş R²= ,164 ; Model için F= 40,841 ; p= ,000

Tablo 6 incelendiğinde Baron ve Kenny'nin 3. şartı olan "Aracı değişkenin (işe adanmışlık) bağımlı değişken (işten ayrılma niyeti) üzerindeki etkisi anlamlı olmalıdır." şartının da sağlandığı görülmektedir. Bağımsız değişken (Pygmalion algısı) ve aracı değişken (işe adanmışlık) ile birlikte modele dahil edilerek bağımlı değişken olan (işten ayrılma niyeti) açıklanmaya çalışılmıştır. Bu adımdan sonra, 2. adımdaki anlamlılık düzeyinin zayıflamasının (kısmi aracı etki) ya da etkinin anlamsız olmasının (tam aracı etki) aracı etkinin varlığı ile ilgili ipucu vermesi beklenmektedir. Tablo 6'ya göre, otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin Pygmalion algılarıyla işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkinin 2. adımla kıyasla anlamsızlaştığı ($\beta=-,094$, $p=,055$) görülmüştür. Tüm bu veriler göz önüne alındığında otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin Pygmalion algıları ile işten ayrılma niyetleri arasında işe adanmışlığın tam aracı etkiye sahip olduğu söylenebilir. Sonuçların kesin olabilmesi için Beta değerlerindeki düşüş miktarının anlamlı olup olmadığının tespit edilmesi gerekmektedir. Bu anlamlılık düzeyini tespit etmek için ise Sobel testi uygulanmıştır. Sobel testi sonucun ($p<0,05$) işe adanmışlığın aracılık etkisini doğrulamaktadır. Bu sonuçlar doğrultusunda;

"H4: Otel işletmesi çalışanlarının Pygmalion algı düzeylerinin işten ayrılma niyetleri üzerindeki etkisinde işe adanmışlık düzeyinin aracılık etkisi bulunmaktadır.", hipotezi desteklenmiştir ($p<0,000$).

5. Sonuç ve Öneriler

Araştırmanın temel amacı; otel işgörenlerinin Pygmalion algılarının işten ayrılma niyeti üzerine etkisinde işe adanmışlığın aracı rolünü belirlemektir. Çalışmada ayrıca Pygmalion algısının işten ayrılma niyeti ve işe adanmışlık üzerindeki etkisi ile işe adanmışlığın işten ayrılma niyetine etkisinin belirlenmesi de amaçlanmıştır. Bu çalışma kapsamında İzmir ilinde hizmet veren dört ve beş yıldızlı otel işletmesinde çalışmakta

olan 408 işgören ile anket çalışması gerçekleştirilmiş ve veriler elde edilmiştir.

Pygmalion algısının işten ayrılma niyeti davranışını negatif yönde ve anlamlı şekilde etkilediği bulunmuştur. Bu sonuç, literatürde yer alan benzer çalışmaların sonuçları ile de uyum göstermektedir (Bayram, 2014; Manav, 2018; Sabat vd., 2021). Bayram (2014: 106) Pygmalion hakkında bilgi sahibi olan yöneticilerin bu bilgilerini işletmeye adapte etmeleri durumunda personel devir oranının düşmesine yardımcı olacağını belirtmiştir. Sabat vd. (2021: 610) Pygmalion algısının, gelecekteki kariyer algılarını ve işten ayrılma davranışlarını içerecek şekilde performansın ötesine geçtiğini belirtmektedir. İşgörenlerin yöneticilerinde algıladıkları Pygmalion davranışının artması, işgörenlerin işten ayrılma niyetlerini de azaltabilecektir. Otel işletmelerinde yöneticilerin işgörenleriyle açık bir iletişim kurması, pozitif beklentilerini doğru aktarması, motivasyonel açıdan destekleyici olması, nitelikli işgörenle kaybetmemek için özen göstermesi; işgörenlerin işten ayrılma düşüncesinden uzak kalmasını sağlayabilecektir.

Araştırmada elde edilen diğer bir bulgu ise, Pygmalion algısının işe adanmışlık düzeyini pozitif yönde ve anlamlı şekilde etkiliyor olmasıdır. Kim vd. (2017) otel işletmeleri üzerine yaptığı çalışmada da benzer sonuçları elde ederek Pygmalion algısının işe adanmışlığı kolaylaştırdığını ileri sürmüştür. Bu nedenle işgörenlerin yöneticilerinden algıladıkları Pygmalion arttıkça, buna paralel olarak işgörenlerin işe adanmışlık düzeyinin artacağı söylenebilir. Otel işletmelerinde yöneticiler tarafından sergilenen Pygmalion davranışı ile işgörenlerin işleriyle ilgili daha olumlu duygular beslemesi, çaba sarf etme konusunda istekli olması, daha mutlu ve motive hissetmesi, liderlerine ve örgüte olan güvenlerini yükselmesi ve bu sayede de işe adanmışlık düzeylerinin artması beklenir. Araştırmada elde edilen diğer bir sonuca göre; işe adanmışlık düzeyi işten ayrılma niyeti düzeyini negatif yönde ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir. Literatürde yer alan pek çok çalışmada da benzer sonuçlar elde edilmiştir (Saks, 2006; Koyuncu vd., 2006; Halbesleben ve Wheeler, 2008; Takawira, Coetzee ve Schreuder, 2014; Özyılmaz ve Süner, 2015; Gökaslan, 2018; Karataş, 2020; Wang, Xu, Zhang ve Li, 2020; Tuysuz, 2022). Jung, Jung ve Yoon (2021: 6) otel işgörenleri üzerine yaptığı çalışmada; işe bağlılığı, şevki ve işine odaklanması yüksek olmayan işgörenlerin işten ayrılma niyetinin arttırdığını belirtmiştir. İşgörenin kendini işine vermesi, işiyle ilgili kendini iyi hissetmesi ve işiyle gurur duymasının işten ayrılma niyetini azaltacağı söylenebilir.

Araştırmanın başka bir sonucuna göre, işe adanmışlık düzeyi Pygmalion algısı ile işten

ayrılma niyeti arasında tam aracılık rolüne sahiptir. Diğer bir deyişle; Pygmalion algısı işgörenlerin işten ayrılma niyeti düzeyini olumsuz yönde ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir, ancak işe adanmışlık düzeyinin yüksek olduğu kişilerde, işten ayrılma niyeti düzeyi daha da düşük şekilde ortaya çıkmaktadır.

İşgörenlerin işletme kararlarına katılımı işe adanmışlığı güçlendirebilecek yöntemlerden biridir. Otel işletmesi yöneticileri karar alma süreçlerinde işgörelere fikirleri ile katkı sağlama imkânı vererek onların sorumluluk üstlenmelerini teşvik etmiş olacaktır. Karşılıklı olarak talep ve beklentileri açık şekilde ifade etmek, ileride yaşanabilecek sıkıntıların önlenmesini sağlayabilir. Ayrıca önemli süreçlere dâhil olan işgörelenler de kendilerini işlerine daha bağlı hissedebilirler.

Otel işletmelerinde Pygmalion algısının olumlu getirilerinden faydalanmak yöneticilerin elinde olduğu için, öncelikle yöneticilerin bu konuda eğitim alarak kendilerini geliştirmeleri önemlidir. Yönetici konumundaki çalışanlar, Pygmalion tutumunun önemi ve etkisi konusunda eğitim aldığıında; astlarının potansiyellerini fark ederek onlara yüksek beklentilerini doğru bir şekilde iletebilecek ve işe adanmışlıklarını teşvik ederek işten ayrılma niyetlerinin azalmasını sağlayabileceklerdir.

Bu araştırma İzmir ilinde hizmet vermekte olan dört ve beş yıldızlı otel işgörelenleri ile gerçekleştirilmiştir. Bundan sonra yapılacak olan araştırmalar farklı illerde faaliyet gösteren otel işletmelerine yönelik gerçekleştirilebilir. Aynı zamanda araştırma kapsamında ele alınan değişkenler turizm sektöründe hizmet veren diğer işletmeler olan yiyecek içecek işletmeleri ve seyahat işletmeleri üzerinde gerçekleştirilebilir. Bundan sonra yapılacak araştırmalarda Pygmalion etkisinin farklı değişkenlerle ilişkisi incelenebilir. Ayrıca yine bu araştırmada Pygmalion algısının işten ayrılma niyetine etkisinde işe adanmışlık değişkeninin aracı rolü değerlendirilmiştir. Bundan sonraki araştırmalarda farklı değişkenlerin aracı rolünü incelemek literatüre katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Adekola, B. (2011). Antecedents and consequences of work engagement among managers and professionals in Nigeria. *British Journal of Management and Economics*, 1(2), 83-99.
- Agin, Ö. (2010). İşe bağlanma düzeyinin işten ayrılma niyeti üzerine etkileri, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Kocaeli.
- Aktaş, K. ve Akdemir, B. (2019). İşe adanmışlık ve örgütsel özdeşleşme ilişkisinin performans algısına etkisi üzerine bir araştırma. *Sosyal Siyaset Konferansları*

Dergisi, 77, 307-348.

- Akyüz, M. ve Dalkılıç Yılmaz, F. (2015). Konaklama işletmelerinde örgütsel özdeşleşme ve örgütsel iletişimin işgörenlerin işten ayrılma niyetine etkisi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8, 137-143.
- Alarcon, G.M. ve Edwards, J.M. (2011). Short communication: The relationship of engagement, job satisfaction and turnover intentions. *Stress and Health*, 27, e294-e298.
- Alpar, R. (2010). *Spor, sağlık ve eğitim bilimlerinde uygulamalı istatistik ve geçerlilik - güvenilirlik*. 1. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altuğ Özsoy, S., Ergül, Ş. ve Bayık, A. (2001). Bir yüksekokul çalışanlarının kuruma bağlılık durumlarının incelenmesi. *Ege Üniversitesi Hemşirelik Yüksek Okulu Dergisi*, 17(1-3), 1-16.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2005). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. 4.Baskı. Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Anitha, J. (2014). Determinants of employee engagement and their impact on employee performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 63(3), 308-323.
- Ariani, D.W. (2013). The relationship between employee engagement, organizational citizenship behavior, and counterproductive work behavior. *International Journal of Business Administration*, 4(2), 46-56.
- Aslan, H. (2019). İşe adanmışlığın yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisinde kapsayıcı liderliğin aracılık rolü. *OPUS International Journal of SocietyResearches*, 14(20), 1055-1069.
- Atalık, B. (2021). Çalışanların esnek çalışma düzenlemelerine karşı tutumlarının işe adanmışlıklarına etkisinde örgütsel adalet algısının aracılık rolü: Ankara'da İHA alanında faaliyet gösteren işletmelerde bir araştırma, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *Milli Savunma Üniversitesi, Alparslan Savunma Bilimleri Enstitüsü*. Ankara.
- Bayram, Ü. (2014). Turizm sektörü yönetici ve işgörenleri arasında Pygmalion etkisi: Otel işletmelerinde bir uygulama (Yayımlanmamış Doktora Tezi). *Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü*. Ankara
- Budak, S. (2021). Psikoloji sözlüğü. 6.Baskı. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı: İstatistik, araştırma deseni, SPSS uygulamaları ve yorum*. 12. baskı. Ankara: Pegem Akademi.
- Cammann, C., Fichman, M., Jenkins, D. ve Klesh, J. (1979). The Michigan organizational assessment questionnaire, Unpublished manuscript. *University of Michigan*, Ann Arbor, MI.
- Chhetri, S.B. (2017). Antecedents and consequences of job engagement: Empirical study of bank employees. *Business Perspectives and Research*, 5(2), 1-13.
- Cho, S., Johanson, M.M. ve Guchait, P. (2009). Employees intent to leave: A comparison of determinants of intent to leave versus intent to stay. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 374-381.

- Cinnioğlu, H. (2018). Etkileşimci liderlik, dönüşümcü liderlik, hizmetkâr liderlik, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti ilişkisi: Yiyecek içecek işletmelerinde bir araştırma (Yayımlanmamış Doktora Tezi). *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Çanakkale.
- Cipriani, G.P. ve Makris, M. (2006). A model with self-fulfilling prophecies of longevity. *Economics Letters*, 91, 122-126.
- Coomber, B. ve Barriball, K.L. (2007). Impact of job satisfaction components on intent to leave and turnover for hospital-based nurses: A review of research literature. *International Journal of Nursing Studies*, 44, 297-314.
- Cunningham, J.B. ve MacGregor, J. (2000). Trust and the design of work: Complementary constructs in satisfaction and performance. *Human Relations*, 53(12), 1575-1591.
- De Simone, S. ve Planta, A. (2017). L'intenzione di lasciare il lavoro nel personale infermieristico: il ruolo della soddisfazione lavorativa, dell'autoefficacia e del work engagement. *Medicina del Lavoro*, 108(2), 87-97.
- Demerouti, E., Bakker, A.B. ve Gevers, J.M.P. (2015). Job crafting and extra-role behavior: The role of work engagement and flourishing, *Journal of Vocational Behavior*, 91, 87-96.
- Dreher, G.F. ve Dougherty, T.W. (1980) Turnover and competition for expected job openings: An exploratory analysis. *Academy of Management Journal*, 23(4), 766-772.
- Eden, D. (1984). Self-fulfilling prophecy as a management tool: Harnessing Pygmalion. *Academy of Management Review*, 9(1), 64-73.
- Eden, D. (1990). *Pygmalion in management: Productivity as a self-fulfilling*. 1.Baskı. Lexington: D. C. Heath and Company.
- Eden, D. (1992). Leadership and Expectations: Pygmalion Effects and other self-fulfilling prophecies in organizations. *Leadership Quarterly*, 3(4), 271-305.
- Eden, D. ve Kinnar, J. (1991). Modeling Galatea: Boosting self-efficacy to increase volunteering. *Journal of Applied Psychology*, 76(7), 770-780.
- Erkmen, T., Günsel, A. ve Altındağ, E. (2020). The role of innovative climate in the relationship between sustainable IT capability and firm performance. *Sustainability*, 12 (10), 40-58.
- Eşitti, B. (2018). Konaklama işletmelerinde iş değerlerinin işten ayrılma niyetine etkileri: İş-aile-iş çatışmasının aracı rolü. *Verimlilik Dergisi*, 3, 235-257.
- Farrell, D. ve Rusbult, C.E. (1981). Exchange variables as predictors of job satisfaction, job commitment, and turnover: The impact of rewards, costs, alternatives, and investments. *Organizational Behavior and Human Performance*, 27/28, 78-95.
- Gaertner, S. (1999) Structural determinants of job satisfaction and organizational commitment in turnover models. *Human Resources Management Review*, 9(4), 479-493.
- Gökaslan, M.O. (2018). Öğretmenlerde örgütsel bağlılık, işe gömülmüslük, işe adanmışlık ve işten ayrılma niyeti ilişkisi: Bir alan çalışması. *Türk Sosyal Bilimler*

Araştırmaları Dergisi, 3(2), 25-46.

- Güler, M. ve Cinnioğlu, H. (2020). Otel işletmeleri çalışanlarının algıladıkları otantik liderlik davranışının psikolojik sözleşme ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi: Antalya örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 3808-3824.
- Güertekin Genç, S. ve Gümüş, M. (2018). Turizm işletmelerinde liderlik tarzıyla işten ayrılma niyeti ilişkisinde duygu ikliminin aracılık etkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), 209-228.
- Güneş, H.N. (2022). Kariyer tatmini ile işe adanmışlık ilişkisi: Manisa ilindeki kamu çalışanları üzerinde bir araştırma, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Manisa.
- Gürel, E. ve Mutur, C. (2007). Psikomitolojik terimler: Psikoloji literatüründe mitolojinin kullanılması. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 537-569.
- Halbesleben, J.R.B. ve Wheeler, A.R. (2008). The relative roles of engagement and embeddedness in predicting job performance and intention to leave. *Work and Stress*, 22(3), 242-256.
- Høigaard, R., Giske, R. ve Sundsli, K. (2012). Newly qualified teachers' work engagement and teacher efficacy influences on job satisfaction, burnout, and the intention to quit. *European Journal of Teacher Education*, 35(3), 347-357.
- Hom, P.W., Griffeth, R.W. ve Sellaro, C.L. (1984). The validity of Mobley's (1977) model of employee turnover. *Organizational Behavior and Human Performance*, 34, 141-174.
- Hughes, J.C. ve Rog, E. (2008). Talent management: A strategy for improving employee recruitment, retention and engagement within hospitality organizations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(7), 743-757.
- İnternet: İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, <https://izmir.ktb.gov.tr/>. Son Erişim Tarihi: 14.11.2021.
- Joiner, B. ve Josephs, S. (2007). Developing agile leaders. industrial and commercial training. *Industrial and Commercial Training*, 39 (1), 35–42.
- Jung, H.S., Jung, Y.S. ve Yoon, H.H. (2021). COVID-19: The effects of job insecurity on the job engagement and turnover intent of deluxe hotel employees and the moderating role of generational characteristics. *International Journal of Hospitality Management*, 92: 102703.
- Kahn, W.A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724.
- Kale, E. ve Pektaş, F. (2018). Person-job fit and innovative work behavior: The mediating role of job engagement. *Tourism and Development Studies*, 12(205), 205-222.
- Kamphorst, J.J.A. ve Swank, O.H. (2013). When Galatea cares about her reputation: How having faith in your workers reduces their motivation to shine. *European Economic Review*, 60, 91-104.
- Karagöz, Y. (2021). *SPSS – AMOS – META uygulamalı nicel – nitel – karma bilimsel araştırma yöntemleri ve yayın etiği*. 3. Baskı. Ankara: Nobel Yayınevi.

- Karakowsky, L., DeGama, N. ve McBey, K. (2012). Facilitating the Pygmalion effect: The overlooked role of subordinate perceptions of the leader. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 85, 579-599.
- Karataş, C.G. (2020). İşe adanmışlığın örgütsel adalet ve işten ayrılma niyeti ile ilişkisi: Bankacılık sektörü üzerine bir alan araştırması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Konya.
- Karatepe, O.M. ve Olugbade, O.A. (2009). The effects of job and personal resources on hotel employees' work engagement. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 504-512.
- Kaye, B. ve Jordan-Evans, S. (2001). Retaining Key Employees. *Public Management*, January/February, 6-11.
- Keleş, S. (2014). Aile şirketlerinde Y jenerasyonunun öz yeterlilik algısı ve işe adanmışlık ilişkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 5(11), 95-109.
- Kim, M.S., Kim, S.H., Koo, D.W. ve Cannon, D.F. (2017). Pygmalion leadership: Theory and application to the hotel industry. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 20(3), 301-328.
- Koçakgöl, S. (2020). İşgörenlerin motivasyon düzeylerinin iş doyumunu ve işten ayrılma niyeti üzerine etkisi: Yiyecek ve içecek işletmelerinde bir uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü*. Ankara.
- Korkmaz, S. (2017). İşe adanmışlığın örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinde kurumsal itibarın rolü: Havayolu şirketlerinde bir araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*. İstanbul.
- Koyuncu, M., Burke, R.J. ve Fiksenbaum, L. (2006). Work engagement among women managers and professionals in a Turkish bank: Potential antecedents and consequences. *Equal Opportunities International*, 25(4), 299-310.
- Leiter, M.P. ve Bakker, A.B. (2010). Work Engagement: A Handbook of Essential Theory and Research, A.B., Bakker ve M.P. Leiter (Eds.). *Work Engagement: Introduction* (s. 1-9). New York, Psychology Press.
- Livingston, J.S. (1988). Pygmalion in management. *Harvard Business Review*, September-October.
- Luecke, R. (2002). *Hiring and keeping best people*. 1.Baskı. Boston: Harvard Business School Press.
- Lum, L., Kervin, J., Clark, K., Reid, F. ve Sirola, W. (1998). Explaining nursing turnover intent: Job satisfaction, pay satisfaction, or organizational commitment?. *Journal of Organizational Behavior*, 19, 305-320.
- Manav, S. (2018). Yiyecek ve içecek işletmelerinde Pygmalion ve Golem etkisinin işgörenlerin davranışsal uyumu açısından değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Balıkesir.
- Manav, S. ve Köroğlu, Ö. (2019). Yiyecek İçecek İşletmelerinde Pygmalion ve Golem Etkisinin İşgörenlerin Davranışsal Uyumu Açısından Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 3-24.

- Mersinlioğlu Serin, G. (2022). Pygmalion algısının sağlık çalışanlarının zyeterlilik ve bireysel yaratıcılıkları üzerine etkileri: Bir kamu kurumu rneği (Yayımlanmamış Doktora Tezi). *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü*. Ankara.
- Mersinlioğlu Serin, G. ve ztrk, Z. (2022). Pygmalion algısının sağlık çalışanlarının zyeterlilik ve bireysel yaratıcılıkları üzerine etkileri: Bir kamu kurumu rneği. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 25(3), 565-590.
- Meydan, C. H. ve şeşen, H. (2015). *Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları*. 2.Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mowday, R.T., Koberg, C.S. ve McArthur, A.W. (1984). The psychology of withdrawal process: A cross-validated test of Mobley's intermediate linkages model of turnover in two samples. *Academy of Management Journal*, 27(1), 79-94.
- Okşit, . ve Kılıç, G. (2019). Hizmetiçi eğitimin örgütsel özdeşleşme ve işten ayrılma niyetine etkisi: Antalya'daki beş yıldızlı otel işletmeleri rneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 7(1), 46-70.
- zkalp, E. ve Meydan, B. (2015). Schaufeli ve Bakker tarafından geliştirilmiş olan işe angaje olma leğinin Türkçe'de güvenilirlik ve geçerliliğinin analizi. *İş, Güç, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 17(3), 4-19.
- Öztürk ifti, D. ve Erkanlı, H. (2020). Dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri çalışanlarının işe adanmışlık düzeylerinin demografik değişkenlere göre incelenmesi: Orta ve Doğu Karadeniz bölgesi rneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 11(2), 336-347.
- zyılmaz, A. ve Sner, Z. (2015). İşe adanmışlığın işyeri tutumlarına etkisi: Hatay'daki 9 işletmede yapılan ampirik araştırmanın sonuçları. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10(3), 143-164.
- Pelit, E. ve etin, A. (2020). Turizm işletmelerinde insan kaynakları yönetimi işlevi olarak insan kaynakları planlaması ve sorunlar üzerine bir değerlendirme. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 1268-1287.
- Poornima, S. C. ve Chakraborty, D. (2010). The dynamics of Pygmalion effect in organizations. *The IUP Journal of Soft Skills*, 4(1&2), 49-56.
- Price, J.L. (1997). Handbook of organizational measurement. *International Journal of Manpower*, 18(4/5/6), 305-558.
- Price, J.L. ve Mueller, C.W. (1981). A casual model of turnover for nurses. *Academy of Management Journal*, 24(3), 543-565.
- Raza, A. (2013). Leader-follower expectations: Pygmalion in management. *JISR Management and Social Sciences & Economics*, 11(2), 29-38.
- Reynolds, D. (2002). The good, the bad and the ugly of incorporating "My Fair Lady" in the workplace. *SAM Advanced Management Journal*, 67(3), 4+.
- Rich, B.L., Lepine, J.A. ve Crawford, E.R. (2010). Job engagement: Antecedents and effects on job performance. *Academy of Management Journal*, 53(3), 617-635.
- Roberts, D.R. ve Davenport, T.O. (2002). Job engagement: Why it's important and how to improve it. *Employment Relations Today*, 29(3), 21-29.

- Rusbult, C.E., Farrell, D., Rogers, G. ve Mainous III, A.G. (1988). Impact of exchange variables on exit, voice, loyalty, and neglect: An integrative model of responses to declining job satisfaction. *Academy of Management Journal*, 31(3), 599-627.
- Sabat, I.E., Goldberg, C., King, E.B., Dawson, J. ve Zhang, L. (2021). Pygmalion in the pipeline: How managers' perceptions influence racial differences in turnover. *Human Resource Management*, 60(4), 603-616.
- Saks, A.M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21(7), 600-619.
- Sari, M. (2022). Sağlık çalışanlarında Covid-19 kaygısının işten ayrılma niyetine etkisi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*. İzmir.
- Schaufeli, W.B. ve Bakker, A.B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: a multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 293-315.
- Schaufeli, W.B. ve Salanova, M. (2007). Managing Social and Ethical Issues in Organizations, S.W. Gilliland, D.D. Steiner ve D.P. Skarlicki (Eds.). *An emerging psychological concept and its implications for organizations* (s. 135-177). Charlotte, Information Age Publishing Inc.
- Schaufeli, W.B., Bakker, A.B. ve Salanova, M. (2006). The measurement of work engagement with a short questionnaire: A cross-national study. *Educational and Psychological Measurement*, 66(4), 701-716.
- Schaufeli, W.B., Salanova, M., Gonzáles-Romá, V. ve Bakker, A.B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3, 71-92.
- Sezgin, E.E. (2018) Çalışanların Pygmalion algısının motivasyon üzerindeki etkisinde özyeterlilik ve liderliğin aracı rolü: TRB1 bölgesi çalışanları araştırması, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Elazığ.
- Stumpf, S.A. ve Hartman, K. (1984). Individual exploration to organizational commitment or withdrawal. *Academy of Management Journal*, 27(2), 308-329.
- Sulaiman, W.S.W. ve Zahoni, N.A. (2016). Validation of the Utrecht work engagement scale (UWES) in the Malaysian context. *International Journal of Social Science and Humanity*, 6(9), 672-676.
- Şahin, F. (2011). Lider-üye etkileşimi ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki üzerinde cinsiyetin etkisi. *Ege Akademik Bakış*, 11(2), 277-288.
- Takawira, N., Coetzee, M. ve Schreuder, D. (2014). Job embeddedness, work engagement and turnover intention of staff in a higher education institution: An exploratory study. *SA Journal of Human Resource Management*, 12(1), 1-10.
- Tekingündüz, S. ve Kurtuldu, A. (2015). İşten ayrılma niyeti, iş tatmini, örgütsel bağlılık, liderlik ve iş stresi arasındaki ilişkilerin analizi: Bir hastane örneği. *International Journal of Human Sciences*, 12(1), 1501-1517.
- Tett, R.P. ve Meyer, J.P. (1993). Job satisfaction, organizational commitment, turnover

intention, and turnover: Path analyses based on meta-analytic findings. *Personnel Psychology*, 46, 259-293.

- Tuysuz, M. (2022). İnsan kaynakları yönetimi uygulamalarının çalışanların işten ayrılma niyetine etkisinde çalışmaya tutkunluğun rolüne yönelik bir araştırma (Yayımlanmamış Doktora Tezi). *Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*. İstanbul.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. 4.Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Wang, C., Xu, J., Zhang, T.C. ve Li, Q.M. (2020). Effects of professional identity on turnover intention in China's hotel employees: The mediating role of employee engagement and job satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 10-22.
- Weisberg, J. (1994). Measuring workers' burnout and intention to leave. *International Journal of Manpower*, 15(1), 4-14.
- Whitaker Shimko, B. (1989). Using positive Pygmalion to build your work force. *Cornell Hospitality Quarterly*, 30(3), 90-94.
- Williams, C.R. ve Livingstone, L.P. (1994). Another look at the relationship between performance and voluntary turnover. *Academy of Management Journal*, 37(2), 269-298.
- Wood, R. ve Bandura, A. (1989). Social cognitive theory of organizational management. *The Academy of Management Review*, 14(3), 361-384.
- Yalçın, E. (2019). Duygusal zekâ ile işe adanmışlık arasındaki ilişki: Kuşaklar bağlamında bankacılık sektöründe bir çalışma, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*. İstanbul.
- Yazıcıoğlu, İ. (2009). Konaklama işletmelerinde işgörenlerin örgütsel güven duyguları ile iş tatmini ve işten ayrılma niyetleri üzerine bir alan araştırması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(39), 235-249.
- Yücel, D. (2013). Pygmalion etkisi kapsamında yönetici beklentilerinin astlar tarafından algılanmasının astların performansı üzerindeki etkileri ve bir araştırma (Yayımlanmamış Doktora Tezi). *Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*. İstanbul.

Etik Kurul İzni

İskenderun Teknik Üniversitesi Etik Komisyonu'nun 30/04/2021 tarihinde E. 12514 onayı ile etik kurul izin belgesi alınmıştır.

Katkı Oranı Beyanı

Yazarlar araştırmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar Çatışması Beyanı

Çalışmanın yazarlar arasında veya herhangi bir kurum kuruluş ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.



JRTR

JOURNAL OF RECREATION AND TOURISM RESEARCH
ISSN: 2148-5321

KONYA ÖRNEĞİNDE BİSİKLET TURİZMİ

BICYCLE TOURISM IN THE CASE OF KONYA

Mustafa Alperen ÇİÇEK^a Saniye Gül GÜNEŞ^b

Özet

Günümüzde bir turizm etkinliği olarak da yaygınlaşan bisiklet kullanımı, 20'nci yüzyılın başlarından itibaren büyük ilgi görmeye başlamıştır. Avrupa'da her yıl 44 milyar Euro değere sahip 2,3 milyar bisiklet gezisi yapılmaktadır. Bisikletli turistlerin sadece gecelik konaklamalarıyla AB ekonomisine yaptığı getiri yıllık 9 milyar Euro'yu aşmaktadır. Bu araştırmada bisiklet turizmi gelişiminin destinasyonlar için önemini vurgulanması ve Konya'nın bisiklet turizmi potansiyelinin ortaya konması amaçlanmaktadır. Çalışmada, nitel araştırma kapsamında durum çalışması deseni kullanılmış ve görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Görüşmeler kapsamında Konya'nın bisiklet kullanımı ilgili yetkilileri, toplulukları ve diğer paydaşlarına yer verilmiştir. Çalışma sonucunda; Konya'nın bisiklet turizmi açısından yüksek bir potansiyele sahip olduğu; ancak önemli bir bisiklet turizmi destinasyonu haline gelebilmesi için tanıtım, pazarlama, bisiklet rotaları, bisiklet dostu tesisler gibi konularda daha etkin çalışmaların yürütülmesi gerektiği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bisiklet, Bisiklet Turizmi, Bisiklet Turisti, Bisiklet Dostu

Abstract

Nowadays, cycling has become widespread as a tourism activity and has attracted great interest since the beginning of the 20th century. Every year, 2.3 billion cycling trips worth €44 billion are made in Europe. The return to the EU economy from overnight stays of cycling tourists alone exceeds €9 billion annually. In this study, it is aimed to emphasize the importance of bicycle tourism development for destinations and to reveal the bicycle tourism potential of Konya. In the study, case study design was used within the scope of qualitative research and interview technique was utilized. Konya's cycling authorities, communities and other stakeholders were included in the interviews. As a result of the study, it was concluded that Konya has a high potential in terms of bicycle tourism, but more effective studies should be carried out on issues such as promotion, marketing, bicycle routes, bicycle friendly facilities in order to become an important bicycle tourism destination.

Keywords: Bicycle, Bicycle Tourism, Bicycle Tourist, Bicycle Friendly

Makele Geliş Tarihi: 17.05.2024 Makale Kabul Tarihi: 27.06.2024

Sorumlu Yazar (Corresponding Author): Mustafa Alperen ÇİÇEK (mustafaalperencicek@gmail.com)

* Bu çalışma, birinci yazarın ikinci yazar danışmanlığında tamamladığı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

^a Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya/Türkiye (mustafaalperencicek@gmail.com), ORCID: 0000-0002-1913-7969

^b Kapadokya Üniversitesi, Mimarlık, Tasarım ve Güzel Sanatlar Fakültesi, Nevşehir/Türkiye (rosegunes@gmail.com), ORCID: 0000-0002-5004-6504

DOI: 10.5281/zenodo.12577679

1. Giriş

Her geçen gün gelişen ve büyüyen turizm sektöründe sürekli değişen seyahat şekilleri ve farklılaşan turist profillerinin etkisiyle birlikte çevreye duyarlı, açık alan ve doğanın ön planda olduğu birçok alternatif turizm çeşidi ortaya çıkmıştır. Bisiklet turizmi de bu bağlamda öne çıkan turizm çeşitlerinden biridir (Sağlam ve Kömürcü, 2021: 1355-1372). Bisiklet icadından bu yana çevreye duyarlı bir ulaşım aracı olması, fiziksel olarak aktif ve sağlıklı bir yaşama olanak sağlıyor olması ayrıca güvenli ve ucuz olmasıyla hızla ilgi görmeye başlamıştır. Sadece bir ulaşım aracı olarak değil bir turizm etkinliği olarak da yaygınlaşmaya başlayan bisiklet, yıllar içinde yaşadığı gelişmeler ile birlikte popülerlik kazanmıştır. İlk olarak 20'nci yüzyılın başlarında yaygınlaşan bisiklet turizmi her geçen gün ilgi görmeye devam etmektedir (Çelik Uğuz ve Özbek, 2018: 84-102; Dünder, 2022: 1609-1625).

Konya, Türkiye'nin en uzun bisiklet yolu altyapısı (595 km) ile bisiklet kullanımı konusunda öne çıkan şehirlerinden birisidir. Coğrafi yapısı nedeniyle düz bir yapıya sahip olması, bisikletliler için kolay ulaşım sağlamaktadır. 2030 yılına kadar 780 km'ye çıkarılması planlanan bisiklet yolları bu alanda Konya'yı önemli yapmaktadır. Bisiklet ile ilgili haberlere sıklıkla başlık olan Konya, Türkiye'de en fazla bisikletin kullanıldığı şehir olarak bilinmektedir (Kınacı, 2019). Belediye tarafından da çokça desteklenen gelişim ve etkinlikler ile birlikte Konya'da 'bisiklet şehri' ibaresi şehrin çeşitli noktalarında sıkça görülmektedir. Bu anlamda özellikle son zamanlarda Konya'da bisiklet yollarının yanı sıra bisiklet etkinlikleri, festivaller gibi aktiviteler oldukça artmış durumdadır. Şehrin tanıtımına hizmet eden turistik müze veya tanıtım binalarında da bisiklete yer verilmektedir.

Tüm bu noktalardan hareketle çalışmada, Konya örneğinde bisiklet turizmi potansiyelinin ortaya konması ve bu konuda önemli bir destinasyon olabilmesi için önerilerin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca Türkiye'de bisiklet kullanımı ve bisiklet turizmine yönelik yeterli düzeyde çalışma olmadığından, bu alanda literatüre katkı sağlanması da araştırmanın bir diğer amacıdır. Çalışma kapsamında konu ile ilgili paydaşlardan oluşturulan katılımcılarla (Tablo 2) yapılan görüşme soruları şu şekildedir:

1. Türkiye'de hangi destinasyonlar bisiklet kullanımı açısından öne çıkmaktadır?
2. Konya bisiklet kullanımı açısından avantajlı bir kent midir? Neden?
3. Konya'da bisiklet kullanımını teşvik etmek açısından neler yapılabilir?

4. Konya'nın bisiklet turizmi potansiyeli hakkında düşünceleriniz nelerdir?
5. Konya'da bisiklet turizminin gelişimi açısından neler yapılmalıdır?
6. Konya'nın bisiklet turizmi açısından önemli bir destinasyon haline gelmesi durumunda ne tür etkiler (olumlu/olumsuz) oluşabilir?
7. Konya'da bisiklet dostu bir otel olmanın size sağladığı avantajlar nelerdir? Bu amaçla otelinize gelen turistlerin profili ve beklentileri nelerdir?
8. Bu kulüp/toplulukta yer alma nedeniniz nedir? Burada ne tür faaliyetler gerçekleştirilmektedir?

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Bisiklet Turizmi

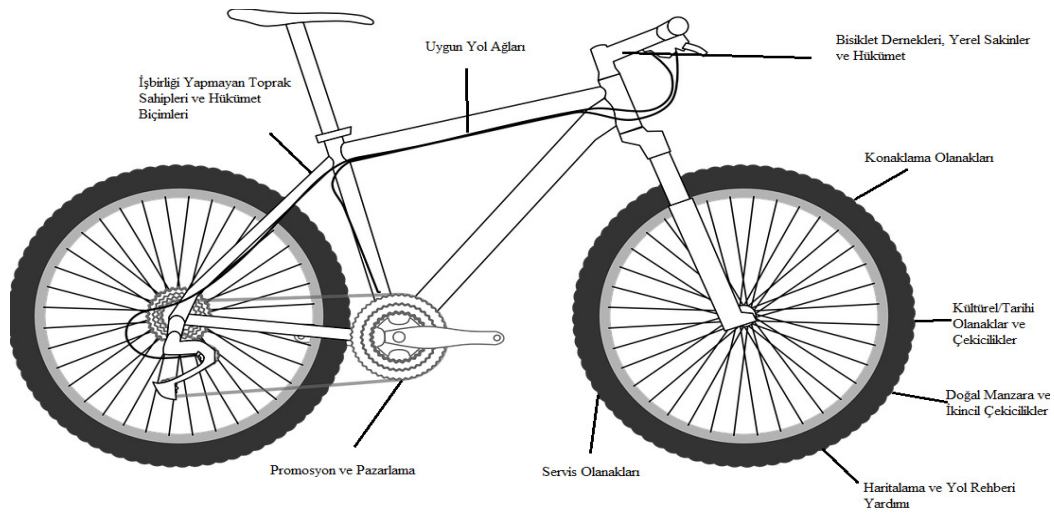
Bisiklet turizmi gerek uluslararası gerek ulusal alanda çeşitli akademisyenler tarafından tanımlanmıştır. Pratte (2006: 63) bisiklet turizmini, bu turizme ilgi duyan kişilerin genellikle hafta sonları yakın çevrelere yaptıkları, acenteler veya çeşitli topluluklar tarafından organize edilmiş kısa süreli turlar şeklinde tanımlamıştır. Bir başka tanıma bakıldığında Lamont (2009) bisiklet turizmini, temel faaliyeti bisiklet sürmek olan bir kişi veya grubun yaşadıkları yerden en az 40 km ya da 4 saat uzağa yapılan, günübirlik veya konaklamalı sürüşlerin tamamı olarak değerlendirmektedir. Bu tür etkinliklerde katılımcı olarak yer almanın yanı sıra, izlemek amacıyla etkinliğe katılan kişiler de bisiklet turizmi içerisinde değerlendirilmektedir. Örnek vermek gerekirse bisiklet sporu gelişmiş ülkeler için oldukça önemli bir spor dalıdır. Öyle ki dünyanın en fazla izleyici alan spor olaylarından biri dünyaca ünlü Fransa Bisiklet Turu yani Tour de France'dır. Bu tur dünya çapında en eski ve en uzun bisiklet turu olarak bilinmekte ve bir yöreyi, bir ülkeyi ve düzenlenen bazı büyük turlarında bir kıtayı dolaşmaktadır. Ayrıca Guinness Rekorlar Kitabında en uzun spor olayı başlığıyla yer edinmiştir (Sağlık, Sağlık, ve Kelkit, 2014: 84-90). Kapsayıcı bir tanım yapmak gerekirse, rekreasyonel bir spor aktivitesi olarak görülmesine ek olarak birçok turizm çeşidiyle de ilişkilendirilebilen bisiklet turizmi tatil, rekreasyon ve spor amaçlı seyahatler olarak tanımlanabilir. Bu seyahatler bir bisiklet kullanıcısı veya bisiklet etkinliği izleyicisi olarak gerçekleştirilebilmektedir (Pratte, 2006: 62-84; Lamont, 2009: 5-23; Türkmen ve Gökdemir, 2021: 19-32). Açık alanda, yolda veya özel hazırlanmış bir pistte, spor faaliyeti olarak bireysel veya grup olarak yapılan bisiklet turizmi tüm dünyanın benimsediği yeşil turizm anlayışına uygun olarak da öne çıkmaktadır. Genellikle doğa dostu eko-turizm faaliyetlerini yönelen turistler bisiklet

turizmi aktivitelerini tercih etmektedir (Sağlık, Sağlık ve Kelkit, 2014: 84-90).

Bisiklet turizmi küçük ölçekli yapısıyla sürdürülebilirliğe hitap eden bir turizm çeşididir. Önümüzdeki yıllarda bir özel ilgi turizmi türü olarak daha popüler hale gelmesi beklenen bisiklet turizminin, ülke ekonomisine önemli katkı sağlayacağı tahmin edilmektedir. Bisiklet turizmi Avrupa ülkelerinde ekonomiye yaptığı katkıların dışında çevre dostu ulaşımın ve sağlıklı bir yaşam tarzının farkındalığı açısından oldukça önemlidir (Aşan, 2022: 44-57).

Bisiklet turizminin ekonomik faydalarının yanından çevresel ve sosyal olarak da faydaları olmaktadır. Benzer alanlara ilgi duyan insanlar arasında etkileşim oluşumu sağlamaktadır. Ayrıca sağlık açısından da obezite ile mücadele gibi konularda farkındalık yaratmaktadır. Çevresel kirliliğe yol açmayan bir ulaşım aracı olarak da oldukça önemlidir. Bisiklet aktivitelerine katılan turistler profilleri itibariyle doğa dostu faaliyetlere daha çok ilgi göstermektedir (Aylan, 2021: 1388-1403). Bisikletin kendisi zaten neredeyse emisyonstuzdur. Çoğu bisikletçi günlük yolculuklarında doğrudan başlangıç noktasından bisiklete binmeye başlamaktadır. Ancak çok tercih etmeseler de bazı durumlarda hedefe ulaşmak için motorlu taşıma araçları kullanılmaktadır. Bu taşıma araçları rotadaki hava kalitesini direkt olarak etkileyip varış noktalarındaki kirliliğe ve tıkanıklığa olumsuz açıdan katkıda bulunmaktadır. Weston vd., (2012) araştırmalarında ortalama olarak, bisikletçilerin daha çevre dostu ulaşım kullanma ve hedeflerine daha kısa mesafelerde seyahat etme eğiliminde olduklarından, bisiklet turizminin tatili başına emisyonların diğer tatillerden çok daha az olduğunu ortaya koymaktadırlar (Weston vd., 2012). Artan boş zaman ile birlikte rekreasyon ve turizm faaliyetlerinde yaygınlaşmaya başlayan bisiklet turizmi, gördüğü talep nedeniyle turistik ve boş zamana yönelik hizmet veren kurumların bu yönde ürünler ve hizmetler oluşturmaya başlamasına sebep olmuştur. Böylece turistik bir pazara dönüşen bisiklet etkinlikleri politik çevrenin de dikkatini çekerek altyapı destekleri almaya başlamıştır. Bisiklet turizminin gelişmesinde birçok temel unsur bulunmaktadır. Bu temel unsurlar güçlü ittifaklar, pazar araştırmaları, kaliteli bisiklet dostu konaklama sağlayan işletmeler, etkili yürütülen tanıtım/pazarlama kampanyaları ve uygun bir fiziksel altyapıyla birlikte bisiklet turizmi öngörülen gelişim potansiyeline ulaşabilir. Belki de bisiklet turizminin başarılı bir şekilde gelişmesi için gerekli unsurları anlamının en iyi yolu, bir bisikletin üzerinde görmektir. Şekil 1’de görülen Uygun yol ağları fiziksel altyapının temelini oluşturmaktadır ve bisikletin iskeleti

olarak görülebilir. Bisiklet dernekleri, yerel sakinler ve hükümet turizm gelişimini yönünü belirleyen unsurlardır bu nedenle bisikletin gidonu olarak görülebilir. Konaklama olanakları, kültürel/tarihi olanaklar ve çekicilikler, doğal manzaralar süreç için hayati önem taşır ve bisikletin tekerleği olarak görülebilir. Tanıtım ve pazarlama çabaları gelişimi hızlandırır bu nedenle bisikletin pedalları olarak görülebilir. Son olarak ise iş birliği yapmayan toprak sahipleri, yerel toplumlar, bisiklet turizmini olumsuz etkileyecek hükümet politikaları negatif bir unsur olarak bisikletin frenleri olarak görülebilir (Pratte, 2006: 68).



Şekil 1. Bisiklet Turizmi Gelişiminin Temel Unsurları

Kaynak: Pratte, 2006: 68

Bisiklet turizmi kapsamında yapılan aktivite ve etkinlikler yerel ekonomiye olumlu katkılar sağlamaktadır. Bu aktivite ve etkinliklerin hem katılımcıları hem de izleyicileri bu ekonomik katkıya doğrudan pay sağlamaktadır (Aylan, 2021: 1388-1403). Bisikletin özellikle Avrupa ülkelerinde ekonomiye yaptığı katkılar inanılmaz sayılara ulaşmaya başlamıştır. Avrupa'da her yıl yaklaşık 2,3 milyar bisiklet gezisi yapılmakta ve bu gezilerin yıllık değeri 44 milyar Euro'nun üzerinde seyretmektedir. Her yıl 20,4 milyon bisiklet turisti gezileri sırasında bir veya daha fazla gece konaklama yapmakta ve sadece bu gecelik konaklamalar AB ekonomisine yılda 9 milyar Euro kazandırmaktadır (Sutton, 2020). Bu büyüklükte bir pazarın doğru yönetilmesi ve kalite standartlarının belirlenmesi gerekmektedir. Bu bağlamda EuroVelo oldukça önemlidir. Avrupa kıtasının tamamını birbirine bağlamayı amaçlayan bir bisiklet rotası ağı olan ve günümüzde ise güncel rota sayısı 17'ye ulaşan EuroVelo 45.000 km' den fazla bisiklet yoluna sahiptir (EuroVelo, 2023). ENVERÇEVKO (Enerji Verimliliği ve Çevre Koruma Derneği) tarafından

koordine edilen EuroVelo Türkiye, Türkiye'nin EuroVelo bisiklet ağına bağlanmasına yönelik çalışmalarıyla tanınmaktadır. Ayrıca, EuroVelo ağının Türkiye kısmının geliştirilmesinde görevli olmak üzere İzmir ve İstanbul'da EuroVelo koordinasyon ekipleri bulunmaktadır. Avrupa ve Asya kıtaları arasında geçiş güzergahı olan Türkiye, özellikle uzun mesafe seyahat edenlerin en popüler seyahat destinasyonlarından biri olarak bilinmektedir. Türkiye, planladıkları tura Avrupa'dan başlayıp Orta Doğu, Orta Asya ve Uzak Doğu gibi konumlara geçiş yapmak isteyen uzun yol gezginleri için en iyi seçenek olarak görülmekte ve önemini korumaktadır (EuroVelo, 2023).



Şekil 2. Türkiye'nin Bisiklet Ağı Anadolu Koridoru ve Kıyı Koridoru

Kaynak: Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2023

Şekil 2'de verilen Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı tarafından hazırlanan Türkiye güzergahlardan harita üzerinde mavi renkle verilen Anadolu Koridoru'nun amacı, İç Anadolu Bölgesi'ndeki Kapadokya ve Konya gibi turistik destinasyonları Marmara Bölgesi'ne bağlamaktır. Kırmızı renkle verilen Kıyı koridorunun amacı ise EuroVelo'nun Türkiye güzergahının genişletilmesi olarak tanımlanabilir. Bu adımların ardından hedef, ağı daha da genişleterek İran'dan Asya'ya ve Orta Doğu bölgesine ulaşmak olarak ifade edilmektedir (Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2023; Güvenç, 2022: 48-49).

Aktif veya pasif bisiklet sürmek amacıyla seyahat eden veya gezisi sırasında bisiklet kullanımına katılan turiste genel olarak bisiklet turisti denilebilir (Güvenç, 2022: 30-31). Bisiklet turist profilinin iyi bilinmesi, turizm sektöründe ürün ve hizmet sağlayıcıların bisiklet turizminin gelişmesini sağlayacak politikalar geliştirmelerine yardımcı ve karar

vericilere yol gösterici olacaktır (Aşan, 2022: 44-57). Bisiklet turizmi yapan turistlerin en önemli odak noktalarından birinin doğayı deneyimlemek olduğu söylenebilir. Bisiklet turistleri doğayla yakınlaşmayı severler ve bu amaca ulaşmak için daha rahat ve daha yavaş seyahat etme eğilimindedirler. Bu nedenle dağ bisikleti, grup turları ve rekabetçi etkinlikler gibi bisiklet turizmi faaliyetleri, doğayı deneyimleme fırsatı sunarak daha fazla turist çekmektedir. Öte yandan doğayla daha iç içe olan bir turistin, doğa deneyimine duyarlı olması nedeniyle bisikletli bir tura katılma ve bisiklet dostu işletmeleri tercih etme olasılığı daha yüksektir (Dündar, 2022: 1609-1625). Bisiklet turizmi açısından oldukça önemli olan “Bisiklet Dostu İşletmeler” ise, bisiklet kültürünü benimseyen ve bisiklet turizmine destek olan işletmeler olarak tanımlanabilir. Bu işletmeler daha yaşanılabilir bir şehir amaçlar; konuklarına özel indirimler, kampanyalar düzenleyip, işletme içi fiziki değişikliklerle bisiklete yer sağlarlar. Ayrıca, hem yönetici hem de personel bakımından bisikletli müşterilerin ihtiyacına yönelik bilgi birikimine sahip olmalıdırlar (Otuzbeşlik, 2017). Bisiklet dostu işletme olmanın belli asgari kriterleri bulunmaktadır. Bu kriterler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Bisiklet Dostu Konaklama Tesisi Zorunlu Asgari Hizmetler

SIRA NO	HİZMET TANIMI
1.	İşletmenin bisiklet dostu bir politikası bulunmakta ve bu politikaya ilişkin uygulamalar işletmenin web sitesinde duyurulmaktadır.
2.	İşletmenin bulunduğu bölgenin bisiklet rotaları hakkında bilgi sahibi olan personel istihdam edilmektedir.
3.	İşletme resepsiyon alanında, bölgenin kültürel, tarihi ve doğal kaynaklarını içeren bölgesel bisiklet rotalarının haritaları ve güzergahları hakkında yazılı, görsel veya dijital bilgiler bulundurmaktadır.
4.	İşletme güncel hava ve yol durumu hakkında sürekli bilgi sağlamaktadır.
5.	İşletme, bisikletlerin park edilmesi ve güvenliğinin sağlanması için bir gözetleme kamerasıyla izlenen kapalı bir bisiklet garajı veya bisiklet park alanı bulundurmaktadır.
6.	İşletme bisikletlerin temizlenebilmesi için araç/gereçleri olan ve işaretlenip tanımlanmış bir alan bulundurmaktadır.
7.	İşletme müşterileri için bisiklet tamirine yönelik temel bakım/onarım araçları bulundurmaktadır. Örneğin; yedek lastik, yedek zincir, lastik pompası, anahtar takımı gibi.
8.	İşletme, müşteriye 7/24 hızlı çamaşır yıkama ve kurutma hizmeti sunmaktadır ya da müşterinin kendi kullanabileceği yıkama ve kurutma makineleri bulundurmaktadır.

9. Restoran veya kahvaltı salonu olan işletmelerde bisikletçiler için özel menü hazırlanmakta ve menünün içerdiği besin değeri hakkında bilgi verilmektedir.
10. Restoranı bulunan işletmelerde, bisikletçinin isteği üzerine paket şeklinde hızlı tüketilebilecek karbonhidrat ve protein ağırlıklı kumanya sunulmaktadır.
11. Yüksek karbonhidrat içeren içeceklerle birlikte bisiklet üzerinde hızlıca tüketilebilecek enerji jelleri veya enerji barları bulundurulmaktadır.

Kaynak: Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı, 2023

Yukarıda belirtilen asgari kriterleri sorunsuz bir şekilde yerine getiren tesisler sonrasında ‘İlave Hizmetler’ olarak belirtilen şartların puanlamasıyla belgelendirilmektedir.

3. Yöntem

Araştırmalar yapılırken doğru ve anlamlı sonuçlara ulaşabilmek için uygun yöntem, analiz ve programlarının belirlenmesi, araştırmanın sağlıklı ilerleyebilmesi ve literatüre gerçek manada katkı sunabilmesi için doğru tespit edilmesi gerekmektedir (Arıcan, 2022, 63-66).

Türkiye’de bisiklet turizmine yönelik yeterli düzeyde çalışma olmadığı için konunun detaylı bir şekilde incelemesi gerekmektedir. Bu amaçla çalışmada nitel araştırma desenlerinden durum çalışması deseninin kullanıldığı ifade edilebilir. Nitel araştırma tekniklerinde üç farklı türde bilgi toplanmaktadır. İlk bilgi çevresel bilgidir ve kültürel, demografik ve fiziksel özellikleri içerir. İkincisi, süreçle ilgili bilgidir. Bu, araştırma sürecinde neler olduğu ve bunun incelenen grupları veya bireyleri nasıl etkilediği hakkında bilgilerdir. Üçüncü bilgi ise algılara ilişkin bilgilerdir. Ana veri toplama tekniği olarak görüşme tekniği kullanılmıştır. Çalışma grubunun seçiminde ise amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemin kullanılmasındaki amaç örneklem oluşturmak ve bu örnekleme çalışılan probleme taraf olabilecek bireylerin çeşitliliğini maksimum derecede yansıtmaktır.

Asıl görüşmeler öncesinde katılımcılarla (Tablo 2) bir ön görüşme gerçekleştirilerek çalışmanın ana hatlarından bahsedilmiş ve katılımcı beyanlarına göre uygun randevu günü alınmıştır. Belirtilen randevu tarihlerine göre katılımcılarla 29.08.2023-29.11.2023 tarihleri arasında görüşmeler, yüz yüze ve çevrimiçi olarak gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara gönüllü onam formu da sunulmuştur. Görüşmeler esnasında araştırma sorularına ilaveten katılımcıların konu ile ilgili eklemek istedikleri diğer hususlar da not alınmıştır.

Tablo 2: Katılımcı Listesi

Katılımcı 1	Konya Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü Spor Hizmetleri Müdürü
Katılımcı 2	Konya Bisiklet Topluluğu Üyesi
Katılımcı 3	Konya Bisiklet Topluluğu Yönetici Üyesi
Katılımcı 4	Gezenbilir Bisiklet Topluluğu Genel Başkanı
Katılımcı 5	Gezenbilir Bisiklet Topluluğu Üyesi
Katılımcı 6	Beyşehir Kültür ve Turizm Derneği Başkanı
Katılımcı 7	Bisiklet Spor Antrenörü ve Amatör Bisiklet Sporcusu
Katılımcı 8	Bisiklet Bloğu Yazarı ve Bisiklet Turisti
Katılımcı 9	Dedeman Konya Hotel &Convention Center Satış ve Pazarlama Yetkilisi
Katılımcı 10	Dedeman Konya Hotel &Convention Center Rezervasyon Yetkilisi
Katılımcı 11	Profesyonel Milli Bisiklet Sporcusu ve Eski Bisiklet Federasyonu As Başkanı

Çalışma kapsamında Konya’da bisiklet kullanımı ve bisiklet turizmi konusu ile ilgili paydaşları (Bakanlık, Dernek ve Topluluklar, Sporcular, Yazarlar, Konaklama İşletmeleri, Bisiklet Turistleri gibi) temsil ettiği düşünülen toplam 11 katılımcıyla görüşme yapılmıştır. Bunlar içerisinde, Konya’nın mevcut bisiklet turisti durumunun ortaya konması amacıyla; ilin tek bisiklet dostu oteli olan Dedeman Konya Hotel & Convention Center’den temsilcilerde yer almaktadır.

Görüşme tekniği nitel araştırmalarda en çok kullanılan tekniklerden biridir ve bu teknik etkileşim ve iletişim yoluyla bir konuya ilişkin deneyimlerin, gözlemlerin, tutumların, yorumların ve tepkilerin detaylı bir şekilde ortaya çıkarılmasında kullanılabilir. Veri toplamak için görüşme tekniklerini kullanırken, görüşme yapılması gereken toplam katılımcı sayısına ilişkin kesin bir rakam bulunmamaktadır. Görüşme sürecinde çok fazla katılımcıya ulaşmayı hedeflemenin hatalara yol açabileceği de unutulmamalıdır. Görüşmenin niteliğinin katılımcı sayısından daha önemli olduğunu, görüşmelerin tek bir katılımcıyla dahi yapılabileceği söylenebilir. Bu bilgiyle tutarlı olarak çalışma kapsamında yapılan görüşmelerde tekrarların olması veri doygunluğuna ulaşıldığını göstermektedir. Doygunluk, görüşme sırasında yeterli bilginin mevcut olduğu zamandır. Diğer bir örnek ise, bir katılımcının önceki katılımcının fikir ve görüşlerini tekrarlaması ve önceki katılımcıdan farklı bilgiler vermemesidir.

Görüşme formu görüşmeci ve katılımcıya esneklik sağlayacak şekilde "yarı yapılandırılmış" bir şekilde tasarlanmıştır. Oluşturulan görüşme formunda demografik sorular dışında, araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanmış ve çalışmanın giriş bölümünde yer verilen toplam sekiz soru yer almaktadır.

Görüşmeye yönelik soru havuzunun oluşturulmasında öncelikle literatürden faydalanılmıştır. Bu amaçla konu ile benzerliği olan bilimsel çalışmalar incelenmiş ve gerçekleştirilmesi planlanan çalışma ile benzer niteliklere sahip 17 adet çalışma belirlenmiştir. Daha sonra, 17 çalışmadan 5 tanesinin (Aşan, 2019; Güvenç, 2022; Soyalp, 2017; Sağlam ve Kömürcü 2021; Lorasokkay ve Ağırdır, 2011), üzerinde çalışılan konunun hedefleriyle örtüşen sorulara sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmalarda yer alan sorulardan soru havuzu oluşturulmuş ve uzman görüşü doğrultusunda son şekli verilmiştir.

Araştırma alanı olan Konya, Türkiye’de bisiklet kültürünün en eski ve kullanımının en yaygın olduğu şehirlerden biri olarak bilinmektedir. Konuya ilişkin yerel yönetimlerin desteği ve teşvik edici çalışmaları da düşünüldüğünde, görüşmelerin yanı sıra çalışmanın bulgularına katkı sağlanabilmesi amacıyla saha gözleminden de destekleyici veri toplama yöntemi olarak yararlanılmıştır.

Gözlemler birçok çalışmada farklı amaçlarla kullanılabilir. Genellikle araştırmanın ilk aşamalarında başlangıç hipotezlerini oluşturmak için keşif amacıyla kullanılır. Özellikle gözlemler, elde edilen diğer bilgilerin desteklenmesine ve/veya tamamlanmasına yardımcı olabilir. Gözlem, bir çalışmada tek başına birincil veri toplama aracı olabileceği gibi, çeşitli veri toplama araçlarıyla birlikte de kullanılabilir. Gözlemsel çalışmalar kelimelerle ifade edilmeyen yönler odaklanma eğilimindedir. Bu yaklaşımıyla gözlemler, bazen diğer yöntemler kullanılarak elde edilen bilgilerle çelişebilmektedir ancak gözlem yönteminin sözlü olmayan davranışların gözlemlenebilmesi ve doğal ortamda gerçekleştirilmesi gibi avantajları bulunmaktadır.

4. Bulgular ve Yorumlar

Araştırmanın bu bölümünde yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular ve saha gözlemlerine yer verilmiştir. Katılımcılara yöneltilen birinci soru ‘‘Türkiye’de hangi destinasyonlar bisiklet kullanımı açısından öne çıkmaktadır?’’ şeklindedir. Bu sorunun amacı katılımcı görüşlerine göre Konya’nın bisiklet şehri dendiğinde akla gelen şehirlerden biri olup olmadığıdır. Katılımcı cevapları incelendiğinde Konya bisiklet kullanımı için öne çıkan şehirlerden biridir yargısına varılabilmektedir.

Katılımcılara yöneltilen diğer bir soru ‘‘Konya bisiklet kullanımı açısından avantajlı bir kent midir? Neden?’’ şeklindedir. Bu sorunun amacı Konya’nın bisiklet kullanımı açısından avantajlarını ve dezavantajlarını görmektir. Katılımcıların soruya verdikleri

yanıtlara bakıldığında, Konya'nın bisiklet kullanımını açısından en avantajlı kentlerden biri olduğu görüşüne varılmıştır. Nedenine gelindiğinde ise alınan cevaplar şu şekildedir;

1. Coğrafi yapısı gereği düz bir şehir olması,
2. Bisiklet yollarının nicelik ve niteliği,
3. Toplu taşımalarda bisikletlilerin fazlasıyla düşünülmesi,
4. Tarihi ve kültürel alanlarına kolay ulaşım sağlanabilmesi,
5. Halka açık parklarda bulunan bisiklet parkurları,
6. Teşvik ve eğlence amaçlı düzenlenen festival ve etkinlikler.

Verilen cevaplar katılımcıların ortak ve yakın cevaplarından derlenerek oluşturulmuştur. Katılımcılara yöneltilen bir diğer soru “Konya’da bisiklet kullanımını teşvik etmek amaçlı neler yapılabilir?” şeklindedir. Bu sorunun amacı katılımcıların bakış açısı ile bisiklete teşvik edecek yolları görmek ve incelemektir. Dünyanın dört bir yanındaki çalışanlar için işe gitmek, sabah trafiğinde yol almak, kalabalık toplu taşıma araçlarında yer kapmak için mücadele etmek ve genellikle ayakta durmak anlamına gelmektedir. Bu nedenle Avrupa’da giderek daha fazla çalışan, kişisel araçlarını ve toplu taşımayı bırakıp bisiklete binmektedir. Dünya’da bisiklet kullanımını teşvik etmek amaçlı birçok ülkenin çalışmaları bulunmaktadır. Bunlardan bazıları şu şekildedir (Euronews, 2023);Avrupa'nın belki de en çok bisiklete binen ülkesi olan Hollanda' da her kişi günde ortalama 2,6 km bisiklet sürmektedir. Yakın zamanda yapılan bir bilimsel çalışma, Hollanda örneğinin küresel olarak uygulanması durumunda küresel karbon emisyonlarının yılda 686 milyon ton azalacağını göstermektedir. Bu sayı İngiltere'nin toplam karbon emisyonundan daha fazladır. Hollanda hükümeti bisiklet kullanımını artırmak amaçlı bisikletçilere ‘kilometre ödeneği’ sunmaktadır. Bu sağlıklı alışkanlığı teşvik etmek için şirketler bisikletçilere kilometre başına 19 sent ödeme yapmaktadır. Bu miktar aynı zamanda vergiden muaf tutulmaktadır. İlk zamanlarında çalışan kişilerin araç yakıt maliyetlerini karşılamayı amaçlayan bu ödenek, zamanla bisiklet kullanıcılarını kapsayacak şekilde geliştirilmiştir. Bu kapsamda haftanın 5 günü işine bisikletle giden ve günde ortalama 10 kilometre yol yapan bir çalışanın yıllık ortalama tasarruf miktarı 450 Euro gibi azımsanmayacak bir ücreti aşmaktadır. İtalya’da bisiklet alınması için devlet yardımları uygulanmaktadır. Ayrıca yine aynı şekilde işe bisikletle giden çalışanlara kilometreye göre ödenek sağlanmaktadır. Lüksemburg’da ise kilometre ödeneği olmamasına rağmen

iş e ulaşımını bisikletle sağlayan kişiler yeni bir bisiklet alacakları zaman 300 Euro'ya kadar vergi indirimi uygulanmaktadır. Birleşik Krallık bir başka örnek olmakla beraber işverenler çalışanlarına bisiklet satın alımında yardımcı olmakla mükelleftir ve bisiklet fiyatının %32'lik kısmı vergi indirimine dahil edilmektedir. Belçika'da Hollanda'ya benzer bir teşvik sistemi uygulamaktadır. İş yerlerine bisikletle ulaşım sağlayan çalışanlara kilometre başına 27 sent ödeme yapılmaktadır. Yeni duyurulan habere göre ise 2025 yılında bu ödemenin 35 sente çıkarılacağı bildirilmektedir. Belçika'nın önde gelen dergisi Brüksel Times'ın 2023 yılında yayımlanan araştırmasında her 6 çalışandan biri ofise bisikletle giderek bisiklet teşvik programından yararlanmaktadır. Bisiklet teşviklerinin henüz test aşamasında olduğu Fransa'da toplam 18 firmada uygulanan pilot uygulamanın oldukça ilgi gördüğü söylenmektedir. Kilometre başına 25 sent ayırmaya çalışan Fransa'da yıllık ödenek en fazla 200 Euro olarak belirlenmiştir. Bu 18 firmada iş e bisikletle gelen çalışan sayısında yüzde 50 oranında artış olduğu tespit edilerek teşvik programının olumlu sonuçlar verdiği görülmektedir(The Brussels Times, 2023).

Araştırma kapsamında yöneltilen 'Konya'da Bisiklet Kullanımını Teşvik Etmek Açısından Neler Yapılabilir?' sorusuna da katılımcılardan ödenek sistemine yönelik benzer cevaplar alınmıştır;

“Bisiklete teşvik etmek için Hollanda, Belçika ve diğer Avrupa ülkelerinin uyguladığı şekilde işine veya okuluna bisiklet ile ulaşım sağlayan kişilere ufak ölçekli de olsa ücretli ödüllendirmeler yapılması.” (Katılımcı 2)

“İşine bisiklet ile gelip giden çalışanlar için şirket ve kurumların çalışanları için bisiklet temin etmesi ve devletin de vergi indirimi gibi bir takım teşviklerle bunu desteklemesi.” (Katılımcı 3)

Bisiklet turizminin bir bölgede istenilen düzeyde gelişebilmesi için açıkça tanımlanmış bisiklet yolları gibi altyapı ve üst yapılara da ihtiyaç vardır. Bu koşullar daha sonra muazzam bir siyasi güç gerektirmektedir. Aynı şekilde bisiklet turizmi, doğal güzellikler ve manzaraların yanı sıra kaliteli hizmet veren konaklama tesislerine ihtiyaç duyarken, bisiklet kiralama ve transfer işlemleri için ulaşım firmaları da önem taşımaktadır (Türkey ve Atasoy, 2020: 50-69).

Araştırma kapsamında yöneltilen 'Konya'da Bisiklet Turizminin Gelişimi Açısından Neler Yapılmalıdır?' sorusuna da bazı katılımcılar aşağıdaki benzer cevapları vermiştir;

“Bisiklet turizminin gelişimi konusunda, ilk önce buna bürokrat kesim inanmalı, kararlı

bir duruş sergilenmeli ve siyasi hedef yapılmaksızın desteklenmelidir.’’ (Katılımcı 1)

‘‘Bir şehirde ya da ülkede bisiklet turizminin istenilen seviyeye gelebilmesi için ülkenin ve şehrin alt yapısı ve iyi belirlenmiş bisiklet rotaları gibi üst yapının olması gerekmektedir. Daha sonra bu koşulların ardından büyük bir siyasi güce ihtiyaç duyulmaktadır. Bisiklet turizminden bahsetmek için doğal çekiciliğin, manzaranın yanı sıra kaliteli hizmet veren konaklama tesisleri, bisiklet kiralama önemli hususlardandır. Ülkemizde göze çarpan en önemli eksiklik ise iyi bir bisiklet rotalarının, kaliteli hizmet veren konaklama tesislerinin olmaması. Ayrıca özele indirdiğimizde de ülkemizdeki olan sorunların benzeri Konya için de benzer olduğu görülmektedir.’’ (Katılımcı 7)

Ayrıca konuyla ilgili bazı katılımcılar şu şekilde cevap vermişlerdir;

‘‘Mesire ve ören yerlerinde bisiklet festivalleri gibi etkinlikler düzenlenerek halk da dahil edilebilir.’’ (Katılımcı 2)

‘‘Bisikletli zabıta ekibi kurulmalıdır. Bunlar tamamen kadrolu zabıta personelinden ayrı tutularak görevlendirilmelidir. Görevlendirilen bu zabıta ekipleri özenle seçilmeli ve mümkünse her gün bisikletini kullanan birileri olmalı. Seçilen bu ekibin, trafikte bisiklete ve bisiklet yoluna saygı göstermeyen taciz eden insanlar için fotoğraf, video kaydı, araç plakası gibi belgelerle kanıtlanmış bir şekilde cezai yaptırım uygulaması gerekmektedir.’’ (Katılımcı 3)

‘‘Şehir dışından gelen arkadaşların konaklayabilmeleri için kamp alanlarının hazırlanması, bisikletle gidilebilecek doğa, kültürel yerlerin tanıtımı amaçlı broşür hazırlanması ve yol güzergah krokilerinin oluşturulması, konaklayan kişilere müze, ören yerlerine ücretsiz veya indirimli bilet hakkı verilmesi, mevcut bisiklet dernekleri ve belediyeler öncülüğünde şehrimizin tanıtımı amaçlı bisiklet festivali düzenlenmesi bisiklet turizminin gelişini açısından fayda sağlayabilir.’’ (Katılımcı 5)

Bisiklet turizminin dinamizmi nedeniyle karbon emisyonlarını azaltması, yeni istihdam sektörleri yaratması, turizm ürünleri çeşitliliği sağlaması ve destinasyonları geliştirmesi yoluyla özellikle kırsal kalkınma üzerinde çok önemli bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Bisiklet turizminin çevresel, ekonomik ve sosyal olarak farklı etkisi bulunmaktadır.

Araştırma kapsamında yöneltilen ‘Konya’nın bisiklet turizmi açısından önemli bir destinasyon haline gelmesi durumunda ne tür etkiler (olumlu/olumsuz) oluşabilir?’ sorusuna da bazı katılımcılar aşağıdaki cevapları vermiştir;

“Şehirde bisiklet turizminin büyümesi ve gelişmesi pek çok alanda şehrin gelişimine katkı sağlayacaktır. Özellikle ekonomik alanda katkısı yadsınamaz. Şehrin alt yapı ve üst yapısının gelişimine büyük katkı sağlayarak şehrin popülerliğinin arttıracaktır. Çevre düzenlemelerinde bisikletlinin ihtiyaçları da göz önüne alınarak düzenleme yapılacaktır. Ayrıca bu düzenlemeler şehrin daha fazla bisiklet üretmesine etki ederek, bu sektörde çalışanların sayısının artmasına sebep olacaktır. Dolayısıyla şehirde bisikletli sayısı da giderek artacak, bisikletli sayısının artması araç trafiğinin azalmasına neden olacaktır.”

(Katılımcı 7)

Katılımcılara yöneltilen diğer sorulardan “Konya’nın bisiklet turizmi potansiyeli hakkında düşünceleriniz nelerdir? ve Konya’da bisiklet turizminin gelişimi açısından neler yapılmalıdır?” sorularına gelen cevapların çoğunluğu olumlu olsa da birçok katılımcının her iki soruda da verdiği ‘Bisiklet Dostu Konaklama Tesisleri Eksikliği’ cevabı Konya’nın bisiklet turizmi açısından en büyük eksiklerinden birine dikkat çekmektedir. Sürdürülebilir turizm kapsamında Türkiye, bisiklet turizmini teşvik etmek amacıyla ‘Bisiklet Dostu Konaklama Tesisleri Sertifikası’ adıyla bir dizi şartları yerine getiren otelleri belgelendirmektedir (Cycling, 2023). Türkiye’deki bisiklet dostu konaklama tesislerinin şehirlere göre dağılımı ise şu şekildedir;

Tablo 3: Türkiye’de Şehirlere Göre Bisiklet Dostu Otellerin Dağılımı

Şehir	Bisiklet Dostu Otel Sayısı
Antalya	20
İzmir	4
Bodrum	3
Bursa	2
İstanbul	1
Sakarya	1
Konya	1
Muğla	1
Afyon	1
Tokat	1
Eskişehir	1

Kaynak: Cycling, 2023

Tablo 3’de bisiklet dostu otel sertifikasına sahip otellerin Antalya ilinde yoğunlaştığı dikkat çekmektedir. Genellikle kıyı turizmi ile anılan, kültür turizminin arka planda kaldığı Antalya’da bisiklet dostu otel sayısının diğer şehirlerin toplamından daha fazla

olması dikkat çekicidir.

Konya'nın bisikletle ilk buluşması 1920'li yıllara dayanmaktadır. İlk zamanlar Konya halkı bisikleti 'şeytan vapuru' olarak adlandırmıştır. Bu isim bisikletin halk arasında olumsuz imajı ile ilişkilendirilmiştir. Bu olumsuz algı zamanla azalmış ve sebze küfeleri, süt güğümleri gibi ticaretlerinde kullandıkları malzemeleri bisiklet ile taşımaya başlamışlardır.

Konya halkı için günlük hayatta sadece bir ulaşım ve taşıma aracı vazifesi gören bisiklet daha sonrasında bir spor aracı olarak da görülmeye başlanmıştır. Konya'nın sahip olduğu düz arazi yapısı bisikletle bağdaşmış ve zamanla Konya'da yaşamın bir parçası haline gelmiştir. İlk başlardaki olumsuz algının yıkılması ile Konya'nın genç nesli bisiklet ile daha olumlu bir bağ kurmuştur. Kurulan bu bağ güçlenerek devam etmiş ve Şekil 3'de verildiği gibi Bisiklet Milli Takımı bir dönem antrenmanlarını Konya'da kampa girerek sürdürmüştür. Bu bağ bisiklet sporunun Konya'da önemli hale gelmesinde önemli rol oynamaktadır.



Şekil 3. Milli Takım Konya'da Kampta

Kaynak: Kayseri, 2015: 87

Konya, 1950'lerde bir "bisiklet şehri" olarak anılmaktaydı. Konya'nın bir bisiklet şehri olarak ünlenmesi ve Türkiye'nin ilk bisiklet arenasını Konya Veledromunun inşası arasında güçlü bir bağlantı vardır. Konya, bisiklet sporunun çeşitli ilklerinin deneyimlendiği yer olmakla birlikte, Türkiye'nin ilk veledrom pistine sahip olan şehridir. Temeli 1949 yılında atılan, 500 metre uzunluğunda ve 2.500 kişi kapasiteli Konya Şehir Stadyumu Veledromu tahta tribünlerin de yapılmasıyla 29 Haziran 1950'de hizmete açılmıştır ve ilk pist yarışlarının evi olmuştur. Türkiye birincisini belirleyen 1952 yılı bisiklet yarışı bu veledromda yapılmış ve ilerleyen zamanlarda 1985 Balkan pist şampiyonasına da ev sahipliği yapmıştır. Ancak Konya Şehir Stadyumu Veledromu

Avrupa’da yapılan 250 metrelik pist yarışlarının eğimine uymadığı için kabul görmemiş ve bu sebeple uluslararası pist yarışları Konya’ya hiç verilmemiştir. Yetkili makamlar, Konya'nın bir bisiklet şehri olmasında önemli rol oynayan veledromun UCI standartlarına göre yeniden inşa edilmesi konusunda karar almışlardır. Şekil 4’de verilen yeni olimpik veledrom 17 bin 600 metrekarelik alana inşa edilmiştir ve 2 bin 275 seyirci kapasitesine sahiptir. Türkiye’nin ilk ve tek olimpik veledromu olarak 9 Ağustos 2022’de başlayan 5. İslami Dayanışma Oyunları’nda ilk resmi bisiklet yarışlarına ev sahipliği yapmıştır (Atasoy, 2022: 65-75).



Şekil 4. Konya Olimpik Veledromun Projesi

Kaynak: Merhaba Haber, 2017

Konya Büyükşehir Belediyesi, Darü'l-Mülk Projesi kapsamında Konya'nın göbeği denilebilecek Kılıçarslan Meydanı'ndaki Vespit Müzesi'nin inşasını sürdürmektedir. Konya'da bisiklet kullanımını ve özellikle bisikletin tarihsel gelişimiyle birlikte Konya'da bisiklet yollarının gelişimini turistlere anlatabilecek bir mekan oluşturmak hedeflenmektedir. Vespit Müzesi içerisinde;

- Minyatür Bisiklet Sahneleri
- Bisikletin Tarihi Sergi Odası
- Bisikletin Mekanizması Sergi Odası
- Konya'da Bisiklet Temalı Sergi Alanı gibi bisikletin sanatla birleştiği ve hikâyesinin anlatıldığı birçok alanın yer alması planlanmaktadır (Haber Dairesi, 2023).

Konya Vespit Müzesi'nin projesi Şekil 5’de verilmiştir.



Şekil 5. Konya Velospit Müzesi'nin Projesi

Kaynak: Memleket, 2023

Konya 595 km ile Türkiye'nin en uzun bisiklet yolu altyapısına sahiptir. Konya'yı takip eden şehirler ise; Bursa, İstanbul ve Sakarya şeklindedir. Büyük şehirlerin %36'sında bisiklet yollarının uzunluğu 26-100 km, şehirlerin %46'sında ise 1-25 km arasındadır (WRI Türkiye, 2022).

Tablo 4: Şehirlere Göre Bisiklet Yolu Uzunlukları

Şehir	Bisiklet Yolu Uzunluğu (KM)
Konya	595
Bursa	368
İstanbul	314
Sakarya	169

Türkiye'de ilk kez T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı ile imzalanan Master Plan'ıyla Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) tarafından Uluslararası İdealkent Ödülü'ne layık görülen Konya, 595 kilometrelik bisiklet yollarının toplam uzunluğunu 2030 yılına kadar 780 kilometreye çıkaracağını bildirmiştir (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2021).

Bisiklet yollarının niceliği ve niteliği şüphesiz Konya'yı bisiklet konusunda avantajlı bir kent konumuna getirmektedir. Bazı katılımcılar, Konya bisiklet kullanımı açısından avantajlı bir kent midir? sorusuna istinaden görüşlerini şöyle ifade etmektedirler:

“Türkiye’de bisiklet kullanımı açısından bakıldığında Konya sahip olduğu bisiklet yolları ile bu soruya Evet’i en çok hak eden şehirlerden bir tanesi, Bisiklet yolları sayesinde otoyoldan olabildiğince kaçıyor ve güvenli bir şekilde ulaşım sağlıyoruz.”(Katılımcı 3)

“Konya diğer şehirlere nazaran düz bir coğrafi yapıya sahip olduğundan ve bisiklet

yollarının varlığından dolayı bisiklet sürmesi çok keyifli bir şehir, bu yüzden bu soruya Evet cevabını verebilirim.”(Katılımcı 4)

Katılımcı görüşlerinde dikkat çeken cevaplar Konya'nın sahip olduğu bisiklet yolları ve düz bir şehir olmasının yanı sıra Konya Büyükşehir Belediyesi'nin sağladığı bisiklet tramvayı ve otobüslere yerleştirilen bisiklet taşıma aparatları olmaktadır. Konya'yı bisikletliler için avantajlı bir kent haline getiren bu uygulamalar her geçen gün gelişme göstererek Konya'nın bir parçası olmaya devam etmektedir.

Konya Büyükşehir Belediyesi'nin son yıllarda yoğunlaştığı en önemli konularında başında bir 'bisiklet şehri' imajı yaratılması vardır. Sadece bisiklet yolları yaparak değil, çeşitli etkinliklere ev sahipliği yaparak, bisiklete dair gelişmeleri normal hayata adapte ederek de bu çalışmaya devam edilmektedir.

Konya Büyükşehir Belediyesi, 1992-2015 yılları arasında Konya'da trafikte olan ve "Bisiklet Tramvayları" olarak kullanılmaya başlanan nostaljik tramvayları bisikletlilerin hizmetine sunmuştur. Türkiye'nin ilk ve tek bisiklet tramvayının dünyada da başka bir örneği bulunmamaktadır. Ayrıca 2020 yılında bisiklet kullanımını artırmak amacıyla Konya'da otobüslerin arkasına bisiklet taşıma ekipmanları yerleştirilmiştir. İlk etapta 50 otobüsle başlatılan çalışmanın kısa sürede tüm otobüslere ulaşacağı bildirilmiştir. Ancak yoğun talep üzerine hemen hemen her otobüste uygulamaya başlayan bu uygulama Konyalılar tarafından büyük ilgi görmektedir(Anadolu Ajansı, 2020).



Şekil 6. Bisiklet Tramvayı



Şekil 7. Bisiklet Taşıma Aparatı

Kaynak: Anadolu Ajansı, 2020

Bisiklet tramvayı ve belediye otobüslerine yerleştirilen bisiklet taşıma aparatı hakkında katılımcıların da görüşlerine rastlanmıştır. Konya bisiklet kullanımını açısından avantajlı bir kent midir? sorusuna verilen evet cevabının bir nedenini katılımcı şöyle açıklamıştır; *‘‘Yolda kaldığımız zamanlarda bisiklet tramvayı ya da bisiklet taşıyıcısı bulunduran otobüsler sayesinde güvenli yere kadar bisikletlerimiz ile birlikte seyahat edebiliyoruz.’’*(Katılımcı 3)

Konya Büyükşehir Belediyesine ait Akıllı Şehir adlı uygulamada bisiklet kiralama işlemleri yapılabilmektedir.



Şekil 8. Bisiklet Kiralama İstasyonu



Şekil 9. Bisiklet Tamir İstasyonu

Kaynak: Konya Büyükşehir Belediyesi, 2023

Konya genelinde 80 noktada bulunan bisiklet kiralama istasyonlarından kredi kartı veya Konyakart ile bisiklet kiralama işlemi yapılabilmektedir. Kiralık bisiklet aynı istasyona veya başka bir istasyona teslim edilebilmektedir. Kiralama ve teslim alma işlemleri personele ihtiyaç duyulmadan istenildiği zaman gerçekleştirilebilmektedir. Sistemde 1000 adet akıllı bisiklet aktif halde bulunmaktadır. Bisiklet tamir gereçlerinin de bulunduğu akıllı bisiklet istasyonlarının yerleri de bu uygulamada gösterilmektedir. Ayrıca uygulama içinden kiralamaya uygun bisiklet olup olmadığı ve bisikletin teslim edileceği istasyonun boş olup olmadığı görüntülenebilmektedir (Konya Büyükşehir Belediyesi, 2020).

Konya'nın bisiklete dair en verimli gelişmelerinden biri olan bisiklet kiralama istasyonları ve hemen yanında bulunan bisiklet tamir istasyonlarını neredeyse şehrin her bölgesinde azımsanmayacak bir sıklıkla görmek mümkündür. Bisiklet tamir istasyonlarının sürekli faal olması ve belediye ekipleri tarafından gerekli denetiminin

yapılıp eksik araç/gereç olmamasına dikkat edilmesi istasyonların varlığı ve etkinliğini anlamlı kılmaktadır.

Konya'nın bisiklet toplulukları üyeleriyle yapılan görüşmelerde bisiklet tamir istasyonlarıyla ilgili bazı görüşlere yer verilmiştir;

“Toplulukla beraber düzenlediğimiz turlarda sık sık aramızdan biri bisikletiyle ilgili bir sorun yaşayabiliyor. Bu noktada tamir istasyonları sayesinde bisikletlerimizin bakım ve onarımını yapabiliyoruz.”(Katılımcı 3)

5. Sonuç ve Öneriler

Bisiklet kullanımının ve turizminin özellikle Avrupa ülkelerinde ekonomiye olan katkıları oldukça fazladır. Avrupa'da her yıl bisiklet turizminden 44 Milyar Euro'nun üzerinde bir gelir sağlanmaktadır. Bu sayının önemini daha iyi kavrayabilmek adına en lüks turizm türlerinden biri olarak görülen kruvaziyer turizminden örnek verilebilir. Bu turizm türünün ise Avrupa ülkelerine katkısı yıllık 39 Milyar Euro civarındadır. Bisiklet turizmi her geçen gün büyüyen pazar hacmiyle ülke ekonomilerini etkileyecek bir güce sahip olmasının yanı sıra çevresel olarak da çok önemli bir yere sahiptir. Bisiklete binmek karbon emisyonu açısından çevre dostudur. Karbon emisyonunun nedeni çoğunlukla insan kaynaklı faaliyetler olup turizm bu faaliyetler içerisinde önemli bir yere sahiptir. Turizm sektörü günümüzde küresel istihdamın ve GSYH' n %10 'unu oluşturmaktadır. 2030 yılında yerli ve yabancı turist sayısının sırasıyla 15,6 milyar ve 1,8 milyara ulaşması beklenirken, turizmin sosyo-ekonomik kalkınmaya ve istihdama katkısının devam etmesi beklenmektedir. Bölgesel analizlere bakıldığında, Asya-Pasifik bölgesindeki yerli turist sayısının 10,3 milyara, Avrupa'daki yurt dışı turist sayısının ise 744 milyona ulaşmasının beklendiğini görülmektedir (World Tourism Organization and International Transport Forum, 2019; Kutlu, 2023).

Turizmin bu denli büyüyerek ekonomiye katkılarının yanında, turistik seyahatlerin oluşturduğu çevre kirliliği de göz ardı edilmemelidir. Bu bağlamda bisiklet turizminin önemi daha da artmaktadır. Bisiklet turistleri çoğunlukla turizm hareketliliğinin başından sonuna kadar bisikleti kullanmaktadırlar. Bu doğrultuda da sorumlu bir turist olarak, karbon emisyonu oluşturacak ulaşım araçlarına ihtiyaç duymamakta ve tercih etmemektedirler. Ekonomik getirisinin yanında birçok çevresel, sosyal ve kültürel olumlu etkileri bulunan bisiklet turizmi, gün geçtikçe daha çok sorumlu turist tarafından tercih edilmektedir. Destinasyonlar arası rekabet göz önüne alındığında, değişen ve gelişen

turist profillerinin tercihlerinde yer edinmek için bisiklet turizmi çok önemli olmaktadır. Bisiklet turizmi açısından tercih edilir olmayı hedefleyen destinasyonların bu alana yapacağı yatırımlar ve tanıtımlar da son derece belirleyici olacaktır.

Tüm dünyada bisiklet kullanımı gelişirken Türkiye'de de bu konuda önemli adımlar atılmaktadır. Türkiye'nin birçok şehrinde yerel yönetimler tarafından bisiklet paylaşım sistemleri, park yerleri, güvenli ve eğlenceli rotalar oluşturulmakta; bisiklete yönelik etkinlik ve yarışmalar düzenlenmekte ve toplu taşımada bisikletliler düşünülmektedir. Ancak belediyeler ve diğer yerel yönetim birimlerinin bisiklet kullanıcısı ve bisiklet turistini ayırt edebilmesi gerekmektedir. Çünkü yapılan çalışmaların büyük bir bölümü bisiklet turistlerini kapsayacak şekilde olmamaktadır. Çünkü başarılı bir bisiklet turizmi destinasyonunun çekicilik, erişilebilirlik, güvenlik, tanıtım, bisiklete yönelik hizmetler ve ek hizmetler açısından tatmin edici düzeyde olması gerekmektedir.

Çalışmanın alanı olan Konya, bisiklet şehri imajını benimseyen şehirlerden birisidir. Şehrin her noktasında görülebilecek 'bisiklet şehri' ibareleri ve çeşitli çalışmalar göze çarpmaktadır. Türkiye geneline bakıldığında Konya bisikletliler için en uygun şehirlerden biridir. Gerek coğrafi yapısı nedeniyle bisiklet kullanımına uygun olması gerekse belediye gibi yerel yönetim birimlerinin bisiklet kullanımını artırmaya yönelik çalışmaları ilin bu alanda öne çıkma potansiyelini artırmaktadır. Çalışma kapsamında yapılan mülakatlar ve saha gözlemleri de bu potansiyeli kanıtlar niteliktedir. Konya'nın sahip olduğu bisiklet kiralama istasyonları, özel park yerleri, bisiklet yolları ve diğer çalışmalar; ili bisiklet kullanımı açısından yalnızca Türkiye'de değil, tüm dünyada örnek hale getirmektedir. Ancak Konya'da bisiklet kullanımının yaygınlaştırılması amacıyla atılan bu önemli adımların, bisiklet turizmi açısından yeterli olduğu ise söylenememektedir.

Son yıllarda özellikle İzmir, İstanbul ve Konya gibi illerde, bisiklet turizmi ve bisiklet koridorları konularına yoğunlaşıldığı görülmektedir. Ancak bu şehirlerde bisiklet dostu oteller oldukça azdır. Son yıllarda bisiklet kullanımına yatırımı arttıran, bisikleti bir tanıtım aracı olarak kullanmaya çalışan ve çeşitli etkinlikler ile bisiklet şehri unvanı besleyen Konya gibi bir şehrin, sadece bir tane bisiklet dostu konaklama tesisinin olması ise bisiklet şehri imajının olumsuz etkilenmesine yol açmaktadır. Hem Konya'nın hem de çevresinde yer alan destinasyonların, bisiklet dostu konaklama tesislerini arttırmaya yönelik çalışmaların yapılması ve bu konuda teşviklerin geliştirilmesi gerekmektedir.

Ayrıca bisiklet dostu tesisler olarak sertifikalandırılan tesislerin de neredeyse tamamı Konya şehir merkezlerinde bulunmaktadır. Oysa bisiklet turizminin temel amacı yapılacak gezilerle kırsal alanları geliştirmek, yerel kalkınmaya katkı sağlamak ve bu doğrultuda küçük ve orta ölçekli işletmelerin faydalarını artırmaktır. Mevcutta bisiklet dostu konaklama tesisi belgesi olan yerler bu hedefi karşılayamamaktadır. Bu nedenle kırsal bölgelerde bisiklet rotalarının oluşturulması ve bisikletli turistlerin buralarda konaklayarak, etkinlik ve hizmetlerden yararlanarak daha fazla harcama yapmalarının sağlanması amacı ile yeni yatırımlar hedeflenmelidir.

Türkiye'deki çoğu bisiklet rotasının üzerinde bisiklet dostu tesis bulunmamakta ya da rota üzerinde olan tesisler bu belgeyi almaya hak kazanamamaktadır. Bu anlamda bisiklet dostu tesis puanlama ve belgelenmesi üzerine yeniden düşünülmeli, şartlar gözden geçirilmeli ve bazı kolaylıklar sağlanmalıdır. Böylece kırsal alanlardaki tesis ve hizmetlere daha çok odaklanılmalıdır. Çünkü şehir merkezlerindeki bisiklet dostu konaklama tesisleri, daha çok bisiklet yarışlarına gelen bisiklet takımları ve yarışma için gelen heyetler tarafından kullanılmaktadır. Bu anlamda bisiklet turistinın doğasına uygun, kırsal alanlar ve bisiklet rotaları üzerindeki tesislerin bisiklet dostu hale getirilebilmesine yönelik düzenlemeler yapılmalıdır.

Bisiklet turizminin çevreye duyarlı bir etkinlik olmasının yanında; sosyal etkisi sayesinde halkta oluşturacağı sağduyu, fiziksel olarak aktif bir yaşama teşvik etmesi sayesinde insan sağlığına etkisi ve sağlayacağı yerel kalkınma sayesinde ekonomik katkısı düşünüldüğünde yapılacak yatırımların Konya ve çevre illere birçok olumlu etkisi olacaktır.

Ayrıca katılımcılarla gerçekleştirilen görüşmelerde tanıtım ve pazarlamanın yeterli düzeyde olmadığı da oldukça fazla vurgulanmıştır. Büyük bir bisiklet turizmi potansiyeli bulunan Konya'da, yerel yönetiminde önem verdiği bisiklet şehri konusuna tanıtım ve pazarlama alanında daha fazla yatırım sağlanması gerekmektedir. Ayrıca Konya'nın çevre şehirleri, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu'da bulunan şehirlerimiz de gerek kültürel ve tarihi gerekse doğal güzellikleriyle görülmesi gereken yerlerdir. Bu doğrultuda Anadolu ve Kıyı koridoruna ek olarak, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesiyle İç Anadolu'yu birbirine bağlayacak şekilde oluşturulacak bisiklet rotalarının, yer aldıkları kırsal alan ve içindeki yerel halka fayda sağlayacağı bir gerçektir. Planlanacak rotaların, Avrupa standartlarında hizmet ve güvenliğe sahip olması da büyük önem taşımaktadır.

Konya ve çevre illerde de benzer rotaların çoğaltılması ve rota üzerine ilgili tesis ve hizmetlerin aktarılması ve tüm bu hizmetlerin yeterli tanıtım ve pazarlama ile desteklenmesi gerekmektedir. Türkiye bisiklet turistleri için oldukça cazip, çok çeşitli doğal ve yapay çekici unsurlara sahiptir. Bu anlamda sadece Konya ve civarında değil, tüm Türkiye’de mevcut doğal, kültürel ve tarihi kaynakları kullanarak dünyanın en güzel bisiklet rotalarının oluşturulması ve etkin tanıtım çalışmalarının gerçekleştirilmesi oldukça önemlidir.

Konya’nın tek bisiklet dostu konaklama tesisi olan Dedeman Konya Hotel & Convention Center ile yapılan görüşmede son zamanlarda bisiklet turisti veya bisiklet gruplarının yok denecek kadar az konaklamaya geldiği belirtilmiştir. Bu bağlamda seyahat acenteleriyle konu ile ilgili yerel birimlerin yapacağı anlaşmalar doğrultusunda bisiklet turistine yönelik daha fazla tur ve paketlerin oluşturulması gerekmektedir.

Konya’nın tarihi, kültürel alanları ve bisiklet şehri imajına yapılan yatırımlarla birlikte artan festival, etkinlik ve altyapı çalışmaları göz önüne alındığında, bisiklet denilince Türkiye’nin önde gelen şehirlerinden biri olması kaçınılmazdır. Konya’nın inanç ve gastronomi turizminde önemli bir destinasyon olmasının yanı sıra bisiklet turizmi potansiyelinin de doğru ve planlı çalışmalarla önemli noktalara ulaşacağı öngörülebilmektedir. Tanıtım ve pazarlama konusunda bisiklet turistini yakalamak amacıyla adımlar atılmalı ve bisiklet turistini Konya şehrine getirmek öncelikli hedef olmalıdır. Bu bağlamda sonrasında bisiklet yolları, tarihi ve doğal güzellikleri kapsayacak bisiklet rotaları, bisiklet turistinin güvenliği, yapılacak etkinlikler, kolay ulaşım ve en önemlisi konaklama konusunda problem yaşamaması sağlanmalıdır.

Sonuç olarak bisiklet turizminin başarılı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için bisiklet dostu tesislerin yanı sıra bisiklet rotalarının oluşturulması ve tanıtılması, rehberli bisiklet turlarının oluşturularak yaygınlaştırılması, bisiklet kulüplerinin sayısının artırılması, bisiklet yarışmaları düzenlenmesi ve uluslararası bisiklet yarışmalarına etkin katılımın sağlanması da gerekmektedir. Bisiklet ile ilgili fuarlara ve uluslararası bisiklet ağı projelerine katılımlar da önemli konular olarak öne çıkmaktadır. Tüm bu unsurların dikkate alınması; Konya’da bisiklet turizmi konusunda sürdürülebilir gelişimin sağlanması ve bisiklet turistleri için önemli bir destinasyon haline gelinmesi açısından oldukça önemlidir.

Bisiklet turizmi konusunda başka destinasyonlar örneğinde, farklı görüşme gruplarıyla ve

değişik yöntemler kullanılarak ileride yapılacak diğer araştırmaların, bu konuda farkındalığı artırması ve Türkiye genelinde sürdürülebilir bir yaklaşımla bisiklet turizmi gelişiminin yönlendirilebilmesi açısından katkısı büyük olacaktır.

Kaynakça

- Anadolu Ajansı. (2020, Eylül 4). *Konya'da sadece bisikletliler için tasarlanan tramvay yolculuğa başladı.* Ekim 1, 2023 tarihinde NTV Web Sitesi: <https://www.ntv.com.tr/galeri/seyahat/konyada-sadece-bisikletliler-icin-tasarlanan-tramvay-yolculuga-basladi> adresinden alındı
- Arıcan, B. (2022). Turizm Diplomasinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü. Yüksek Lisans Tezi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü* , 63-66.
- Aşan, K. (2022). Bağımsız Bisiklet Turistleri. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism, Recreation and Sports Sciences* , 44-57.
- Aşan, K. (2019). Turizmde Yeni Kabileler: Bisiklet Özel İlgi Grupları Üzerine Etnografik Bir Araştırma. Doktora Tezi. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Eskişehir.
- Atasoy, H. (2022). Spor Tarihine Katkı: Bisiklet Sporuna ve Konya'ya Etkileri. *Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* , 65-75.
- Aylan, K. (2021). Bisiklet Turizmi Bağlamında Bisiklet Dostu Şehir Uygulamalarına Yönelik Bir Araştırma: Twitter Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi* , 1388-1403.
- Cycling Go Türkiye. (2023). Bisiklet Dostu Konaklama Tesisleri. Aralık 10, 2023 tarihinde Cycling Go Türkiye: <https://cycling.goturkiye.com/tr/bisiklet-dostu-konaklama-tesisleri> adresinden alındı
- Çelik Uğuz, S., ve Özbek, V. (2018). Destinasyon Sadakatini Etkileyen Faktörler: Bisiklet Turizmi ve Burhaniye Bisiklet Festivali Örneği. *International Review of Economics and Management* , 84-102.
- Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı (2023). Türkiye Bisiklet Ağı Master Planı. Nisan 11, 2023 tarihinde Türkiye Bisiklet Ağı Broşür 1: <https://cygm.csb.gov.tr/turkiye-bisiklet-agi-master-plani-i-103852> adresinden alındı
- Dündar, Y. (2022). Her Yönüyle Bisiklet Turizmi Ve Bisiklet Dostu Konaklama Tesisleri. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel* , 1609-1625.
- Euronews. (2023, Şubat 27). *Doğa: Avrupa'da bisikletle ulaşımı hangi ülke nasıl teşvik ediyor?* Ekim 24, 2023 tarihinde euronews: <https://tr.euronews.com/green/2023/02/27/avrupada-bisikletle-ulasimi-hangi-ulke-nasil-tesvik-ediyor> adresinden alındı
- EuroVelo. (2023). *What is EuroVelo.* Nisan 11, 2023 tarihinde EuroVelo: <https://pro.eurovelo.com/organisation/about> adresinden alındı
- Güvenç, A. (2022). Türkiye'de Bisiklet Turizminin Mevcut Durum ve Potansiyel Açısından Değerlendirilmesi. *Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi* .

- Haber Dairesi. (2023, Haziran 11). *Konya Velepiti Müzesi*. Temmuz 2, 2023 tarihinde Haber Dairesi: <https://haberdairesi.com/konya/konyaya-yeni-bir-cazibe-merkezi-icerisinde-velepiti-muzesi-de-olacak-99798h> adresinden alındı
- Kayseri, İ. (2015). Milli Bisikletçi Süleyman Okur Zamana Karşı Yarışı. Konya: Memleket Yayınları.
- Kınacı, M. (2019, Haziran 2). *Gündem: Bu Şehirde Her Hanede Bir Bisiklet Var*. Kasım 5, 2023 tarihinde Anadolu Ajansı Web Sitesi: <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/bu-sehirde-her-hanede-bir-bisiklet-var> adresinden alındı
- Konya Büyükşehir Belediyesi. (2020). *Bisiklet Yolları ve Akıllı Bisiklet Sistemi*. Temmuz 2, 2023 tarihinde Akıllı Şehir Konya Uygulamaları: <https://akillisehir.konya.bel.tr/uygulama/bisiklet-yollari-ve-akilli-bisiklet-sistemi> adresinden alındı
- Konya Büyükşehir Belediyesi. (2023, Mart 28). Haberler: Konya Büyükşehir Belediyesi Bisiklet Tamir İstasyonu Sayısını Arttırdı. Kasım 6, 2023 tarihinde Konya Büyükşehir Belediyesi Web Sitesi: <https://www.konya.bel.tr/haber/konya-buyuksehir-bisiklet-tamir-istasyonu-sayisini-artirdi> adresinden alındı
- Kutlu, D. (2023). Turizm ve Ekonomik Büyümenin Karbondioksit Emisyonu Üzerindeki Etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi* , 428-441.
- Lamont, M. (2009). Reinventing The Wheel: A Definitional Discussion of Bicycle Tourism. *Journal of Sport & Tourism* , 5-23.
- Lorasokkay, M. A. ve Ağırır, M. L. (2011). Konya kentiçi ulaşımında bisiklet. *Engineering Sciences*, 6(4), 870-881.
- Memleket, H. (2023, Haziran 11). *Tarihi Konya Evleri Restore Ediliyor*. Temmuz 2, 2023 tarihinde Memleket Haber Web Sitesi: <https://www.memleket.com.tr/tarihi-konya-evleri-restore-ediliyor-baskan-altay-velepiti-muzesi-calismalarini-2244359h.htm> adresinden alındı
- Merhaba Haber. (2017, Aralık 17). *Türkiye'nin İlk Velepiti Müzesi*. Haziran 29, 2023 tarihinde Merhaba Haber Web Sitesi: <https://www.merhabahaber.com/turkiyenin-ilk-velepiti-muzesi-konyaya-yapilacak-1282815h.htm> adresinden alındı
- Otuzbeşlik. (2017, Aralık 17). *Bisiklet Dostu İşletme Olmak İster misin?* Haziran 25, 2023 tarihinde Otuzbeşlik: <https://www.otuzbeslik.com/yazilar/bisiklet-dostu-isletme-olmak-ister-misin> adresinden alındı
- Pratte, J. (2006). Bicycle Tourism: On The Trail to Economic Development. *Prairie Perspectives: Geographical Essays* , 62-84.
- Sağlam, M. C. ve Kömürcü, S. (2021). Bisiklet Etkinliği Katılımcılarının Motivasyonları ve İlgilenimleri: İzmir İli Üzerine Bir Çalışma. *Journal of Yasar University* , 1355-1372.
- Sağlık, A., Sağlık, E. ve Kelkit, A. (2014). Bisiklet Turizmi Açısından Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'nın İncelenmesi. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi* , 84-90.
- Soyalp, L. ve Kozak, M. (2017). Bisiklet Turizmi Katılımcılarının Tatil Deneyimi: Yerli

Turistler Üzerine Bir Araştırma.

- Sutton, M. (2020, Kasım 13). *Economies Benefit as Cycle Tourism Sets Records In European Countries*. Mart 26, 2023 tarihinde Cycling Industry News: <https://cyclingindustry.news/economies-benefit-as-cycle-tourism-sets-records-in-european-countries/> adresinden alındı
- T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, (2021). Bisiklet Turizmi & Bisiklet Dostu Otel Konsepti Yol Haritası Araştırma Raporu.
- The Brussels Times. (2023, Eylül 30). *Belgium:Federal Government increases bicycle allowance for commuters*. Ekim 29, 2023 tarihinde The Brussels Times Web Sites: <https://www.brusselstimes.com/belgium/715394/federal-government-increases-bicycle-allowance-for-commuters> adresinden alındı
- Türkay, O. ve Atasoy, B. (2020). Sürdürülebilir Turizmin Bir Aracı Olarak Bisiklet Turizmi: Avrupa Birliği (AB) Örneği. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi* , 50-69.
- Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı, (2023) Bisiklet Dostu Konaklama Tesisleri için Kriterler. <https://tga.gov.tr/faaliyetler/duyurular/bisiklet-dostu-konaklama-tesisleri-icin-kriterler> adresinden alındı
- Türkmen, S. ve Gökdemir, S. (2021). Bisiklet Turizmi Motivasyonlarının Belirlenmesi. *GSI Journals Seria A: Advancements In Tourism, Recreation and Sport Sciences*, 19-32.
- Weston, R., Davies, N., Lumsdon, L., McGrath, P., Peeters, P., Eijgelaar, E., et al. (2012). Avrupa Bisiklet Rotası Ağı EuroVelo: Sürdürülebilir Turizm İçin Zorluklar ve Fırsatlar2009 Çalışmasının Güncelleme. European Parliament.
- World Tourism Organization and International Transport Forum (2019), Transportrelated CO2 Emissions of the Tourism Sector – Modelling Results, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284416660>.
- WRI Türkiye, S. Ş. (2022, Mart 29). *Türkiye'nin Kent İçi Bisikletli Ulaşım Stratejisi*. Haziran 29, 2023 tarihinde WRI Türkiye Sürdürülebilir Şehirler: <https://wrişehirler.org/haberler> adresinden alındı.

Etik Kurul İzni

Bu çalışma, Selçuk Üniversitesi Bilimsel Etik Değerlendirme Kurulunun 06.03.2023 tarihli ve 150 sayılı toplantısında alınan karar ile etik olarak uygun bulunmuştur.

Katkı Oranı Beyanı

1. Yazar: %60

2. Yazar: %40

Çıkar Çatışması Beyanı

Çalışmanın yazarlar arasında veya herhangi bir kurum kuruluş ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.



JRTR

JOURNAL OF RECREATION AND TOURISM RESEARCH
ISSN: 2148-5321

YENİ NESİL GASTRONOMİ: YENİLEBİLİR BÖCEKLERİN TÜKETİMİNE İLİŞKİN ALGILARIN ÖLÇÜLMESİ

NEW GENERATION GASTRONOMY: MEASURING PERCEPTIONS ON THE CONSUMPTION OF EDIBLE INSECTS

Yasemin ASİLTÜRK OKUTAN ^a

Özet

Günümüzde insan popülasyonundaki hızla artış beraberinde gıda yetersizliğini ve alternatif gıda kaynağı arayışlarını getirmektedir. Yenilebilir böcekler de bu arayışlar içinde insan beslenmesinde elzem olan protein desteğine önemli bir alternatif olarak ortaya çıkmaktadır. Yenilebilir böceklerin doğrudan bir gıda olarak kullanımı ya da işlenerek bileşen olarak kullanılabilmesi önemli bir konu haline gelmiştir. Bu çalışmada Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Gastronomi öğrencilerinin böcek tüketimine yönelik algılarının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları öğrencilerine Cicatiello ve arkadaşları (2016) tarafından geliştirilen gıda tüketim davranışları ile yenilebilir böcekler ve gıda tüketim durumlarına ilişkin ölçekler uygulanmıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların böcek tüketimine yönelik algılarının gıda tüketim durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan analizlerde etnik gıda tüketmeyen katılımcıların böcek tüketme algılarının negatif olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcıların böcek tüketme algılarının gıda ürünü seçimlerinde önem verdikleri fiyat faktörü ile anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Böcek, Yenilebilir Böcek, Alternatif Gıda

Abstract

Today, the rapid increase in the human population brings with it food insufficiency and the search for alternative food sources. Edible insects are emerging as an important alternative to protein support, which is essential in human nutrition. The use of edible insects directly as a food or as an ingredient by processing has become an important issue. In this study, it is aimed to determine the perceptions of Ağrı İbrahim Çeçen University Gastronomy students towards insect consumption. For this purpose, scales developed by Cicatiello et al. (2016) on food consumption behaviors, edible insects and food consumption status were applied to the Gastronomy and Culinary Arts students of Ağrı İbrahim Çeçen University. As a result of the research, the analysis conducted to determine whether the participants' perceptions of insect consumption differ according to their food consumption status shows that the perceptions of insect consumption of participants who do not consume ethnic food are negative. In addition, a significant difference was found between the participants' perceptions of insect consumption and the price factor that they attach importance to in their food product choices.

Keywords: Insect, Edible Insect, Alternative Food

Makele Geliş Tarihi: 02.05.2024 Makale Kabul Tarihi: 27.06.2024

Sorumlu Yazar (Corresponding Author): Yasemin ASİLTÜRK OKUTAN (yasilturkokutan@agri.edu.tr)

^a Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ağrı/Türkiye (yasilturkokutan@agri.edu.tr), ORCID: 0000-0001-9134-6995

DOI: 10.5281/zenodo.12594033

1. Giriş

İnsan nüfusunun sürekli artarak ilerleyen yıllarda 9 milyarı geçeceği yönünde öngörüler bulunmaktadır. Artan dünya nüfusu, ekonomik nedenler ve çevresel faktörler insanların hayvansal besin kaynaklarına ulaşmasında sorun teşkil etmektedir. Bu nedenle yenilebilir böcekler besin kaynağı olarak hayvansal kaynakların yerini alabilecek alternatif çözüm olarak görülmeye başlamıştır. Gıda talebinde yaşanması öngörülen büyük artışa karşılık yenilebilir böcekler iyi bir alternatif olarak değerlendirilmektedir (Huis, 2019).

İnsan beslenmesinde sürdürülebilirliğin sağlanmasında yeni gıdaların keşfedilmesi önemlidir. Günümüzde birçok protein kaynağı yaygın olarak beslenmede kullanılmaktadır. Yaşanması muhtemel gıda krizleri ve sürdürülebilirlik kapsamında yenilebilir böcekler protein kaynağı olarak insan beslenmesinde kullanılmaya başlanmıştır. Özellikle bazı böceklerin protein değerlerinin üst seviyede olduğu öne sürülmektedir (Vangsoe vd., 2018).

İnsanların gıda tercihlerinde kültür, din, coğrafya ve inanç gibi faktörler etkili olmaktadır. Böceklerin gıda olarak tüketilmesi konusunda ön yargılar bulunmasına karşın yenilebilir böceklerin alternatif bir protein kaynağı olarak sürdürülebilir beslenmede yer alabileceğine ilişkin araştırmalar bulunmaktadır (Huis, 2017).

Yenilebilir böceklere olan ilginin artması ile birlikte böcek endüstrisi gelişmeye başlamış ve bu konuda yapılan çalışmalar her geçen gün artmaya devam etmektedir (Huis, 2013). Yenilebilir böceklere karşı sergilenen olumsuz tutumların yıllar içerisinde değişikliğe uğrayacağı ve tüketilme konusunda ön yargı ile yaklaşılan birçok ürünün zamanla geleneksel gıda haline gelebileceği düşünülmektedir. Çünkü yakın bir tarihe kadar Avrupa ülkelerinde dahi bilinmeyen suşi artık ülkemizde de benimsenmeye başlamıştır. Bu sonuçtan hareketle alışkanlıkların dolayısıyla da yenilebilir böceklere karşı gösterilen olumsuz bakış açılarının zaman içinde değişebileceğini söylemek mümkündür.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Yenilebilir Böceklerin Tarihi

Beslenmede böceklerin tüketimi eski çağlara kadar uzanmaktadır. Geçmişten günümüze kadar farklı kültürlerce benimsendiği görülmektedir (Kourimska ve Adamkova, 2016). Tarihte yer alan eski medeniyetlere ait mağara resimlerinde böceklere yer verilmesi ilk insanların beslenmelerinde böceğe yer verdiğini düşündürmektedir. İnsanlığın varlığından beri tedavilerde ilaç, hayvanlar için yem olarak kullanılmasının yanı sıra

beslenmede de kullanılmıştır (Ramos, 1998).

Ortadoğu'da kraliyet ziyafetlerine ait resimlerde hizmetkârların çöp sopalara dizili çekirge taşıdıkları görülmektedir (Huis, 2013). Osmanlıda nevrüz başlangıcında yapılan macunda kırmızı rengi vermesi için kırmızı böcek lavrası kullanılmıştır (Gürsoy, 2013). Avrupa bakıldığında ise ağustos böceği yemek Yunanlılar tarafından incelik olarak görülmekteydi. Etiyopyalılar çekirge yiyenler olarak adlandırılmaktadır. Antik Çin tarihinde Çin tıbbında çok sayıda böceğin besin olarak tüketildiği görülmektedir (Huis, 2013).

Arabistan ve Libya'da 1550lerde çekirgenin kaynatılarak güneşte kurutulup un haline getirilerek tüketildiği görülmektedir. Yine Alman askerlerinin ipek böceğini kızartarak tükettikleri görülmektedir. 1730da ise çekirgenin Afrika, Asya ve Arap birçok kişi tarafından ızgara olarak tüketildiği ve tatlı yapılarak kahvelerin yanında yendiği görülmektedir (Husi, 2013).

Fransızların 17. ve 18. Yüzyıllarda değersiz olarak gördüğü ıstakozu mahkûmlara ceza olarak tükettirdiği bilinmektedir. (Tao ve Li, 2018). Ancak günümüzde önemli bir sosyal değere sahip besin haline geldiği de görülmektedir.

2.2. İnsan Beslenmesinin Bir Parçası Olarak Yenilebilir Böcekler

İnsan popülasyonunun 2050 yılına kadar 9 milyarı aşacağını ön görülmesi ile milyonlarca insanın yetersiz beslenme tehlikesi ile karşı karşıya kalacağını göstermektedir. Bu sebeple insanların temel ihtiyaçlarının minimum düzeyde ekolojik ayak izi yapılması ihtiyacı doğmuştur (Baker, 2016). Bu durum gelecekte gıda ve beslenme konusunun üzerinde zorunlu olarak durulmasını gerektirmektedir (FAO, 2009). Tarım arazilerinde mevcut durum gereği gıda üretiminin artırılması içme suyunun azalması anlamına gelmektedir. Bu durum da beslenme de yalnızca geleneksel tarım ve hayvancılıktan yararlanmasının yanlış olduğunu göstermektedir.

Alternatif gıda arayışlarında sürdürülebilirliğin önemi büyüktür. Bu kapsamda Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) gıda konusundaki tüm endişelerden dolayı böcekleri insan beslenmesinde alternatif besin kaynağı olarak ön görmektedir (Gahukar, 2011). Dünya genelinde birçok ülkede 2 milyar civarı insan beslenmesinde böceğe yer vermektedir. Böcekler yalnızca farklı tatları denemek için değil birçok ülkenin beslenme programlarında tüketilmektedir (Anankware, 2015).

Günümüzde arılardan üretilen polen, arı sütü, bal mumu sıkça kullanılmaktadır.

Renklendirici özelliği olan koşnil reçel ve şekerlemelerde (Küçüköner, 2011), parlatici özelliğe sahip şellak çikolata ve şekerlerde kullanılmaktadır (Berillo ve Volkova, 2014). Yine böceklerden elde edilen jelatin dondurmada kullanılmakta ve karides, yengeç, ipek böceğinden elde edilen kitin se asit düzenleyici olarak işlev görmektedir (Ehrlich, 2013).

Tablo 1: Yenilebilir Böceklerin Tat Benzerliği

Yenilebilir Böcek Türü	Tat Benzerliği
Kırmızı Palmiye Böceği	Acı Biber
Ağustos Böceği	Avakado ile Kızartılan Kabak
Karıncalar ve Termitler	Fındık
Siyah Böcek Lavraları	Kepekli ekmek
Tahta Kemirici Lavraları	Yağlı göğüs derisi
Hamamböcekleri	Mantar
Yusuçuk Lavraları	Balık
Su Kayıkçıları	Havyar
Sarı Un Kurdu Lavrası	Tam buğday ekmeği
Eşek Arısı	Çam Fıstığı
Tahtakurusu	Elma
Lambri Tırtıl	Ham mısır
Agave Bitki Kurdu	Barbunya
Yabani Güveler	Ringa Balığı

Kaynak: Altundağ, 2022

Böceklerin sahip olduğu kabuklu iskelet dokusu sayesinde neredeyse hiç kokusu bulunmamaktadır. Bu durum lezzet algısına fazla etki yapmamaktadır. Ayrıca bu doku kırıltır olması sebebiyle kraker yeme hissi oluşturmaktadır. Esasen böceklerdeki tat ve lezzetin insanlara haz verici olduğu düşünülmektedir (Ramos, 2006).

Dünya üzerinde protein ve vitamin bakımından zengin içeriğe sahip milyonlarca türde böcek bulunmaktadır (Mitsuhashi, 2016). Bu yönüyle böcekler kırmızı ve beyaz ete alternatif bir kaynak olarak görülmektedir. Ayrıca gelişmekte olan ülkelerin karşılaştığı yetersiz beslenme sorununun çözümünde önemli bir rol oynayacağı düşünülmektedir.

2.3. Yenilebilir Böceklerin Sürdürülebilirliği

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) kaynakların etkin ve verimli kullanılarak gıda arzını artırmayı hedeflemekte ve bu doğrultuda çevre dostu olması özelliğine istinaden böcek çiftlikleri kurulmasını önermektedir (Kibar, 2017). Geleneksel çiftlik hayvanlarına kıyasla böceklerin daha az atık ve sera ağzı oluşturması, daha az toprak ve enerji kullanımı nedenleri ile çevre sağlığına ve beslenmeye sürdürülebilirlik açısından olumlu katkılar sağlamaktadır (Muslu, 2020). Üretiminde ileri teknolojiye ihtiyaç duyulmadığından yoksul ve az gelişmiş ülkelerde alternatif gıda ürünü olması

mümkün olmaktadır.

Böcekler yem dönüşüm verimliliğine sahip olmaktadır. Huis (2013)'e göre, cırcır böceğinin yem dönüşüm verimliliği tavuktan 2 kat, sığırdan 12 kat daha yüksektir. Böceklerin üreme kapasitelerinin geleneksel hayvancılığa oranla hızla olması kısa sürede yüksek oranda protein elde edilmesine olanak sağlamaktadır (Candoğan ve Özdemir, 2021).

Yenilebilir böceklerin sürdürülebilirliğinin önündeki önemli bir engel böcek yemeyi ikna etme noktasıdır. Bu kapsamda gelecekteki şeflerin eğitimleri ve böcek türlerini deneme istekleri önemlidir. Bu kapsamda bazı öncü işletmeler dışında böcek kullanımı sınırlı kalmaktadır. Bu durum alandaki önemli işletmelerin yenilebilirliğin algısını önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir.

Bunların yanı sıra yenilebilir böcek popülasyonunun antropojenik etkenler sebebi ile yok olma tehlikesinde olduğu gerçeği göz ardı edilmemelidir. Yenilebilir böceklerin insanlar tarafından bilinçsizce toplanması popülasyonun canlılığını olumsuz etkileyebilmektedir. Bu sebeple yenilebilir böceklerin çiftliklerde üretimi yerine doğadan toplanması ekosistemlerinin dengesi açısından tehdit oluşturmaktadır (Lange ve Nakamura, 2021).

2.4. Yenilebilir Böceklerin Gıda Olarak Değerlendirilmesi

Böcekler Afrika, Asya ve Latin Amerika'da lezzetli ve besleyici bir gıda olarak tüketilmektedir. Kurutma, ezme, kızartma, kavurma, konserve işlemlerinin yanı sıra çiğ olarak da tüketilmektedir. Örneğin Meksika'da çekirgeler fasulye ile birlikte sıkça kullanılmaktadır. Tüketimi neredeyse az olan Avrupa ülkelerinde ise geleceğe yönelik ürün geliştirme çalışmaları yapılmaya başlanmıştır (Schlup ve Brauner, 2018).

Böcekler ayrıca öğütülerek un haline getirilmekte Fransa, İngiltere, Belçika ve Hollanda gibi birçok Avrupa ülkesinde kullanılmaktadır. İsviçre'de ise 2017 yılı itibarıyla gıda olarak kullanılmakta sıkça tüketilmektedir. Ayrıca böcek unu ile yapılan krakerler ABD ve Kanada'da yer almaktadır (Huis, 2013).

Le Goff ve Delaure (2015), çalışmalarında tüketicilerin böcek unu ile yapılan ürünü tatmayı başta reddettiğini ancak cazip bir ürünün ilk ısırığından sonra kabul ettiklerini açıklamışlardır. Bu durum böceklerin bilinen ürünlere eklenmesinin olumsuz algıları azaltacağını göstermektedir (Tan ve ark., 2017).

Medigo ve arkadaşları (2016) tarafından yapılan araştırmada böcek unu kullanılarak yapılan burgerlerin böcek tüketmeye yatkın olanlar kişilerce daha yüksek beğeni

aldıklarını göstermiştir. Böceklerin hissedilmeyecek şekilde kullanıldığı ürünlerde (örneğin böcek unlu kurabiye) daha kolay kabullendiği görülmektedir.

Oliveria ve arkadaşları (2017) buğday ekmeğinin protein bakımından zenginleşmesi için hamam böceği unu kullanmışlardır. Araştırma sonucunda %10 oranda hamam böceği unu ile zenginleştirilen ekmeğin duyuşal açıdan standart ekmeğe daha yakın olduğu ve daha yüksek oranda protein içerdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Osimani ve arkadaşları (2018) cırcır böceği tozunu kullanarak ekmeğin ürettikleri çalışmalarında lif ve protein içeriği bakımından kontrol ekmeğe oranla daha zengin bir ürün elde etmişlerdir. Ayrıca bu ekmeğin amino asit içeriğinin kontrol ekmeğe kıyasla daha iyi olduğu tespit edilmiştir.

Meixner ve Mörl (2018) tarafından yapılan çalışma katılımcıların böcek bazlı gıdaları tattıktan sonra böcek tüketimine karşı tutumlarının olumlu olarak değiştiğini ve beslenmelerine dâhil edebileceklerini göstermektedir.

Indriani ve arkadaşları (2019), çekirge tozu ile zenginleştirilmiş esmer pirinç unu elde etmiş ve bu unla kek yapmışlardır. Yaptıkları kimyasal ve duyuşal analiz sonuçlarına göre besin değerlerinde önemli bir artış olduğu saptanmıştır.

Ribeiro ve arkadaşları (2019), tahıl ve kuru meyve barlarında böcek kullanmışlar ve öğütölmüş cırcır böceği ile yağı alınmış cırcır böceği ile çalışmalar yapmışlardır. Kontrol barlar öğütölmüş cırcır böceği ile yapılan barlar ile karşılaştırıldığında protein içeriğinin öğütölmüş cırcır böceği ile yapılan barlarda daha yüksek olduğu, yağı alınmış cırcır böceği ile yapılanların ise duyuşal olarak daha tercih edilebilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Runcolini ve arkadaşları (2019), %5 oranda un kurdu tozu ekledikleri ekmeğlerde kontrol ekmeğe oranla protein içeriğinin daha zengin olduğunu tespit etmişlerdir.

Türkiye’de ise 2019 yılında Balıkesir’de çekirge tüketiminin nasıl bir algı oluşturduğu ve alternatif besin kaynağı olarak çekirge tüketiminin ne yönde olabileceğine ilişkin yapılan araştırmada çekirgenin alternatif bir besin olarak tüketilebileceğine dair görüşler alınmıştır. Yine 2019 yılında İstanbul’da yerli turistler üzerinde yenilebilir böcek algılarını ölçmeye yönelik bir araştırma yapılmış ve katılımcıların algılarının negatife yakın olduğu saptanmıştır (Karaman, 2019).

2020 yılında yapılan bir çalışmada ise beslenme bilgisi olan ve olmayan üniversite öğrencilerinin böceklerin insan beslenmesinde kullanılabilirliğine ilişkin bakış açıları

ölçülmek istenmiş ve helallik konusu ön planda tutulmasına rağmen yeterli bilince sahip olmadıkları ve kararsız oldukları sonucuna ulaşılmıştır (Özkan ve Güneş, 2020).

2.5. Yenilebilir Böceklerin Dünyada ve Türkiye’de Kabul Edilirlikleri

Yenilebilir böcekler Asya, Afrika ve Amerika kıtalarında yemek olarak tüketilmektedir. Asya ve Afrika’da konserve, kızartma, kurutma ve buharda pişirme yöntemi ile tüketilmektedir (Başçınar, 2007). Tayland’da sokaklarda ve marketlerde cırcır böceği, çekirge, ağaç kurdu ve beyaz karınca yaygın olarak kullanılmaktadır (Mankan, 2017).

Meksika’da çekirgeler çikolata kaplanarak tüketilmekte ve kurtçuklar alkollü içecekler ile servis edilmektedir. Çin mutfağında arıdan yapılan çorbalar, kavrulmuş arı lavraları, ipek böceği güvesi yer almaktadır. Brezilya’nın sevilen atıştırmalıkları arasında kanatları çıkartılarak çikolata batırılan karıncalar yer almaktadır. Yine Japonya’da kızartılmış ipek böcekleri ve yaban arıları yaygın olarak kullanılmaktadır (Baker, 2019).

Amerika’da cırcır böcekleri ile yapılan atıştırmalıklar, çerezler ve protein barları sıkça tüketilmektedir (Ryu, 2016). İtalya’nın yöresel peyniri olan casu marzu sinek larvalarının fermente olması ile yapılmakta ve peynir bu larvalar ile tüketilmektedir (Manunza, 2018). Türkiye’de böcek ise daha çok evcil hayvanların yemi olarak tüketilmektedir. Deniz salyangozu, kum midyesi, taş midyesi, karides, ıstakoz ve akivades gibi su ürünleri tüketimi görülmektedir (Mankan, 2017). Su ürünlerinin yanı sıra çekirge, un kurdu, cırcır böceği gibi böcekler sadece hayvan yemi olarak kullanılmakta iken az sayıda da olsa insan tüketiminde kullanılmaktadır.

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın Modeli

Bu çalışma tarama modeli kullanılmış olup, bu kapsamda hipotezler oluşturulmuştur. Tarama modeli, geniş bir araştırma alanına sahip olan ve birçok problem türünde yer verilen araştırma modelidir. Bu yöntem geniş bir kitleye ait fikirlerin ve görüşlerin belirlenmesini amaçlamaktadır. Burada ana amaç asıl durumdan yola çıkarak betimleme yapabilmektedir (Karadeniz ve Demirel, 2018).

3.2. Evren ve Örneklem/Araştırma Grubu

Bu araştırmanın evrenini Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi öğrencileri oluşturmaktadır. Evrenin tamamına ulaşmak için yeterli zaman olmayışı ve konusu itibarıyla gastronomi bölümü öğrencileri örneklem olarak seçilmiştir. Veri sağlamaya yönelik olan 82 anket analiz edilerek sonuçları değerlendirilmiştir.

3.3.Araştırmanın Hipotezleri

Hipotez herhangi bir araştırmanın muhtemel sonucuna dair yapılan tahminlerin ifadesi olarak tanımlanmaktadır (Büyüköztürk vd., 2018). Bu bağlamda araştırmanın hipotezleri aşağıdaki şekilde belirlenmiştir.

H1: Öğrencilerin böcek tüketim algıları ile gıda tüketim durumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2: Öğrencilerin böcek tüketim algıları ile organik gıda tüketim sıklıkları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H3: Öğrencilerin böcek tüketim algıları ile etnik gıda deneyimleme sıklıkları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H4: Öğrencilerin böcek tüketim algıları ile gıda ürünü seçimlerinde dikkat ettikleri unsurlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.

3.4. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Anketin ilk bölümünde katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde katılımcıların genel gıda tüketim durumlarının belirlenmesi amacı ile Cicatiello ve arkadaşları (2016) tarafından geliştirilen gıda tüketim davranışları ölçeği kullanılmıştır. Üçüncü bölümde ise katılımcıların böcek tüketim durumlarını belirlemek amacıyla Cicatiello ve arkadaşları (2016) tarafından geliştirilen entomofajiye karşı tutumlar ölçeği kullanılmıştır.

Çalışmanın veri toplama yönteminin insanlar üzerinde olması sebebiyle Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Etik Kurulu tarafından 28.03.2024 tarih ve 127 sayılı toplantısında alınan karar ile etik kurul izni alınmıştır.

3.5. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında katılımcılardan alınan veriler SPSS 21 paket programı ile analiz edilmiştir. Ayrıca katılımcıların cevapları doğrultusunda aritmetik ortalamalar, dağılımlar, faktör analizi, t-testi, Varyans analizi (ANOVA), yapılarak yorumlanmıştır.

4. Bulgular ve Yorumlar

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, gelir durumu) ve kişilik özellikleri ile gıda tüketim durumları, böcek tüketim durumlarına yönelik betimleyici bulgulara yer verilmektedir.

4.1. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik analizi ölçekte yer alan soruların birbirleri arasındaki tutarlılığın test edilmesi amacıyla kullanılan bir yöntemdir (Kayış, 2010: 403). Ölçeğin güvenilir olması yapılan testlerin güvenilir olması ile doğru orantılıdır.

Anket formunun güvenilirliğinin test edilebilmesi amacıyla Cronbach's Alfa katsayısı tespit edilmiştir.

Alfa değerine göre ölçeklerin güvenilirliği aşağıdaki şekilde yorumlanabilmektedir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2014).

$0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir

$0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçeğin güvenilir derecesi düşüktür

$0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilir ve kabul edilebilir

$0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Böcek Tüketimine Yönelik Algı Ölçeğine İlişkin Cronbach' Alpha Kat sayısı, 0,978 olarak tespit edilmiştir.

4.2. Demografik Değişkenlere İlişkin Frekans Analizi Bulguları

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Verilerin Frekans Analizi

		n	%
Cinsiyet	Erkek	36	44,2
	Kadın	46	55,8
	TOPLAM	82	100,0
Yaş	18-24	63	59,1
	25-31	15	37,7
	32-38	4	3,2
	TOPLAM	82	100
Kişilik Özelliği	Dışadönük	55	46,5
	Nevrotik(Güvensiz)	3	9,2
	Yumuşak Başlı	8	11,4
	Deneyime Açık	34	32,4
	Sorumlu	1	0,5
	TOPLAM	82	100

Elde edilen bulgular sonucu tablo 2’de görüldüğü üzere 82 katılımcının %44,2’sini erkek katılımcılar ve %55,8’ini kadın katılımcılar oluşturmaktadır.

Katılımcıların yaşlarına yönelik bulgular incelendiğinde katılımcıların çoğunun 18-24 yaş

aralığında (%59,1) bulunan bireyler olduğu görülmektedir Ayrıca 25-31 yaş arası %37,7, 32-38 yaş arası %3,2 katılımcı bulunduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3: Katılımcıların Gıda Tüketim Durumlarıyla İlgili Verilerin Frekans Analizi

		n		%
Hangi hayvansal proteini daha sık tüketirsiniz?	Et	59	51,3	
	Süt	11	22,4	
	Mandıra	4	11,2	
	Yumurta	5	12,1	
	Balık	1	1,3	
	Tüketmiyorum	2	1,7	
	TOPLAM	82	100	
Gıda seçimlerinizde daha etkilidir.	Fiyat	67	75,5	
	Damak Zevki	8	13,2	
	Hazırlık Süresi	3	5,2	
	Besin Değerleri	1	1,3	
	Ürünün Yeniliği	3	5,2	
	TOPLAM	82	100	
Organik gıda tüketim sıklığınız nedir?	Her Zaman	6	13,1	
	Genellikle	21	26,3	
	Bazen	53	58,9	
	Hiçbir Zaman	2	1,7	
	TOPLAM	82	100	
Etnik gıda tüketim sıklığınız nedir?	Her Zaman	12	23,1	
	Genellikle	17	21,3	
	Bazen	46	42,8	
	Hiçbir Zaman	7	12,8	
	TOPLAM	82	100	

Veri sonuçlarına göre katılımcıların en çok tükettikleri hayvansal proteinin %51,3 ile et, gıda ürünü seçimlerinde etkili olan faktör %75,5'lik oran ile fiyat, organik gıdalar tüketme sıklıkları %58,9 ile bazen, etnik gıdalar deneyimleme sıklıkları %42,8 ile bazen olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Böcek Tüketim Durumlarına İlişkin Frekans Analizi

		n		%
Daha önce böcek veya böcek bazlı ürün deneyimlediniz mi?	Evvet	5	3,8	
	Hayır	75	96,2	
	TOPLAM	82	100	
Deneyimlediğiniz böcek türü hangisidir?	Istakoz	1	5,2	

	Un Kurdu	1	5,2
	Karides	1	5,2
	Yengeç	2	84,4
	TOPLAM	5	100
Bu böcek türünü Türkiye’de mi yurtdışında mı deneyimlediniz?	Türkiye	1	5,2
	Yurt dışı	4	94,8
	TOPLAM		100
Deneyimlediğiniz böceğin tadını beğendiniz mi?	Evet		
	Kararsızım	1	5,2
	Hayır	4	94,8
	TOPLAM		100

Araştırmaya katılan öğrencilere daha önce böcek veya böcek bazlı ürünler deneyimlediniz mi? sorusu yöneltildiğinde katılımcıların büyük çoğunluğunun %96,2’lik oran ile hayır, %3,8’lik kısmının ise evet cevabını vermiştir.

Katılımcılar hangi böcek türünü deneyimlediniz sorusuna %84,4’lik oran ile yengeç, %5,2 ile istakoz, %5,2 ile un kurdu ve %5,2 ile karides cevabını vermiştir.

Katılımcılar bu yiyeceği Türkiye’de mi yoksa yurt dışında mı deneyimlediniz sorusuna %94,8’lik oran ile yurt dışı, %5,2’lik oran Türkiye’de cevabını vermiştir.

Katılımcılar deneyimlediğiniz böceğin veya böceklerin tadını beğendiniz mi? sorusuna %94,8 ile hayır, %5,2 ile kararsızım cevabını vermişlerdir.

Araştırmaya katılan bireylerin kişilik özelliklerine yönelik bulgular incelendiğinde ise, %46,5’lik oranla dışadönük kişilik özelliğine sahip bireylerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Diğer katılımcıların ise %32,4 ile deneyime açık, %11,4 ile yumuşak başlı %9,2 ile güvensiz ve %0,5 ile sorumlu kişilik özelliğine sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 5: Böcek Tüketimine Yönelik Algı Ölçeğine İlişkin Aritmetik Ortalamaları ve Standart Sapmaları

	İfadeler	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
1.	Kendi kültürümün dışında yiyecekler denemeyi severim	2,47	1,356
2.	Böceklerin besin değerlerini yüksek olduğu için	2,95	1,452

3.	Neredeyse her şeyi yiyebilirim.	2,03	1,214
4.	Her zaman sıra dışı tatları denemekten hoşlanırım	2,57	1,421
5.	Egzotik şeyleri denemeyi severim.	2,62	1,312
6.	Böceklerin tadını merak ederim.	2,81	1,320
7.	Böcekler damak tadıma uygun değildir.	3,26	1,425
8.	Böcekler göze hoş gelmediğinden tüketmem.	3,54	1,282
9.	Böceklerin dokuları hoşuma gitmediğinden tüketmem.	3,12	1,352
10.	Tatlarını bilmediğim için böcek tüketmem.	3,23	1,528
11.	Böcek yeme düşüncesi korkunç geliyor.	3,21	1,621
12.	Böceklerin sağlıksız olduğunu ve hijyenik olmadığını düşündüğümünden böcek tüketmem.	3,86	1,369

Katılımcıların en yüksek oranda 3,86 ortalama ile ‘‘Böceklerin sağlıksız olduğunu ve hijyenik olmadığını düşündüğümünden böcek tüketmem’’ ifadesini tercih ettikleri görülmektedir. Bu ölçek kapsamında bireylerin en düşük oranda katıldıkları ifade ise 2,03 ortalama ile ‘‘ Neredeyse her şeyi yiyebilirim’’ ifadesi olmuştur.

Tablo 6: Böcek Tüketimine Yönelik Algı Ölçeğine İlişkin Normallik Testi

İfadeler	<i>SD</i>	<i>Var.</i>	<i>Min.</i>	<i>Max</i>	<i>Ort.</i>	<i>Çarpıklık</i>	<i>Basıklık</i>
Kendi kültürümün dışında yiyecekler denemeyi severim.	1,37	2,28	1,00	5,00	2,55	0,310	-1,347
Böceklerin besin değerlerini yüksek olduğu için.	1,50	2,67	1,00	5,00	2,96	0,024	-1,552
Neredeyse her şeyi yiyebilirim.	1,25	1,74	1,00	5,00	2,21	0,809	-0,574
Her zaman sıra dışı tatları denemekten hoşlanırım.	1,35	2,43	1,00	5,00	2,56	0,272	-1,510
Egzotik şeyleri denemeyi severim.	1,65	2,45	1,00	5,00	2,71	0,262	-1,512

Böceklerin tadını merak ederim.	1,55	2,61	1,00	5,00	2,79	0,133	-1,572
Böcekler damak tadıma uygun değildir.	1,41	2,47	1,00	5,00	2,81	0,152	-1,462
Böcekler göze hoş gelmediğinden tüketmem.	1,51	2,14	1,00	5,00	2,36	0,411	-1,229
Böceklerin dokuları hoşuma gitmediğinden tüketmem.	1,45	2,08	1,00	5,00	2,52	0,477	-1,119
Tatlarını bilmediğim için böcek tüketmem.	1,42	2,16	1,00	5,00	2,85	0,191	-1,379
Böcek yeme düşüncesi korkunç geliyor.	1,67	2,45	1,00	5,00	2,82	0,132	-1,610
Böceklerin sağlıksız olduğunu ve hijyenik olmadığını düşündüğümden böcek tüketmem.	1,16	1,75	1,00	5,00	2,25	0,705	-1,028

Tablo 6’da böcek tüketimine yönelik algı ölçeğindeki ifadelerin çarpıklık ve basıklık değerleri bulunmaktadır. Bu kapsamda böcek tüketimine yönelik algı ölçeğinin çarpıklık değerlerinin +1 ile -1 arasında olması ve basıklık değerlerinin ise +2 ile -2 arasında bulunması ifadelerin normal dağılım gösterdiğini belirtmektedir.

Tablo 7: Böcek Tüketimine Yönelik Algı Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi

Faktör Boyutu	Faktör İfadeleri	\bar{x}	s.s.	FaktörYükleri
1	Kendi kültürümün dışında yiyecekler denemeyi severim.	2,70	1,487	,943
2	Böceklerin besin değerlerini yüksek olduğu için.	2,86	1,702	,934
3	Neredeyse her şeyi yiyebilirim.	2,24	1,368	,910
4	Her zaman sıra dışı tatları denemekten hoşlanırım.	2,56	1,545	,975
5	Egzotik şeyleri denemeyi severim.	2,96	1,565	,985
6	Böceklerin tadını merak ederim.	2,68	1,614	,951
7	Böcekler damak tadıma uygun değildir.	2,62	1,521	,926

8	Böcekler göze hoş gelmediğinden tüketmem.	2,45	1,482	,942
9	Böceklerin dokuları hoşuma gitmediğinden tüketmem.	2,74	1,421	,921
10	Tatlarını bilmediğim için böcek tüketmem.	2,76	1,320	,942
11	Böcek yeme düşüncesi korkunç geliyor.	2,72	1,596	,942
12	Böceklerin sağlıksız olduğunu ve hijyenik olmadığını düşündüğümden böcek tüketmem.	2,23	1,372	,881
Faktör Öz Değeri				10,360
Faktöre Ait Cronbach's Alpha Değeri				0,875
Faktörün Toplam Varyansı Açıklama Değeri				87,344
KMO:0,951; Barlet Küresellik Testi Ki Kare: 9056,295; Df:66; p:0,000				

Tablo 7’de böcek tüketimine yönelik algı ölçeğinin faktör analizi sonuçları verilmiştir. Herhangi bir ifadenin düşük seviyede faktör yüküne sahip olmaması tespit edildiğinden ölçekten çıkan bir ifade bulunmamaktadır. Ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı (0,985) olarak tespit edilmiş olup, oldukça güvenilir olduğu ortaya konmaktadır. Ayrıca, faktörün toplam varyansı açıklama değeri %87,344 olarak tespit edilmiştir.

4.3. Katılımcıların Gıda Tüketim Durumlarına İlişkin Farklılık Testi Bulguları

Tablo 8: Katılımcıların Organik Gıda Tüketim ve Etnik Gıda Deneyimleme Sıklıklarına Ait One Way ANOVA Testi Bulguları

Organik Gıda Tüketim Sıklığı					
Ölçek		\bar{x}	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
Böcek Tüketim Algısı	Her Zaman	2,32	1,417	1,421	0,242
	Genellikle	2,45	1,402		
	Bazen	2,82	1,410		
	Hiçbir Zaman	2,53	1,26		
Etnik Gıda Deneyimleme Sıklığı					
Ölçek		\bar{x}	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
Böcek Tüketim Algısı	Her Zaman	4,78	,146	94,932	0,000
	Genellikle	3,89	1,252		
	Bazen	2,96	1,221		
	Hiçbir Zaman	1,62	,772		

Tablo 8’de görüldüğü üzere katılımcıların böcek tüketimine yönelik algıları ($F=1,412$; $p=0,239>0,05$), organik gıda tüketim sıklıklarına göre farklılık göstermemekte, ayrıca katılımcıların böcek tüketimine yönelik algıları ($F=94,930$; $p=0,000<0,05$), etnik gıda deneyimleme sıklıklarına göre farklılık göstermektedir.

Tablo 9: Katılımcıların Gıda Ürünü Seçimlerinde Dikkate Aldıkları Faktörlere Ait One Way ANOVA Testi Bulguları

Gıda Ürünü Seçiminde Önemli Olan Faktörler					
Ölçek		\bar{x}	SD	F	Sig
Böcek Tüketimin Algısı	Fiyat	4,42	,840	34,593	0,000
	Damak Zevki	2,12	1,242		
	Hazırlık Süresi	2,11	1,214		
	Besin Değerleri	2,01	1,317		
	Ürünün Yeniliği	2,32	1,152		

Tablo 9’da katılımcıların böcek tüketimine yönelik algılarının ($F=33,581$; $p=0,000<0,05$), gıda ürünü seçimlerinde önem verdikleri faktöre olan fiyatın faktörüne göre farklılık gösterdiği görülmektedir.

5. Sonuç ve Öneriler

Artan dünya nüfusuna bağlı olarak gıda yetersizliği büyük bir sorun olarak bizi beklemektedir. Bu duruma alınan önlemlerin başında yenilebilir böceklerin beslenmeye dâhil edilmesi gelmektedir. Böcek yeme davranışının gelişmekte olan ülkelerde görüldüğü düşünülse de günümüzde ve özellikle de gelecekte yenilebilir böceklerin beslenme şekli olacağı ön görülmektedir.

Yenilebilir böceklerin besin profillerinin birçok hayvansal gıdadan üstün olması onların çevre dostu protein kaynakları olduğunu göstermektedir. Böceklerin endüstriyel boyutta üretildiği durumlarda hayvansal proteinlere iyi bir alternatif olacağı görülmektedir. Ayrıca yenilebilir böceklerin ekonomik açıdan avantajlı bir kaynak olması da gıda endüstrisinin dikkatini çekmekte ve geleceğin eti olarak düşünülmesine yol açmaktadır. Yenilebilir böceklerin tüketiminin insanlar için gerekli olan günlük protein ihtiyacını karşılamada önemli olduğunu gösteren çalışmalar giderek artmaktadır. Ülkemizde yapılan çalışmalarda da yenilebilir böceklerin besin değerleri ve gıda güvenliği üzerine durulmakta ve bu böceklerin protein açısından zengin bir içeriğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca böceklerden elde edilen un ve tozlar ile zenginleştirilmiş unlu

mamullere de sıkça rastlanmaktadır.

Araştırma verilerine göre katılımcıların böcek tüketim durumları incelendiğinde daha önce böcek deneyimleyen katılımcı sayısı 5 olarak olup, 4ü deneyimledikleri böceği beğenmediklerini 1 katılımcı ise kararsız olduğunu ifade etmiştir.

Katılımcıların böcek tüketimine yönelik algılarının gıda tüketim durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan analizlerde etnik gıda tüketmeyen katılımcıların böcek tüketme algılarının negatif olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcıların böcek tüketme algılarının gıda ürünü seçimlerinde önem verdikleri fiyat faktörü ile anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Çalışmanın ortaya çıkan veriler doğrultusunda bir takım öneriler sunulmuştur.

- Böcek kelimesinin oluşturduğu kötü algının ortadan kaldırılması adına öğrencilerin bilgilendirilmesi gerekmektedir.
- Öğrencilerin böcek tüketimine yönelik algılarının duyuşal yollar ile ölçülmesi adına mutfak uygulama derslerinde görmeleri, dokunmaları, tatmaları sağlanmalı ve deneyim kazandırılmalıdır.
- Öğrencilerin böcekleri direkt tüketmek yerine böcek içerikli gıdaları tüketmelerine yönelik olanaklar sağlanmalıdır.
- Gastronominin yeni trendlerinin bilinmesi adına ders konusu olarak verilmeli ve öğrencilerin bilinçlenmesi sağlanmalıdır.

Kaynakça

- Anankware, P. J., Fening, K. O., Osekre, E., & Obeng Ofori, D. (2015). Insects as food and feed: A review. *International Journal of Agricultural Research and Reviews*, 3(1), 143-151.
- Baker, M. A., Shin, J. T., & Kim, Y. W. (2016). An exploration and investigation of edible insect consumption: The impacts of image and description on risk perceptions and Purchase intent. *Psychology and Marketing*, 33(2), 94-112.
- Baker, M. A., T. S. Legendre ve Y. W. Kim.(2019). *Edible insect gastronomy*, George,USA: Routledge International Handbooks.
- Başçınar, S. (2007). Ülkemizdeki Kabuklu Ve Yumuşakça Su Ürünleri Üretimi ve İhracatı. *Yunus Araştırma Bülteni*, ss. 13-17.
- Büyüköztürk, Ş. (2011). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı-İstatistik, Araştırma Deseni SPSS Uygulamaları ve Yorum*. (14. basım). Ankara, Pegem Akademi.
- Candoğan P. ve Özdemir G. (2021). Sürdürülebilir Et Üretimi İçin Yenilikçi Yaklaşımlar. *Gıda*, 46(2): 408-427.
- Caparros Megido, R., Sablon, L., Geuens, M., Brostaux, Y., Alabi, T., Blecker, C., &

- Francis, F. (2014). Edible insects acceptance by Belgian consumers: Promising attitude for entomophagy development. *Journal of Sensory Studies*, 29(1), 14-20.
- D. Berillo ve N. Volkova. (2014). Preparation and physicochemical characteristics of cryogel based on gelatin and oxidised dextran. *Journal of Materials Science*, pp. 4855-4868.
- E. Küçüköner. (2011). Koşnil ve Şellak Üretimi,» %1 içinde 1.Ulusal Helâl Ve Sağlıklı Gıda Kongresi, Ankara.
- Gahukar, R. T. (2011). Entomophagy and human food security. *International Journal of Tropical Insect Science*, 31(3), 129-144.
- Gürsoy, D. (2013). Tarihin Süzgecinde Mutfak Kültürümüz. (1. baskı). Oğlak Yayıncılık.
- H. Ehrlich, O. V. Kaluzhnaya, E. Brunner, M. V. Tsurkan, A. Ereskovsky, M. Ilan, K. R. Tabachnick, V. V. Bazhenov, S. Paasch, M. Kammer, R. Born, A. Stelling, R. Galli, S. Belikov ve O. V. Pet. (2013). Identification and first insights into the structure and biosynthesis of chitin from the freshwater sponge *Spongillalacustris*. *Journal of Structural Biology*, pp. 474-483.
- Indriana S, Karim MS, Nalinanona S, Karnjanapratum S. 2019. Quality characteristics of protein-enriched brown rice flour and cake affected by Bombay locust (*Patanga succincta* L.) powder fortification, *LWT- Food Science and Technology*, 119, 108876, doi: <https://doi.org/10.1016/j.lwt.2019.108876>.
- Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. (23. Basım). Ankara, Pegem Akademi.
- Karaman, R. ve Bozok, D. (2019). Alternatif Besin Kaynağı Olarak Çekirge: Nitel Bir Uygulama,» *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* , pp. 1573-1587.
- Karaman, R. (2019). Geçmişten Günümüze Gastronomi Trendleri:Potansiyel Yerli Turistlerin Yenşlebilir BöceklerAkımın Yönelik Algılarının Ölçülmesi,» Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kibar S. (2017). Böcek Yemenin Nesi Yanlış?. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(1): 96-113.
- Kouřimská, L., & Adámková, A. (2016). Nutritional and sensory quality of edible insects. *NFS Journal*, 4, 22-26.
- Le Goff G, Delarue J. 2015. Non-verbal evaluation of acceptance of insect-based products using a simple and holistic analysis of facial expressions, *Food Quality and Preference*, 56: 285- 293, doi: 10.1016/j.foodqual.2016.01.008.
- Mankan, E. (2017). Gastronomide Yeni Trendler –Yenilebilir Böcekler. *Turkish Studies*, pp. 425-440.
- Manunza, L. (2018). *Casu Marzu: A Gastronomic Genealogy. %1 içinde Edible Insects in Sustainable Food Systems*. Danimarka, Spring, pp. 139-145.
- Megido RC, Gierts C, Blecker C, Brostaux Y, Haubruge E, Alabi T, Francis F. 2016. Consumer acceptance of insect-based alternative meat products in Western countries, *Food Quality and Preference* 52: 237–243, doi: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2016.05.004>

- Meixner O, Mörl von Pfalzen L. 2018. Die Akzeptanz von Insekten in der Ernährung: Eine Studie zur Vermarktung von Insekten als Lebensmittel aus Konsumentensicht. [The acceptance of insects in nutrition: A study on the marketing of insects as food from the consumer's point of view].
- Mitsuhashi, J. (2017). *Edible Insects of the World*. (1st ed.). CRC Press.
- Muslu M. (2020). Sağlıkın Geliştirilmesi Ve Sürdürülebilir Beslenme İçin Alternatif Bir Kaynak: Yenilebilir Böcekler. *Gıda*, 45(5): 1009-1018.
- Oliveira LM, da Silva Lucas AJ, Cadavel CL, Mellado MS. 2017. Bread enriched with flour from cinereous cockroach (*Nauphoeta cinerea*). *Innovative Food Science and Emerging Technologies*, 44: 30-35, doi: <https://doi.org/10.1016/j.ifset.2017.08.015>
- Osimani A, Milanović V, Cardinali F, Roncolini A, Garofalo C, Clementi F, Pasquini M, Mozzon M, Foligni R, Raffaelli N, Zamporlini F, Aquilanti L. 2018. Bread enriched with cricket powder (*Acheta domesticus*): a technological, microbiological and nutritional evaluation. *Innovative Food Science and Emerging Technologies*, 48: 150-163. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ifset.2018.06.007>.
- Özkan, M. ve Güneş, E. (2020). Alternatif Gıda Kaynağı Olarak Yenilebilir Böceklerin Kullanımına Dair Bakış Açılarının Değerlendirilmesi,» *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, pp. 839-851.
- Ramos Elorduy, J. (1998). *Creepy crawly cuisine: The gourmet guide to edible insects*. Park Street Press.
- Ribeiro JC, Lima RC, Maia MRG, Almeida AA, Fonsecac AJM, Cabritac ARJ, Cunha LM. 2019. Impact of defatting freeze-dried edible crickets (*Acheta domesticus* and *Gryllobates sigillatus*) on the nutritive value, overall liking and sensory profile of cereal bars. *LWT, Food Science and Technology* 113: 1-7, doi: [10.1016/j.lwt.2019.108335](https://doi.org/10.1016/j.lwt.2019.108335).
- Ryu, J.P., Shin J.T., Kim, J. ve Kim, Y.W. (2016). «Consumer preference for edible insect-containing cookies determined by conjoint analysis: An exploratory study of Korean consumers,» *Entomological Research*, pp. 74-83.
- Schlup Y, Brunner T. 2018. Prospects for insects as food in Switzerland: A tobit regression. *Food Quality and Preference* 64: 37-46, doi: [10.1016/j.foodqual.2017.10.010](https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2017.10.010)
- Tan HSG, Verbaan YT, Stieger M. 2017. How will better products improve the sensory-liking and willingness to buy insect-based foods? *Food Research International* 92: 95-105, doi: [10.1016/j.foodres.2016.12.021](https://doi.org/10.1016/j.foodres.2016.12.021)
- Tao J, Li YO. 2018. Edible insects as a means to address global malnutrition and food insecurity issues. *Food Quality and Safety*, 2: 17–26. doi: <https://doi.org/10.1093/fqsafe/fyy001>.
- Van Huis A. 2013. Potential of Insects as Food and Feed in Assuring Food Security. *Annual Review of Entomology*, 58: 563–583. doi: <https://doi.org/10.1146/annurev-ento-120811-153704>.
- Van Huis, A., & Oonincx, D. G. (2017). The Environmental Sustainability of Insects as

- Food and Feed, A Review. *Agronomy for Sustainable Development*, 37(5), 1-14.
- Van Huis, (2019). Insects as food and feed, a new emerging agricultural sector: a review, *Journal of Insects as Food and Feed*, pp. 27-44.
- Vangsoe M.T., Thogersen R., Bertram H.C., Heckmann L.H.L., & Hansen M. (2018). Ingestion of insect protein isolate enhances blood amino acid concentrations similar to soy protein in a human trial. *Nutrients*, 10(10): 1357.

Etik Kurul İzni

Bu çalışma Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Etik Kurulunun 28.03.2024 tarih ve 127 sayılı toplantısında alınan karar ile etik olarak uygun bulunmuştur.

Katkı Oranı Beyanı

1. Yazar: %100

Çıkar Çatışması Beyanı

Çalışmanın herhangi bir kurum kuruluş ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.