



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Sakin Şehirde Yaşayanların Misafirperverlik Anlayışlarının Yerli Turistlerin Tatmini, Tekrar Ziyaret Niyeti ve Sadakati Üzerindeki Etkisi: Seferihisar Örneği*

Hasan Hüseyin KÖSE, Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa, e-posta: hhkose94@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0659-188X>

Doç. Dr. Erkan ÖZDEMİR, Bursa Uludağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Bursa, e-posta: ozdemir@uludag.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0903-7638>

Öz

Küreselleşme karşıtı olarak ortaya çıkan Cittaslow hareketi, şehirlerin çevreci politikalar izlemelerinde, sürdürülebilir turizmin gelişiminde ve nihayetinde şehirlerin sürdürülebilir rekabetçiliğinde önemli katkılara sahiptir. Ancak bu konuda sadece şehir yönetiminin katkıları yeterli olmayabilir. Bu noktada şehir sakinlerinin misafirperverlik anlayışlarının yerli turistlerin tatmini, tekrar ziyaret niyeti ve sadakati üzerinde önemli etkileri olabilecektir. Literatür incelendiğinde, Cittaslow'un şehirlerin sürdürülebilir olmasında alternatif bir yol olabileceğini ele alan bazı çalışmalar bulunmaktadır. Fakat sakin şehirde yaşayanların misafirperverlik anlayışlarının o şehre gelen yerli turistlerin tatmini üzerindeki etkisi araştırılmamıştır. Ayrıca tatminin de şehri tekrar ziyaret etme niyet ve sadakati üzerindeki etkisi de bir model kurularak araştırılmamıştır. Bu çalışmanın amacı, Seferihisar'daki kent sakinlerin misafirperverlik anlayışlarının yerli turistlerin tatmini, tekrar ziyaret niyeti ve sadakati üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Araştırma verileri, Türkiye'nin ilk Cittaslow şehri olan Seferihisar'a gelen yerli turistlerden yüz yüze anket yöntemiyle toplanmıştır. Araştırma modeli yapısal eşitlik modellemesiyle analiz edilmiştir. Analiz sonucunda, isteklilik ve dostça yaklaşım boyutlarının yerli turistlerin tatmini üzerinde etkili olduğu ve bu tatminin de şehri tekrar ziyaret niyeti ve sadakati üzerinde olumlu bir etkiye sebep olduğu bulunmuştur.

*Bu çalışma Doç. Dr. Erkan Özdemir'in danışmanlığında bitirilen Hasan Hüseyin Köse'nin hazırladığı "Sakin Şehirde (Cittaslow) Yaşayanların Misafirperverlik Anlayışlarının Yerli Turistlerin Şehri Tekrar Ziyaret Etme Niyetleri Üzerindeki Etkisi: Seferihisar Örneği" başlıklı yüksek lisans tezinden geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sakin Şehir, Misafirperverlik, Tatmin, Tekrar Ziyaret Etme Niyeti, Sadakat.

Makale Gönderme Tarihi: 01.07.2019

Makale Kabul Tarihi: 05.10.2019

Önerilen Atf:

Köse, H. H. ve Özdemir, E. (2019). Sakin Şehirde Yaşayanların Misafirperverlik Anlayışlarının Yerli Turistlerin Tatmini, Tekrar Ziyaret Niyeti ve Sadakati Üzerindeki Etkisi: Seferihisar Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4): 1371-1389.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2019, 3(4): 1371-1389.

DOI: [10.26677/TR1010.2019.247](https://doi.org/10.26677/TR1010.2019.247)

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



RESEARCH PAPER

The Effect of Cittaslow Residents' Hospitality Approaches on the Domestic Tourists' Satisfaction, Revisit Intention and Loyalty: The Example of Seferihisar

Hasan Hüseyin KÖSE, Bursa Uludağ University, Social Sciences Institute, Bursa, e-mail: hhkose94@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0659-188X>

Associate Prof. Dr. Erkan ÖZDEMİR, Bursa Uludağ University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Bursa, e-mail: eoazdemir@uludag.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0903-7638>

Abstract

The Cittaslow movement, which emerged as anti-globalization, has important contributions to cities' environmental policies, the development of sustainable tourism, and ultimately to the sustainable competitiveness of cities. However, the contributions of the city administration may not be sufficient in this subject. At this point, the city residents' hospitality approaches may have important effects on the domestic tourists' satisfaction, satisfaction, and revisit intention. When the literature is reviewed, some studies suggest that Cittaslow can be an alternative way to make cities sustainable. However, the city residents' hospitality approaches were not investigated. Also, the effect of satisfaction on the revisit intention and loyalty was not investigated by incorporation into the model. The study aims to reveal the impact of Seferihisar residents' hospitality approaches on the domestic tourists' satisfaction, revisit intention and loyalty. Research data were collected by face to face questionnaire method from domestic tourists in Seferihisar where is Turkey's first Cittaslow city. The research model was analyzed by structural equation modeling. As a result of the analysis, it was found that the dimensions of enthusiasm and friendliness to be effective on the domestic tourists' satisfaction and this satisfaction had a positive effect on the domestic tourists' revisit intention and loyalty.

Keywords: Cittaslow, Hospitality, Satisfaction, Revisit Intention, Loyalty.

Received: 01.07.2019

Accepted: 05.10.2019

Suggested Citation:

Köse, H. H. and Özdemir, E. (2019). The Effect of Cittaslow Residents' Hospitality Approaches on the Domestic Tourists' Satisfaction, Revisit Intention and Loyalty: The Example of Seferihisar, *Journal of Turkish Tourism Research*, 3(4): 1371-1389.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

“Hız” küreselleşmeyi tanımlamada kullanılan önemli bir anahtar kelimedir. Günümüzde insanlar bilgi elde etmek istediklerinde çok kısa sürede istedikleri bilgiye erişebilmektedir (Güven, 2011: 113). Küreselleşme, teknoloji ve bilimin hızlı ilerlemesiyle yaşadığımız dünya gittikçe küçülen, küçüldükçe tektip olan, tektip oldukça da yerel farklılıkların giderek ortadan kalktığı sıradanlaşan bir hale gelmektedir. Bu hız ve küreselleşme, olumlu etkilerinin yanı sıra birçok olumsuz etkilere de sahiptir. Olumsuz etkilerin önemli bir kısmı kültürel alanda görülmektedir. Bu tek tip yaşam biçimi yemekten sinemaya, müzikten sanata her alanda kendini göstermektedir. Bu sıradanlık ve tek tipleşme karşısında kültürel değerleri ön planda tutan bir hareket olarak “*sakin hareketi*” ortaya çıkmıştır (Sezgin ve Ünüvar, 2011: 107).

Sakin hareketi, küreselleşmenin olumsuz yönlerine dikkat çekerek dünyanın her bir bölgesindeki toplumların unutulmaya yüz tutan kültürel değerlerinin yeniden hatırlanmasını, korunmasını ve sahip çıkılmasını amaçlamaktadır. Hıza karşı bir tepki olan bu hareket, saate sürekli bakarak aceleci bir tutum sergilemenin yaşam kalitesini düşüreceğini, zamanın hızını keserek her şeyin makul hızda yapılması gerektiğini savunan diğer hareketlerle “yavaşlık” ortak paydasına sahiptir. “Hız”ın karşıtı olan “yavaşlık” taraftarlarının amacı kapitalist düzeni yıkmak değil, bu düzeni daha insancıl hale getirmeye çalışmaktır. Her şey daha makul bir hızda üretildiğinde ve tüketildiğinde insanlar daha iyi bir yaşama sahip olabileceklerdir (Honoré, 2008: 17).

Unutulan kültürel değerlere sahip çıkmak ve korumak için yola çıkan sakin hareketi pek çok alanda etkisini kısa sürede göstermiştir. Sakin hareketinden etkilenen hareketlerin başında ise “Slow Food” bir diğer ifadeyle sakin yemek hareketi gelmektedir. Sakin yemek, ilk sakin hareket olarak İtalya’da 1986 ortaya çıkmıştır. Slow Food Birliği’nin kurulduğu ilk yıllarda amacı İtalyan şarap kültürünün geliştirilmesi ve tanıtılması iken, zaman ilerledikçe kar amacı gütmeyen, ortak bir kültür çatısı altında gönüllü üyelerden oluşan bir kuruluş halini almıştır (Petrini ve Padovani, 2012: 18). Slow Food hareketinin çıkış noktası ise İtalya’nın Roma şehrindeki turistik mekânlardan biri olan İspanyol Merdivenlerinde (Piazza di Spagna) bir McDonald’s şubesi açılacağı duyulmasının ardından İtalyan gazeteci ve gastronomi yazarı Carlo Petrini ve bir grup duyarlı göstericiler tarafından protesto edilmesidir. Petrini’nin önderliğindeki grup, meydanı ziyarete gelen yerli/yabancı turistlere ve oradaki Romalılara İtalyan yemeklerini ikram etmişler ve amaçlarının sadece McDonald’s restoranının açılışını engellemek, onlara karşı protesto eylemlerinde bulunmak olmadığını, amaçlarının fastfood tarzı kitlesel bir şekilde üretilmiş küresel yemeklere karşı lezzetli yemekleri savunmak olduğunu belirtmişlerdir (Nilsson vd., 2011: 374). Sakin hareketi zaman içinde sakin yaşam, sakin turizm, sakin seyahat, sakin işletmecilik, sakin para, sakin ticaret, sakin eğitim ve sakin şehir şeklinde çeşitlenmiştir (Ünal ve Zavalı, 2016: 895).

Sakin hareketinin çeşitliliğinin ve taraftarlarının artmasına karşın küreselleşen dünyanın hız odaklı ve karmaşık yapısı sakin yaşamın uygulanmasını oldukça zorlaştırmaktadır (Karakurt Tosun, 2013: 225). Ancak yerelliği ön plana çıkarmak ve küreselleşmeye karşı durmak için yola çıkan sakin hareketi, farklı konular, coğrafyalar ve kültürler üzerinde hızla yayılıp etki ve gelişme göstermiş ve küresel çapta benimsenmeye başlamıştır (Ünal ve Zavalı, 2016: 895).

İtalyanca “Citta” ve İngilizce “slow” kelimelerinin bir araya gelmesiyle oluşan Cittaslow kavramı “yavaş şehir” veya “sakin şehir” anlamına gelmektedir (Tunçer ve Olgun, 2017: 1021). Küreselleşmenin etkisiyle şehirler büyümeye, kültürel değerlerden uzaklaşmaya, fast-food tarzı restoranların sayısının giderek artmasıyla da standartlaşan ve sıradanlaşan lezzet kültürü oluşmaya başlamıştır (Çıtak, 2016: 2693). Küreselleşmenin kültürel mirasa, şehirlerin kendine özgü yapısına ve insan hayatına olumsuz etkilerini ifade eden Cittaslow kavramı, İtalya’nın *Greve in Chianti* şehrinin eski belediye başkanı Paolo Saturnini tarafından 1999 yılında gündeme

getirilmiştir. Cittaslow hareketi, şehir sakinlerinin yaşamlarından ve şehre gelen ziyaretçilerin deneyimlerinden zevk almaları için şehrin doğal dokusunun, renginin ve öyküsünün uyum içerisinde olmasını ve korunmasını amaçlamaktadır. Cittaslow, yöresel el sanatları ve yöresel lezzetler gibi yöreye özgü değerlerin unutulmasını engellemeyi, bu değerlerin gelecek nesillere aktarılmasını ve şehri ziyarete gelenlerle paylaşılmasını amaçlayan bir eylemdir (Yurtseven vd., 2010: 18). Cittaslow, yerel üretimi teşvik etmek, küçük ölçekli esnafı destekleyip kalkınmasını sağlamak, yöreye has değerlerin, yerel yapıların ve mimarinin, geleneksel ve kültürel ürünlerin korunmasını sağlamak gibi hedeflerle başlamıştır (Kadıoğlu, 2009: 72-76).

Cittaslow, kurulduğu yıldan günümüze bünyesinde 30 ayrı ülkeden 262 şehir ve beldeyi barındıran, Cittaslow adı altında belirli bir misyonu, logosu ve belli başlı ilke ve kriterleriyle şehirleri bir çatı altında toplayan, gün geçtikçe de popüleritesi artan, araştırmalarını turizm üzerine yoğunlaştıran araştırmacıların ilgisini çeken şehirler ağıdır. Türkiye’de 17 Cittaslow şehri bulunmaktadır. Bu şehirlerin ilki İzmir ilinin Seferihisar ilçesidir. Diğerleri Muğla-Akyaka, Çanakkale-Gökçeada, Şanlıurfa-Halfeti, Sakarya-Taraklı, Kırklareli-Vize, Isparta-Yalvaç, Aydın-Yenipazar, Ordu-Perşembe, Artvin-Şavşat, Erzurum-Uzundere, Sinop-Gerze, Bolu-Göynük, Isparta-Eğirdir, Bolu-Mudurnu, Muğla-Köyceğiz ve Bitlis-Ahlat ilçeleridir (<https://cittaslowturkiye.org>).

Sakin şehirler ağına katılmak için üyelik başvurusunda bulunan şehirlerin yerine getirmesi gereken kriterlerden biri misafirperverliktir. Sakin şehirde yaşayanların şehri ziyarete gelen ziyaretçilere olan tavır ve davranışları, ziyaretçilerin şehri tercih etme nedenlerini etkileyen önemli faktörlerden birisi olabilmektedir. Misafirperverlik, şehir hakkında edinilecek ilk izlenimin olumlu olmasında da etkili olabilmektedir. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı, sakin şehirde yaşayanların misafirperverlik anlayışlarının şehri ziyaret eden yerli turistlerin tatmininde ve buna bağlı olarak da bu şehri tekrar ziyaret etme niyeti ve sadakati üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Elde edilecek sonuçlar, şehir sakinlerinin Cittaslow hakkında ne kadar bilinçli olduğunu, Cittaslow kriterlerinden biri olan misafirperverlik kriterini şehri ziyarete gelen turistler üzerinde ne kadar uygulayabildiğini ve misafirperverlik anlayışının şehre gelen yerli turistlerin tatmininde, şehri tekrar ziyaret etme niyetinde ve sadakatinde ne derece etkili olduğunun ortaya koyması açısından önemlidir.

Çalışma devamında ilk olarak sakin şehir olabilme kriterleri ve bu kriterlerden misafirperverlik kriteri ele alınmakta, sonrasında ise misafirperverlik üzerine yapılmış olan ilgili literatüre yer verilmektedir. İlgili literatüre dayanılarak araştırma hipotezleri ve araştırma modeli belirlenmiştir. Sonuç bölümünde ise araştırma bulguları teorik ve pratik açıdan değerlendirilerek gelecekteki araştırmalar için öneriler sunulmuştur.

SAKİN ŞEHİR OLABİLME KRİTERLERİ VE MİSAFİRPERVERLİK

Bir şehrin sakin şehir unvanını kazanabilmesi için belli başlı özelliklere sahip olması gerekmektedir. Örneğin Cittaslow Birliği’ne üye olabilmek için şehrin nüfusunun 50.000’den az olması; aday şehirde küreselleşmenin etkisiyle standartlaşan dünya yapısından korunmak için gerekli adımların atılması ve geleneksel yapıların korunması; yerel ürünler ve yerel ürünleri üreten ve satan işletmelere destek olunması; şehrin kendine has yapılarının korunması; çevre dostu mimari yapıların şehre hâkim olması sağlanması bu özelliklerden bazılarıdır (Ak, 2017: 890).

Cittaslow ağına katılmak isteyen bir şehrin birtakım düzenlemeleri yapması, projeleri gerçekleştirilmesi ve belirli kriterlerden şehrin yeterli puanı alması gerekmektedir. Bu kriterler çevre politikaları; altyapı politikaları; kentsel yaşam kalitesi politikaları; tarımsal, turistik, esnaf

ve sanatkârlara dair politikalar; misafirperverlik, farkındalık ve eğitim için politikalar; sosyal uyum; ortaklıklar şeklinde sıralanan 7 ana ve 72 alt başlıktan oluşmaktadır. Üyelik için başvuru yapılan şehrin bu kriterlere göre yapılan değerlendirmeden minimum 50 puan alması gerekmektedir (<https://cittaslowturkiye.org>).

Sakin şehirler ağına katılmak için üyelik başvurusunda bulunan şehirlerden, hiçbir zaman bu sakin şehir kriterlerinin tümünü aynı anda karşılaması beklenmemektedir. Bu bağlamda şehirlere, sakin şehir kriterlerini karşılayabilmeleri için zaman verilmektedir. Ayrıca sakin şehir olma yoluna giren şehirlerden beklenti, sakin şehir kriterlerini sağlayamamış olsalar bile ileride sağlayacaklarına dair plan ve projelerinin ana hatlarının belirlenmesidir (Karabağ vd., 2012: 71).

Sakin şehirler, bünyesinde barındırdıkları doğal ve çevresel güzellikleriyle, gezilip görülmesi gereken yerleriyle, tarihi mimari yapılarıyla ve benzeri pek çok çekici özellikleriyle ziyaretçileri kendine çeken varış yerleridir. Bir şehrin çekici olması o şehrin ziyaretçiler açısından tercih listesinde olması için yeterli değildir. Şehir sakinlerinin şehre gelen ziyaretçilere olan tavır ve davranışları da ziyaretçilerin şehri tercih etme nedenlerini etkileyen önemli bir faktördür.

Sakin Şehirler Birliği Türkiye web sitesinde belirtilen *misafirperverlik, farkındalık ve eğitimle* ilgili planlama maddeleri şunlardır (<https://cittaslowturkiye.org>):

- İyi karşılama (Şehri ziyaret edenlere yönelik çalışacak bir karşılama/tanıtım görevlisinin belirlenmesi, görevlendirilmiş kişilerin eğitimi, yönlendirme levhaları, ziyaretçilere uygun altyapı olanakları ve tanıtım ofisleri gibi bu alanda çalışan kişilerin mesai saatlerinin düzenlenmesi),
- Esnafın ve operatörlerin farkındalıklarını arttırmak (Fiyatların ve tarifelerin açık bir şekilde sergilenmesi),
- Sakin güzergâhların mevcut olması (Basılı veya internet sayfasında ve web üzerinde),
- Önemli yönetsel kararlara tabandan tavana katılım sürecini sağlayacak aktif tekniklerin benimsenmesi,
- Eğitimciler, yöneticiler ve çalışanların Cittaslow temaları hakkında sürekli eğitim görmesi,
- Sağlık eğitimleri (Obezite, diyabet vb. sorunlara yönelik çalışmalar),
- Yöre halkına Cittaslow'un anlamı hakkında sistematik ve kalıcı eğitim vermek,
- Cittaslow üzerine yerel yönetim ile çalışan derneklerin aktif varlığı,
- Cittaslow kampanyalarının desteklenmesi,
- Cittaslow logosunun internet sayfasında ve antetli kağıt üzerinde kullanımı.

LİTERATÜR ARAŞTIRMASI VE ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ

Anadolu pek çok medeniyete ve bu medeniyetlerin beraberinde getirdikleri kültürlere ev sahipliği yaptığı için Anadolu insanının pek çok tutum ve davranışları bu doğrultuda şekillenmiştir. Türkiye'deki misafirperverlik anlayışının temellerini de bu tutum ve davranışlar oluşturmaktadır (Serçek ve Serçek, 2016: 142). Misafirperverlik turizm alanının yanı sıra siyaset felsefesinden iktisat teorisine kadar çok geniş bir alanda ele alınabilmektedir (Asal, 2017: 73). Örneğin turizm alanında Antalya'daki 5 yıldızlı otellerde konaklayan yabancı turistler üzerinde yaptıkları çalışmada Serçek ve Serçek (2016), otelde çalışan personelin misafirperverlik anlayışının, müşteri memnuniyetini nasıl etkilediğini araştırmışlardır. Araştırma sonucunda, misafire saygı ve içtenliğin memnuniyet üzerinde en çok etkiye sahip faktör olduğu bulunmuştur.

Günümüz dünyasında birçok alanda yaşanan gelişmelere ve değişimlere paralel olarak turizm sektörü de hızla gelişmekte ve ülke ekonomilerinde önemli rol oynamaktadır. Bu durum, destinasyonları turizm pazarından büyük pay sahibi olma çabasına itmekte ve destinasyonlar

arasındaki rekabeti de hızla arttırmaktadır (Can, 2013: 35). Destinasyon seçiminde turistlerin beklentilerinden biri de misafirperverliktir. Bu konuda Kapadokya bölgesindeki turistlerin destinasyon seçimi öncesi beklentilerini ve satın alma sonrası değerlendirmelerini araştırdığı çalışmada Ünal (2019: 137), turistlerin destinasyonda kendilerini huzurlu hissetme, yerel halkın kendilerine karşı tutumu, bölgedeki esnafın kendilerine yönelik davranışları konusunda yüksek düzeyde beklentiye sahip olduklarını bulmuştur. Diyarbakır'da yabancı turistler üzerinde destinasyon marka bağlılığını ölçmeye yönelik yapılan bir araştırmada da misafirperverlik anlayışının destinasyon marka sadakati üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu bulunmuştur (Taşkın ve Karadamar, 2016: 215). Kapadokya bölgesini ziyarete gelen turistlerin misafirperverlik algısının ölçüldüğü başka bir çalışmada ise turistlerin geleneksel misafirperverliğe yönelik olarak pozitif bir algıya sahip oldukları bulunmuştur (Kaya vd., 2018: 147). Destinasyonların pazarlanmasında kullanılan sloganların incelendiği bir çalışmada ise Türkiye'nin sloganı incelenmiş ve "misafirperverlik" anlayışının Türkiye destinasyonu için çokça vurgulandığı bulunmuştur. Gerçekten de Türkiye için *misafirperverlik* önemli bir özelliktir (Morçin ve İşler, 2017: 1088). Diğer taraftan, Türkiye'deki misafirperverlik anlayışının ve kültürünün diğer ülkelerin vatandaşları tarafından nasıl algılandığı da oldukça önemlidir (Serçek ve Serçek, 2016: 142).

Konaklama hizmeti veren işletmelerin amacı mümkün olduğu kadar çok yeni müşteri elde etmektir. Otel yöneticileri misafirlerini işletmelerinde en iyi şekilde ağırlamanın önemli olduğunu bildiklerinden yeni müşteriler bulmaya ve olası müşterilere ulaşmaya çabalarlar. Bu noktada misafirperverlik gelecekteki başarı için de gereklidir. Konaklama hizmeti veren işletmelerin misafirperverlik anlayışları, müşteri sadakatini doğrudan etkileyebilmektedir (Shoemaker ve Lewis, 1999: 345). Turizm sektöründe misafirperverlik anlayışı problem çözme, empati, isteklilik, dostça yaklaşım boyutlarıyla araştırılmıştır (Kuo vd., 2012). Ancak bu çalışmaya konu olan sakin şehirlerde yaşayanların misafirperverlik anlayışlarının, şehri ziyaret eden yerli turistlerin tatminleri ve şehri tekrar ziyaret etme niyet ve sadakatleri üzerindeki etkisine yönelik bir çalışmaya rastlanmamıştır. Oysaki daha önce de ifade edildiği gibi sakin şehir olabilmenin ana kriterlerinden birisi sakin şehre aday olan yerdeki esnafın ve o şehirde yaşayan insanların misafirperverlik anlayışlarının yeterince iyi düzeyde olmasıdır. Yukarıda ele alınan literatür çerçevesinde geliştirilen hipotezler aşağıda yer almaktadır.

H₁: *Sakin şehirde yaşayanların problem çözme yaklaşımları, sakin şehirden hizmet alan yerli turistlerin tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir.*

H₂: *Sakin şehirde yaşayanların empati gösterebilmesi, sakin şehirden hizmet alan yerli turistlerin tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir.*

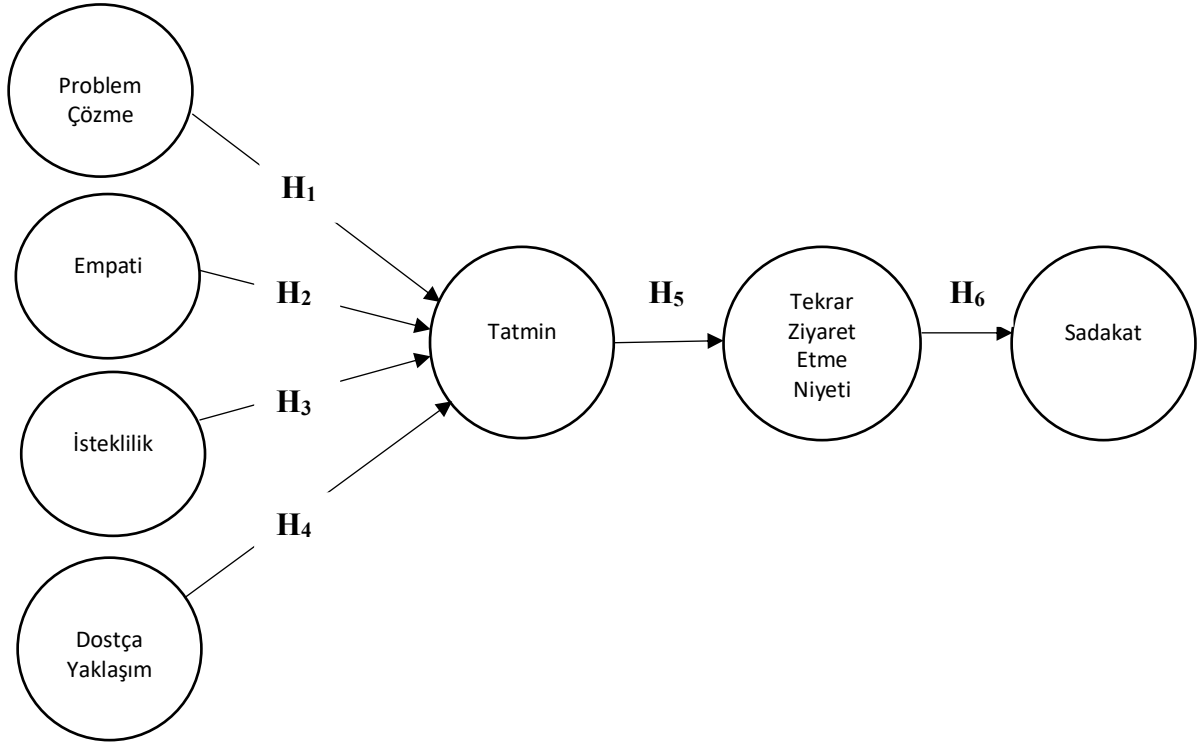
H₃: *Sakin şehirde yaşayanların istekliliği, sakin şehirden hizmet alan yerli turistlerin tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir.*

H₄: *Sakin şehirde yaşayanların dostça yaklaşımı, sakin şehirden hizmet alan yerli turistlerin tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir.*

H₅: *Sakin şehirden hizmet alan yerli turistlerin tatmini, onların şehri tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir.*

H₆: *Sakin şehirden hizmet alan yerli turistlerin tekrar ziyaret etme niyeti, onların sadakati üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir.*

Yukarıda ifade edilen hipotezler çerçevesinde oluşturulan araştırma modeli aşağıdaki Şekil 1'de görülmektedir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

YÖNTEM

Araştırmanın amacı, İzmir'in Seferihisar ilçesinde yaşayanların misafirperverlik anlayışlarının şehre gelen yerli turistlerin tatminlerine ve bunun da tekrar ziyaret etme niyet ve sadakatine etkisini ortaya koymaktır. İlgili literatür incelendiğinde dünyada ve Türkiye'de bu alanda doğrudan yapılmış bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Oysaki sakin şehir olabilmenin ana kriterlerinden birisi şehirde yaşayanların misafirperverlik anlayışlarının iyi düzeyde olmasıdır. Eğer misafirperverlik kriteri tam olarak gerçekleştirilebilir ise sakin şehir olma ve kalabilme yolunda da çok önemli bir adım da atılabilecektir. Misafirperverlik bu çalışmada ele alındığı şekilde şehri ziyarete gelen yerli turistlerin tatmini, şehri tekrar ziyaret etme niyeti ve sadakati üzerinde de oldukça etkili olabilecek bir kriterdir. Araştırma sonuçları sakin şehir olmak isteyen veya sakin şehir kabulünü alan şehirlerin misafirperverliğinin hangi boyutlarını geliştirmelerinin yerli turistlerin tatmini, şehri tekrar ziyaret etme niyeti ve sadakati üzerindeki etkili olduğunu ortaya koyması açısından önemlidir.

Araştırma verileri, Türkiye'nin ilk sakin şehri olan İzmir'in Seferihisar ilçesine gelen yerli turistler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Seferihisar, 28 Kasım 2009 tarihinde Cittaslow ağına katılmıştır ve ağa katılan ilk şehir olması nedeniyle Türkiye'deki karar merkezi ve Cittaslow'un Türkiye başkenti konumundadır (<https://cittaslowturkiye.org>). 369 km² alana kurulu olan ilçenin nüfusu Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2017 yılı verilerine göre 40.785'tir (<https://tuik.gov.tr>). Lidyalılar, İranlılar, Atinalılar, Spartalılar ve Selçuklular gibi pek çok medeniyetin hüküm sürdüğü ve tarihi M.Ö. 2000'li yıllara dayanan Seferihisar, oldukça zengin tarihi ve kültürel bir mirasa sahiptir (Soykan ve Emekli, 2004: 8). Seferihisar, Türkiye'nin ilk sakin şehri olduğu için araştırmanın evreni olarak seçilmiştir. Araştırmada, kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırma için ulaşılabilecek örneklem büyüklüğü belirlenirken, Sekaran (2003: 294) tarafından belirtilen

ana kütleye göre belirlenen maksimum örneklem büyüklüğü sayısı (minimum 384 kişi) dikkate alınmıştır.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formunda yer alan soruların anlaşılabilirliğini test etmek ve eksiklikleri belirlemek için öncelikle bir pilot çalışma yapılmıştır. Pilot çalışma, 24 Eylül 2018-30 Eylül 2018 tarihleri arasında araştırmamanın hedef kitlesi içerisinde yer alan 35 kişi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Yüz yüze anket yönteminin kullanıldığı bu pilot çalışma sonucunda anket formundaki ifadeler üzerinde bazı küçük düzeltmeler yapılmış ancak herhangi bir ifade anketten çıkarılmamıştır. Pilot çalışmanın devamında araştırma 1-14 Ekim 2018 tarihleri arasında İzmir'in Seferihisar ilçesine gelen yerli turistler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Veri toplama süreci sonucunda 418 anket toplanmıştır. Ancak eksik ve/veya hatalı doldurulması nedeniyle çıkarılan anketler sonucunda toplam 390 anket analizlerde kullanılmıştır. Verilerin analizinde IBM SPSS 23 ve Smart PLS 3.2.8 paket programları kullanılmıştır.

Anket formunda "kategorik sorular" ve "Likert ölçek soruları" olmak üzere iki bölüm bulunmaktadır. Anket formunun ilk bölümünde Seferihisar ilçesindeki yerel halkın misafirperverliği dört boyutta (problem çözme, empati, isteklilik, dostça yaklaşım) ele alınmıştır. Misafirperverliğe ilişkin sorular (25 soru) Kuo ve arkadaşlarının (2012); tatmin (8 soru), tekrar ziyaret etme niyeti (3 soru) ve sadakat (5 soru) boyutlarına ilişkin sorular ise Bosnjak ve arkadaşları (2011) ile Stylos ve arkadaşlarının (2016) çalışmalarında kullandıkları ölçek sorularından yararlanılarak oluşturulmuştur. Ölçek soruları 5'li likert ölçeği (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum) kullanılarak değerlendirilmiştir. Anket formunun ikinci bölümünde ise katılımcıların özelliklerine ilişkin kategorik sorular ile katılımcıların Cittaslow kavramı hakkında genel olarak bilgi sahibi olup olmadıkları, daha önce bir Cittaslow şehrini ziyaret edip etmedikleri ve Seferihisar'ın Cittaslow Birliği'ne üye şehir olduğunu bilip bilmediklerine ilişkin sorular da bulunmaktadır.

BULGULAR

Verilerinin analizinde ilk olarak katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek için frekans analizi yapılmıştır. Daha sonra analizlerde kullanılan ölçek boyutlarının güvenilirlik ve geçerlilikleri analiz edilmiş ve sonrasında önerilen araştırma modeli test edilmiştir.

Cevaplayıcılara İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan yerli turistlerin demografik özelliklerine ilişkin veriler aşağıdaki Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1'de görüldüğü üzere cevaplayıcıların cinsiyetlerinin eşit olduğu ve yaklaşık %60'ının 21-40 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Evli olanların oranı bekâr olanlara göre biraz fazladır. Katılımcıların yaklaşık %64'ü lise ve lisans eğitime sahiptir. Ayrıca katılımcıların yarısından fazlasının (%61,7) aylık gelirinin 1501TL – 3500 TL arasında olduğu ve araştırmaya en çok katılan meslek grubunun özel sektör çalışanlarından (yaklaşık %40) olduğu görülmektedir.

Tablo 1 incelendiğinde, katılımcıların büyük kısmının Cittaslow kavramının ne olduğunu ve niçin kullanıldığını genel olarak da olsa önceden bildiği görülmektedir. Ancak daha önce bir Cittaslow şehrini ziyaret edenlerle etmeyenlerin yaklaşık oranlarda olduğu görülmektedir. Seferihisar'ın Cittaslow Birliği'ne üye olduğunu bilenlerin oranı ise bilmeyenlere göre biraz daha

fazladır. Ancak yaklaşık %43'lük bir oran Seferihisar'ın Cittaslow Birliği'ne üye olduğunu bilmeyenlerden oluşmaktadır. Bir diğer ifadeyle Seferihisar'a gelenlerin önemli bir kısmı (%43'ü) Seferihisar'ın sakin şehir olduğunu bilmeden Seferihisar'a gelmiştir. Bu sonuç şehir yönetiminin Seferihisar'ın sakin şehir olduğu konusunda daha fazla bilgilendirme ve tanıtım yapması gerektiğini göstermektedir.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Yerli Turistlerin Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler		f	%
Cinsiyet	Kadın	195	50,0
	Erkek	195	50,0
Yaş	20 yaş ve altı	31	7,9
	21-30 yaş arası	134	34,4
	31-40 yaş arası	102	26,2
	41-50 yaş arası	62	15,9
	51-60 yaş arası	40	10,3
	61 yaş ve üzeri	21	5,3
Eğitim Durumu	İlköğretim	34	8,7
	Lise	103	26,4
	Ön Lisans	48	12,3
	Lisans	146	37,4
	Yüksek Lisans	49	12,6
	Doktora	10	2,6
Medeni Durum	Evli	212	54,4
	Bekâr	178	45,6
Gelir Düzeyi	1500 TL ve altı	75	19,2
	1501 TL – 2500 TL	89	22,8
	2501 TL – 3500 TL	77	19,8
	3501 TL – 4500 TL	65	16,7
	4501 TL – 5500 TL	25	6,4
	5501 TL – 6500 TL	16	4,1
	6501 TL – 7500 TL	13	3,3
	7501 TL ve üzeri	30	7,7
Meslek	Kamu Çalışanı	87	22,3
	Özel Sektör Çalışanı	155	39,8
	Emekli	50	12,8
	Öğrenci	71	18,2
	Diğer	27	6,9
Cittaslow kavramının içeriğini biliyor musunuz?	Evet	285	73,1
	Hayır	105	26,9
Daha önce başka bir Cittaslow şehrini ziyaret ettiniz mi?	Evet	186	47,7
	Hayır	204	52,3
Seferihisar'ın Cittaslow Birliği'ne üye olduğunu biliyor muydunuz?	Evet	224	57,4
	Hayır	166	42,6
Toplam		390	100

Ölçüm Modelinin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi Sonuçları

Araştırma modelinin test edilmesinde yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Yapısal eşitlik modellemesi pazarlama alanında oldukça popüler olan bir istatistik tekniğidir (Henseler, 2017: 361). Bu çalışmada yapısal eşitlik modellemesi tekniklerinden araştırma modelinin test edilmesinde varyans bazlı yapısal eşitlik modelleme tekniği olarak PLS SEM kullanılmıştır.

PLS SEM tekniği, kovaryans bazlı SEM tekniklerine göre parametrik olmayan yapısı (normal dağılımı gerektirmemesi), karmaşık modelleri ele alabilmesi, istatistiki gücü, küçük örneklemle çalışabilmesi ve uyum iyiliği değerlerini gerektirmemesi gibi özelliklere sahiptir (Sarstedt vd., 2017: 11-14). Bu çalışmada yeterli örneklem büyüklüğüne ulaşılmıştır. Ancak normal dağılım gerektirmediği için bu çalışmada PLS SEM tekniği tercih edilmiştir. Analizlerde kullanılan ölçek boyutlarının güvenilirlik ve geçerlilikleri ile sonrasında önerilen araştırma modelinin testi Smart PLS 3.2.8 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Araştırmada yer alan boyutların geçerlilik ve güvenilirlik analizi kapsamında verilerin iç tutarlılık güvenilirliği, birleşme geçerliliği ve ayrışma geçerliliği analizleri yapılmıştır. Güvenilirlik (Cronbach's Alfa) ve birleşik güvenilirlik (Composite Reliability/CR) değerleri hesaplanmıştır. Faktör yükleriyle açıklanan ortalama varyans (AVE=Average Variance Extracted) değerleri birleşme geçerliliğinin analizi için kullanılmıştır. Cronbach's Alfa ve CR değerleri ölçeğin içerdiği maddelerin birbiriyle ne ölçüde tutarlı olduğunu ölçmek için kullanılırken, AVE değeri gizil yapıyı temsil eden belirli ifadeler arasındaki yakınlaşmanın ölçüsünü görmek için kullanılmaktadır.

Hair ve arkadaşlarına (2014: 618-619) göre faktör yükleri 0,50'nin üzerinde, Cronbach's Alfa ve Birleşik Güvenilirlik (CR) değerleri 0,70'in üzerinde ve Açıklanan Ortalama Varyans (AVE) değeri de 0,50'nin üzerinde olmalıdır. Bu çalışmada kullanılan ölçekte 41 ifade değerlendirilmiş olup, ölçeğin genel güvenilirliğine ilişkin Cronbach's Alfa katsayısı 0,961 bulunmuştur. Bu sonuç literatürde kabul edilen 0,70 değerinin üzerinde olduğundan ölçeğin genel güvenilirliğinin oldukça yüksek olduğu ifade edilebilir. Tablo 2'de araştırma modelinde yer alan boyutların ölçüm modeli analiz sonuçları görülmektedir.

Tablo 2 incelendiğinde, tüm ifadelerin faktör yüklerinin 0,50 eşik değerinin üzerinde olduğu görülmektedir. Analiz sırasında faktör yükü 0,50'nin altında bulunan Tatmin6 ifadesi analizden çıkarılmıştır. Dolayısıyla ölçüm modeli ve sonrasındaki yapısal eşitlik modeline ilişkin analizler faktör yükü 0,50'nin üzerinde olan 40 adet ifade kullanılarak yapılmıştır. Tablo 2 incelendiğinde, boyutların Cronbach's Alfa katsayılarının 0,841 ile 0,916 arasında; Birleşik Güvenilirlik (CR) Değerlerinin 0,894 ile 0,947 arasında olduğu görülmektedir. Literatürdeki eşik değerlerin üzerinde olan bu değerler, ölçeğin iç tutarlılığının sağlandığını göstermektedir.

Boyutların AVE değerleri ise 0,508 ile 0,856 arasındadır. Bu değerler de birleşme geçerliliğinin sağlandığını göstermektedir. Bu değerler kabul edilebilir bir eşik değer olan 0,50'nin üzerindedir. Elde edilen değerler, ortalama olarak, içeriğindeki ifadelerin varyansının %50'sinden fazlasını açıkladığını göstermektedir (Sarstedt vd., 2017: 17).

Bu çalışmada, ayrışma geçerliliğinin belirlenmesinde Fornell ve Larcker (1981) ile Henseler ve arkadaşları (2015: 116) tarafından önerilen kriterler kullanılmıştır. Ayrışma geçerliliği, kavramsal olarak benzer olan iki yapının farklılıklarının derecesinin ölçümünde kullanılmaktadır. Fornell ve Larcker (1981) kriterine göre çalışmada yer alan boyutların AVE değerlerinin karekökü, bu boyutların birbirleri arasındaki korelasyondan yüksek olmalıdır. Tablo 3'te Fornell ve Larcker (1981) kriterine göre yapılan ayrışma geçerliliği analiz sonuçları görülmektedir.

Tablo 2. Ölçüm Modeli Analiz Sonuçları

Ölçek Boyutları	İfadelerin Kısaltması	Faktör Yüğü	Cronbach's Alpha Değeri	Birleşik Güvenilirlik (CR) Değeri	Açıklanan Ortalama Varyans (AVE) Değeri
Dostça Yaklaşım	DostcaY1	0,779	0,859	0,898	0,639
	DostcaY2	0,767			
	DostcaY3	0,869			
	DostcaY4	0,801			
	DostcaY5	0,778			
Empati	Empati1	0,758	0,860	0,900	0,643
	Empati2	0,829			
	Empati3	0,861			
	Empati4	0,812			
	Empati5	0,743			
İsteklilik	Isteklilik1	0,812	0,841	0,894	0,678
	Isteklilik2	0,813			
	Isteklilik3	0,867			
	Isteklilik4	0,798			
Problem Çözme	ProblemC1	0,703	0,902	0,918	0,508
	ProblemC2	0,704			
	ProblemC3	0,694			
	ProblemC4	0,743			
	ProblemC5	0,751			
	ProblemC6	0,800			
	ProblemC7	0,751			
	ProblemC8	0,766			
	ProblemC9	0,688			
	ProblemC10	0,703			
	ProblemC11	0,501			
Tatmin	Tatmin1	0,756	0,889	0,914	0,604
	Tatmin2	0,781			
	Tatmin3	0,817			
	Tatmin4	0,845			
	Tatmin5	0,771			
	Tatmin7	0,668			
	Tatmin8	0,789			
Tekrar Ziyaret Niyeti	TZNiyeti1	0,927	0,916	0,947	0,856
	TZNiyeti2	0,950			
	TZNiyeti3	0,897			
Sadakat	Sadakat1	0,802	0,911	0,934	0,739
	Sadakat2	0,862			
	Sadakat3	0,875			
	Sadakat4	0,902			
	Sadakat5	0,853			

Tablo 3. Fornell – Larcker Kriterine Göre Ayırışma Geçerliliği Analiz Sonuçları

	Dostça Yaklaşım	Empati	Problem Çözme	Sadakat	Tatmin	Tekrar Ziyaret Niyeti	İsteklilik
Dostça Yaklaşım	0,800						
Empati	0,535	0,802					
Problem Çözme	0,563	0,677	0,713				
Sadakat	0,577	0,508	0,496	0,859			
Tatmin	0,645	0,557	0,545	0,757	0,777		
Tekrar Ziyaret Niyeti	0,520	0,462	0,458	0,803	0,736	0,925	
İsteklilik	0,536	0,699	0,590	0,523	0,588	0,446	0,823

Not: Tabloda koyu renkli ve kalın olarak yazılan rakamlar AVE'nin karekök değerleridir.

Tablo 3 incelendiğinde, her bir boyutun açıklanan ortalama varyans (AVE) değerinin karekökünün diğer boyutlarla olan korelasyondan yüksek olduğu görülmektedir.

Henseler ve arkadaşları (2015) tarafından önerilen HTMT kriteri (Heterotrait-MonotraitRatio), araştırmada yer alan tüm değişkenlere ait ifadelerin korelasyonlarının ortalamasının aynı değişkene ait ifadelerin korelasyonlarının geometrik ortalamalarına oranlarını ifade etmektedir. Henseler ve arkadaşları (2015) çalışmalarında HTMT değerinin 0,85'in altında olması gerektiğini ancak benzer içeriğe sahip boyutlar arasındaki HTMT değerinin 0,90'a kadar çıkabileceğini belirtmişlerdir. Tablo 4'te Henseler ve arkadaşları (2015) tarafından önerilen HTMT kriterine göre elde edilen ayırışma geçerliliği analiz sonuçları görülmektedir.

Tablo 4. Henseler ve Arkadaşları (2015) Tarafından Önerilen HTMT Kriterine Göre Ayırışma Geçerliliği Analiz Sonuçları

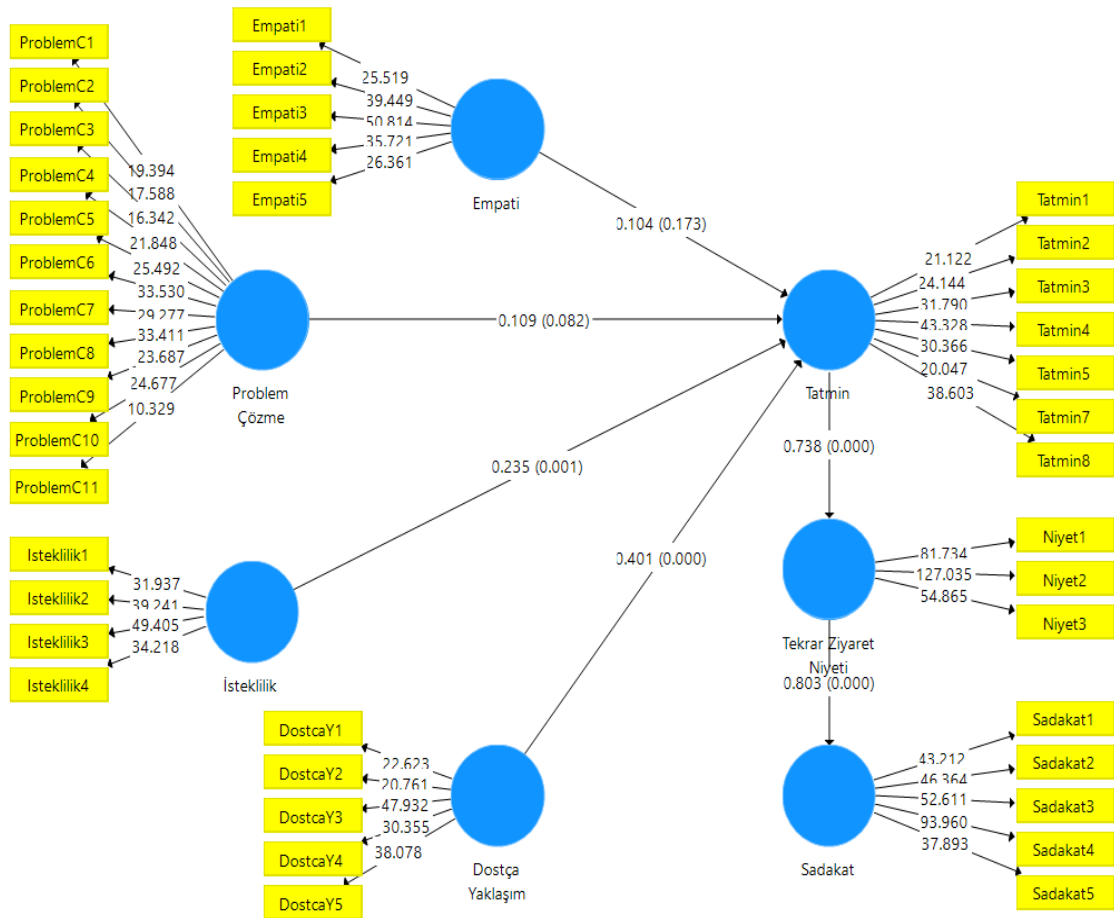
	Dostça Yaklaşım	Empati	Problem Çözme	Sadakat	Tatmin	Tekrar Ziyaret Niyeti	İsteklilik
Dostça Yaklaşım							
Empati	0,618						
Problem Çözme	0,639	0,767					
Sadakat	0,650	0,573	0,540				
Tatmin	0,731	0,635	0,599	0,840			
Tekrar Ziyaret Niyeti	0,582	0,519	0,499	0,874	0,812		
İsteklilik	0,626	0,818	0,673	0,595	0,679	0,507	

Tablo 4 incelendiğinde, analizde yer alan boyutların HTMT değerlerinin, bir ilişki dışında (tekrar ziyaret niyeti ile sadakat boyutları arasındaki ilişki) eşik değer olan 0,85 değerinden düşük olduğu görülmektedir. Pazarlama literatüründe bilindiği üzere tekrar ziyaret niyeti ile sadakat boyutları oldukça yüksek ilişkiye (0,874) sahip boyutlardır. Ancak bu iki boyut arasındaki ilişki, üst eşik değer olan 0,90 HTMT değerinin altında bulunmuştur.

Tablo 3 ve Tablo 4 birlikte değerlendirildiğinde, bu araştırmada yer alan boyutlar arasında ayırışma geçerliliğinin sağlandığı ifade edilebilir. Sonuç olarak, araştırma boyutları yapısal eşitlik analizi yapmaya uygun bulunmuştur.

Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) Analizi Sonuçları

Araştırma modelinin güvenilirliğinin ve geçerliliğinin analizinden sonra hipotezleri test etmek amacıyla önerilen araştırma modeli yapısal eşitlik modeli analiziyle incelenmiştir. Modelde empati, problem çözme, isteklilik ve dostça yaklaşım boyutları tatmini etkileyen dışsal değişkenleri oluşturmaktadır. Modelde yer alan tatmin, tekrar ziyaret niyeti ve sadakat boyutları ise içsel değişkenleri oluşturmaktadır. Araştırma modelinin analiz edilmesinde kısmi en küçük kareler yol analizi (PLS-SEM) kullanılmıştır. Modelin değerlendirilmesinde R^2 , β ve t değerleri (t değeri>1,96) gibi temel ölçümler ile tahmin gücü (Q^2) ve etki büyüklüğü (f^2) değerleri incelenmiştir. Ölçüm modeli için PLS algoritması, tahmin gücü (Q^2) değerini hesaplamak için ise Blindfolding analizi çalıştırılmıştır. PLS yol katsayılarının anlamlılıklarını ölçmek için yeniden örnekleme tekniğiyle örneklemden 5000 alt örnekleme alınarak t değerleri yeniden hesaplanmıştır. Şekil 2'de araştırma modelinin yapısal eşitlik modellemesi (PLS-SEM) analiz sonuçları görülmektedir.



Şekil 2: Yapısal Eşitlik Modellemesi (PLS-SEM) Sonucu

Yapısal eşitlik modellemesi analiz sonuçları Tablo 5'te görülmektedir.

Tablo 5. Yapısal Eşitlik Modellemesi Analiz Sonuçları

Hipotez	Yollar	Standardize Beta Katsayısı	Standart Hata	T İstatistiği	P Değeri	R ² Değeri	f ² Değeri	Q ² Değeri	VIF Değeri	Sonuç
H ₁	Problem Çözme → Tatmin	0,109	0,063	1,742	0,082	0,515	0,012	0,287	2,109	Desteklenmedi
H ₂	Empati → Tatmin	0,104	0,077	1,363	0,173		0,009		2,512	Desteklenmedi
H ₃	İsteklilik → Tatmin	0,235	0,071	3,298	0,001		0,053		2,153	Desteklendi
H ₄	Dostça Yaklaşım → Tatmin	0,401	0,066	6,045	0,000		0,202		1,639	Desteklendi
H ₅	Tatmin → Tekrar Ziyaret Niyeti	0,738	0,026	28,344	0,000	0,541	1,178	0,438	1,000	Desteklendi
H ₆	Tekrar Ziyaret Niyeti → Sadakat	0,803	0,022	37,176	0,000	0,645	1,819	0,441	1,000	Desteklendi

Tablo 5 incelendiğinde H₁ hipotezini ifade eden problem çözme boyutunun tatmin üzerindeki etkisi yaklaşık 0,11'dir. Ancak H₁ hipotezinin anlamlılık değeri $p=0,082$ ($p<0,05$) olduğu için bu etki anlamlı bir etkiye sahip değildir. Dolayısıyla önerilen H₁ hipotezi desteklenmemiştir. Benzer şekilde H₂ hipotezini ifade eden empati boyutunun tatmin üzerindeki etkisi de yaklaşık 0,10'dur. Ancak H₂ hipotezinin anlamlılık değeri de $p=0,173$ ($p<0,05$) olduğu için bu etki de anlamlı bir etkiye sahip değildir. Dolayısıyla önerilen H₂ hipotezi de desteklenmemiştir.

İsteklilik boyutunun tatmin üzerindeki etkisini ifade eden H₃ hipotezinin anlamlılık değeri $p=0,001$ ($p<0,05$) olduğu için önerilen bu hipotez desteklenmiştir. Bu hipoteze ilişkin etki oranını ifade eden standardize beta katsayısı incelendiğinde, isteklilik boyutunun tatmin üzerinde 0,235 düzeyinde bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Dostça yaklaşım boyutunun tatmin üzerindeki etkisini ifade eden H₄ hipotezinin anlamlılık değeri de $p=0,000$ ($p<0,05$) bulunmuştur. Dolayısıyla önerilen bu hipotez desteklenmiştir. H₄ hipotezine ilişkin etki oranını ifade eden standardize beta katsayısı incelendiğinde ise dostça yaklaşım boyutunun tatmin üzerinde 0,401 gibi oldukça yüksek bir etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Tatminin yerli turistlerin tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkisini ifade eden H₅ hipotezinin p değeri incelendiğinde $p=0,000$ ($p<0,05$) olduğu için önerilen hipotez anlamlı bulunmuştur. Dolayısıyla H₅ hipotezi desteklenmiştir. H₅ hipotezine ilişkin etki oranını ifade eden standardize beta katsayısı incelendiğinde ise tatmin boyutunun yerli turistlerin Seferihisar'ı tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde 0,738 düzeyinde oldukça yüksek bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Yerli turistlerin tekrar ziyaret niyetinin sadakat üzerindeki etkisini ifade eden H₆ hipotezinin p değeri incelendiğinde $p=0,000$ ($p<0,05$) olduğu için önerilen hipotez anlamlı bulunmuştur.

Dolayısıyla H₆ hipotezi de desteklenmiştir. H₆ hipotezinin standardize beta katsayısı incelendiğinde yerli turistlerin Seferihisar'ı tekrar ziyaret niyetinin sadakat üzerinde 0,803 düzeyinde oldukça yüksek bir etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 5 incelendiğinde, tüm değişkenlere ait VIF (Variance Inflation Factor) değerlerinin eşik değer olan 5'in (Ali vd., 2018: 529; Garson, 2016: 77) altında olduğu görülmektedir. Bu nedenle değişkenler arasında doğrusallık problemi olmadığı ifade edilebilir.

İçsel modelin analizinde Hair ve arkadaşları (2017) her bir dışsal gizil değişkenin açıklanan varyansını ifade eden R² değerinin de analiz edilmesini önermektedir. Modele ait elde edilen R² değerleri incelendiğinde, problem çözme, empati, isteklilik ve dostça yaklaşım boyutlarının yerli turistlerin tatminini yaklaşık %52 oranında açıkladığı görülmektedir. Yerli turistlerin tatmini tekrar ziyaret etme niyetinin %54'ünü (R² = 0,541), tekrar ziyaret etme niyeti de sadakatin yaklaşık %65'ini (R² = 0,645) açıklamaktadır.

Hair ve arkadaşları (2017) çalışmalarında R² değerine ek olarak reflektif içsel modelin değerlendirilmesinde f² ve Q² değerlerinin de incelenmesi gerektiğini ifade etmektedirler. Etki büyüklüğü olarak ifade edilen f² değeri, dışsal gizil değişkendirde açıklanamayan kısmının varyans oranına bağlı olarak R²'deki artışın hesaplanmasını ifade etmektedir. f² değerlerine bakılarak tahmin yapılarının etki büyüklüğü değerlendirilmektedir. Cohen (1988) çalışmasında, f² değerlerini 0.02, 0.15 ve 0.35 aralığında olduğunda sırasıyla küçük, orta ve büyük etki boyutları olarak ifade etmektedir. Bir diğer ifadeyle f² değerleri 0,02 - 0,15 arasında ise küçük; 0,15 - 0,35 arasında ise orta; 0,35 ve üzerinde ise yüksek etki oranı olarak ifade edilmektedir. Tablo 5 incelendiğinde, problem çözme, empati ve isteklilik boyutlarının küçük, dostça yaklaşım boyutunun ise orta etkiye sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca tatmin (f² değeri 1,178) ve tekrar ziyaret etme niyetinin (f² değeri 1,819) f² değerleri de yüksek etkiye sahip olduğu görülmektedir. Blindfolding analizi sonucunda bulunan Q² değeri ise verilen bir gösterge bloğuna ilişkin bir boyutun verilerini modele dahil etmeden modelin tahmini geçerliliğini değerlendirmektedir (Ali vd., 2016: 463). Kestirimsel örneklemin tekrar kullanım tekniği olan Q² değeri tahmini etkililik düzeyinin belirlenmesinde etkili bir kriterdir. Modelin kestirimsel uygunluğa sahip olması için Q²>0 olması gerekmektedir (Peng ve Lai, 2012: 473). Tablo 5 incelendiğinde problem çözme, empati, isteklilik ve dostça yaklaşım boyutlarının Q² değeri 0,287; tatmin ve tekrar ziyaret niyeti boyutlarının Q² değerleri ise sırasıyla 0,438 ve 0,441 bulunmuştur. Bu sonuçlar modelin tahmini geçerliliğe sahip olduğunu göstermektedir.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye'nin ilk sakin şehri olan Seferihisar'a gelen yerli turistlerin, algıladıkları misafirperverlik anlayışlarının tatmine, tatminin de Seferihisar'ı tekrar ziyaret etme niyeti ve sadakatine etkisinin incelendiği bu çalışmada misafirperverlik anlayışları yerel halkın problem çözme, empati kurma, isteklilik ve dostça yaklaşım gösterme şeklinde dört boyutta değerlendirilmiştir. Seferihisar'da gerçekleştirilen araştırmanın verilerinin analizi sonucunda, şehir sakinlerinin dostça yaklaşım (%40) ve isteklilik (%23,5) şeklinde belirlenen misafirperverlik anlayışı boyutlarının şehre gelen turistlerin tatmini üzerindeki anlamlı bir etkisinin olduğu bulunmuştur. Araştırmada ayrıca tatmin olan yerli turistlerin şehri tekrar ziyaret etme niyetinin oldukça yüksek olduğu (%73,8) ve bu niyetin de sadakati üzerinde olumlu bir etkiye (%80) sahip olduğu bulunmuştur. Misafirperverlik anlayışlarından empati ve problem çözme boyutlarının ise Seferihisar'a gelen yerli turistlerin tatmini üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı bulunmuştur. Araştırmadan elde edilen sonuçlar, Kuo ve arkadaşlarının (2012) yaptığı çalışmanın sonuçlarıyla örtüşmektedir. Ancak Kuo ve arkadaşlarının (2012) çalışmalarındaki empati ve problem çözme boyutlarının da

tatmin üzerinde olumlu etkiye sahip olduğuna ilişkin bulgusu bu çalışmada bulunmamıştır. Bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti, tatmini ve sadakati üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde misafirperverlik anlayışının yöreyi ziyarete gelen turistlerin o yöreyi tekrar ziyaret etmelerinde, tatmin olmalarında ve sadakatlerinde büyük bir öneme sahip olduğu görülmektedir (Duman ve Öztürk, 2005; Seçilmiş, 2012; Çakıcı ve Aksu, 2006). Çalışma bu yönüyle literatürdeki çalışmaların sonuçlarını destekler niteliktedir.

Bir şehrin sakin şehirler ağına katılabilmesi için yerine getirmesi gereken kriterlerden biri de "misafirperverlik"tir. Şehre gelen turistlere karşı şehir sakinlerinin sergiledikleri tavır ve davranışlar turistlerin tatmin, şehri tekrar ziyaret ve sadakatlerini etkileyen önemli faktörlerdir. Cittaslow Birliği'ne üye olan Seferihisar şehir sakinlerinin isteklilik ve dostça yaklaşım boyutlarından oluşan misafirperverlik anlayışlarının turistlerin tatmini üzerindeki etkisi ve bunun da şehri tekrar ziyaret etme niyeti ve sadakati üzerinde olumlu etkisi araştırma sonucunda ulaşılan önemli bir sonuçtur. Buradan hareketle, Seferihisar sakinlerinin şehre gelen turistlere karşı dostça yaklaşması, onlara sevecen ve istekli davranması, turistlere kaliteli bilgi sunması ve yardımcı olması, şehre gelen turistlerin tatmini ve tekrar ziyaret niyeti üzerinde pozitif etkilere sahip olacaktır. Bu noktada belediye ve kentteki dernekler gibi ilişkili olan taraflar, ilçede yaşayan insanların misafirperverlik anlayışlarının geliştirilmesine ve bu konuda bir kültürün oluşturulmasına yönelik çalışmalar yapmalıdırlar. Örneğin misafirperverlik yaklaşımının benimsenmesi için her türlü platformda (geleneksel ve online iletişim platformları gibi) çaba gösterilmeli, ilçe sakinleri ile esnaf bu konuda bilgilendirilmeli ve bilinçlendirilmeli, misafirperverliğin sağlanmasının önemi iyi anlatılmalıdır. Ayrıca şehir sakinlerinin bu konudaki anlayışlarındaki değişimler de periyodik olarak ölçülüp, izlenmelidir.

Bir destinasyon noktası olarak şehre gelen misafirlerin ağırlanmasında, onların tatmin seviyelerinin artırılmasında, şehre olan sadakatlerinin ve tekrar ziyaret etme niyetlerinin oluşmasında şehir sakinlerinin misafirperverlik anlayışlarının yanı sıra şehir yönetimlerine de büyük görevler düşmektedir. Bu nedenle sakin şehrin yöneticileri doğal kaynakların ölçülü kullanılması, şehre gelen turistlerin güvenliğine ilişkin sistem ve politikaların geliştirilmesi, doğal çevrenin korunması ve çevreciliğin artırılması için eğitim olanaklarının genişletilmesi, konaklama, yiyecek, ulaştırma işletmeleri gibi imkânların sağlanması, şehri ziyarete gelen turistlerle etkileşim halinde olan bireylere iletişim becerileri eğitimi verilmesi gibi uygulamalarda bulunabilirler. Nurhasanah'ın (2018) yaptığı çalışmada da belirtildiği gibi sürdürülebilir turizm için hükümet desteğinin yanı sıra paydaşlar arasında etkili bir işbirliğine (hükümet, işadamları ve bölge sakinleri vs.) ihtiyaç vardır.

Yukarıda ifade edilen planlama ve uygulamalar ilçedeki misafirperverliği geliştirmeye yönelik adımlardır. Ancak bu konuda daha somut geri bildirimlere gerek vardır. Bunun için de turistlerin tekrar ziyaret niyeti ve sadakatini olumlu veya olumsuz etkileyen faktörlerin tespit edilmesi en önemli uygulamalardan biri olacaktır. Bu amaçla geri bildirimler belirli dönemler itibarıyla anket ve görüşme gibi yöntemlerle sağlanabileceği gibi, çeşitli platformlarda oluşturulabilecek statik (öneri ve şikayet kutusu, e-posta adresi veya online sistem) ve/veya dinamik sistemlerle (7/24 canlı destek veya yapay zeka uygulamaları) süreç sürekli takip edilebilir.

Türkiye'de Cittaslow'un bilinirliği üzerine yaptığı çalışmada Aksöz (2015), turizm öğrencilerinin Cittaslow hakkındaki algılanan imajını analiz etmiştir. Çalışma sonucunda turizm öğrencileri arasında Cittaslow kavramının bilinirliği yüksek çıkmıştır. Bu çalışmanın kategorik soruları içerisinde yer alan Seferihisar'ın Cittaslow Birliği'ne üye olduğunu biliyor musunuz sorusu karşılığında alınan yanıtlar da Aksöz'ün (2015) bulgularını destekler niteliktedir. Çünkü şehri ziyaret eden katılımcıların %73'ü Cittaslow kavramını bilirken, katılımcıların yaklaşık %43'ünün ziyaret ettikleri Seferihisar'ın Cittaslow'a üye olduğunu bilmemesi, Seferihisar özelinde sakin şehrin bilinirlik ve tanınırlığa ilişkin çabaların yetersiz olduğunu göstermektedir.

Üstelik Seferihisar Türkiye’de Cittaslow’a üye olan ve bilinirliği diğer sakin şehirlere kıyasla en fazla olması olası olan sakin şehirdir. Bu nedenle şehrin sürdürülebilir rekabetçiliğinin devamı için pazarlama iletişim faaliyetleri etkin bir şekilde kullanılmalıdır.

Bu çalışmanın çıkış noktası, Cittaslow ağına üye olabilmek için gerekli kriterlerden biri olan misafirperverlik üzerine yapılmıştır. Literatürde, sakin şehirde yaşayanların misafirperverlik anlayışlarının sakin şehre gelen yerli turistlerin tatmini ve bu tatminin de şehri tekrar ziyaret etme niyet ve sadakati üzerindeki etkisini araştıran başka bir çalışmaya rastlanılmadığı için çalışma bu konudaki önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Fakat bu araştırmanın örneklemini sadece Seferihisar’a gelen yerli turistleri kapsamaktadır. Bu nedenle araştırma sonuçlarını tüm Cittaslow şehirlerine genellemek mümkün değildir. Gelecekteki çalışmalarda, araştırmanın Cittaslow Birliği’ne üye farklı sakin şehirlerde ve daha geniş örneklemlerde yapılması halinde farklı sonuçlar elde edilebilir ve karşılaştırmalar yapılabilir. Dolayısıyla gelecekteki çalışmaların kapsamının farklılaştırılmasına ve genişletilmesine ihtiyaç vardır. Ayrıca benzer bir çalışma sakin şehir olmaya aday şehirler üzerinde de yapıldığı takdirde aday sakin şehrin misafirperverlik potansiyeli de değerlendirilebilir. Bir diğer araştırma konusu ise sakin şehirlerin cezbedici özelliklerinden dolayı gereğinden fazla kalabalıklaşması sonucunda misafirperverlik anlayışının tekrar değerlendirilmesi olabilir. Çünkü beklenen bu olası durum, fazla kalabalık olmanın sakin şehrin sakinliğini ortadan kaldırması ve bunun sonucunda da şehri ziyarete gelen turistlerin tatminlerinin azalması ve şehri tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde negatif etkilerinin olabileceğidir. Ancak bu düşüncenin de araştırılarak test edilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Ak, D. (2017). Yavaş Kent (Cittaslow) Hareketi ve Türkiye Örnekleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of International Social Research*, 10(52): 884-903.
- Aksöz, E. O. (2015). Perceived Image of Cittaslow by Tourism Students: The Case of Faculty of Tourism, Anadolu University-Turkey. *Annals of Faculty of Economics*, 1(2): 331-339.
- Ali, F., Amin, M., and Cobanoglu, C. (2016). An Integrated Model of Service Experience, Emotions, Satisfaction, and Price Acceptance: An Empirical Analysis in the Chinese Hospitality Industry. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 25(4): 449-475.
- Ali, F., Rasoolimanesh, S.M., Sarstedt, M., Ringle, C.M. and Ryu, K., (2018). An Assessment of the Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) *In Hospitality Research, International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1): 514-538.
- Asal, U. (2017). Ticari Bir Kavram Olarak Misafirperverlik: Girişimcilik Ekseninde Yeniden Yapılanma, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, 1(1): 73-90.
- Bosnjak, M., Sirgy, J., Hellriegel, S., and Maurer, O. (2011). Postvisit Destination Loyalty Judgments: Developing and Testing a Comprehensive Congruity Model, *Journal of Travel Research*, 50(5): 496-508.
- Can, E. (2013). Turizm Destinasyonlarında Sürdürülebilir Turizmin Sürdürülebilir Rekabet Açısından Değerlendirilmesi, *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, Summer (4): 23-40.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. (2. Edition), Lawrence Erlbaum Associates, USA
- Çakıcı, A.C. ve Aksu, M. (2006). Gökçeada’ya Gelen Turistlerin Beklenti ve Tatmin Düzeylerinin Karşılaştırılması, *İşletme Fakültesi Dergisi*, 7(1): 1-17

- Çıtak, Ş.Ö. (2016). Sakin Şehirler Hızlı Turistler, *Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches*, 5(8): 2692-2706.
- Duman, T. ve Öztürk, A.B. (2005). Yerli Turistlerin Mersin Kızkalesi Destinasyonu ve Tekrar Ziyaret Niyetleri ile İlgili Algılamaları Üzerine Bir Araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(1): 9-23
- Fornell, C. and Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error, *Journal of Marketing Research*, 18(1): 39-50.
- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares: Regression and Structural Equation Model*. Statistical Associates Publishing, USA: Asheboro.
- Güven, E. (2011). Yavaş Güzeldir: "Yavaş Yemek" Ten "Yavaş Medya" Ya Hızlı Tüketime Dair Bir Çözüm Önerisi, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(1): 113-121.
- Hair, J. F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Essex: Pearson Education Limited.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. and Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. (2. Edition), CA: Sage, Thousand Oaks.
- Henseler, J. (2017). Partial Least Squares Path Modeling, Editor: Leeflang et al., In *Advanced Methods for Modeling Markets, International Series in Quantitative Marketing*, Springer International Publishing: 361-381.
- Henseler, J., Ringle, C.M. and Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1): 115-135.
- Honoré, C. (2008). *Yavaş!: Hız Çılgınlığına Başkaldıran Yavaşlık Hareketi*. (Çeviren: Gür, E.), İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- <https://cittaslowturkiye.org> [Erişim Tarihi: 31.07.2019]
- <https://cittaslowturkiye.org/uyelik-sureci-ve-kriterler/> [Erişim Tarihi: 31.07.2019]
- <https://tuik.gov.tr> [Erişim Tarihi: 31.07.2019]
- Kadıoğlu, D. (2009). Yavaşlığın Keyfi Bu Şehirlerde, *Yolculuk Dergisi*, 6(2): 65-82.
- Karabağ, Ö., Yücel F., and İnal, M. E. (2012). Cittaslow Movement: An Opportunity for Branding Small Towns and Economic Development in Turkey, *International Journal of Economics and Research*, 313: 64-75.
- Karakurt Tosun, E. (2013). Yaşam Kalitesi Ekseninde Şekillenen Alternatif Bir Kentsel Yaşam Modeli: Yavaş Kentleşme Hareketi, *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(1): 215-237.
- Kaya, F., Kızılırmak, İ. ve Çetin, G. (2018). Kapadokya Bölgesini Ziyaret Eden Turistlerin Misafirperverlik Algısını Ölçmeye İlişkin Bir Araştırma, *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sonbahar, İwact'18 Özel Sayısı: 131-152.
- Kuo, C.M., Chen, L.C. and Lu, C.Y. (2012). Factorial Validation of Hospitality Service Attitude, *International Journal of Hospitality Management*, 31(3): 944-951.
- Morçin, S. ve İşler, D. (2017). Destinasyon Sloganlarında Kullanılan Temaların Analizi, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(4): 1081-1090.

- Nilsson, J., Svard, A., Widarsson, A. and Wirell, T. (2011). Cittáslow'eco-Gastronomic Heritage as a Tool for Destination Development, *Current Issues in Tourism*, 14(4): 373-386.
- Nurhasanah, I.S. (2018). Identifying Local Community's Empowerment in Developing Sustainable Tourism in Pahawang Island, Pesawaran Regency, Lampung Province, *Journal of Science and Applicative Technology*, 1(1): 15-20.
- Peng, D.X. and Lai, F. (2012). Using Partial Least Squares in Operations Management Research: A Practical Guideline and Summary of Past Research, *Journal of Operations Management*, 30(6): 467-480.
- Petrini, C. ve Padovani, G. (2012). *Slow Food Devrimi: Arcigola'dan Terra Madre'ye: Yeni Bir Yaşam ve Yemek Kültürü*. (Çeviren, Ekiz, Ç.), İstanbul: Sinek Sekiz Yayınevi.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M. and Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling, C. Homburg et al. (eds), *Handbook of Market Research*, Springer International Publishing, 1-40.
- Seçilmiş, C. (2012). Termal Turizm Destinasyonlarından Duyulan Memnuniyet Düzeyinin Tekrar Ziyaret Niyetine Etkisi: Sakarılıca Örneği, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(3): 231-250.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. (4. Edition), New York: John Wiley and Sons.
- Serçek, G. ve Serçek, S. (2016). Otel Misafirperverliği Algısının Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Yabancı Turistler Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(4): 140-161.
- Sezgin, M. ve Ünüvar, Ş. (2011). *Sürdürülebilirlik ve Şehir Pazarlaması Ekseninde Yavaş Şehir*, Konya: Çizgi Kitabevi.
- Shoemaker, S., and Lewis, R. C. (1999). Customer Loyalty: The Future of Hospitality Marketing, *International Journal of Hospitality Management*, 18(4): 345-370.
- Soykan, F. ve Emekli, G. (2004). *Tüm Yönleriyle Seferihisar*, Seferihisar Kaymakamlığı, İzmir, 1-58
- Stylos, N., Vassiliadis, C.A. and Bellou, V. (2016). Destination Images, Holistic Images and Personal Normative Beliefs: Predictors of Intention to Revisit a Destination, *Tourism Management*, 53: 40-60.
- Taşkın, Ç. ve Karadamar, A. A.(2016). Destinasyon Marka Bağlılığı: Yabancı Turistler Üzerine Diyarbakır Kentinde Bir Araştırma, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14(2): 199-222.
- Tunçer, M. ve Olgun A. (2017). Seferihisar'ın Ekonomik ve Mali Yapısı Üzerinden Sakin Şehir Uygulamalarına İlişkin Bir İnceleme, *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 3(1): 47-72.
- Ünal, A. (2019). Turistik Tüketicilerin Destinasyon Seçimi Öncesi Beklentileri ve Satın Alma Sonrası Değerlendirmeleri: Kapadokya Örneği. *Kapadokya Akademik Bakış*, 2(2): 115-140.
- Ünal, M. ve Zavalısız, Y. S. (2016). Küreselleşme Karşıtı Bir Hareket: Yavaş Hareketi, *Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches*, 5(4): 889-912.
- Yurtseven, H. R., Kaya, O. ve Harman, S. (2010). *Yavaş Hareketi*, Ankara: Detay Yayıncılık.