



ISSN: 2587 - 0890

# TÜRK TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

## JOURNAL OF TURKISH TOURISM RESEARCH



Yıl/Year: 2024  
Cilt/Volume: 8  
Sayı/Issue: 2

# TÜRK TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

## JOURNAL OF TURKISH TOURISM RESEARCH

Cilt:8

Sayı:2

2024

Vol.:8

No:2

Türk Turizm Araştırmaları alanındaki profesyonellere akademik ve sektörel uygulamalara katkı sağlayan teorik ve uygulama arasında köprü olan, Türk Turizm Araştırmaları Dergisi alanlarında ulusal ve uluslararası karşılaştırmaları inceleyen eserler yer almaktadır. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin yayın kapsamında; Turizm İşletmeciliği, Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Rekreasyon Yönetimi, çalışmaları yer almaktadır.

### EDİTÖR

Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi,

Turizm Fakültesi Gölbaşı Yerleşkesi, Ankara.

[editor@tutad.org](mailto:editor@tutad.org)

[editor.tutad@gmail.com](mailto:editor.tutad@gmail.com)

### YAYIN KURULU

Prof. Dr. Cevat TOSUN, George Washington University, Washington, USA.

Prof. Dr. Doğan GÜRSOY, Washington State University, Pullman, Washington, USA.

Prof. Dr. Elbeyi PELİT, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon, Türkiye.

Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ, University of Central Florida, Orlando, USA.

Prof. Dr. Şeyhmus BALOĞLU, University of Nevada, Las Vegas, USA.

Prof. Dr. Yüksel EKİNCİ, University of Portsmouth, Portsmouth, U.K.

Doç. Dr. Erdogan H. EKİZ, Mohammed VI Polytechnic University, Benguerir, Fas.

Doç. Dr. Gonca KILIÇ, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon, Türkiye.

Doç. Dr. Hüseyin ALKIŞ, Adıyaman Üniversitesi, Adıyaman, Türkiye.

Doç. Dr. Mehmet KÖSEOĞLU, The Hong Kong Polytechnic Uni., Hong Kong, China.

Doç. Dr. Nurettin AYAZ, Karabük Üniversitesi, Karabük, Türkiye.

Doç. Dr. Onur GÖRKEM, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İzmir, Türkiye.

Doç. Dr. Özlem SÜRÜCÜ, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Doç. Dr. Sedat YUKSEL, Al Sohar, Al Batinah Region, Oman, Sultanate of Oman.

Doç. Dr. Serdar ÇÖP, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet UŞAKLI, Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.

Dr. Öğr. Üyesi Nazan COLMEKCIOGLU, Nottingham Trent Uni., Nottingham, U.K.

Dr. Öğr. Üyesi Serap SERİN KARACAER, Aksaray Üniversitesi, Aksaray, Türkiye.

Dr. Öğr. Üyesi Tarik DOGRU, Florida State University, Orlando, USA.

## TASARIM ve İLETİŞİM KOORDİNATÖRÜ

Orhan SAĞÇOLAK

[editor@tutad.org](mailto:editor@tutad.org)

[editor.tutad@gmail.com](mailto:editor.tutad@gmail.com)

## İNDEKS – ABSTRACTING & INDEXING

CEEOL | Central and Eastern European Online Library

DRJI | Directory of Research Journals Indexing

SOBIAD

ASOS INDEX | Academia Social Science Index

CiteFactor

SIS | Scientific Indexing Services

iCi | Indian Citation Index

Google Scholar

Electronic Journal Library

ROAD | ROAD, The Directory of Open Access Scholarly Resources

ResearchBib – Academic Resource Index

ISI | International Scientific Indexing

RI-Rootindexing

Scilit-Scientific Literature

Türk Turizm Dizini

ZDB | ZEITSCHRIFTEN DATENBANK

WorldCat

ICI Index Copernicus International

General Impact Factor

EuroPub Database

Bilgindex

## HAKEM KURULU

Prof. Dr. Ahmet BAYTOK, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon, Türkiye.

Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir, Türkiye.

Prof. Dr. Ahmet TAYFUN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Akın AKSU, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, Türkiye.

Prof. Dr. Ali YAYLI, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Arzu KILIÇLAR, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Atıncı OLCAY, Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep, Türkiye.

Prof. Dr. Atilla AKBABA, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, İzmir, Türkiye.

Prof. Dr. Atilla YÜKSEL, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın, Türkiye.

Prof. Dr. Bilgehan GÜLCAN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Burhanettin ZENGİN, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, Türkiye.

Prof. Dr. Cafer TOPALOĞLU, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla, Türkiye.

Prof. Dr. Celil ÇAKICI, Mersin Üniversitesi, Mersin, Türkiye.  
Prof. Dr. Cevat TOSUN, George Washington University, Washington, USA.  
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir, Türkiye.  
Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN, İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.  
Prof. Dr. Doğan GÜRSOY, Washington State University, Pullman, USA.  
Prof. Dr. Emrah ÖZKUL, Kocaeli Üniversitesi, İzmit, Türkiye.  
Prof. Dr. Evren GÜÇER, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye.  
Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ, University of Central Florida, Orlando, USA.  
Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER, İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.  
Prof. Dr. Hasan Hüseyin SOYBALI, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon, Türkiye.  
Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK, İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.  
Prof. Dr. Kemal KANTARCI, Alanya Alaaddin Keykubat Üni., Antalya, Türkiye.  
Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN, Ankara Hacı Bayram Veli Üni., Ankara, Türkiye.  
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, Türkiye.  
Prof. Dr. Muammer MESCİ, Düzce Üniversitesi, Düzce, Türkiye.  
Prof. Dr. Murat ÇUHADAR, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, Türkiye.  
Prof. Dr. Murat DOĞDUBAY, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir, Türkiye.  
Prof. Dr. Murat HANCER, University of Central Florida, Orlando, USA.  
Prof. Dr. Orhan BATMAN, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, Türkiye.  
Prof. Dr. Ozan BAHAR, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla, Türkiye.  
Prof. Dr. Rüya EHTİYAR, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, Türkiye.  
Prof. Dr. Salih KUŞLUVAN, İstanbul Medeniyet Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.  
Prof. Dr. Şeyhmus BALOĞLU, University of Nevada, Las Vegas, USA.  
Prof. Dr. Yasin BOYLU, Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi, Kırgızistan  
Prof. Dr. Yaşar SARI, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye.  
Prof. Dr. Yusuf AYMANKUY, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir, Türkiye.  
Prof. Dr. Yüksel EKİNCİ, University of Portsmouth, Portsmouth, U.K.  
Prof. Dr. Zeliha ESER, Başkent Üniversitesi, Ankara, Türkiye.  
Doç. Dr. Ahmet ÖZTÜRK, University of Central Florida, Orlando, USA.  
Doç. Dr. Ayşe Nevin SERT, AHBV Üniversitesi, Türkiye.  
Doç. Dr. Burhan KILIÇ, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla, Türkiye.  
Doç. Dr. Cenk Murat KOÇOĞLU, Karabük Üniversitesi, Karabük, Türkiye.  
Doç. Dr. Cüneyt TOKMAK, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye.  
Doç. Dr. Ece KONAKLIOĞLU, Ankara Hacı Bayram Veli Üni., Ankara, Türkiye.  
Doç. Dr. Erdogan H. EKİZ, Mohammed VI Polytechnic University, Benguerir, Fas.  
Doç. Dr. M. Murat KIZANLIKLI, Ankara Hacı Bayram Veli Üni., Ankara, Türkiye.  
Doç. Dr. Mehmet KÖSEOĞLU, The Hong Kong Polytechnic Uni., Hong Kong, China.  
Doç. Dr. Murat AKSU, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale, Türkiye.  
Doç. Dr. Sedat YUKSEL, Al Sohar, Al Batinah Region, Oman, Sultanate of Oman.  
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe ATAR, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun, Türkiye.  
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ALTIN, University of Central Florida, Orlando, USA.  
Dr. Öğr. Üyesi Nazan COLMEKCIOĞLU, Nottingham Trent Uni., Nottingham, U.K.  
Dr. Öğr. Üyesi Tarik DOGRU, Florida State University, Orlando, USA.  
Dr. Öğr. Üyesi, Muhittin ÇAVUŞOĞLU, Northern Arizona University, USA

# TÜRK TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

## JOURNAL OF TURKISH TOURISM RESEARCH

Cilt:8

Sayı:2

2024

Vol.:8

No:2

### İÇİNDEKİLER/CONTENTS

#### *Araştırma Makalesi*

#### **İznik'te İnanç Turizminin Paydaşlar Açısından Değerlendirilmesi: GZFT Yaklaşımı ile Stratejik Bir Analiz**

*(Evaluation of Faith Tourism in İznik in terms of Stakeholders: A Strategic Analysis with SWOT Approach)*

Emel ADAMIŞ, Sezi AYDIN, Muharrem TUNA

ss. 78-95.

#### *Araştırma Makalesi*

#### **Turizmde Kadın Çalışanların Cam Tavan Sendromuna Maruz Kalma Düzeyleri ile İş Doyumları Arasındaki İlişki: Kamu ve Özel Sektör İşletmelerinde Bir Uygulama**

*(The Relationship Between the Levels of Glass Ceiling Syndrome and Job Satisfaction of Women Employees in Tourism: An Application in Public and Private Sector Enterprises)*

Eylül DURUK, Firdevs Feyza İNCE

ss. 96-114.

#### *Araştırma Makalesi*

#### **Mersin İlinde Tatil Deneyimine Sahip Bireylerin Sürdürülebilirlik Farkındalıklarının İncelenmesi**

*(Investigation of Sustainability Awareness of Individuals with Vacation Experience in Mersin Province)*

İnci ERDOĞAN TARAKÇI, Kübra PEKTAŞ

ss. 115-133.

#### *Araştırma Makalesi*

#### **Balıkesir İlinin Kültürel Miras Değerlerinin Bilinirliğine Yönelik Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrenciler Üzerine Bir Araştırma**

*(An Investigation on the Awareness of Balıkesir Province's Cultural Heritage Values Among Undergraduate Tourism Students)*

Gülay ÖZDEMİR YILMAZ, Doğançan BOSTAN

ss. 134-149.

*Araştırma Makalesi*

**Turizm Endekslerindeki İşletmelerin Piyasa Performansları, Finansal Performansları ve ESG Performansları Arasındaki Entegre Dinamiklerin Keşi**

*(Exploring Integrated Dynamics Between Market Performances, Financial Performances and ESG Performances of Businesses in Tourism Indices)*

Fatma ALDIRMAZ AKKAYA

ss. 150-168.



# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2024, 8(2): 78-95.

DOI: [10.26677/TR1010.2024.1406](https://doi.org/10.26677/TR1010.2024.1406)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



## ARAŞTIRMA MAKALESİ

### İznik'te İnanç Turizminin Paydaşlar Açısından Değerlendirilmesi: GZFT Yaklaşımı ile Stratejik Bir Analiz\*

Doç. Dr. Emel ADAMIŞ, Bursa Uludağ Üniversitesi, İznik Meslek Yüksekokulu, Bursa, e-posta: [emeladamis@uludag.edu.tr](mailto:emeladamis@uludag.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6445-005X>

Arş. Gör. Dr. Sezi AYDIN, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Samsun, e-posta: [sezi.aydin@omu.edu.tr](mailto:sezi.aydin@omu.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3625-2536>

Prof. Dr. Muharrem TUNA, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara, e-posta: [muharrem.tuna@hbv.edu.tr](mailto:muharrem.tuna@hbv.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5526-7122>

## Öz

İznik'in inanç turizmindeki mevcut durumunun paydaşlar açısından ortaya konulması amacıyla, bu çalışmada GZFT yaklaşımı ile stratejik bir analiz yapılmıştır. Nitel araştırma yaklaşımının benimsendiği çalışmada veriler, dokuz yerel paydaş ile yüz yüze yapılan bireysel görüşmelerden elde edilmiştir. Yarı yapılandırılmış bir görüşme formu ile elde edilen verilerin analiz sürecinde MAXQDA programından faydalanılmış ve tümevarımsal bir yaklaşımla tematik analiz yapılmıştır. Analiz doğrultusunda, İznik'in inanç turizmindeki *güçlü yönlerinin*; kutsal ve kültürel değerlerinden, *zayıf yönlerinin*; Bursa'ya ve kültür merkezlerine olan uzaklığından, inanç turizmine yönelik bilincin yeterince gelişmemiş olmasından, *fırsatlarının*; kendine özgü değerlerinden, ön plana çıkmasını sağlayacak imkânlarından, *tehditlerinin*; turizm faaliyetlerine müsaade edilmemesinden, rekabet edebilirliğinin zayıf olmasından kaynaklandığı bulgularına ulaşılmıştır. Bu doğrultuda, İznik'te inanç turizminin gelişmesi açısından paydaş önerileri; reklam ve tanıtım faaliyetlerinin yürütülmesi, turistlere ilçede daha fazla vakit geçirebilecekleri imkânların sunulması, Hristiyanlık'a ait değerlere daha fazla saygı duyulması ve inanç turizminin gelişmesine yönelik iş birlikleri ve çalışmalara ağırlık verilmesi yönünde ifade edilmiştir. Bu çalışmanın, İznik'te inanç turizmi açısından güçlü yönlerin korunmasına, zayıf yönlerin geliştirilmesine, fırsatların değerlendirilmesine ve tehditlerin engellenmesine yönelik yapılacak çalışmalara ve bu konuda geliştirilecek politikalara katkı sağlaması beklenmektedir.

\*Bu çalışma, 25-28 Ağustos 2022 tarihinde "Antik Dönemden Günümüze Anadolu'da İnanç Turizmi Kongresi"nde özet bildiri olarak sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** İnanç Turizmi, Tematik Analiz, GZFT-SWOT Analizi, Bursa, İznik.



**Makale Gönderme Tarihi:** 09.03.2024

**Makale Kabul Tarihi:** 04.06.2024

## Önerilen Atf:

Adamiş, E., Aydın, S. ve Tuna, M. (2024). İznik'te İnanç Turizminin Paydaşlar Açısından Değerlendirilmesi: GZFT Yaklaşımı ile Stratejik Bir Analiz, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(2): 78-95.

© 2024 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

	<b>Journal of Turkish Tourism Research</b> 2024, 8(2): 78-95. DOI: <a href="https://doi.org/10.26677/TR1010.2024.1406">10.26677/TR1010.2024.1406</a> ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <a href="https://www.tutad.org">https://www.tutad.org</a>	
---	---	---

RESEARCH PAPER

## Evaluation of Faith Tourism in İznik in terms of Stakeholders: A Strategic Analysis with SWOT Approach

Associate Prof. Dr Emel ADAMIŞ, Bursa Uludağ University, İznik Vocational School, Bursa, e-mail: [emeladamis@uludag.edu.tr](mailto:emeladamis@uludag.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6445-005X>

Dr. Sezi AYDIN, Ondokuz Mayıs University, Faculty of Tourism, Samsun, e-mail: [sezi.aydin@omu.edu.tr](mailto:sezi.aydin@omu.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3625-2536>

Prof. Dr. Muharrem TUNA, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Ankara, e-mail: [muharrem.tuna@hbv.edu.tr](mailto:muharrem.tuna@hbv.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5526-7122>

### Abstract

In order to reveal the current situation of İznik's faith tourism in terms of stakeholders, a strategic analysis was carried out with the SWOT approach in this study. In the study, which adopted a qualitative research approach, data were obtained from face-to-face individual interviews with nine local stakeholders. MAXQDA software was used to analyze the data obtained through a semi-structured interview form and thematic analysis was carried out with an inductive approach. In line with the analysis, it was concluded that İznik's *strengths* in faith tourism stem from its sacred and cultural values, its *weaknesses* stem from its distance to Bursa and cultural centres, insufficient awareness of faith tourism, its *opportunities* stem from its unique values and facilities that will make it stand out, and its *threats* stem from the fact that tourism activities are not allowed and its competitiveness is weak. In this direction, stakeholder suggestions for the development of faith tourism in İznik were expressed in terms of carrying out advertising and promotional activities, providing tourists with opportunities to spend more time in the district, respecting the values of Christianity more, and focusing on cooperation and studies for the development of faith tourism. This study is expected to contribute to the studies and policies to be developed for the protection of strengths, development of weaknesses, utilisation of opportunities and prevention of threats in terms of faith tourism in İznik.

**Keywords:** Faith Tourism, Thematic Analysis, SWOT Analysis, Bursa, İznik.

**Received:** 09.03.2024

**Accepted:** 04.06.2024

### Suggested Citation:

Adamiş, E., Aydın, S. and Tuna, M. (2024). Evaluation of Faith Tourism in İznik in terms of Stakeholders: A Strategic Analysis with SWOT Approach, *Journal of Turkish Tourism Research*, 8(2): 78-95.

© 2024 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



## GİRİŞ

Kutsal sayılan yerlere çeşitli motivasyonlarla yapılan seyahatleri ifade eden inanç turizmi, küresel açıdan turizm endüstrisinde gittikçe önem kazanmaktadır. Seyahat amaçları incelendiğinde, 2019'da %27 olan arkadaş-akraba ziyareti, sağlık veya dinî amaçlarla yapılan seyahatlerin 2021'de %34'e yükseldiği görülmektedir (UNWTO, 2023)<sup>1</sup>. Diğer taraftan, Dünya Turizm Örgütü, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü, çeşitli bakanlık ve kurumların destekleriyle birlikte, inanç turizminin geliştirilmesine yönelik çalışmalara ağırlık verilmektedir. 2010 yılında Dünya Mirası Komitesi *dinî ilgi mirası* girişimini başlatmış ve Dünya Mirası Sözleşmesi tarihinde ilk kez dinî ve kutsal mirasın korunması, dinî otoritelerin katılımıyla uluslararası düzeyde tartışılmıştır<sup>2</sup>. 2013 yılında ise Dünya Turizm Örgütü '*Sürdürülebilir Kalkınma için Dinî Turizm Üzerine Birinci UNWTO Uluslararası Konferansı*'ni düzenlemiştir (UNWTO, 2015). Bu girişimler, küresel açıdan turizm çeşitleri içinde inanç turizminin ön plana çıkmasını sağlarken, Türkiye'de de bu konuda çeşitli projelerin ve çalışmaların yürütüldüğü görülmektedir. Bu kapsamda inanç turizminin geliştirilmesi için İslamiyet, Hristiyanlık ve Yahudiliğe ait günümüze kadar ulaşan eserlerin belirlenmesi ve korunmasına yönelik ilgili kurum ve kuruluşların desteği ile çeşitli çalışmalar yürütülmektedir<sup>3</sup>.

Köklü bir kültüre sahip olan Türkiye'de günümüze kadar korunan çok sayıda teolojik eser, inanç turizmi açısından Türkiye'yi diğer ülkelere kıyasla daha avantajlı kılmaktadır. Bu eserler Türkiye'nin birçok bölgesinde bulunmakla birlikte; siyasi, kültürel, dinî ve sanatsal özelliklerin bir arada bulunmasından dolayı Antik İznik (Bursa) diğer yapılardan ayrılmaktadır. Türkiye'deki sekiz hac merkezinden biri olan ve UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesinde yer alan İznik, Hristiyanlık tarihinde kutsal şehir olarak kabul edilmektedir. Roma, Bizans ve Osmanlı dönemlerinden kalan çok sayıda anıtsal yapılarla birlikte, özellikle de Osmanlı döneminde İznik ticaret, sanat ve kültür merkezi hâline gelmiştir. Ayrıca Davud-u Kayseri, Ebul Fadıl Musa, Eşrefoğlu Abdullah Rumi gibi tasavvufiler da İznik'te önemli eserler bırakmıştır (whc.unesco.org/en/tentativelists; Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011). Konstantinos'un Hristiyanlığı devlet himayesine almasıyla birlikte, 325'te I. Genel Konsil ve 787'de II. İznik Konsili olan VII. Ekümenik Konsil'in İznik'te toplanması, bölgeyi Hristiyanlık için önemli bir merkez yapmıştır. 1331'de fethedilen İznik'te Ayasofya adıyla tarihe geçen ve kiliseden çevrilen Cami, özellikle Hristiyan ve Müslümanlar tarafından ziyaret edilmektedir. Ayasofya'nın yanında Meryem'in göğe çıkışını ifade eden Koimesis kilisesi<sup>4</sup> ve Tryphon Kilisesi de önemli dinî değerleri oluşturmaktadır (Eyice, 1988).

Literatür incelendiğinde, İznik'te inanç turizmine yönelik çalışmaların sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Bu konuda yapılan bir çalışmada; yerel halkın İznik'in bir destinasyon olarak ön plana çıkmasında istekli olduğu, yabancı turistlere göre inanç turizmi açısından İznik'in mutlaka görülmesi gerektiği ve A grubu seyahat acentelerinin tur programlarına İznik'i dâhil etme eğiliminde olduğu; ancak talep ve konaklamada yetersizliğin söz konusu olduğu ifade edilmiştir (Usta, 2005). Bir diğer çalışmada İznik turizmi, turist rehberleri açısından değerlendirilmiş ve

---

<sup>1</sup> 'Dünya Turizm Örgütü'nün 2023 raporunda ziyaret amaçları 2021 istatistikleri doğrultusunda verilmiş olup, 2024 yılı raporu açık erişime henüz sunulmamıştır.

<sup>2</sup> bk. "2010 Seminar on the Role of Religious Communities in the Management of World Heritage Properties. Kyiv, 2-5 November 2010. Initiative on Heritage of Religious Interest."

<sup>3</sup> T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 1993'te başlatılan envanter projesi ile 44 ilde inanç turizminin geliştirilmesi için çalışmalar yapılmaktadır (yigm.ktb.gov.tr).

<sup>4</sup> Erken Bizans mimarisinin en önemli örneklerinden biri olan Koimesis Kilisesi 7'nci yy. da Hyakinthos Manastırının bir parçası olarak inşa edilmiştir (whc.unesco.org/en/tentativelists).

İznik'te inanç turizminin geliştirilmesinin gerekliliği vurgulanmıştır (Köksalanlar, 2024). İznik'te inanç turizminin paydaşlar açısından değerlendirildiği herhangi bir çalışmaya rastlanmamış olması ve bu konuda yeterince çalışma yapılmamış olması ise önemli bir eksiklik olarak görülmektedir. Seyahat ve turizm hareketliliğinin bölgelerin sosyoekonomik ve sosyokültürel açıdan gelişmesini olumlu yönde etkilediği, aynı zamanda yerel kimliği güçlendirdiği bilinmektedir. Bu açıdan yaklaşıldığında, turizme yönelik potansiyel arz unsurlarının turistik ürün olarak sunulması ve mevcut turistik ürünlerin de geliştirilmesi ilgili bölgenin kalkınmasında kritik bir değer taşımaktadır. Buna göre, özellikle Hristiyanlık ve İslamiyet açısından taşıdığı önemli kutsal değerlerden dolayı, İznik'in inanç turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda, İznik'te inanç turizminin incelenmesine yönelik yapılan bu çalışmanın literatüre sağlayacağı katkı oldukça önemli görülmektedir.

İznik, Anadolu'da İstanbul, Selçuk ve Efes'le birlikte ekümenik konsillerin yapıldığı önemli yerlerden biridir. İlk yedi ekümenik konsilin yapıldığı bu yerlerden, ilk ve son konsilin İznik'te yapılmış olması inanç turizmi açısından ilçeye ayrı bir önem katmaktadır (<https://faith.goturkiye.com/>). Diğer taraftan *Türkiye Turizm Stratejisi 2023* kapsamında İznik, kültür ve inanç turizmi ile gelişecek bir alan olarak belirlenmiş ve bölgenin dünya kültür turizminde önemli bir yer edinmesi hedeflenmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). Ancak, İznik'te inanç turizminin geliştirilmesine yönelik bilimsel çalışmaların oldukça sınırlı olduğu ve ilçenin inanç turizmi açısından kamu-özel sektör iş birlikleri ile yeteri kadar desteklenmediği görülmektedir. İnanç turizminin İznik'te yeterince gelişmemiş olması dolayısıyla bu çalışmada, bu çalışmada İznik'te inanç turizminin mevcut durumunun paydaşlar açısından ortaya konulması amaçlanmaktadır. Çalışmanın inanç turizminin geliştirilmesine yönelik yapılacak araştırmalara ve bu konuda geliştirilecek politikalara katkı sağlaması beklenmektedir.

## LİTERATÜR

Toplum tarafından bilinen en eski ve en temel nüfus hareketliliğini inanç seyahatleri oluşturmaktadır. Modern turizm her ne kadar çağdaş dünyanın yeni bir fenomeni olarak görülse de turizmin en derin kökleri inanç-hac yolculuğuna dayanmaktadır. Bu nedenle turizm ve inanç seyahatleri uzun bir dönem aynı kategoride ifade edilmiştir. Ancak 1970'lerle birlikte kavramlar arasında ilk farklılaşma ortaya çıkmış ve turizm ve inanç seyahatleri arasındaki karmaşık ilişki literatürde ekonomik, politik, sosyolojik ve psikolojik yönlerden ele alınmaya başlamıştır. Bununla birlikte literatürde, çalışmaların postmodernizme doğru kaydığı ve postmodern turist ve postmodern hacı arasında değişen sınırların açıklanmasına yönelik bir yaklaşım bulunduğu görülmektedir (Collins-Kreiner, 2010). Kutsal alanların bulunduğu bölgelerin tarihi, coğrafi, dinî ve kültürel özellikleri seyahat amaçlarının farklılaşmasına neden olduğu için turistlerin seyahat motivasyonları da postmodern yaklaşımlarla değerlendirilmektedir.

Literatürde turistlerin aynı kutsal mekânı farklı motivasyonlarla ziyaret ettikleri kabul edilmektedir. Kutsal bir mekânın dinine mensup olan veya olmayan, hatta herhangi bir dinî gruba bağlı olmayan turistler aynı kutsal mekânı farklı motivasyonlarla ziyaret edebilmektedir. Örneğin, Nyaupane, Timothy ve Poudel'in (2015) çalışmasında Nepal'de bulunan Budist hac merkezi *Lumbini*'yi Hindular ve Hristiyanların Budistleri kendi inançlarına daha yakın buldukları için ziyaret ettikleri ifade edilmiştir. Ayrıca kendilerini hacı olarak tanımlayan turistlerin dinî motivasyonlarının daha yüksek olduğu, yalnızca turist olarak tanımlayanların ise eğlence veya kültürel motivasyonlarının daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Meksika'da ise kutsal alan sayılan Izamal şehrinde *Meryem Ana Tapınağı*'na yapılan ziyaretlerin, Maya geleneğinin devamı olarak görüldüğü ve ziyaretçilerin Meryem Ana'nın Maya yarımadasının koruyucusu olduğu inancından etkilendiği belirtilmiştir. Ayrıca Tapınağa yapılan ziyaretlerin

çoğunun dinî bir motivasyondan kaynaklandığı da ortaya konulmuştur (Alvarado-Sizzo, Frejomil ve Crispin, 2017).

Dinî turizm, Raj ve Morpeth'in (2007) çalışmasında kişinin kendi veya başkalarının inancıyla ilgili olduğu düşünülen dinî ortamların ziyaret edilmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Hughes, Bond ve Ballantyne (2013) ise inanç turizmini mevcut veya geçmiş dinî önemi olan yerlere yapılan bir turizm çeşidi olarak tanımlamıştır. Kutsal mekân terimi ise UNESCO'ya (2008) göre insanlar ve topluluklar için özel manevi öneme sahip olan alanları ifade etmektedir. Literatür doğrultusunda inanç turizmini, kutsal mekânlarda gerçekleşerek dinî faaliyetlerle karakterize edilen bir turizm çeşidi olarak tanımlamak gerekmektedir. İnanç turizmi kapsamında hem dinî hem dinî olmayan faaliyetler gerçekleştirildiği için seyahat amaçlarını ayırmak zorlaşmaktadır. Buna göre, turistlerin kutsal mekânları salt inançları doğrultusunda ziyaret ettikleri bir turizm türü (Tapur, 2009; Zaman, 2010) şeklinde yapılan inanç turizmi tanımlamaları eksik kalmaktadır.

Din ve turizm arasındaki ilişki teorik açıdan ilk olarak Nolan ve Nolan (1992) tarafından ortaya konulmuştur. Çalışmada, Avrupa'nın inanç turizmi, dindar hacılardan seküler turistlere kadar değişen ziyaretçi beklentilerinin üç tür turistik çekicilik merkezinde karşılandığı bir sistemle tanımlanmıştır. Bu yerlerin ilki dinî ibadetlere güçlü bir vurgu yapan, ancak seküler turistleri çekecek çok az özelliği olan *hac mabetleri*; bir diğeri tarihî, sanatsal ve doğal özelliklerin çeşitli kombinasyonlarını bir arada bulunduran *ibadet merkezleri*; üçüncü olarak ise dinî turizm çekicilikleri olarak işlev gören *türbeler ve dinî festivaller* olarak ifade edilmiştir. Temel olarak inanç turizmi alternatif bir turizm çeşidi olmakla birlikte, aynı zamanda kitle turizminin tipik özelliklerine ve boyutlarına da dayanmaktadır (Iliev, 2020). Bu nedenle turistik çekicilik merkezleri birçok seyahat amacıyla ilişkilendirilerek inanç turizmine hizmet edebilmektedir. Örneğin, inanç turizmi açısından çekicilik merkezleri McManus'ın (2005) çalışmasında şu şekilde sınıflandırılmıştır; *arkeolojik kazı alanları* (Machu Picchu-Peru), *mezarlıklar* (Highgate Mezarlığı-İngiltere), *müstakil tapınaklar-türbeler* (Amritsar-Hindistan), *şehir veya kasaba* (Roma-İtalya), *sekiüler hac* (Robben Adası-Güney Afrika), *hac* (Mekke-Suudi Arabistan) ve *kutsal dağ* (Uluru-Ayers Rock-Avustralya). Dinî değerlerin bulunduğu her alan farklı niteliklere sahip olmakla birlikte, bu nitelikler turistik çekicilik merkezlerinin geliştirilmesinde oldukça önem arz etmektedir. Dinî değerler *Assisi* veya *Beytüllahim* gibi bir bütün olarak şehri kapsayabilirken, *Lona* veya *Rapa Nui* gibi adalarda da görülebilmektedir.

İnanç turizmine yönelik mekânlar Türkiye açısından incelendiğinde, turistik çekicilik merkezlerinin çoğunlukla cami, türbe ve kilise gibi yapılardan oluştuğu görülmektedir (Okuyucu, 2020). Bunun yanı sıra Trabzon'da bulunan *Haçka Yaylası* ise inanç turizminin geliştiği farklı bir mekân olarak ortaya çıkmaktadır. Bu yaylada 1996'dan beri Haçkalı Hoca'yı anma törenleri yapılmakta ve bu alan her yıl binlerce turist tarafından ziyaret edilmektedir (Çavuş, 2012). Kiliseler açısından bakıldığında, Antalya'nın Demre ilçesi veya *Myra Antik Kenti* olarak da bilinen yerleşim yeri ve orada bulunan *Aziz Nikolaos (St. Nicholas) Kilisesi ve Müzesi*, Aziz Paul ve arkadaşlarının uğradıkları şehir olmasından dolayı Hristiyanlık açısından özel bir öneme sahiptir. Diğer taraftan Noel Baba geleneği de Aziz Nikolaos inancıyla bütünleştirilmiş ve yarı dinî ve oldukça popüler bir karakterin yaratılmasını sağlamıştır (antalya.goturkiye.com). Hristiyanlar için kutsal kabul edilen bu yere yönelik Dikici ve Sağır'ın (2012) yaptığı çalışmada ise yerel halkın turizme ekonomik açıdan yaklaştığı ve elde edilen gelirden yalnızca küçük bir azınlığın yararlanması eleştirildiği sonucuna varılmıştır. Bununla birlikte, turistlerin bölgeyi çoğunlukla günü birlik ziyaret ettikleri, bu nedenle inanç turizmine yönelik seyahatlerin bölgeye belirli bir sosyoekonomik değer katmadığı da yerel halk tarafından ifade edilmiştir. Benzer bir durum, Mersin ilinin Tarsus ilçesinde bulunan *Aziz Pavlus Evi*'ne yönelik ziyaretlerde de görülmektedir. Başer ve Başçı'nın (2013) çalışmasında, Hristiyanlık için önemli bir hac merkezi

olan bu yere, çoğunlukla günübürlük yapılan ziyaretlerin bölgenin inanç turizmi merkezi olarak değerlendirilmesini engellediği sonucuna varılmıştır.

İnanç turizmine yönelik önemli bir diğer çekicilik merkezlerini ise türbeler oluşturmaktadır. Siirt'in Tillo ilçesinde İbrahim Hakkı Hazretleri'nin, hocası İsmail Fakirullah'ın türbesi için 'Hocamın başucuna doğmayan güneşi neyleyim' diyerek yaptırdığı ışık düzeneği UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'nde yer almaktadır. Bu düzenek, her yıl ekinoks tarihlerinde doğan güneşin ilk ışınlarını türbeye yansıtmaktadır (siirt.goturkiye.com). İslam'ın yayılmasında büyük bir rol oynayan Veysel Karani ile onun yolunu takip eden İbrahim Hakkı'ya ait türbelerin bulunduğu Ziyaret beldesi ve Tillo ilçesi ise her yıl binlerce turist tarafından ziyaret edilmektedir (Özgen, 2013). Türbe ziyaretleri Evliya Çelebi'nin türbelere yaptığı ziyaretler ile de önem kazanmaya başlamıştır. Seyahatname'de Bursa'da yapılan gezilerin anlatıldığı bölümde, türbe ziyaretlerinin asıl nedeninin Orhan Gazi'den itibaren Osmanlı Padişahlarının seyit soyundan gelmelerinden kaynaklandığı belirtilmiştir (Yılmaz, 2022).

İnanç turizmine yönelik çekicilik merkezleri İznik açısından ele alındığında oldukça değerli arkeolojik kazı alanlarının, müstakil tapınakların ve türbelerin bir arada bulunduğu görülmektedir (bk. Fotoğraf 1.). Özellikle tarihsel, sanatsal ve doğal özelliklerin bir arada bulunduğu inanç merkezlerine sahip olması, İznik'in ziyaretçiler açısından birçok seyahat amacıyla ilişkilendirilmesini sağlamaktadır. Bununla birlikte, kutsal kabul edilen yerlerin inanç turizmi açısından gelişebilmesinde paydaşların rolü oldukça önemli olup, bu durum Lin'in (2021) çalışmasında Tayvan'daki *Dajia Mazu* hac ziyareti açısından değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda; tapınakların, hacıların ve ev sahibi toplulukların turistlerden, çevreden, işletmelerden ve hükümet organlarından daha önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tüm paydaşların katkıları arasında; hacıların katılımı, tapınak yönetiminin düzenlenmesi, yiyecek ve içecek paylaşımı, ev sahibi toplulukların katılımı ve tapınakların desteklenmesi ise en önemlileri olarak ortaya çıkmıştır. Paydaş rollerinin inanç turizminin gelişmesinde kilit bir rol oynadığı görülmekte; bu nedenle inanç turizminin geliştirilmesine yönelik yapılacak çalışmalarda öncelikle paydaş görüşlerinin ortaya konulması gerekmektedir.



**Fotoğraf 1:** Bazilika ve Ayasofya  
Kaynak: (İznik Belediyesi, 2024).

## YÖNTEM

İznik'te inanç turizmine yönelik mevcut durumun paydaşlar açısından ortaya konulmasının amaçlandığı bu çalışmada, paydaşların bilgi ve deneyiminin derinlemesine anlaşılmasına imkân sağlayan nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Bu doğrultuda, İznik'te inanç turizmi açısından güçlü yönlerin korunmasına, zayıf yönlerin nedeninin anlaşılmasına ve düzeltilmesine, fırsatların değerlendirilmesine ve tehdit faktörlerinin engellenmesine yönelik stratejilerin geliştirilmesi için GZFT (Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar ve Tehditler) analizi kullanılmıştır.

GZFT analizi, dünya çapında en eski ve en yaygın benimsenen strateji araçlarından biri olup (Puyt, Lie ve Wilderom, 2023); otel reformu ve kırsal turizmin geliştirilmesi gibi çeşitli çalışmalarda yaygın olarak kullanılmaktadır (Yu ve Huimin, 2005; Zhang, 2012). GZFT analizi, her ne kadar bir listeleme veya iç-dış faktörlerin niteliksel incelemesinden oluşsa da bir bölgenin geleceği için en önemli stratejik faktörler bu analiz ile özetlenmektedir (Kajanus, Kangas ve Kurttila, 2004). Güçlü ve zayıf yönler iç göstergeleri, fırsatlar ve tehditler ise dış göstergeleri yansıtmaktadır. İç göstergeler, İznik'te inanç turizminin değerlendirilmesine yönelik mevcut durumları gösterirken, dış göstergeler ise inanç turizmine yönelik pazar durumunu veya politikaları *vb.* yansıtmaktadır. Bununla birlikte, her bir faktörün karar alma sürecindeki önemi niceliksel olarak ölçülemediği için hangi faktörün stratejik kararı en çok etkilediğinin değerlendirilmesi zorlaşmaktadır. Bu durum ise GZFT analizinin önemli bir kısıtını oluşturmaktadır (Pesonen vd., 2001).

Veri toplama tekniğinin seçilmesi çalışma sürecinin önemli bir yönünü oluşturmaktadır. Nitel araştırma yaklaşımlarında verilerin elde edilmesinde en çok kullanılan tekniklerden biri görüşmedir (Fortin, Côté ve Filion, 2009). Bu nedenle verilerin elde edilmesinde, belirli bir duruma yönelik kapsamlı bilgiye ulaşılmasını, özellikle veri toplama sürecinde yeni soruların sorulabilmesi açısından esneklik sağladığı için görüşme tekniği tercih edilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Her ne kadar görüşmeye yönelik genel bir çerçeve oluşturulmuş olsa da katılımcıların yetkinliklerine göre sorularda değişikliğe gidilerek konunun farklı boyutlarını ortaya çıkarabilmek amacıyla -yeni soruların eklenebildiği, çıkarılabildiği veya soru sıralamasının değiştirilerek verinin genel hatlarıyla çizilebildiği- yarı yapılandırılmış bir görüşme türü tercih edilmiştir (Akman Dömbekci ve Erişen, 2022). Görüşme soruları hazırlanmadan önce GZFT analizine dâhil edilmeye uygun faktörleri belirlemek için inanç turizmine yönelik kapsamlı bir literatür taraması yapılmıştır. Buna göre sorular, inanç turizminin mevcut durumu hakkında derinlemesine bilgi edinmek ve inanç turizmine hizmet eden kutsal değerlerle ilgili mevcut ve gelecek karşılaştırması yapılmasına imkân sağlayacak şekilde ve literatür taramasıyla desteklenen sorunlar doğrultusunda hazırlanmıştır. Bu kapsamda yarı yapılandırılmış görüşme formu, GZFT analizinin her yönüne göre sınıflandırılarak "*İznik'in inanç turizminde güçlü yönleri, zayıf yönleri, dış çevre unsurlarında gözlemlenen fırsatları, dış çevre unsurlarında gözlemlenen tehditleri ve rakip bölgelere göre daha etkin-verimli olabilmesi için yapılması gerekenler nelerdir*" soruları çerçevesinde oluşturulmuş ve gerektiğinde ek sorular sorularak görüşme desteklenmiştir. Ayrıca görüşme soruları için inanç turizmi alanında akademik uzmanlığa sahip üç uzmandan onay alınmıştır.

Çalışma grubunun belirlenmesinde, araştırmanın amacı ve konuya dayalı olarak amaçlı örnekleme tercih edilmiştir. Nitel araştırmalarda en popüler yöntemlerden biri olan amaçlı örnekleme, araştırma amaçlarına ulaşılmasına katkıda bulunacak bireyleri bir örneklem içerisine dâhil ederek belirlenen örneklemedir (Hashemi ve Ghaffary, 2017). Konu hakkında bilgi ve deneyime sahip olan kişilerle görüşülmesi, doğrudan konuyla ilgili bilgi alınması açısından önemlidir. Bu nedenle, çalışma grubu İznik'in kültürel miras materyallerine sahip olan ve farklı kurum temsilcilerinden oluşan yerel paydaşlar olarak belirlenmiştir. Stratejik kararların alınmasında oldukça önemi olan paydaşların saptanmasında ise amaçlı örneklem stratejilerinden biri olan *maksimum çeşitlilik* stratejisi tercih edilmiştir. Kuramsal örnekleme tekniğinden yararlanılarak, iki turist rehberi, iki turizm şirketi sahibi ve kamu ile ilgili beş kurum olmak üzere toplam dokuz yerel paydaş -ulaşılabilirlik de göz önüne alınarak- çalışma grubuna dâhil edilmiştir. Görüşme formu için etik onay, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonu'ndan 22.07.2022 tarihinde alınmıştır. Ayrıca görüşme öncesinde katılımcılardan araştırmaya katılım ve görüşmelerin ses kaydına alınması konusunda bilgilendirilmiş gönüllü onam formları alınmıştır.

Görüşmeler bir araştırmacı yazar tarafından Eylül-Ekim 2022 tarihleri arasında Bursa ve İznik'te yüz yüze ve çevrim içi olarak gerçekleştirilmiştir. Görüşme sürecinde katılımcılara çalışmanın hedefleri detaylandırılmış, her bölümün amacı açıklanmış, katılımcıların soruları yanıtlanmış ve daha fazla bilgi elde edilebilmesi için katılımcılara araştırma sorularını destekleyecek sorular yöneltilmiştir. Görüşmeler ortalama 45 dakika sürmüş ve alınan ses kayıtları görüşmelerin orijinalliği korunarak kronolojik olarak yazıya geçirilmiştir. Elde edilen veriler katılımcıların incelemesine sunulmuş ve geri bildirimlerinden sonra gerekli düzeltmeler yapılarak metnin son hâli verilmiştir. Verilerin analizinde, toplanan verilerin anlaşılmasını, temaların belirlenmesini ve ardından belirlenen temaların yorumlanmasını sağlayan ve nitel veri analizinde yaygın bir şekilde kullanılan *tematik analiz* tümevarımsal bir yaklaşımla kullanılmıştır (Vaismoradi, Turunen ve Bondas, 2013; Tuckett, 2005). Tümevarımcı tematik analiz, kodlama çerçevesine (araştırmacının analitik önyargılarına) uymaya çalışmadan verilerin kodlanması sürecine dayanmaktadır (Çarıkçı vd., 2024). Bu doğrultuda analiz, Braun ve Clarke'ın (2006) tematik analiz sürecinde önerdiği gibi; verilere aşına olunması, başlangıç kodlarının oluşturulması, temaların belirlenmesi, temaların gözden geçirilmesi, temaların isimlendirilmesi ve raporlaştırılması sıralaması ile yapılmıştır. Verilerin sınıflandırılması ve düzenlenmesi için *MAXQDA* yazılım programı kullanılmıştır. Bu süreçte ilk olarak görüşme metinleri bir kez okunmuş; ardından GZFT kategorilerine göre *kelime bulutu*'ndan faydalanarak başlangıç kodları oluşturulmuştur. Kelime bulutu, görüşme sırasında en çok kullanılan kelimelerin görselleştirilmesini ve bu sayede çıkarımda bulunmayı sağladığı için tercih edilmiştir. Bir sonraki aşamada ise elde edilen kodlardan temalar belirlenmiş, gözden geçirilmiş ve yorumlanmıştır. Araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliğinin sağlanmasında Guba (1981) tarafından önerilen ölçütlerden ve Arslan (2022) çalışmasından faydalanılmıştır. Bu doğrultuda; geçerlilik ölçütü araştırma sürecinde olmayan bir akranın analiz ve bulgulara ilişkin yorumları kontrol etmesi ve yöntem sürecinin ayrıntılı bir şekilde açıklanması ile sağlanmıştır. Güvenirlik ölçütü ise yöntemin şeffaf bir şekilde raporlaştırılmasının yanında, iki araştırmacının kategorileri karşılaştırarak fikir-alışverişinde bulunması ile sağlanmıştır.

## BULGULAR

Analiz sürecinde öncelikle GZFT kategorileri temel alınarak kelime bulutu analizi yapılmış ve kodlar oluşturulmuştur. Bu kapsamda görüşme sırasında en sık kullanılan veya frekans değeri yüksek olan kelimeler daha büyük puntolarla ifade edilmiş ve frekans değeri düştükçe puntolar küçülmüştür. Bununla birlikte, aynı renk kategorisi ile kelimelerin benzer tekrar sıklığına veya benzer frekansa sahip olduğu gösterilmiştir (*bk. Şekil 1-2-3*). Kelimeler doğrultusunda elde edilen kodlar, frekans kategorilerine göre sınıflandırılmış ve temalar belirlenmiştir. Temaların yorumlanmasıyla elde edilen bulgular; "İznik'in inanç turizminde güçlü ve zayıf yönleri; İznik'in inanç turizmine yönelik fırsatları ve tehditleri; İznik'te inanç turizminin geliştirilmesine yönelik öneriler" başlıkları kapsamında verilmiştir.

## İznik'in İnanç Turizminde Güçlü ve Zayıf Yönleri

Kelime bulutu analizi doğrultusunda güçlü ve zayıf yönlerle ilişkin elde edilen kodlar Şekil 1'de gösterilmektedir. Buna göre, güçlü yönler açısından; 'Konsil, Hristiyanlık, Cami, Ekümenik, İnanç Turizmi ve Kilise' kelimelerinin, zayıf yönler açısından ise 'Uzak' kelimesinin paydaşlar tarafından en sık kullanılan kelimeler olduğu görülmüştür. Kodlar incelendiğinde; İznik'i inanç turizmi açısından güçlü kılan faktörlerin özellikle, dinî eserlerden veya yapılardan oluştuğu anlaşılmıştır. Daha az vurgulanan Roma Tiyatrosu, Osmanlı, çinicilik sanatı, türbe vd., ise tarihî

ve kültürel eserleri yansıtmaktadır. Bu nedenle, İznik'te inanç turizminin güçlü yönlerine ilişkin temalar 'kutsal değerler' ve 'kültürel değerler' olarak belirlenmiştir. Temalara yönelik bazı paydaş görüşleri ise şu şekilde ifade edilmiştir:

"Öncelikle tabii İznik'te inanç turizmi deyince Hristiyanlıkla ilgili bazı gelişmeler var. Bu ekümenik konsillerin toplanmış olması, Ayasofya'da göl kenarındaki Senato Sarayında toplanan özellikle Ortodoks mezhebine mensup insanların ikonalarla ilgili kararlarının verilmesi, İsa'nın Tanrının oğlu olup olmadığının tartışıldığı toplantılar ve bazı dini bayramlarla ilgili kararların alındığı ekümenik konsiller çok önemli [...] (A1)"

"[...] ama bir Sarı Saltuk Türbesi vardır Anadolu'da birkaç yerde vardır bu. Sarı Saltuk Türbesi'nin restore edilerek Lefke kapıdan çıkıp Bayraklıdede'ye doğru giderken Roma Su Yolu kenarında bulunan, çok fazla kişinin de dikkatini çekmeyen bir türbe. Aslında bunun çok da meraklısı var (A1)"

İznik'i inanç turizmi açısından zayıf kılan faktörlerin, İznik'in Bursa'ya ve kültür merkezlerine olan mesafesi açısından 'uzaklık' olduğu sıklıkla ifade edilmiştir. Tarihî kalıntılar üzerinde oturduğu için İznik'in sürekli tahribata uğraması, kutsal eserlere ve inanç turizmine yönelik bilincin ve farkındalığın yeterince gelişmemiş olması ise zayıf yön olarak vurgulanan diğer faktörleri oluşturmuştur. Bu nedenle, İznik'te inanç turizminin zayıf yönlerine yönelik temalar 'merkeze olan uzaklık' ve 'inanç turizmine yönelik bilincin yeterince gelişmemiş olması' olarak belirlenmiştir. Temalara yönelik bazı paydaş görüşleri ise şu şekilde ifade edilmiştir:

"Destinasyonun büyük yerleşim yerlerine, yani bağlı bulunduğu vilayete uzak olması, büyük kültür merkezlerine uzak olması. Bursa içerisinden gelen bir turistin oradan buraya 1 saat, buradan dönüşü 1 saat. Lokasyon olarak merkezlere uzaklığı, kültür merkezine uzaklığı [...] (A2)"

"[...] yoldan geçen birisine sorduğunuz zaman İznik nedir, tarihi nedir, İznik adını nasıl almıştır, adını kim vermiştir bunu bilmesi gerekiyor, İznik'te yaşayan bir vatandaş olarak [...] (A4)"  
"Turizmin sağladığı fayda, turizmin önemi ve turizm geliri konusunda yerel halk için henüz bir turizm bilincinin oluşmaması [...] (A9)"



Şekil 1. Güçlü ve Zayıf Yönlerle İlişkin Kelime Bulutu

## İzник'in İnanç Turizmine Yönelik Fırsatları ve Tehditleri

Kelime bulutu analizi ile fırsat ve tehdit faktörlerine yönelik elde edilen kodlar Şekil 2'de verilmiştir. Bu kapsamda paydaşların fırsat faktörleri açısından en sık kullandığı kelimenin 'Tesbih' kelimesi olduğu, tehdit faktörleri açısından ise 'Engellenme' kelimesi olduğu görülmüştür. Kodlar incelendiğinde; Sarı Saltuk Türbesi, Senato Sarayı, tesbih ve türbelerin İzник'e ait özgün değerler olarak ifade edildiği; Geleneksel Türk Dünyası Sporları, UNESCO, Etno spor, su sporları ve diğerlerinin ise inanç turizminin geliştirilmesinde İzник'i ön plana çıkaracak değerler olarak belirtildiği görülmüştür. Buna göre, İzник'te inanç turizmine yönelik fırsatlar açısından temalar '*İzник'in kendine özgü değerleri*' ve '*İzник'i ön plana çıkaracak imkânlar*' olarak belirlenmiştir. Temalar doğrultusunda fırsat faktörleri açısından bazı paydaşların görüşleri şu şekildedir:

"Günümüzde İzник'te [...] tespih yapımı var. Herkes tespihle ilgili imalat peşinde, para kazanma derdinde. Belki bu tespih imalathanelerinden de İzник'in inanç turizmi ile ilgili bir bağlantı kurulabilir, [...] Herhangi bir turizm fuarında vs. tespih imalatçıları çünkü bildiğim kadarıyla İzник'te en az 15-20 tane atölye var. [...] (A1)"

"[...] şu an zaten çok büyük reklamımız var, Etno Sporları. Geleneksel Türk dünyası Sporları Şampiyonası İzник'te yapılacak 29 Eylül-2 Ekim tarihleri arasında bu bizim için bulunmaz bir değer (A4)"

İzник'in inanç turizmine yönelik tehdit faktörleri, devlet politikaları, yerel yönetimin ve halkın turizme yönelik zihniyeti, faaliyetlerin çeşitli yollardan engellenmesi ve turizm faaliyetlerinin yeterince yapılamadığı şeklinde ifade edilmiştir. Bununla birlikte, reklam ve tanıtımın yeterince yapılmadığı, ekonomik kaynakların yetersiz olduğu, İzник Gölü'nde suyun azaldığı vd. gibi faktörlerin İzник'in rekabet edebilirliğini olumsuz etkilediği belirtilmiştir. Bu doğrultuda, İzник'te inanç turizmine yönelik tehditler açısından temalar '*turizm faaliyetlerine müsaade edilmemesi*' ve '*rekabet edilebilirliğin zayıf olması*' şeklinde belirlenmiştir. Temalar doğrultusunda tehdit faktörlerini bazı paydaşlar şu şekilde ifade etmiştir:

"[...] ama buranın yerel halkından kaynaklı veya işte engellenen bazı şeylerden dolayı İzник'in gelişmesini istemeyen bazı etkenler söz konusu burada. Yani turizmin yapılmasını istiyoruz. Biz de çok fazla faaliyet göstermek istiyoruz. Bununla ilgili turizm derneği başvurumuz falan var. Buraya turizmle ilgili çok şey yapmak istiyoruz ama buranın gelişmesini istemeyen birileri var. (A5)."

"İnanç turizmi de diğer turizm alanları gibi rekabetçi. Tanıtıma yönelik faaliyetler, daha güçlü tanıtımların yapıldığı büyük merkezler var. Bu bir risk. Buraların kapasitesinin artırılması. Mesela İzmir'de var, İstanbul'daki inanç merkezlerinin yoğunlaşması bunlar risk. Bizim açımızdan olumlu ama rekabet anlamında olumsuz olan mesela ülkemizin değişik yerlerindeki inanç merkezinin artması ve güçlenmesi bizim pastadaki payımızın azalmasına sebep olacaktır (A2)."



Şekil 2. Fırsatlar ve Tehditlere İlişkin Kelime Bulutu



## İzник'te İnanç Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Öneriler

Kelime bulutu analizi kapsamında, İzник'te inanç turizminin geliştirilmesi için paydaş önerilerine yönelik elde edilen kodlar Şekil 3'te verilmiştir. Buna göre, paydaş önerilerinde en sık kullanılan kelimenin 'Tanıtım' olduğu görülmüştür. Kodlar incelendiğinde, sosyal medya kullanımının artırılması gibi tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmesi; yürüme yolları, eğlence mekânları yoluyla turistlerin İzник'te vakit geçirmelerinin sağlanması; İzник'teki Ayasofya'nın tekrar kiliseye çevrilmesi, Hristiyanların ibadetlerini yapabilecekleri imkânların sunulması, diğer dinlere yönelik saygının artırılması, turizm master planı, çeşitli iş birlikleri ile kamu-özel sektör çalışmalarının yapılması gerektiği ifade edilmiştir. Bu nedenle, İzник'te inanç turizminin geliştirilmesine yönelik öneriler açısından temalar 'reklam ve tanıtım faaliyetlerinin yürütülmesi', 'turistlerin İzник'te vakit geçirebileceği imkânların sağlanması', 'Hristiyanlık'a ait değerlere saygı duyulması' ve 'inanç turizminin geliştirilmesine yönelik çalışmaların yapılması' olarak belirlenmiştir. Temalar açısından bazı paydaşlar görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

*"Organizasyon yapılması lazım yani buranın tamamen tanıtımı açısından. Diğer ülkelerle uluslararası çalışan acentelerle ortak bir iş birliği yapıp [...] biz de buna destek oluruz. Yani önemli olan reklam ve tanıtım. Tamamen iş buna bakıyor. Sosyal medyaya döndü her şey [...]" (A5)"*

*"Eğlence mekânları çoğaltılmalıdır. Örneğin Kapadokya'ya gittiğinizde "Türk Gecesi" diye bir şov yapıyorlar. Bu çok basit ama içeriğiyle yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir. Bu ve bunun gibi alkollü içeceklerin serbest olacağı eğlence mekânları yapılabilir. Şu an İzник'te canlı müzik dinleyeceğimiz bir bar bile yok (A7)"*

*"Turizm büyük bir sektördür ve her çeşit insana rastlayabilirsiniz. Birbirlerine saygılı, dinî inançları ön planda olmayan toplumlar her zaman bir adım önde olmuşlardır. İnanç turizmi yapılacaksa; kimseyi kırmadan halkı da içine alacak şekilde platformlar oluşturulup gerekirse cami imamlarıyla, vaazlarla nitelikli turist hakkında halk bilgilendirilmelidir (A7)."*

*"Bir master plan gerekli turizm master planı ilçe için. Bursa'daki konumu ne olacak, Türkiye'deki konumu ne olacak İzник'in? Bir plana ihtiyacı var, atılacak adımlar [...]" (A2)"*

camistatusünden çıkarılması  
ayasofyanın kiliseye çevrilmesi  
yürüme yolları masterplan  
işbirliği **tanıtım**  
eğlence saygı türk gecesi  
sosyalmedya

Şekil 3. Önerilere İlişkin Kelime Bulutu

**Tablo 1.** İznik'in İnanç Turizminde Mevcut Durumunu Gösteren GZFT Tablosu

GZFT Kategorisi	GZFT Faktörü
Güçlü yönler	<p>Ekümenik Konsillerin İznik'te yapılmış olması</p> <p>İznik Gölü'nde bulunan yeni bazilika</p> <p>İznik'teki kültür varlıkları</p> <p>Ayasofya Camisi</p> <p>Sarı Saltuk türbesi</p> <p>Kırgızlar Türbesi</p> <p>Eşrefzade Rumi Camisi</p> <p>Dört medeniyete başkent olmuş olması</p> <p>İslami ve gayri İslami dönem eserlerine sahip olması</p> <p>Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı dönem eserlerine sahip olması</p> <p>İznik Gölü</p> <p>İznik Surları</p> <p>İznik çinicilik sanatı (üretilmesi imkânsız seramik)</p> <p>Nilüfer Hatun Müzesi</p> <p>Antik Roma Tiyatrosu</p> <p>Süleyman Paşa Medresesi</p> <p>Yeşil Cami</p>
Zayıf yönler	<p>Ayasofya Kilisesi'nin camiye dönüştürülmesinden kaynaklı yabancı turistlerin gelmemesi</p> <p>Turistlerin ziyaret edeceği herhangi bir Ortodoks kilisesinin bulunmaması</p> <p>Tanıtımın yetersiz düzeyde kalması</p> <p>Otel sayısının az olması</p> <p>Yerel halkın İznik tarihî hakkında bilinçli olmaması</p> <p>Halkın temel geçim kaynağının tarım olması dolayısıyla turizmin ikinci planda kalması</p> <p>İznik Gölü'ndeki gözle görülür su kaybı</p> <p>Tarihî eserlere bakımın yeterli düzeyde olmaması</p> <p>Halkın İngilizce seviyesinin düşük olması</p> <p>Konaklama ve yeme-içme açısından yeterli tesisin olmaması</p> <p>Planlı bir turizm stratejisinin olmayışı</p> <p>Tur otobüslerine yönelik bekleme alanlarının bulunmaması</p> <p>İznik mutfağını tanıtacak mekânların bulunmayışı</p> <p>İznik el sanatlarının satıldığı mekânların bulunmayışı</p>
Fırsatlar	<p>Sarı Saltuk ve Eşrefzade Rumi Türbesi'nin ön plana çıkarılması</p> <p>İznik'teki tesbih yapım atölyelerinin inanç turizmi bağlamında değerlendirilebilir olması</p> <p>Tarihî çalışmaların yoğunlaşması</p> <p>Tarihî mekânların turizme açılması</p> <p>İznik'in Türk Hava Yolları'nda tanıtımının yapılması</p> <p>Dördüncü Dünya Göçebe Oyunlarının İznik'te yapılmış olması (29.09-02.10. 2022)</p> <p>İznik'in ulaşımı kolay ve havalimanlarına yakın mesafede olması</p> <p>İznik'in gölü ve doğasıyla dört mevsim turizm faaliyetlerine uygun olması</p> <p>UNESCO Dünya Mirası geçici listesine girmesi</p> <p>Uluslararası su sporlarının yapılması</p>
Tehditler	<p>Ekonomik açıdan kaynak yetersizliği</p> <p>Politikanın çok fazla gündemde olması</p> <p>İznik'te turizm faaliyetlerinin engellendiğinin düşünülmesi</p> <p>İznik antik kalıntılar üzerine oturduğu için sürekli tahribata uğraması</p> <p>Diğer şehirlerdeki inanç merkezlerine yönelik turistik ürün bilincinin artmasının rekabet edilebilirliği güçleştirmesi</p>

## TARTIŞMA SONUÇ ve ÖNERİLER

İzmit'in inanç turizmindeki mevcut durumunun paydaşlar açısından ortaya konulduğu bu çalışmada, GZFT yaklaşımından faydalanarak stratejik bir analiz yapılmıştır. Buna göre, İzmit'te inanç turizminin güçlü yönleri kutsal ve kültürel değerlerinden kaynaklanırken; zayıf yönleri ise Bursa'ya ve kültür merkezlerine olan uzaklığından ve halk ve yerel yönetimde inanç turizmine yönelik bilincin yeterince gelişmemiş olmasından kaynaklanmaktadır. Bununla birlikte, İzmit'te inanç turizmine yönelik fırsatlar kendine özgü değerlerinden ve ön plana çıkmasını sağlayacak imkânlarından oluşurken; tehditler ise turizm faaliyetlerine müsaade edilmemesinden ve rekabet edebilirliğinin zayıf olmasından kaynaklanmaktadır. Bu nedenlerle, paydaşların İzmit'te inanç turizminin geliştirilmesi açısından önerileri; reklam ve tanıtım faaliyetlerinin yürütülmesi, İzmit'te turistlerin daha fazla vakit geçirebileceği imkânların sağlanması, Hristiyanlık'a ait değerlere daha fazla saygı duyulması ve inanç turizminin gelişmesine yönelik iş birlikleri ve çalışmalara ağırlık verilmesi yönündedir. Bu sonuçlar, İzmit'te inanç turizmine yönelik çeşitli kritik yönleri göstermekte ve bu konuda atılacak adımlar için önemli bir kaynak oluşturmaktadır.

İzmit'in inanç turizminde güçlü yönlerini oluşturan özellikle; Konsil, Hristiyanlık, Cami, Ekümenik ve Kiliselerin inanç turizmine hizmet edebilmesi için fırsatların değerlendirilmesi, tehditlerden kaynaklanan olumsuz etkilerin ise azaltılması gerekmektedir. İzmit'in güçlü yönlerine katkıda bulunan fırsatlarını çoğunlukla, tesbih yapım atölyeleri ve ilçeye yönelik Türk Hava Yolları'nda yapılan tanıtımlar oluşturmaktadır. Tesbihin İslamiyet'te tevhit inancını pekiştiren bir âdet olması, tesbihin turistik bir ürün olarak sunulma ihtiyacını doğurmaktadır. Erzurum, Yozgat ve Düzce şehirlerindeki Oltu taşından veya gümüş işlemeciliğinden yapılan tesbihlerin üretim farklılıkları dikkate alındığında, İzmit'te Kehribar ve Kuka ham maddeleri ile yapılan tesbih sanatı, turistlerin tercih ve ihtiyaçlarının da dikkate alınmasıyla stratejik planlama süreçlerine entegre edilebilir. Bununla birlikte, Bursa başta olmak üzere çevre illere gelen turistlerin geldikleri ülkelerin pazar profilinin incelenmesi ve potansiyel turistlerin ihtiyaçlarının anlaşılmasıyla THY'de İzmit'e yönelik yapılan tanıtım avantajlarından yararlanılabilir.

Turizme yönelik faaliyetlerin engellenmesi başta olmak üzere; çeşitli politikalar, zihniyet ve yetersiz tanıtımdan kaynaklanan tehditlerin, İzmit'te inanç turizmini olumsuz bir şekilde etkilediği anlaşılmaktadır. İzmit'in Bursa'ya ve kültür merkezlerine olan uzaklığı ile yerel yönetim ve halkın inanç turizmi konusunda yeterince bilinçli olmaması gibi zayıf yönler, rakip şehirlerin nispeten daha güçlü olması gibi tehdit faktörlerini güçlendirmektedir. Bu açıdan yaklaşıldığında, özellikle İzmit'in turistler açısından daha erişilebilir olması için sağlanacak ulaşım imkânları, tehdit faktörlerinin azalmasında kritik bir faktördür. Diğer taraftan İzmit Belediyesinin düzenlediği festival, şenlik ve sempozyum gibi etkinliklerde, inanç turizmine dikkat çekecek konulara yer verilmesi, kültürel ve kutsal değerlere yönelik farkındalık yaratılmasına katkıda bulunabilir. Özellikle İzmit'le birlikte, ekümenik konsillerin yapıldığı İstanbul, Efes ve Selçuk ilçelerine yönelik İzmit'in rekabet edebilirliğinin güçlendirilmesi için yapılacak çalışmalar oldukça önemli görülmektedir.

İzmit'te inanç turizmi, ilçenin güçlü yönlerini oluşturan Ekümenik Konsiller, İzmit Gölü, Çinicilik Sanatı, Surlar, Camiler, Türbeler ve Müzeler gibi İzmit'e özgü kutsal ve kültürel değerler etrafında şekillenmektedir. Zengin kutsal değerlerin inanç turizminin güçlü yönlerini oluşturduğu benzer bulgular Tapur'un (2009) çalışmasında Konya, Khlaikaew'in (2015) çalışmasında Tayland ve Bulai, Eva ve Rosu'nun (2016) çalışmasında ise Semerkand -İmam El Buhari Türbesi- için ortaya konulmuştur; bu çalışmada farklı olarak yerel yönetimin turist sayısını artırmak için oldukça istekli olduğu ve buna yönelik çalışmalar yapıldığı ifade edilmiştir. İzmit'in zayıf yönü olarak ortaya çıkan konaklama tesislerindeki yetersizlik, inanç turizmi potansiyelinin bulunduğu yerlere yönelik yapılan benzer çalışmalarda da -Antakya, Kilis ve

Midyat örneğinde olduğu gibi- görülmektedir (Eykay, Dalgın ve Çeken, 2015; Harunoğulları, 2016; Demircan ve Çeken, 2022). Özellikle, Usta'nın 2005 yılı çalışmasında İznik'te inanç turizmi açısından konaklama imkânlarında görülen yetersizliğin bu çalışmada da ifade edilmesi, bu konunun stratejik planlamalarda üzerinde önemle durulması gerektiğini göstermektedir. Bununla birlikte, kutsal değerlerin bulunduğu yerlerde görülen yetersiz konaklama imkânları Meksika'da en çok ziyaret edilen kutsal alanlardan biri olan *Izamal* için de ortaya konulmuştur. Çalışmada, bölgenin doğal ve altyapı imkânlarının yeterli olmadığı ve turistlerin konaklama için yakın yerleşim yerlerine gitmesi gerektiği belirtilmiştir. Bu durum ise *Izamal*'i yalnızca birkaç saat geçirilebilen ve nadiren konaklamanın yapıldığı ikincil bir destinasyona dönüştürmektedir (Alvarado-Sizzo, Frejomil ve Crispin, 2017).

İnanç turizminin geliştiği bölgelerde aynı zamanda altyapı ve üstyapı imkânlarının da sağlanması ilgili bölgenin turizm açısından rekabet edilebilirliğini güçlendirmektedir. Bu nedenle, İznik'in kendine özgü kültürel miras ve kutsal değerlerinden faydalanması ile bölgede turizmin sürdürülebilir kılınması ve kalkınma koşullarının iyileştirilmesi mümkün görünmektedir. Bunun yanı sıra, Kalkınma Bakanlığı'nın (2018) Türkiye'nin alternatif turizm çeşitlerine yönelik yaptığı mevcut durum analizinde, turizm çeşitlerine yönelik mevzuatın bulunmaması dolayısıyla uygulama, hibe ve desteklerin amacına tam olarak ulaşmadığı görülmektedir. Özellikle kurumlar arası yaşanan çekişmeler ve Kültür ve Turizm İl Müdürlüklerinde tecrübe ve bilgi açısından yaşanan yetersizlik yerelde yatırımların etkin yönetilmemesine yol açmaktadır. Diğer taraftan '*Dördüncü Dünya Göçebe Oyunları*'nın İznik'te yapılmış olması, İznik Gölü'nde uluslararası su sporlarının yapılması ve İznik'in UNESCO Dünya Mirası geçici listesine girmesi gibi fırsatların değerlendirilmesi ve yapılacak küçük çaplı yatırımlar ile zayıf yönlerin önemli bir kısmının aşılabilmesi mümkün görünmektedir.

Kutsal yerlerin uluslararası açıdan tanınması ve korunmasına yönelik faaliyetler sürdürülebilirlik kapsamında atılabilecek önemli adımlardan biridir. Örneğin, Mısır'da bulunan en eski Hristiyan manastırlarından biri olan UNESCO Dünya Mirası Alanı olarak belirlenen *Aziz Catherine Manastırı*'ni ziyaret edenler geçmişte yalnızca hacılardan oluşurken, dünya mirası listesine girdikten sonra ise bilimsel ilgi ve meraktan gelen turistlerden oluştuğu görülmektedir ([whc.unesco.org/en/list](http://whc.unesco.org/en/list); [www.sinaimonastery.com](http://www.sinaimonastery.com)). Bulgularda vurgulanan ekonomik açıdan kaynak yetersizliği ise Tapur'un (2009) Konya'ya yönelik yaptığı çalışmada da görülmekte; kültür ve tabiat varlıklarını korumaya yeter bir ekonomik imkânının bulunmayışı vurgulanmaktadır. Bunun yanı sıra, siyasetin turizm faaliyetlerinde çok fazla gündemde tutulması ve faaliyetlerin engellendiğinin düşünülmesi, inanç turizminin gelişmesine yönelik önemli tehdit unsurları olarak ifade edilmektedir. Benzer bir bulgu, Khlaikaew'in (2015) çalışmasında da görülmekte; siyasetin olumsuz etkisinin ötesinde, yönetim politikalarının sürekli değiştiği ve planlamaların bu nedenle tamamlanamadığı üzerinde durulmaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, İznik'te inanç turizmi, bölgeye yapılan günübirlik ziyaretler ve turizmin yerel kalkınma üzerinde düşük bir etki yaratması ile ifade edilebilir. İznik'te inanç turizminin geliştirilmesine ilişkin uzun vadeli planlamalara dâhil edilmemiş oldukça değerli kutsal eserlerin olduğu anlaşılmaktadır. Dinlerin veya kutsal eserlerin çeşitliliğinin anlaşılması ve saygı gösterilmesi turizmin sürdürülebilir kılınması için dikkat edilmesi gereken kilit unsurlardır. Özellikle İznik Konsili, Hristiyan âleminin çok sayıda bölünmeyle henüz parçalanmadığı bir zamanda yapıldığından, İznik Konsili ortak Hristiyan inancının temeli hâline gelmiştir. Konsilin inancı, günümüzde hâlâ bütün Hristiyan kiliselerini ve Hristiyan dinî topluluklarını birleştirmektedir. Bu nedenle, 325 yılında İznik'te gerçekleşen ilk ekümenik konsilin 1.700'üncü yıldönümü olan 2025 yılı, İznik'in inanç turizmi açısından ön plana çıkmasında oldukça önemli bir fırsat olarak değerlendirilmelidir ([www.vaticannews.va](http://www.vaticannews.va)). Bununla birlikte, inanç turizminin geliştirilmesine yönelik yapılacak çalışmalarda, sürdürülebilir

kalkınma hedeflerinin genel özellikleri ve sosyoekonomik yönlerin dengeli bir şekilde geliştirilmesiyle turizmde sürdürülebilirliğin teşvik edilebileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Bu doğrultuda, sektörün ve yerel yönetimin inanç turizmi açısından kilit paydaşları belirlemesi ve inanç turizminin yönetiminde bu paydaşların katkılarına öncelik vermesi gerekmektedir.

İzmit'te inanç turizmine yönelik temel öncelikleri ortaya koyan bu çalışma, yalnızca turizm sektörünü temsil eden yerel paydaşların katılımıyla yürütülmüştür. Gelecek çalışmalarda, özellikle inanç turizmine yönelik bilgi ve tecrübe sahibi olan çeşitli sektör temsilcileri, yerel halk ve turistlerin dâhil edildiği bir katılımcı grubu ile daha kapsamlı sonuçlara ulaşılabileceği muhtemeldir. Bunun yanı sıra, GZFT analizi stratejik analizlerde yaygın bir şekilde kullanılsa da tek başına kullanılması yüzeysel sonuçlara yol açabilmektedir. Bu nedenle, GZFT'nin her faktörüne ilişkin göreceli önemin belirlenmesini sağlayan ve Saaty (1995) tarafından geliştirilen Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) kullanılarak analizin desteklenmesi faktörlerin daha sağlıklı bir şekilde belirlenmesini kolaylaştıracaktır.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Destek Bilgisi:** Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

**Etik Kurul Onayı:** Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Kurulundan 22.07.2022 tarih ile izin alınmıştır.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

## KAYNAKÇA

Acun Köksalanlar, A. (2024). Turist Rehberleri Gözünden İzmit Turizminin Swot Analizi, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 34(1): 187-200.

Akman Dömbekci, H. ve Erişen, M. A. (2022). Nitel Araştırmalarda Görüşme Tekniği, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2): 141-160.

Alvarado-Sizzo, I., Frejomil, E. P. and Crispín, Á. S. (2017). Religious Tourism in Southern Mexico: Regional Scopes of the Festival of the Immaculate Conception, *Geoforum*, 83: 14-25.

Arslan, E. (2022). Nitel Araştırmalarda Geçerlilik ve Güvenilirlik, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 51, Özel sayı 1: Ö395-Ö407.

Başer, F. ve Başçı, A. (2013). İnanç Turizmi Kapsamında Aziz Pavlus Evinin Önemi ve Tanıtım Faaliyetlerine İlişkin Ziyaretçi Görüşlerinin Değerlendirilmesi, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(19): 423-443.

Braun, V. and Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology, *Qualitative Research in Psychology*, 3: 77-101.

Bulai, M., Eva, M. and Rosu, L. (2016). Analysis of Tourism Features and Development Strategy for Memorial Complex "Imam Al Bukhari Mausoleum", Samarkand Region, Uzbekistan, *Tékhné*, 14(2): 134-143.

Collins-Kreiner, N. (2010). Researching Pilgrimage: Continuity and Transformations, *Annals of Tourism Research*, 37(2): 440-456.

Çarıkcı, K., Meral, H., Berkil, S., Çalışır, A., Önala, L. ve Arslan, Ö. (2024). Nitel Araştırmalarda Tematik Analiz, *Socrates Journal of Interdisciplinary Social Studies*, 10(37): 127-140.

Çavuş, A. (2012). İnanç Turizmi İşleviyle Gelişmekte Olan Haçka Yaylası, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28): 215-229.

Demircan, Ş. ve Çeken, H. (2022). İnanç Turizminin Yerel Kalkınmadaki Önemi: Midyat Örneği, *TURAR Turizm ve Araştırma Dergisi*, 11(1): 75-92.

Dikici, E. ve Sağır, A. (2012). Antalya'da İnanç Turizminin Sosyolojik Çözümlemesi: Demre-Myra Örneği, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(1): 35-43.

Eyice, S. (1988). *İznik: Tarihçesi ve Eski Eserleri*. İstanbul: Sanat Tarihi Araştırmaları Dergisi Yayını.

Eykay, İ., Dalgın, T. ve Çeken, H. (2015). İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Antakya'nın Değerlendirilmesi, *Journal of Life Economics*, 2(2): 59-74.

Fortin, M. F., Côté, J. and Filion, F. (2009). *Fundamentos e Etapas do Processo de Investigação*. Loures: lusodidacta.

Guba, E. G. (1981). Criteria for Assessing the Trustworthiness of Naturalistic Inquiries, *Educational Communication and Technology Journal*, 29(2): 75-91.

Harunoğulları, M. (2016). Kilis'in İnanç Turizmi Potansiyeli ve Kutsal Mekânları, *Turkish Studies International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 11(21): 177-210.

Hashemi, N. and Ghaffary, G. (2017). A Proposed Sustainable Rural Development Index (SRDI): Lessons from Hajj Village, Iran, *Tourism Management*, 59: 130-138.

<https://tga.gov.tr/>; <https://antalya.goturkiye.com/tr/gor> [Erişim tarihi: 4.09.2022].

<https://tga.gov.tr/>; <https://faith.goturkiye.com/tr/anadoludaki-ekumenik-konsiller> [Erişim Tarihi: 01.02.2024].

<https://tga.gov.tr/>; <https://siirt.goturkiye.com/tr/gor> [Erişim tarihi: 4.09.2022].

<https://whc.unesco.org/en/list/954/documents/> [Erişim tarihi: 4.09.2022].

[https://whc.unesco.org/en/tentativelists/?action=listtentative&pattern=t%C3%BCrkiye&date\\_start=&date\\_end=](https://whc.unesco.org/en/tentativelists/?action=listtentative&pattern=t%C3%BCrkiye&date_start=&date_end=) [Erişim Tarihi: 01.02.2024].

<https://www.sinaimonastery.com/index.php/en/> [Erişim tarihi: 02.09.2022].

<https://www.vaticannews.va/pt/vaticano/news/2021-01/cardeal-kurt-koch-sinodalidade-1700-anos-concilio-niceia.html> [Erişim tarihi: 4.09.2023].

<https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10173/inanc-turizmi.html> [Erişim Tarihi: 01.02.2022].

Hughes, K., Bond, N. and Ballantyne, R. (2013). Designing and Managing Interpretive Experiences at Religious Sites: Visitors' Perceptions of Canterbury Cathedral, *Tourism Management*, 36: 210-220.

Iliev, D. (2020). The Evolution of Religious Tourism: Concept, Segmentation and Development of New Identities, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45: 131-140.

İznik Belediyesi, (2024). *Fotoğraf Arşivi*.

Kajanus, M., Kangas, J. and Kurttila, M. (2004). The Use of Value Focused Thinking and the A'WOT Hybrid Method in Tourism Management, *Tourism Management*, 25(4): 499-506.

- Khlaikaew, K. (2015). The Cultural Tourism Management Under Context of World Heritage Sites: Stakeholders' Opinions between Luang Prabang Communities, Laos and Muang-kao Communities, Sukhothai, Thailand, *Procedia Economics and Finance*, 23: 1286-1295.
- Lin, C. P. (2021). The Saliency of Stakeholders in Religious Tourism: A Case Study of the Dajia Mazu Pilgrimage, *Annals of Tourism Research*, 86: 103091.
- Nolan and Nolan, (1992). Religious Sites as Tourism Attractions in Europe, *Annals of Tourism Research*, 19(1): 68-78.
- Nyaupane, G. P., Timothy, D. J. and Poudel, S. (2015). Understanding Tourists in Religious Destinations: A Social Distance Perspective, *Tourism Management*, 48: 343-353.
- Okuyucu, A. (2020). İnanç Turizmi Açısından Türkiye'de Dini Çekiciliklerin Dağılışı, *Turkish Studies-Social*, 15(5): 2611-2628.
- Özgen, N. (2013). Siirt'in İnanç Turizmi Mekânları: Ziyaret (Veysel Karani) ve Tillo (Aydınlar) Örnekleri, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(27): 251-272.
- Pesonen, M., Kurttila, M., Kangas, J., Kajanus, M. and Heinonen, P. (2001). Assessing the Priorities Using A'WOT Among Resource Management Strategies at the Finnish Forest and Park Service, *Forest Science*, 47(4): 534-541.
- Puyt, R. W., Lie, F. B. and Wilderom, C. P. (2023). The Origins of SWOT Analysis, *Long Range Planning*, 56(3): 102304.
- Raj and Morpeth, (2007). *Religious-Tourism and Pilgrimage Festivals Management: An International Perspective*. Wallingford, Oxfordshire: CABI Publishing.
- Saaty, T. L. (1995). Transport Planning with Multiple Criteria: The Analytic Hierarchy Process Applications and Progress Review, *Journal of Advanced Transportation*, 29(1): 81-126.
- McManus, P. (2005). Managing Sacred Sites; Service Provision and Visitor Experience, *Material Religion*, 1(3): 428-429.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı, (2018). *On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023). Turizm. Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. Ankara: T.C. Kalkınma Bakanlığı.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023, Eylem Planı 2007-2013*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları-3085.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2011). *İzmit Tanıtım Broşürü*. Ankara: T.C. Kalkınma Bakanlığı.
- Tapur, T. (2009). Konya İlinde Kültür ve İnanç Turizmi, *Journal of International Social Research*, 2(9): 473-492.
- Tuckett, A. G. (2005). Applying Thematic Analysis Theory to Practice: A Researcher's Experience, *Contemporary Nurse*, 19(1-2): 75-87.
- UNESCO (2008). IUCN, World Heritage and Protected Areas. An Initial Analysis of the Contribution of the World Heritage Convention to the Global Network of Protected Areas Presented to the 32<sup>nd</sup> Session of the World Heritage Committee, in July 2008, Québec City, Canada.
- Usta, K. M. (2005). *İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından İzmit'in Değerlendirilmesi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

- Vaismoradi, M., Turunen, H. and Bondas, T. (2013). Content Analysis and Thematic Analysis: Implications for Conducting a Qualitative Descriptive Study, *Nursing & Health Sciences*, 15(3): 398-405.
- World Tourism Organization [UNWTO]. (2015). First UNWTO International Conference on Spiritual Tourism for Sustainable Development, 21-22 November 2013, Ninh Binh Province, Viet Nam, Madrid.
- World Tourism Organization [UNWTO]. (2023). *International Tourism Highlights-2023 Edition, The Impact of COVID-19 on Tourism (2020-2022)*. Spain: World Tourism Organization (UNWTO).
- World Travel and Tourism Council [WTTC]. (2023). *Travel & Tourism: Economic Impact 2023. World factsheet*. WTTC.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Yılmaz, A. İ. (2022). İnanç Turizmi Bakış Açısıyla Evliya Çelebi'nin Bursa Seyahati, *Turkish Studies - Social*, 17(6): 1287-1308.
- Yu, L. and Huimin, G. (2005). Hotel Reform in China: A SWOT Analysis, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 46(2): 153-169.
- Zaman, M. (2010). Türkiye'nin Önemli İnanç Turizmi Merkezlerinden Biri: Sumela (Meryamana) Manastırı, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2): 1-24.
- Zhang, X. (2012). Research on the Development Strategies of Rural Tourism in Suzhou Based on SWOT Analysis, *Energy Procedia*, 16: 1295-1299.





# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2024, 8(2): 96-114.

DOI: [10.26677/TR1010.2024.1407](https://doi.org/10.26677/TR1010.2024.1407)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



## ARAŞTIRMA MAKALESİ

### Turizmde Kadın Çalışanların Cam Tavan Sendromuna Maruz Kalma Düzeyleri ile İş Doyumları Arasındaki İlişki: Kamu ve Özel Sektör İşletmelerinde Bir Uygulama

Eylül DURUK, Yüksek Lisans Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara, e-posta: [eylul.duruk92@gmail.com](mailto:eylul.duruk92@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5410-9074>

Dr. Öğr. Üyesi Firdevs Feyza İNCE, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara, e-posta: [firdevs.ince@hbv.edu.tr](mailto:firdevs.ince@hbv.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1428-5484>

## Öz

Bu çalışmada turizm sektöründe kadın işgörenlerin cam tavan algılarının iş tatmini üzerindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda kamu ve özel sektör çalışanları üzerinde araştırma yapılmıştır. Araştırmanın evrenini turizm sektöründe çalışan kadın iş görenlerden oluşturmaktadır. Ankara'da kamu ve özel sektörde çalışan çok sayıda kadın olması nedeniyle araştırma grubu T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) ve akademisyenler, Türk Hava Yolları (THY), otel ve seyahat acentelerinde çalışan kadın iş görenlerden seçilerek oluşturulmuştur. 250 anket kamu sektörü çalışanlarına ve 250 anket özel sektör çalışanlarına olmak üzere, toplam 500 anket gönderilmiş ve geçerli kabul edilen 388 anket analiz edilmiştir. Anket formu, demografik özellikler, cam tavan sendromu ölçeği ve iş tatmini ölçeği olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. Verilerin analizi için SPSS (The Statistical Package for Social Science) istatistik programı kullanılmış ve analiz sırasında Pearson Korelasyonu, t-testi ve one way ANOVA testi yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda cam tavan sendromunun, turizm sektöründe istihdam edilen kadın çalışanların iş doyumunu üzerinde negatif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Cam Tavan Sendromu, İş Doyumu, Turizm Sektörü.

**Makale Gönderme Tarihi:** 29.01.2024



**Makale Kabul Tarihi:** 03.06.2024

## Önerilen Atıf:

Duruk, E. ve İnce, F. F. (2024). Turizmde Kadın Çalışanların Cam Tavan Sendromuna Maruz Kalma Düzeyleri ile İş Doyumları Arasındaki İlişki: Kamu ve Özel Sektör İşletmelerinde Bir Uygulama, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(2): 96-114.

© 2024 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

---

	<p><b>Journal of Turkish Tourism Research</b> 2024, 8(2): 96-114. DOI: <a href="https://doi.org/10.26677/TR1010.2024.1407">10.26677/TR1010.2024.1407</a> ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <a href="https://www.tutad.org">https://www.tutad.org</a></p>	
---	--	---

---

RESEARCH PAPER

**The Relationship Between the Levels of Glass Ceiling Syndrome and Job Satisfaction of Women Employees in Tourism: An Application in Public and Private Sector Enterprises**

Eylül DURUK, MSc. Student, Ankara Hacı Bayram Veli University, Institute of Graduate Programs, Ankara, e-mail: [eylul.duruk92@gmail.com](mailto:eylul.duruk92@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5410-9074>

Assistant Prof. Dr. Firdevs Feyza İNCE, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Ankara, e-mail: [firdevs.ince@hbv.edu.tr](mailto:firdevs.ince@hbv.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1428-5484>

**Abstract**

This study aims to determine the effect of glass ceiling perceptions of female employees in the tourism sector on job satisfaction. In this context, research was conducted on public and private sector employees. The population of the research consists of female employees working in the tourism sector. Due to the large number of women working in the public and private sectors in Ankara, the research group The Ministry of Culture and Tourism, Association of Turkish Travel Agencies (TÜRSAB) and academicians were selected from female employees working in Turkish Airlines (THY), hotels and travel agencies. A total of 500 surveys were sent, 250 to public sector employees and 250 to private sector employees, and 388 surveys that were considered valid were analyzed. The survey form consists of three parts: demographic characteristics, glass ceiling syndrome scale and job satisfaction scale. SPSS (The Statistical Package for Social Science) statistical program was used to analyze the data and Pearson Correlation, t-test and one way ANOVA test were performed during the analysis. As a result of the research, it was revealed that the glass ceiling syndrome had a negative and significant effect on the job satisfaction of female employees employed in the tourism sector.

**Keywords:** Glass Ceiling Syndrome, Job Satisfaction, Tourism Sector.

**Received:** 29.01.2024

**Accepted:** 03.06.2024

**Suggested Citation:**

Duruk, E. and İnce, F. F. (2024). The Relationship Between the Levels of Glass Ceiling Syndrome and Job Satisfaction of Women Employees in Tourism: An Application in Public and Private Sector Enterprises, *Journal of Turkish Tourism Research*, 8(2): 96-114.

© 2024 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

## GİRİŞ

Cam tavan algısı, kadınların liderlik pozisyonlarına yükselirken karşılaştıkları engelleri ve bunun neden olduğu bir algıyı ifade ederken, iş doyumunu ise bireyin işiyle ilgili memnuniyetini ifade eder. Günümüz iş ortamı, hızlı bir değişim sürecinden geçmektedir. Yeni ve gelişmekte olan teknolojiler, pazarların genişlemesi ve rekabetin artması gibi faktörler, işletmelerin başarılı bir şekilde var olabilmesi için eşitlikçi bir yönetim anlayışı benimsemeleri ve çalışan memnuniyetini sağlamaları gerektiğini ortaya koymaktadır. Turizm sektörü gibi kadın ağırlıklı hizmet sektörlerinde, kadınların potansiyel iş gücü olarak değerlendirilmesi ve iş doyumunun sağlanması, çalışanların kurumsal bağlılıklarını artırabilecektir. Ancak, öncelikle kadınların iş hayatındaki kariyer engellerinin ortadan kaldırılması gerekmektedir. Bu bağlamda, mevcut çalışma, turizm sektöründeki kariyer engellerini hem yönetici hem de çalışan perspektifinden ele alarak, özellikle kamu ve özel sektördeki kadınların deneyimlerini karşılaştırarak, konuya daha geniş bir bakış açısı sunmak üzere oluşturulmuştur. Turizm sektöründe kadın liderlerin varlığı, işletmelerin değişen rekabet koşullarına uyum sağlamasını destekler ve sürdürülebilir başarı için kritik bir faktördür. Kadın liderler, çalışanlar için bir rol model olmanın yanı sıra diğer kadın çalışanlar için de ilham kaynağı olabilirler. Organizasyonlarda çeşitlilik ve kapsayıcılık ilkesinin benimsenmesi, iş gücünde farklı bakış açılarının ve deneyimlerin bir araya gelmesini sağlar. Bu da yenilikçiliği ve yaratıcılığı teşvik ederken, işletmenin müşteri tabanına daha iyi hizmet sunmasına yardımcı olur. Aynı zamanda, turizm sektöründe yeni yöneticinin işletmeye uyarlanması sürecinde oluşacak bazı maliyetlerden tasarruf sağlanabilir. Yetenekli bir kadının terfi etmesiyle yönetici pozisyonuna gelmesi durumunda, işletme yeni bir yönetici arayışına girmek ve onu eğitmek için yaptığı harcamalardan kaçınabilir. Mevcut bir çalışanın işletmeye olan aşinalığı, kurumsal kültüre uyumu ve ilişkileri, yeni yöneticinin daha hızlı bir şekilde rolünü üstlenmesini sağlayabilir. Bu da zaman ve kaynak tasarrufu sağlar. Ancak, kadınların iş doyumuna yönelik engellerin varlığı, organizasyonların bu yetenekleri elde tutmalarını zorlaştırır. Bu nedenle, organizasyonların kadınların kariyer gelişimlerini destekleyerek ve iş doyumlarını artırarak örgütsel bağlılıklarını sağlamaları ve rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olacaktır. Özellikle turizm gibi kadın yoğun bir sektörde bu destek daha da önem kazanmaktadır.

Bu bağlamda, turizm sektöründe istihdam edilen kadınların yönetici pozisyonlarına ulaşmaları önündeki engellerin ve iş doyumlarına etki eden faktörlerin tespit edilmesi oldukça önemlidir. Bu çalışmanın amacı, kamu ve özel sektör turizm çalışanlarının cam tavan sendromu algılarını belirlemek ve bu algıların iş tatmini üzerindeki etkisini ortaya çıkarmaktır. Cam tavan sendromunun kadın çalışanların iş tatminlerini negatif yönde etkilemesi araştırmanın çıkış noktasını oluşturmakla birlikte, çalışmada cam tavan alt boyutlarının iş doyumunu düzeyine ne derece etkide buldukları hususu da ele alınacaktır. Turizm sektöründe yapılan çalışmaların çoğunluğu özel sektör çalışanlarını kapsamaktadır. Bu çalışma ise Ankara'daki turizm işletmelerinde (kamu ve özel) çalışan kadınlar üzerinden yapılmıştır. Bu nedenle çalışma sonuçlarından elde edilen verilerin sektörel bazda değerlendirilmesinin önemli katkılar sağlayacağına inanılmaktadır.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### Cam Tavan Sendromu

"Cam tavan" kavramı, 1970'lerde Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkmış ve kadınların üst düzey yönetici pozisyonlarına ulaşmalarını engelleyen görünmez yapay engelleri tanımlamak için kullanılmıştır. Cam tavan metaforu, kadınların örgüt hiyerarşisi içinde dikey hareketliliğini

engelleyen bir bariyer olarak kullanılmaktadır. Kadınlar iş yaşamında adeta "cam tavan" ile karşı karşıya gelmekte, nereye gidebileceklerini görmelerine izin veren ancak oraya gitmelerini engelleyen bir engel ile karşılaşmaktadırlar. Morrison ve Von Glinow (1990), cam tavanı, şeffaf olacak kadar ince, ancak kadınların yönetim hiyerarşisinde yükselmelerini önleyecek kadar güçlü bir engel olarak tanımlamaktadırlar. Bu tanıma ek olarak, diğer kaynaklar da bu kavramı desteklemektedir. White (1995), US Federal Cam Tavan Komisyonu Tavsiyeleri (1995), Baxter ve Wright (2000), Wirth (2001), Jackson (2001) ve Johns (2013) kaynakları da bu konudaki görüşleri desteklemektedir.

*Kelly, Young ve Clark (1993: 23-29) tarafından ortaya konulan çalışmaya göre, cam tavan sendromunun oluşum nedenleri şunlardır:*

- ✓ Kadınların işgücüne aralıklı olarak katılmaları (Insch, McIntyre ve Napier, 2008).
- ✓ Kadınların belirli alanlarda istihdam edilerek yükselme ihtimallerinin az olması (Mesleki ayrım) (Devanna, 1987:478).
- ✓ Üst yönetimin işe alma ve terfi süreçlerinde ayrımcılık yapması (Williams ve Enderson, 1991:254).
- ✓ Kadına biçilmiş toplumsal rol (Schneer ve Reitman, 2002).

Dreher (2003:542) ise bütüncül bir bakış açısıyla örgütlerde cam tavan oluşumuna yol açan unsurların bireysel, örgütsel ve toplumsal faktörler olarak ele alınması gerektiğini belirtmektedir. Bu engeller, kadın yöneticilerin ilerlemesini ve cam tavanı aşmasını zorlaştırabilir. Bu nedenle, cinsiyet eşitliği ve kapsayıcılığı teşvik etmek için bireysel, örgütsel ve toplumsal düzeyde önlemler alınması önemlidir.

## İş Doymu

İş doymu terimi, genellikle bireyin işiyle ilgili niteliklerinin değerlendirilmesinden kaynaklanan olumlu bir hissi ifade etmektedir. Bu terim, ilk olarak 1920'lerin başlarında literatürde yerini almış ve 1930 ile 1950'li yıllar arasında belirgin bir önem kazanmıştır. O günden bugüne, iş doymu konusu literatürde en yoğun tartışılan ve araştırılan konular arasında yerini almıştır. Bu konunun büyük önemi, bireyin yaşam doymu ile doğrudan ilişkili olmasıdır. Başka bir deyişle, iş doymu, bireyin yaşam doymunu etkileyerek psikolojik ve fizyolojik sağlığı üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilmektedir (Burt, 2015:1; Yıldırım, 2007:254).

Locke (1969:316), iş doymunu, "bir kişinin işi ve iş deneyimi sonucunda hissettiği duygusal durumların değerlendirilmesi sonucunda ortaya çıkan memnuniyet verici bir durum" olarak tanımlamaktadır. Spector (1997) tarafından aktarılan Metle (2005), iş doymunu basitçe bir kişinin işiyle ilgili hissettikleri olarak tanımlamaktadır. Bu hisler, kişinin işini sevmeye (memnuniyet) veya sevmeye (memnuniyetsizlik) derecesini belirler.

İş yerindeki memnuniyetin etkileyen faktörler, içsel ve dışsal olmak üzere iki ana kategoride incelenir. İçsel faktörler, çalışanların iş deneyimleri ve duygusal durumlarıyla ilişkilidir. İşin doğası, karmaşıklığı ve tatmin düzeyi gibi unsurlar içsel faktörleri belirlerken, başarılarının tanınması ve takdir edilmesi gibi faktörler de motivasyonu artırır. Ayrıca, iş ve kişisel yaşam dengesi de içsel bir faktördür ve çalışanların bu dengeyi kurabilmesi iş memnuniyetini etkileyebilir (Şenay, 2015:34; Avşaroğlu, Deniz, Kahraman, 2005:217; Crede, Chernyshenko, Stark, Dalal ve Bashshur, 2007:517).

Dışsal faktörler ise, iş dışındaki çevresel etkileri içerir. Ücret ve ödül sistemleri gibi dışsal faktörler, çalışanların memnuniyetini ve performansını doğrudan etkilerken, iş ortamı ve meslektaşlarla ilişkiler gibi unsurlar da önemlidir. Terfi olanakları, çalışanların ilerleme fırsatlarına erişimini sağlayarak motivasyonlarını artırabilir (Doğru, 2010:16, Stedham ve Yamamura, 2000:105).

Diğer faktörler arasında cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve deneyim süresi gibi kişisel özellikler bulunur. Bu faktörler, çalışanın iş performansını ve memnuniyetini etkileyebilir. Örneğin, bazı durumlarda cinsiyet, iş performansı ve memnuniyeti etkileyen bir faktör olabilirken, yaş ve eğitim düzeyi de bireyin iş memnuniyetini etkileyen kişisel tercihler ve ihtiyaçlar açısından önemlidir (Wanous, Reichers ve Hudy, 1997: 254; İnce, 2022:54).

İş ve çalışma hayatı oldukça karmaşık ve bireysel farklılıklar göz önüne alınarak değerlendirilmesi gereken bir konudur. Çalışanların motivasyonu, performansı ve memnuniyeti üzerinde etkili olan faktörler kişisel ve organizasyonel düzeyde dikkate alınmalıdır.

### **Turizm Sektöründe Cam Tavan Sendromu ile İş Doymu İlişkisi**

Cam tavan sendromu, kadınların iş yaşamında karşılaştıkları cinsiyet temelli ayrımcılık sonucu üst düzey yönetim pozisyonlarına yükselirken engellerle karşılaşması durumunu ifade eder. Bu durumun sonucu olarak kadınlar, iş hayatında ilerleme konusunda dezavantajlı bir konumda yer alır ve bu durum iş doymu ile ilişkili olabilir. İş doymu ise çalışanların işlerinden ne kadar tatmin olduklarına dair bir kavramdır. Çalışanların iş doymu düzeyleri, iş performansı, iş devamlılık, işten ayrılma niyetleri ve psikolojik iyilik halleri gibi birçok faktöre etki eder. Bu nedenle, cam tavan sendromu gibi cinsiyet temelli ayrımcılıkların iş doymu üzerinde olumsuz etkileri olabilir. Bu bağlamda, kadınların iş yaşamında üst düzey pozisyonlara yükselirken karşılaştıkları cam tavan sendromu, onların iş doymunu azaltabilir. Çünkü kadınlar bu durumda, iş hayatında eşit fırsatlara sahip olmadıklarını hissederler ve yaptıkları çalışmanın karşılığını tam olarak alamadıklarını düşünebilirler. Bu da onların işten ayrılma niyetlerini artırabilir ve iş performanslarını olumsuz etkileyebilir. Turizm sektörü, kadınların kariyer engellerinin en yoğun yaşandığı sektörlerden biridir (Cohen vd., 1998). Kadınlar turizm sektöründe ağırlıklı olarak istihdam edilmektedir, ancak yönetici pozisyonlarına erişimleri sınırlıdır (Richter, 1995; Skalpe, 2007). Aile dostu olmayan vardiya düzenleri, fırsat eşitliği politikalarının yetersizliği, erkek egemen kurum kültürü ve cinsiyete dayalı ayrımcılık, kadınların düşük seviyeli pozisyonlarda istihdam edilmesine neden olmaktadır (Baum, 2002).

Kadınların turizm sektöründe düşük seviyeli pozisyonlarda istihdam edilmesi, işletmelerin maliyetlerini düşürme amaçlı bir yöntem olmasına rağmen, kadınların iş hayatındaki rollerini ve fırsatlarını sınırlamaktadır (Çakır, Barakazı ve Barakazı, 2017). Cam tavan sendromu, kadınların iş doymunu olumsuz etkileyen önemli bir yansıtıcıdır (Özenç ve Salepçioğlu, 2019:317).

Turizm sektöründe kadın liderlerin varlığı, sektörün dönüşümüne katkıda bulunabilir ve sürdürülebilir bir gelecek için önemli bir adım olabilir (Brown, 2010:470). Kadın liderler, iş birliğini ve performansı artırarak organizasyonlar için avantaj sağlayabilir. İstihdamda eşitlik anlayışının artırılması, kadınların yeteneklerini tam olarak ortaya koymalarını sağlar ve işletmelere rekabet avantajı kazandırır (Günlü, Aksaraylı, Perçin ve Şahin, 2010).

Turizm sektöründe kadınların iş hayatındaki konumlarını güçlendirmek ve iş doymularını artırmak için cinsiyet eşitliği politikalarının benimsenmesi ve kadınların kariyer gelişimlerinin desteklenmesi gerekmektedir. Kadın liderlerin sektörde daha fazla rol alması ve çeşitliliğin teşvik edilmesi, sektörün başarısı ve sürdürülebilirliği için önemli bir adım olacaktır. Sharma ve Sehrawat'ın (2014) çalışması, cinsiyet eşitsizliği ve cam tavan sendromunun kadın çalışanların iş

doyumunu azaltabileceğini ve mesleki stres ve gerginliklere yol açabileceğini ortaya koymuştur. Bu durum, çalışanların örgütsel davranışlarına ve performanslarına olumsuz etki yapabilir. Jain ve Nair (2019) çalışmasında, iş-aile dengesinin uyumu, kadınların iş doyumunu artırırken, uyumsuzluk ise iş doyumunu azaltmaktadır. Ayrıca, çalışanların iş doyumunu eksikliği, örgütsel bağlılığı düşürebilir ve iş yerinde olumsuz sonuçlara neden olabilir (Sharma ve Sehwat, 2014; Jain ve Nair, 2019).

Özetle, cam tavan sendromu, kadınların iş yaşamında üst düzey yönetim pozisyonlarına yükselirken karşılaştıkları cinsiyet temelli ayrımcılık sonucu engellerle karşılaşması durumunu ifade eder. Bu durum, kadınların iş hayatında ilerlemelerini kısıtlayarak iş doyumunu azaltabilir. Turizm sektörü, kadınların kariyer engellerinin yoğun yaşandığı bir alandır. Kadınlar sektörde yaygın olarak istihdam edilirken, yönetici pozisyonlarına erişimleri sınırlıdır. Ancak, kadın liderlerin varlığı sektörde dönüşüme katkıda bulunabilir ve işletmelere rekabet avantajı sağlayabilir. Cinsiyet eşitliği politikalarının benimsenmesi ve kadın liderliğinin teşvik edilmesi, turizm sektöründe kadınların konumlarını güçlendirebilir ve iş doyumlarını artırabilir. Bu, sektörün sürdürülebilir başarısı için kritik öneme sahiptir.

## **METODOLOJİ**

Bu araştırmanın evreni, Ankara'da turizm sektöründe çalışan kadın iş görenlerdir. Araştırma bütçe ve zaman kısıtları nedeniyle örnekleme dayalı olarak yapılmıştır. Türkiye İş Kurumu İşgücü Piyasası Araştırması'nın 2021 yılı sonuç raporuna göre Ankara'da turizm sektöründe 79,935 çalışan bulunmaktadır. Bu büyük evrenden temsil edilebilir bir örneklem seçmek için Yamane (2011) tarafından önerilen formül kullanılmıştır. Belirlenen örneklem büyüklüğüne göre 250 anket kamu sektörü çalışanlarına ve 250 anket özel sektör çalışanlarına gönderilmiş, toplam 500 anket dağıtılmıştır. Bu anketlerin 403'ü geri dönmüştür. Eksik veya hatalı doldurulan anketler elenmiş, analiz için aykırı değerler çıkarılmıştır. Belirlenen örneklem büyüklüğü çerçevesinde, Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB çalışanı ve akademisyenlerden 188, THY, otel ve seyahat acentelerinde çalışanlardan 200 anket uygun bulunmuş ve analiz için kullanılmıştır. Toplamda 388 anket analiz edilmeye uygun bulunmuştur. Bu durumda, araştırmanın bulguları %95 güven aralığında ve  $\pm 5$  örnekleme hatası ile genellenebilecek düzeyde kabul edilebilir (Yamane, 2001:116). Veriler, 2022-2023 tarihlerinde "Google Formlar" aracılığıyla online olarak elden teslim edilerek toplanmıştır.

Çalışmanın amacı kapsamında turizm sektöründe kadın çalışanların cam tavan sendromuna maruz kalma düzeyleri ile işten elde ettikleri doyum düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır. Uygulanan soru formunun birinci bölümünde demografik özelliklere ilişkin sorulara, ikinci bölümde iş görenlerin cam tavan sendromu düzeyini belirlemeye yönelik ifadelerle, üçüncü bölümde ise çalışanların işten duydukları doyum duygusunun düzeyini belirlemeye yönelik ifadelerle yer verilmiştir. Cam tavan sendromu düzeyinin belirlenmesi amacıyla (Karaca ve İraz, 2007) tarafından geliştirilen ve yedi boyuttan oluşan Cam Tavan Sendromu Ölçeği, iş doyum düzeylerinin belirlenmesi amacıyla ise Weiss ve arkadaşları tarafından 1967 yılında geliştirilen Minnesota İş Doyumu Ölçeği kullanılmıştır. Keser ve Bilir (2019) tarafından yapılan çalışmada, İş Doyumu Ölçeğinin kısa formunun (Judge vd., 2012) Türkiye'de çalışan bireylerin işten duyduğu memnuniyeti ölçmede geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu belirtilmektedir Yavuzer ve Özkan (2020)'nin Cam Tavan Sendromu Ölçeğini geliştirmeye yönelik yaptıkları çalışmada ise (Karaca ve İraz, 2007) tarafından geliştirilen Cam Tavan Sendromu Ölçeği geçerlik ve güvenilirlik bakımından uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada soru ölçeklerin güvenilirlik sonuçları Cronbach's alfa katsayısı ile ölçülmüştür. Yapılan analize göre, Cam Tavan Sendromu ölçeği  $\alpha$ : 0,778, İş Doyumu Ölçeği  $\alpha$ : 0,894 olarak hesaplanmıştır. Söz konusu değerlere

bakıldığında kullanılan ölçeklerin güvenilirlik katsayıları  $>0.60 - 0.90$  arasında yer almaktadır ve bu değerler, ölçeğin tutarlılık ve güvenilirlik açısından kabul edilebilir bir düzeyde olduğunu gösterir (Ahdika, 2017:178). Anketler aracılığı ile toplanan verilerin istatistiki analizleri için; örneklem grubunun özelliklerinin belirlenmesine ilişkin frekans ve yüzde hesaplamaları, kamu ve özel sektör farklılaşması için, t-testi ve Anova testi, cam tavan sendromu ve iş doyumu arasındaki ilişkinin şiddetini belirlemek için ise korelasyon analizi yapılmıştır.

Bu kapsamda çalışmada, turizm sektöründe kadın çalışanların cam tavan sendromuna maruz kalma düzeyleri ile iş tatmini arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla, ilk olarak kadın çalışanların cam tavan sendromu deneyimine yönelik düzeylerin tespit edilmesi hedeflenmektedir. Ardından, iş tatmininin cam tavan sendromu ile olan ilişkisinin analiz edilmesi amaçlanmaktadır.

Cam Tavan Sendromu ve İş Doyumu Arasındaki Etkileşimin Tespit Edilmesi başlıklı çalışmada ise, cam tavan sendromunun iş doyumunu nasıl etkilediğinin anlaşılması hedeflenmektedir. Bu bağlamda, iş doyumu üzerinde cam tavan sendromunun etkisinin çeşitli faktörlerle ilişkilendirilmesi önem arz etmektedir.

Anket Görüşmelerinin Cam Tavan Sendromu Konusunda Kadın Çalışanların Bilgi ve Farkındalığını Artırmaya Yönelik Katkı Sağlaması amacıyla, ankette kullanılan soruların cam tavan sendromu hakkında kadın çalışanlara bilgi sağlamaya yönelik olması önceliklidir. Ayrıca, görüşmelerin katılımcıların cam tavan sendromu konusundaki farkındalığını artırmak için etkili bir araç olarak kullanılması amaçlanmaktadır.

Diğer hedefler arasında, kadınların cam tavan sendromuna maruz kalma düzeylerinin ve iş doyumlarının demografik özelliklere göre değişiminin belirlenmesi yer almaktadır. Ayrıca, kadınları yönetim basamaklarını tırmanmaktan alıkoyan en önemli değişkenlerin anlaşılmasına çalışılması önemlidir. Son olarak, yöneticilik pozisyonundaki kadın turizm çalışanlarının konaklama işletmelerinin tepe yönetimlerindeki kadınlar hakkındaki algı ve düşüncelerinin anlaşılması da hedefler arasında yer almaktadır.

Literatürde cam tavan sendromu gibi cinsiyet temelli ayrımcılıkların iş doyumuna etkisinin olduğunu ortaya koyan çalışmalar mevcuttur (Tang ve Gilbert, 1995; Mainiero ve Sullivan, 2005; Alkış ve Öztürk, 2009; Kara, Uysal ve Magnini, 2011; Linz ve Semykina, 2013; Sharma ve Sehrawat, 2014; Güleç, 2015; Fındık, 2016; Jain ve Nair, 2019; Akdağ ve Üçyıldız, 2020; Ünlü, 2022). Bu kapsamda, çalışmada aşağıda yer alan hipotezler geliştirilmiş olup, Grafik 1'de de özetlenmektedir.

H1: Turizm sektöründe çalışan kadın iş görenlerin cam tavan sendromu algıları ile demografik değişkenler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H1a: Turizm sektöründe çalışan kadın iş görenlerin cam tavan sendromu algıları işletmenin yapısına (kamu veya özel sektör) göre farklılaşmaktadır.

H1b: Turizm sektöründe çalışan kadın iş görenlerin cam tavan sendromu algıları iş görenlerin yaşına göre farklılaşmaktadır.

H1c: Turizm sektöründe çalışan kadın iş görenlerin cam tavan sendromu algıları iş görenlerin medeni durumuna göre farklılaşmaktadır.

H1d: Turizm sektöründe çalışan kadın iş görenlerin cam tavan sendromu algıları iş görenlerin sahip olduğu çocuk sayısına göre farklılaşmaktadır.

H1e: Turizm sektöründe çalışan kadın iş görenlerin cam tavan sendromu algıları iş görenlerin eğitim durumuna göre farklılaşmaktadır.

H1f: Turizm sektöründe çalışan kadın iş görenlerin cam tavan sendromu algıları iş görenlerin deneyimlerine (çalıştığı yıl) göre farklılaşmaktadır.

H1g: Turizm sektöründe çalışan kadın iş görenlerin cam tavan sendromu algıları iş görenlerin çalıştığı pozisyona (göreve) göre farklılaşmaktadır.

H2: Turizm sektöründe çalışan kadın iş görenlerin iş doyum düzeyleri ile demografik değişkenler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2a: Turizm sektöründe çalışan kadın iş görenlerin iş doyum düzeyleri işletmenin yapısına (kamu veya özel sektör) göre farklılaşmaktadır.

H2b: Turizm sektöründe çalışan kadın iş görenlerin iş doyum düzeyleri iş görenlerin yaşına göre farklılaşmaktadır.

H2c: Turizm sektöründe çalışan kadın iş görenlerin iş doyum düzeyleri iş görenlerin medeni durumuna göre farklılaşmaktadır.

H2d: Turizm sektöründe çalışan kadın iş görenlerin iş doyum düzeyleri iş görenlerin sahip olduğu çocuk sayısına göre farklılaşmaktadır.

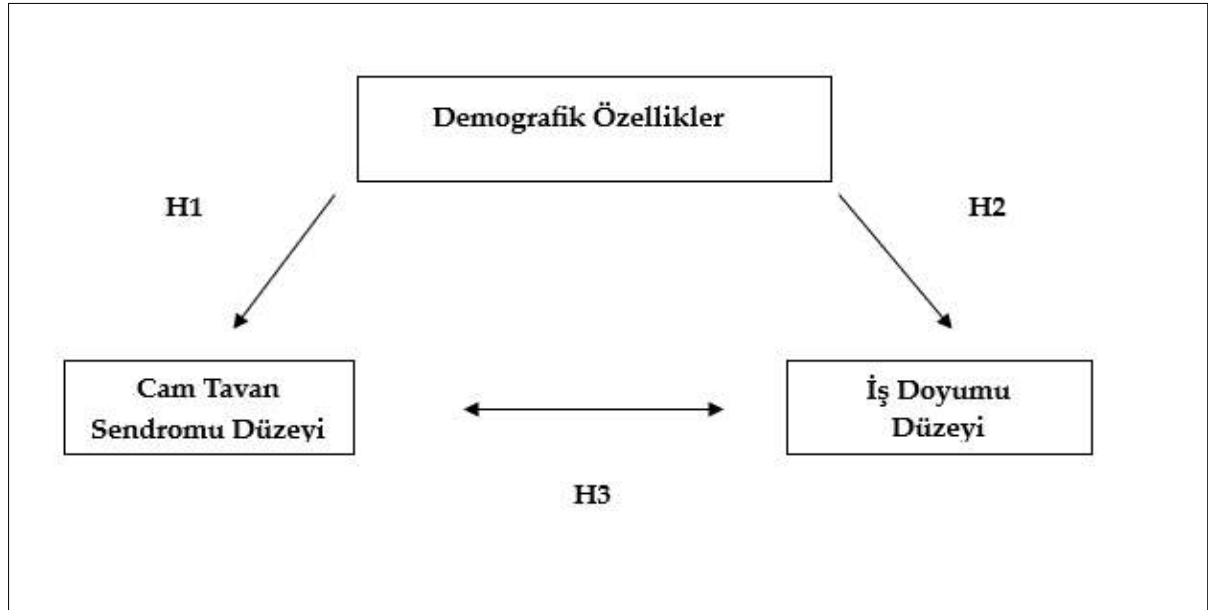
H2e: Turizm sektöründe çalışan kadın iş görenlerin iş doyum düzeyleri iş görenlerin eğitim durumuna göre farklılaşmaktadır.

H1f: Turizm sektöründe çalışan kadın iş görenlerin iş doyum düzeyleri iş görenlerin deneyimlerine (çalıştığı yıl) göre farklılaşmaktadır.

H1g: Turizm sektöründe çalışan kadın iş görenlerin iş doyum düzeyleri iş görenlerin çalıştığı pozisyona (göreve) göre farklılaşmaktadır.

H3: Turizm sektöründe çalışan kadın iş görenlerin cam tavan sendromu algıları ile iş doyum düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Grafik 1.** Çalışma Kapsamında Geliştirilen Hipotezler





## BULGULAR

Bu araştırmada, turizm sektöründe çalışanların iş doyumunu üzerindeki etkisini değerlendirmek için cinsiyet, yaş, medeni durum, çocuk sayısı, eğitim düzeyi ve deneyim yılı gibi demografik değişkenler incelenmiştir. Çalışmanın odak noktalarından biri, katılımcıların cam tavan sendromu algıları ile demografik özellikler arasındaki ilişkilerin analiz edilmesidir. Bu bağlamda, turizm sektöründe çalışan kadın iş görenlerin cam tavan sendromu algıları ile demografik değişkenler arasındaki farklılık analizleri yapılmıştır.

Ayrıca, araştırmanın bir diğer önemli boyutu, turizm sektöründe çalışan kadın iş görenlerin iş doyumunu düzeyleri ile demografik değişkenler arasındaki ilişkilerin incelenmesidir. Bu bağlamda, iş doyumunu düzeyleri ile cinsiyet, yaş, medeni durum, çocuk sayısı, eğitim düzeyi ve deneyim yılı gibi demografik faktörler arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir.

Son olarak, araştırma grubunun cam tavan sendromuna maruz kalma düzeyleri ile iş doyumunu arasındaki ilişkiye odaklanılmıştır. Bu analizler, turizm sektöründe çalışan kadın iş görenlerin cam tavan sendromu yaşama düzeyleri ile iş doyumları arasındaki ilişkiyi daha derinlemesine anlamamıza yardımcı olmuştur. Bu şekilde, iş doyumunu üzerindeki etkilerin ve cam tavan sendromunun sektördeki kadın çalışanlar üzerindeki rolünün daha iyi anlaşılmasına katkı sağlanmıştır. Çalışmanın bulguları aşağıda yer alan Tablo 1'de özetlenmektedir.

Tablo 1'e göre araştırmaya katılan kadınların çalıştığı sektör incelendiğinde, %51,5'inin özel sektör, %48,5'inin ise kamu kuruluşlarında çalıştığı görülmektedir. Katılımcıların %43,8'i yönetici konumunda bulunmaktadır. Yönetici konumunda bulunan katılımcıların %30,4'ü alt kademe, 14,4'ü orta kademe görev alırken, üst kademe kadın çalışan bulunmamaktadır. Yaş dağılımı incelendiğinde katılımcıların %41'i 20-30 yaş arasında olup, oldukça genç denebilecek yaşta. Katılımcıların medeni durumu incelendiğinde, %53,4'ü evli ve %46,6'sı bekârdır. Katılımcıların %62,4'ünün çocuğu bulunmamaktadır. Eğitim düzeyi olarak ankete katılanların %69,8'i yüksek öğretim kurumlarından mezun olmuştur. Katılımcıların %32'si 1-5 yıl, %28,6'sı 6-10 yıl, %36,9'u 11-15 yıl ve %2,6'sı 16 -20 yıl arası deneyime sahiptir.

Tablo 2'de Cam Tavan Sendromu boyutlarına ait ortalama ve standart sapma sonuçları yer almaktadır. Bu sonuçlar, Cam Tavan Sendromu boyutlarına yönelik ölçeklerin ortalama değerleri ve ne kadar değişkenlik gösterdiklerini göstermektedir. Toplamda 388 katılımcıdan elde edilen verilere göre, katılımcıların "Çoklu Rol Üstlenme" boyutu için ortalama puanı 2,9943 ve standart sapması 0,95872, "Kişisel Tercih ve Algılar" boyutu için ortalama puanı 3,4341 ve standart sapması 0,55743, "Örgüt Kültürü ve Politikaları" boyutu için ortalama puanı 2,3979 ve standart sapması 0,98405, "Enformel İletişim Ağları" boyutu için ortalama puanı 2,7423 ve standart sapması 1,34192, "Mentor Eksikliği" boyutu için ortalama puanı 3,4626 ve standart sapması 1,69145, "Mesleki Ayrım" boyutu için ortalama puanı 3,3028 ve standart sapması 1,06608, "Stereotipler" boyutu için ortalama puanı 3,4381 ve standart sapması 1,69691 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlara bakarak, katılımcıların "Kişisel Tercih ve Algılar" boyutunda en yüksek puanları aldığı, "Enformel İletişim Ağları" boyutunda ise en düşük puanları aldığı görülmektedir. Ayrıca, "Mentor Eksikliği" ve "Stereotipler" boyutlarında da yüksek standart sapmalar dikkat çekmektedir, bu da katılımcılar arasında bu konularda farklı görüşlerin olduğunu göstermektedir.

**Tablo 1.** Araştırma Grubunun Demografik Özelliklere İlişkin Bulguları

Sektör	N	%
Özel	200	51,5
Kamu	188	48,5
Toplam	388	100,0
Yönetici Olma Durumu	N	%
Evet	170	43,8
Hayır	218	56,2
Toplam	388	100,0
Görev Pozisyonu	N	%
Çalışan	218	56,2
Alt Kademe	118	30,4
Orta Kademe	52	13,4
Toplam	388	100,0
Yaş Aralığı	N	%
20-30	159	41,0
31-40	71	18,3
41-50	71	18,3
50 ve üzeri	87	22,4
Toplam	388	100,0
Medeni Durum	N	%
Evli	207	53,4
Bekâr	181	46,6
Toplam	388	100,0
Çocuk Sayısı	N	%
Yok	242	62,4
1	128	33,0
2	18	4,6
Toplam	388	100,0
Eğitim Durumu	N	%
Ön Lisans	21	5,4
Lisans	271	69,8
Yüksek Lisans	75	19,3
Doktora	21	5,4
Toplam	388	100,0
Deneyim Yılı	N	%
1-5	124	32,0
6-10	111	28,6
11-15	143	36,9
16-20	10	2,6
Toplam	388	100,0

**Tablo 2.** Cam Tavan Sendromu Boyutları ve Standart Sapma Sonuçları

	X	s. s	N
Çoklu Rol Üstlenme	2,9943	0,95872	388
Kişisel Tercih ve Algılar	3,4341	0,55743	388
Örgüt Kültürü ve Politikaları	2,3979	0,98405	388
Enformel İletişim Ağları	2,7423	1,34192	388
Mentor Eksikliği	3,4626	1,69145	388
Mesleki Ayrım	3,3028	1,06608	388
Stereotipler	3,4381	1,69691	388

### Turizm Sektöründe Çalışan Kadın İş görenlerin Cam Tavan Sendromu Algıları ile Demografik Değişkenler Arasındaki Farklılık Analizlerine İlişkin Bulgular

Bu başlık altında katılımcıların araştırma kapsamındaki cam tavan sendromu düzeylerine ilişkin ölçeklerin demografik özellikleriyle karşılaştırabilmeleri için bağımsız örneklem *t* testi ve ANOVA farklılık testleri yapılmıştır. Sonuçlar, Tablo 3'te özetlenmektedir.

**Tablo 3.** Katılımcıların Cam Tavan Algılarının Sektöre Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem *t*-Testi Sonuçları

	SEKTÖR	N	X	s. s	t	p
Cam Tavan	Özel	200	3,2591	0,38939	7,744	0,000*
	Kamu	188	2,8998	0,51202		
Çoklu Rol Üstlenme	Özel	200	3,174	0,96185	3,876	0,000*
	Kamu	188	2,8032	0,92		
Kişisel Tercih ve Algılar	Özel	200	3,4764	0,40993	1,546	0,123
	Kamu	188	3,3891	0,67845		
Örgüt Kültürü ve Politikaları	Özel	200	2,0169	0,864	-8,571	0,000*
	Kamu	188	2,8032	0,94297		
Enformel İletişim Ağları	Özel	200	3,1567	1,33162	6,611	0,000*
	Kamu	188	2,3014	1,20857		
Mentor Eksikliği	Özel	200	4,0325	1,49377	5,798	0,000*
	Kamu	188	2,8564	1,68212		
Mesleki Ayrım	Özel	200	3,595	0,84564	7,292	0,000*
	Kamu	188	2,992	1,18433		
Stereotipler	Özel	200	4,0571	1,49734	7,99	0,000*
	Kamu	188	2,7796	1,65153		

p<0,05\*

Sektör değişkeni açısından iş görenlerin cam tavan algıları, cam tavan alt boyutları düzeylerinde farklılaşma olup olmadığını anlamak için *t*-testi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda cam tavan algısı düzeyinde (p<0,05) anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Kişisel tercih ve algılar boyutunda

( $p>0,05$ ) anlamlı fark bulunmamıştır. Diğer bir ifade ile kamu ve özel sektör açısından cam tavan algısı düzeyleri farklılaşmaktadır. Diğer yandan cam tavan algısı en yüksek olan sektör, özel sektördür. Özel sektördeki katılımcıların cam tavan algısı ortalaması 3,2591 iken, kamu sektöründe bu değer 2,8998 olarak bulunmuştur

Yapılan testin sonuçlarına göre katılımcıların yaşlarının; cam tavan sendromu düzeylerinde ( $p<0,05$ ) anlamlı bir farklılık yarattığı görülmektedir. ANOVA testinin sonuçlarına göre en yüksek cam tavan algısı 22-30 yaş ( $X=3,3481$ ) grubu katılımcılardadır.

Medeni durum değişkeni açısından iş görenlerin cam tavan sendromu düzeylerinde farklılaşma olup olmadığını anlamak için t-testi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda cam tavan algılarında ( $p>0,05$ ) anlamlı fark olmadığı görülmüştür. Kişisel tercih ve algılar konusunda ise, evli katılımcıların puanları bekâr katılımcılara göre anlamlı olarak daha yüksektir ( $t=2,815$ ,  $p=0,005$ ).

Enformel iletişim ağları konusunda evli katılımcıların puanları bekâr katılımcılara göre anlamlı olarak daha düşüktür ( $t=-1,314$ ,  $p=0,189$ ). Evli katılımcılar ayrıca çoklu rol üstlenme konusunda da daha düşük bir puana sahiptirler ( $t=-5,093$ ,  $p=0,000$ ).

Mentorluk konusunda da bekâr katılımcıların puanları evli katılımcılara göre anlamlı olarak daha yüksektir ( $t=2,162$ ,  $p=0,031$ ). Bu sonuçlar cam tavan algısının alt boyutları olan, çoklu rol üstlenme, kişisel tercih ve algılar, enformel iletişim ağı ve mentorluk konularında belirgin farklılıklar olduğunu göstermektedir. Ancak cam tavan sendromu düzeyinde bir farklılık yaratmadığı görülmektedir.

Cam tavan algısının, cam tavan alt boyutlarının çocuk sayısına göre anlamlı farklılaşmasının belirlenmesi için ANOVA testi yapılmıştır. Yapılan testin sonuçlarına göre katılımcıların sahip olduğu çocuk sayısı; cam tavan sendromu düzeyinde ( $p<0,05$ ) anlamlı bir farklılık yarattığı görülmektedir.

Cam tavan sendromunun alt boyutları incelendiğinde, çocuk sayısının mesleki ayırım boyutunda ( $p>0,05$ ) anlamlı bir farklılığa neden olmadığı görülmektedir.

Cam tavan sendromu düzeyinin eğitim durumuna göre anlamlı farklılaşmasının belirlenmesi için ANOVA testi yapılmıştır. ANOVA testinin sonuçlarına göre; cam tavan algısında ve cam tavan alt boyutlarından mesleki ayırım boyutunda ( $p>0,05$ ) anlamlı farklılık görülmemektedir.

Stereotipler açısından p değeri 0.045 olduğu için, bu hipotez hafif bir şekilde doğrulanmıştır ve eğitim düzeyinin stereotipler açısından anlamlı bir farklılık yarattığı görülmektedir. Ancak bu sonuç güçlü bir kanıt olarak kabul edilemez.

Cam tavan sendromu düzeyinin deneyim yılına göre anlamlı farklılaşmasının belirlenmesi için ANOVA testi yapılmıştır. Yapılan testin sonuçlarına göre katılımcıların deneyim yılının; cam tavan algısı üzerinde ( $p<0,05$ ) anlamlı bir farklılık yarattığı görülmektedir. Deneyim yılının, bireylerin cam tavan sendromu algılamalarına ilişkin ortaya çıkan alt boyutları üzerinde, Çoklu Rol Üstlenme ve Kişisel Tercih ve Algılar boyutunda ( $p>0,05$ ) farklılık yaratmadığı görülmektedir.

Buna ek olarak, örgüt kültürü ve politikaları, enformel iletişim ağları, mentor eksikliği ve stereotipler gibi diğer değişkenlerde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gözlenmiştir ( $p<0,05$ ).

Cam tavan algısının, görev pozisyonuna göre anlamlı farklılaşmasının belirlenmesi için ANOVA testi yapılmıştır. Yapılan testin sonuçlarına göre katılımcıların görev pozisyonunun; cam tavan sendromu düzeylerinde ( $p<0,05$ ) anlamlı bir farklılık yarattığı görülmektedir.

Cam tavan algısında, çalışanlar arasında ( $X=3,1628$ ) en yüksek puanı alırken, orta kademe çalışanlarının ( $X=3,0005$ ) ve alt kademe çalışanlarının ( $X=2,9784$ ) daha düşük puan aldığı görülmüştür. Çoklu Rol Üstlenme, Kişisel Tercih ve Algılar, Enformel İletişim Ağları Boyutları ile görev pozisyonları arasında ( $p>0,05$ ) anlamlı fark bulunmadığı görülmektedir.

## Turizm Sektöründe Çalışan Kadın İş görenlerin İş Doymu Düzeyleri ile Demografik Değişkenler Arasındaki Farklılık Analizlerine İlişkin Bulgular

Bu başlık altında katılımcıların araştırma kapsamındaki iş doymu düzeyine ilişkin ölçeklerin demografik özellikleriyle karşılaştırabilmeleri için bağımsız örneklem t testi ve ANOVA farklılık testleri yapılmıştır.

**Tablo 4.** Katılımcıların İş Doymu Düzeyinin Sektöre Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-Testi Sonuçları

	N	X	s. s	F	p
İs Doymu	Özel	200	2,976	0,8071	-8,252 0,000*
	Kamu	188	3,659	0,82288	

p<0,05\*

Sektör değişkeni açısından iş görenlerin iş tatmini düzeylerinde farklılaşma olup olmadığını anlamak için t-testi uygulanmıştır. İş doymunun en yüksek olduğu sektör ise, kamu sektörüdür. Kamu sektöründeki katılımcıların iş doymu puanı 3,659 iken, özel sektördeki katılımcıların iş doymu puanı 2,976 olarak ölçülmüştür.

Yapılan testin sonuçlarına göre katılımcıların yaşlarının iş görenlerin iş doymu düzeylerinde (p<0,05) anlamlı bir farklılık yarattığı görülmektedir. ANOVA testinin sonuçlarında 20-30 yaş aralığındaki katılımcılar dikkat çekmektedir. Analizler sonucunda bu yaş aralığı, en düşük iş doymu (X=2,8126) düzeyine sahip gruptur.

Medeni durum değişkeni açısından iş görenlerin iş doymu düzeylerinde farklılaşma olup olmadığını anlamak için t-testi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda iş doymu düzeyinde anlamlı fark (p<0,005) bulunmaktadır. Evli katılımcıların iş doymu düzeyi, bekâr katılımcılara göre anlamlı olarak daha yüksektir (t=2,22, p=0,027).

İş doymu düzeyinin çocuk sayısına göre anlamlı farklılaşmasının belirlenmesi için ANOVA testi yapılmıştır. Yapılan testin sonuçlarına göre katılımcıların sahip olduğu çocuk sayısını iş doymu düzeyinde (p<0,05) anlamlı bir farklılık yarattığı görülmektedir. Bu verilere göre, çocuk sayısı 1 olan çalışanlar en yüksek iş doymu puanına sahiptir (3.5441).

İş doymu düzeyinin eğitim durumuna göre anlamlı farklılaşmasının belirlenmesi için ANOVA testi yapılmıştır. ANOVA testinin sonuçlarına göre; iş doymusunda (p>0,05) anlamlı farklılık görülmektedir. Özellikle Ön Lisans ve Yüksek Lisans düzeylerinde iş doymu puanlarının Lisans ve Doktora düzeylerine göre daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

İş doymu düzeyinin deneyim yılına göre anlamlı farklılaşmasının belirlenmesi için ANOVA testi yapılmıştır. Yapılan testin sonuçlarına göre katılımcıların deneyim yılının; iş görenlerin iş doymu düzeylerinde (p<0,05) anlamlı bir farklılık yarattığı görülmektedir. Özellikle 1-5 yıl ve 16-20 yıl deneyime sahip katılımcıların iş doymu puanlarının diğer deneyim gruplarına göre daha düşüktür.

İş doymu düzeyinin görev pozisyonuna göre anlamlı farklılaşmasının belirlenmesi için ANOVA testi yapılmıştır. Yapılan testin sonuçlarına göre katılımcıların görev pozisyonunun; iş görenlerin iş doymu düzeylerinde (p<0,05) anlamlı bir farklılık yarattığı görülmektedir.

İş doyumunu düzeyinde, alt kademe çalışanların ( $X=3,5530$ ) en yüksek puanı alırken, orta kademe çalışanlarının ( $X=3,5462$ ) ve çalışanların ( $X=3,1167$ ) daha düşük puan aldığı bulunmuştur.

### Araştırma Grubunun Cam Tavan Sendromuna Maruz Kalma Düzeyleri ile İş Doyumu Arasındaki İlişki

Cam Tavan ile İş Doyumu arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla Pearson Korelasyon Analizi kullanılmıştır. Elde edilen bulgular Tablo 5'te gösterilmektedir.

**Tablo 5.** İş Görenlerin Cam Tavan Algıları ile İş Doyumu Arasındaki Korelasyon Analizi

		Cam Tavan	İş Doyumu
Cam Tavan	r	1	-,834*
	P		<.001
	N	388	388
İş Doyumu	r	-,834*	1
	P	<.001	
	N	388	388

\*Korelasyon 0,01 seviyesinde anlamlıdır.

Pearson korelasyon analizi sonucunda, araştırmaya katılan örneklem grubunun cam tavan algıları ve iş doyumunu arasında güçlü düzeyde negatif ( $r=-,834$ ) ve anlamlı ( $p<0,01$ ) bir ilişki bulunmuştur.

### SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu araştırmada, turizm sektöründe çalışanların iş doyumunu üzerindeki etkisini incelenmiş ve cinsiyet, yaş, medeni durum, çocuk sayısı, eğitim düzeyi ve deneyim yılı gibi değişkenlere göre cam tavan sendromu algısını ve iş doyumunu düzeyi değerlendirilmiştir. Bulgular şunları ortaya koymaktadır:

H1 hipotezine dayanarak, kamu ve özel sektörde çalışan kadınların iş doyumunu düzeylerinin farklılık göstereceği öngörülmüştür. Bulgular, bu öngörüğü doğrulamış ve kamu sektöründe çalışan kadınların iş doyumunu puanlarının özel sektördekilere göre anlamlı derecede daha yüksek olduğunu göstermiştir. Bu durum, demografik değişkenlerin iş doyumunu üzerindeki etkisini vurgulamaktadır.

H2 hipotezi, iş doyumunun demografik değişkenlere bağlı olarak değişeceğini öne sürmüştür. Evli kadın işçilerin bekârlara göre daha yüksek iş doyumunu düzeylerine sahip olacağı öngörülmüştür. Bulgular, bu hipotezi doğrulamış ve evli işçilerin iş doyumunu düzeylerinin bekâr işçilere göre anlamlı derecede daha yüksek olduğunu göstermiştir. Benzer şekilde, eğitim düzeyi ile iş doyumunu arasındaki ilişki incelendiğinde, ön lisans ve yüksek lisans düzeyinde eğitim almış kadın işçilerin iş doyumunu puanlarının lisans ve doktora düzeyinde eğitim almış işçilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

H3 hipotezi, cam tavan sendromu algıları ile iş doyumunu arasında negatif bir ilişki olacağını öngörmüştür. Bulgular, bu hipotezi desteklemiş ve cam tavan algıları ile iş doyumunu arasında

güçlü düzeyde negatif ve anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Yani, cam tavan sendromu yaşayan işçilerin iş doyumunu düzeylerinin daha düşük olduğu görülmüştür.

Bu araştırmanın bulguları, literatürdeki diğer çalışmalarla uyumludur ve turizm sektöründeki çalışanların iş doyumunu üzerindeki etkileyen faktörleri doğrulamaktadır. Çeşitli literatür kaynakları, cinsiyet ayrımcılığından kaynaklanan cam tavan sendromunun kadınların kariyerlerinde ilerlemesini engellediğini ve iş doyumunu olumsuz etkilediğini göstermektedir (Catalyst, 2018; Jahanzeb ve Fatima, 2018; Khan, 2017). Benzer şekilde, yaş, eğitim düzeyi, deneyim yılı ve görev pozisyonu gibi değişkenlerin iş doyumunu üzerinde etkileri hakkında da literatürde yapılan çalışmalar benzer sonuçlar ortaya koymaktadır (Yelboğa, 2007; Kaya, 2007; Huang ve Van de Vliert, 2003; Grund ve Sliwka, 2001; Ceylan, 2016). Araştırma hipotezlerimizin doğrulanması için yapılan analizler çeşitli demografik değişkenlerin iş doyumunu üzerindeki etkilerini açıkça ortaya koymuştur.

Jahanzeb, Fatima ve Khan'ın (2018) yaptığı araştırma, özel sektördeki kadınlar üzerinde cam tavan sendromu algısı ve iş doyumunu düzeyi arasındaki ilişkiyi ortaya koymuştur. Bu bulgu, kadınların özellikle özel sektörde daha düşük kademelerde çalışması ve cinsiyet ayrımcılığına maruz kalmasıyla ilişkilendirilebilir.

Yaşın, iş hayatındaki deneyim ve algılar üzerindeki etkisinin önemine dikkat çeken Yelboğa'nın (2007) çalışması, genç çalışanların daha fazla cam tavan sendromu algısıyla karşılaşabileceğini ve bu durumun iş doyumunu düzeylerini olumsuz etkileyebileceğini öne sürmektedir.

Kaya'nın (2007) çalışması, daha yüksek eğitim seviyesine sahip bireylerin iş doyumunu düzeylerinin daha düşük olduğunu belirtmektedir. Bu bulgu, yüksek eğitilmiş çalışanların daha yüksek beklentilere sahip olabileceğini ve bu beklentilerin karşılanmamasının iş doyumunu üzerinde olumsuz etkisi olabileceğini göstermektedir.

Huang ve Van de Vliert'in (2003) araştırması, deneyim yılı arttıkça iş doyumunu düzeyinin azaldığını göstermektedir. Bu da deneyimli çalışanların kariyerlerinde ilerlemekte zorlandıklarını ve cam tavan sendromu algısının arttığını desteklemektedir.

Çalışanların görev pozisyonları arasındaki farklılıkların iş doyumunu üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalar (Grund ve Sliwka, 2001; Ceylan, 2016), yüksek pozisyonlarda çalışanların daha düşük pozisyonlarda çalışanlara göre cam tavan sendromu algısına daha fazla maruz kalabileceğini ve bu durumun iş doyumunu üzerinde olumsuz bir etki yaratabileceğini öne sürmektedir.

Bu bulgular, araştırmanın sonuçlarının literatürdeki diğer çalışmalarla uyumlu olduğunu ve demografik değişkenlerin iş doyumunu üzerindeki etkisini vurguladığını göstermektedir. Bu nedenle, işyerlerinde daha adil ve tatmin edici bir çalışma ortamı sağlamak için demografik değişkenlerin dikkate alınması gerektiği sonucuna varılabilir.

Sonuç olarak, demografik değişkenlerin iş doyumunu üzerindeki etkisi ve cam tavan sendromunun iş doyumunu düzeylerini olumsuz yönde etkilediği bulgularla doğrulanmıştır. Bu sonuçlar, turizm sektöründeki kadın işçilerin iş doyumunu düzeylerini anlamak ve iyileştirmek için demografik faktörlerin dikkate alınması gerektiğini ve cam tavan sendromunun etkilerini azaltmak için önlemler alınması gerektiğini vurgulamaktadır.

Cam tavan sendromu ve iş doyumunu arasındaki ilişkinin daha derinlemesine incelenmesi ve bu etkileşimin altında yatan mekanizmaların anlaşılması, gelecekteki araştırmaların odak noktalarından biri olabilir. Bu, iş doyumunu ile cam tavan sendromu arasındaki ilişkinin karmaşıklığını daha iyi anlamamızı sağlayarak cinsiyet eşitliği ve iş yerindeki kadınların deneyimlerine ilişkin daha kapsamlı bir bakış sunabilir.

Kadınların iş yaşamında karşılaştığı cinsiyet ayrımcılığının, iş doyumu ve kariyer gelişimi üzerindeki uzun vadeli etkilerinin araştırılması da önemli bir teorik katkı sağlayabilir. Bu, cinsiyet eşitliği mücadelesinin iş yerindeki sonuçlarını daha iyi anlamamıza ve bu ayrımcılığın kadınların kariyerleri üzerindeki etkilerini daha derinlemesine değerlendirmemize olanak tanır.

Ayrıca, cam tavan sendromu ve iş doyumu arasındaki ilişkinin farklı sektörler ve ülkeler arasında karşılaştırmalı olarak analiz edilmesi de önemlidir. Bu tür bir karşılaştırmalı analiz, kültürel ve yapısal farklılıkların iş doyumu ve cam tavan sendromu algısı üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğunu anlamamıza yardımcı olabilir.

Kamu sektöründeki kadın çalışanların cam tavan sendromu algısı ve iş doyumu düzeylerinin farklı pozisyonlar ve hizmet alanlarına göre incelenmesi, kamu politikalarının ve yönetim uygulamalarının kadınların iş deneyimleri üzerindeki etkisini daha iyi anlamamıza yardımcı olabilir. Bu da daha adil ve eşitlikçi iş ortamlarının oluşturulması için politika önerilerinin geliştirilmesine katkı sağlayabilir.

Kamu sektöründeki cinsiyet eşitliği politikalarının etkinliğinin değerlendirilmesi ve iyileştirme önerilerinin sunulması da önemlidir. Bu, kamusal hizmetlerin sağlanmasında cinsiyet eşitliğinin önemini vurgulayarak daha kapsayıcı ve adil bir kamu sektörü için rehberlik sağlayabilir.

Özel sektördeki kadın çalışanların cam tavan sendromu algısı ve iş doyumu düzeylerinin farklı sektörler ve işletme büyüklüklerine göre analiz edilmesi, işletmelerin cinsiyet eşitliği politikalarının etkinliğini değerlendirmelerine ve iyileştirmeler yapmalarına yardımcı olabilir.

Ayrıca, özel sektörde cinsiyet eşitliğini teşvik eden işletmelerin başarı öykülerinin incelenmesi ve diğer işletmelere model olabilecek uygulamaların belirlenmesi, sektör genelinde daha adil ve destekleyici iş ortamlarının oluşturulmasına katkı sağlayabilir.

Gelecekte yapılacak araştırmaların cinsiyet eşitliği, cam tavan sendromu ve iş doyumu arasındaki ilişkileri daha sağlam bir teorik temel üzerine oturtarak literatüre derinlemesine bir anlayış sağlaması önemlidir. Bu çalışmalar, farklı teorik çerçeveler kullanarak cinsiyet eşitsizliğinin iş doyumuna etkilerini daha ayrıntılı şekilde açıklayabilir. Örneğin, sosyal rol teorisiyle cinsiyet rollerinin iş doyumu üzerindeki etkisi incelenebilir. İş-aile çatışma teorisi ise, cinsiyet eşitsizliğinin iş ve aile yaşamı arasındaki dengesizlikleri nasıl etkilediğini analiz edebilir. Bu tür teorik analizler, konuya daha derinlemesine bakış açıları sunarak literatüre katkı sağlayabilir.

Ayrıca, gelecekte yapılacak çalışmalarda, turizm sektöründeki kadın çalışanların iş doyumu ve cinsiyet eşitliği konusundaki sorunları daha iyi anlamak için teorik bazda derinlemesine analizler yapılmalı ve sektörel bazda karşılaştırmalı araştırmalar gerçekleştirilmelidir. Bu şekilde, cinsiyet eşitliğini teşvik eden politikaların ve uygulamaların geliştirilmesi ve sektördeki kadın çalışanların iş doyumu ve kariyer gelişimlerine yönelik iyileştirmelerin sağlanması mümkün olacaktır.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Destek Bilgisi:** Herhangi bir kurum ve/veya kuruluşun destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

**Etik Kurul Onayı:** Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sosyal Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulundan 27.07.2022 tarih ve 07 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.



## KAYNAKÇA

- Ahdika, A. (2017). Improvement of quality, interest, critical, and analytical thinking ability of students through the application of Research Based Learning (RBL) in introduction to stochastic processes subject. *International Electronic Journal of Mathematics Education*, 2(2), 167-191.
- Akdağ, G ve Üçyıldız, U. H. (2020). Seyahat Acentası Çalışanlarının Cam Tavan Sendromu Algılamaları: Ege Bölgesi seyahat acentalarında bir uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(3), 2540-2654.
- Alkış, H. ve Öztürk, Y. (2009). Otel işletmelerinde motivasyon faktörleri üzerine bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(28), 212-236.
- Avşaroğlu, S., Deniz, M. E., ve Kahraman, A. (2005). Teknik öğretmenlerde yaşam doyumu iş doyumu ve mesleki tükenmişlik düzeylerinin incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (14), 115-129.
- Baum, T. (2002). Skills and training for the hospitality sector: a review of issues. *Journal of Vocational Education and Training*, 54(4), 521-543.
- Baxter, J. and Wright, E. O. (2000). The glass ceiling hypothesis: A comparative study of the United States, Sweden, and Australia. *Gender & Society*, 14(2), 275-294.
- Brown, L. M. (2010). The Relationship Between Motherhood and Professional Advancement: Perceptions versus Reality. *Employee Relations*, 32(5), 470-494.
- Burt, C. D. (2015). Job Satisfaction. *Wiley Encyclopedia of Management*, 1-3. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom110060>.
- Ceylan, A. K. (2016). İş görenlerin örgütsel adalet algısının İş doyumu ve performans üzerine etkisi: Güneydoğu Anadolu Bölgesi gıda sektörü örneği. (Doktora Tezi). Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Diyarbakır.
- Cohen, L. E., Broschak, J. P., and Haveman, H. A. (1998). And Then There were More? The Effect of Organizational Sex Composition on the Hiring and Promotion of Managers. *American Sociological Review*, 63(5), 711-727.
- Crede, M., Chernyshenko, O. S., Stark, S., Dalal, R. S., and Bashshur, M. R. (2007). Job satisfaction as mediator: An assessment of job satisfaction's position within the nomological network. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 80(3), 515-538.
- Çakır, P. G., Barakızı, M., ve Barakızı, E. (2017). Turizm sektöründe çalışan kadınların karşılaştığı sorunları değerlendirmeye yönelik bir araştırma. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 61, 461-474.
- Devanna, M. A. (1987). Women in management: Progress and promise. *Human Resource Management*, 26(4), 469-481.
- Doğru, A., (2010). Kadın çalışanların cam tavan engelleri ve iş tatminine etkisi: Afyon Kocatepe Üniversitesi Tıp Fakültesi örneği, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Kütahya.
- Dreher, G. F. (2003). Breaking the glass ceiling: The effects of sex ratios and work-life programs on female leadership at the top. *Human Relations*, 56(5), 541-562.
- Grund, C., and Sliwka, D. (2001). The impact of wage increases on job satisfaction-Empirical evidence and theoretical implications. *Available at SSRN* 289100. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.289100>

- Güleç, M. (2015). Kadın çalışanlarda cam tavan sendromunun örgütsel vatandaşlığa etkileri: Kuşadası 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama (Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Günlü, E., Aksaraylı, M.P. and Nilüfer, Ş. (2010). "Job Satisfaction and Organizational Commitment of Hotel Managers In Turkey, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22 (5),693-717.
- Huang, X., and Van de Vliert, E. (2003). Where intrinsic job satisfaction fails to work: National moderators of intrinsic motivation. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 24(2), 159-179.
- Insch, G. S., McIntyre, N., and Napier, N. K. (2008). The Expatriate Glass Ceiling: The second layer of glass. *Journal of Business Ethics*, 83(1), 19-28.
- İnce, F. F. (2022). Sosyal Kaytarma Algısı ile İş Doyumu Arasındaki İlişkinin Otel İşletmeleri Açısından İncelenmesi, *İşletme Akademisi Dergisi*, 3 (1), 46-56
- Jackson, M. B. (2001). The Glass Ceiling in the 21st Century: Understanding Barriers to Gender Equality. *Journal of Social Issues*, 57(4), 657-674.
- Jahanzeb, S., and Fatima, T. (2018). How Workplace Ostracism Influences Interpersonal Deviance: The Mediating Role of Defensive Silence and Emotional Exhaustion. *Journal of Business and Psychology*, 33(6), 779-791.
- Jain, S., and Nair, S. K. (2019). Exploring Job and Family Satisfaction: scale validation and role of demographic variables. *Asia-Pacific Journal of Management Research and Innovation*, 15(4), 138-152.
- Judge, T. A., Hulin, C. L., Dalal, R. S. (2012). Job satisfaction and job affect. In S. W. J. Kozlowski (Ed.), *The Oxford Handbook of Organizational Psychology*, Vol. 1, pp. 496–525). New York: Oxford University Press.
- Kara, D., Uysal, M., and Magnini, V. P. (2012). Gender differences on job satisfaction of the five-star hotel employees: The case of the Turkish hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(7), 1047-1065.
- Karaca, A. ve İraz, R. (2007). Kadın Yöneticilerde Kariyer Engelleri: Cam Tavan Sendromu Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Konya.
- Karaca, A. ve İraz, R. (2007). Kadın Yöneticilerde Kariyer Engelleri: Cam Tavan Sendromu Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Konya.
- Kaya, İ. (2007). Otel işletmeleri işgörenlerinin iş tatminini etkileyen faktörler: Geliştirilen bir iş tatmin ölçeği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 355-372.
- Kelly, E. P., Young, A. O., and Clark, L. S. (1993). Sex stereotyping in the workplace: A manager's guide. *Business Horizons*, 36(2), 23-30.
- Khan, H. T. (2019). Relationship between workplace ostracism and organizational cynicism: Proposing a research model. *International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies*, 10(17), 10A17C: 1-17.
- Linz, S. and Semykina, A. (2013). Job satisfaction, expectations, and gender: beyond the European Union, *International Journal of Manpower*, 34(6), 584-615. <https://doi.org/10.1108/IJM-06-2013-0149>.

- Locke, E. A. (1969). What is Job Satisfaction? *Organizational Behavior and Human Performance*, 4(4), 309-336.
- Mainiero, L. A., and Sullivan, S. E. (2005). Kaleidoscope careers: An alternate explanation for the "opt-out" revolution. *Academy of Management Perspectives*, 19(1), 106-123.
- Metle, M. A. K. (2005). Age-related differences in work attitudes and behavior among Kuwaiti women employees in the public sector. *International Journal of Commerce and Management*, 15(1), 47-67.
- Morrison, A. M., and Von Glinow, M. A. (1990). Women and Minorities in Management. *American Psychologist*, 45(2), 200-208.
- Özenç, M. Ç., ve Salepçioğlu, M. A. (2019) Erkek egemen işlerde çalışan kadınlarda cam tavan sendromu ve iş motivasyonu. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 14(56), 313-333.
- Schneer, J. A., Reitman, F. (2002). Managerial life without a wife: Family structure and managerial career success. *Journal of Business Ethics*, 37(1), 25-38.
- Sharma, S., and Sehrawat, P. (2014). Glass ceiling for women: Does it exist in the modern India. *Journal of Organization & Human Behaviour*, 3(2-3), 9-15.
- Skalpe, O. (2007). The CEO gender pay gap in the tourism industry—evidence from Norway. *Tourism Management*, 28(3), 845-853. doi: 10.1016/j.tourman.2006.06.005
- Spector, P. (1997). *Job Satisfaction*. United States of America: Library of Congress Cataloging in Publication Data.
- Stedham, Y., and Yamamura, J. H. (2000). Research Note: Gender and Salary: A comparative study of accountants in the US and Australia. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 38(3), 104-116.
- Şenay, T. (2015). The Relationship between Work Values, Job Satisfaction and Intention to Leave. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tang, T. L. P., and Gilbert, P. R. (1995). Attitudes toward money as related to intrinsic and extrinsic job satisfaction, stress, and work-related attitudes. *Personality and Individual Differences*, 19(3), 327-332.
- White, B. (1995). The career development of successful women. *Women in Management Review*, 10(3), 4-15.
- Williams, C. L. (1992). The glass escalator: Hidden advantages for men in the "female" professions. *Social Problems*, 39(3), 253-267.
- Williams, L. J. and Anderson, S. E. (1991). Job Satisfaction and Organizational Commitment as Predictors of Organizational Citizenship and In-Role Behaviors. *Journal of Management*, 17(3), 601-617.
- Yamane, T., (2001). Temel Örnekleme Yöntemleri. (Birinci Baskı). Çeviren: Alptekin Esin, M. Akif Bakır, Celal Aydın ve Esen Gürbüzsel, İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Yelboğa, A., (2007). Bireysel Demografik Değişkenlerin İş Doyumu ile İlişkinin Finans Sektöründe İncelenmesi, *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*,4(2), 1-19
- Yıldırım, F. (2007). İş Doyumu ile Örgütsel Adalet İlişkisi, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 62(1), 253-278.



# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2024, 8(2): 115-133.

DOI: [10.26677/TR1010.2024.1408](https://doi.org/10.26677/TR1010.2024.1408)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



## ARAŞTIRMA MAKALESİ

### Mersin İlinde Tatil Deneyimine Sahip Bireylerin Sürdürülebilirlik Farkındalıklarının İncelenmesi

Doç. Dr. İnci ERDOĞAN TARAKÇI, Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Mersin, e-posta: [inci.erdogan@mersin.edu.tr](mailto:inci.erdogan@mersin.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4101-7111>

Kübra PEKTAŞ, Doktora Öğrencisi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin, e-posta: [pektaskubra7@gmail.com](mailto:pektaskubra7@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9862-3200>

## Öz

Sürdürülebilirlik, gün geçtikçe öne çıkan ve küresel düzeyde önemi anlaşılan bir kavramdır. Bu çalışmada sürdürülebilirlik kapsamında bireylerin farkındalıkları, Mersin ili esas alınarak incelenmiştir. Saha çalışmasının 01.02.2024-18.04.2024 tarihleri arasında kolayda örnekleme tekniği ile gerçekleştirildiği anket uygulamasında 416 geçerli anket verisi elde edilmiştir. Bu kapsamda bireylerin sürdürülebilirlik farkındalığı; uygulama farkındalığı, tutum farkındalığı, davranış farkındalığı ve çevre farkındalığı olmak üzere dört boyutta incelenmiştir. Tanımlayıcı istatistiklerin ardından veriler bağımsız örneklem t-testi, one-way ANOVA ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular sonucunda uygulama farkındalığının cinsiyete, yaşa ve eğitim durumuna göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Tutum farkındalığının ve davranış farkındalığının eğitim ve çocuk durumuna göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Tutum farkındalığının ve çevre farkındalığının mesleğe göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Veriler kapsamında edinilen sonuçların Mersin ilinin "sürdürülebilir kent" olarak markalaşmasına katkı sunması umut edilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilirlik Farkındalığı, Sürdürülebilir Kent, Turizm Pazarlaması, Mersin.

**Makale Gönderme Tarihi:** 28.04.2024

**Makale Kabul Tarihi:** 07.06.2024

## Önerilen Atıf:

Erdoğan Tarakçı, İ. ve Pektaş, K. (2024). Mersin İlinde Tatil Deneyimine Sahip Bireylerin Sürdürülebilirlik Farkındalıklarının İncelenmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(2): 115-133.  
© 2024 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



## Journal of Turkish Tourism Research

2024, 8(2): 115-133.

DOI: [10.26677/TR1010.2024.1408](https://doi.org/10.26677/TR1010.2024.1408)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



### RESEARCH PAPER

## Investigation of Sustainability Awareness of Individuals with Vacation Experience in Mersin Province

Associate Prof. Dr. İnci ERDOĞAN TARAKÇI, Mersin University, Faculty of Tourism, Mersin, e-mail: [inci.erdogan@mersin.edu.tr](mailto:inci.erdogan@mersin.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4101-7111>

Kübra PEKTAŞ, Ph.D. Student, Mersin University, Institute of Social Sciences, Mersin, e-mail: [pektaskubra7@gmail.com](mailto:pektaskubra7@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9862-3200>

### Abstract

Sustainability is a concept that becomes more prominent day by day and whose importance is understood at a global level. In this study, the awareness of individuals within the scope of sustainability was examined based on Mersin province. Between 01.02.2024-18.04.2024, 416 valid survey data were obtained through the field study carried out with convenience sampling technique. In this context, individuals' sustainability awareness is discussed in four dimensions: practice awareness, attitude awareness, behavior awareness and environmental awareness. Following descriptive statistics, the data were analysed with independent samples t-test and one way ANOVA. As a result of the findings, it was determined that practice awareness differed according to gender, age and educational status. Attitude awareness and behavior awareness were found to differ according to child status and educational status. It has been determined that attitude awareness and environmental awareness differed according to occupation. It is hoped that the results obtained within the scope of the data will contribute to the branding of Mersin province as a "sustainable city".

**Keywords:** Sustainability, Sustainability Awareness, Sustainable City, Tourism Marketing, Mersin.

**Received:** 28.04.2024

**Accepted:** 07.06.2024

### Suggested Citation:

Erdoğan Tarakçı, İ. and Pektaş, K. (2024). Investigation of Sustainability Awareness of Individuals with Vacation Experience in Mersin Province, *Journal of Turkish Tourism Research*, 8(2): 115-133.

© 2024 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

## GİRİŞ

Küreselleşen dünyada insan, türlü yaşamlar içerisinde iç içe geçmiş birçok alt sisteme sahip olan ve karmaşık etkileşimlerle süregelen insani ve doğal bir sistemin parçasıdır (Dahl, 2012: 15). Bu doğal sistem içerisinde sermaye, ticaret ve turizm başta olmak üzere hemen her alanda küresel bir boyutta karşımıza çıkan “üretim” faaliyeti vardır (Doğan ve Doğan, 2023: 260). Üretim faaliyetinin gerçekleşmesi için tüketimin olması gerekir. Bu döngü doğrultusunda kaynaklar hızla tüketilmektedir (Özkök, 2022: 40). Yaşamın vazgeçilmez bir parçasını oluşturan tüketim olgusu çevresel problemlerden en başta etkilenen ve çözüm arayışı gerektiren kavramlardan biridir (Ekin Savaş, 2020: 5). Neyse ki tüketim unsurunun getirdiği çevresel sorunlara ilişkin duyarlılık günden güne artmaktadır. Yani bireyler yaşam faaliyetlerini tehdit eden bu sorunlara yönelik çözüm arayışı çabasında dırlar (Yıldız, 2020: 90). Çünkü sadece ihtiyaç giderici, kolay ulaşılan, bütçeye uygun ya da reklamı en popüler olan ürünleri satın almak bilinçli bir tüketici olmanın gereklerini karşılamada yetersiz kalmaktadır (Ekin Savaş, 2020: 5). Bu yetersizlik doğrultusunda sürdürülebilirlik konusundaki tartışmaların getirdiği daha iyi önlemler bulma ihtiyacı aciliyet kazanmış (Dahl, 2012: 14) ve sürdürülebilirlik literatürde bahsi geçen bir kavram olarak karşımıza çıkmıştır.

Sürdürülebilirlik, “doğa ve insan arasında bir denge oluşturarak mevcut kaynakların gelecek kuşaklara tahrip edilmeden aktarılmasını sağlayan bir anlayış” olarak tanımlanmaktadır (Turna ve Solmaz, 2023: 740). UNWTO (2024) tarafından sürdürülebilirlik, “Ziyaretçilerin, endüstrinin, çevrenin ve ev sahibi toplulukların ihtiyaçlarını karşılayan, mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini tam olarak hesaba katan turizm” olarak açıklanmaktadır. Bütün çeşitli tanımlamalara rağmen sosyal, çevresel ve ekonomik konulara dengeye dayalı bir destek sağlayan UNWTO gibi uluslararası bir kurum tarafından belirlenen tanım, en yaygın şekilde benimsenen tanımdır (Ivars-Baidal, Vera-Rebollo, Perles-Ribes, Femenia-Serra ve Celdrán-Bernabeu, 2023: 2). Bu tanımlara göre sürdürülebilirlik, tüketmekten çok korumaya ve üretmeye teşvik eder (Armağan, 2023: 351). Çünkü sürdürülebilirlik, toplumdaki toplam etkilerin azaltılması için değişiklikler yapılmasını gerektirir (Buckley, 2012: 529). Daha açık bir ifade ile sürdürülebilirlik, biyoçeşitliliği korumayı hedefleyerek kaynakların aşırı kullanımını sınırlandırır, doğal kaynakları ve doğal sermayeyi korumayı gerektirir (Armağan, 2023: 351).

Doğal kaynaklardan gelecek nesillerin yararlanabilmesi için, bugün kurulan sistemlerin sürdürülebilir olması gerekir (Taşçıoğlu ve Yıldırkan, 2023: 972). Sürdürülebilirliğin ana kaygısı, ekosistemi ve insan yaşamını tehdit eden bütün insan etkilerinin yok edilmesidir (Buckley, 2012: 529). Özkök (2022: 18), bireylerin de bu ekolojik kaygıya odaklanarak tüketim ve davranışlarını sürdürülebilir hale getirmeye gönüllü olması gerektiğini belirtir. Ancak sürdürülebilir turizm kavramının gelişim göstererek bir yapıya bürünmesi konusunda fikir birliği noksanlığı vardır (Ivars-Baidal vd., 2023: 2) Bu nedenle bireylerin sürdürülebilirlik farkındalıklarına sahip olması gerekir (Özkök, 2022: 18). Sürdürülebilirlik farkındalığına sahip bireyin, içinde bulunduğu toplumu ve yaşadığı kenti sürdürülebilir kılacağı ifade edilebilir. Atıl, Gülgün ve Yörük (2005: 216)'e göre, kentlerin sürdürülebilirliği sağlanır ise yaşanan çevresel sorunlara getirilen çözümlerin yanı sıra mevcut nüfusun yaşam kalitesi artar ve buna paralel olarak gelecek kuşakların da refah bir yaşam süreceği yaşam alanları meydana gelir. Kısaca çevresel sorunlar, sürdürülebilir pazarlamaya odaklanılmasına olanak sağlar (Özkök, 2022: 40). Öte yandan 1970'lerden günümüze değin gelişmekte olan ülkelerde bir kalkınma aracı olarak görülen (Helmy, 2004: 478) ve birden fazla ölçekte faaliyet gösteren (Rasoolimanesh, Ramakrishna, Hall, Esfandiar ve Seyfi, 2023: 3) turizm, sürdürülebilirliğe en çok ihtiyaç duyan sektörlerden biridir (Acuner, 2006). Turizmin kalkınma aracı olmasıyla beraber kaynakların sürdürülebilir olmasıyla turizm sektörünün devam edebileceğinin de önemli olduğu vurgulanmaktadır (Akıncı ve Kasalak, 2016: 163). Çünkü doğal, kültürel ve çevresel kaynaklar sürdürülebilir değilse ya da yok

olursa turizm hareketi olmaz (Sonuç, 2020: 2). Bu doğrultuda Mersin ilinde tatil yapmış bireylerin sürdürülebilirlik farkındalıklarının incelenmesinin, kent sürdürülebilirliğine katkı noktasında gerekli olduğu düşünülmektedir.

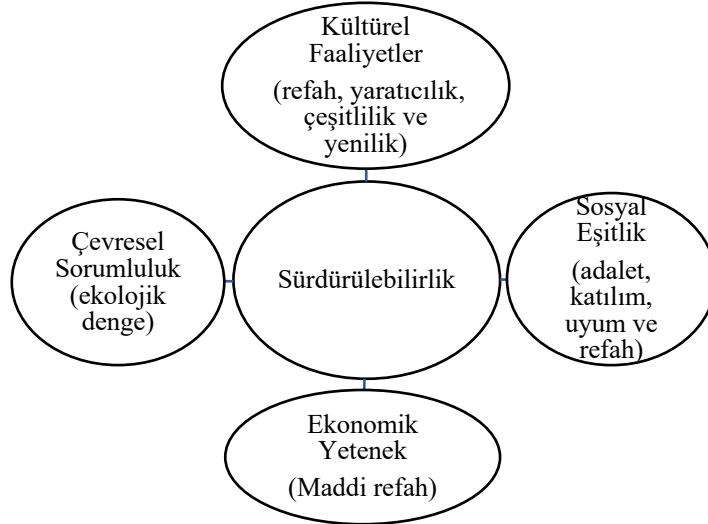
## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### Sürdürülebilirlik

Sürme, bir olay ya da olgunun gelişiminin devam ettiğini ifade eden bir kavramken, sürdürmek ise bu sürekliliğin başka biri tarafından kullanımına işaret eder. Yani sürdürülebilirlik, “bir şeyin sürekliliğinin sürdürülmesi” dir (Taşçıoğlu ve Yıldırkan, 2023: 971). Sürdürülebilirlik kavramının bir düşünce olarak 19. yüzyıl başlarında literatürde balıkçılık, tarım ve orman konuları ile ilişki içerisinde başladığı ifade edilmektedir (Özkök, 2022: 8). Bir konsept olarak sürdürülebilirlik, Roma İmparatorluğu'nda gelecek için şehirlerin geliştirilmesi, yerleşim alanlarının genişletilmesi ve tarım arazilerinin organize edilmesi ile ortaya çıkmıştır (Baghiro, 2020: 3). Zaman içerisinde sürdürülebilirlik, bir kalkınma aracı olarak akademik dünyada kendine yer bulmuş ve sürdürülebilirlik biliminin başlıca bir alanı olarak anılmasına yol açmıştır (Barth, Jiménez-Aceituno, Lam, Bürgener ve Lang, 2023: 1). Sürdürülebilirlik, herhangi bir faaliyetin ve/veya ürünün kendisini koruyarak devam ettirmesi yeteneğiyle ilgilidir (Taşçıoğlu ve Yıldırkan, 2023: 971).

Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'na göre sürdürülebilirlik, “gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme kabiliyetinden ödün vermeden, bugünün ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneği” şeklinde tanımlanmaktadır (Mahardhani, 2023: 47). Kotlarsky, Oshri ve Sekulic (2023: 936) tarafından çağımızın ahlaki ve varoluşsal bir zorunluluğu olarak kabul görülen sürdürülebilirlik, doğal kaynakların tükenmesi, kirliliğin yarattığı olumsuz sonuçlar ve iklim değişikliği gibi nedenlerden dolayı önemi giderek daha fazla artan bir kavramdır (Mahardhani, 2023: 47).

Avustralyalı akademisyen Jon Hawker sürdürülebilirliği dört temel düzeyde ele almıştır. Bunlar: kültürel faaliyetler (refah, yaratıcılık, çeşitlilik ve yenilik), sosyal eşitlik (adalet, katılım, uyum ve refah), ekonomik yetenek (Maddi refah) şeklinde açıklanmıştır (Jialo vd., 2023: 2).



Şekil 1. Sürdürülebilirlik Unsurları

Kaynak: Jon Hawker Akt; Jialo vd., 2023: 2.

Şekil 1 incelendiğinde sürdürülebilirliği dört temel düzeyde ele alan Jon Hawker'e göre, sürdürülebilir bir toplum, sürdürülebilir bir kültüre bağlıdır. Sürdürülebilirliğin çerçevesinde kültür kavramı, ayrı ve "benzersiz" bir referans noktası olmalıdır (Jialo vd., 2023: 2). Bu bağlamda çevresel ve kültürel değerlerin uzun dönemde tahrip olmadan veya karşılaşılan olumsuz etkileri minimum düzeye indirecek şekilde kullanılmasını sağlama düşüncesi "sürdürülebilir turizm" ihtiyacını meydana getirmiştir (Eser, Dalgın ve Çeken, 2010: 29).

## **Sürdürülebilirlik ve Turizm**

Sürdürülebilirlik, gün geçtikçe öne çıkan ve küresel düzeyde önemi anlaşılan bir kavramdır. Sürdürülebilirlik kavramının ortaya çıkışı ve yaygınlaşması eski değildir. Sanayi devrimi ile endüstriyel sistemlerin doğal kaynakları ve çevreyi tahribata uğratması, kitlesel turizmin getirdiği bilinçsiz tüketimin sonucu olarak meydana gelmiştir (Pektaş, 2020: 11). Ancak yeni bir olgu olmasına rağmen sürdürülebilirlik uygulamalarının bugün hemen hemen her alanda yaygın şekilde var olduğu görülmektedir. Bu alanlara bazı örnekler; gıda üretimi ve tüketimi, enerji, su kaynakları, inşaat malzemeleri, atık yönetimi, ulaşım, sağlık ve turizmdir (Tankuş, Sökmen ve Şahin, 2023: 2240). Sürdürülebilirlik açısından turizm, yakın ilişki içerisinde olduğu çevre ve doğal kaynakların, bölgesel gelişme ve ekonomik kalkınmasında önemli bir denge görevi görür (Taşçıoğlu ve Yıldırkan, 2023: 973). Üretim ve tüketimin 7 gün 24 saat eşgüdümsel şekilde gerçekleştiği turizm sektöründe (Boyras, 2022: 18) sürdürülebilirliğin var olması, doğal ortamı uyararak kalkınmaya destek sunar (Taşçıoğlu ve Yıldırkan, 2023: 973). Daha açık bir ifade ile turizmde sürdürülebilirlik, turizmin etkilerini göz önünde bulundurarak bütün paydaşların çevresel, sosyal ve ekonomik ihtiyaçları içerisinde bir denge kurma amacıyla gerçekleştirilen bir kavramdır (Rasoolimanesh vd., 2023: 3).

Sürdürülebilir turizm, gelecek kuşakların kullanabileceği şekilde var olan kaynakları değiştirmeden, doğasını bozmadan, kirletmeden ve yok etmeden aktarımını sağlayan bir turizm şeklidir (Taşçıoğlu ve Yıldırkan, 2023: 973). Sürdürülebilir turizm, "turizm faaliyetlerinin çevresel, sosyal ve ekonomik açıdan sürdürülebilir olması ilkesini benimseyen bir yaklaşım" olarak tanımlanmaktadır (Tankuş vd., 2023: 2256). Nitekim Asmelash ve Kumar (2019: 68), turizm endüstrisinin tüm segmentlerinin sürdürülebilir olması gerektiğini belirtir. Bu yaklaşım, yerel ekonomilere katkı, turist deneyiminin sürdürülebilirliği, doğal ve kültürel kaynakların koruma, yerel toplulukların yapısını bozmadan sürece dâhil edilmesi gibi ilkeleri içermektedir (Güler, Ekici Çilkin ve Türkay, 2021: 113; Tankuş vd., 2023: 2256). Sürdürülebilir ekonomik büyümenin sağlanması ve toplumsal refah düzeyinin artması için sektörel paydaşların ve hükümetin hem sürdürülebilirlik ilkelerine saygı gösteren hem de teknolojik gelişimlere öncelik veren kamu politikalarının geliştirilmesinde iş birliği yapması zorunludur (Mahardhani, 2023: 47). Nihayetinde çok yönlü bir olay olarak nitelendirilen turizm, doğal çevre ile yakın bir ilişki içerisinde olduğundan (Pektaş, 2020: 15) sürdürülebilirlik çerçevesinde tüketicilerin farkındalıklarının değerlendirilmesi gerektiği düşüncesinden hareketle bu çalışma tasarlanmıştır.

## **ARAŞTIRMA**

### **Araştırmanın Amacı ve Yöntemi**

Çeşitli alanlarda önem arz eden sürdürülebilirlik, turizm endüstrisinde de kitle turizminin verdiği hasarları önlemede vazgeçilmez bir kavramdır (Civelek, 2023: 1026). Sürdürülebilir turizm çalışmalarında önemli paydaşlar olarak görülmesi gereken ziyaretçilerin, tatil sürecinde



yaşadığı deneyimlerin ve geri bildirimlerin, ziyaretçi davranışlarını ve sürdürülebilir turizme yönelik karar alma süreçlerini geliştirerek değerli kazanımlar sağladığı ifade edilmektedir (Rasoolimanesh vd., 2023: 15). Bu doğrultuda çalışmanın amacı, Mersin turizminin sürdürülebilirliğinin ve bu yönde markalaşmasının desteklenmesi ve turizme katkı sağlamaktır. Bu amaçla çalışmada Mersin ilinde en az bir defa tatil yapmış olan tüketicilerin sürdürülebilirlik farkındalıkları araştırılmıştır.

Evren, en basit ifade ile araştırmacının çalışma alanını oluşturan gruptur (Coşkun vd., 2015: 132). Araştırma evreni olarak Mersin ilinin seçilmesinin nedeni, Mersin Kent Konseyi ve ODTÜ tarafından (Mersin BŞB, 2023) gerçekleştirilen “sürdürülebilir şehircilik için işbirliği” toplantısında, ODTÜ İklim Değişikliği ve Sürdürülebilir Kalkınma Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürü Prof. Dr. Barış Salihoğlu tarafından ifade edilen “İlk prensibimiz ve odağımız, Mersin’in iklim dostu bir şehir olması sebebiyle, sürdürülebilir şehircilik ilkelerine uygun fikirlerin ve stratejilerin geliştirilebilmesi için Kent Konseyi’ne bu alanda işbirliğiyle destekli birlikte ilerlememiz olacak. İkincisi ise; Mersin bir deniz şehri, ancak denizlerinden arzu edilen en optimum seviyede faydalanamıyoruz. Bununla birlikte deniz ekosistemini de yeterince korumuyoruz. Yapılan protokolle, bu çalışmalara da odaklanıyoruz. Bu bağlamda Kent Konseyi ile iş birliği çerçevesinde çalışmalarımıza son halini vereceğiz” sözlerinden hareketle kent sürdürülebilirliğine katkı sunma çabasıdır. Çünkü Butler ve Ferlie (2020: 348)’ye göre, bir düşüncenin, kendini kanıtladıktan sonra büyümesi için desteklenmesi gerekir ve bu nedenle birlikte yaratılan bir düşüncenin pratikte test edilmesi gerekir.

Belirli kural ve ölçütler dâhilinde çalışma evrenini temsil gücüne sahip olduğu varsayılan kümeye örneklem adı verilir (Ekiz, 2020: 113). Kolayda örneklem yöntemi tercih edilen araştırma örneklemini, bir bölgedeki turizm gelişimini etkileyebilen ya da bundan etkilenen bir grup / birey şeklinde tanımlanan ve “paydaş” olarak adlandırılan (Freeman, 1984: 46 Akt; Rasoolimanesh vd., 2023: 3), Mersin ilinde en az bir kez tatil deneyimi yaşamış tüketiciler oluşturmaktadır. Çünkü çevresel tehditler için önlem olarak sürdürülebilirliği sağlamak, devleti ve işletmecileri ilgilendirdiği kadar toplumu ve bireyleri de ilgilendirmektedir (Ekin Savaş, 2020: 62; Shabanova Güngör, 2023: 47). Tüketicilere dair elde bir liste olmadığından evren büyüklüğü kesin olarak bilinmemektedir. Bu durumda örneklem büyüklüğünü belirlemede, 10.000.000’luk bir evren için yeterliği örneklem büyüklüğünün 384 olması gerektiği ve “30’dan büyük 500’den küçük örnek büyüklükleri birçok araştırma için yeterlidir” açıklamasından (Altunışık vd., 2010: 135) hareketle 384 hedef örneklem sayısı olarak belirlenmiştir.

Sürdürülebilirlik ve turizm literatüründen hareketle, Mersin ilinde tatil yapmış bireylerin sürdürülebilirlik farkındalıklarını ölçen bu çalışmada, tüketicilerin demografik özellikleri ile sürdürülebilirlik farkındalığı arasında bir ilişkinin olacağı ön görülmüştür. İlgili öngörü paralelinde aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

H1: Sürdürülebilirlik farkındalığı cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H1a: Uygulama farkındalığı cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H1b: Tutum farkındalığı cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H1c: Davranış farkındalığı cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H1d: Çevre farkındalığı cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H2: Sürdürülebilirlik farkındalığı çocuk sahibi olma durumuna göre farklılık göstermektedir.

H2a: Uygulama farkındalığı çocuk sahibi olma durumuna göre farklılık göstermektedir.

H2b: Tutum farkındalığı çocuk sahibi olma durumuna göre farklılık göstermektedir.

H2c: Davranış farkındalığı çocuk sahibi olma durumuna göre farklılık göstermektedir.

H2a: Çevre farkındalığı çocuk sahibi olma durumuna göre farklılık göstermektedir.

H3: Sürdürülebilirlik farkındalığı yaşa göre farklılık göstermektedir.

H3a: Uygulama farkındalığı yaşa göre farklılık göstermektedir.

H3b: Tutum farkındalığı yaşa göre farklılık göstermektedir.

H3c: Davranış farkındalığı yaşa göre farklılık göstermektedir.

H3a: Çevre farkındalığı yaşa göre farklılık göstermektedir.

H4: Sürdürülebilirlik farkındalığı eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H4a: Uygulama farkındalığı eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H4b: Tutum farkındalığı eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H4c: Davranış farkındalığı eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H4a: Çevre farkındalığı eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H5: Sürdürülebilirlik farkındalığı mesleğe göre farklılık göstermektedir.

H5a: Uygulama farkındalığı mesleğe göre farklılık göstermektedir.

H5b: Tutum farkındalığı mesleğe göre farklılık göstermektedir.

H5c: Davranış farkındalığı mesleğe göre farklılık göstermektedir.

H5a: Çevre farkındalığı mesleğe göre farklılık göstermektedir.

Mersin Üniversitesi 05.12.2023 tarihli 269 sayılı karar ile alınan etik kurul izninin ardından 20.12.2023 – 25.01.2024 tarihleri arasında 109 kişiye yapılan ön test sonucunda ölçeğin güvenilirliği, ,930 olarak tespit edilmiştir. Alfa değeri 0 ile 1 arasında değişir, kabul edilebilir bir değer 0,70 (Coşkun vd., 2017: 133) üstü olmalıdır. Bu doğrultuda saha araştırmasına devam edilmiştir. 01.02.2024-18.04.2023 tarihleri arasında gerçekleştirilen saha çalışması sonrası 420 veri toplanmış olup 4 tanesi geçersiz olduğundan çıkarılmış ve 416 geçerli anket verisi elde edilmiştir. Zaman, maliyet veri toplama ve katılımcılara ulaşmada güçlük yaşama gibi etkenler göz önünde bulundurularak 416 geçerli anket verisinin elde edilmesi ile veri toplama aşaması sona erdirilmiştir. Elde edilen verilere araştırmaya dâhil olan her katılımcının içten ve doğru yanıt verdikleri varsayılmıştır.

Çalışma amacına uygun olduğu düşünülen ölçek 5'li Likert derecelemesi olup, Bozkurt (2023)'un çalışmasından derlenmiştir. Mevzu bahis çalışmada sürdürülebilirlik farkındalığı üç boyutta ele alınmıştır. Bu ölçekte ise sürdürülebilirlik farkındalığı; uygulama farkındalığı (8 madde); tutum farkındalığı (4 madde); davranış farkındalığı (3 madde); ve çevre farkındalığı (3 madde) olmak üzere dört boyutta ele alınmıştır. Yapılan tanımlayıcı istatistiklerin ardından veriler bağımsız örneklem t-testi, one way ANOVA ile analiz edilmiştir.

## ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırma bu bölümünde öncelikle katılımcıların sosyo-demografik özelliklerinden bazılarına ilişkin bulgular değerlendirilmiştir.

Tablo 1.'de görüldüğü üzere katılımcıların %32,7'si erkek, %67,3'ü kadındır. %28,4'ü evli olan katılımcıların %71,6'sı bekârdır. Yaşa göre en yüksek katılımın %35,6 ile 18-24 yaş aralığında;

eğitim düzeyine göre en yüksek katılımın %31,3 ile lisans düzeyinde; gelir düzeyine göre en yüksek katılımın %38,5 ile 17.201 TL ve altı gelir düzeyinde olduğu görülmektedir. Mesleğe göre en yüksek katılımın %58,7 ile öğrencilerde ve çocuk durumuna göre en yüksek katılımın %59,1 ile çocuk sahibi olmayan bireylerden oluştuğu görülmektedir.

**Tablo 1.** Araştırmaya Katılan Bireylere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

<i>Cinsiyet</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>Aylık Gelir</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
Kadın	280	67,3	17.201 TL ve altı**	160	38,5
Erkek	136	32,7	17.201-25.000 TL	84	20,2
<i>Medeni Hal</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	25.001-35.000 TL	52	12,5
Evli	118	28,4	35.001-45.000 TL	12	2,9
Bekâr	298	71,6	55.001-65.000 TL	6	1,4
<i>Yaş</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	65.001 TL ve üstü	12	2,9
18-24	148	35,6	<i>Meslek</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
25-34	97	23,3	Ev Hanımı	29	7,0
45-54	28	6,7	Öğrenci	244	58,7
55-64	72	17,3	Özel Sektör Çalışanı	54	13,0
65üstü	42	10,1	Emekli	8	1,9
<i>Eğitim Düzeyi</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	Akademisyen	27	6,5
İlkokul	87	20,9	Esnaf-Tüccar	3	,7
Ortaokul	26	6,3	Çalışmıyor	13	3,1
Lise	45	10,8	<i>Çocuk Sayısı</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
Ön lisans	59	14,2	Çocuğum Yok	246	59,1
Lisansüstü	69	16,6	İki Tane	28	6,7
			Üç Tane	40	9,6
			Dört Tane	32	7,7
			Beş Tane	33	7,9
			Altı Tane	4	1,0

\*\*Araştırmanın gerçekleştirildiği tarihlerde asgari ücret 17.201 TL'dir.

Çalışmada toplanan kullanılabilir 416 anketten oluşan veri setine normal dağılım uygulanmıştır. Çalışma verilerine öncelikle çok değişkenli sapan analizi ve daha sonra da çoklu normal dağılım analizi yapılmış ve Mahalanobis uzaklık istatistiklerinin alınmasını temel alan istatistiksel yöntem tercih edilmiştir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2010: 42-44). Çoklu normal dağılım analizinde; veri setindeki parametrelere ait Mahalanobis uzaklık değerleri ile parametrelere ait Ki-Kareters değerleri arasındaki korelasyonun incelenmesinin ardından parametrelere ait Mahalanobis uzaklık değerleri (MD2) ile Ki-Kareters değerlerinin arasındaki korelasyon değeri hesaplanarak, bu değer "Normal Olasılık Grafiği" tablosundaki parametre

(madde) sayısının % .005 anlam düzeyindeki karşılığında yüksek olup olmadığı analiz edilir. Analiz sonucunda ulaşılan değer, Normal Olasılık Grafiği tablosundaki değerden yüksek ise çok değişkenli normallik varsayımı sağlanmış anlamına gelir (Kalaycı, 2014: 215-216). Yapılan çoklu sapan analizindeki her birim için hesaplanan Mahalanobis uzaklıklarından (MD<sup>2</sup>) elde edilen değerlerin %0,1 (binde 1) anlamlılık derecesinde, parametre (değişken) sayısını esas alan X<sup>2</sup> değeri (p ≤0,001) ,919 uygunluğu test edilmiştir. Herhangi bir MD<sup>2</sup> değerinin sapan değer olabilmesi için, X<sup>2</sup> değerinden büyük olması gerektiği dikkate alınarak ,919 (p ≤0,001) büyük değer olmadığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla ölçekte madde çıkarılmamıştır. Çalışmada kullanılan ölçeğin çoklu normal dağılıma sahip olduğu söylenebilir.

**Tablo 2.** Sürdürülebilirlik Farkındalığı Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi

	Eş- kökenlilik	Yükü	Özdeğer	A.Varyans	Ortalama	Alfa
<i>Uygulama Farkındalığı</i>			6,955	25,147	3,529	0,896
9. Tatildeyken bir ürünü satın almadan önce çevreye zararlı şeyler içerip içermediğini kontrol ederim.	,689	,806				
10. Tatildeyken daha pahalı olsalar bile çevre dostu ürünleri satın alırım.	,614	,746				
11. Sera gazı salınımını önlemek için tatil sürecinde motorlu araç kullanımını azaltırım.	,644	,742				
12. Tatildeyken ürün satın aldığımda enerji tasarrufu sağlayanları tercih ederim.	,658	,738				
7. Tatildeyken, elektrik enerjisi tasarruf yaparım.	,638	,728				
8. Tatildeyken, su kullanımında tasarruf yaparım.	,769	,661				
6. Tatildeyken atık miktarını azaltmak için, atılacak şeyleri başka şekilde kullanmanın yolunu ararım.	,580	,615				
13. Tatildeyken kâğıt, cam ve plastik gibi çöpleri ayrıştırıp geri dönüşümüne katkı sağlarım.	,533	,595				
<i>Tutum Farkındalığı</i>			1,733	39,627	3,884	0,684
16. Bir turist olarak kaynaklarının ciddi şekilde zarar gördüğünün farkındayım.	,685	,756				
4. Kitle iletişim araçları, tatil yapan bireyler için çevresel bilinç düzeyinin artmasında etkilidir.	,555	,657				
1. Çevre sorunları hakkında tatile gelen çoğu insandan daha bilgili olduğumu düşünürüm.	,486	,598				
15. Bireysel çabalarımız da çevre sorunlarının çözümünü etkiler.	,594	,537				
<i>Davranış Farkındalığı</i>			1,218	51,737	4,141	0,648
18. Tatildeyken bir çöp kutusu ve/veya geri dönüşüm kutusu bulana kadar elimdeki atıkları yanımda taşıırım.	,570	,278				
17. Çevre sorunlarıyla ilgili bir ziyaretçi olduğumu düşünürüm.	,640	,696				
14. Tatildeyken insanlar çevreyi ciddi şekilde kötüye kullanır.	,560	,624				
<i>Çevre Farkındalığı</i>			1,143	61,383	3,633	0,634
2. Tatil yaptığım çevrenin yaşam üzerindeki etkisini kitle iletişim araçlarından öğrendim.	,659	,780				
5. Tatildeyken çevre ile ilgili etkinliklere katılırım.	,582	,592				
3. Tatil sürecinde çevremdekilerin çevreci davranışları beni de o yönde davranmaya sevk eder.	,594	,560				

Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax;

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği: % 0,899

Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 3264,790; s.d:153; p<0.0001;

Açıklanan toplam varyans: %61,383; Genel ortalama: 3,718; ss:11,884 ; n:416

\*Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: 0,900\*;

Tepki kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum

\*: Madde silindiğinde faktörün güvenilirlik katsayısıdır.

Çalışma kapsamında elde edilen verilere açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Büyüköztürk (2018)'e göre, çok faktörlü bir yapıda, birden çok faktörde yüksek yük değeri veren madde,

ölçekten çıkarılabilir. Analizin, binişik maddeler çıkarıldıktan sonra tekrarlanması sorunu çözebilmektedir. Fakat bu tür tavizler ile veri bütünlüğünün nasıl değişim gösterdiği, araştırmacı tarafından dikkate alınmalıdır. Sürdürülebilirlik farkındalığı ölçeği maddeleri arasında “tatil sürecinde aile üyelerime çevre hakkında bilgi veririm”, “tatil yaptığım çevrenin insan yaşamı üzerindeki etkisine dair bilgi sahibiyim”, “konaklama tesislerinde mümkünse bir ürünü (havlu, çarşaf, bardak vs) tekrar kullanmayı tercih ederim” ve “tatil yaparken yiyecek artıklarını, farklı şekilde değerlendirmenin yollarını ararım” ifadeleri binişik maddeler olduğundan ölçekten çıkarılmıştır. “Tatil yaparken kaynakları doğru kullanmanın, insanlık için yeterli olduğunu düşünürüm” ifadesi ise tek maddelik faktör olduğu için ölçekten çıkarılmıştır. Çünkü faktör oluşabilmesi için en az iki ile birlikte alpha katsayısının 0,70’nin üstünde olması gerekmektedir (Durmuş, Yurtkoru ve Çinko, 2018: 80). 18 maddeden oluşan ölçeğe ilişkin açıklayıcı faktör analizi, Tablo 2’de sunulmaktadır.

Bozkurt (2023) sürdürülebilirlik farkındalığına yönelik gerçekleştirdiği çalışmada konuyu üç boyutta ele almıştır. Bu çalışmada Açıklayıcı faktör analizi sonuçları tüketicilerin sürdürülebilirlik farkındalığının dört boyut altında toplandığını göstermektedir. Tespit edilen dört faktörün toplam açıklanan varyans değeri %61,383’tür. Altunışık vd., (2010: 273) bu değer sosyal bilimler için kabul edilebilir olduğunu ifade eder. Faktör analizi sonucunda tespit edilen ilk faktör, 8 maddeden oluşan “uygulama farkındalığı” faktörü olup bu faktörün özdeğeri 6,955’tir. İkinci faktör, 3 maddeden oluşan “tutum farkındalığı” faktörüdür. Bu faktörün özdeğeri 1,733’tür. Üçüncü faktör, 3 maddeden oluşan “davranış farkındalığı” faktörü olup özdeğeri 1,218’dir. Son olarak dördüncü faktör ise, 3 maddeden oluşan “çevre farkındalığı” faktörü olup bu faktörün özdeğeri, 1,143’tür.

Tablo 3, Sürdürülebilirlik farkındalığının, bireylerin cinsiyetlerine göre karşılaştırmasını göstermektedir.

**Tablo 3.** Sürdürülebilirlik Farkındalığı Sonuçlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

	Cinsiyet	N	Ort.	Std. Sapma	t- değeri	p- değeri
Uygulama farkındalığı	Kadın	280	3,6205	,83346	2,849	,005*
	Erkek	136	3,3392	,99465		
Tutum farkındalığı	Kadın	280	3,9310	,81893	1,624	,105
	Erkek	136	3,7868	,90964		
Davranış farkındalığı	Kadın	280	4,1917	,72296	1,939	0,53
	Erkek	136	4,0368	,84393		
Çevre farkındalığı	Kadın	280	3,6988	,83253	2,244	0,25
	Erkek	136	3,4975	,90903		

Tepki kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum

Uygulama Farkındalığı Levene F: 8,453; p: ,004. Tutum Farkındalığı Levene F:1,642; p: 0,201.

Davranış Farkındalığı Levene F: 3,259; p: 0,072. Çevre Farkındalığı Levene F: 2,975; p: 0,085.

\*Hipotezin desteklendiğini göstermektedir.

Tablo 3’e göre, tutum, davranış ve çevre farkındalığında anlamlı farklılıklar bulunmamıştır (p değerleri > 0,05). Ancak uygulama farkındalığın kadınlarda erkeklere göre daha fazla olduğu (p:

0,005) tespit edilmiştir. Bu doğrultuda H1<sub>a</sub> hipotezi desteklenirken, H1<sub>b</sub>, H1<sub>c</sub>, H1<sub>d</sub> hipotezleri desteklenmemiştir.

Tablo 4, Sürdürülebilirlik farkındalığının, bireylerin çocuk durumuna göre karşılaştırmasını göstermektedir.

**Tablo 4.** Sürdürülebilirlik Farkındalığı Sonuçlarının Çocuk Sahibi Olma Durumuna Göre Karşılaştırılması

	Çocuk Durumu	N	Ort.	Std.Sapma	t- değeri	p-değeri
Uygulama farkındalığı	Çocuk sahibi değilim.	170	3,6147	,86136	414	,104
	Çocuk sahibiyim.	246	3,4690	,91939		
Tutum farkındalığı	Çocuk sahibi değilim.	170	3,7784	,82446	414	,036*
	Çocuk sahibiyim.	246	3,9566	,86343		
Davranış farkındalığı	Çocuk sahibi değilim.	170	4,2863	,69307	414	,001*
	Çocuk sahibiyim.	246	4,0407	,80032		
Çevre farkındalığı	Çocuk sahibi değilim.	170	3,6627	,85195	414	,559
	Çocuk sahibiyim.	246	3,6125	,87066		

Tepki kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum

Uygulama Farkındalığı Levene F: 1,861; p: ,173. Tutum Farkındalığı Levene F: ,012; p: ,913.

Davranış Farkındalığı Levene F: ,459; p: ,498. Çevre Farkındalığı Levene F: ,474; p: ,491.

Tablo 4'e göre, tutum (p: 0,036) ve davranış (p: 0,001) farkındalığının çocuk sahibi olma durumuna göre anlamlı olarak farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre çocuk sahibi olanların çocuk sahibi olmayanlara kıyasla tutum farkındalığının daha yüksek olduğu söylenebilir. Bunun yanı sıra çocuk sahibi olmayanların, çocuk sahibi olanlara kıyasla davranış farkındalığının daha yüksek olduğu söylenebilir. Ancak uygulama farkındalığı ve çevre farkındalığı (p>0,005) boyutlarında çocuk durumuna göre anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Bu doğrultuda H2<sub>b</sub> ve H2<sub>c</sub> hipotezi desteklenirken, H2<sub>a</sub> ve H2<sub>d</sub> hipotezleri desteklenmemiştir.

Tablo 5, Sürdürülebilirlik farkındalığının, yaşa göre karşılaştırmasını göstermektedir. ANOVA testinde her grubun en az 30 gözlem sayısına ulaşması beklenir (Alpar, 2021: 310). Bu sebeple öncelikle Tablo 5'te, 35-44 yaş (29 kişi) ve 45-54 yaş (28 kişi) 30'dan küçük gözlem sayısı olduğu için bu gruplar, 35-54 yaş aralığı grubu olarak birleştirilmiştir. Ardından yapılan ve Tablo 5'te görülen ANOVA testine göre, uygulama farkındalığı (p=,005) ve davranış (p=,000) farkındalığının yaşa göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Farklılıkların olduğu grupların tespiti için çoklu karşılaştırma testleri kullanılmaktadır. Bu doğrultuda uygulama farkındalığı boyutunda yapılan LSD testine göre bakıldığında farkın 18-24 yaş grubu ile 35-54 yaş grubu arasında olduğu tespit edilmiştir. Davranış farkındalığı boyutunda yapılan varyanslar homojen olmadığı için yapılan Tamhane testine göre bakıldığında farkın 18-24 yaş grubu ile 55-64 yaş grubu arasında olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda H3<sub>a</sub> ve H3<sub>c</sub> hipotezleri desteklenirken, H3<sub>b</sub> ve H3<sub>d</sub> hipotezleri desteklenmemiştir.

**Tablo 5.** Sürdürülebilirlik Farkındalığının Yaşa Göre Karşılaştırılması

	Yaş	n	Ort.	Std.Sapma	F değeri	p değeri
Uygulama farkındalığı	1) 18-24	148	3,3446	,91886	3,772	,005*
	2) 25-34	97	3,7075	,84739		
	3) 35-54	57	3,7500	,92220		
	4) 55-64	72	3,5712	,88284		
	5) 65 üstü	42	3,3899	,80783		
Tutum farkındalığı	1) 18-24	148	3,7995	,90078	2,089	0,81
	2) 25-34	97	4,0619	,71091		
	3) 35-54	57	3,9649	,94214		
	4) 55-64	72	3,7407	,81116		
	5) 65 üstü	42	3,9048	,86261		
Davranış farkındalığı	1) 18-24	148	3,8784	,87646	9,376	0,00*
	2) 25-34	97	4,1237	,69940		
	3) 35-54	57	4,4152	,74610		
	4) 55-64	72	4,4074	,54879		
	5) 65 üstü	42	4,2778	,52533		
Çevre farkındalığı	1) 18-24	148	3,5068	,93756	1,471	,210
	2) 25-34	97	3,7045	,74672		
	3) 35-54	57	3,6140	,97344		
	4) 55-64	72	3,7593	,82265		
	5) 65 üstü	42	3,7222	,70583		

Tepki kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum.

P<0,05

Öncelikle Tablo 6'da ortaokul gözlem sayısı 26 olduğu için bu grup ilkokul grubu ile birleştirilmiş olup ilköğretim adı verilmiştir. Ardından yapılan ve Tablo 6'da görülen ANOVA testine göre, uygulama (p=,049), tutum (p=,011) ve davranış (p=,022) farkındalığının eğitime göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Çevre farkındalığının ise eğitim düzeyine göre farklılık göstermediği (p=,523) sonucuna ulaşılmıştır. Farklılıkların olduğu grupların tespiti için çoklu karşılaştırma testleri kullanılmaktadır. Bu doğrultuda uygulama farkındalığı boyutunda yapılan LSD testine göre bakıldığında farkın lise ile ön lisans arasında olduğu tespit edilmiştir. Tutum farkındalığı boyutunda yapılan varyanslar homojen olmadığı için yapılan tamhane testine göre bakıldığında farkın lisansüstü ile önlisans arasında olduğu tespit edilmiştir. Davranış farkındalığı boyutunda yapılan varyanslar homojen olmadığı için yapılan tamhane testine göre

bakıldığında farkın ilköğretim ve lisans arasında olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda H4<sub>a</sub> ve H4<sub>b</sub> ve H4<sub>c</sub> hipotezleri desteklenirken, H4<sub>d</sub> hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 6, Sürdürülebilirlik farkındalığının, eğitim düzeyine göre karşılaştırmasını göstermektedir.

**Tablo 6.** Sürdürülebilirlik Farkındalığının Eğitim Düzeyine Göre Karşılaştırılması

	<i>Eğitim Düzeyi</i>	<i>n</i>	<i>Ort.</i>	<i>Std.Sapma</i>	<i>F değeri</i>	<i>p değeri</i>
Uygulama Farkındalığı	1) İlköğretim	113	3,5011	,88853	2,411	,049*
	2) Lise	45	3,3639	1,04678		
	3) Ön lisans	59	3,7733	,85868		
	4) Lisans	130	3,4231	,94410		
	5) Lisansüstü	69	3,6703	,69199		
Tutum farkındalığı	1) İlköğretim	113	3,7788	,88373	3,294	,011*
	2) Lise	45	3,7556	1,07872		
	3) Ön lisans	59	3,7458	,88482		
	4) Lisans	130	3,9256	,80509		
	5) Lisansüstü	69	4,1787	,59017		
Davranış farkındalığı	1) İlköğretim	113	4,2979	,59322	2,884	,022*
	2) Lise	45	3,9926	1,11575		
	3) Ön lisans	59	4,1808	,73584		
	4) Lisans	130	4,0026	,75909		
	5) Lisansüstü	69	4,2077	,74338		
Çevre farkındalığı	1) İlköğretim	113	3,6313	,83257	,804	,523
	2) Lise	45	3,5111	1,06268		
	3) Ön lisans	59	3,7401	,89286		
	4) Lisans	130	3,5769	,88024		
	5) Lisansüstü	69	3,7295	,69375		

Tepki kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum

Tablo 7'de görülen ANOVA testine göre, tutum (p=,000) ve çevre (p=,016) farkındalığının mesleğe göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Uygulama farkındalığı (p=,153) ve davranış farkındalığının (p=,592) mesleğe ise göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Farklılıkların olduğu grupların tespiti için çoklu karşılaştırma testleri kullanılmaktadır. Bu doğrultuda tutum farkındalığı boyutunda yapılan LSD testine göre bakıldığında farkın öğrenci ile akademisyen arasında olduğu tespit edilmiştir. Çevre farkındalığı boyutunda yapılan varyanslar homojen olmadığı için yapılan tamhane testine göre bakıldığında farkın akademisyen,



kamu çalışanı, emekli, öğrenci, esnaf ve tüccar ile çalışmıyor arasında olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda H5<sub>b</sub> ve H5<sub>d</sub> hipotezleri desteklenirken H5<sub>a</sub> ve H5<sub>c</sub> hipotezleri desteklenmemiştir.

Tablo 7, Sürdürülebilirlik farkındalığının, mesleğe göre karşılaştırmasını göstermektedir.

**Tablo 7.** Sürdürülebilirlik Farkındalığının Mesleğe Göre Karşılaştırılması

	Eğitim Düzeyi	n	Ort.	Std.Sapma	F değeri	p değeri
Uygulama farkındalığı	1) Ev Hanımı	29	3,8922	,71863	1,536	,153
	2) Öğrenci	244	3,4636	,90950		
	3) Özel Sektör Çalışanı	54	3,5347	1,06715		
	4) Kamu Çalışanı	38	3,6941	,88183		
	5) Emekli	8	3,4844	,38636		
	6) Akademisyen	27	3,3796	,64904		
	7) Esnaf-Tüccar	3	3,0833	,57735		
	8) Çalışmıyor	13	3,8654	,85462		
Tutum farkındalığı	1) Ev Hanımı	29	4,0575	,69046	4,135	,000*
	2) Öğrenci	244	3,7104	,87117		
	3) Özel Sektör Çalışanı	54	4,0679	,87207		
	4) Kamu Çalışanı	38	4,1316	,76930		
	5) Emekli	8	4,0833	,49602		
	6) Akademisyen	27	4,1852	,73574		
	7) Esnaf-Tüccar	3	4,0000	,57735		
	8) Çalışmıyor	13	4,4872	,60270		
Davranış farkındalığı	1) Ev Hanımı	29	4,3333	,54917	7,95	,592
	2) Öğrenci	244	4,1393	,82301		
	3) Özel Sektör Çalışanı	54	4,1358	,70493		
	4) Kamu Çalışanı	38	4,0175	,67092		
	5) Emekli	8	4,0000	,17817		
	6) Akademisyen	27	4,1111	,85735		
	7) Esnaf-Tüccar	3	3,6667	,57735		
	8) Çalışmıyor	13	4,3846	,63605		
Çevre farkındalığı	1) Ev Hanımı	29	3,7011	,90125	2,504	0,16*
	2) Öğrenci	244	3,5656	,90053		
	3) Özel Sektör Çalışanı	54	3,8704	,90750		
	4) Kamu Çalışanı	38	3,5702	,64797		
	5) Emekli	8	3,5000	,47140		
	6) Akademisyen	27	3,4938	,70632		
	7) Esnaf-Tüccar	3	3,3333	,00000		
	8) Çalışmıyor	13	4,3846	,44817		

Tepki kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum

**Not:** Normalde bu analizi yapabilmek için, gözlem değerlerinin tümünün 30'un üzerinde olması beklenir. Ancak veri setindeki gözlem sayısını birleştirmenin (meslek olduğu için) anlamsız olacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla yapılan işin amaca hizmet edebilmesi için, bu durum göz ardı edilmiştir.

## SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırmanın amacında belirtildiği üzere Mersin turizminin sürdürülebilirliğinin sağlanması ve bu yönde markalaşmasının desteklenmesi, turizme katkı sağlayacaktır (Oskay, 2012: 201). Bu amaçla çalışmada Mersin ilinde en az bir defa tatil yapmış olan tüketicilerin sürdürülebilirlik farkındalıkları araştırılmıştır. Buradan hareketle çalışmada öncelikle katılımcılara ilişkin tanımlayıcı istatistikler belirtilmiştir. Daha sonra katılımcıların sürdürülebilirlik farkındalıklarını cinsiyet ve çocuk durumuna göre karşılaştırmak için bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır. Son olarak sürdürülebilirlik farkındalıklarını yaşa, eğitim düzeyine ve mesleğe göre karşılaştırmak için tek yönlü ANOVA yapılmıştır.

Katılımcıların demografik unsurlarının tespitine ilişkin yapılan tanımlayıcı istatistiklere göre %32,7'si erkek, %67,3'ü kadındır. Çalışmada kadın oranının daha yüksek çıkmasında, kadınların sürdürülebilirlik konusunda daha hassas olmalarından harekete ankete katılımda gönüllülük düzeylerinin erkeklere oranla daha yüksek olduğu düşünülmektedir. Literatürde kadınların konuya daha fazla ilgi gösterme eğiliminde oldukları ve bundan dolayı sürdürülebilirlik konulu araştırmalara ilgi gösterdiklerinin ifade ediliyor oluşunun (Akpulat, 2019: 85) bu düşünceyi desteklediği ifade edilebilir.

Diğer demografik unsurlar incelendiğinde katılımcıların %71,6'sının bekâr olduğu, %35,6'sının 18-24 yaş arasında oldukları sonucuna ulaşılmış olup sürdürülebilirliğe ilişkin çalışmalara özellikle gençlerin ilgi gösterdikleri şeklinde yorumlanabilir. Eğitim düzeyi bakımından değerlendirildiğinde katılımcıların %31,3'lük çoğunluğunun lisans düzeyinde eğitime sahip olduğu görülmektedir. Bununla birlikte katılımcıların %38,5'i 17.201 TL ve altı gelir düzeyine sahip, %58,7'si öğrenci ve %59,1'i çocuk sahibi değildir.

Sürdürülebilirlik farkındalığı cinsiyete göre karşılaştırıldığında uygulama farkındalığın kadınlarda daha fazla olduğu (p: 0,005) sonucuna ulaşılmıştır. Nitekim literatürde literatürde sürdürülebilir tüketici davranışının incelendiği çalışmalarda kadınların daha sürdürülebilir, daha çevreci oldukları ve bu doğrultuda bir tüketim davranışı sergilediklerini ifade eden çalışmalar mevcuttur (Haartman vd., 2017; Sheoran ve Kumar, 2021; Banyte vd., 2021).

Sürdürülebilirlik farkındalığı çocuk durumuna göre karşılaştırıldığında, tutum (p: 0,036) ve davranış (p: 0,001) farkındalığının çocuk sahibi olma durumuna göre anlamlı olarak farklılaştığı görülmektedir. Buna göre çocuk sahibi olanların çocuk sahibi olmayanlara kıyasla tutum farkındalığı ve davranış farkındalığının daha yüksek olduğu söylenebilir. Bu sonuç, katılımcıların ebeveyn olmaları ile gelecek kuşaklara ilişkin bilinç düzeylerinin artmasına paralel olarak sürdürülebilirlik farkındalığı düzeylerinin arttığı şeklinde yorumlanabilir. Bu çalışmayı destekler nitelikte Ergen'de (2014: 160) çocuk sahibi olan bireylerin sürdürülebilirlik tüketim davranışının daha yüksek olduğunu, dolayısıyla sürdürülebilir farkındalıkları çocuk sahibi olmayanlara göre daha yüksek olduğunu ifade etmektedir.

Sürdürülebilirlik farkındalığı yaşa göre karşılaştırıldığında uygulama farkındalığı (p=,005) ve davranış farkındalığının (p=,000) yaşa göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Gruplara ilişkin yapılan testler incelendiğinde uygulama farkındalığın 18-24 yaş grubu (3,3446) ile 35-54 yaş grubu (3,7500) arasında olduğu tespit edilmiştir. Davranış farkındalığı boyutunda farkın ise 18-24 yaş grubu (3,8784) ile 55-64 yaş grubu (4,4074) arasında olduğu tespit edilmiştir. Tutum farkındalığı ve çevre farkındalığına ilişkin anlamlı bir fark tespit edilememiştir. Bu doğrultuda ilerleyen yaş grubuna mensup bireylerin sürdürülebilirlik farkındalıklarının, genç bireylere oranla daha yüksek olduğu düşünülmektedir. Çelik (2014: 48-49) tarafından sürdürülebilirliği hedef alan turist kitlesine dâhil olan ekoturistlerin, orta yaş grubunda bulunan, eğitilmiş, ortalama gelir düzeyi yüksek olan ve kadın oranlarının erkeklere eşit hatta bazı durumlarda fazla olduğu ifadesinin bu düşünceyi desteklediği ifade edilebilir. Aynı zamanda çalışmada, 45-54 yaş

aralığının sürdürülebilir turizm konusunda farkındalıklarının yüksek olduğu, anket uygulamalarına daha istekli olduğu ancak gençlerin daha az ilgili oldukları sonucu da bu çalışma sonuçları ile örtüşür niteliktedir (Çelik, 2014: 118).

Sürdürülebilirlik farkındalığı eğitim düzeyine göre karşılaştırıldığında uygulama farkındalığı boyutunda farkın lise ile ön lisans arasında olduğu tespit edilmiştir. Tutum farkındalığı boyutunda farkın lisansüstü ile ön lisans arasında olduğu tespit edilmiştir. Davranış farkındalığı boyutunda farkın ilköğretim ve lisans arasında olduğu tespit edilmiştir. Çevre farkındalığına ilişkin ise sürdürülebilirlik farkındalığına yönelik anlamlı bir fark tespit edilememiştir. Bu doğrultuda eğitim düzeyinin artışı ile uygulama farkındalığın, tutum farkındalığının ve davranış farkındalığının artışının paralellik gösterdiği ifade edilebilir. Nitekim Atar'ın (2021: 75) eğitimin, çevre bilincinin artması gibi sürdürülebilir alışkanlıklarının kazanılmasında önemli olduğunu vurguluyor oluşu da bu sonucu desteklemektedir.

Sürdürülebilirlik farkındalığı mesleğe göre karşılaştırıldığında, tutum ( $p=,000$ ) ve çevre ( $p=,016$ ) farkındalığının mesleğe göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Tutum farkındalığı boyutunda farkın öğrenci ile akademisyen arasında olduğu tespit edilmiştir. Çevre farkındalığı boyutunda ise farkın akademisyen, kamu çalışanı, emekli, öğrenci, esnaf ve tüccar ile çalışmıyor arasında olduğu tespit edilmiştir. Uygulama ( $p=,153$ ) ve davranış ( $p=,592$ ) farkındalığının ise mesleğe göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlardan hareketle birtakım öneriler geliştirilmiştir:

- Mersin ilinde turizm reklam ve tanıtım faaliyetlerinin artırılması,
- Mersin ilinde etkinlik ve festivallerin artırılması,
- Mersin iline deneyim turlarının düzenlenmesi,
- Mersin ilinde turizm konulu açık oturum ve sempozyumlar düzenlenmesi,
- Farkındalıkların artırılmasına yönelik tüm turizm paydaşlarının örgütlenmesi,
- Mersin iline yönelik akademik yayın sayısının artırılması,
- Mersin ilinde yer alan turistik köylerde sürdürülebilir turizm ürünlerinin ve destinasyonların geliştirilmesi önerilmektedir.

Bu çalışmada Mersin ilinde en az bir defa tatil yapmış olan tüketicilerin sürdürülebilirlik farkındalıkları araştırıldığından sonuçları sınırlıdır. Sonraki çalışmalarda farklı illerde tatil yapmış tüketicilerin farklı örnekleme yöntemleri ile sürdürülebilirlik farkındalığının değerlendirilmesi, daha genellenebilir sonuçların elde edilmesine katkı sağlayacaktır.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Destek Bilgisi:** Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

**Etik Kurul Onayı:** Mersin Üniversitesi Sosyal Beşeri Bilimler Etik Kurulundan 05.12.2023 tarih ve 269 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

## KAYNAKÇA

Acuner, Ş. A. (2006). Turizmde sürdürülebilirlik anlayışı içerisinde alternatif turizm türlerinin yeri. *Verimlilik Dergisi*, (4): 1-12.

- Akıncı, Z. ve Kasalak, M. A. (2016). Sürdürülebilir turizm yönetimi açısından özel ilgi turizminin yeri ve önemi. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (1): 161-182.
- Akputat, F. (2019). *Sürdürülebilirlik Kavramına Farklı Yaklaşımlar: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Alpar, R. (2021). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler*. (6.Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alpar, R. (2021). *Uygulamalı İstatistik ve Geçerlik-Güvenirlik*. (6.Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Spss Uygulamalı*. (6. Baskı), Sakarya Yayıncılık: Sakarya.
- Armağan, V. (2023). Ekolojik sürdürülebilir bir kent modeli olarak ekotopya ve güncel kent pratikleri. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(27), 342-376.
- Asmelash, A.G. and Kumar, S. (2019). Assessing progress of tourism sustainability: developing and validating sustainability indicators. *Tourism Management*, 71, 67-83.
- Atar, A. (2021). *Kurumsal Şirket Çalışanlarının Sürdürülebilir Beslenme Hakkındaki Bilgi, Tutum ve Davranışlarının Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Medipol Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Atıl, A. Gülgün, B. ve Yörük, İ. (2005). Sürdürülebilir kentler ve peyzaj mimarlığı. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 42(2): 215-226.
- Baghirova, F. (2020). *Sürdürülebilir Pazarlama Kapsamında Sakin Eğilimli Turistlerin Sakin Destinasyonu Yeniden Ziyaret Niyetlerinin Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde İncelenmesi*, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Banytė, J., Šalčiuvienė, L., Dovalienė, A., Piligrimienė, Ž. and Sroka, W. (2020). Sustainable consumption behavior at home and in the workplace: Avenues for innovative solutions. *Sustainability Journal*, 12(16): 2-24. Doi:10.3390/su12166564.
- Barth, M., Jiménez-Aceituno, A., Lam, D. P., Bürgener, L. and Lang, D. J. (2023). Transdisciplinary learning as a key leverage for sustainability transformations. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 64, 101361.
- Boyras, M. (2022). *Otel İşletmelerinin Çevre Yönetim Sistemine Katılımının Engelleycileri ve Çevre Yönetimi Uygulama Düzeyine Etkisi*, Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Bozkurt, Ö. (2023). Yeşil işlerde çalışan mavi yakalı işgörenlerin sürdürülebilirlik farkındalıklarının incelenmesi. *Yeni Fikir Dergisi*, 15(30): 24-38.
- Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: research and reality. *Annals of Tourism Research* 39, 528-546.
- Butler, M. J. and Ferlie, E. (2020). Developing absorptive capacity theory for public service organizations: emerging UK empirical evidence. *British Journal of Management*, 31(2), 344-364.
- Büyüköztürk, Ş. (2018). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı: İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum*. (24. baskı), Ankara: Pegem Akademi.
- Civelek, M. (2023). Turizm eğitimi alan öğrencilerin sürdürülebilir turizme ilişkin metaforlarının analizi, *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13(2): 1025-1038.

- Coşkun, R., Altunışık, R. ve Yıldırım, E. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. (9. Baskı), Adapazarı: Sakarya Kitabevi.
- Çelik, N. (2014). *Sürdürülebilir Turizm Uygulamalarının Turizm Talebi Üzerine Etkileri: Muğla Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik*. Ankara: Pegem Akademi.
- Dahl, A. L. (2012). Achievements and gaps in indicators for sustainability. *Ecological Indicators*, 17, 14-19.
- Doğan, K. ve Doğan, M. (2023). Küreselleşen Dünya'da Dağ ve İnsan Etkileşimi: Rize Dağları Örneği, *Anasay*, (23), 247-264.
- Durmuş, B., Yurtkoru, E. S. ve Çinko, M. (2018). *Sosyal Bilimlerde Veri Analizi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Ekin Savaş, N. (2020) *Çevresel Bilinç, Çevrecilik ve Yeşil Pazarlama Karması Faaliyetlerinin Yeşil Satın Alma Davranışına ve Bağlılığa Etkisi*, Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Ekiz, D. (2020). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri (Yaklaşım, Yöntem ve Teknikler)*. (6. Baskı), Ankara: Anı Yayıncılık.
- Ergen, A. (2014). *Maddi Değerler, Gönüllü Sade Yaşam Biçimi, Çevre Bilgisi: Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Açısından Bir Araştırma*, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi, İstanbul.
- Eser, S., Dalgın, T. ve Çeken, H. (2010). Sürdürülebilir kültür turizmi: Efes örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 19(2), 27-34.
- Güler, O., Çilkin, E. R. ve Türkay, O. (2021). Turizmde Çevre ve Sürdürülebilirlik, (Editör) Çakıcı, A.C.: *Kavramlar ve Örneklerle Genel Turizm*. İçinde (ss. 105-132). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Haartman, V. R., Sammalisto, K., Lozano, R. and Blomqvist, P. (2017). A longitudinal comparison of sustainability learning between men and women in engineering and nursing programmes. *Sustainability*, 9(8): 2-10.
- Helmy, E. (2004). Towards Integration of sustainability into tourism planning in developing countries: Egypt as a case study. *Current Issues in Tourism*, 7(6): 478-501.
- Ivars-Baidal, JA, Vera-Rebollo, JF, Perles-Ribes, J., Femenia-Serra, F. and Celdrán-Bernabeu, MA (2023). Sustainable tourism indicators: what's new within the smart city/destination approach?. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7): 1556-1582.
- Jiao, L., Wu, Y., Fang, K. and Liu, X. (2023). Typo-Morphological approaches for maintaining the sustainability of local traditional culture: A case study of the Damazhan and Xiaomazhan historical area in Guangzhou. *Buildings*, 13(9): 2351.
- Kotlarsky, J., Oshri, I. and Sekulic, N. (2023). Digital sustainability in information systems research: conceptual foundations and future directions. *Journal of the Association for Information Systems*, 24(4): 936-952.
- Mahardhani, A. J. (2023). The role of public policy in fostering technological innovation and sustainability, *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(2): 47-53.

Mersin Büyükşehir Belediyesi (2023). *Kent Konseyi ve ODTÜ'den Sürdürülebilir Şehircilik İçin İş Birliği*. [Online] <https://www.mersin.bel.tr/haber/kent-konseyi-ve-odtuden-surdurulebilir-sehircilik-icin-isbirligi-1687328105> [Erişim Tarihi: 08.10.2023].

Oskay, C. (2012). Mersin turizminin Türkiye ekonomisindeki yeri ve önemi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 185-202.

Özkök, B. (2022). *Bilinçli Farkındalık Özelliğinin, Bireylerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışına Etkisi ve İyi Hissetme Durumlarıyla İlişkisine Bakış*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, Lisansüstü Programlar Enstitüsü, İstanbul.

Pektaş, K. (2020). *UNESCO Yarattıcı Gastronomi Şehri Hatay'ın Yerel Aktörlerin Bakış Açısıyla Farkındalık Düzeyinin İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, İskenderun Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.

Rasoolimanesh, S. M., Ramakrishna, S., Hall, C. M., Esfandiar, K. and Seyfi, S. (2023). A systematic scoping review of sustainable tourism indicators in relation to the sustainable development goals. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7): 1497-1517.

Shabanova Güngör, S. (2023). *Kurumsal Sürdürülebilirlik Uygulamalarının Tüketicilerin Marka Sadakati Üzerine Etkisini Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma*, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Sheoran, M. and Kumar, D. (2021). Conceptualisation of sustainable consumer behaviour: converging the theory of planned behavior and consumption cycle. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*, 17(1): 103-135.

Sonuç, N. (2020). *Sürdürülebilir Turizm: Tanımı ve İçeriği*, (Editör) Kozak, M.: *Sürdürülebilir Turizm Kavramlar-Uygulamalar* içinde Ankara: Detay Yayıncılık.

Tankuş, E., Sökmen, A. and Şahin, N. G. G. (2023). Bibliometric analysis of the United Nations 2030 sustainable development goals on the axis of sustainable tourism. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(3): 2238-2263.

Taşçıoğlu, H. ve Yıldırkan, R. (2023). Sapanca'daki bungalov işletmecilerinin sürdürülebilir turizm ve çevre tutumları üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(2): 969-990.

Turna, T. ve Solmaz, A. (2023). Sürdürülebilir kent yönetimi ve yeşil altyapı kavramı kapsamında çevreci yaklaşımlar: İskenderun örneği. *Dicle Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Mühendislik Dergisi*, 13(4): 739-748.

UNWTO (2024). *Sustainable Development*. [Online] <https://www.Unwto.Org/Sustainable-Development> [Erişim Tarihi: 25.10.2024].

Yıldız, T. (2020). *Yeşil Tüketicilerin Öznel İyi Oluşlarının Satın Alma Davranışları, Tutumları ve Kişilik Özellikleri Kapsamında Araştırılması*, Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.



# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2024, 8(2): 134-149.

DOI: [10.26677/TR1010.2024.1409](https://doi.org/10.26677/TR1010.2024.1409)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



## ARAŞTIRMA MAKALESİ

### Balıkesir İlinin Kültürel Miras Değerlerinin Bilinirliğine Yönelik Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrenciler Üzerine Bir Araştırma

Doç. Dr. Gülay ÖZDEMİR YILMAZ, Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Balıkesir, e-posta: [gulay@balikesir.edu.tr](mailto:gulay@balikesir.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8326-4797>

Doğancan BOSTAN, Yüksek Lisans Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, e-posta: [dogan1995bostan@hotmail.com](mailto:dogan1995bostan@hotmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-7846-1352>

## Öz

Bu çalışmanın amacı, her biri kültür turizmi elçisi olan lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin Balıkesir ilinin somut ve somut olmayan kültürel miras değerleri ile ilgili bilgi düzeylerini belirlemektir. Ayrıca bu değerlerin bilinirliğini artırmak için neler yapılması gerektiğine yönelik öğrencilerin görüşleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Kültürel miras değerlerinin hem bilinirliğinin artması hem de korunup gelecek nesillere aktarılmasının yollarından biri turizmdir ve bu konuda gençlere birtakım sorumluluklar düşmektedir. Çünkü gençler, kültürel değerlerin gelecek nesillere aktarılmasında köprü görevi üstlenmektedir. Bu amaç doğrultusunda araştırmanın evreni Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencileri olarak belirlenmiştir. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden faydalanılmıştır. Araştırma Şubat ve Mart 2024 tarihleri arasında gerçekleşmiştir. Anketler yüz yüze yapılmış ve analize uygun 348 anket değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Araştırmadan elde edilen bulgular doğrultusunda öğrencilerin, Balıkesir iline ait olan somut ve somut olmayan kültürel miras değerlerinden sadece birkaç tanesini bildikleri tespit edilmiştir. Genel olarak öğrenciler tarafından kültürel miras değerlerinin bilinirliği düşüktür. Öğrenciler, kültürel mirasın kültürün öğrenilmesi bakımından önemli olduğunu ve Balıkesir'e ait kültürel miras değerlerinin bilinirliğinin artması için en önemli paydaşın yerel halk olduğunu düşünmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Kültürel miras, Bilinirlik, Önem, Öğrenci, Balıkesir.

**Makale Gönderme Tarihi:** 06.04.2024

**Makale Kabul Tarihi:** 05.06.2024

## Önerilen Atıf:

Özdemir Yılmaz, G. ve Bostan, D. (2024). Balıkesir İlinin Kültürel Miras Değerlerinin Bilinirliğine Yönelik Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrenciler Üzerine Bir Araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(2): 134-149.

© 2024 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



## Journal of Turkish Tourism Research

2024, 8(2): 134-149.

DOI: [10.26677/TR1010.2024.1409](https://doi.org/10.26677/TR1010.2024.1409)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



### RESEARCH PAPER

## An Investigation on the Awareness of Balıkesir Province's Cultural Heritage Values Among Undergraduate Tourism Students

Associate Prof. Dr. Gülay ÖZDEMİR YILMAZ, Balıkesir University, Faculty of Tourism, Balıkesir, e-mail: [gulay@balikesir.edu.tr](mailto:gulay@balikesir.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8326-4797>

Doğancan BOSTAN, MSc. Student, Balıkesir University, Institute of Social Sciences, Balıkesir, e-mail: [dogan1995bostan@hotmail.com](mailto:dogan1995bostan@hotmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-7846-1352>

### Abstract

This study aims to determine the knowledge level of undergraduate tourism students, each of whom is a cultural tourism ambassador, about the tangible and intangible cultural heritage values of Balıkesir. In addition, the opinions of the students on what should be done to increase the awareness of these values were tried to be determined. Tourism is one of the ways to improve the awareness of cultural heritage values and to protect and transfer them to future generations and adolescents have some responsibilities in this regard. Because adolescents act as a bridge in transmitting cultural values to future generations. For this purpose, the study population was determined as Balıkesir University Faculty of Tourism students. The questionnaire technique was used as a data collection method in the study. The research was conducted between February and March 2024. Questionnaires were administered face-to-face and 348 were evaluated as suitable for the analysis. Accordingly, it was determined that students know only a few of the tangible and intangible cultural heritage values of Balıkesir. In general, the awareness of cultural heritage values by students is low. Students think that cultural heritage is important for learning culture and that the most important stakeholder in increasing the awareness of the cultural heritage values of Balıkesir is the local community.

**Keywords:** Cultural heritage, Awareness, Importance, Student, Balıkesir.

**Received:** 06.04.2024

**Accepted:** 05.06.2024

### Suggested Citation:

Özdemir Yılmaz, G. and Bostan, D. (2024). An Investigation on the Awareness of Balıkesir Province's Cultural Heritage Values Among Undergraduate Tourism Students, *Journal of Turkish Tourism Research*, 8(2): 134-149.

© 2024 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



## GİRİŞ

Toplumların meydana getirdiği gelenekleri ve inançları, sanatları ve yaşayış biçimleri olarak tanımlanan kültürün, zamanla kültürel miras değerlerine dönüştüğünü söylemek mümkündür (Yaşarsoy vd., 2021). Kültürel miras, geçmişte yaşamış olan toplumlar tarafından meydana getirilen gelenekler, görsel sanatlar, sosyal hayattaki uygulamalar, etkinlikler, festivaller, tarihi anıtlar ve binalar gibi somut veya somut olmayan eserlerin geleceğe aktarılmasıdır (Demir, 2023). Kültürel miras, toplumu birbirine bağlayan ve güçlenmesini sağlayan değerlerin bütünüdür. Turizm açısından da son zamanlarda ilgi çeken bir konu haline gelmiştir (Doğaner, 2003). Toplumların kültürel miras değerlerini bilmesi, sahip çıkması, kültürel mirasın önemini farkında olması ve koruması (Bal, 2021) turizm açısından da önem arz etmektedir.

Kültürel mirasa sahip çıkmak özellikle gençlerin sorumluluğundadır. Teknoloji alanında yaşanan hızlı değişimin yaşamı kolaylaştıran avantajları olsa da toplumsal yapıyı olumsuz etkileyen değişimlere de sebep olduğu söylenebilmektedir. Teknolojiye bağımlı olan gençlerin kültürel kimliklerine uzak, miras değerlerine yabancı ve geçmişle bugünü ilişkilendiremeyen bir hayat yaşadığı düşünülmektedir (Kocakaya ve Dönmez, 2022: 125). Kültürel miras değerlerinin üniversite öğrencileri tarafından bilinirliğine yönelik yapılan birçok araştırma sonucunda, gençlerin öğrenim gördükleri şehirlere ait kültürel miras değerleriyle ilgili bilgi ve farkındalık düzeylerinin düşük olduğu tespit edilmiştir. Yani yapılan araştırmaların sonuçları bu düşüncüyü destekler niteliktedir. Ayrıca, somut olmayan kültürel miras değerlerinin bilinirliği ile ilgili çalışmaların nispeten az olduğu görülmektedir.

Bu çalışmanın çıkış noktasını gençler oluşturmaktadır. Çalışmada, zengin kültürel miras değerlerine sahip olan Balıkesir ilinin somut ve somut olmayan kültürel miras değerlerinin Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencileri tarafından bilinirliğini tespit etmek amaçlanmıştır. Ayrıca öğrencilerin kültürel miras değerlerinin Balıkesir için önemi ile ilgili görüşleri belirlenmeye çalışılmıştır. Zengin kültürel miras değerlerine sahip olan Balıkesir ilinde öğrenim gören ve birer kültür temsilcisi olarak görülen turizm eğitimi alan öğrenciler tarafından ne derece bilindiği ve öğrencilerin bu değerlerin bilinirliğinin artırılması için neler yapılması gerektiği ile ilgili görüşlerinin tespitinin önemli olduğu düşünülmektedir.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kültür, Latince kökenli olan "culture" kelimesinin karşılığı olarak Türkçeye girmiştir (Oğuz, 2011). Kültür kavramını ilk kez açık ve ayrıntılı bir şekilde tanım olarak ele alan İngiliz antropolog Edward Barnett Tylor, 1871 yılında kaleme aldığı yazısında; "bilgi, inanç, sanat, hukuk, ahlak, adet, gelenek ve toplumun bir üyesi olarak kişinin yaşayarak kazandığı huylar ve yetenekler bütünü olarak tanımlamıştır (Harman Aslan ve Diker, 2023). Türk Dil Kurumu (2024) sözlüğüne göre kültür, "tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki kuşaklara aktarmada kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü" olarak tanımlanmıştır. Kültür, insanın doğum öncesinden doğum sonrasına kadar devam eden ve asla bitmeyen bir süreç olarak yapılan yolculuktur (Srivastava, 2015). Günlük yaşamın genel standartları ve değerleri hakkında insanlara kılavuzluk sağlamaktadır (Bujdosó vd., 2015). Kültür ve miras tanımlarından yola çıkarak; kültürel miras için de kültürel değerlerin, geleneksel bilgilerin, festivallerin, inanç sistemlerinin, yöresel kıyafetlerin, sanatların vb. sözlü ve sözsüz olarak gelecek kuşaklara aktarılması olarak tanımlanabilmektedir (Mokrane ve Halaç, 2022). Kültürel miras, bir grup veya toplumun geçmiş nesillerden miras kalan, günümüzde korunan ve gelecek nesillerin yararına bahşedilen fiziksel eserler ve somut olmayan niteliklerin mirasıdır (Cernicova vd., 2022). Kültürel

miras, geçmişten günümüze toplumların içinde bulunduğu yaşam ve zaman doğrultusunda ürettiği, geliştirdiği, biriktirdiği, yaşadığı, sonraki kuşaklara faydalanmaları için bıraktığı değerler ile fertlerin var olma nedenlerini gösteren olgulardır (Yaşarsoy, 2021). Kültür ve Turizm Bakanlığı (2009) tarafından kültürel miras, “geçmişten miras alınan farklı sebeplerle geleceğe miras bırakılmak istenen, fiziksel olarak varlığı olan ve insanlar tarafından yapılmış her türlü eserler ile bir millete ait değerler bütünüdür.” şeklinde tanımlanmıştır. Kültürel miras, belli bir yaşam görüşünü temsil etmekte ve geçmişin günümüze aktarılmasını sağlamaktadır (Prott ve O’Keefe, 1992). Bu tanımlardan hareketle kültürel mirası kısaca, “bir topluma ait değerler bütünüdür” (Akpirinç ve Mancı, 2019) şeklinde ifade etmek mümkündür. İnsanların etnik kökenlerini, geçmişlerini, yaşam tarzlarını yansıtan kültürel miras kaynakları; arkeolojik eserler, etnografik eserler, tarihi eserler ve mimari eserleri kapsamaktadır (Köroğlu vd., 2018).

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO) tarafından kültürel miras, “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi” ile somut ve somut olmayan kültürel miras şeklinde sınıflandırılmıştır (UNESCO, 2003). Buna bağlı olarak somut kültürel miras; insan eli ile yapılmış yapı ve eşyayı kapsayan, gelecek kuşaklara bırakılmak üzere korunan, saklanan ve önemli görülen eserlerdir (Can, 2009). Somut olmayan kültürel miras ise “toplulukların ve kimi durumlarda bireylerin kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekanlardır.” (Türker ve Çelik, 2012: 89). Sözlü gelenek ve anlatımlar, gösteri sanatları, festivaller, ritüeller ve şöenler ile el sanatları gibi geleneklerdir (Ar, 2015).

Kültürel miras bir toplumun geçmişini, bilgi birikimini, sosyal, siyasal, kültürel birikimini günümüze taşıdığı için önemsenmelidir. Toplumun sahip olduğu somut ve somut olmayan kültürel miras değerlerinin yok olması yenilenmesinin mümkün olmadığı kayıpların yaşanması anlamına gelmektedir. Somut kültürel miras zaman içerisinde değişmezlik gösterirken; somut olmayan kültürel mirasın yok olması daha güçlü bir olasılıktır (Negiz, 2017: 164). Bu nedenle toplumun kimliği olan bu değerlerin korunması ve sürdürülebilir olması oldukça önemlidir. Sürdürülebilirliğin sağlanması için bilinirliğinin artırılması ve önemi ile ilgili farkındalığın yaygınlaştırılması gerekmektedir. Bunun için kültürel miras değerlerini günlük hayata dâhil ederek, ekonomik bir boyut kazandırarak ve sosyal gelişmenin bir aracı olarak değerlendirmek gerekmektedir. Bu topluma rağmen değil toplumla birlikte koruma ilkesi ön planda tutularak yapılmalıdır (Öksüz Kuşçuoğlu ve Taş, 2017: 64).

Kültürel miras unsurlarının ekonomik ve sosyal açıdan bir araç olarak kullanılması için turizm sektörü adeta bir fırsattır. Son yıllarda insanların soylarını, geçmişlerini ve farklı yaşam şekillerini merak etmeye başlaması ve bu motivasyonla seyahate çıkmaları nedeniyle kültürel unsurlar turizmin odak noktası haline gelmiştir (Emekli, 2012). Kültür turizmi, ülkelerin hem kültürel miraslarını korumaları hem de bundan ekonomik ve sosyal yarar sağlamalarını mümkün hale getirmiştir. Fakat, ülkelerin sahip olduğu kültürel varlıklar sadece ekonomik bir kaynak olarak görülüp pazarlanırsa uzun vadede geri dönüşü olmayan büyük kayıpların yaşanmasına yol açacaktır (Meydan Uygur ve Baykan, 2007: 38). Ne yazık ki turizm planları yapılırken bu değerlerin dikkate alınmaması sonucunda koruma ile ilgili problemlerin yaşandığı görülmektedir (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 7).

Geçmişten günümüze kültürel mirasın, genç bireylere gelişim fırsatı sunan, bireylere farklı deneyimler yaşatan, dünyaya ve yaşama anlam katan değerler olduğu göz önüne alınırsa, özellikle genç bireylerde kültürel miras bilinirliği oldukça önemli bir konu haline gelmektedir (İSMEP, 2014, Uysal, 2018). Bu bağlamda Belber ve Sözbilen’in yapmış olduğu çalışmada, üniversite eğitimi alan gençlerin, boş zamanlarını teknolojinin olumsuz etkisiyle daha çok pasif faaliyetlerle değerlendirdikleri ve gençlerin kültürel etkinliklere katılım düzeylerinin oldukça düşük olduğu vurgulanmıştır. Özellikle turizm eğitim alan gençler, kültürel etkinliklerle ve

destinasyonlarla bağlantılı görevlerde yer alacağı için adeta birer kültür turizmi elçisi gibidirler (Belber ve Sözbilen, 2019: 902). Ülkelerin kimliğini yansıtan kültürel değerlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılması amacıyla gençlerin kültürel değerler konusunda bilinçlendirilmesi, miras aktarımında en önemli görevin kendilerine ait olduğunun anlatılması ve farkındalık düzeylerinin yükseltilmesi gerekmektedir.

## İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Kültürel miras değerlerinin ve bu değerlerin öneminin çocuklar ve gençler tarafından bilinirliğinin tespit edilmesine yönelik çok sayıda çalışma yapıldığı tespit edilmiştir. Bu çalışmalardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Harman Aslan ve Diker (2023), “Geçmişten Geleceğe” isimli Erasmus+ Gençlik Değişimi projesine katılan gençlerin somut olmayan kültürel miras farkındalığını belirlemek için araştırma yapmışlardır. Üç farklı ülkeden 43 gencin katıldığı proje kapsamında gençlerin çoğunlukla somut kültürel miras hakkında bilgi edindikleri ve öğrendikleri, bu değerlerin toplumda farkındalık düzeyinin artırılarak korunabileceği görüşüne sahip oldukları tespit edilmiştir. Gençlerin benzer projelere katılma konusunda da istekli oldukları tespit edilmiştir.

Soybalı vd., (2022) tarafından Afyon Kocatepe Üniversitesi turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin somut olmayan kültürel miras değerlerine yönelik bilgi, deneyim ve tutumlarını belirlemek amacıyla 245 kişi ile yüz yüze görüşme yöntemiyle veri toplanmış ve yapılan araştırma sonucunda; öğrencilerinin bilgi, deneyim ve tutumlarının düşük olduğu tespit edilmiştir. Araştırmacılar, ilgili yazında somut olmayan kültürel miras değerlerine yönelik yapılan araştırmaların yeterli düzeyde olmadığı düşüncesinden yola çıkarak bu çalışmayı gerçekleştirmişlerdir.

Yaşarsoy, Koç ve Ulema (2021) tarafından Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerinin kültürel miras farkındalığını belirlemek için araştırma yapılmıştır. Nicel olarak tasarlanan araştırmada anket tekniği tercih edilmiş ve 230 katılımcıya elektronik ortamdan ulaşılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda öğrencilerin kültürel miras farkındalığının genel olarak yüksek olduğu belirlenmiştir. Öğrencilerin kültürel miras farkındalığı yaş grupları arasında istatistiksel açıdan farklılık göstermiştir. Katılımcılar, ilin turizminin gelişmesi için tanıtım çalışmalarına önem verilmesi gerektiğini, festival gibi etkinliklerin sayısının artırılmasını ve ilde altyapı ve üstyapı çalışmalarının hızlandırılması gerektiğini düşünmektedir.

Mancı (2019), Harran Üniversitesi öğrencilerinin kültürel miras farkındalığı ve deneyimlerini belirlemek için araştırma yapmıştır. 445 öğrenci üzerine anket gerçekleştirilmiştir. Araştırmadan elde edilen veriler sonucunda, öğrencilerin Şanlıurfa'nın bazı kültürel miras değerleri ile ilgili farkındalığının yüksek olduğu ve deneyime sahip oldukları, bazı miras değerlerine yönelik farkındalığın düşük olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin farkındalık ve deneyim düzeylerinde bölümlerin, kişisel gelirin ve memleketlerinin etkili olduğu belirlenmiştir.

Gürdoğan Bayır ve Çengelci Köse (2019), kültürel miras ve korunmasına ilişkin ortaokul öğrencilerinin görüşlerini belirlemeye yönelik araştırma gerçekleştirmişlerdir. Nitel olarak tasarlanan araştırmada verilerin çözümlenmesinde içerik analizi kullanılmıştır. Araştırmaya beşinci ve altıncı sınıf olan 186 ortaokul öğrencisi katılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda, öğrencilerin kültürel mirası; “geçmiş kuşaklara ait, tarihi eser, kültürel eser ve doğal eser” şeklinde tanımladıklarını tespit etmişlerdir. Öğrenciler, kültürel mirasın tarihsel ve ekonomik değeri olması ve kültür aktarımını sağlaması nedeniyle korunması gerektiğini düşünmektedirler.

Sağ ve Ünal (2019), Safranbolu'da bir devlet okulunda öğrenime devam eden 4. sınıf öğrencilerinin, somut olmayan kültürel mirasa yönelik farkındalık düzeylerinin belirlenmesi amacıyla araştırma yapmışlardır. Nitel olarak tasarlanan araştırmada, araştırmanın amacı doğrultusunda 11 katılımcı ile görüşme yapılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda, çocuk oyunları dışında öğrencilerin somut olmayan kültürel mirasa ilişkin farkındalıklarının bulunmadığı belirlenmiştir.

Bahtiyar Karadeniz, Sarı ve Kabacık (2018), Ordu Üniversitesi öğrencilerinin ilin doğal ve kültürel turizm kaynaklarına yönelik farkındalık ve deneyimlerini araştırmışlardır. Nitel olarak tasarlanan araştırmada 1178 öğrenciye anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda, öğrencilerin Ordu'ya ait turistik değerler ile ilgili farkındalıklarının oldukça düşük olduğu tespit edilmiştir.

Güneş ve Alagöz (2018), turizm eğitimi alan öğrencilerin kültürel miras tutumlarını belirlemeye yönelik Erzincan Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu'nda araştırma yapmışlardır. 115 öğrenci üzerine anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda; öğrencilerin kültürel miras değerlerine ilgili ve bu değerleri korumaya istekli oldukları tespit edilmiştir. Öğrencilerin kültürel miras unsurlarına yönelik tutumlarının olumlu yönde olduğu belirlenmiştir.

Buluk (2017) tarafından Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nde lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin kültürel miras farkındalıklarını belirlemek amacıyla araştırma yapılmıştır. Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan 550 öğrenciye anket uygulanmıştır. Yapılan araştırma sonucunda, turizm eğitimi alan öğrencilerin kültürel miras farkındalıklarının genel anlamda düşük olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin etkinlikler, el sanatları ve yöresel yemekler ile ilgili farkındalık puanları düşük, Çanakkale il merkezi civarında bulunan tarihi yapılar ve alanlara yönelik farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Merkez dışında bulunan 11 tarihi yapı ve alanlara yönelik farkındalıklarının orta düzeyde olduğu belirlenmiştir.

Karaca Yılmaz vd., (2017) tarafından Cumhuriyet Üniversitesi öğrencilerinin Sivas ilinin kültürel miraslarına yönelik farkındalıklarının tespitine yönelik iki aşamalı araştırma yapılmıştır. İlk aşamada, 1128 öğrenci ile Kültürel Miras Farkındalık Ölçeği kullanılarak anket gerçekleştirilmiştir. İkinci aşamada odak grup çalışması yapılarak öğrencilerin kültürel miras farkındalığı ve bu farkındalığın artırılması için yapılması gerekenlere yönelik önerileri belirlenmeye çalışılmıştır. Öğrencilerin kültürel miras ile ilgili farkındalıklarının düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tarihi yapılar, el sanatları ve yöresel yemekler ile ilgili farkındalıklarının orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Güdü Demirbulat, Saatçi ve Avcıkurt (2015), Uludağ Üniversitesi Harmanlık Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin Bursa'nın somut kültürel varlıklarına yönelik algılarını belirlemek için araştırma yapmışlardır. 244 öğrenci üzerine anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda, memleketi Bursa olan öğrenciler ile Bursa dışında bir il olan öğrenciler arasında görüş farklılığı olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin okudukları programa göre de farklılıklar tespit edilmiştir. Öğrencilerin okudukları bölümde aldıkları derslerin turizm bilincini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Keçe (2015), sosyal bilgiler öğretmenliği bölümünde okuyan öğretmen adaylarının Ankara iline ait tarihi ve kültürel turizm değerlerine yönelik ilgi ve farkındalık düzeylerini belirlemek amacıyla araştırma yapmıştır. 336 öğrenci ile anket gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda, öğretmen adaylarının tarihi ve kültürel turizm değerlerine yönelik tutumlarının yüksek olduğu fakat yeterli düzeyde bilgi sahibi olmadıkları tespit edilmiştir.

Ablak vd., (2014), Kırşehir Ahi Evran Üniversitesinde öğrenim gören Sosyal Bilgiler ve Sınıf Öğretmenliği bölümü öğrencilerinin Kırşehir'in tarihî ve kültürel turizm değerleri hakkındaki tutumlarını karşılaştırmaya yönelik araştırma yapmışlardır. 323 öğrenci ile anket gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda, sosyal bilgiler öğretmen adaylarının ve son sınıf öğrencilerinin tutum puanlarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Aktın, Karakuş ve Sağlam (2013) tarafından Sinop Üniversitesi'nde öğrenim gören öğretmen adayı öğrencilerin Sivas ilinin kültürel miras değerlerine yönelik farkındalık seviyelerini belirlemek amacıyla araştırma yapılmıştır. Araştırmada nitel ve nicel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. 2. ve 3. sınıfta okuyan 328 öğrenci üzerine anket gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda, öğrencilerin ilgi düzeyleri ile farkındalık düzeyleri arasında bir paralellik olduğu tespit edilmiştir.

Dinç, Erdil ve Keçe (2011) tarafından, Uşak Üniversitesi'nin farklı fakültelerinde öğrenim gören üçüncü sınıf öğrencilerinin Uşak ilinin tarihi ve kültürel miraslarına olan ilgi ve farkındalık düzeylerinin belirlenmesine yönelik araştırma yapılmıştır. 560 lisans öğrencisi ile gerçekleştirilen araştırma sonucunda öğrencilerin tarihi-kültürel eserlere ilgi düzeylerinin yüksek, fakat bilgi ve farkındalıklarının düşük olduğu tespit edilmiştir.

Görüldüğü üzere öğrencilerin kültürel miras farkındalığı, bilinirliği ve deneyimleri ile ilgili farklı zamanlarda çeşitli araştırmaların yapıldığı saptanmıştır. Bu çalışmaların üniversite öğrencilerine yönelik olmasında, kültürel miras farkındalığının genelde eğitimde özellikle de turizm eğitiminde önemli yer tutması gösterilebilir. Yapılan birçok araştırmada gençlerin genel olarak kültürel miras değerlerine yönelik ilgileri yüksek fakat bilgi düzeyleri ve farkındalıkları düşüktür. Bu değerlere yönelik deneyimleri oldukça azdır.

Yapılan araştırmaların sonuçları göz önüne alınarak bu çalışmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

1. Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenciler, Balıkesir ilinin somut ve somut olmayan kültürel miras değerlerini bilmekte midir?
2. Öğrencilerin kültürel miras değerlerinin Balıkesir ili için önemi hakkında görüşleri nelerdir?
3. Öğrencilerin kültürel miras değerlerinin bilinirliğinin artırılması için yapılması gerekenler hakkındaki görüşleri nelerdir?

## **ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ**

Bu araştırma, Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde öğrenim gören öğrencilerin Balıkesir ilinin kültürel miras değerleri ile ilgili bilgisini ölçmek ve bu bilinirliği artırmak amacıyla yapılması gerekenler hakkında görüşlerini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma, öğrencilerin ilin kültürel mirası hakkında bilgi sahibi olmaları ve bu bilgiyi ilin turizminin gelişimi bakımından uygulamada kullanmaları açısından önem taşımaktadır. Kuva-yi Milliye şehri olan Balıkesir, zengin kültürel miras değerleriyle dikkat çeken bir yerleşim bölgesidir. Köklü bir tarihi geçmişi bulunan ilin somut ve somut olmayan birçok değere sahip olduğu fakat bu değerlerden çok azının turizm ile ön plana çıktığı ve daha çok bilindiği söylenebilir. Oysaki Balıkesir, kültür turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olan ildir.

Araştırma için nicel araştırma yöntemi uygun görülmüştür. Araştırmanın verileri, 2024 Şubat ve Mart aylarında toplanmıştır. Araştırmanın evrenini Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencileri oluşturmuştur. Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrenci sayısı 1271'dir. Genellenebilecek örneklem sayısına erişebilmek amacıyla 384 anket rastgele örnekleme yöntemiyle dağıtılmış, anketler yüz yüze yapılmış ve analize uygun 348 anket incelemeye tabi tutulmuştur. Belirli evrenler için kabul edilebilir örnek büyüklükleri tablosuna göre yeterli

örnekleme ulaşıldığı anlaşılmıştır (Altunışık vd., 2012: 137). Balıkesir Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'nun 23.01.2024 tarih ve 2024/01 sayılı toplantısında çalışmanın bilimsel araştırma ve yayın etiği açısından uygun olduğuna oy birliği ile karar verilmiştir.

Anket sorularının oluşturması için ilgili yazın derinlemesine taranmıştır. Anket 4 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde öğrencilerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde Balıkesir ilinin turizm amaçlı öne çıkan somut ve somut olmayan kültürel miras değerlerinin isimleri yer almaktadır. Üçüncü bölüm, kültürel miras değerlerinin önemine yönelik soruları ve dördüncü bölüm, kültürel miras değerlerinin bilinirliğine yönelik çeşitli soruları içermektedir. Balıkesir ilinin kültürel miras isimleri, Balıkesir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2024) internet sayfasında yer alan kültürel miras öğelerinden faydalanılarak oluşturulmuştur. Kültürel miras değerlerinin Balıkesir için önemi ile ilgili soruların bir kısmı Gürdoğan Bayır ve Çengelci Köse (2019) tarafından yapılan çalışmadan yararlanılarak uyarlanmıştır. Araştırmanın diğer soruları yazarlar tarafından oluşturulmuştur. Balıkesir ilinin somut ve somut olmayan kültürel miras değerlerinin bilinirliğini tespit etmek için "Hiç Bilmiyorum", "Biraz Biliyorum", "İyi Biliyorum" seçenekleri sunulmuştur. Öğrencilerin gözünden kültürel miras değerlerinin önemini belirlemek için Hiç Önemli Değil: 1 puan, Çok Önemli: 5 puan şeklinde 5'li Likert kullanılmıştır.

Araştırma sürecinde anket tekniği ile elde edilen veriler için; aritmetik ortalama, yüzde ve frekans analizi yapılmıştır. Balıkesir ilinin kültürel miras değerlerinin Balıkesir için önemi ölçeğinin güvenilirlik düzeyi için Cronbach's Alfa hesaplaması yapılmıştır. Tüm analizler için istatistik programı kullanılmıştır.

## ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde yapılan ve araştırmaya dahil olan öğrencilere ilişkin bilgiler Tablo 1'de yer almaktadır.

**Tablo 1.** Katılımcıların Bireysel Özelliklerine İlişkin Bilgiler

Cinsiyet	N	(%)
Erkek	155	44,5
Kadın	193	55,5
<b>Toplam</b>	<b>348</b>	<b>100</b>
<b>Yaş</b>		
18-19 yaş	96	27,6
20-23 yaş	229	65,8
24 yaş ve üzeri	23	6,6
<b>Toplam</b>	<b>348</b>	<b>100</b>
<b>Bölüm</b>		
Turizm İşletmeciliği	49	14,1
Turizm Rehberliği	151	43,4
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	102	29,3
Rekreasyon Yönetimi	46	13,2
<b>Toplam</b>	<b>348</b>	<b>100</b>
<b>Sınıf</b>		
1.sınıf	133	38,2
2.sınıf	31	8,9
3.sınıf	99	28,4
4.sınıf	85	24,4
<b>Toplam</b>	<b>348</b>	<b>100</b>
<b>Balıkesirli Olma Durumu</b>		
Evet	48	13,8
Hayır	300	86,2
<b>Toplam</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

Tablo 1’de yer alan öğrencilerin demografik bilgileri incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin %55,5’ini kadınlar oluşturmaktadır. %65,8’i 20-23 yaş grubundadır. %43,4 ile turizm rehberliği bölümünde okuyan öğrencilerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Öğrencilerin %86,2’si Balıkesirli değildir.

**Tablo 2. Somut Olmayan Kültürel Miras Değerlerinin Bilinirliğine İlişkin Bulgular**

Balıkesir iline ait somut olmayan kültürel miras değerleri	Hiç bilmiyorum (%)	Biraz biliyorum (%)	İyi biliyorum (%)	Standart sapma
Aşıklık Geleneği	83,0	15,8	1,1	0,414
Barana Geleneği	87,6	9,2	3,2	0,441
Yağcıbedir Halıları	52,3	35,3	12,4	0,698
Köy hayırları	57,5	25,9	16,7	0,759
Keçe Yapımı	64,7	27,6	7,8	0,633
Zili/ Sili Geleneği	65,8	27,6	6,6	0,612
Gönen İğne Oyası	74,7	20,4	4,9	0,556
Deve Oyunu	72,1	20,1	7,8	0,621
Tülü Tabak	72,7	16,7	10,6	0,670
Şayak-Aba Dokuma	89,4	8,3	2,3	0,398
Sarıbeyler Seferberlik Çöreği	78,7	13,2	8,0	0,607
Pamukçu Beldesi Erkek Oyunları	85,1	9,2	5,7	0,529

**Tablo 3. Somut Kültürel Miras Değerlerinin Bilinirliğine İlişkin Bulgular**

Balıkesir iline ait somut kültürel miras değerleri	Hiç bilmiyorum (%)	Biraz biliyorum (%)	İyi biliyorum (%)	Standart sapma
Zağnos Paşa Cami	3,7	19,0	77,3	0,519
Zağnos Paşa Hamamı	20,4	32,8	46,8	0,777
Yıldırım Cami	54,0	27,0	19,0	0,780
Alaca Mescit	52,3	27,0	20,7	0,794
Saatli Cami (Ayvalık)	56,3	22,1	21,6	0,812
Haydar Çavuş Cami (Bandırma)	75,9	18,1	6,0	0,576
Şahinler Köyü Cami (Burhaniye)	77,6	15,2	7,2	0,594
Kurşunlu Cami (Edremit)	67,8	21,3	10,9	0,681
Kasım Paşa Cami (Bigadiç)	78,4	14,7	6,9	0,585
Taksiyarhis Kilisesi (Ayvalık)	53,2	18,4	28,4	0,870
Ayışığı Manastırı (Ayvalık)	58,3	17,2	24,4	0,845
Güre Beldesi Kilise Kalıntısı (Edremit)	78,4	13,8	7,8	0,602
Yukarı Yapıcı Köyü Kirazlı Manastırı (Erdek)	80,2	12,6	7,2	0,584
H. Hüseyin Bey Köyü Kilisesi (Gönen)	82,8	13,5	3,7	0,491
Çınarlı Köyü Manastır Kalıntısı (Marmara Adası)	80,7	12,4	6,9	0,576
Ayazma Kilisesi	60,6	20,1	19,3	0,793
Kuvay-i Milliye Müzesi	18,4	24,1	57,5	0,779
Tahta Kuşlar Etnografya Müzesi (Akçay)	53,4	20,7	25,9	0,847
Sıdika Erke Etnografya Müzesi (Edremit)	78,4	12,9	8,6	0,619
Bandırma Arkeoloji Müzesi	67,5	21,6	10,9	0,682
Bigadiç Müze ve Kültür Evi	76,7	14,7	8,6	0,625
Gönen Mozaik Müzesi	79,6	13,2	7,2	0,586
Saraylar Köyü Açık Hava Müzesi (Marmara Adası)	83,3	11,8	4,9	0,517
Sevim ve Necdet Kent Kitaplığı (Ayvalık Alibey)	78,4	13,2	8,3	0,614
Balıkesir Gazeteciler Cemiyeti Basın Müzesi	79,3	12,4	8,3	0,611
Balıkesir Ulusal Fotoğraf Müzesi	66,7	22,4	10,9	0,682
Daskyleion Antik Kenti (Bandırma)	63,2	20,1	16,7	0,764
Antandros Antik Kenti (Altınoluk)	51,7	19,8	28,4	0,865
Kyzikos Antik Kenti (Kapıdağ)	54,6	22,7	22,7	0,820
Adramytteion Antik Kenti (Burhaniye-Karataş)	71,6	13,2	15,2	0,743
Prokonnessos Antik Kenti (Marmara Adası-Saraylar)	76,1	14,9	8,9	0,632
Ancyra Antik Kenti	77,9	13,5	8,6	0,621
Hadrianeia Antik Kenti	76,4	15,2	8,3	0,620
Astyra Antik Kenti	77,0	15,8	7,2	0,596
Thebe / Theb Antik Kenti	80,2	13,5	6,3	0,566
Artekaantik Kenti	83,0	14,7	2,3	0,449
Zeieia Antik Kenti	84,2	11,5	4,3	0,497
Perihharaxis Antik Kenti	83,9	12,6	3,4	0,476
Kereseion Antik Kenti	83,3	11,5	5,2	0,524
Attaneion Antik Kenti	80,7	14,1	5,2	0,537
Plakia Antik Kenti	83,6	12,4	4,0	0,493

Tablo 2’ de araştırmaya katılan öğrencilerin Balıkesir iline ait olan ve bir kısmının ulusal envanterde yer aldığı somut olmayan kültürel miras değerlerini bilmedikleri tespit edilmiştir. “Hiç bilmiyorum” seçeneğine katılımın nispeten en yüksek olduğu somut olmayan kültürel değerleri; Şayak-Aba Dokuma (%89,4), Barana Geleneği (%87,6), Pamukçu Beldesi Erkek Oyunları (%85,1) şeklindedir. Öğrencilerin %16,7’si Köy Hayırlarını, %12,4’ü Yağcıbedir Halılarını, %10,6’sı Tülü Tabak’ı “iyi bildiklerini” belirtmişlerdir.

Tablo 3’te araştırmaya katılan öğrencilerin Balıkesir iline ait olan somut kültürel miras değerlerini ne derece bildikleri gösterilmektedir. Elde edilen bulgulara göre, öğrencilerin %77,3’ü merkezde bulunan Zağnos Paşa Camisini, Kuvayı Milliye Müzesini (%57,5) ve Zağnos Paşa Hamamını (%46,8) iyi bildikleri tespit edilmiştir.

**Tablo 4.** Kültürel Miras Değerlerinin Balıkesir İçin Öneme İlişkin Bulgular

Kültürel Miras Değerlerinin Balıkesir İçin Önemi ile İlgili Önergeler	N	X̄	Standart sapma
Ekonomik yarar sağlama bakımından	348	3,88	0,913
Turizmin gelişmesi bakımından	348	4,25	0,851
İlin ulusal alanda tanınırlığının artması bakımından	348	4,19	0,903
İlin uluslararası alanda tanınırlığının artması bakımından	348	4,13	0,937
İlin kültürel kimlik kazanması bakımından	348	4,23	0,920
Kültür aktarımını sağlaması bakımından	348	4,25	0,842
İlin geçmişini yansıtması bakımından	348	4,29	0,848
Kültürümüzün öğrenilmesi bakımından	348	4,30	0,819
İlimize ait değerlerin asırlar boyu yaşatılması bakımından	348	4,19	0,909
Bilinmeyen değerlerimizin ön plana çıkarılması bakımından	348	4,24	0,859
İlin tarihi ve kültürel dokusunun korunmasını sağlaması bakımından	348	4,25	0,886
İlin öz benliğinin kaybolmasını engellemesi bakımından	348	4,21	0,910
Genel Ortalama:4,20		Güvenilirlik: 0,87	

Tablo 4’te yer alan, öğrencilerin kültürel miras değerlerinin Balıkesir için önemi ile ilgili önermelere verdiği yanıtların ortalamaları incelendiğinde, tüm önermeler için “çok önemli” seçeneğine katılımın yüksek olduğu görülmektedir. Özellikle, “Kültürümüzün öğrenilmesi bakımından” önermesinin ( $X= 4,30$ ), “İlin geçmişini yansıtması bakımından” önermesinin ( $X= 4,29$ ), “Kültür aktarımını sağlaması bakımından”, “Turizmin gelişmesi bakımından”, “İlin tarihi ve kültürel dokusunun korunmasını sağlaması bakımından” önermelerinin ( $X= 4,25$ ) ortalamalarının diğerlerine göre nispeten yüksek olduğu görülmektedir. “Ekonomik yarar sağlama bakımından” önermesinin ortalaması da oldukça yüksek ( $X= 3,88$ ) olmasına rağmen diğerler önermelere göre bu önermeye katılımın biraz daha düşük olduğu görülmektedir.

**Tablo 5.** Kültürel Miras Unsurlarının Öğrenildiği Kaynağa İlişkin Bulgular

Kaynak	N	(%)
Okulum	194	55,7
Arkadaşlarım	56	16,1
Ailem	42	12,1
Özel ilgilim	31	8,9
Diğer	25	7,2
<b>Toplam</b>	<b>348</b>	<b>100</b>



Tablo 5 incelendiğinde öğrencilerin ilin kültürel miras unsurlarını öğrendiği kaynağın öncelikle “okulum” olduğu (%55,7) görülmektedir. Öğrenciler, %7,2’lik orana sahip olan diğer seçeneğinde kültürel miras değerlerini “internet, sosyal medya, kitap ve kütüphane” den öğrendiklerini belirtmişlerdir.

**Tablo 6.** Kültürel Miras Unsurlarının Bilinirliğinde Etkili Olan Paydaşlara İlişkin Bulgular

Paydaş	N	(%)
Yerel halk	156	44,8
Üniversite	78	22,4
Yerel yöneticiler	72	20,7
STK	14	4,0
Yerel basın	14	4,0
GMKA	6	1,7
İlköğretim ve liseler	4	1,2
TKDK	1	0,3
Diğer	3	0,9
<b>Toplam</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

Tablo 6’ya göre, Balıkesir iline ait kültürel miras değerlerinin bilinirliğinin artmasında en önemli paydaş yerel halk (%44,8) olarak belirlenmiştir. Bunu %22,4 ile üniversite seçeneği takip etmektedir. Yerel yöneticiler için katılım oranı %20,7 olmuştur. Öğrenciler diğer (%0,9) seçeneğinde ise, ilin kültürel miras unsurlarının bilinirliğinin artması için en önemli paydaş olarak “sosyal medya” yazmışlardır.

**Tablo 7.** Kültürel Miras Değerlerinin Bilinirliğini Artırmak İçin Yapılması Gerekenlere İlişkin Bulgular

Önermeler	N	(%)
Bu unsurlar turizme kazandırılmalıdır.	205	58,9
Bu unsurları ön plana çıkarmaya yönelik sergi, spor, festival gibi kültürel etkinlikler düzenlenmelidir.	65	18,7
Bu unsurların daha fazla tanıtımı yapılmalıdır.	59	17,0
Bu unsurlara yönelik konferans, sempozyum gibi bilimsel etkinlikler düzenlenmelidir.	16	4,6
Diğer	3	0,9
<b>Toplam</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

Tablo 7 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin ilin kültürel miras değerlerinin bilinirliğini artırmak için “bu unsurlar turizme kazandırılmalıdır.” seçeneğine katılım oranının oldukça yüksek (%58,9) olduğu görülmektedir.

## SONUÇ ve ÖNERİLER

Her şeyi çok hızlı tükettiğimiz bu zamanda toplumların kültürel miras değerlerine sahip çıkması adeta bir zorunluluk haline gelmiştir. Kültürel miras olarak aktarılan değerlerin kaybolması, unutulması toplumların kimliğinin silinmesine neden olmaktadır. Kültürel miras, bir toplumun

yaratmış olduğu değerlerin, inançların bugüne ve gelecek nesillere aktarılması bakımından oldukça önemlidir. Günümüzün küreselleşen dünyasına kimliklerini kaybetmeden, kültürel miras unsurlarına sahip çıkarak uyum sağlayan ülkelerin çok daha ileri seviyelerde olduğu söylenebilir. Kültürel miras değerleri turizm sektörü açısından da oldukça önemlidir. Kültürel miras unsurlarına sahip çıkarak değerleriyle pazarlamasını gerçekleştiren ülkeler turizm pastasından daha fazla pay almaktadır. Turistlerin kültür turizmine artan ilgisi kültür turizmi açısından popüler ülkelerin hem daha çok turist çekmesini hem ekonomik kazanç sağlamasını bunu sağlarken de kültürel miras değerlerini korumasını mümkün hale getirmiştir.

Somut ve somut olmayan kültürel miras değerlerine sahip çıkmak sadece belirli kesimlerin üzerine düşen bir görev değildir. Toplumunu oluşturan herkesin sahip olduğu değerleri bilmesi ve sahip çıkması görevidir. Kültürel mirasın önemi ile ilgili bilinç çocukluktan itibaren oluşturulmalıdır. Kültürel miras bilinci oluşturmada ve kültürel mirasın nesilden nesile aktarılmasında eğitimin (Dönmez ve Yeşilbursa, 2014: 429) önemi büyüktür. Bu önemin anlaşılmasıyla birlikte küresel bir uygulama olarak bütün eğitim sistemlerinde yer almaya başlamıştır. Özellikle kültürel değerlerin aktarımında özellikle gençler gönüllü taşıyıcı olarak görülmektedir. Çelepi (2016: 20), Türkiye’de kültürel miras aktarımının gönüllü taşıyıcılarının giderek azalmaya başladığını ve sağlıklı bir şekilde aktarımın olmadığını belirtmektedir. Bu düşünceden yola çıkarak özellikle turizm eğitimi alan gençler hedef alınarak araştırma yapılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda, öğrencilerin öğrenim gördükleri ve zengin kültürel miras değerlerine sahip il olan Balıkesir’in somut ve somut olmayan kültürel miras değerlerinin çoğunu bilmedikleri tespit edilmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlar, Cihangir ve Köksal (2019) ve Mancı (2019) tarafından yapılan araştırmaların sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Öğrencilerin somut kültürel miras eserlerinden merkezde bulunan Zağnos Paşa Camisini, Kuvayi Milliye Müzesini ve Zağnos Paşa Hamamını “iyi bildikleri” tespit edilmiştir. Buluk (2017) tarafından yapılan araştırmada, öğrencilerin Çanakkale il merkezinde bulunan tarihi yapıları bildikleri belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar bu araştırmanın sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Öğrenciler tarafından somut olmayan kültürel miras unsurların bilinirliği de oldukça düşüktür. Somut olmayan kültürel miras değerlerinin bilinirliğine yönelik Soybalı vd., (2022) tarafından yapılan araştırma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Oysa ki Balıkesir ili, ankette de yer alan ulusal envanterdeki somut olmayan kültürel miras değerlerinin dışında kaybolmaya yüz tutmaya başlayan çok zengin somut olmayan kültürel miras değerlerine sahiptir. Birer kültür turizmi elçisi olan gençlerin daha çok eseri bilmesi gerekmektedir. Gençlere kültürel miras değerlerinin Balıkesir için önemi sorulmuş böylelikle genel kültürel mirasın önemi hakkında da görüşleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen yanıtlardan ortaya çıkan sonuç olarak gençler de kültürel miras değerlerini; kültürün öğrenilmesi, toplumun geçmişini yansıtması, kültür aktarımını sağlaması ve turizmin gelişmesi bakımından bir araç olarak görmektedir. Turizm eğitimi alan gençler bildikleri kültürel miras değerini ise “okuldan” öğrendiklerini belirtmişlerdir. Kültürel miras değerlerinin bilinirliğinin artması için en önemli paydaşın “yerel halk” görüldüğü tespit edilmiştir. Gençler, bu değerlerin turizme kazandırılması ile bilinirliğinin artacağını düşünmektedir. Ayrıca, bu unsurları ön plana çıkarmaya yönelik sergi, spor, festival gibi kültürel etkinlikler düzenlenmesi ve daha fazla tanıtım yapılması gerektiği görüşündedirler.

Gençlere kültürel miras değerlerini daha fazla anlatmak, daha fazla geziler düzenlemek ve mezun olana kadar çoğunun gerekli donanıma sahip olmalarını sağlamak gerekmektedir. Öğrencilerin okudukları şehir hakkında bilgi sahibi olabilmeleri için ders açılabilir. Verilen dersler içerisinde kültürel miras konusu ağırlıklı işlenebilir ve Balıkesir’in kültürel miras unsurları anlatılabilir. Üniversite düzeyinde Balıkesir iline ait somut ve somut olmayan kültürel miras unsurlarının tanıtımına yönelik öğrencilerin katılacağı resim, şiir, kısa film, fotoğraf gibi

yarışmalar düzenlenebilir. Bu yıl "Geçmişten Günümüze Balıkesir'in Kültürel Mirası" isimli uluslararası sempozyumun ikincisi düzenlenmiştir. Bu tür etkinliklere öğrencilerin dinleyici olarak katılımını sağlamak ve öğrencileri bu etkinlikler için görevlendirmek gerekmektedir. Üniversite bünyesinde bir kulüp kurulmalı ve özellikle üniversiteye yeni gelen öğrencilere Balıkesir'in kültürel miras değerleri hakkında bilgiler verilmeli ve Balıkesir ili tanıtılmalıdır. Balıkesir'in gelenek ve göreneklerini, kültürel miras değerini tanıtıcı kısa metraj filmler çekilerek sosyal medyada paylaşımı yapılmalıdır. Yerel halk kültürel miras değerlerinin bilinirliğinin artmasında en etkili paydaş olarak görülmüştür. Öncelikle yerel halkın somut ve somut olmayan miras değerlerini bilmesi ve sahip çıkması gerekmektedir. Özellikle öğrencilerin sıklıkla gittikleri restoranlarda Balıkesir'in kültürel miras sayılan yiyecek ve içeceklerini menülerine almaları ve hikayeleriyle tanıtılmaları gerekmektedir. Örneğin, Sarıbeyler Seferberlik Çöreği gibi Balıkesir'in önemli kültürel mirasının restoranlarda tanıtımının yapılması gerekmektedir. Bunun gibi Balıkesir'e özgü birçok değer halkın desteğiyle ön plana çıkarılmalıdır.

Bu araştırma sadece Turizm Fakültesi öğrencileri ile sınırlı gerçekleştirilmiştir. Balıkesir Üniversitesi'nin diğer bölümlerinde okuyan öğrenciler araştırmaya dahil edilip daha kapsamlı bilgilere ulaşılabilir ve bölümler arası karşılaştırmalar yapılabilir.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Destek Bilgisi:** Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

**Etik Kurul Onayı:** Balıkesir Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Komisyonu 23.02.2024 tarih ve 2024/01 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

## KAYNAKÇA

Ablak, S., Dikmenli, Y. ve Çetin, T. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Kırşehir'in Tarihi ve Kültürel Turizm Değerlerine Yönelik Farkındalıkları, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2):171-186.

Aktın, K., Karakuş, H. ve Sağlam, H. (2013). Sinop Üniversitesi Öğretmen Adaylarının Sinop İline Ait Tarihi ve Kültürel Eserler Hakkındaki İlgisi ve Farkındalık Düzeyleri, *The Journal of Academic Social Science Studies*, 6(7): 37-59.

Akpirinç, E. ve Mancı, A. R. (2019). Yerel Halkın Kültürel Miras Farkındalığı ve Deneyimi: şanlıurfa Örneği, *Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2): 245-260.

Altunışık, R., Coskun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2021). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. (7.Basım), Adapazarı: Sakarya Yayıncılık.

Ar, H. (2015). *Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunmasında Turist Rehberlerinin Rolü*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.

Bahtiyar Karadeniz, C., Sarı, S. ve Kabacık, M. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Ordu İlinin Doğal ve Kültürel Turistik Çekiciliklerine İlişkin Farkındalık ve Deneyimleri, *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(19): 667-684.

Bal, F. (2021). *Yerel Halkın Kültürel Mirasa Yönelik Farkındalık Düzeyi: Diyarbakır İli Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Batman Üniversitesi, Batman.

Belber, B. G. ve Sözbilen, G. (2019). Turizm Öğrencilerinin Boş Zaman Etkinlikleri İçerisinde Somut Olmayan Kültürel Miras (Soküm) Unsurlarının Yeri. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(2):897-916.

Bujdosó, Z., Dávid, L., Tozsér, A., Kovács, G., Major-Kathi, V., Uakhitova, G., Katona, P. and Vasvári, M. (2015). Basis of Heritagization and Cultural Tourism Development, *Procedia Soc. Behav. Sci*, 188: 307–315.

Buluk, B. (2017). Turizm Lisans Öğrencilerinin Kültürel Miras Farkındalıkları: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Örneği, *Uluslararası Turizm ve Kültürel Miras Kongresi*. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.5-8 Ekim 2017.Muğla. s.148.

Can, M. (2009). *Kültürel Miras ve Müzecilik Çalışma Raporu*. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (Online) <https://teftis.ktb.gov.tr/Eklenti/1279,muserrefcanpdf.pdf?0> (Erişim Tarihi: 24.02.2023).

Cernicova-Buca, M., Pevnaya, M.V., Fedorova, M. and Bystrova, T. (2022). Students' Awareness of the Local Cultural and Historical Heritage in Post-Communist Regional Centers: Yekaterinburg, *Gyumri, Timisoara. Land*, 11(9):1443-1460.

Cihangir, M. ve Köksal, S. (2019). Gençliğin Kültürel Miras Algısı: Osmaniye Yöresi İçin Ankete Dayalı Bir Değerlendirme, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(4): 266-277.

Çakmak, T. (2023). *Ortaokul Bilem Öğrencilerinin Somut Olmayan Kültürel Mirasa Yönelik Tutum ve Farkındalıklarının İncelenmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Uludağ Üniversitesi: Bursa.

Çelepi, M. S. (2016). Somut Olmayan Kültürel Miras ve Üniversite Gençliği, *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(3):15-35.

Demir, Y. (2023). Kültürel Miras Farkındalık Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1):44-56.

Dinç, E. ve Keçe M. E. M. (2011). Uşak Üniversitesi Öğrencilerinin Tarihi ve Kültürel Eserler Hakkındaki İlgi ve Farkındalıklarının İncelenmesi, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2): 267-285.

Doğaner, S. (2003). Miras Turizminin Coğrafi Kaynakları ve Korunması, *Coğrafi Çevre Koruma Turizm Sempozyumu*, Ege Üniversitesi 16-18 Nisan 2003. İzmir. ss.1-8.

Dönmez, C. ve Yeşilbursa, C. C. (2014). Kültürel Miras Eğitiminin Öğrencilerin Somut Kültürel Mirasa Yönelik Tutumlarına Etkisi. *İlköğretim Online*, 13 (2): 425-442.

Emekli, G. (2012). Kültür Mirasının Turizm Aracılığı ile Değerlendirilmesi: Kültürel Turizm ve İzmir. Buca İlçesinin Ekoturizm ve Kültür Turizmi Sektör Analizi Projesi, Kültür Turizmi Çalıştay,8 Şubat 2012, İzmir Kalkınma Ajansı-Buca Belediyesi, Buca.

Güdü Demirbulat, Ö., Saatçi, G. ve Avcıkurt, C. (2015). Bursa'nın Somut Kültürel Varlıklarına Yönelik Öğrencilerin Algıları: Harmancık MYO Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, (12): 62-86.

Güneş, E. ve Alagöz, G. (2018). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kültürel Miras Tutumları Üzerine Bir Araştırma, *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(29): 753-777.

Gürdoğan Bayır, Ö. ve Çengelci Köse, T. (2019). Kültürel Miras ve Korunmasına İlişkin Ortaokul Öğrencilerinin Görüşleri, *Kastamonu Education Journal*, 27(4): 1827-1840.

- Gök, T. (2020). Üniversite Öğrencilerinin Kültürel Miras Farkındalığını Değerlendirmede Önem-Performans Analizinin (ÖPA) Kullanımı, *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2):326-327.
- Harman Aslan, E. ve Diker, M. (2023). Gençlerin Somut Kültürel Miras Farkındalığı: Erasmus + Projesi Deneyiminden Perspektifler, *Artium*, 11(1):13-32.
- Kültürel Mirasın Korunması (2014). İSMEP Rehber Kitaplar, [Online]  
[https://www.ipkb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/10/ISMEP6\\_KC3BCltC3BCrelMirasC4B1nKorunmasC4B1.pdf](https://www.ipkb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/10/ISMEP6_KC3BCltC3BCrelMirasC4B1nKorunmasC4B1.pdf) [Erişim Tarihi: 14.10.2023].
- Karaca Yılmaz, Ş., Şahbudak, E., Akkuş, G. ve Işkın, M. (2017). Kültürel Miras Farkındalığı: Cumhuriyet Üniversitesi Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama Çalışması, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 9(16): 80-101.
- Keçe, M. (2015). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Ankara'nın Tarihi ve Kültürel Turizm Değerlerine Yönelik İlgi ve Farkındalıkları, *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 16 (1):131-149.
- Kocakaya, E. ve Dönmez, Y. (2022). Z Kuşağının Kültürel Miras Algısı: Safranbolu Örneği, *Anasay Dergisi*, 6(21):119-140.
- Köroğlu, Ö., Ulusoy Yıldırım, H. ve Avcıkurt, C. (2018). Kültürel Miras Kavramına İlişkin Algıların Metafor Analizi Yoluyla İncelenmesi, *Turizm Akademik Dergisi*, 5(1): 98-113.
- Mancı, A.R. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Kültürel Miras Farkındalığı ve Deneyimleri: Harran Üniversitesi Örneği- Şanlıurfa, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4):1164-1177.
- Meydan Uygur, S. ve Baykan, E. (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri. *Journal of Commerce*, (2): 30-49.
- Mokrane, H. ve Halaç, H. H. (2022). Anadolu Üniversitesi Uluslararası Öğrencilerinin Eskişehir'in Kültürel Miraslarına Ait Farkındalık Düzeyleri, *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 8 (1):112-125.
- Negiz, N. (2017). Kentlerin Tarihsel Sürdürülebilirliğinde Kültürel Miras: Önemi ve Değeri Üzerine Düşünmek, *Akademia Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1):159-172.
- Oğuz, E.S. (2011). Toplum Bilimlerinde Kültür Kavramı, *Hacettepe Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 28(2): 125-126.
- Öksüz Kuşçuoğlu, G. ve Taş, M. (2017). Sürdürülebilir Kültürel Miras Yönetimi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Yalvaç Akademi Dergisi*,2(1): 58-67.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002), Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2): 1-14.
- Prott, L., and O'Keefe, P. (1992). Cultural Heritage' or 'Cultural Property'? , *International Journal of Cultural Property*, 1(2): 307-320.
- Sağ, Ç. ve Ünal, F. (2019). Öğrencilerin Somut Olmayan Kültürel Mirasa İlişkin Farkındalıklarının Belirlenmesi, *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19(4):1550-1560.
- Soybalı, H. H., Çoban, E. ve Türkoğlu, T. (2022). Turizm Rehberliği Bölümü Öğrencilerinin Somut Olmayan Kültürel Miras Değerlerine Yönelik Bilgi, Deneyim ve Tutumlarının Belirlenmesi, *Turist Rehberliği Dergisi*, 5(2): 161-181.

Srivastava, S. (2015). A Study of Awareness of Cultural Heritage among the Teachers at University Level, *Universal Journal of Educational Research*, 3(5): 336-344.

Türk Dil Kurumu Sözlüğü (2024), <https://sozluk.gov.tr/>, (Erişim Tarihi: 11.02.2024.).

Türker, A. ve Çelik, İ. (2021). Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarının Turistik Ürün Olarak Geliştirilmesine Yönelik Alternatif Öneriler, *Yeni Fikir Dergisi*, 4(9): 86-98.

Uçar, M. (2014). İlköğretim Düzeyinde Kültür Varlığı ve koruma Konularındaki Eğitiminin Etkinliği ve Sivil Toplum Örgütlerinin Eğitime Katkısının Değerlendirilmesi, *Megaron*, 9(2): 85-97.

UNESCO (2003). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi, [Online]

<https://ich.unesco.org/doc/src/00009-TR-PDF.pdf> [Erişim Tarihi: 12.11.2023]

Uysal, K. (2018). *Kültürel Mirasın Turizm Amaçlı Kullanılmasında Yerel Halkın Algı ve Tutumlarının Belirlenmesi İznik Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.

Yaşarsoy, E., Koç, D. ve Ulema, Ş. (2021) Kültürel Miras Farkındalığı: Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Kastamonu Üniversitesi Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2): 1301-1302.



# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2024, 8(2): 150-168.

DOI: [10.26677/TR1010.2024.1410](https://doi.org/10.26677/TR1010.2024.1410)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



## ARAŞTIRMA MAKALESİ

### **Turizm Endekslerindeki İşletmelerin Piyasa Performansları, Finansal Performansları ve ESG Performansları Arasındaki Entegre Dinamiklerin Keşfi**

Dr. Öğr. Üyesi Fatma ALDIRMAZ AKKAYA, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Kemaliye Hacı Ali Akın Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Erzincan, e-posta: [faldirmaz@erzincan.edu.tr](mailto:faldirmaz@erzincan.edu.tr)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2726-4746>

#### **Öz**

ESG (Çevresel, Sosyal ve Kurumsal Yönetim) ilkeleri entegrasyonu, odağında doğa ve insan faktörlerinin yer aldığı turizm sektöründe, sürdürülebilir ve kapsayıcı bir gelişime katkıda bulunur. Diğer taraftan finansal performans ile piyasa performansı gelişimi de turizm işletmelerinin ekonomik sürdürülebilirliği açısından kritiktir. Bu nedenle bu çalışmada, turizm endekslerinde yer alan işletmelerin finansal performansları, piyasa performansları ve ESG performansları arasındaki etkileşim dinamiklerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bunun için XTRZM ve DJUSTT endekslerinde yer alan işletmelerin Altman Z'' skoruyla tespit edilen finansal performansları, PD/DD ve FD/FAVÖK oranlarıyla hesaplanan piyasa performansları ve Datastream veri tabanından alınan ve LSEG metodolojisi kullanılarak hesaplanan ESG performansları arasındaki etkileşim dinamikleri Korelasyon ve Basit Doğrusal Regresyon yöntemleriyle analiz edilmiştir. Analizler sonucunda ESG ilkeleri için yapılan her çalışmanın, uzun vadede işletmelerin hem finansal performansını hem de piyasa performansını olumlu etkileyeceği ve bu etkileşimlerin karşılıklı olarak birbirlerine yansıtacağı tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** ESG, Finansal Performans, Piyasa Performansı, Turizm Endeksi, Turizm Sektörü.

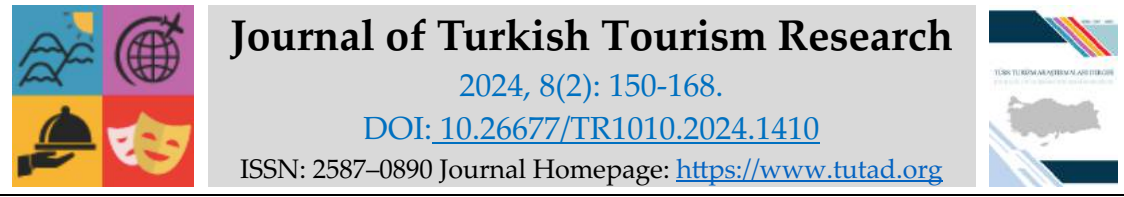
**Makale Gönderme Tarihi:** 24.03.2023

**Makale Kabul Tarihi:** 06.06.2024

#### **Önerilen Atıf:**

Aldırmaz Akkaya, F. (2024). Turizm Endekslerindeki İşletmelerin Piyasa Performansları, Finansal Performansları ve ESG Performansları Arasındaki Entegre Dinamiklerin Keşfi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(2): 150-168.

© 2024 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

**Exploring Integrated Dynamics Between Market Performances, Financial Performances and ESG Performances of Businesses in Tourism Indices**

Assistant Prof. Dr. Fatma ALDIRMAZ AKKAYA, Erzincan Binali Yıldırım University, Kemaliye Hacı Ali Akın School of Applied Sciences, Erzincan, e-mail: [faldirmaz@erzincan.edu.tr](mailto:faldirmaz@erzincan.edu.tr)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2726-4746>

**Abstract**

The integration of ESG (Environmental, Social and Corporate Governance) principles contributes to a sustainable and inclusive development in the tourism sector, which focuses on nature and human factors. Nevertheless, the development of financial and market performance is also critical for the economic sustainability of tourism businesses. Therefore, this study aimed to determine the interaction dynamics between the financial, market and ESG performances of the companies included in the tourism indices. For this, the financial performances determined by Altman Z'' score, market performances calculated with M/B and EV/EBITDA ratios and ESG performances obtained from the Datastream and calculated using the LSEG methodology of the companies included in the XTRZM and DJUSTT indices were analyzed by Correlation and Simple Linear Regression methods. As a result of the analysis, it has been determined that every work carried out for ESG principles will positively affect both the financial and market performances of businesses in the long term, and these interactions will mutually reflect on each other.

**Keywords:** ESG, Financial Performance, Market Performance, Tourism Index, Tourism Sector.

**Received:** 24.03.2023

**Accepted:** 06.06.2024

**Suggested Citation:**

Aldırmaz Akkaya, F. (2024). Exploring Integrated Dynamics Between Market Performances, Financial Performances and ESG Performances of Businesses in Tourism Indices, *Journal of Turkish Tourism Research*, 8(2): 150-168.

© 2024 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



## GİRİŞ

Doğal kaynakları sınırsız kabul ederek, doğaya verilen zararı dikkate almadan, sürekli ve her şeye rağmen büyümeyi öncelikleyen kapitalist sistem, sonunda ekolojik dengeyi bozarak atmosferin ısınmasına ve dolayısıyla önlenemez doğal felaketlere yol açmıştır. Nobel ödüllü fizikçi-kimyager İlya Prigogine doğal dengenin yok oluşunu “eğer bir kimyasal, biyolojik veya sosyal sistem, genel denge durumundan fazlaca saparsa ve bu sıklıkla tekrarlanırsa, artık bir daha sistem yapamaz” sözleriyle ifade etmiştir (Başkaya, 2017).

Conmy (2023) tarafından kısaca, “kapitalizmin kendi kendini düzeltebileceği fikridir.” olarak tanımlanan ESG (Environmental, Social and Governance - Çevresel, Sosyal ve Kurumsal Yönetim)’nin kökeni, 18. yüzyılda köle ticaretini, kaçakçılığı, gösteriş amaçlı tüketimi ve kumarı teşvik eden işletmelere yapılan yatırımlara karşı toplumsal dirençlere dayanmaktadır. Daha çok “S” ve “G” kategorilerinde yoğunlaşan ve “Etki Yatırımı” adını alan bu eğilim, Sanayi Devrimi sonrasında işçilerin sömürülmesi, savaşlar ve apartheid gibi baskıcı rejimlerin finansmanının durdurulması ve 1960’larda Vietnam Savaşı sırasında Amerikalı protestocuların, üniversite bağlı fonlarının savunma sanayiine yatırımını önleme çabalarıyla yaygınlaşmıştır (Byrne, 2022; Junesand, 2021). Diğer taraftan “E” kategorisi ise, 1979 yılında meydana gelen Three Mile Island nükleer felaketi sonrasında halkın çevre ve iklim değişikliği konusundaki endişelerinin artmasıyla önem kazanmıştır. Bu bağlamda 1984 yılında ABD’de Sürdürülebilir Yatırım Forumu (US SIF) düzenlenmiştir (Junesand, 2021).

Sürdürülebilirliği, etik uygulamaları ve sorumlu kurumsal davranışları teşvik ederek dünya üzerinde olumlu bir etki yaratmayı ve aynı zamanda olumlu finansal kazançlar elde etmeyi amaçlayan ESG (Conmy, 2023), modern anlamda ilk kez 2004 yılında BM Küresel İlkeler Sözleşmesi (UN Global Compact) kapsamında, UNEP FI tarafından hazırlanan “Who cares wins?” isimli raporda kavramsal niteliğe bürünmüştür. Raporda tüm finansal kurum aktörleri ESG konularını önceliklendirmeye, ESG ilkeleri ve politikalarını uygulamaya ve ESG konuları hakkında daha tutarlı ve standartlaştırılmış bir formatta bilgi ve rapor sunmaya, ESG kriterlerini finansal analizlerine entegre etmeye davet ve teşvik edilmiştir (Byrne, 2023; United Nations Environment Programme Finance Initiative [UNEP FI], 2004: i). 2008/2009 mali krizine ve kurumsal paydaşlarda ortaya çıkan güven problemine karşı Avrupa Komisyonu, başarılı bir paydaş yönetim stratejisinin ESG performansına bağlı olduğunu ve bunun gelecekte daha iyi bir finansal performansa dönüşeceği düşüncesiyle çeşitli reform faaliyetleri başlatmıştır (Velte, 2017: 169). Yirminci yüzyılda “sorumlu yatırım” ve “kurumsal sosyal sorumluluk” gibi kavramlar ağırlıklı olarak finansal aktörler ve küçük bir alanda uzmanlaşmış kurumlar tarafından kullanılırken, 2008 krizinden sonra ana akım finansal piyasa söyleminin bir parçası haline gelmiş, sosyal ve çevresel sorumluluğun teşviki artık finansal piyasa faaliyetlerinin ayrılmaz bir parçası olmuş, “sorumlu davranmak” yatırımcılar, üreticiler ve tüketiciler tarafından dile getirilen önemli bir iddiaya dönüşmüştür (Leins, 2020: 71; Velte, 2017: 169).

Diğer taraftan çevre ve insan faktörleri en fazla turizm sektörünün odağındadır. Turizmin sürdürülebilirliği ancak ve ancak bu kaynakların varlığıyla mümkündür. Bu nedenle Dünya Turizm Örgütü (WTO – World Tourism Organisation) ve Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP – United Nations Environment Programme) 2005 yılında sürdürülebilir turizmin gelişimi için turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerine dair 12 temel hedefin yer aldığı bir rehber yayınlamışlardır (UNEP ve WTO, 2005:18-19). Bu hedefler, ESG ilkelerinin standartlaştırılmış raporlama ve puanlama sistemleriyle hem reel sektörde hem de finansal piyasalarda daha somut, daha şeffaf bir uygulamaya dönüşmüştür.

Finansal performans, piyasa performansı ve ESG performanslarının etkileşimleri, turizm sektörü de dahil olmak üzere çeşitli sektörlerle yönelik olarak, birçok akademik araştırmanın konusu

olmuştur. Ancak bu üç faktör arasındaki genel dinamiklerin ve temel bağlantıların tespitine yönelik karşılaştırmalı bir çalışmaya literatürde ulaşamamıştır. Bu nedenle bu çalışmada, turizm endekslerinde yer alan işletmelerin finansal performansları, piyasa performansları ve ESG performansları arasındaki etkileşim dinamiklerinin tespit edilmesi ve bu bağlamda ulusal ve uluslararası turizm endekslerinin karşılaştırılması amaçlanmış ve temel araştırma problemi ile alt araştırma problemleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir;

T: Turizm endekslerinde yer alan işletmelerin finansal performansları, piyasa performansları ve ESG performansları arasındaki etkileşim dinamikleri nelerdir?

TALT-1: Finansal performans ile piyasa performansları arasındaki etkileşim dinamikleri nelerdir?

TALT-2: Finansal performans ile ESG performansları arasındaki etkileşim dinamikleri nelerdir?

TALT-3: Piyasa performansı ile ESG performansları arasındaki etkileşim dinamikleri nelerdir?

TALT-4: ESG performanslarının kendi içindeki etkileşim dinamikleri nelerdir?

Bunun için öncelikle BIST Turizm ve Dow Jones Travel & Tourism endekslerinde yer alan işletmelerin finansal performansları Altman Z" skoru aracılığıyla tespit edilecek, ardından tespit edilen piyasa performansları ile finansal performanslar ve ESG performansları arasındaki etkileşim dinamikleri analiz edilecek, son olarak da ulaşılan bulgular karşılaştırılarak genel dinamikler ve temel bağlantıların tespitine yönelik incelemeler gerçekleştirilecektir.

Çalışmanın bundan sonraki bölümlerinde öncelikle konu ile ilişkili literatür araştırmalarına ve daha sonra araştırmanın yöntemi, bulguları, sonuç ve önerilerine yer verilecektir.

## **LİTERATÜR İNCELEMESİ**

Çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim (ESG) kriterleri ile finansal performans arasındaki ilişki arayışının 1970'lerin başına kadar uzandığını belirten Friede, Busch ve Bassen (2015: 210), o zamandan beri yapılan 2200 bireysel akademik çalışmanın bulgularını inceledikleri çalışmalarında, araştırmaların %90'ında ESG performansları ile finansal performans arasındaki ilişkinin pozitif yönlü ve olumlu olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ancak birçok çalışmada bu durumun ülkeden ülkeye, sektörden sektöre hatta işletmeden işletmeye değişkenlik gösterdiği görülmektedir.

Scholtens (2008: 46)'ın konu ile ilgili farklı araştırmalardan derlediği sonuçlara göre, finansal ve sosyal performans arasındaki etkileşim konusundaki farklı görüşler ve sonuçlar şaşırtıcı değildir. Bu görüş ve sonuçlardan birincisi, liberal görüştür yani sosyal sorumluluğun maliyet içermesi ve dolayısıyla işletmelerin rekabetçi konumunu zayıflatabileceği düşüncesidir. İkincisi ise, işletmelerin meşruiyet arayışı içinde ve paydaşların baskısı altında kaldıklarında sosyal sorumluluğu finansal performansın önüne koyabilmeleridir. Bu durum zayıf mali performansa yol açabilir ancak piyasa dengesi, kurumsal sosyal sorumluluk davranışının maliyetlerini ortadan kaldıracaktır. Paydaşların çıkarlarının tatmin edilmesi, işletmenin finansal ve ekonomik performansının iyileşmesiyle sonuçlanır.

Farklı ülkelerin menkul kıymetler borsalarında yer alan işletmelerin finansal performansları, piyasa performansları ve ESG performansları arasındaki etkileşimlerin değerlendirildiği birkaç çalışmadan örnek gösterilecek olursa;

- Arina Felita (2021:1), Endonezya Menkul Kıymetler Borsasındaki finans şirketlerinin sürdürülebilirlik raporlamalarının şirket performanslarını olumlu etkilediği sonucuna ulaşmıştır.
- Yine Endonezya'da sürdürülebilirlik raporu yayınlayan ve Kurumsal Yönetim Algı Endeksine katılan finans şirketlerinin verilerini kullanarak sürdürülebilirlik raporu ile finansal performans ve kurumsal yönetim kalitesi etkileşimini inceleyen Clarissa ve Rasmini (2018: 139), sosyal ve çevresel performansın açıklanmasının finansal performans üzerinde anlamlı etkisinin olduğu, ancak ekonomik performansın açıklanmasının olumsuz anlamlı etkiye sahip olduğu, iyi kurumsal yönetim kalitesinin ise ekonomik ve çevresel performansın finansal performans üzerindeki etkisini zayıflattığı ancak sosyal performansın açıklanmasının finansal performans üzerindeki etkisini zayıflatmadığı sonucuna ulaşmışlardır.
- Diğer taraftan Aggarwal (2013: 61, 66) Hindistan borsasında yer alan ve GRI açıklamaları bulunan işletmelerin genel sürdürülebilirlik derecelendirmeleri ile finansal performansları arasında anlamlı bir ilişki bulamamış ama sürdürülebilirliğin dört bileşeninin (toplum, çalışanlar, çevre ve kurumsal yönetim) finansal performans üzerinde anlamlı ancak değişken etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır.
- Velte (2017: 169), Almanya'da bulunan işletmeler için, ESG performansının ve ayrı ayrı üç bileşeninin (çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim) finansal performans üzerindeki etkilerini değerlendirdiği çalışmada, ESG performansının ROA üzerinde olumlu bir etkisi olduğu ancak Tobin's Q değerleri üzerinde hiçbir etkisinin olmadığı ve ayrıca ESG'nin üç bileşeninden Kurumsal Yönetim bileşeninin finansal performans üzerinde diğerlerinden daha güçlü etkiye sahip olduğu bulgularına ulaşmıştır.
- Türkiye'de BİST Sürdürülebilirlik Endeksine dahil olmanın işletmeler açısından fark yaratıp yaratmadığını inceleyen Vardari, Gashi ve Gashi Ahmeti (2020: 375), endekse dahil olmanın hisse senedi getirileri üzerinde etkili olduğuna dair güçlü bir kanıt elde edememişlerdir.

Sektörler üzerine yapılan çalışmalarda ise dünya genelinin kıyaslandığı iki çalışma örnek gösterilebilir;

- Bunlardan ilki Şeker ve Güngör (2022: ÖS 160-ÖS 163)'ün elektrik, su, gaz ve atık sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin ESG performanslarının finansal performanslarına etkisini tespit etmeyi amaçladıkları çalışmadır. Dünya genelinde ASSET4'de yer alan 325 işletmenin verilerinin kullanıldığı çalışmada, işletmelerin ESG performanslarının finansal performansları üzerinde etkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.
- İkincisi ise bu çalışmanın da konusunu oluşturan turizm sektörü için yapılmıştır. Turizm sektörünün büyüklüğü, paydaş sayısı, ekonomik etkisi ve yadsınamaz çevresel etkisi sebepleriyle turizm sektörüne odaklanan Atay vd. (2023: 1905-1906), çalışmalarında ESG skorlarının turizm işletmelerinin finansal performansı, özellikle de aktif kârlılığı, öz sermaye kârlılığı ve yatırım sermayesi getirisi üzerindeki etkisini ölçmeyi amaçlamışlardır. Bunun için Amerika Birleşik Devletleri, Çin, Fransa, İtalya, Türkiye ve Meksika'dan toplam 61 otel ve eğlence işletmesinin 2005-2021 yıllarını kapsayan muhasebe temelli verileri ile ESG verilerinden faydalanarak panel regresyon analizi gerçekleştirmişlerdir. Analizler sonrasında turizm işletmelerinde ESG skorlarının aktif kârlılığı ve yatırım sermayesi getirisi üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu ancak öz sermaye kârlılığında etki sonuçlarının ülkeden ülkeye değiştiği bulgularına ulaşmışlardır.

Literatür genel olarak incelendiğinde, ESG performansının ya da bileşenlerinin bağımsız bir değişken olarak finansal performans ya da firma değerinin belirleyicisi olup olmadığı üzerine odaklanıldığı, genel ESG skorunun ya da sadece birkaç bileşenin dikkate alındığı, analizlerde genel olarak çoklu doğrusal regresyon modelinin tercih edildiği ve etkileşimlere bir bütün olarak bakıldığı görülmüştür.

Bu çalışma ile mevcut literatüre iki farklı şekilde katkıda bulunulması amaçlanmaktadır. İlk olarak genel ESG skoru ve tüm bileşenleri analizlere dahil edilecek ve ESG skorları hem bağımsız değişken olarak hem de bağımlı değişken olarak analiz edilecektir. İkinci olarak finansal performans, piyasa performansı ve ESG performanslarının her biri (genel ve alt bileşen puanlamasında yer almayan) arasındaki etkileşim ayrı ayrı incelenecektir.

## YÖNTEM

Çalışmada BIST Turizm (XTRZM)<sup>1</sup> Endeksinde listelenen turizm işletmeleri ile Dow Jones Travel & Tourism (DJSTT) Endeksinde listelenen turizm işletmeleri seçilmiştir (bkz. Tablo 1). Çalışmada kullanılan verilerin bazılarını işletmelerin doğrudan kendi internet sitelerinde yayınlanan finansal raporlarından, bazılarını Kamuoyu Aydınlatma Platformu (KAP)'nın internet sitesinden, bazılarını Investing.com isimli yatırım platformundan ve bazılarını ise Eikon Datastream veri tabanında yer alan Refinitiv-LSEG'den ulaşılmıştır. Bu nedenle çalışma etik kurul onayı gerektirmemiştir.

Scholtens (2008: 52), nedenselliğin yönünün ağırlıklı olarak finansal performanstan sosyal performansa doğru gittiğini tespit etmiştir yani ESG performansının finansal performans ya da piyasa performansı üzerindeki etkisi bir anda ortaya çıkmamaktadır. Bu bağlamda kullanılan regresyon modelinin tahmininde en az bir yıllık zaman gecikmelerini dahil etmek önemlidir (Velte, 2017: 170). Bu nedenle çalışmada kullanılan muhasebe temelli veriler ile piyasa verileri için zaman boyutu olarak 2019-2023 yılları 3. çeyrek verileri<sup>2</sup> kullanılırken, ESG verileri için 2018-2022 yılları için açıklanan veriler kullanılmıştır.

**Tablo 1.** Turizm Endekslerinde Listelenen İşletmeler ve Hisse Kodları

BIST TURİZM (XTRZM)		DOW JONES TRAVEL AND TOURISM (DJSTT)	
Hisse Kodu	Şirket Adı	Hisse Kodu	Şirket Adı
AVTUR	Avrasya Petrol ve Turistik Tesisler Yatırımlar A.Ş.	CAR	Avis Budget Group Inc
DOCO	DO & CO Aktiengesellschaft	BKNG	Booking Holdings Inc
ETILR	Etiler Gıda ve Ticari Yatırımlar Sanayi ve Ticaret A.Ş.	EXPE	Expedia Inc
MAALT	Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler A.Ş.	TRIP	Tripadvisor Inc
MARTI	Martı Otel İşletmeleri A.Ş.		
MERIT	Merit Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş.		
PKENT	Petrokent Turizm A.Ş.		
TEKTU	TEK-ART İnşaat Ticaret Turizm Sanayi ve Yatırımlar A.Ş.		
ULAS	Ulaşlar Turizm Enerji Tarım Gıda ve İnşaat Yatırımları A.Ş.		

<sup>1</sup> Yeterli verilere ulaşılmadığından BYDNR, BIGCH, TABGD analizden çıkarılmıştır.

<sup>2</sup> MARTI ve DOCO bir muhasebe dönemini 1 Nisan-31 Mart olarak esas aldığı için 31 Mart tarihli verileri kullanılmıştır.

Araştırmaya konu olan işletmelerin finansal performans puanlarının belirlenmesinde, Altman'ın 1983 yılında imalatçı olmayan ve özel işletmeler için geliştirdiği Z'' Skoru modeli kullanılmıştır. Z'' Skoru modeli hem özel hem de halka açık işletmelere yönelik olması ve en geniş kapsamlı model olması nedenleriyle tercih edilmiştir (Altman vd., 2017: 134; Altman, 2005: 313). Z'' Skoru modelinin formülü, formülde kullanılan değişkenler ve puantaj sınırları aşağıdaki gibidir (Altman, 2005: 313, 314);

$$Z'' = 6,56 (X1) + 3,26 (X2) + 6,72 (X3) + 1,05 (X4) + 3,25$$

X1 = İşletme Sermayesi/Toplam Varlıklar

X2 = Dağıtılmamış Kârlar/Toplam Varlıklar

X3 = Faiz ve Vergi Öncesi Kar / Toplam Varlıklar

X4 = Öz Kaynak Defter Değeri / Toplam Yabancı Kaynaklar

Z'' Skoru < 4,15 ⇒ Stresli (kırmızı) Alan

4,15 < Z'' Skoru < 5,85 ⇒ Gri (belirsiz) Alan

5,85 < Z'' Skoru ⇒ Güvenli Alan

Çalışmada, söz konusu işletmelerin piyasa performanslarının ölçümünde, uluslararası literatürde PB (Price-to-Book Ratio) olarak bilinen, Piyasa Değeri/Defter Değeri (PD/DD) oranı ve uluslararası literatürde EV/EBITDA olarak bilinen FD/FAVÖK oranı kullanılmıştır.

Çalışmada kullanılan ESG verileri, DJ Travel & Tourism endeksinde yer alan işletmeler ve DO & CO Aktiengesellschaft için Eikon Datastream veri tabanından alınırken, BIST Turizm endeksinde yer alan işletmeler için KAP'da işletmeler tarafından yayınlanan Kurumsal Yönetim İlkeleri Uyum Raporları ve Sürdürülebilirlik Raporları esas alınmış ve LSEG metodolojisi çerçevesinde hesaplama yapılmıştır. LSEG metodolojisinde yer alan ESG bileşenleri ve ağırlıkları aşağıdaki gibidir (LSEG, 2023: 16, 17);

**Tablo 2.** ESG Bileşenleri ve Ağırlıkları

<b>ESG Puanı</b>	(Çevresel İlkeler x 0,43) + (Sosyal İlkeler x 0,32) + (Kurumsal Yönetim İlkeleri x 0,25)
<b>Çevresel İlkeler Puanı</b>	(Emisyon x 0,35) + (Kaynak Kullanımı x 0,35) + (Çevresel İnovasyon x 0,29)
<b>Sosyal İlkeler Puanı</b>	(Toplum x 0,28) + (İnsan Hakları x 0,17) + (Ürün Sorumluluğu x 0,13) + (İşgören x 0,43)
<b>Kurumsal Yönetim İlkeleri Puanı</b>	(Hissedarlar x 0,20) + (Kurumsal Sosyal Sorumluluk x 0,13) + (Yönetim x 0,67)

Çevresel İlkeler (Çİ) ve Sosyal İlkeler (Sİ) bileşenlerinin alt bileşen puanları sürdürülebilirlik raporlarında yer alan ilgili başlıklara verilen "evet" cevaplarının toplamının, toplam ilgili başlık sayısına bölünmesiyle bulunmuştur. Sürdürülebilirlik Raporlarında yer alan alt bileşen başlıklarının sayısı aşağıdaki gibidir;

- Emisyon puanının hesaplanması için uygun olan 17 başlık,
- Kaynak Kullanımı (KK) puanının hesaplanmasında uygun olan 5 başlık,
- Toplum puanının hesaplanmasında uygun olan 4 başlık,
- İnsan Hakları puanının hesaplanmasında uygun olan 4 başlık,
- Ürün Sorumluluğu puanının hesaplanmasında uygun olan 2 başlık,
- İşgören puanının hesaplanmasında uygun olan 5 başlık kullanılmıştır.
- Çevresel İnovasyon puanının hesaplanması için uygun bir başlık tespit edilememiştir.

Kurumsal Yönetim İlkeleri (KYİ) bileşeninin alt bileşen puanları Kurumsal Yönetim İlkeleri Uyum Raporlarında yer alan ilgili başlıklara verilen "evet" cevaplarının toplamının, toplam ilgili başlık sayısına bölünmesiyle bulunmuştur. Kurumsal Yönetim İlkeleri Uyum Raporlarında yer alan alt bileşen başlıklarının sayısı aşağıdaki gibidir;

- Hissedarlar puanının hesaplanması için uygun olan 22 başlık,
- Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) puanının hesaplanması için uygun olan 21 başlık,
- Yönetim puanının hesaplanması için uygun olan 25 başlık kullanılmıştır.

Çalışmada verilerin analizi için IBM-SPSS programı kullanılmıştır. Gerekli hesaplamalar sonrasında hazırlanan tüm veriler, her bir işletme için ayrı ayrı istatistiksel olarak anlamlılık testine tabi tutulmuştur. Aralarında en fazla 0,05 düzeyinde anlamlı ilişki bulunmayan veriler elendikten sonra anlamlı ilişki düzeyine sahip olanlar için korelasyon analizi yardımıyla ilişki düzeyi tespiti yapılmış ve ardından değişkenler arasındaki etkileşim düzeylerinin tespiti için, Basit Doğrusal Regresyon analizi ön şartları incelenmiştir. Bu bağlamda bütün bağımlı ve bağımsız değişkenlerin eşit aralıklı ve sürekli değişkenler olduğu, histogram ve grafikler aracılığıyla yapılan normallik testleri sonrasında normal dağılıma sahip olduğu, yine grafik aracılığıyla yapılan doğrusallık testi sonrasında doğrusal ilişki içinde olduğu, uç değerlerin olmadığı, değişkenlerin eş varyanslı olduğu, Durbin-Watson katsayılarının 1-3 arasında olduğu yani hataların normal dağıldığı tespit edildikten sonra analiz gerçekleştirilmiştir (<https://www.youtube.com>).

Çalışmada belirlenen temel ve alt araştırma problemleri çerçevesinde aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir;

- H1: Turizm endekslerinde yer alan işletmelerin finansal performansları, piyasa performansları ve ESG performansları arasında pozitif bir etkileşim vardır.
- H1-1: Turizm endekslerindeki işletmelerin finansal performanslarının piyasa performanslarını etkilemede belirgin bir rolü vardır.
- H1-2: Turizm endekslerindeki işletmelerin finansal performanslarının ESG performanslarını etkilemede belirgin bir rolü vardır.
- H1-3: Turizm endekslerindeki işletmelerin piyasa performanslarının finansal performanslarını etkilemede belirgin bir rolü vardır.
- H1-4: Turizm endekslerindeki işletmelerin Piyasa performanslarının ESG performansını etkilemede belirgin bir rolü vardır.
- H1-5: Turizm endekslerindeki işletmelerin ESG performanslarının finansal performansını etkilemede belirgin bir rolü vardır.
- H1-6: Turizm endekslerindeki işletmelerin ESG performanslarının piyasa performanslarını etkilemede belirgin bir rolü vardır.
- H1-7: Turizm endekslerindeki işletmelerin ESG performanslarının ESG performanslarını etkilemede belirgin bir rolü vardır.

## **BULGULAR**

Her bir işletme için ayrı ayrı yapılan korelasyon analizleri sonrasında aralarında pozitif ya da negatif yönlü olarak güçlü ilişki (>71 puan) tespiti yapılan ve aralarında puan ilişkisi bulunmayan her bir veri için ayrı ayrı yapılan Basit Doğrusal Regresyon Analizi sonuçları Ek 1'de görülebilir. Ek-1'de yer alan tablo sonuçlarına göre temel ve alt araştırma problemleri çerçevesinde belirlenen hipotez testlerinin sonuçları aşağıdaki gibidir;

- H1: Turizm endekslerinde yer alan işletmelerin finansal performansları, piyasa performansları ve ESG performansları arasında pozitif bir etkileşim vardır.

Tabloda analiz sonuçları genel olarak incelendiğinde turizm endekslerinde yer alan işletmelerin finansal performansları, piyasa performansları ve ESG performansları arasında pozitif etkileşimlerle birlikte negatif etkileşimler de tespit edilmiştir ayrıca bu etkileşimler analize dahil edilen bütün işletmeleri kapsamamaktadır. Bu nedenle H1 hipotezi kısmen kabul edilebilir.

H1-1: Turizm endekslerindeki işletmelerin finansal performanslarının piyasa performanslarını etkilemede belirgin bir rolü vardır.

Analizde finansal performansların ölçümünde Z" puanı, piyasa performanslarının ölçümünde ise PD/DD ve FD/FAVÖK puanları kullanılmıştır. Ek-1'de yer alan tablo incelendiğinde Z" puanındaki 1 puanlık artışın DOCO'nun PD/DD puanını pozitif yönde 2,26 puan etkileyebileceği ancak MAALT'in PD/DD puanını negatif yönde 2,8 puan etkileyebileceği ve MARTI'nın PD/DD puanını da negatif yönde 0,84 puan etkileyebileceği görülmüştür. Diğer taraftan Z" puanındaki 1 puanlık artışın MERIT'in FD/FAVÖK puanını pozitif yönde 2,96 puan etkileyebileceği görülmüştür.

**Tablo 3.** Piyasa Performansları Finansal Performanslarınca Etkilenen İşletmeler ve Performans Puanları

İşletme	Perf. - Yıl	2023	2022	2021	2020	2019
DOCO	Z" Puanı	7,09	5,63	5,74	4,39	5,92
	PD/DD	6,9	5,8	6,4	1,6	3,5
MAALT	Z" Puanı	4,11	9,46	9,89	9,17	9,39
	PD/DD	20,57	6,42	7,29	5,04	1,43
MARTI	Z" Puanı	4,90	2,77	-2,79	-3,28	1,00
	PD/DD	0,50	0,24	1,91	1,19	0,76
MERIT	Z" Puanı	18,55	25,24	75,23	21,59	16,74
	FD/FAVÖK	72,41	69,94	212,34	62,87	5,78

Tablo 3'de söz konusu işletmelerin etkileşim puanları incelendiğinde, MAALT'in Z" puanının 2023 yılında stresli alana girdiği, MARTI'nın Z" puanının ise 2023 hariç diğer tüm yıllarda stresli alanda olduğu, 2023 yılında gri (belirsiz) alana girdiği görülmektedir. MAALT'in 2023 yılı Z" puanı faktörleri incelendiğinde, kısa vadeli yükümlülüklerinin dönen varlıklarından fazla olduğu dolayısıyla çalışma sermayesinin toplam varlıklara oranının negatif olduğu, FAVÖK'ün 2023 yılında negatif görünümlü olduğu, bununla birlikte piyasa değerinin de diğer bütün XTRZM işletmelerinden farklı olarak aşırı yükseliş trendine girdiği görülmektedir. MARTI'nın Z" puanı incelemesinde ise, Z" puanının yükseliş trendine girdiği ancak tüm yıllarda kısa vadeli yükümlülüklerinin dönen varlıklarından fazla olduğu, FAVÖK'ün ise 2023 yılında pozitif görünümlü olduğu görülmektedir. Bu nedenle MAALT ve MARTI'nın finansal performansları ile piyasa performansının ters yönlü etkileşimde olmalarına rağmen zaman içinde farklı yönelimler gösterdiği, dolayısıyla bu durumun tek ya da birden fazla ortak dinamikle açıklanamayacağı söylenebilir. Ancak olumsuz etkileşimlerin genel olarak kısa vadeli yükümlülüklerin varlıklara oranla fazla olmasından ve negatif FAVÖK'ten kaynaklandığı söylenebilir. Diğer taraftan finansal performansın piyasa performansı üzerindeki etkisi sadece 7 XTRZM işletmesinden 4'ü üzerinde tespit edilmiştir. DJUSTT işletmelerinde bu etkileşim tespit edilmemiştir. Dolayısıyla H1-1 hipotezi DJUSTT işletmeleri için kabul edilmezken XTRZM işletmeleri için kısmen kabul edilebilir.

H1-2: Turizm endekslerindeki işletmelerin finansal performanslarının ESG performanslarını etkilemede belirgin bir rolü vardır.

Ek-1'de yer alan tabloda, XTRZM Endeksinde yer alan 2 işletmenin ve DJUSTT Endeksinde yer alan bütün işletmelerin ESG faktörlerinden birkaç tanesinin, Z'' puanıyla ölçülen finansal performans puanlarından negatif ya da pozitif yönlü olarak etkilendiği görülmektedir. Analiz sonuçlarına göre;

- XTRZM işletmelerinden MAALT'in Z'' puanındaki 1 puanlık artış, ESG alt faktörlerinden Hissedarlar puanını pozitif yönde 1,17 puan etkileyebilir. Bu durum MAALT'in olumlu finansal performans sonuçlarını hissedarlarına yansıttığının göstergesi olarak yorumlanabilir. Ancak MAALT'in olumlu finansal performans sonucunun, ESG faktör puanlarının bütününe gösteren ESG puanına olumlu yansımadağı görülmektedir. Bu da daha fazla kârlılık için çevresel ve sosyal maliyetlerin göz ardı edildiğinin göstergesi olabilir.
- DJUSTT işletmelerinden TRIP'in Z'' puanındaki 1 puanlık artış, ESG alt faktörlerinden Ürün Sorumluluğu puanını pozitif yönde 0,85 puan etkileyebilir. Bu durum TRIP'in artan finansal performans sonuçlarını, tüketicilerin çevresel ve sosyal farkındalığına paralel olarak tasarladığı ürün ve hizmetlerine yansıttığının göstergesi olarak yorumlanabilir. Ancak tabloda TRIP'in Sosyal İlkeler puanı, insan hakları puanı ve toplum puanının Z'' puanındaki artıştan olumsuz etkilendiği görülmektedir. ESG faktörlerinden olan Sosyal İlkeler puanı aslında hem ürün sorumluluğu hem toplum hem insan hakları hem de İşgören puanlarından oluşmaktadır. Bu durum TRIP için ürün tasarımı ve üretiminde çevresel ve toplumsal talepleri gözetse de diğer toplumsal odak noktalarında yetersiz kaldığı şeklinde yorumlanabilir.
- Tabloda Z'' puanındaki artışın bir de hem CAR'da hem de BKNG'de ESG alt faktörlerinden İşgören puanını pozitif yönde etkilediği görülmektedir. Bu durum da hem CAR için hem de BKNG için olumlu finansal performans sonuçlarının işgören gelişimine yansıtıldığına göstergesi şeklinde yorumlanabilir.
- Diğer taraftan AVTUR'da Kurumsal Yönetim İlkeleri puanı ve Yönetim puanı, EXPE'de ESG puanı ve Sosyal İlkeler puanı Z'' puanı artışından olumsuz etkilenmektedir. Bu durum AVTUR için kısa vadeli kazançlara odaklanırken etik uygulamalar, şeffaflık, sürdürülebilirlik, adalet, sorumluluk gibi Kurumsal Yönetim İlkelerinin göz ardı edilebildiğinin göstergesi olarak yorumlanabilirken, EXPE için daha fazla kârlılık için çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim ilkeleri maliyetlerinin göz ardı edilebildiğinin göstergesi olarak yorumlanabilir.

Bu bağlamda H1-2 hipotezi DJUSTT endeksi için yüksek oranda kabul edilirken, XTRZM endeksi için kısmen kabul edilebilir.

H1-3: Turizm endekslerindeki işletmelerin piyasa performanslarının finansal performanslarını etkilemede belirgin bir rolü vardır.

Ek-1'de yer alan tabloda PDDD ve FDFAVÖK olarak gösterilen piyasa performans oranlarının sadece XTRZM endeksinde yer alan 3 işletmenin finansal performans puanı üzerinde etkili olabildiği görülmektedir. Bu işletmelerden MAALT'in PDDD puanındaki 1 puanlık artışın Z'' puanında 0,31 puanlık azalışa sebep olabileceği, AYCES'in FDFAVÖK puanındaki 1 puanlık artışın Z'' puanında 0,003 puanlık artışa ve MERIT'in FDFAVÖK puanındaki 1 puanlık artışın Z'' puanında 0,31 puanlık artışa sebep olabileceği söylenebilir.



**Tablo 4.** Finansal Performansları Piyasa Performanslarının Etkilenen İşletmeler ve Performans Puanları

İşletme	Perf. - Yıl	2023	2022	2021	2020	2019
MAALT	Z" Puanı	4,11	9,46	9,89	9,17	9,39
	PDDD	20,57	6,42	7,29	5,04	1,43
AYCES	Z" Puanı	9,74	8,49	7,57	6,55	6,52
	FD/FAVÖK	526,05	90,82	60,23	-467,78	12,44
MERIT	Z" Puanı	18,55	25,24	75,23	21,59	16,74
	FD/FAVÖK	72,41	69,94	212,34	62,87	5,78

Tablo 4'te MAALT'ın PDDD puanındaki ani yükselişe karşın Z" puanında ani bir düşüş gerçekleştiği görülmektedir. Bu durum MAALT'ın piyasa performansına odaklanırken operasyonel verimliliğini ve etkinliğini yitirmiş olabileceği şeklinde yorumlanabilir. Diğer taraftan AYCES ve MERIT'in FD/FAVÖK puanındaki artışı finansal performanslarına olumlu bir şekilde yansıttığı söylenebilir. Bu bağlamda H1-3 hipotezi de DJUSTT işletmeleri için reddedilirken, XTRZM işletmeleri için kısmen kabul edilebilir.

H1-4: Turizm endekslerindeki işletmelerin Piyasa performanslarının ESG performansını etkilemede belirgin bir rolü vardır.

Ek-1'de bulunan tabloda, 5 XTRZM işletmesinde ve 2 DJUSTT işletmesinde piyasa performanslarının ESG faktörlerini olumlu ya olumsuz etkilediği görülmektedir. Çalışmada piyasa performans ölçütü olarak kullanılan PDDD puanı ile FDFAVÖK puanının birlikte etkilediği ESG faktörleri, XTRZM endeksi içindeki PKENT'de görülmektedir. PKENT'in piyasa performansındaki her artış ESG puanı başta olmak üzere, ESG faktörlerinden Sosyal İlkeler puanına ve bunun alt faktörleri olan İnsan Hakları puanı ile Toplum puanına az da olsa olumlu yansımaktadır. Bu durum PKENT'in piyasa performans artışlarını paydaşlarına daha fazla yansıtmasının daha iyi olabileceği şeklinde yorumlanabilir. FDFAVÖK puanı artışlarının, PKENT dışında, XTRZM işletmelerinden AVTUR'da Hissedarlar puanına, TEKTU'da Yönetim puanına, DJUSTT işletmelerinden EXPE'de ise Toplum puanına olumlu yansıdığı görülmektedir. PDDD puanı artışlarının ise XTRZM işletmelerinden MAALT'ın ESG puanına olumlu yansıdığı ancak MARTI'nın ESG puanına olumsuz yansıdığı görülmektedir. Bu bağlamda, H1-4 hipotezi XTRZM işletmeleri için yüksek oranda kabul edilirken, DJUSTT işletmeleri için kısmen kabul edilebilir.

H1-5: Turizm endekslerindeki işletmelerin ESG performanslarının finansal performanslarını etkilemede belirgin bir rolü vardır.

Ek-1'de bulunan tabloda ESG faktörlerinden bazılarının XTRZM endeksinde yer alan 4 işletmenin ve DJUSTT endeksinde yer alan bütün işletmelerin finansal performanslarında olumlu ya da olumsuz etkiye sahip olduğu görülmektedir. XTRZM endeksinde yer alan AYCES'in ESG puanı artışı, DOCO'nun ve MAALT'ın Hissedarlar puanı artışı, DJUSTT endeksinde yer alan CAR ve BKNG'nin İşgören puanı artışı finansal performanslarına olumlu etki olarak yansırken, XTRZM endeksinde yer alan MAALT'ın ESG puanı artışı, AVTUR'un Kurumsal Yönetim İlkeleri puanı ve Yönetim puanı artışları, DJUSTT endeksinde yer alan EXPE'nin ESG puanı, Sosyal İlkeler puanı, İnsan Hakları puanı ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk puanı artışları, TRIP'in Sosyal İlkeler puanı, İnsan Hakları puanı artışları finansal performanslarına olumsuz etki olarak yansımaktadır.

**Tablo 5.** Finansal Performansları ESG Performanslarınca Etkilenen İşletmeler ve Performans Puanları

İşletme	Perf. - Yıl	2023	2022	2021	2020	2019
MAALT	Z" Puanı	4,11	9,46	9,89	9,17	9,39
	ESG Puanı	25,27	18,27	17,82	16,26	16,26
	Hissedarlar	77,27	81,82	86,36	81,82	81,82
AYCES	Z" Puanı	9,74	8,49	7,57	6,55	6,52
	ESG Puanı	64,42	19,47	19,47	19,47	20,14
DOCO	Z" Puanı	7,09	5,63	5,74	4,39	5,92
	Hissedarlar	75,21	20,83	15,71	15,71	16,67
CAR	Z" Puanı	3,73	3,70	3,41	3,25	3,24
	İşgören	NA	56,13	44,50	27,86	21,91
BKNG	Z" Puanı	10,06	10,17	9,62	9,93	10,24
	İşgören	51,69	53,37	34,56	46,27	50,50
AVTUR	Z" Puanı	15,46	15,55	14,60	13,02	12,77
	KYİ Puanı	57,39	57,39	60,07	64,52	64,81
	Yönetim	52,00	52,00	56,00	64,00	64,00
EXPE	Z" Puanı	3,22	3,26	3,20	3,51	3,48
	ESG Puanı	48,85	NA	41,61	23,18	28,31
	Sİ Puanı	50,58	NA	46,68	29,98	36,51
	İnsan Hakları	53,57	NA	42,45	0,00	0,00
	KSS Puanı	77,57	NA	77,31	0,00	0,00
TRIP	Z" Puanı	6,36	6,61	6,08	6,07	9,73
	Sİ Puanı	35,40	34,8	34,92	39,39	26,23
	İnsan Hakları	23,47	28,45	33,65	35,14	6,36

Tablo-5 genel olarak incelendiğinde ESG faktörlerindeki puan artışlarının finansal performansa olumlu yansıdığı işletmelerin genellikle Hissedar ve İşgören puanlarındaki artışlarda öne çıktığı, finansal performansa olumsuz yansıyan işletmelerde ise genellikle genel ESG puanının, Kurumsal Yönetim İlkeleri ve alt faktörleri puanlarının ve İnsan Hakları puanının artışlarında öne çıktığı görülmektedir. Finansal performansa olumsuz etki eden ESG faktörleri düşünüldüğünde, bu durum işletmelerin ESG standartlarına uyum sürecinde kısa vadede yüksek maliyetlerle karşılaşmalarının doğal sonucu olarak yorumlanabilir. Bu bağlamda H1-5 hipotezi, DJUSTT endeksinde yer alan işletmeler için kabul edilirken, XTRZM endeksinde yer alan işletmeler için kısmen kabul edilebilir.

H1-6: Turizm endekslerindeki işletmelerin ESG performanslarının piyasa performanslarını etkilemede belirgin bir rolü vardır.

Ek-1'de bulunan tablo incelendiğinde XTRZM endeksinde yer alan 7 işletmeden 6'sının, DJUSTT endeksinde yer alan 4 işletmeden 2'sinin ESG faktörlerinden bazılarının olumlu ya da olumsuz olarak piyasa performanslarını etkilediği görülmektedir. Etkileşim oranları incelendiğinde,

olumlu etkileşim oranının %87 düzeyinde olduğu ve XTRZM endeksinde olan PKENT'in ise en yüksek etkileşim düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Etkileşim sırasına göre işletmeler incelendiğinde, PKENT'in ESG puanı, Sosyal İlkeler puanı, İnsan Hakları puanı ve Toplum puanı artışı hem FDFAVÖK puanını hem de PDDD puanını olumlu etkilemektedir. ESG puanındaki artış AYCES'in FDFAVÖK puanını olumlu etkilerken, MAALT'ın da PDDD puanını olumlu etkilemektedir. Yönetim puanındaki artış TEKTU'nun, Hissedarlar puanındaki artış da AVTUR'un FDFAVÖK puanını olumlu etkilemektedir. Ayrıca Toplum puanındaki artış EXPE'nin FDFAVÖK puanını olumlu etkilemektedir. Diğer taraftan Yönetim puanındaki artış MARTI'nın PDDD puanını olumsuz etkilerken, İşgören puanındaki artış da TRIP'in PDDD puanını olumsuz etkilemektedir. Analiz sonuçları genel olarak yorumlandığında 7 XTRZM işletmesinden 5'inin piyasa performansının, ESG faktörlerinden en az birinin artışından olumlu olarak etkilendiği söylenebilir. Diğer taraftan DJUSTT işletmelerinden EXPE'nin topluma yönelik faaliyetlerinin piyasalara olumlu yansıdığı ama TRIP'in işgören maliyetlerinin yatırımcılara olumsuz yansıdığı söylenebilir. Bu bağlamda H1-6 hipotezi, XTRZM işletmeleri için yüksek oranda kabul edilirken, DJUSTT işletmeleri için kısmen kabul edilebilir.

H1-7: Turizm endekslerindeki işletmelerin ESG performanslarının ESG performanslarını etkilemede belirgin bir rolü vardır.

H1-7 hipotezinin test edilmesi için analizlerde puanlama sisteminde birbirine bağımlı olmayan ESG faktörlerinin etkileşimleri ölçülmüştür. Ek-1'de bulunan analiz sonuçları tablosuna göre ESG faktörleri arasındaki etkileşimin tamamı DJUSTT indeksinde bulunan 4 işletme ile ESG faktörleri puanlaması LSEG tarafından hesaplanan DOCO'dadır. ESG faktörleri etkileşimlerinin tamamı pozitif yönlü etkiye sahiptir. İşletmeler temelinde analiz sonuçları incelendiğinde;

- CAR'ın Çevresel İlkeler puanındaki artış İşgören puanını, Yönetim puanını, Kurumsal Yönetim İlkeleri puanını; Kaynak Kullanımı puanındaki artış İşgören puanını; İşgören puanındaki artış Kaynak Kullanımı puanı ile Çevresel İlkeler puanını; Kurumsal Yönetim İlkeleri puanındaki ve Yönetim puanındaki artış ise Çevresel İlkeler puanını olumlu yönde etkilemektedir.
- EXPE'nin Çevresel İlkeler puanındaki artış İşgören puanını, İnsan Hakları puanını, Kurumsal Sosyal Sorumluluk puanını; Kaynak Kullanımı puanındaki artış İşgören puanını ve İnsan Hakları puanını; İnsan Hakları puanındaki artış Kurumsal Sosyal Sorumluluk puanını, İşgören puanını ve kaynak kullanımı puanını; Ürün Sorumluluğu puanındaki artış Yönetim puanını; İşgören puanındaki artış Kaynak Kullanımı puanını, Çevresel İlkeler puanını ve İnsan Hakları puanını; Yönetim puanındaki artış Ürün Sorumluluğu puanını; Kurumsal Sosyal Sorumluluk puanındaki artış ise İnsan Hakları puanı ile Çevresel İlkeler puanını olumlu yönde etkilemektedir.
- BKNG'nin Çevresel İlkeler puanındaki artış İnsan Hakları puanını, Kurumsal Sosyal Sorumluluk puanını, Toplum puanını, Sosyal İlkeler puanını; Emisyon puanındaki artış Kurumsal Sosyal Sorumluluk puanını, Toplum puanını, İnsan Hakları puanını, Sosyal İlkeler puanını; Çevresel İnovasyon puanındaki artış Emisyon puanını, Kurumsal Sosyal Sorumluluk puanını, İnsan Hakları puanını, Sosyal İlkeler puanını ve Toplum puanını; Sosyal İlkeler puanındaki artış Çevresel İlkeler puanını, Çevresel İnovasyon puanını, Emisyon puanını; İnsan Hakları puanındaki artış Emisyon puanını, Çevresel İnovasyon puanını, Kurumsal Sosyal Sorumluluk puanını, Çevresel İlkeler puanını; Toplum puanındaki artış Çevresel İlkeler puanını, Çevresel İnovasyon puanını, İnsan Hakları puanını ve Emisyon puanını; Kurumsal Sosyal Sorumluluk puanındaki artış Emisyon puanını, Sosyal İlkeler puanını, İnsan Hakları puanını ve Çevresel İlkeler puanını olumlu yönde etkilemektedir.

- TRIP'in İnsan Hakları puanındaki artış Toplum puanını, Toplum puanındaki artış ise İnsan Hakları puanını olumlu yönde etkilemektedir.
- DOCO'nun Emisyon puanındaki artış Kaynak Kullanımı puanını; Çevresel İnovasyon puanındaki artış Emisyon puanını; Sosyal İlkeler puanındaki, Toplum puanındaki ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk puanındaki artış Hissedarlar puanını; İşgören puanındaki artış Kaynak Kullanımı puanını olumlu yönde etkilemektedir.

Analiz sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde, çevresel faktörlerde yapılan bir iyileştirmenin daha sürdürülebilir bir ortam sağlandığı için hem sosyal ilkeler faktörlerinin tamamında hem de kurumsal yönetim performansında olumlu etkinin yaratıldığı, aynı şekilde sosyal ilkeler ve kurumsal yönetim bağlamında daha olumlu bir ortama sahip olan işgörenlerin, hissedarların ve toplumun çevresel sürdürülebilirlik çabalarını destekleme konusunda daha istekli olduğu şeklinde yorumlanabilir. Bu bağlamda H1-7 hipotezi DJUSTT işletmeleri ve DOCO için kabul edilebilir.

## TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Turizm endekslerinde yer alan işletmelerin finansal performansları, piyasa performansları ve ESG faktörleri arasındaki etkileşim dinamiklerinin tespit edilmesini ve bu bağlamda ulusal ve uluslararası turizm endekslerinin karşılaştırılmasını amaçlayan bu çalışma için yapılan literatür taramasında, ESG faktörlerinin finansal performansa etkisini inceleyen birçok çalışmayla karşılaşılmış olmasına karşın turizm sektörü için sadece bir araştırmaya ulaşılmıştır. Atay vd., (2023)'nin yapmış olduğu söz konusu araştırmada ESG skorlarının seçilen üç finansal performans göstergesinden ikisi üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu, diğerinin de ülkeden ülkeye değişiklik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Turizm sektörü dışında olup, borsada işlem gören işletmeler için yapılan araştırmalarda ve reel sektör işletmeleri için yapılan araştırmalarda ise genellikle ESG'nin finansal performans üzerinde etkili olduğu ancak etkileşim yönünün farklı olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Bu araştırmada da literatüre benzer nitelikli bir sonuca ulaşılmıştır. Nitekim ESG faktörlerinin finansal performansa etkisinin test edildiği H1-5 hipotezi, DJUSTT endeksinde yer alan tüm işletmelerde ve XTRZM endeksinde yer alan dört işletmede etkileşim tespit edildiği için kısmen kabul edilmiştir. Etkileşim dinamikleri incelendiğinde ise etkileşim yönünün endeks bölgesi fark etmeksizin, işletmeden işletmeye farklılık gösterdiği, olumlu etkileşimlerin genellikle Hissedar ve İşgören puanlarıyla olduğu, olumsuz etkileşimlerin ise genel ESG puanı ile Kurumsal Yönetim İlkelerinin alt faktör puanları ve İnsan Hakları puanıyla olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgunun sonuçları Scholtens (2008)'in her iki çıkarımını da destekler niteliktedir çünkü finansal performansa olumlu etki genel olarak paydaş memnuniyetinden kaynaklanırken, olumsuz etki standartlara uyum sürecinde karşılaşılan maliyetlerin yüksekliği ile açıklanabilir.

Literatürden farklı olarak bu çalışmada finansal performansın ESG faktörleri üzerindeki etkisi H1-2 hipotezi ile test edilmiş ve hipotez DJUSTT endeksi için yüksek oranda kabul edilirken, XTRZM endeksi için kısmen kabul edilmiştir. Etkileşim yönlerinin %67'si olumsuzdur. Etkileşimler incelendiğinde Hissedarlar, Ürün Sorumluluğu ve İşgören puanlarında olumlu etkileşimler olduğu ancak genel ESG puanıyla birlikte Sosyal İlkeler, Toplum, İnsan Hakları, Kurumsal Yönetim İlkeleri ve Yönetim puanlarında olumsuz etkileşimler olduğu görülmektedir. Olumlu etkileşimler, işletmelerin olumlu finansal performans sonuçlarını paydaşlarına ve tüketicilerin çevresel ve sosyal farkındalığına paralel olarak, tasarladıkları ürün ve hizmetlerine yansıttığını gösterirken; olumsuz etkileşimler, daha fazla kârlılık için çevresel ve sosyal maliyetlerin göz ardı edildiğini, toplumsal odak noktalarında yetersiz kalmabildiğini, kısa vadeli

kazançlara odaklanırken etik uygulamalar, şeffaflık, sürdürülebilirlik, adalet, sorumluluk gibi Kurumsal Yönetim İlkelerinin göz ardı edilebildiğini göstermektedir.

Velte (2017), Almanya işletmeleri için yapmış olduğu çalışmada piyasa performansını Tobin's Q değerleri ile ölçmüş ve ESG'nin üç bileşeninin finansal performans göstergesi olarak tercih ettiği ROA'nın aksine, Tobin's Q değerleri üzerinde hiçbir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Bu çalışmada, Velte'nin bulgularından farklı olarak, ESG faktörlerinin piyasa performansı üzerinde kısmen etkili olduğu, etkileşim yönünün de daha çok olumlu yönde olduğu sonucuna ulaşılmış ve H1-6 hipotezi XTRZM işletmeleri için yüksek oranda, DJUSTT işletmeleri için kısmen kabul edilmiştir. Etkileşim dinamikleri incelendiğinde ise ESG faktörlerinden en az birinin, XTRZM işletmelerinin çoğunluğunun piyasa performansı üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle XTRZM işletmelerinde ESG faktörlerini geliştirmek için yapılan faaliyetlerin çoğunlukla finansal piyasalara olumlu yansıdığı söylenebilir.

Diğer taraftan literatürden farklı olarak bu çalışmada Piyasa performansının ESG faktörleri üzerindeki etkisi H1-4 hipotezi ile test edilmiş ve hipotez XTRZM işletmeleri için yüksek oranda kabul edilirken, DJUSTT işletmeleri için kısmen kabul edilmiştir. Etkileşimler incelendiğinde, olumlu etkileşim oranının %89 olduğu, bunların da genellikle paydaşlar başta olmak üzere genel ESG puanı, Toplum ve İnsan Hakları puanlarında olduğu görülmüştür. Bu da genellikle XTRZM işletmelerinde olumlu piyasa performanslarının başta paydaşlar olmak üzere, ESG faktörlerine yansıtılabildiğini göstermektedir.

Çalışmada finansal performansın piyasa performansı üzerindeki etkisi H1-1 hipotezi ile test edilmiş ve hipotez DJUSTT işletmeleri için kabul edilmezken, XTRZM işletmeleri için kısmen kabul edilmiştir. Etkileşimler incelendiğinde ise olumsuz etkileşimlerin genel olarak kısa vadeli yükümlülüklerin varlıklara oranla fazla olmasından ve negatif FAVÖK'ten kaynaklandığı görülmüştür. Piyasa performansının finansal performans üzerindeki etkisi ise H1-3 hipotezi ile test edilmiş ve hipotez yine DJUSTT işletmeleri için reddedilirken, XTRZM işletmeleri için kısmen kabul edilmiştir. Etkileşimler incelendiğinde olumlu etkileşim oranının %67 oranında olduğu ve işletmelerin piyasa performans artışlarını finansal performanslarına yansıttığı ancak olumsuz etkileşim incelendiğinde piyasa performansına odaklanılırken operasyonel etkinliğin yitirildiği görülmüştür.

Çalışmada ESG faktörlerinin kendi aralarındaki etkileşim dinamikleri ise H1-7 hipotezi ile test edilmiş ve hipotez DJUSTT işletmeleri ile XTRZM işletmelerinden DOCO için kabul edilmiştir. Etkileşimlerin tamamının olumlu etkileşimler olduğu, ESG bileşenlerinin (çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim) ve bunların alt bileşenlerinden birinde ya da birkaçında gerçekleşen olumlu performansın, aralarında puan ilişkisi olmayan diğer bileşen ya da alt bileşene olumlu yansıdığı görülmüştür.

Sonuç olarak çalışmanın temel hipotezi olan H1 hipotezi, alt hipotezlerle birlikte değerlendirildiğinde hem XTRZM işletmeleri için hem de DJUSTT işletmeleri için kısmen kabul edilmiştir. Etkileşim sonuçları genel olarak incelendiğinde ise ESG ilkeleri için yapılan her çalışmanın uzun vadede işletmelerin hem finansal performansını hem de piyasa performansını olumlu etkileyeceği ve bu etkileşimlerin karşılıklı olarak birbirlerine yansıtacağı tespit edilmiştir.

Bu çalışmanın çeşitli kısıtları bulunmaktadır. Araştırmanın sadece iki turizm endeksinin kapsamı ve araştırmaya konu olan verilerin belirli bir döneme ait olması önemli bir kısıttır. Ayrıca XTRZM endeksinde yer alan işletmelerin ESG verilerinin kısıtlı olması da çalışma için önemli bir kısıt yaratmıştır. İleride yapılacak çalışmalarda turizm sektörünün bütününe kapsamı ve daha fazla uluslararası işletme ile karşılaştırılması, bu çalışmanın test edilebilirliği açısından önemlidir. Çalışmanın bu yönüyle literatürün gelişmesine ve derinleşmesine katkı sunması ve ayrıca profesyonel uygulayıcılara yardımcı olması beklenmektedir.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Destek Bilgisi:** Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

**Etik Kurul Onayı:** Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100'dür.

## KAYNAKÇA

Altman, E. I., Iwanicz-Drozdowska, M., Laitinen, E. K., and Suvas, A. (2017). Financial distress prediction in an international context: A review and empirical analysis of Altman's Z-score model. *Journal of International Financial Management & Accounting*, 28(2), 131-171. DOI: 10.1111/jifm.12053

Altman, E. I. (2005). An emerging market credit scoring system for corporate bonds. *Emerging Markets Review*, 6(4), 311-323. DOI: 10.1016/j.ememar.2005.09.007

Aggarwal, P. (2013). Impact of sustainability performance of company on its financial performance: a study of listed Indian companies. *Global Journal of Management and Business Research*, 13 (11), 60-70.

Arina Felita, F. (2021). The effect of sustainability reporting on company performance. *Diponegoro Journal of Accounting*, 10 (4), 1-9.

Atay, S., Tarıncı, A. ve Kılıncı, C. Ç. (2023). Turizm işletmelerinde kurumsal sosyal sorumluluğun muhasebe temelli oranlar üzerindeki etkisi: panel regresyon analizi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(4), 1905-1912. DOI: 10.33083/joghat.2023.378

Başkaya, F. (2017). *Fikret Başkaya yazdı / Kriz değil, çöküş...* [Online] <https://www.politikyol.com/fikret-baskaya-yazdi-kriz-degil-cokus/> [Erişim Tarihi: 04.02.2024].

Byrne, D. (2022). *What is the history of ESG?* [Online] <https://www.thecorporategovernanceinstitute.com/insights/lexicon/what-is-the-history-of-esg/> [Erişim Tarihi: 04.02.2023].

Clarissaa, S. V. and Rasminib, N. K. (2018). The effect of sustainability report on financial performance with good corporate governance quality as a moderating variable. *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research (IJSBAR)*, 40 (2), 139-149.

Conmy, S. (2023). *ESG investing is the idea that capitalism can right itself.* [Online] <https://www.thecorporategovernanceinstitute.com/insights/news-analysis/is-esg-investing-too-little-too-late/> [Erişim Tarihi: 04.02.2024].

Friede, G., Busch, T. and Bassen, A. (2015). ESG and financial performance: aggregated evidence from more than 2000 empirical studies. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 5(4), 210-233. DOI: 10.1080/20430795.2015.1118917

<https://www.youtube.com/watch?v=JAAN73QF9e8> Tez Yardım Platformu. (2021). *SPSS ile basit doğrusal regresyon analizi | ön şartlardan yorumlara tüm detayları ile.* [Erişim Tarihi: 10.01.2024].

Junesand, N. (2021). *The history of ESG investing*. [Online] <https://storymaps.arcgis.com/stories/9852127fa088448385821eae134e0b3a> [Erişim Tarihi: 04.02.2024].

Leins, S. (2020). 'Responsible investment': ESG and the post-crisis ethical order. *Economy and Society*, 49 (1), 71–91. DOI: 10.1080/03085147.2020.1702414

Scholtens, B. (2008). A note on the interaction between corporate social responsibility and financial performance. *Ecological Economics*, 68(1-2), 46-55. DOI:10.1016/j.ecolecon.2008.01.024

Şeker, Y. ve Güngör, N. (2022). Does ESG performance impact financial performance? Evidence from the Utilities Sector. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 24 (MODAVICA Özel Sayısı), ÖS160-ÖS183. DOI: 10.31460/mbdd.1065217

UNEP and WTO. (2005). *Making tourism more sustainable – a guide for policy makers*. UNEP and WTO Presentations, France.

United Nations Environment Programme Finance Initiative (UNEP FI). (2004). *Who cares wins - connecting financial markets to a changing world*. United Nation and Swiss Federal Department United Nations of Foreign Affairs.

Vardari, L., Gashi, R. and Gashi Ahmeti, H. (2020). The impact of corporate sustainability index on BIST Sustainability Index. *European Journal of Sustainable Development*, 9 (2), 375-390.

Velte, P. (2017). Does ESG performance have an impact on financial performance? Evidence from Germany. *Journal of Global Responsibility*, 8(2), 169-178. DOI: 10.1108/JGR-11-2016-0029.

## EK-1

## Korelasyon ve Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları Tablosu

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	BIST İşletme Kodu*	DJ İşletme Kodu	Pozitif İlişki	Negatif İlişki	Etki Düzeyi	
Z" puanı	KYİ	AVTUR			Evet	3,04 puan	
	Yönetim	AVTUR			Evet	4,58 puan	
	PDDD	DOCO			Evet		2,26 puan
			MAALT			Evet	2,8 puan
			MARTI			Evet	0,84 puan
	ESG Puanı	MAALT				Evet	1,43 puan
				EXPE		Evet	67,82 puan
	Hissedarlar	MAALT			Evet		1,17 puan
	Sİ Puanı			EXPE		Evet	54,21 puan
				TRIP		Evet	2,91 puan
	İnsan Hakları			TRIP		Evet	7,05 puan
	Toplum			TRIP		Evet	10,02 puan
	Ürün Sorumluluğu			TRIP	Evet		0,85 puan
	İşgören Puanı			CAR	Evet		69 puan
			BKNG	Evet		29,15 puan	
				Evet		2,96 puan	
PDDD	Z" puanı	MAALT			Evet	0,31 puan	
	ESG Puanı	MAALT			Evet	0,5 puan	
			MARTI		Evet	0,57 puan	
			PKENT		Evet	0,009 puan	
	Sİ	PKENT			Evet	0,02 puan	
	İnsan Hakları	PKENT			Evet	0,05 puan	
	Toplum	PKENT			Evet	0,05 puan	
İşgören			TRIP		Evet	5,94 puan	
FDFAVÖK	Z" puanı	AYCES			Evet	0,003 puan	
		MERIT			Evet	0,31 puan	
	Hissedarlar	AVTUR			Evet	0,002 puan	
	Sİ	PKENT			Evet	0,01 puan	
	ESG Puanı	PKENT			Evet	0,004 puan	
	İnsan Hakları	PKENT			Evet	0,023 puan	
	Toplum	PKENT			Evet	0,023 puan	
			EXPE		Evet	0,17 puan	
Yönetim	TEKTU			Evet	0,01 puan		
ESG Puanı	Z" Puanı	AYCES			Evet	0,54 puan	
		MAALT			Evet	0,61 puan	
			EXPE		Evet	0,013 puan	
	FDFAVÖK	AYCES			Evet	0,46 puan	
		PKENT			Evet	228,52 puan	
	PDDD	MAALT			Evet	1,93 puan	
PKENT				Evet	93,65 puan		
Çİ	İşgören Puanı		CAR	Evet		2 puan	
			EXPE	Evet		0,59 puan	
	Yönetim		CAR	Evet		1,30 puan	
	KYİ Puanı		CAR	Evet		1,49 puan	
	İnsan Hakları		BKNG	Evet		2,02 puan	
			EXPE	Evet		1,06 puan	
	KSS		BKNG	Evet		0,90 puan	
			EXPE	Evet		1,64 puan	
Toplum		BKNG	Evet		1,02 puan		
Sİ Puanı		BKNG	Evet		0,62 puan		
Emisyon	KK Puanı	DOCO			Evet	0,1 puan	
	KSS Puanı			BKNG	Evet	0,46 puan	
	Toplum			BKNG	Evet	0,51 puan	
	İnsan Hakları			BKNG	Evet	1,03 puan	
	Sİ Puanı			BKNG	Evet	0,3 puan	
KK Puanı	İşgören Puanı		CAR	Evet		0,95 puan	
			EXPE	Evet		0,48 puan	
	İnsan Hakları		EXPE	Evet		0,83 puan	
Emisyon		DOCO			Evet	0,87 puan	



Çevresel İnovasyon			BKNG	Evet		1,33 puan
	KSS puanı		BKNG	Evet		0,61 puan
	İnsan Hakları		BKNG	Evet		1,43 puan
	Sİ Puanı		BKNG	Evet		0,45 puan
	Toplum		BKNG	Evet		0,67 puan
Sİ	Hissedarlar	DOCO		Evet		1,15 puan
	FDFAVÖK	PKENT		Evet		89,59 puan
	PDDD	PKENT		Evet		36,06 puan
	Çİ puanı		BKNG	Evet		1,39 puan
	Çevresel İnovasyon		BKNG	Evet		3,02 puan
	Emisyon		BKNG	Evet		2,67 puan
	Z" puanı		EXPE		Evet	0,02 puan
			TRIP		Evet	0,31 puan
İnsan Hakları	PDDD	PKENT		Evet		15,87 puan
	FDFAVÖK	PKENT		Evet		39,42 puan
	Emisyon		BKNG	Evet		0,91 puan
	Çevresel İnovasyon		BKNG	Evet		0,68 puan
	KSS		BKNG	Evet		0,42 puan
			EXPE	Evet		1,57 puan
	Çİ Puanı		BKNG	Evet		0,47 puan
			EXPE	Evet		0,92 puan
	İşgören Puanı		EXPE	Evet		0,55 puan
	KK Puanı		EXPE	Evet		1,15 puan
	Z" Puanı		EXPE		Evet	0,006 puan
		TRIP		Evet	0,13 puan	
Toplum		TRIP	Evet		1,28 puan	
Ürün Sorumluluğu	Yönetim		EXPE	Evet		5,69 puan
İşgören Puanı	KK Puanı	DOCO		Evet		0,12 puan
			EXPE	Evet		2,09 puan
			CAR	Evet		0,97 puan
	Z" Puanı		CAR	Evet		0,013 puan
			BKNG	Evet		0,03 puan
	Çİ Puanı		CAR	Evet		0,43 puan
			EXPE	Evet		1,63 puan
	İnsan Hakları		EXPE	Evet		1,74 puan
PDDD		TRIP		Evet	0,15 puan	
Toplum	Hissedarlar	DOCO		Evet		0,33 puan
	PDDD	PKENT		Evet		15,87 puan
	FDFAVÖK	PKENT		Evet		39,42 puan
			EXPE	Evet		5,64 puan
	Çİ Puanı		BKNG	Evet		0,9 puan
	Çevresel İnovasyon		BKNG	Evet		1,24 puan
	İnsan Hakları		BKNG	Evet		1,85 puan
			TRIP	Evet		0,70 puan
Emisyon		BKNG	Evet		1,79 puan	
KYİ	Z" Puanı	AVTUR			Evet	0,32 puan
	Çİ Puanı		CAR	Evet		0,62 puan
Yönetim	Z" Puanı	AVTUR			Evet	0,22 puan
	PDDD	MARTI			Evet	0,15 puan
	FDFAVÖK	TEKTU		Evet		63,32 puan
	Çİ Puanı		CAR	Evet		0,74 puan
	Ürün Sorumluluğu		EXPE	Evet		0,16 puan
Hissedarlar	FDFAVÖK	AVTUR		Evet		467 puan
	Z" Puanı	DOCO		Evet		0,03 puan
		MAALT		Evet		0,67 puan
KSS	Hissedarlar	DOCO		Evet		0,64 puan
	Emisyon		BKNG	Evet		1,92 puan
	Sİ Puanı		BKNG	Evet		0,57 puan
	İnsan Hakları		BKNG	Evet		1,97 puan
			EXPE	Evet		0,62 puan
	Çİ Puanı		BKNG	Evet		0,98 puan
			EXPE	Evet		0,56 puan
Z" puanı		EXPE		Evet	0,004 puan	

\* BIST Turizm Endeksinde yer alan ETILR'nin ESG verileri, kurum tarafından sadece 2022 yılında bildirim yapıldığından, hesaplanamamıştır. Bununla birlikte yapılan korelasyon testinde ETILR'in Z" puanları, PDDD ve FD/FVÖK oranları arasında ve yine BIST Turizm Endeksinde yer alan ULAS verileri istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilemediğinden her iki işletme de analizlerden çıkarılmıştır.