



JOURNAL OF ACADEMIC TOURISM STUDIES

AKADEMİK TURİZM ÇALIŞMALARI DERGİSİ

Volume / Cilt : 2 Number / Sayı: 1 Year / Yıl: 2021 Month / Ay: Haziran



JOURNAL OF ACADEMIC TOURISM STUDIES

AKADEMİK TURİZM ÇALIŞMALARI DERGİSİ

YIL/YEAR: 2021 • CİLT/VOLUME: 2 • SAYI/NUMBER: 1

Abstracting and Indexing / Tarandığımız İndeksler: *Academic Resource Index, Directory of Research Journals Indexing, EuroPub Database, Electronic Journals Library, Asos Index, Directory of Open Access Scholarly Resources, J-Gate Indexed, Eurasian Scientific Journal Index, WorldCat, Bibliotheksservice-Zentrum Baden-Württemberg, Universitätsbibliothek Leipzig, Beluga-Catalogue of Hamburg Libraries, Wildauer Bücher+E-Medien Recherche-Tool, The Sustainable Tourism Gateway, Bilgindex, WZB Berlin Social Science Center, Türkiye Turizm Dizini.*

Dergideki tüm yazıların her türlü hukuki sorumluluğu yazar(lar)ına aittir.
All legal responsibility of all articles in the journal belongs to the author(s).

ISSN : 2757-699X
Yıl / Year : 2021
Cilt / Volume : 2
Sayı / Issue : 1



JOURNAL OF ACADEMIC TOURISM STUDIES

AKADEMİK TURİZM ÇALIŞMALARI DERGİSİ

DERGİ HAKKINDA / ABOUT JOURNAL

Baş Editör / Editor-in-Chief
Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

Editörler / Editors
Doç. Dr. Hacer ARSLAN KALAY
Doç. Dr. Sağbetullah MERİÇ
Dr. Öğr. Üyesi Sedat ŞAHİN
Dr. Öğr. Üyesi Songül ÖZER
Dr. Ali Selçuk CAN

Dizgi ve Sekreteryay /
Layout and Secretariat
Arş. Gör. Serkan ROL

Journal of Academic Tourism Studies (JATOS) dergisi uluslararası, hakemli ve bilimsel bir dergi olup yılda 2 sayı olarak yayımlanmaktadır. Ancak gerekli durumlarda özel veya ek sayılar da yayımlanabilmektedir. JATOS dergisi turizme dair akademik çalışmalar için bir platform oluşturmayı ve bu sayede kamuoyu ile bu çalışmalarını paylaşmayı amaçlamaktadır. JATOS; turizm alanında Türkçe ve İngilizce dillerinde hazırlanmış, alana katkıda bulunmayı amaçlayan, araştırmaya dayalı özgün ve bilimsel çalışmaları yayımlamaktadır (jatosjournal.org).

Journal of Academic Tourism Studies (JATOS) is an international, peer-reviewed and scientific journal and is published twice a year. However, special or additional issues can be published when necessary. JATOS aims to create a platform for academic studies on tourism and to share these studies with the public. It publishes original and scientific studies based on research, prepared in Turkish and English languages in the field of tourism, aiming to contribute to the field (jatosjournal.org).

Yayın Danışma Kurulu / Editorial Advisory Board

Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI
Mersin Üniversitesi

Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT
Balıkesir Üniversitesi

Prof. Dr. Füsün BAYKAL
Ege Üniversitesi

Prof. Eka DEVIDZE
European Üniversitesi

Prof. Dr. Gözde EMEKLİ
Ege Üniversitesi

Prof. Dr. Gülpınar AKBULUT ÖZPAY
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

Prof. Dr. Muharrem TUNA
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Prof. Dr. Nuray TÜRKER
Karabük Üniversitesi

Prof. Dr. Semra GÜNAY AKTAŞ
Anadolu Üniversitesi

Prof. P. Senthil Kumaran
Manipal Academy of Higher Education

Doç. Dr. Erol DURAN
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Doç. Dr. Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU
Mersin Üniversitesi

Doç. Dr. Nurhan KESKİN
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Doç. Dr. Sabri ÇELİK
Afyon Kocatepe Üniversitesi

-
- 1** **Siyasi Partilerin Turizm Politikalarının 2018 Seçim Beyannameleri Kapsamında İncelenmesi**
Examination of Tourism Policies of Political Parties Within the Scope of 2018 Election Declarations

Tuna BATUHAN

Araştırma Makalesi, ss. 1-11, <http://dx.doi.org/10.29228/jatos.51951>

-
- 12** **Social Innovation in Tourism Industry: A Case Study on Master's Students**
Turizm Sektöründe Sosyal İnovasyon: Yüksek Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

Nilüfer ZENGİN & Nuray TÜRKER

Research Article, pp. 12-31, <http://dx.doi.org/10.29228/jatos.51952>

-
- 32** **Iğdır İli ve Yakın Çevresinin Ornito-Turizm Perspektifinde Değerlendirilmesi**
Evaluation of Iğdir Province and Its Neighborhood in terms of Ornitho-Tourism Perspective

Emrah ÇELİK, Atilla DURMUŞ & Mete TÜRKOĞLU

Araştırma Makalesi, ss. 32-44, <http://dx.doi.org/10.29228/jatos.51950>

-
- 45** **Akçakoca'nın Spor Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi**
Evaluation of Sports Tourism Potential of Akçakoca

Fatih TURGUT

Araştırma Makalesi, ss. 45-60, <http://dx.doi.org/10.29228/jatos.51949>

-
- 61** **Kişilik Özellikleri ve Zaman Hırsızlığı İlişkisi: TRA1 ve TRB2 Bölgeleri Otel İşgörenleri Üzerinde Bir Araştırma**
The Relationship Between Personality Traits and Time Theft: A Study on Hotel Employees in TRA1 and TRB2 Regions

Ayça Sena ÖNALAN & Songül ÖZER

Araştırma Makalesi, ss. 61-77, <http://dx.doi.org/10.29228/jatos.51953>

Siyasi Partilerin Turizm Politikalarının 2018 Seçim Beyannameleri Kapsamında İncelenmesi

Examination of Tourism Policies of Political Parties Within the Scope of 2018 Election Declarations

Tuna BATUHAN^a 

^a Dr. Öğr. Üyesi, Atatürk Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Şehir ve Bölge Plânlama Bölümü, Erzurum, Türkiye.

Özet

Bu çalışmada TBMM’de grubu bulunan siyasi partilerin turizm politikaları, partilerin 2018 seçim beyannameleri kapsamında analiz edilmiştir. Siyasi partilerin söylemlerindeki benzerlikler ve farklılıkları ortaya konabilmek amacıyla siyasi partilerin turizm hedefleri, pazar hedefleri, turizm türleri, yasal düzenleme önerileri, teşvik ve yatırım önerileri gibi temalar doğrultusunda beyannameler incelenmiştir. Seçim beyannameleri incelendiğinde siyasi partilerin turizm sektörünün ekonomik potansiyelinin farkında oldukları, ancak bu potansiyeli hayata geçirmek için farklı politika öncelikleri belirledikleri görülmektedir. Diğer partilere kıyasla turizm başlığına en geniş alanı ayıran AK Parti seçim beyannamesinde turizm hedefleri en net ve en somut şekilde yer almakta, bu netlik AK Parti’nin diğer turizm politikası önerilerine de yansımaktadır. Muhalefet partileri arasında turizm hedeflerini en net ve somut şekilde ortaya koyan partinin İYİ Parti olduğu görülmektedir. CHP ve MHP seçim beyannamelerinde ise turizm hedefleri dar kapsamlı ve sınırlı şekilde yer almaktadır. CHP ve MHP seçim beyannamelerinin turizm hedeflerini belirlemede yetersiz kalması, her iki partinin diğer turizm politikası önerilerine de olumsuz şekilde yansımıştır. Siyasi partilerin turizm politikalarının ve siyasi önceliklerinin güncel gelişmeler ve diğer politika başlıklarındaki gelişmelerden etkilendiğini de unutmamak gerekir. Özellikle tüm dünyayı etkilemeye devam eden Covid-19 salgınının en ciddi şekilde etkilediği sektörlerin başında gelen turizmle ilgili siyasi partilerin politika önerilerinin de güncellenmesi gerektiği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: 2018 Seçimleri, Siyasi Parti Seçim Beyannameleri, Turizm Politikaları.

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 27.04.2021
Kabul Tarihi 09.06.2021

Sayı Editörü

Hacer Arslan KALAY

Abstract

In this study, the tourism policies of the political parties with groups in the Turkish Grand National Assembly were analyzed within the scope of the 2018 election declarations of the parties. In order to reveal the similarities and differences in the discourses of political parties, declarations were examined in line with themes such as political parties' tourism goals, market targets, tourism types, legal regulation proposals, incentives and investment proposals. When the election declarations are examined, it is seen that the political parties are aware of the economic potential of the tourism sector, but they set different policy priorities to realize this potential. In the AK Party election declaration, which separates the widest area of tourism compared to other parties, tourism goals are included in the clearest and most concrete way, and this clarity is reflected in the AK Party's other tourism policy proposals. Among the opposition parties, it is seen that the party that sets out its tourism goals most clearly and concretely is the İYİ Party. In the CHP and MHP election declarations, tourism goals are included in a narrow and limited way. The inadequacy of the CHP and MHP election declarations in determining tourism targets had a negative impact on the other tourism policy proposals of both parties. It should not be forgotten that tourism policies and political priorities of political parties are affected by current problems and developments in other policy topics. It can be said that the policy recommendations of political parties related to tourism, which is one of the sectors most seriously affected by the Covid-19 pandemic, which continues to affect the whole world, should also be updated.

Keywords: 2018 Elections, Political Party Election Declarations, Tourism Policies.

Sorumlu Yazar

Tuna Batuhan
tuna.batuhan@atauni.edu.tr 

Önerilen Atıf:

Batuhan, T., (2021). Siyasi Partilerin Turizm Politikalarının 2018 Seçim Beyannameleri Kapsamında İncelenmesi. *Journal of Academic Tourism Studies*, 2(1): 1-11.

1. GİRİŞ

16 Nisan 2017 tarihinde gerçekleşen anayasa değişikliği referandumu ile Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçilmiştir. Hükümet sistemindeki değişikliğin ardından 3 Kasım 2019'da yapılması gereken seçimlerin yeni sisteme uyumunu hızlandırmak amacıyla daha erken bir tarihte yapılması tartışılmaya başlanmıştır. Bu tartışmalar sonucunda 20 Nisan 2018'de erken seçim önerisi Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde kabul edilmiş ve Cumhurbaşkanlığı seçiminin ilk turu ile milletvekili seçimlerinin 24 Haziran 2018'de yapılmasına karar verilmiştir.

Seçim kampanyası sürecinde siyasi partilerin vaatlerinin yer aldığı en önemli belgelerden biri seçim beyannameleridir. Seçmenle yapılan bir sözleşme (Terkan, 2010) olarak nitelenen seçim beyannameleri siyasi partilerin gelecekteki politika hedeflerini anlamak açısından önemlidir. Seçmenleri bilgilendirmek ve seçim kampanyalarına yön vermek amacıyla hazırlanan seçim beyannameleri siyasi partilerin farklı politika başlıklarında seçmenlere sundukları vaatleri içermektedir (Rohrbach, 1991; Kalender, 2003; Özkaynar, 2015; Arklan, 2016; Şeşen ve Ertürk, 2017; Arklan ve Tanacı, 2020). Seçim beyannameleri aynı zamanda siyasi partilerin olası hükümet programlarının içeriği hakkında fikir vermeleri nedeniyle önemli birer resmi belge niteliğindedir (Tok, 2012). Bu kapsamda siyasi partilerin seçim beyannamelerinin incelenmesi turizm sektörüne bakış açılarını, sektörel sorun tanımlarını ve politika önceliklerini anlamak açısından önemlidir (Esen ve Uyar, 2011; Aymankuy vd. 2016).

Bu çalışmada 24 Haziran 2018 tarihinde gerçekleşen seçimler sonucunda TBMM'de grup kurmaya hak kazanan siyasi partilerin turizm politikaları, partilerin seçim beyannameleri dikkate alınarak incelenecektir. Siyasi partiler ve cumhurbaşkanı adayları arasında ciddi bir söylem farklılaşması olmaması nedeniyle siyasi parti seçim beyannamelerinin incelenmesi yeterli görülmüştür. Siyasi partilerin seçim beyannameleri partilerin almış oldukları oy oranları ve TBMM'deki milletvekili sayıları esas alınarak Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti), Cumhuriyet Halk Partisi (CHP), Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) ve İYİ Parti sırasıyla incelenecektir. Halkların Demokratik Partisi (HDP) seçim beyannamesinde turizm başlığında herhangi bir öneri yer almadığından bu parti çalışma dışında tutulmuştur.

Çalışma kapsamında yukarıda sıralanan dört siyasi partinin 2018 seçim beyannameleri turizm politikaları bağlamında analiz edilecektir. Siyasi partilerin söylemlerindeki benzerlikler ve farklılıkları ortaya konabilmek amacıyla belirlenen temalar doğrultusunda bulgular ortaya konulacaktır. Belirlenen temalar: siyasi partilerin turizm hedefleri, pazar hedefleri, turizm türleri, yasal düzenleme önerileri, teşvik ve yatırım önerileri olarak sıralanmaktadır.

2. SİYASİ PARTİLERİN SEÇİM BEYANNAMELERİNDE TURİZM POLİTİKALARI

2.1. Adalet ve Kalkınma Partisi Seçim Beyannamesinde Turizm Politikaları

Adalet ve Kalkınma Partisi'nin "Cumhurbaşkanlığı Seçimleri ve Genel Seçimler Seçim Beyannamesi" başlıklı belgesinde AK Parti iktidarında yapılanlar ve yeni dönemde nelerin yapılmasının planlandığı ayrıntılı olarak açıklanmaktadır (AK Parti, 2018). Beyannamede turizm "İstikrarlı ve Güçlü Ekonomi" başlığı altında ele alınmaktadır. AK Parti seçim beyannamesinde her konu başlığında olduğu gibi turizm başlığında da öncelikle 16 yıllık (2018 itibarıyla) iktidar döneminde yapılanlar sıralanmakta, sonrasında ise yeni dönem için ortaya konulan politika önerileri aktarılmaktadır. Turizm alanında 16 yıllık iktidar döneminde "yeni bir vizyonla ülkemizin turizm potansiyelini çok iyi bir biçimde değerlendirerek dünyanın sayılı ülkeleri arasına girme" hedefinin gerçekleştirildiği belirtilmektedir (Ak Parti, 2018: 191). Beyannamede 16 yıllık AK Parti iktidarı döneminde turizm sektörünün uluslararası alanda güçlendiği, turist sayısı ve turizm gelirlerinin arttığı sayısal verilerle ifade edilmektedir. Buna göre, 2002 yılında gelen turist sayısı bakımından dünyada 17. sırada olan Türkiye, 2016 yılında 10. sıraya yükselmiştir. 2002 yılında 13,3 milyon yabancı ziyaretçi ülkemize gelirken, 2014 yılında bu rakam 37 milyona yaklaşmıştır. 2002'de 12,4 milyar dolar olan turizm geliri ise, 2014'te 34 milyar dolara yükselmiştir (AK Parti, 2018: 191).

AK Parti iktidarı döneminde turizm alanında yapılan diğer düzenlemeler de seçim beyannamesinde ayrıntılı olarak yer almaktadır (AK Parti, 2018). Mevzuat düzenlemeleri çerçevesinde, Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı ile Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nun uygulamaya konulması, turizm sektöründe mesleki eğitimin standardizasyonunu sağlamak üzere belgelendirme sistemi uygulamalarının başlatılması, yayla turizmi gelişimi odaklı Doğu Karadeniz Turizm Master Planının hazırlanması ve uygulamaya konulması gibi başlıklar sıralanmaktadır. Yat turizmini geliştirmek adına 2002'de 8.500 olan yat bağlama kapasitesinin 2017'de 18.261'e ulaştığı, bu kapasitenin 50 bine çıkarılmasının hedeflendiği belirtilmektedir. Beynamede ayrıca doğal ve kültürel değerlerin var olduğu bölgelerde kırsal turizm altyapısının geliştirilmeye devam edileceği belirtilmektedir. Bu kapsamda 2013-2017 yılları arasında toplamda 800 km yol imalatı ve 13 adet köprü yapım çalışmalarının tamamlandığı Yeşil Yol Projesine yapılan yatırımların gelecek dönemde de devam edeceği ifade edilmektedir. Yeşil Yol Projesinin tamamlanmasıyla Doğu Karadeniz Bölgesindeki 9 ilin önemli yaylaları ve turizm merkezlerinin birbirine bağlanması ve doğayla bütünleşik bir turizm yapısının oluşturulması amaçlanmaktadır.

AK Parti seçim beyannamesinde sağlık turizminin geliştirilmesine yönelik programlar ve turizmin desteklenmesi için sağlanan teşvikler de yer almaktadır (AK Parti, 2018: 192-193). Bu kapsamda AK Parti iktidarı döneminde otel ve lokantacılık hizmetlerinden alınan KDV oranının yüzde 18'den yüzde 8'e düşürülmesiyle turizme destek verildiği vurgulanmaktadır. Turizm odaklı çevre düzenlemelerinin yapılması ve altyapının geliştirilmesi gibi yerel yönetim projelerine 2002-2017 yıllarında toplamda 1,7 milyar TL destek verildiği belirtilmektedir. Turizm sektörüne verilen desteğin bir parçası olarak seyahat acentalarına verilen yakıt desteğinin devam ettiği ve 2017 yılında toplamda 86 seyahat acentasına verilen uçuş desteği miktarının 565 milyon TL olduğu ifade edilmektedir. Ayrıca termal turizm ve kış turizmi yatırımlarında tahsis koşullarının iyileştirildiği, yeşil yıldız belgeli tesis ve işletmelerin tükettikleri elektrik enerjisi bedellerinin bir kısmının bütçeden karşılandığı, Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgelerinde yapılacak turizm yatırımlarının bölge teşviklerinden faydalanabilmesi imkânının verildiği de beynamede yer alan diğer unsurlardır.

AK Parti her bir şehrimizin uzun vadeli vizyonunda turizme önem verilmesiyle kalkınma hamlesine destek verilmesini hedeflemektedir. Bu bağlamda beynamede Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı çerçevesinde kültür turizmi altyapısının desteklenmesine yönelik projelere 427 milyon TL kaynak aktarıldığı belirtilmektedir. Ulaşım altyapısını geliştirmek amacıyla yapılan Karadeniz ve Akdeniz sahil yolları yatırımlarının turizme de hizmet ettiği vurgulanmaktadır. Her coğrafi bölgede turizm odaklı hedeflerin dile getirildiği beynamede terör faaliyetlerinin yoğun olduğu bölgelere ve şehirlere yapılan yatırımlarla bu bölgelerin turizm kimliğiyle de anılmasını hedeflemektedir. Ayrıca 23 ören yerine ziyaretçi karşılama merkezi ve çevre düzenlemeleri yapılarak bu ören yerlerinin turizme kazandırıldığı belirtilmektedir (AK Parti, 2018).

AK Parti seçim beyannamesinde 2018 yılına kadar yapılanların yanı sıra gelecek dönemlere yönelik turizm politikası hedefleri de ayrıntılı şekilde sıralanmaktadır (AK Parti, 2018: 193-194). Beynamede yeni dönem için ortaya konulan turizm hedefi turizm geliri ve turist sayısında ilk beş ülke arasında yer almak ve 50 milyon turist sayısına ulaşmaktır. Bu hedefe ulaşabilmek için turizmde mevcut pazarları güçlendirip gelişen pazarlara özel önem verilmesi, tarihi İpek Yolu'nun canlandırılıp güzergâhta bulunan destinasyonların turizm potansiyellerinin ortaya çıkarılması ve güçlü bir Türkiye markası oluşturmaya yönelik pazarlama ve tanıtım faaliyetlerine hız verilerek tanıtımda destinasyon temelli bir yaklaşımın benimsenmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

Turizm türlerinde çeşitliliği artırarak turizm potansiyelini 12 aya yaymayı amaçlayan AK Parti termal, kültür ve doğa temalı turizm gelişim bölgeleri oluşturmayı hedeflemektedir. Ayrıca deniz turizmi, kongre ve fuar turizmi, kış turizmi, golf turizmi, yayla turizmi gibi turizm türlerinin de öncelikli olarak ele alınacağı ifade edilmektedir. Beynamede sağlık turizmi kapsamında gelen turist sayısını arttırma hedefi yer almaktadır. Sağlık alanında yapılan yatırımlarla sağlık hizmet sunum kalitesini arttırmayı amaçlayan AK Parti, Türkiye'yi sağlık turizminde cazibe merkezi haline getirmeyi hedeflemektedir. Bu kapsamda sağlık turizmi için ülkemize gelen turist sayısının 250

binden 2 milyona çıkartılması hedeflenmektedir. Termal sağlık turizmine de önem veren beyanname, termal turizmden elde edilen gelir hedefini 2023 yılı için 1 milyar dolar olarak belirlemiştir (AK Parti, 2018).

Eko-turizmin gelişimini de önemseyen AK Parti, bu kapsamda 500 Yeşil Yıldız Belgeli konaklama tesisi inşa edilmesini ve mavi bayraklı plaj sayısının arttırılmasını hedeflemektedir (AK Parti, 2018). Eko-turizmin bölgeler arası gelişmişlik farkını azaltmada ve kırdan kente göçü engellemede etkili olacağını vurgulandığı beyannamede eko-turizmin ekonomik etkisi de dikkate alınmaktadır. Turizm başlığı altında ayrıca 6 tematik turizm güzergâhının oluşturulması, çevre dostu turizm tesisleri ile sürdürülebilir turizmin yaygınlaştırılması, av turizmi geliştirme bölgeleri oluşturulması ve müzesi olmayan 13 ilimize yeni müzelerin açılması hedefleriyle turizme katkı sağlanması hedeflenmektedir. Son olarak AK Parti gelecek dönemde turizm sektöründe istihdamın arttırılması, turizmin bölgesel kalkınmada önemli bir sektör olması ve Türkiye'nin bireysel turizm ve kitle turizminde önemli bir merkez haline getirilmesi gibi hedefleri turizm politikası hedefleri arasında sıralamaktadır.

2.2. Cumhuriyet Halk Partisi Seçim Beyannamesinde Turizm Politikaları

Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) seçim beyannamesinde ise turizm sektörü "Bileşik Büyüme İçin Sektörel Öncelikler" başlığı altında yer alan "Hizmetler" alt başlığında "Turizm, Yiyecek ve İçecek Hizmetleri" olarak ele alınmıştır (CHP, 2018: 81-82). Beyannamede ilk olarak Kültür ve Turizm için ayrı bakanlıklar kurulmasını öneren CHP, bu kapsamda Turizm Bakanlığı adıyla ayrı bir örgütlenmenin gerekli olduğunu belirtmektedir. Mevcutta Kültür ve Turizm Bakanlığı ismiyle faaliyet gösteren yapının iki ayrı bakanlığa bölünmesinin gerekçesi beyannamede açıklanmamaktadır. Beyannamede köy turizmi altyapısını geliştirmek amacıyla her yıl 800 köyün turizm köyü ilan edilmesi ve 5 yıllık dönemde her yıl belirlenen 800 turizm köyünde en az 8 bin oda inşa edilmesi hedeflenmektedir. Bu kapsamda olası 5 yıllık iktidar döneminde belirlenen 4 bin turizm köyünde toplamda 40 bin oda inşa edilmesi hedeflenmektedir. CHP dönemsel tanıtım programlarıyla sağlık, kültür, gastronomi, inanç, fuar ve kongre turizmi gibi temalara yoğunlaşarak turizmde çeşitliliğin sağlanmasını hedeflemektedir. İç turizmi canlandırmak amacıyla her yıl maddi imkânları kısıtlı olan 100 bin aileye 5 Bin TL yurtiçi turizm çeki desteği verilmesi de vaatler arasında yer almaktadır. CHP beyannamesinde turizm alanında sıralanan diğer vaatler ise Turizm Trenleri Projesi'nin hayata geçirilmesiyle ülke turları düzenlenmesi, turizmde kentleri markalaştırarak rekabet gücünün arttırılması, ürün geliştirme ve lisans desteği sunulması, tarihsel ve doğal zenginliklerinin envanterinin tamamlanıp turizm mekânları haritasının oluşturulmasıdır (CHP, 2018).

Seçim beyannamesinde turizm çalışanları ile ilgili vaatlere de yer veren CHP istihdam garantili eğitim programları geliştirilerek turizm sektöründe çalışanların niteliğinin arttırılmasını hedeflemektedir (CHP, 2018). Turizm sektöründe çalışanların çalışma süreleri ve koşullarının iyileştirilmesi gerektiği de vurgulanmaktadır. Beyannamede ayrıca düşük sezonda turizm işletmeleri çalışanlarının sigorta primlerinde indirim uygulanması vaadi yer almaktadır. Beyannamede ayrıca Çin ve Uzak Doğu'da yatırımların çeşitlendirilmesinde turizm alanında iş birliklerinin etkili olacağını vurgulamaktadır. Ancak bu iş birliği vurgusunda önceliğin turizmden ziyade girişimcilerin iş birliği imkânlarının arttırılmasında olduğu söylenebilir. Son olarak CHP seçim beyannamesinde kalkınma hedefine ulaşmak amacıyla geliştirilen Merkez Türkiye Projesi'nin Beş Kalkınma Kuşağı'ndan birisi olan Mavi Batı Kuşağı'nda turizm faaliyetlerine vurgu yapılmaktadır. Ege, Batı Akdeniz ve İç Anadolu'nun batı illerini kapsayan Mavi Batı Kuşağı'nda turizm faaliyetlerinin katma değerinin arttırılması hedeflenmektedir. Ancak beyannamede bu projenin detayları ve katma değer artışının nasıl sağlanacağı ile ilgili herhangi bir detay yer almamaktadır.

2.3. Milliyetçi Hareket Partisi Seçim Beyannamesinde Turizm Politikaları

Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) seçim beyannamesinde turizm sektöründe temel vurgu mevzuat düzenlemeleri ile turizmde yapısal sorunların çözülmesi üzerinedir (MHP, 2018: 103). Bu çerçevede MHP diğer kanunlarda değişiklikleri içeren bir turizm çerçeve kanununun çıkarılmasının yanı sıra özel sektör temsilcilerinin katkısıyla yeni bir “Turizm Strateji Belgesi” ve “Turizm Eylem Planı” hazırlanmasını gerekli görmektedir. MHP özellikle alternatif turizm ürünlerini geliştirecek yatırımcılara dönük teşvikler ve desteklerin arttırılmasını, tarihi ve kültürel varlıkların tanıtımına ağırlık verilip kültür turizminin gelişmesinin sağlanmasını önermektedir. MHP seçim beyannamesinde turizm alanındaki diğer politika önerileri ise sağlık turizminde ülkemizin cazibe merkezi haline getirilmesi, turizmde pazarlama ve tanıtım faaliyetlerine önem verilerek Türkiye’nin turizm potansiyelinin dört mevsim etkin şekilde kullanılması olarak sıralanmaktadır. Son olarak beyannamede Türkiye’nin jeopolitik konumuna vurgu yapılarak lojistik imkânların geliştirilmesi ve bu sayede turizmde rekabetçi avantajın arttırılması gerektiği vurgulanmaktadır.

2.4. İYİ Parti Seçim Beyannamesinde Turizm Politikaları

İYİ Parti seçim beyannamesinde turizm politikalarına yer verilen “Turizm” başlıklı bölümde Türkiye’nin turizm gelirleri ve turist sayısı bakımından ilk 5 ülke arasında yer alması ve 5 yıl içerisinde yıllık turizm gelirinin 45 milyar dolara çıkarılması hedeflenmektedir (İYİ Parti, 2018: 81-82). Turizm politikası çerçevesinde Milli Turizm Strateji belgesinin hazırlanması, Turizm Yüksek Kurulu ve Turizmi Geliştirme Fonu’nun kurulması ile turizm sektörünün kurumsal yapısının düzenlenmesi önerilmektedir. Çevreci bir bakış açısıyla mevcut turizm destinasyonlarının geliştirilmesi ve yenilerinin belirlenmesi sürecinde turizm yaşam döngüsü ve taşıma kapasitesine dikkat edilmesi gerektiği ifade edilmektedir. Bu kapsamda gerekli yasal düzenlemelerin yapılacağı ve hedeflerin buna uygun şekilde belirleneceği vurgulanmaktadır. Hukuki ve idari düzenlemeler yapılarak mevcutta etkin şekilde kullanılmayan ikinci konutların turizm amaçlı kullanılmasının da sağlanacağı belirtilmektedir.

İYİ Parti de AK Parti seçim beyannamesine benzer şekilde ülke tanıtımı yerine, destinasyon tanıtımına ağırlık verilmesini turizm politika stratejisi olarak benimsemektedir. İYİ Parti beyannamesinde turizmde çeşitliliğin sağlanması ve turizmin 12 aya yayılması amacıyla kongre, fuar, sağlık ve gastronomi turizminin teşvik edilmesi, yat ve kurvaziye turizminin geliştirilmesi gerektiği ifade edilmektedir (İYİ Parti, 2018). Bu kapsamda sağlık turizmi gelirinin yıllık 20 milyar dolara ulaşması hedeflenmektedir. Gastronomi turizminde ise kendi markamızı yaratmak için gerekli planlamaların yapılacağı ifade edilmektedir. İYİ Parti seçim beyannamesinde ayrıca Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerindeki doğal, tarihi ve kültürel kaynaklar ile inanç turizmi kaynaklarının turizme kazandırılması amacıyla Doğu Anadolu Projesi (DAP) ve Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP) Turizm Master Planlarının uygulamaya konulacağı belirtilmektedir. “Doğu Akdeniz Turizm Master Planı” hazırlanarak Doğu Akdeniz’de kıyı turizmi ile birlikte termal, kış, yayla, inanç, doğa ve yat turizmini de kapsayan 100 bin yataklı yeni bir turizm destinasyonunun oluşturulması hedeflenmektedir. Ege Bölgesi’nde özellikle İzmir, Aydın ve Muğla’da turizm yatırımları ve teşviklerin arttırılmasıyla turizm potansiyelinin hayata geçirilmesi amaçlanmaktadır. Genç nüfusu hedefleyen turizm programları oluşturulması da İYİ Parti turizm hedefleri arasında yer almaktadır. Ayrıca turizm beldelerinde yerel yönetimlere bütçe gelirinden yüzde 5 daha fazla pay ayrılmasıyla personel niteliğinin arttırılması önerisi de getirilmektedir.

3. BULGULAR

Siyasi partilerin seçim beyannameleri turizm politikaları bağlamında incelendiğinde benzerlikler ve farklılıklar görülmektedir. Bu benzerlik ve farklılıkları analiz etmek amacıyla siyasi partilerin turizm politikaları farklı başlıklarda tablolara aktararak karşılaştırılmıştır. Karşılaştırma yapılan başlıklar turizm hedefleri, pazar hedefleri, turizm türleri, yasal düzenleme önerileri, teşvik ve yatırım önerileri olarak sıralanmaktadır.

Tablo 1: Siyasi Partilerin Seçim Beyannamelerinde Belirtilen Turizm ve Pazar Hedefleri (AK Parti, 2018; CHP, 2018; İYİ Parti, 2018; MHP, 2018)

	Turizm Hedefleri	Pazar Hedefleri
AK Parti	• Uluslararası turizm pazarında önemli bir varış noktası olmak • Turizmde uluslararası bir marka haline gelmek • Turizm gelirleri ve turist sayısında ilk 5 ülkeden biri olmak • 50 milyon turist hedefine ulaşmak • Tanıtımda destinasyon temelli bir yaklaşım benimsemek	• Mevcut pazarları korumak • Çin, Güney Kore, Hindistan, Japonya, Endonezya ve Türk Cumhuriyetleri ile turizmi geliştirmek • Tarihi İpek Yolu'nu canlandırmak
CHP	• Turizm faaliyetlerinin ürettiği katma değeri artırmak	• Çin ve Uzak Doğu ülkeleriyle turizm alanında iş birliği kurmak
MHP	• Tanıtım ve pazarlama konularına etkinlik kazandırmak • Turizmde rekabetçi avantajı artırmak	
İYİ Parti	• Ülke tanıtımı yerine, destinasyonların tanıtımına ağırlık vermek • Turizm gelirleri ve turist sayısında ilk 5 ülkeden birisi olmak • Yıllık turizm gelirini 45 milyar dolara çıkarmak	• Ege destinasyonunu canlandırmak

Siyasi partilerin seçim beyannameleri turizm hedefleri bağlamında değerlendirildiğinde AK Parti ve İYİ Parti'nin net ve somut hedefler belirlediği görülmektedir (Tablo 1). Her iki parti de turizm gelirleri ve turist sayı bakımından dünyada ilk 5 ülke arasına girme hedefini ortaya koymaktadır. İki partinin turizm hedeflerinde benzerlik gösteren bir diğer konu ise ülke tanıtımı yerine destinasyon tanıtımı temelinde bir politikayı benimsemeleridir. AK Parti 50 milyon turist sayısına ulaşmayı hedeflerken, İYİ Parti turizm gelirlerinin 45 milyar dolara ulaşması hedefini belirlemiştir. AK Parti turizm hedefleri arasında ayrıca Türkiye'nin uluslararası turizm pazarında önemli bir varış noktası haline gelmesi ve turizmde uluslararası bir marka olması da önemli bir yer tutmaktadır. Turizm hedefleri konusunda CHP ve MHP seçim beyannameleri ise çok daha genel söylemlerle yetinmektedir. CHP'nin turizm sektörü için hedefi turizm faaliyetlerinin ürettiği katma değeri artırmak olarak belirlenirken, MHP tanıtım ve pazarlamaya önem verilmesi ile rekabetçi avantajın artırılması vurgularını yapmaktadır.

Turizm hedeflerinin daha net ve somut şekilde ifade edilmesi partilerin turizmle ilgili diğer politika önerilerine de yansımaktadır. Bir başka ifadeyle AK Parti ve İYİ Parti seçim beyannamelerinde turizm sektörü ile ilgili öneriler daha kapsamlı ifade edilirken, CHP ve MHP seçim beyannamelerinde turizm önerileri daha sınırlı ve genel niteliktedir. Siyasi partilerin turizmde pazar hedefleri incelendiğinde ise en kapsamlı ifadelerin AK Parti seçim beyannamesinde yer aldığı görülmektedir (Tablo 1). AK Parti turizmde mevcut yurtdışı pazarları koruyup tarihi İpek Yolu güzergâhını canlandırarak Çin, Güney Kore, Hindistan, Japonya, Endonezya ve Türk Cumhuriyetleri gibi yeni pazarlarda etkin olmayı amaçlamaktadır (AK Parti, 2018: 193). CHP de benzer şekilde Çin ve Uzak Doğu pazarında etkinliğin artmasını önermekle birlikte bu öneri daha çok girişimcilerin yatırım alanının genişlemesi kapsamında turizm, bilim ve teknoloji alanında iş birliklerinin kurulmasına odaklanmaktadır (CHP, 2018: 127). MHP turizmde pazar hedefleri konusunda beyannamesinde herhangi bir öneriye yer vermezken, İYİ Parti iç pazara odaklanarak Ege bölgesinde turizm faaliyetlerinin canlandırılmasını hedeflemektedir.

Tablo 2: Siyasi Parti Seçim Beyannamelerinde Belirtilen Turizm Türleri (AK Parti, 2018; CHP, 2018; İYİ Parti, 2018; MHP, 2018)

	Turizm Türleri
AK Parti	• Kültür Turizmi • Sağlık ve Termal Turizm • Kongre ve Fuar Turizmi • Kırsal Turizm • İnanç Turizmi • Yayla Turizmi • Deniz Turizmi • Yat Turizmi • Kış Turizmi • Golf Turizmi • Eko-Turizm • Doğa Turizmi

CHP	• Kültür Turizmi • Sağlık Turizmi • Kongre ve Fuar Turizmi	• İnanç Turizmi • Gastronomi Turizmi • Spor Turizmi	• Kırsal Turizm
MHP	• Kültür Turizmi • Sağlık Turizmi		
İYİ Parti	• Sağlık Turizmini • İnanç Turizmi • Kongre ve Fuar Turizmi	• Gastronomi Turizmi • Yat ve Kurvaziye Turizmi	

Siyasi partilerin seçim beyannamelerinde turizm politika önerilerini sıralarken bahsettikleri turizm türleri de farklılık göstermektedir (Tablo 2). AK Parti seçim beyannamesinde 12 farklı turizm türü ile ilgili politika önerileri getirirken bu sayı CHP için 7, İYİ Parti için 5, MHP içinse 2 ile sınırlıdır. İncelenen 4 parti beyannamelerinde ortak olarak yer alan tek turizm türü sağlık turizmidir. AK Parti termal turizmi de sağlık turizmi başlığında bir arada ele almaktadır. AK Parti, CHP ve MHP beyannamelerinde yer alan bir diğer turizm türü kültür turizmi olurken, İYİ Parti'nin beyannamesinde kültür turizmi ile ilgili herhangi bir politika önerisine yer verilmemiştir. AK Parti, CHP ve İYİ Parti beyannamelerinde kongre ve fuar turizmi ile inanç turizmi başlıklarında öneriler sıralanmaktadır. Kırsal turizm AK Parti ve CHP beyannamelerinde, yat turizmi AK Parti ve İYİ Parti beyannamelerinde, gastronomi turizmi ise CHP ve İYİ Parti beyannamelerinde vurgulanmaktadır. Ortak turizm türleri beyannamelerde bu şekilde yer alırken ortak başlıklar dışında AK Parti golf, deniz, yayla, kış, doğa ve eko-turizm başlıklarında öneriler getirmektedir (AK Parti, 2018). Ortak turizm türleri dışında CHP spor turizmi başlığına yer verirken, İYİ Parti ise yat ve kurvaziye turizmini bir arada değerlendirerek politikalar geliştirmiştir. CHP seçim beyannamesinde ayrıca "Turizm Trenleri Projesi" ile Türkiye turları düzenlenmesi önerisine yer verilmiştir. Seçim beyannamesinde turizm başlığına en geniş alanı ayıran AK Parti aynı zamanda en fazla turizm türüne yer veren parti olarak da turizm politikası önerilerini ayrıntılı ve kapsamlı şekilde ortaya koymaktadır. AK Parti beyannamesinde ayrıca termal, doğa ve kültür temalı turizm gelişim bölgeleri kurulması ile 6 tematik turizm güzergâhı oluşturulması önerileri de yer almaktadır. CHP ve İYİ Parti ise AK Parti kadar kapsamlı olmasa da farklı turizm türleri ile ilgili politikaları önermektedir. Seçim beyannamesinde turizm başlığına en az yer veren MHP ise turizm türleri konusunda da çok fazla detaya yer vermemiştir.

Tablo 3: Siyasi Parti Seçim Beyannamelerinde Yasal Düzenleme Önerileri (AK Parti, 2018; CHP, 2018; İYİ Parti, 2018; MHP, 2018)

	Yasal Düzenleme Önerileri
AK Parti	• Turizm altyapısının gelişmesi için düzenleme ve uygulamalar yapıldı • Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı hayata geçirildi • Turist Rehberliği Meslek Kanunu uygulamaya koyuldu • Turizm sektöründe belgelendirme sistemi uygulanmaya başlandı • Doğu Karadeniz Turizm Master Planını hazırlandı ve uygulamaya koyuldu
CHP	• Kültür ve Turizm alanında ayrı bakanlıklar kurulmalıdır • Turizm bölgelerinde yer alan belediyelerin gelirleri iyileştirilmelidir
MHP	• Turizm çerçeve kanunu çıkartılmalıdır • Yeni bir Turizm Strateji Belgesi ve Turizm Eylem Planı hazırlanarak uygulamaya konulmalıdır • Teşvik kapsamında alt düzenleyici mevzuat hayata geçirilmelidir
İYİ Parti	• Turizm bölgelerinde yer alan belediyelerin bütçe gelirleri arttırılmalıdır • Milli Turizm Strateji belgesi hazırlanmalıdır • Turizm yaşam döngüsü ve taşıma kapasitesini dikkate alacak şekilde mevzuat çalışmaları yapılmalıdır • Turizm Yüksek Kurulu ve Turizmi Geliştirme Fonu kurulmalıdır • Bölgesel Turizm Master Planları uygulanmalıdır • Gençlik ve Bilim Turizmi Stratejisi hazırlanmalıdır

Turizm alanında yasal düzenleme ihtiyacı iktidar olan AK Parti dışında tüm partiler tarafından dile getirilmektedir (Tablo 3). Muhalefet partilerinin yasal düzenleme ihtiyacı vurgusuna karşın AK Parti ise kendi iktidarı döneminde yapılan yasal düzenlemeleri sıralamaktadır. AK Parti kendi iktidarı döneminde turizm altyapısını geliştirmeye hizmet eden önemli düzenlemelerin yapıldığını ve uygulamaya geçirildiğini vurgulamaktadır. AK Parti seçim beyannamesinde turizm sektörü için önemli bir yol haritası niteliğindeki Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı ile Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nun uygulamaya konulduğu ifade edilmektedir. Yasal düzenlemeler bağlamında ayrıca Doğu Karadeniz Turizm Master Planı'nın hazırlanıp uygulamaya konulmasının yayla turizminin gelişmesine önemli katkı sağlayacağı dile getirilmektedir. Son olarak belgelendirme sistemi uygulamalarının başlamasıyla turizm sektöründe niteliğin ve mesleki eğitim standartlarının arttırılmasına katkı sağlandığı belirtilmektedir.

Öte yandan turizm alanında yasal düzenleme ihtiyacını en kapsamlı şekilde ifade eden İYİ Parti yapılacak mevzuat çalışmalarında turizm yaşam döngüsü ve taşıma kapasitesine dikkat edileceğini vurgulamaktadır (İYİ Parti, 2018). İYİ Parti öncelikle kamu sektörü ile birlikte özel sektörün de destek vereceği Milli Turizm Strateji Belgesi hazırlanmasını gerekli görmektedir. Ayrıca Gençlik ve Bilim Turizmi Stratejisi hazırlanarak yıllık 5 milyar TL gelir elde edilmesi hedeflenmektedir. Bu düzenlemelere ek olarak İYİ Parti Turizm Yüksek Kurulu ve Turizmi Geliştirme Fonu kurulmasını, Bölgesel Turizm Master Planlarının uygulanmasını önermektedir. Turizm beldelerine sahip yerel yönetimlere merkezi bütçeden %5 fazla pay aktarılması da İYİ Parti önerileri arasındadır. CHP de İYİ Parti'nin önerisine benzer şekilde turizm bölgelerindeki yerel yönetimlerin gelirlerinin özellikle yaz aylarındaki yoğunluk dikkate alınarak iyileştirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Yasal düzenlemeler kapsamında CHP ayrıca mevcuttaki Kültür ve Turizm Bakanlığı yapılanmasının ikiye bölünerek turizm ve kültür için ayrı bakanlıklar kurulmasını önermektedir. MHP ise uygulamaya konulan Turizm Strateji Belgesi ve Turizm Eylem Planı'nı yeterli bulmayarak yeniden hazırlanmasını istemektedir. MHP ayrıca turizmle ilgili birçok kanunda değişiklikleri de kapsayacak şekilde turizm çerçeve kanununun çıkarılmasını ve bu kapsamda alt mevzuatta da düzenlemelerin yapılmasını gerekli görmektedir.

Tablo 4: Siyasi Parti Seçim Beyannamelerinde Teşvik ve Yatırım Önerileri (AK Parti, 2018; CHP, 2018; İYİ Parti, 2018; MHP, 2018)

	Teşvik ve Yatırım Önerileri
AK Parti	- Sağlanan çeşitli teşviklerle turizm desteklendi: - Otel ve lokantacılık hizmetlerinde KDV oranı yüzde 8'e düşürüldü - Yerel yönetim projelerine 1,7 milyar TL kaynak aktarıldı - Seyahat acentalarına yakıt desteği verildi - Yatırımların tahsis koşulları iyileştirildi - Turizm yatırımlarında bölge teşviki imkânı verildi
CHP	- Köy turizmi altyapısı geliştirilmelidir - Ray Otobüsü sistemi kurulmalıdır - GAP bölgesinde kara yolları ağları modernize edilmelidir - Her yıl 100 bin aileye 5 Bin TL yurtiçi turizm çeki desteği verilmelidir - Emeklilere uygun ücretlerle gezi ve tatil olanağı sunulmalıdır
MHP	Yatırımcılara teşvik ve destek sağlanmalıdır

Turizm alanında teşvik ve yatırım önerileri başlığında ise İYİ Parti dışında tüm partilerin görüşleri seçim beyannamelerinde yer almaktadır (Tablo 4). AK Parti kendi iktidarları döneminde sağlanan teşviklerle turizmin desteklendiğini ifade etmektedir. Bu bağlamda otel ve lokantacılık hizmetlerinden alınan KDV oranının yüzde 18'den yüzde 8'e düşürüldüğü, turizm odaklı yerel yönetim projelerine 2002-2017 yıllarında toplamda 1,7 milyar TL kaynak aktarıldığı ifade edilmektedir (AK Parti, 2018: 192). Ayrıca seyahat acentalarına yakıt desteğinin devam ettiği, kış turizmi ve termal turizme yönelik yatırımların tahsis koşullarının iyileştirildiği, yeşil yıldız belgeli

tesis ve işletmelerin enerji harcamalarının bir kısmının bütçeden karşılandığı ve bazı turizm yatırımlarının bölge teşviklerinden yararlandığı vurgulanmaktadır. CHP ise ulaşım altyapısının yeterli olmadığı gerekçesiyle köylerde altyapının geliştirilmesini (köy turizmi), kırsal ve turizm bölgelerinde Ray Otobüsü sistemlerinin kurulmasını ve GAP bölgesi turizm merkezlerindeki karayolu ağlarının modernize edilmesini ve yeni yatırımlar yapılmasını önermektedir. CHP ayrıca iç turizmi teşvik amacıyla her yıl imkânları kısıtlı 100 bin aileye 5 Bin TL yurtiçi turizm çeki desteği verileceği ve emeklilere uygun fiyatlarla tatil yapma ve gezme olanağı sağlanacağı vaatlerinde bulunmaktadır. MHP'nin beyannamesinde yer alan tek önerisi ise alternatif turizm ürünleri geliştiren yatırımcılara teşvik ve destek sağlanmasıdır (MHP, 2018: 103).

4. SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Bu çalışma kapsamında incelenen 4 siyasi partinin seçim beyannamelerinde turizm sektörü ile ilgili ortaya konulan temel yaklaşım Türkiye'nin turizm potansiyelinin en etkin şekilde değerlendirilmesi ile turizm gelirlerinin artırılması gerektiği yönündedir (AK Parti, 2018; CHP, 2018; İYİ Parti, 2018; MHP, 2018). Siyasi partilerin bu ortak tespiti turizm sektörünün ekonomik potansiyelinin her siyasi parti tarafından dikkate alındığını göstermesi açısından önemlidir.

AK Parti seçim beyannamesinde turizm hedeflerinin net ve somut bir şekilde ifade edildiği, beyannamede yer alan diğer turizm politikası önerilerinin de bu hedeflere ulaşabilmek için kapsamlı ve somut şekilde detaylandırıldığı görülmektedir. Diğer partilere kıyasla turizm başlığına en geniş alanı ayıran AK Parti seçim beyannamesinde (Ak Parti, 2018) 18 yıllık iktidar döneminde turizm alanında yapılanların yanı sıra, gelecek dönemlere yönelik turizm politikası hedeflerine de yer verilmiştir. AK Parti hükümetleri döneminde turizm alanında şu ana kadar yapılmış olanlardan yola çıkarak, turizm politikası önerileri beyannamede birbirini tamamlayan ve doğrulayan bir içerikte sunulmuştur. Bu sayede AK Parti'nin geçmişte yaptıkları ile gelecek dönem turizm politikası hedefleri arasında tutarlılık ve bütünlük sağlanmış, turizm politikası hedefleri diğer partilere kıyasla daha somut ve öngörülebilir hale gelmiştir. Bu durum AK Parti'nin iktidar olma avantajını seçim beyannamesindeki vaatleriyle uyumlaştırdığını ve kendi iktidarı döneminde uygulanan turizm politikalarının arkasında durduğunu da göstermektedir.

AK Parti seçim beyannamesinde yer alan önerilerin aksine muhalefet partilerinin önerilerinin daha soyut ve genel nitelikli olduğu söylenebilir. Muhalefet partileri arasında turizm hedeflerini en net ve somut şekilde ortaya koyan parti İYİ Parti'dir. İYİ Parti turizm alanında yasal düzenleme ihtiyacını da en kapsamlı şekilde seçim beyannamesinde ele alan muhalefet partisidir. CHP ve MHP seçim beyannamelerinde ise turizm hedefleri dar kapsamlı ve sınırlıdır. CHP ve MHP seçim beyannamelerinin turizm hedeflerini belirlemede yetersiz kalması, her iki partinin diğer turizm politikası önerilerine de olumsuz şekilde yansımıştır.

Öte yandan siyasi partilerin politikalarını belirleyen ve yönlendiren tek değişkenin seçim beyannameleri olmadığını, siyasi partilerin beyannamelerinde yer alan politika önerileriyle gerçekleştirdikleri uygulamalar arasında ciddi farklar olduğunu da unutmamak gerekir. Siyasi partiler dünyada ve Türkiye'de ortaya çıkan gelişmelere ve değişen şartlara bağlı olarak politika önerilerini değiştirmekte, güncellemekte ve bazı durumlarda politika önerilerinden vazgeçebilmektedirler. Bu bağlamda seçmenleri ikna etmek amaçlı vaatlerin yer aldığı belgeler (Balci, 2008) olan seçim beyannamelerini inceleyerek siyasi partilerin turizm politikalarını kapsamlı bir şekilde anlamak yeterli olmayabilir.

Bu çalışma kapsamında siyasi partilerin sadece 2018 seçim beyannamelerinin incelenmiş olması da siyasi partilerin turizm politikası söylemlerinin zamansal değişimini ve politika tutarlılığını ölçmeye imkân vermemektedir. Siyasi partilerin diğer seçim beyannameleri, söylemleri, uygulamaları ve çalışmaları uzun vadede bütüncül şekilde incelendiğinde farklı sonuçlar ortaya çıkabilir. Ayrıca seçmenle siyasi parti arasında bir sözleşme (Terkan, 2010) niteliği taşısa da seçim beyannamelerinin partiler adına bağlayıcılığının olmaması, siyasi kampanya süreçlerinde ortaya konulan vaatlerle pratikte uygulanan politikaların farklılık gösterebilmesi gibi unsurlar da

beyannamelerde yer alan politika önerilerinin inandırıcılığını, tutarlılığını ve samimiyetini sorgulatan önemli etkenlerdir (Aymankuy vd. 2016; Tok, 2012).

Son olarak dinamik bir alanı temsil eden turizmin birçok politika başlığı ile doğrudan ilişkili olduğu unutulmamalıdır (Olalı, 1990). Diğer politika alanlarında ortaya çıkacak olumlu-olumsuz her gelişme kırılğan yapıdaki turizm sektörünü ve ertelenebilir nitelikteki turizm talebini etkilemektedir (Blake ve Sinclair, 2003; Pforr ve Hosie, 2008). Bunun en somut örneği 2020 yılında ortaya çıkan ve tüm dünyayı derinden etkilemeye devam eden Covid-19 salgın sürecidir (WTTC, 2020). 2020 yılı sonu itibarıyla dünya genelinde turizm ve seyahat sektöründe çalışan 120 milyondan fazla kişinin ve ailesinin salgından olumsuz şekilde etkilendiği ve turizm sektörünün 5.5 trilyon dolardan fazla zarara uğradığı tahmin edilmektedir (WTTC, 2020). Covid-19 salgını ile birlikte hemen her politika başlığında ortaya koyulan gelecek önerileri ve beklentiler salgın sonrasında gözden geçirilmek zorunda kalmıştır. Salgından en ciddi şekilde etkilenen sektörlerin başında gelen turizm ile ilgili siyasi partilerin politika önerilerinin de güncellenmesi ve mevcut duruma uyumlu hale getirilmesi gerektiği söylenebilir.

Kaynakça

- Adalet ve Kalkınma Partisi. (2018). Adalet ve Kalkınma Partisi Cumhurbaşkanlığı Seçimleri ve Genel Seçimler Seçim Beyannamesi. Güçlü Meclis, Güçlü Hükümet, Güçlü Türkiye: Yaparsa Yine Ak Parti Yapar. 4 Haziran 2020 tarihinde <https://www.aa.com.tr/uploads/userFiles/c09e217d-a61f-47f8-a355-ddf8004cfef9/Beyanname23May%C4%B1s18-icSayfalar.pdf> adresinden erişildi.
- Arklan, Ü. (2016). Seçmenlerin Seçim Kampanyalarından Yararlanma Amaçları: 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri Sivas Araştırması. Ş. Balcı (Ed.), 7 Haziran'dan 1 Kasım'a Türkiye'de Siyasal İletişim Uygulamaları içinde (109-156). Konya: Literatürk Academia Yayınları.
- Arklan, Ü. ve Tanacı, F. (2020), Seçim Kampanyalarına Beyannameler Bağlamında Bir Bakış: 31 Mart 2019 Yerel Seçimleri Örneğinde Karşılaştırmalı Bir İnceleme, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 11 (26), 1-29.
- Aymankuy, Y., Demirbulat, Ö. G. Ve Aymankuy, Ş. (2016), Türkiye'de Siyasi Partilerin Seçim Beyannamelerinde Turizmin Yeri - Haziran 2015 Genel Seçimleri Örneği, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8 (16), 292-302.
- Balcı, Ş. (2008). Medya ve siyaset ilişkilerinde siyasal reklam: Güncel örnekler üzerinden bir değerlendirme. Z. Damlapınar (Ed.), Medya ve siyaset içinde (209-244), Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- Blake, A. ve Sinclair, M. T. (2003), Tourism Crisis Management: US Response to September 11, Annals of Tourism Research, 30 (4), 813-832.
- Cumhuriyet Halk Partisi. (2018). Cumhuriyet Halk Partisi Seçim Bildirgesi: Millet İçin Geliyoruz. 4 Haziran 2020 tarihinde <http://secim2018.chp.org.tr/files/CHP-SecimBildirgesi-2018-icerik.pdf> adresinden erişildi.
- Esen, Ş. ve Uyar, H. (2011), Siyasi Partilerin Turizm Sektörüne Yönelik Rekabet Stratejileri: 2011 Genel Seçim Beyannameleri Üzerine Bir Araştırma, 12. Ulusal Turizm Kongresi, Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Akçakoca/Düzce, 341-348.
- Halkların Demokratik Partisi. (2018). Halkların Demokratik Partisi Seçim Bildirgesi. 4 Haziran 2020 tarihinde <https://www.hdp.org.tr/tr/materyaller/24-haziran-secimleri/11967> adresinden erişildi.
- İyi Parti. (2018). İyi Parti Seçim Beyannamesi: Milletimizle Sözleşme: Toplumda Birlik, Ekonomide Güven, Yönetimde Liyakat. 4 Haziran 2020 tarihinde http://iyiparti.org.tr/assets/pdf/secim_beyani.pdf adresinden erişildi.
- Kalender, A. (2003), Seçmenin Karar Sürecinde İletişim Araç ve Yöntemlerinin Önemi Üzerine Bir Araştırma, Selçuk İletişim, 2 (4), 30-41.

- Milliyetçi Hareket Partisi (2018). Milliyetçi Hareket Partisi 24 Haziran 2018 Milletvekili Genel Seçimi Seçim Beyannamesi: Milli Diriliş Kutlu Yükseliş. 4 Haziran 2020 tarihinde https://www.aa.com.tr/uploads/userFiles/c09e217d-a61f-47f8-a355ddf8004cfef9/MHP_secim_beyannamesi.pdf adresinden erişildi.
- Olalı, H. (1990). Turizm Politikası ve Planlaması. İşletme İktisadi Enstitüsü yayınları, No: 122.
- Özkaynar, K. (2015), Siyasi Partilerin 2011 ve 2015 Yılı Seçim Beyannamelerine Bakış: Bir Doküman İncelemesi ve İçerik Analizi Çalışması, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3 (17), 439-452.
- Pforr, C. Ve Hosie, P. J. (2008), Crisis Management in Tourism: Preparing for Recovery, Journal of Travel and Tourism Marketing, 23 (2-4), 249-264.
- Rohrbach, S. (1991). Elections In The Media Age: An Analysis Of Political Party Platforms And TV News Transcripts Covering The 1984 American Election Campaign. Political Science Publication, Essex.
- Şeşen, E. ve Ertürk, K. Ö. (2017), Türkiye’de 1990 Sonrası Çevre Politikalarının Seçim Beyannamelerine Yansımaları, Selçuk İletişim, 10 (1), 188-215.
- Terkan, B. (2010), Siyasi Partilerin Kadına İlişkin Söylem Ve Politikaları (AKP ve CHP Örneği), Selçuk İletişim, 6 (2), 115-136.
- Tok, T. N. (2012), Türkiye’deki Siyasal Partilerin Eğitim Söylemleri ve Siyasaları, Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 18 (2), 273-312.
- WTTC (2020). 100 Million Jobs Recovery Plan Final Proposal. 29 Mayıs 2021 tarihinde <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/100%20Million%20Jobs%20Recovery%20Plan.pdf?ver=2021-02-25-183014-057> adresinden erişildi.

Social Innovation in Tourism Industry: A Case Study on Master's Students¹

Turizm Sektöründe Sosyal İnovasyon: Yüksek Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

Nilüfer ZENGİN^a , Nuray TÜRKER^b 

^a Karabuk University, Graduate Education Institute, Tourism Management, Karabuk, Turkey.

^b Prof., Karabuk University, Safranbolu Faculty of Tourism, Recreation Management, Karabuk, Turkey.

Abstract

For the survival and the competition of tourism enterprises, gaining a good position in the market depends on developing new ideas that can bring solutions to social problems and creating a social impact with innovative approaches. Social innovation pertains to the process of solving social, economic, cultural, political, and ecological problems with innovative policies, processes, and practices. It helps to create social change in tourism, which is a social phenomenon. Considering the importance of developing innovative ideas in the tourism industry, the aim of this research is to collect the socially innovative ideas of Master's class students studying at a state university in Turkey. The current study adopted a qualitative approach through focus group interviews. The sample was chosen among Master class students of Tourism Management and Entrepreneurship. The results suggest that innovative ideas focusing on developing new products/services (new tourism types and destinations), local development, environmental protection, and enhancing tourist experience and customer satisfaction by using information technologies are prominent.

Keywords: Social innovation, social entrepreneurship, tourism industry, focus group, students.

Article History

Submitted 17.05.2021

Accepted 29.06.2021

Associate Editor

Ali Selçuk CAN

Özet

Turizm işletmelerinin varlıklarını sürdürebilmeleri, rekabet edebilmeleri ve pazarda iyi bir konum elde edebilmeleri toplumsal sorunlara çözüm getirebilecek yeni fikirler geliştirmelerine, yenilikçi yaklaşımlarla sosyal bir etki yaratmalarına bağlıdır. Sosyal inovasyon; sosyal, ekonomik, kültürel, siyasi ve ekolojik sorunların yenilikçi politika, süreç ve uygulamalar ile çözüme kavuşturulması süreci olarak tanımlanmaktadır. Sosyal inovasyon sosyal bir olgu olan turizm alanında sosyal bir değişim yaratmayı amaçlamaktadır. Turizm endüstrisinde yenilikçi fikirlerin geliştirilmesinin öneminden hareketle bu çalışmada; Türkiye'deki bir devlet üniversitesinde öğrenim gören Yüksek Lisans öğrencilerinden turizm sektörü için sosyal yenilikçi fikirler toplanmıştır. Kalitatif araştırma deseninin benimsendiği bu çalışmada; odak grup görüşmeleri yöntemi kullanılmıştır. Örneklem grubunu Turizm İşletmeciliği ve Girişimcilik Yüksek Lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Sonuçlar, yaratıcı fikirlerin yeni ürün/hizmet geliştirme (yeni turizm türleri ve destinasyonlar), yerel kalkınma, çevre koruma, bilişim teknolojileri kullanılarak turistik tecrübenin ve müşteri memnuniyetinin artırılması üzerine odaklandığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal inovasyon, sosyal girişimcilik, turizm endüstrisi, odak grup, öğrenciler.

Corresponding Author

Nuray Türker

nturker@karabuk.edu.tr 

Citation:

Zengin, N. & Türker, N. (2021). Social Innovation in Tourism Industry: A Case Study on Master's Students, *Journal of Academic Tourism Studies*, 2(1): 12-31

¹ This paper was produced from the thesis titled "Social Innovation in Tourism industry: A Case Study on Tourism Management and Entrepreneurship Students", which was prepared as a Master's thesis at Karabuk University, Graduate Education Institute.

1. INTRODUCTION

To adapt to today's rapidly changing competitive environment and meet changing consumer expectations, businesses need to constantly renew and change their services, products, and production methods (Snyder, Witell, Gustafsson, Fombelle, and Kristensson, 2016; Thakur and Hale, 2013). This change and novelty are referred to as "innovation." Social innovation is defined as the process of solving the social, economic, cultural, political, and ecological problems faced by the society with innovative institutions, policies, processes, and practices (Dobele, 2015; Vasin, Gamidullaeva, and Rostovskaya, 2017).

Innovation is the process of transforming new ideas into commercial benefits in every field (Sartori, Costantini, Ceschi, and Tommasi, 2018). The survival of tourism enterprises and their competitiveness depends on the development of novel ideas (Divisekera and Nguyen, 2018). Innovation in the tourism industry does not just refer to the new ideas related to technology. It is also a social process that includes the tourism enterprise's efforts to find innovative solutions to social, ecological, and economic problems. Social innovation aims to create a social change in the field of tourism or by tourism.

The tourism industry has great importance in the world economy as it generates income (Li, Jin, and Shi, 2018). It is an important tool in the development of underdeveloped regions, in reducing unemployment, preventing internal migration, reducing poverty, increasing the quality of life of local people, and eliminating income inequality between regions.

Despite all these benefits of tourism to the world economy, increasing mass tourism, the tourist influx, consumption-oriented movements of people, development of tourism mainly on the coastal areas, which are highly sensitive and fragile, destroying natural resources, and the deterioration of cultural resources have a negative effect on the sustainable development of tourism (Drius, Bongiorno, Depellegrin, Menegon, and Pugnetti, 2019). Due to the seasonal nature of tourism, the concentration of tourism movements at certain places and times increases the pressure on the natural environment (Martin, Martin, Mejia, and Fernandez, 2018). This also leads to many negative economic, socio-cultural, and environmental impacts on the local community living in and around tourism destinations. Solving these problems with socially innovative approaches is vital for both the sustainable development of tourism and the economic welfare of the local people, reducing poverty and increasing quality of life.

Until the 1980s, mass tourism was the dominant type of tourism in the market. The rapid deterioration of the natural environment, the emergence of environmentally sensitive tourists, the change in travel motivations of tourists, in parallel with the efforts of countries to expand tourism to the whole year and the whole country and to benefit from the tourism economy to the maximum extent led tourism types to diversify in the 1990s. For example, new types of tourism have emerged, such as ecotourism, which emphasizes environmental protection and providing economic benefits to the local people (Salman, Jaafar, and Mohamad, 2020). The tourism market is divided into niches (culinary tourism, rural tourism, cultural heritage tourism, health tourism, etc.), considering the travel motivations of tourists.

The emergence of environmentally sensitive tourists has also led to an increase in the environmental protection efforts of tourism enterprises (Neto, 2003). Considering the demands of today's tourists and the damage caused by the tourism industry on the natural environment, many accommodations, food and beverage enterprises, and cruise ships attempt to decrease the negative impacts of tourism by implementing environmental management programs. This has led to the emergence of environmentally sensitive tourism enterprises (Sasidharan, Sirakaya, and Kerstetter, 2002) and subsequently the spread of innovative applications such as green hotels, ecolodges (ecological hotels), eco-friendly hotels, and environmentally friendly accommodations in the tourism industry (Istanbulu Dincer, Akova, Mugan Ertugral, and Aydogan Ciftci, 2017).

Likewise, rapidly developing information and internet technologies have brought along innovative applications in the tourism industry, and internet technologies have been widely used from air transport and hotel reservations to sales, marketing, and promotional activities of businesses. Tourism businesses that use these information technologies have achieved convenience in sales and reservations and gained a competitive advantage (Zengin and Dursun, 2017). In addition, developing technologies trigger the increase of social innovation and entrepreneurship practices in the tourism industry. Innovations such as information systems, the internet, and virtual reality applications have created radical changes in the industry.

Although the tourism industry is highly developed in the Mediterranean and Aegean coasts in Turkey, all regions are rich in terms of natural and historical resources. High tourism potential has been used for the economic development of the regions and various projects have been developed to make tourism a driving force in rural and regional development. All these projects and practices, which can be considered as social innovation examples, have been important tools in the development of the tourism industry, increasing the competitiveness and the number of tourists, and ensuring local development. For the sustainable development of tourism, such social innovative approaches should continue.

Considering the relevant literature (Zengin and Dursun, 2017; Vatan, 2010; Vatan and Zengin, 2014; Türker and Alaeddinoğlu, 2018; Sofracı and Sarıkaya, 2017; Kazançoğlu and Dirsehan, 2016; Işık, 2018), the fact that there are a limited number of studies on social innovation and social entrepreneurship in the tourism industry increases the importance of this study. Hence, this study aimed at developing socially innovative ideas that can be applied in the tourism industry. The results of this study will provide important implications for institutions such as tourism enterprises, local governments, non-governmental organizations, etc., in terms of solving the problems of society, elimination of development problems in underdeveloped regions through tourism, and increasing awareness towards environmental problems.

2. LITERATURE

2.1. Social Innovation and Social Entrepreneurship

Social innovation refers to the search for innovative ways to address the problems and needs of society. It includes the development and implementation of innovation, change, and improvement to activities that will benefit all parties of a society. Social innovation offers new solutions to social problems related to the economy, health, and education (Datta, 2011). Social innovation is novel or improved practices, initiatives, and services that are carried out to find solutions to social problems (cultural, social, and economic) (Goldenberg, 2004; Tanimoto and Doi, 2007). A true social innovation permanently changes perceptions, behaviors, structures, and systems (Chiklyaukova, 2015).

Haugh (2005: 5, cited in Kahvecioğlu, 2017), defined social innovation as the provision of new services in areas where social problems such as accommodation, education, health, culture, employment, and environment can be observed, implementation of new income-generating activities, and the adoption of strategies to find new resources by expanding the people who benefit from the services. According to Ruiz and Parra (2013), social innovation is the process of policies, designs, and practices that initiate innovative change to achieve economic output in social organizations.

Considering the definitions, it is seen that social innovation focuses on solving various social problems such as economic, social, environmental, and educational and improving people's life. Social innovation is novel ideas, practices, initiatives, structures (organizations), business models, and/or processes developed to find more effective solutions to these problems. Social innovation stems from social needs.

The roots of the social innovation approach date to the 1700s. Innovation theory has a history extending to the studies of Max Weber and Emile Durkheim who were interested in social change, and Parsons's analysis of social movements (Topsakal and Yüzbaşıoğlu, 2017, Milliyet newspaper, 2013). Social innovation was first discussed in the late 19th century by Max Weber under the name of "social inventions."

The necessity of social innovation and its relationship with technology and innovation to ensure economic efficiency was first revealed by Joseph Schumpeter in the 1930s (Seçkin Halaç, Eren, and Bulut, 2014). Joseph Schumpeter, an economist, and political scientist stated that innovation should include social areas beyond its technological meaning (Schumpeter, 1934). With his "destructive creativity" theory, Schumpeter stated that innovation is an important element of social change. Social innovation also stands out in the works of Peter Drucker and Michael Young in the 1960s (Milliyet newspaper, 2013).

In the 2000s, social innovation has become an important phenomenon. Bangladeshi economics professor and banker Muhammed Yunus and Grameen Bank's micro-credit project had a great impact on the development and popularization of social innovation. With this project, which was developed in 2006, Yunus enabled poor women to establish small businesses by allocating micro-loans that banks avoid, thus creating a social innovation.

According to Moulaert et al. (2005, cited by Topsakal and Yüzbaşıoğlu, 2017), social innovation has three main dimensions. The first one is the product dimension that focuses on meeting the previously unfulfilled needs of people. The second dimension is the process dimension that provides a change in social relations by increasing participation in all segments of the society. The third dimension is the strengthening dimension.

According to the Bureau of European Policy Advisers (BEPA), social innovation consists of two basic approaches. The first one is innovative solutions to social demands. In other words, it is the introduction of innovative practices instead of traditional methods to meet the social needs of vulnerable groups in the society. Thus, innovative solutions are offered to new social problems in the society. The second approach is social design. Social design stems from the need for change. With this approach, solutions to social and economic problems are produced by empowering people at the local level (European Commission, 2013; Özmete and Gök, 2015).

There are many social innovation examples. To illustrate, the "modern aging program" launched in Sweden aims to develop creative ideas that enhance the daily lives of older people. Using mobile phone software, the closest volunteer can purchase goods for an old person. Another example is Magic Bus, which provides education and guidance to young people and children in regions in India where educational opportunities are not available and infrastructure is not sufficient. In South Korea, the Hope Institute, which conducts socially innovative studies, has developed a mobile phone game that encourages tree planting (Ateş, 2018).

Social innovation efforts have been increasing in Turkey. Examples of social innovations in Turkey include Umut Houses, which allow disabled people to live together in small groups in an apartment or a detached house with other neighbors; Mor Çatı Women's Shelter Foundation, which was founded to shelter women subjected to physical, economic, verbal, psychological or sexual violence and to provide psychological and legal support, to support health, education and employment needs; a coffee shop "demgoodcoffee" run by the hearing impaired people are the (Kahvecioğlu, 2017).

Social entrepreneurship is an innovative activity that emerges for social purposes. Social entrepreneurship includes the initiatives that create social value (Ercan, 2016). According to Perrini and Vurro (2006), social entrepreneurship is a dynamic process created by people or communities aiming to achieve success in the market or society with a novel idea by using social innovation to create a new social benefit.

Social entrepreneurship consists of activities that create social value, it focuses on reducing social problems and achieving social change. Social entrepreneurship includes sustainable social projects of commercial enterprises or non-profit organizations and public institutions that bring innovation and create a difference in the society.

The main purpose of social entrepreneurship is to create innovative social enterprises with entrepreneurial approaches by focusing on social issues and creating a social impact. Social entrepreneurship contributes to society socially, environmentally, and economically (Ercan, 2016). Social entrepreneurship can bring about social change in society by educating people, improving their quality of life with new employment opportunities, and contributing to the sustainability of the natural environment.

Although the concept of social entrepreneurship is seen as a new concept, there are examples of social entrepreneurship throughout the history of humanity (Taş and Şemşek, 2017). For example, the first nursing school founded by Florence Nightingale in order to improve hospital conditions and Darüşşafaka, which was founded by Yusuf Ziya in 1872 to provide educational scholarships to students whose parents have passed away, are early examples of social entrepreneurship (Asılsoy, 2016).

Social entrepreneurship has developed with the increase of social problems that arose with the industrial revolution. H. Bowen first used the concept of social entrepreneurship in his book "Social Responsibilities of the Businessman" published in 1953 (Budak, 2015).

Social innovation and social entrepreneurship are interrelated concepts (Özdemir and Ar, 2015). Social entrepreneurs create social innovation. Social entrepreneurs are those who create innovative programs, processes, and products for solving social problems or initiating social innovations (Eren, 2010).

2.2. Social Innovation and Social Entrepreneurship in the Tourism Industry

The use of tourism-oriented innovative ideas and initiatives in solving social problems has rapidly increased in recent years. Especially the projects initiated with the public and non-governmental organizations have created remarkable changes in local development and people's quality of life.

Benevides et al. (2018) defines social innovation in tourism as the implementation of regional policies in order to create employment, promote local culture, increase regional income and protect natural resources. Social enterprise in tourism is called "responsible tourism that creates social and financial added value in the supply chain, is financially self-sufficient, contributes to alleviating poverty and protecting the environment" (Günlü, 2015).

Tourism contributes to the economic development of undeveloped or underdeveloped rural areas due to income generation and increasing employment. In this context, tourism ensures a fair distribution of income in society and that all regions benefit from the income-generating effect of the tourism industry. Tourism contributes to the development of democracy, the empowerment of women in underdeveloped regions, and the development of women's rights. (Öztaş and Karabulut, 2006). Tourism creates interaction between local people and tourists, bringing people from different cultures closer to each other and contributing to the development of friendship, tolerance, and world peace.

In addition to all these positive economic contributions; the uncontrolled development of tourism creates destruction on the physical and socio-cultural environment. Sustainable development of tourism has been neglected in the long run, as the tourism stakeholders (tourism enterprises, local communities, national and local government et.) focus on the economic benefits of tourism in the short term. The negative impacts of tourism affect the socio-cultural life and quality of life of local people negatively, especially those living in tourism destinations. In this context, social innovative approaches are needed to avoid these negative impacts.

The following issues have priorities in terms of social innovation practices in the tourism industry (Betil, 2010; Eren, 2010; Mulgan, 2006).

- Poverty reduction,
- Creation of new employment areas,
- Urbanization,
- Eliminating injustice related to living standards between regions,
- Migrations,
- Environmental problems such as the decrease in water resources, global warming, carbon emissions, and the energy provided by nonrenewable resources,
- Women's rights,
- Gender equality,
- Consumer rights,
- Expectations of consumers,
- Health and nutrition,
- Protecting nature,
- Improving the ability of the individuals,
- Education rights for all and access to education,
- Supporting disadvantaged groups,
- Ethical problems in working life.

Ergul and Johnson (2011) state that innovation in tourism today is limited to product development, sustainability issues, and ecotourism initiatives, which can be expressed as social entrepreneurship rather than social innovation. Product or service innovation in tourism is carried out in three ways as new product development, supporting products, and product differentiation. Tourist products that can compete with the existing product, be accepted by the consumers, and create demand are considered as new products. A new tourist product should be attractive and of interest to tourists. The World Tourism Organization (WTO) states that 300 different types of tourism can be invested in the tourism industry. New types of tourism and touristic products can be created for the tourism market. Service innovation in tourism refers to providing better service by creating guest satisfaction and differentiation of the service. Differentiation of the tourism product refers to the changes made in the existing product itself. Touristic products can also be supportive of the main attraction. For example, local cuisine can be used as a supportive product within the scope of festival tourism. (Küçükaltan and Yıldız, 2009).

For the sustainability of tourism, new products developed apart from the existing ones will also increase the tourism supply. In particular, it is significant to implement new or improved ideas in the tourism industry. Examples of social innovation and social entrepreneurship in the tourism industry are given below.

"Green hotels" or "sustainable hotels" are considered innovative ideas in the tourism industry (Chang and Cheng, 2021). Environmentally friendly hotels are built using environmentally friendly materials and save energy and water, generate less waste, use recyclable materials, and train staff and guests towards environmental protection. Investors behave with an understanding of social and environmental responsibility. For example, international chains such as Hilton, Marriott, Hyatt, Accor, and many national branded hotels produce creative solutions to environmental pollution.

Similarly, eco-friendly accommodations are increasing. These "ecolodges" are located in unspoiled areas and built in harmony with nature using recyclable materials, which do not cause

damage to the ecological system and biological diversity (Erdem and Tetik, 2013). Lapa Rios Ecolodge in Costa Rica was built from natural and recyclable materials. Solar energy is used for hot water in the hotel, and also plastic and glass materials are recycled.

Consisting of nine bungalows in harmony with nature in Brazil, Tauana Hotel is built from wood. Since the use of chemicals such as chlorine is avoided in the hotel, the hotel does not have a pool. Meals are prepared from organic food grown in the garden of the hotel. Operating in the UK, Strattons Hotel is one of the UK's leading award-winning eco-friendly hotels. All hotel staff have been trained in environmental protection. In Ayvalık, Cunda Ortunç Hotel, laundry is washed with environmentally friendly detergents, airport transfers are made by electric cars, and organic vegetables and fruits are used in food production (Gökdeniz and Dinç, 2017). In the Crowne Plaza Hotel in Copenhagen, guests help generate electrical energy by using a bicycle that is connected to a generator and thus enjoy their dinner free of charge (Vatan, 2010).

The tourism consortium, created under the name "Tasting Arizona" and consisting of food and beverage businesses, farmers, educational institutions, local people, festival organizations, aims to offer "local flavor" to customers in Arizona. For this purpose, a series of food products representing Arizona were determined (Carlsen and Edwards, 2008a). These innovative studies are particularly important as they support local businesses (farmers, food and beverage enterprises, etc.) and the local economy. Thus, the development of underdeveloped regions can be achieved with local development and equal distribution of incomes.

One of the best examples of social innovation is the idea of "farm to fork," which is becoming more popular all over the world. Based on this movement, the constant use of local, fresh, and natural products in food and beverage production, supplying products from local producers and farmers, thus ensuring that farmers survive in a competitive environment were aimed. These types of restaurants contribute to the elimination of food-related health problems by using food and beverages that are complied with food standards, using food and beverages that are not genetically modified, and are not polluted by chemicals in the production process. This system, which is also used as a regional development tool, helps small ethnic restaurants to survive by providing affordable and quality products and increases the competitiveness of local and small producers.

The Khama Rhino Sanctuary Trust has implemented a community-based tourism project in Botswana with the aim of conserving biodiversity (e.g., rhinos) and promoting the economic development of the local community with a socially innovative approach. Thus, the livelihoods of the local people improved, local employment increased, and the purchase of the goods and services produced by the local people caused the increase of small, medium, and micro-scale enterprises and the development of local arts and local economy (Stone and Stone, 2011).

The travel agency of Eco Travel Services, a social enterprise in Singapore, collaborating with non-profit organizations, and various social initiatives to conduct projects for the development of the rural villages within Vietnam, Laos, Thailand, Indonesia, Sri Lanka, and Bangladesh. Eco Travel provides homestay accommodation with the villagers, one-third of the income is given to families coming from visitors. In addition, it also trains villagers with the collaboration of Chiang Mai University and Singapore Management University where villagers are taught conversational English for effective communication with tourists. 25% of the revenue is donated to a community fund to finance public projects in the village (Biqi, 2012).

Nallihan's Rural Tourism Development Project is a social enterprise initiated in 2010 with the cooperation of the municipality, NGOs, and local people in order to benefit from the rural tourism potential of Nallihan. In the project, some of the idle public and private sector buildings were transformed into accommodation establishments and some into facilities where local products are sold and local food is offered (COMCEC, 2013). Thus, a significant increase was achieved in the income of the local people.

DRAHNA, The Association of Environment, Development, Culture and Cooperation and the Association for Providing Services for Ulus and its Villages (APSUV), which aim to produce innovative solutions to the economic, social, and environmental problems faced by the rural communities living in Ulus district and villages (in Bartın province) and to create economic development have conducted various studies. "Development of Ecotourism-Based Guest House Project" was conducted in 2011 in order to increase the employment opportunities of the local people and to provide local accommodation for the visitors. For this purpose, 25 homeowners, mostly women, were trained on accommodation services, business administration, and environmental protection. The training program brought new skills to local women. Today, 10 guest houses meet the accommodation needs of the visitors. The project also created awareness about the protection and sustainability of the Küre Mountains National Park and forest ecosystem (Türker and Alaeddinoğlu, 2018).

The TaTuTa (Exchange of Agricultural Tourism on Organic Farms and Volunteer Experience) project, which was implemented in 2004 with the contribution of the Buğday Association for Supporting Ecological Living and the United Nations Development Program, aims to support the farmers engaged in ecological agriculture and to make people aware of the products they consume by considering the source and under what conditions they are produced. On the other hand, visitors participate in the production process and the workforce is exchanged mutually. Some of the visitors work voluntarily on these farms and receive accommodations free of charge. Some visitors pay for their accommodation and food and beverage services (Artuğer et al., 2013; Tatuta, 2018).

TaTuTa increases the information sharing of consumers and producers for ecological production and supports the production of sustainable resources that are compatible with nature for rural people. People who get bored with their routine urban life contribute to food production on these farms. In addition, this project contributes to the protection of biological diversity, soil, water, and air quality, climate, and ecosystem. These efforts are not only rural tourism or ecotourism activities but also an important and valuable example of social innovation-social entrepreneurship (Çiftçi, 2017).

Another social innovation example is the Slow Food movement that emerged in 1986 as a reaction to fast food restaurants in Italy. This trend is a social innovation that prioritizes respect for nature, adequate and healthy nutrition, embracing local tastes, and enjoying what we eat. The Citta slow concept emerged with the application of this trend to cities. Considering local resources, local culture, and history, slow food is integrated into slow cities. In slow cities, organic and healthy food are prioritized, local financial resources are used, and the local people emphasize the local culture. In these cities, natural and urban life is preserved, and an alternative way of life is offered in a stress-free and calm atmosphere, where also the quality of life of the local people increases. Sustainable living conditions offered in slow cities also contribute positively to tourism and improve the social and environmental quality. This movement, which prevails in Seferihisar district for the first time in Turkey, offers a holiday in a sustainable environment where nature and local culture are protected and where the negative impacts of mass tourism are eliminated (Kazançoğlu and Dirsehan, 2016).

As in many cases mentioned above, social innovation and social entrepreneurship in the tourism industry are aimed at protecting the ecological environment, increasing the education level and income of the local people, benefiting those who are socially disadvantaged, and encouraging sustainability, rather than making a profit. Social innovations in the tourism industry are mainly conducted in regions where people who need social support and have low income (Çiftçi, 2017).

In the relevant literature, there are only a few studies focusing on tourism, social innovation, and social entrepreneurship. Işık et al. (2018) state that international studies on innovation mainly focus on service and process innovation, but social innovation is also considered. Social innovation studies focus on eco-innovation, as enterprises attach importance to the solution of environmental problems as much as product, service, and process innovation.

3. METHODOLOGY

The main purpose of this study is to develop innovative ideas and approaches for the tourism industry. For this purpose, a focus group study, which is a qualitative data collection method, was used in this study, and creative ideas about the tourism industry were collected from Tourism Master's students in Tourism Management and Entrepreneurship at a state university in Turkey. These groups were chosen as it is assumed that they have enough knowledge of the tourism industry and entrepreneurship.

A focus group is an unstructured discussion and meeting between a small group and a moderator with the aim of gaining in-depth information and generating ideas, using the effect of group dynamics (Bowling, 2002). Focus groups enable new and different ideas to emerge as a result of in-group interaction and group dynamics. Participants trigger feelings and thoughts in each other's minds because of mutual interactions and associations; thus, a rich flow of information is provided (Çokluk et al., 2011).

In this study, two groups were formed, consisting of 10 students studying in the Department of Tourism Management and 12 students studying in the Department of Entrepreneurship. Focus group interviews were completed in four different sessions, two with Tourism Management and two with Entrepreneurship students. The interviewees were informed about the subject of the interview and were included in the focus group meeting in line with their requests and approval. Krueger's (1994) "focus group information form" was used to collect data in these interviews, which lasted an average of 35-40 minutes. The interviews were recorded with the permission of the participants, the audio recordings were reported by transcribing verbatim in text, and the data were analyzed by content analysis.

4. FINDINGS

Two focus groups were formed in this study, which was conducted to reveal innovative social ideas and approaches in the tourism industry. The first group consisting of 10 people, 6 males and 4 females, studying in the Department of Tourism Management in a state university, while the second group, consisting of 6 females and 6 males, studied in the Entrepreneurship program.

4.1. Focus Group Meetings Verbatim Document

4.1.1. Focus Group Meeting – 1

The first focus group meeting attended by 10 participants who are the students of the Master's degree program at the Department of Tourism Management was held by an academic moderator on March 14, 2019. In the first focus group meeting, it was attempted to determine whether the students had knowledge about the concepts of innovation, social innovation, and social entrepreneurship. TM-P1 and TM-P3 explain these concepts as follows:

"Innovation is a novel idea. Social innovations are new ideas which people make when they realize their shortcomings in social areas. Since tourism is a social field, all kinds of social innovation can be easily applied." (TM-P1)

"Social innovation and social entrepreneurship are the realization of ideas to create a social change." (TM-P3)

In the first Focus Group Meeting held with Tourism Management Master's Class students, basic information was given on social innovation and social entrepreneurship in the tourism industry, and detailed literature was discussed. Participants were asked to develop novel ideas and new approaches in the tourism industry. The second focus group discussion was planned a week later. Thus, the participants had time to develop novel ideas.

4.1.2. Focus Group Meeting – 2

In the second focus group meeting held on March 21, 2019, innovative ideas of Department of Tourism Management students that will create economic, social, and environmental benefits to the community were collected. These ideas are presented in Table 1.

Table 1: Encoding Social Innovation and Social Entrepreneurship Ideas of Tourism Management Master's Class Students

Participants	Ideas	Encoding of data	Themes
TM-P1	Efforts on environmental protection, recycling and decreasing waste in the tourism industry, tax reduction for tourism enterprises which provide recycling.	-Environmental problems, -Recycling, waste management, -Tax cutting to promote recycling.	-Protection of the natural environment, -State support for social innovation through tax reduction, -Sustainable tourism initiatives.
TM-P3	Social innovation ideas that create additional income for local people, establishing local markets in big, chained hotels, selling local and organic products.	-Local people to benefit from tourism revenues, -Increasing the consumption of local products of tourists, -Ensuring the sustainability of agricultural activities, -Strengthening the agricultural economy.	-Contributing to the development of rural areas, -Fair distribution of tourism income, - Sustainable agriculture.
TM-P4, TM-P5	Marketing of agricultural products to hotels. For example, the sale of olives, olive oil, grapes, and other products grown in the Aegean Region to hotels in the region, promoting local flavors, reducing environmental pollution.	-Providing social and financial added value in the supply chain, -Image studies, -Reducing environmental pollution due to the decrease in the packaging of food.	-Responsible/community-based tourism, bi-directional social innovation that contributes to reducing poverty and protecting the environment.
TM-P6, TM-P3	"Barrier-Free Tourism", employing staff at the hotels that can speak sign language and can learn the Braille Alphabet to serve tourists with disabilities.	- Barrier-Free Tourism, -Tourism for all.	- Providing tourism services to disadvantaged groups, - Raising awareness about disabled people.
TM-P7	The use of sign language software in tourism businesses.	- Communication with disadvantaged individuals.	-Touristic product development.
TM-P8	Experiencing historical sites using augmented reality devices.	- Reducing the impact of tourism on historical sites, - New tourist experiences.	- Drawing attention to historical values and their protection, - Enriching the tourist experience.
TM-P9	Collection of rainwater and use in hotels.	-Water and energy saving.	- Environmentally sensitive social innovation.
TM- P10	Kaplan Café	- Raising awareness for the protection of endangered tigers and other species.	-Sustainability of ecosystem.

TM- P7	Green Café	- Tourism initiatives where organic and green products are served (buttermilk, compote, pickle juice, etc.).	-Sustainability of local culture
TM-P7	Honesty Café	- A business that is completely based on trust, where the employees do not work.	-To instill honesty and trust in children.

Participants express the issues related to innovative ideas as follows:

"Studies on this subject reveal that environmental problems are important in tourism. Generally, there are best practices at hotels and restaurants abroad, such as recycling, waste management, etc. However, there are only limited efforts on these issues in Turkey. For example, abroad, within the scope of the Green Line project, businesses that collect recyclable materials pay 10% less tax. Such projects may become widespread in Turkey. " (TM-P1)

"Local markets can be established in large hotels such as in chain hotels. In one section of the hotel, dry foods prepared by local women, handicrafts, and food such as pies or donuts can be prepared and sold. Thus, local people can earn additional income. Handicrafts (such as embroidery, lace) prepared by women, fruits, souvenirs that customers can both consume within the hotel and take with them to their homes can be sold. Similarly, local products can be supplied to hotels within the framework of an agreement signed by both parties. For example, fruits and vegetables grown in the Aegean region can be marketed to local hotels. Olives produced by local people are sold to hotels in Balıkesir. Therefore, both tourists can be offered the opportunity to consume organic products, and local producers can easily find markets for their products. In other words, a win-win situation can be created." (TM-P3)

"Producing local flavors is an important issue. For example, hotels operating in the Aegean Region can create local flavors by using the products grown in the area. This also contributes to the hotel's image of locality and the reduction of pollution caused by transportation and packaging waste." (TM-P4)

"The tourism services provided for the disabled are quite limited. In this context, I have a socially innovative project such as the Barrier-Free Tourism. A hotel business can be initiated to serve the disabled and their companions, where employees work who have qualifications to communicate with the disabled. Today, many corporate companies employ staff who know sign language. This kind of staff can be employed in the tourism industry as well. All equipment in this hotel (bedroom, bathroom, pool, restaurant, etc.) should be constructed in a way that suitable for the disabled." (TM-P6)

"Do the disabled agree with this? Separation of other individuals and disabled people from each other can be viewed as discrimination." (TM-P4)

"By law, people with disabilities should be able to receive the same service under the same conditions as other people in all institutions and organizations. However, in many tourism enterprises, there are no sinks and pools they can use. The purpose here is not to separate other individuals from the disabled, but to create tourism facilities for them. Therefore, hotels for disabled will realize holidays they deserve by providing services that fit their needs." (TM-P3)

"I propose an innovation on augmented reality. For example, in the Netherlands, a phone software is used that displays the history of the museum visually when you hold your mobile phone facing the wall. It offers an incredible experience if this software is used with augmented reality glasses in historical places in Safranbolu or Istanbul. In addition, these areas cannot be destroyed as they are not physically visited, and their sustainability is ensured." (TM-P8)

"As applied in South Korea, the rainwater can be collected by a system set up on the roadside, and this water can be used for road cleaning with an automatic system. Thus, rainwater is not wasted. Water saving and the efficient use of water are provided." (TM-P9)

"My idea is to initiate a café with the theme of tiger and forest. I imagine a café where the walls are covered with wallpaper or similar materials with a tiger pattern, and the carpets are decorated with tiger motifs. In this thematic café, which will mostly attract families with children, awareness of children towards poaching and endangered extinction of the tigers can be raised. It is known that there are 6 tigers among the 24 species of tigers existing in the world. Bengal tiger, Sumatra, white tiger, etc. Tigers' fur is used for luxury consumption." (TM-P10)

"Similar to the idea of Tiger café, a green or an eco-café can be initiated. Green and organic products can be served in this café. For example, buttermilk, compote, pickle juice, etc. For example, a Yörük-themed café can be established in the Mediterranean Region which reflects the nomadic culture." (TM-P7)

"An Honesty Café, as it is in Indonesia, can be established. In today's environment where people do not trust each other, honesty is a very important issue. In the café, no staff is employed, there is nobody at the checkout and no cashier. There are boxes with paper money and coins in the safe. You leave the money for the product you bought there. You also get the change (if there is any) yourself. In research, it has been determined that there is no deficit in the checkout of the café. There is a similar enterprise, a canteen at a school in Eskişehir in Turkey. It was observed that there was no money deficit in the safe, even an excess of money. With such practices, we can instill feelings of honesty and trust in children." (TM-P7)

4.1.3. Focus Group Meeting – 3

The first focus group meeting was held by the first author as a moderator at the Faculty of Business Administration on April 02, 2019, with the participation of 12 Master's students of the Department of Entrepreneurship. In the third focus group meeting, students were asked to define the concepts of innovation, social innovation, and social entrepreneurship concepts. Therefore, it has been attempted to determine whether students have enough knowledge about these concepts. EN-P5 and EN-P6 explain the concepts as follows:

"Innovation is novelty while entrepreneurship refers to renew something that exists or to create a new enterprise which brings a social change. Similarly, social innovation is creating a new idea that did not exist before." (EN-P5)

"In my opinion, it is very important that the ideas are applicable and sustainable beyond being innovative. Moreover, these innovative social ideas should be appropriate to the culture and values of the society. The ideas that are not adopted by the society and are not sustainable will not be applicable." (EN-P6)

In the 1st Focus Group meeting held with the students of the Entrepreneurship Master's program, students were informed exhaustively about innovation, social innovation, and social entrepreneurship, and students were asked to develop innovative ideas and new social approaches related to the tourism industry.

4.1.4. Focus Group Meeting - 4

In the second focus group meeting held on April 30, 2019, innovative ideas of Department of Entrepreneurship Master's students that will create economic, social, and environmental benefits in the tourism industry were collected. Data encoding and the content analysis results are presented in Table 2, 3, 4, and 5 respectively.

Table 2: Encoding Social Innovation and Social Entrepreneurship Ideas of Entrepreneurship Master's Class Students

Participants	Ideas	Encoding of data	Themes
EN-P8 EN-P9 EN-P10	Development of new types of tourism in a region.	- Developing new touristic products in accordance with the touristic resources in a region.	- Rural development, - Efficient use of touristic resources,

			- Diversification and enriching of tourism products.
EN-P3	Establishing "hobby gardens" where saffron cultivation is carried out	- Saffron production and hobby gardens where tourists also participate in the production process.	- Promotion of local products, -Sustainability of local products and agricultural activities, - Enriching the tourist experience.
EN-P10	Developing heritage tourism in the ancient city of Teion/Tios in the Western Black Sea Region	- Uncovering the historical treasure of our country, - Development of touristic activities.	- Local development, - Increase in employment, - Increase in local people's income.
EN-P12	Developing tourism in Iznik and its surroundings. Since the city is an important religious center especially for Christians, studies and initiatives can focus on faith tourism.	- Development of tourism.	- Initiatives for the development of religious tourism activities, - Fair distribution of tourism income, - Contributing to the development of rural areas.
EN-P5	Use of fishing boats for touristic purposes in the Black Sea Region and line fishing.	- Boats where tourists can acquire fishing experience.	- Additional income generated by tourism, - Promoting the local culture, - New and unique touristic experiences.
EN-P10	Environmental protection strategies and environmental protection practices of hotels.	- Environmental protection practices are important examples of social innovation due to their contribution to the improvement of environmental quality.	-Water and energy saving, - Using renewable energy sources, - Parsing of waste, - Organizing training programs to increase environmental awareness.
EN-P6	The widespread use of bicycles in touristic travels. Encouraging the use of bicycles, especially among young travelers.	- Reducing the carbon emissions created by tourism.	- Tourism that is sensitive towards the environment and health of tourists.

Participants' innovative ideas are given below:

"Although the sea, sand, and sun come to mind when tourism is mentioned, the tourism potential of Turkey shows that new tourism types can be developed. This provides rural development in underdeveloped areas." (EN-P8)

"Turkey has vast tourism resources. Especially in underdeveloped regions such as Eastern Anatolia, different types of tourism can be developed." (EN-P9)

"The annual amount of saffron production is very low in Safranbolu, which is the hometown of Saffron plant. Hobby gardens can be established to increase saffron production. A certain amount of saffron can be given to tourists working in hobby gardens. Therefore, on the one hand, it creates an important attraction for tourists. On the other hand, it creates an increase in saffron production. Saffron harvesting is carried

out in a small area where Saffron agriculture has been made in recent years, and tourists also participate in this event." (EN-P3)

"Filyos hosts perhaps the second largest ancient city; Teion or Tios in the Black Sea Region. Excavations have been continuing in the ancient city for a long time. The areas that have been unearthed so far may create a touristic potential. There is no significant economic sector in the region to create employment. For this reason, the creation of a tourism movement in the ancient city and the development of tourism in the region may provide both the development of the region and the increase in employment. In this context, innovative ideas that will ensure the development of tourism in the region should be implemented. In this context, innovative entrepreneurs are needed." (EN-P10)

"I think that a similar tourism movement can gain momentum in Lake Iznik and its surroundings. Iznik is an important religious city for Christians where the first Ecumenical Council is gathered. The main source of income of the region is agriculture. Employment resources can be increased by developing different economic sectors such as tourism in the region." (EN-P12)

"Applications such as TATUTA farms can be carried out in many regions of Turkey." (EN-P1)

"The Black Sea is one of the most important fishing areas in our country. Combining fishing and tourism and using fishing boats for touristic purposes can provide additional income for fishermen. Fishing is a seasonal activity as it is limited to the fishing season. Therefore, fishing boats can be used for excursions outside the fishing season. As far as I know, there is no ban online fishing. So, tourists can fish in these boats. Fishermen can also earn additional income." (EN-P5)

"Today, environmental protection is vital. Hotels also cause many environmental problems with their disposal of waste, water, and energy use. In my opinion, the remarkable social innovation is the environmental protection efforts of hotels. For example, today many corporate hotels adopt environmental protection strategies such as water and energy saving, using renewable energy sources, sorting waste (such as batteries, paper, and plastic), recycling, organizing training programs to increase the environmental awareness of guests and employees." (EN-P10)

"Considering the carbon emissions in the world, it is seen that 5% of this emission is caused by the tourism industry. In recent years, the touristic travels of university students in the travel movement have been increasing, especially within the European Union. The widespread use of bicycles, especially among young people, may be a social innovation that increases environmental awareness." (EN-P6)

Table 3: Content Analysis of Students' Social Innovative Ideas Related to Protecting Natural Environment and Ensuring Local Development

Participants	Innovative Tourism Ideas	Content Analysis
TM-P1	Tax cutting for enterprises having recycling programs.	- Protecting the natural environment.
TM-P3	Establishing local markets and selling local products in hotels.	- Preservation of local agricultural culture and local development.
TM-P4, TM-P5	Sale of local agricultural products to hotels.	- Organic food production and local development.
Tİ-K9	The collection of rainwater and using it in tourism enterprises.	- Protecting the natural environment.
TM-P10	Tiger Café.	- Developing environmental awareness and raising awareness about endangered animals.
EN-P3	Saffron cultivation in hobby gardens.	- Sustaining local agricultural culture and local development.
EN-P10	Environmental protection practices of hotels.	- Protecting the natural environment.
EN-P6	Touristic trips by bicycle.	- Protecting the natural environment.

Table 4: Content Analysis of Students' Social Innovative Ideas Related to Product and Service Development and Improvement

Participants	Innovative Tourism Ideas	Content Analysis
TM-P6, TM-P3	"Barrier-Free Tourism."	- New product or service development and/or improvement.
EN-P8, EN-P9, EN-P10	Development of new tourism types (Eastern Anatolia).	-New product development, rural development, effective use of touristic resources.
EN-P10	Development of new touristic destinations (Teion/Tios, Filyos Ancient City).	- New product development, local development, preservation of local culture.
EN-P12	Development of new touristic destinations (religious tourism in Iznik).	- New product development, rural development, effective use of touristic resources.
EN-P5	Development of new tourism types (Fisheries in the Black Sea).	- New product development, rural development, effective use of touristic resources.
TM-P7	Using sign language software in tourism establishments.	- New service development and/or improvement.
TM-P7	Green Café/Eco-café.	- New product and service development and/or improvement, organic food production.
TM-P7	Honesty Café.	- New product or service development and/or improvement.

Table 5: Content Analysis of Students' Social Innovative Ideas Related to Information Technologies

Participants	Innovative Tourism Ideas	Content Analysis
Tİ-K8	Experiencing historical areas using augmented reality devices.	- Using information technologies and raising awareness about the protection of historical sites.

5. CONCLUSION

This study was aimed at developing socially innovative ideas and approaches for the tourism industry. It was carried out with the Masters' students of the Department of Tourism Management and the Department of Entrepreneurship studying at a state university in Turkey, using the focus group method. In the study, students' socially innovative ideas that can be used in the tourism industry were collected. For this purpose, a total of four focus group meetings were held, two of which were consisting of Tourism Management and two Entrepreneurship Master's students. A total of 22 students, 10 of them Tourism Management and 12 Entrepreneurship, participated in the focus group interviews.

In the focus group discussions, students' innovative ideas focused on (1) developing new products/services, in other words, developing new tourism destinations and types of tourism, (2)

rural development and environmental protection, and (3) using information technologies. The ideas are mainly: the development of alternative tourism types, creation of new destinations, ecologic food production and service, development of rural areas, increasing employment opportunities in rural areas, fair distribution of tourism income, sustainable tourism, protection of the natural and cultural environment, promotion, and sustainability of local culture, including support for local producers.

In the focus group discussions, it was determined that the students did not have detailed information on innovation, social innovation, social entrepreneurship, and social innovation in the tourism industry. However, the participants have relatively more knowledge about the concept of innovation compared to social innovation. For this reason, detailed information was given on these concepts before collecting the innovative ideas of students. This briefing was carried out separately in the first focus group meetings with both Tourism Management and Entrepreneurship Master's students. After the information was provided, it was determined that the social innovation and social entrepreneurship ideas of the students had matured.

As Tourism Management Master's students are engaged in tourism businesses, they produce more innovative ideas when compared to students of Entrepreneurship. In addition, it has been observed that Entrepreneurship Master's students have difficulties in generating ideas about social innovative practices in the tourism industry.

The development of tourism in the form of mass tourism brings along many negative economic, socio-cultural, and environmental problems at tourism destinations and on the local people living in the region (Chong, 2020). Solving these problems with a socially innovative approach is important for both the sustainable development of tourism (Moscardo, 2008) and the economic development of the local people, reducing poverty and increasing social welfare.

Currently, tourism is considered a driving force of development due to the labor opportunities it creates (Ladkin, 2011). For this reason, it serves as a catalyst for economic development and increases in employment opportunities, especially in underdeveloped rural areas (Jordan, Havadi-Nagy, and Maroşi, 2016). In this context, many social innovative projects, which were initiated by local governments and non-governmental organizations, have been implemented. However, the rapid development of technology, the changing and diversification of the needs and expectations of tourists, the increase in the environmental problems caused by tourism, and the existence of social and economic inequality among regions make it necessary to develop innovative approaches, applications, products, and services in tourism.

5.1. Limitations

The most important limitation of the study is that the data obtained from the focus group interviews were not tested by quantitative methods with a complementary study approach. In future studies, a questionnaire form should be created using the results of this research, and the findings obtained by qualitative methods should be confirmed with a quantitative method on a larger sample.

The results obtained from this study are limited to 22 participants studying at a state university, within Tourism Management and Entrepreneurship Master's programs. The small sample size limits the generalization of the results. Due to the nature of the study, the ideas/opinions that arise are subjective, and the findings cannot be generalized unless quantitative studies are conducted. However, this study is important as research on social innovation in the tourism industry is scarce.

References

Artuğer, S., Özkoç, A. G. and Kendir, H. (2013). Ta-Tu-Ta (tarım-turizm-takas) Çiftliklerinin Pazarlanması ve Tanıtılması İçin Öneriler. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3, 1-5.

- Asılsoy, B. (2016). Marka Konumlandırmasında Sosyal Girişimcilik Kavramının Önemi: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İşletme Yüksek Lisans Programı Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul
- Ateş, M. (2018). Türkiye’de Sosyal İnovasyon Uygulamaları ve Genç Nüfusun Potansiyeli, SETA Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı Yayını, https://setav.org/assets/uploads/2018/08/Analiz_253.pdf Accessed: 10 February 2019
- Benevides, S. L. M., Pedro Filho, F., Madeira, M. J. A., Sakuno, I. Y. T., Arenhardt, V. (2018). Social Innovation by Tourism Strategy in the Western Amazon, *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, 5, 78-92.
- BEPA (2011). Empowering people, driving change: Social innovation in the EU. Bureau of European Policy Advisers.
- Betil, İ. (2010). Sivil Toplum, Sosyal Sermaye, Sosyal Girişimcilik, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(1), 21-22.
- Biqi, W. (2012). The Promise and Challenge of Ecotourism. *Social Space*, 106-109. https://ink.library.smu.edu.sg/cgi/viewcontent.cgi?article=1107&context=lien_research Accessed in April 2021.
- Bowling, A. (2002). *Research Methods in Health: Investigating Health and Health Services*. Philadelphia, PA: McGraw-Hill House.
- Budak, G. (2015), Yoksulluğa İnovatif Bir Çözüm; Sosyal Girişimcilik, *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 4 (8), 26-41
- Carlsen, J. and Edwards, D. (2008) BEST EN case studies: Innovation for Sustainable Tourism, *Tourism and Hospitality Research*, 8, 1, 44-55.
- Carlsen, J. and Edwards, D. (2008a). The Diablo Trust, Northern Arizona, USA, USA (in Eds. J. Carlsen, J. Liburd, D. Edwards, P. Forde) *Innovation for Sustainable Tourism: International Case Studies* http://www.greentrek.org/files/2013/08/Case_Study_Publication_full.pdf Accessed: 15 July 2018.
- Chang, Y.Y. and Cheng, C.C. (2021). Evaluating the strategic implications of the service quality in green hotels from a new insight, *Current Issues in Tourism*, <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1868414>
- Chiklyaukova, E. (2015). Achieving growth through social innovation: A beyond GDP trial. Case studies of Turkey and Russia, Yüksek Lisans Tezi, Boğaziçi Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü/Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı, İstanbul.
- Chong, K.L. (2020). The side effects of mass tourism: the voices of Bali islanders, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(2), 157-169. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1683591>
- COMCEC (2013). Proceedings of the 1st Meeting of the COMCEC Tourism Working Group on “A New Trend in Sustainable Tourism Development: Community Based Tourism in the COMCEC Region”, http://kalkinma.gov.tr/DocObjects/View/14988/PROCEEDINGS_OF_THE_1st_MEETING_OF_THE_COMCEC_TOURISM_WORKING_GROUP.pdf.
- Çiftçi, F. (2017). Turizm Sektöründeki Sosyal Girişim Çalışanlarının Sosyal Girişimcilik Davranışı, İş ve Yaşam Tatmini: Tatuta Projesi Narköy Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Datta, P. B. (2011). Exploring the evolution of a social innovation: A case study from India. *International Journal of Technology Management and Sustainable Development*, 10(1), 55-75.
- Divisekera, S. and Nguyen, V.K. (2018). Determinants of innovation in tourism evidence from Australia, *Tourism Management*, 67, 157-167. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.01.010>
- Dobele, L. (2015). Factors Which Influence the Development of Social Innovation in Latvia, *Proceedings of the 2015 International Conference “ECONOMIC SCIENCE FOR RURAL DEVELOPMENT”* No40 Jelgava, LLU ESAF, 23-24 April 2015, pp. 226-238.
- Drius, M., Bongiorno, L., Depellegrin, D., Menegon, S., and Pugnetti, A. (2019). Tackling challenges for Mediterranean sustainable coastal tourism: An ecosystem service perspective, *Science of The Total Environment*, 652, 1302-1317. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2018.10.121>

- Ercan, S. (2016). Türkiye’de Sosyal Girişimcilik ve Yaratdığı Etkilerin Değerlendirilmesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Erdem, B. and Tetik, N. (2013). An Environmentally -Sensitive Approach in the Hotel Industry: Ecolodges, International Journal for Responsible Tourism, 2(2), 22-40.
- Eren, H. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal İnovasyon Kapasitelerinin Teknolojik Yenilikçilik Eğilimlerine Etkisini Ölçmeye Yönelik Bir Model Önerisi, Ankara: Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü
- Ergul, M. and Johnson, C. (2011). Social Entrepreneurship in the Hospitality and Tourism Industry: An Exploratory Approach, Consortium Journal of Hospitality and Tourism, 16(2), 40-46.
- European Commission. (2013). Guide To Social İnnovation-Regional And Urban Policy. [Http://Ec.Europa.Eu/Regional_Policy/Sources/Docgener/Presenta/Social_İnnovation/Social_İnnovation_2013.Pdf](http://Ec.Europa.Eu/Regional_Policy/Sources/Docgener/Presenta/Social_İnnovation/Social_İnnovation_2013.Pdf)
- Goldenberg, M. (2004). Social Innovation In Canada, How Thenon-Profit Sector Serves Canadians and How It Can Serve Them Better. Canadian Policy Research Networks Inc. (CPRN), Research Report W25.
- Gökdeniz, A. and Dinç, Y. (2017). Turizm Sektöründe Yeşil Pazarlama:Eko Oteller ve Ekolojik Uygulamalar, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Özel Sayı 3, 29-39
- Günlü, E. (2015). Sosyal Girişimcilik Olgusunun Kavramsal Analizi ve Turizmde Sosyal Girişimcilik, Sosyal ve Beşeri Araştırmalar Dergisi, 35
- Halaç, D. S., Eren H., Bulut Ç. (2014). Sosyal Yenilikçilik: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 32(1), 165-190.
- Haugh, H. (2005). A Research Agenda For Social Entrepreneurship. Social Enterprise Journal, 1(1), 1-13.
- Işık, C., et.al. (2018) Turizm ve İnovasyon İlişkisi: Literatür Taraması, Journal of Tourism Intelligence and Smartness, 1(2),34-74.
- Istanbullu Dincer, F., Akova, O., Mugan Ertugral, S., and Aydogan Ciftci, M. (2017). Green Innovation Practices in Hotel Enterprises, Eurasian Social Science Journal, 1, 58-73.
- Jordan, P., Havadi-Nagy, K.X., and Maroşi, Z. (2016). Tourism as a driving force in rural development: Comparative case study of Romanian and Austrian villages, Tourism: An International Interdisciplinary Journal, 64(2), 203-218
- Kahvecioğlu, E.H. (2017). Sosyal İnovasyon ve Türkiye’deki Uygulamaları, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Tezsiz Yüksek Lisans Projesi, Edirne
- Kazançoğlu, İ. and Dirsehan, T. (2016). Sosyal İnovasyon ile Sakin Şehirler Arasındaki İlişkinin Sosyal Girişimciler Açısından incelenmesi: Seferihisar Örneği, Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi, 7, 135-161
- Krueger, R.A. (1994). Focus Groups- A Pratical Guidefor Applied Research, London, SAGE Pub.
- Küçükaltan, G., Yıldız, Ö. E. (2009). “Turistik Ürün Çeşitlendirme Aracı Olarak Şarap Turizmi: Çeşme Örneği”. 10. Ulusal Turizm Kongresi, Turz. İşt. ve Otl. Y.O., Mersin Üni., Mersin, 1141-1155.
- Ladkin, A. (2011). Exploring Tourism Labor, Annals of Tourism Research, 38(3), 1135-1155.
- Li, K.X., Jin, M., and Shi, W. (2018). Tourism as an important impetus to promoting economic growth: A critical review, Tourism Management Perspectives, 26, 135-142. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2017.10.002>
- Martin, J.M.M., Martin, J.A.R., Mejia, K.A.Z., and Fernandez, F. A.S. (2018). Effects of Vacation Rental Websites on the Concentration of Tourists- Potential Environmental Impacts. An Application to the Baleric Islands in Spain, International Journal of Environmental Research and Public Health, 15(2), 347. <https://doi.org/10.3390/ijerph15020347>
- Milliyet Newspaper (2013). Kaliteli bir yaşam için sosyal inovasyon 22.01.2013 tarihli makale <http://www.milliyet.com.tr/yazarlar/dusunenlerin-dusuncesi/kaliteli-bir-yasam-icin-sosyal-inovasyon-1659116/> Accessed: 10 February 2019.
- Moscardo, G. (2008). Sustainable tourism innovation: Challenging basic assumptions, Tourism and Hospitality Research, 8(1), 4-13.

- Mulgan, G. (2006). The Process Of Social Innovation, Innovations. Technology, Governance, Globalization, 145-162, mitpress.mit.edu/innovations.
- Neto, F. (2003). A new approach to sustainable tourism development: Moving beyond environmental protection, *Natural Resources Forum*, 27, 212-222.
- Özdemir, F. and Ar, M. (2015), *Sosyal Yenilik Üzerine Bir Alan Araştırması*, ed.: Cevahir Uzurt, İstanbul: Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi, Sayı 1, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Özmete, E. and Gök, F. A. (2015). Sürdürülebilir Kalkınma İçin Sosyal İnovasyon ve Sosyal Hizmet İlişkisinin Değerlendirilmesi, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal Hizmet Bölümü Dergisi*, 26(2).
- Öztaş, Kadir and Karabulut T., (2006), *Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri*, 2. Basım, Nobel Yayınları, Ankara.
- Perrini, F. and Vurro, C. 2006. Social Entrepreneurship: Innovation and Social Change across Theory and Practice. In Mair, J., Robinson, J. and Hockerts, K. (eds), *Social Entrepreneurship*, 5: 57-86. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Ruiz, C., and Parra, C. (2013). New forms of organization in knowledge-based societies: Social innovation. New York: Routledge.
- Salman, A., Jaafar, M., and Mohamad, D. (2020). A comprehensive review of the role of Ecotourism in sustainable tourism development, *e-Review of Tourism Research (eRTR)*, 18(2), 215-233.
- Sartori, R., Costantini, A., Ceshi, A., and Tommasi, F. (2018). How Do You Manage Change in Organizations? Training, Development, Innovation, and Their Relationships, *Frontiers in Psychology*. 9:313. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00313>
- Sasidharan, V., Sirakaya, E., and Kerstetter, D. (2002). Developing countries and tourism ecolabels, *Tourism Management*, 23, 161-174.
- Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle (C. 55). Transaction publishers.
- Snyder, H., Witell, L., Gustafsson, A., Fombelle, P., and Kristensson, P. (2016). Identifying categories of service innovation: A review and synthesis of the literature, *Journal of Business Research*, 69(7), 2401-2408. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.01.009>
- Sofracı, İ. E. and Sarıkaya, B. (2017). Turizmde İnovasyon ve Girişimcilik Farklı Bir Turizm Anlayışı: TaTuTa Örneği. I. International Congress on Future of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability Bildiriler Kitabı, Mersin/Türkiye, s. 452-456.
- Stone, L.S. and Stone, T. M. (2011). Community-based tourism enterprises: challenges and prospects for community participation; Khama Rhino Sanctuary Trust, Botswana, *Journal of Sustainable Tourism*, 19 (1), 97-114
- Tanimoto, K., Doi, M. (2007). Social Innovation Cluster In Action: A Case Study of the San Francisco Bay Area. *Hitotsubashi Journal of Commerce and Management*, 41, 117.
- Taş, Y.H., Şemşek, İ. (2017). Türkiye ve Dünya'dan Sosyal Girişimcilik Örnekleri ve İstihdama Katkıları, *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 6(6).
- Topsakal, Y. and Yüzbaşıoğlu, N. (2017). Sosyal İnovasyon Kavramsal Model Önerisi, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 3.
- Thakur, R. and Hale, D. (2013). Service innovation: A comparative study of U.S. and Indian service firms, *Journal of Business Research*, 66(8), 1108-1123. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.03.007>
- Türker, N. and Alaeddinoğlu, F. (2018). Ecotourism as a Social Innovation: Lessons From Turkey, 5th European Ecotourism Conference Proceedings Book, 10-12 Eylül 2018, Gürcistan.
- Vasin, S.M., Gamidullaeva, L.A., and Rostovskaya, T.K. (2017). The Challenge of Social Innovation: Approaches and Key Mechanisms of Development, *European Research Studies Journal*, 20(2B), 25-45.
- Vatan, A. (2010). Turizm işletmelerinde İnovasyon: İstanbul'daki 5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi.

- Vatan, A. and Zengin, B. (2014). Çevresel İnovasyon ve Konaklama İşletmelerindeki Uygulamalar Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Örneği. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi,8, 511-530.
- Zengin, B. ve Dursun, C. (2017). Otel İşletmelerinde Uygulanan İnovatif Faaliyetlerin Rekabet Avantajı Üzerine Etkileri: Doğu Marmara Örneği, Turizm ve Araştırma Dergisi, 6(2), 38-58.
- <http://www.tatuta.org/?p=2&lang=tr> Accessed: 17 December 2018.

İğdır İli ve Yakın Çevresinin Ornito-Turizm Perspektifinde Değerlendirilmesi

Evaluation of Iğdır Province and Its Neighborhood in terms of Ornitho-Tourism Perspective

Emrah ÇELİK^a, Atilla DURMUŞ^b, Mete TÜRKÖĞLÜ^c

^a Dr. Öğr. Üyesi, Iğdır Üniversitesi, Iğdır Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Ormancılık Bölümü, Iğdır, Türkiye.

^b Prof. Dr. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Fen Fakültesi, Biyoloji Bölümü, Van, Türkiye.

^c Doğa Koruma Milli Parklar Genel Müdürlüğü, 13. Bölge Müdürlüğü, Iğdır Şube Müdürlüğü, Iğdır, Türkiye.

Özet

Kuş gözlemi, kuşlara olan ilgi ile başlayıp daha sonra doğaya karşı bir sempati duygusuyla büyüyen önemli bir faaliyettir. Doğa turizminin önemli kollarından biri olan ornito-turizm (kuş gözlemciliği), doğasever birçok katılımcının kolay ve ucuz maliyetli bir şekilde vakit geçirmesine ve doğa bilincine önemli katkı sağlamasına yardımcı olan bir etkinlik olarak göze çarpmaktadır. Türkiye illeri göz önüne alındığında, Iğdır ili, 3 ülkeye sınır olmasının yanı sıra, önemli biyolojik çeşitlilik sıcak noktaları ve önemli sulak alanları ile, hem flora hem de fauna açısından çok zengin bir potansiyele sahiptir. Batı Palaearktik zoocoğrafik bölgesinden güney-kuzey istikametinde göç eden kuşların geçiş noktasında yer alan Iğdır ili, ilkbahar ve sonbahar mevsimlerinde ornitolojik yönden oldukça aktiftir. Araştırmada aktif arazi çalışmaları ile birincil verilere, literatür taraması yapılarak da ikincil verilere ulaşılmıştır. Mevcut çalışma ile birlikte doğal güzellikleri ve kuş çeşitliliği ile dikkat çeken Iğdır İli'nin ornito-turizm (kuş gözlem turizmi) kapsamındaki önemi ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Avifauna, Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS), Iğdır, Kuş Gözlemciliği.

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 02.06.2021
Kabul Tarihi 21.06.2021

Sayı Editörü

Hacer Arslan KALAY

Abstract

Bird watching is an important activity that starts with an interest in birds and then grows with a sympathy for nature. Of the substantial known-activities of nature tourism, ornitho-tourism (birdwatching) is of the leading activities that help many nature lovers spend time easily and cheaply and make a significant contribution to nature awareness. Considering the provinces of Turkey, the province of Iğdır has a very rich potential in terms of both flora and fauna, having important biodiversity hotspots, as well as being a border to 3 countries. Due to being located at the transition point of birds migrating from the Western Palaearctic zoogeographic region in the south-north direction, Iğdır province is ornithological-active in the spring and autumn seasons. In this research, the primary data is attained by active field studies and secondary data were obtained through a literature review. Along with the current study, the importance of Iğdır Province, which attracts attention with its natural beauties and bird diversity, within the scope of ornitho-tourism (birdwatching tourism) has been revealed.

Keywords: Avifauna, Birdwatching, Geographical Information Systems (GIS), Iğdır.

Sorumlu Yazar

Emrah Çelik
celikemrah822@gmail.com

Önerilen Atıf:

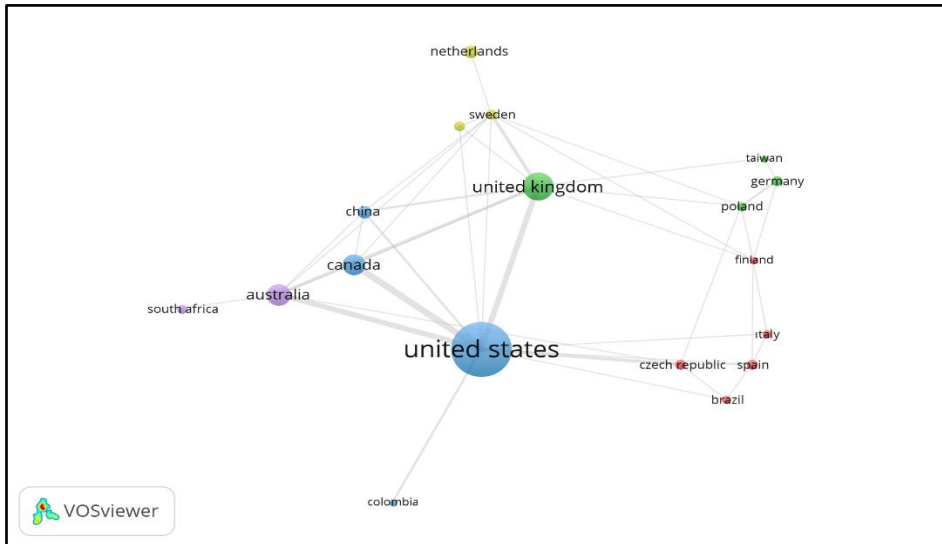
Çelik, E., Durmuş, A. ve Türkoğlu, M. (2021). Iğdır İli ve Yakın Çevresinin Ornito-Turizm Perspektifinde Değerlendirilmesi, *Journal of Academic Tourism Studies*, 2(1): 32-44.

1. GİRİŞ

Turizm genel tanımı itibariyle bir yerin tarihini, kültürünü ve doğal güzelliklerini görmek, tanımak, dinlenmek ve eğlenmek için yapılan faaliyetlerin bütünüdür (Özdemir, 1991). İnsanlar, yoğun iş temposundan ve günlük olağan faaliyetlerinden uzaklaşmak için devamlı yaşadıkları yerlerin dışına seyahatler düzenlerler (Seyidoğlu, 1992). Günümüzdeki turistlerin bir kesimi her ne kadar deniz-kum-güneş üçlemesine rağbet gösterse de bir başka kesimi de doğal ve kültürel güzelliklerin olduğu alanlara yönelerek hem hobilerini hem de özel ilgi alanlarını geliştirmeye ihtiyaç duymaktadır. Doğal alanlar, yaban hayatı bileşenleri, bitki örtüsü, iklim özellikleri ve manzara güzelliği ile turistik cazibeye sahip alanlardır (Çanga ve Üzümcü, 2020).

Türkiye sahip olduğu sahilleri, kadim medeniyetlere ev sahipliği yapması, farklı iklimi, doğa güzellikleri ve zengin flora ve fauna yapısına sahip olması gibi özellikleri ile turizm alanında önemli bir paya sahiptir. Ülkemizdeki kıyı sahillerinin fazlalığı insanlarda deniz-kum-güneş üçlüsünü akla getirir de sahil şeridi bulunmayan bölgelerde de doğa turizmi ön plana çıkmaktadır.

Doğa turizminin önemli kollarından biri olan ornito turizm (kuş gözlemciliği), doğasever birçok katılımcının kolay ve ucuz maliyetli bir şekilde vakit geçirmesine ve doğa bilincinin gelişmesine önemli katkılar sağlayan bir etkinlik olarak göze çarpmaktadır. Kuş gözlem turizmi, ekoturizmin en hızlı büyüyen segmentlerinden biri olarak kabul edilir (Biggs, 2013). Kuş gözlemciliği popüler bir eğlence aktivitesi olduğu için birçok gönüllü kuş gözlemcisi bu alanda değerli verilere katkıda bulunabilmektedir (Frączzak vd., 2020; Randlervd., 2021). Dünya çapında yaklaşık 80 milyon gönüllü kuş gözlemcisinin, 70 milyonu ABD'de, 15 milyonu İngiltere'de, 61 bininin Hollanda da ve yaklaşık 15 bininin de Brezilya'da olduğu bilinmektedir (Pivatto ve Sabino, 2005). Kuş gözlemciliği 20. yüzyılın başlarında ilk olarak İngiltere ve Amerika'da yaygınlaşan bir aktivitedir (Moss, 2009). Bu konu ile alakalı SCOPUS veri tabanında 'Birding-Ornithotourism' veya 'Birdwatcher-Ornithotourism' anahtar kelimeleri tarandığında yaklaşık 400'e yakın çalışma karşımıza çıkmaktadır. Yapılan çalışmaların türlerine yönelik içerik analizi yapıldığında büyük bir kısmının araştırma makalesi olduğunu takiben konferans bildirisi, derleme, kitap ve kitap bölümlerinden oluştuğu belirlenmiştir. Konu ile alakalı en fazla bilimsel çalışma yapan ülkelere ait görsel analiz Şekil 1'de gösterilmiştir. Buna göre ABD ve İngiltere ilk iki sırada yer almaktadır.



Şekil 1. Ülkelerin kuş gözlemciliği üzerine yaptıkları çalışmalara yönelik bir görsel analiz

Türkiye, kuş çeşitliliği açısından hemen hemen Avrupa kıtası ile eşdeğer bir zenginliğe sahiptir (Türkoğlu ve Şekercioğlu, 2018). Aynı zamanda coğrafi konumu itibariyle kıtalar arasında

her yıl döngüsel olarak gerçekleşen kuzey-güney ve doğu-batı ana yönlü göç hareketlerinin üzerinde yer almaktadır.

Batı Palaearktik Bölgede yer alan dört önemli kuş göç yollarından iki tanesi ülkemiz semalarından geçmektedir (Şekil 2).



Şekil 2. Türkiye kuş göç yolları (Kuş Araştırmaları Derneği, 2013)

Türkiye sulak alanlar bakımından Ortadoğu ve Avrupa'nın en zengin ülkesi olup; bünyesinde yaklaşık 1 milyon hektarı aşan 250 civarında sulak alanı barındırmaktadır. Tarım ve Orman Bakanlığı'nca yapılan değerlendirmeler neticesinde bu alanlardan 86 tanesinin uluslararası öneme sahip olduğu belirtilmiştir (DKMP, 2021).

Bu özelliği sayesinde, ülkemiz sınırları içerisinde yer alan karasal ve sucul habitatlar, göçmen ve yerli kuşlar için neredeyse yılın her ayında farklı bölgelerde konaklama, üreme ve beslenme imkanları sunmaktadır. Bu durum ülkemizin kuş çeşitliliği ve gözlemciliği açısından ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Birçok yerli araştırmacı, ülkemizin farklı bölgelerinde yer alan sulak ya da doğal alanların biyoturizm ve ornitoturizm potansiyellerini ortaya koymuş ve bölgeye sağladıkları kültürel ve ekonomik faydalardan bahsetmişlerdir (Adızel vd., 2010; Adızel vd., 2011; Duran, 2012; Sevindi, 2013; Dönmez vd., 2016; Şahin ve Kahraman, 2017; Asan ve Yalçın, 2018; Durmuş, 2018a, b; Sevindi ve Kaya, 2019; Seven, 2020; Adızel vd., 2021).

1.1. Kuş Gözlem (Ornito) Turizmi

Kuşlar doğada indikatör (gösterge) canlı olarak görev yapmaktadırlar. Bir habitatta ya da ekosistemde bulunan kuş çeşitliliği, orada sağlıklı ve sürdürülebilir bir biyoçeşitliliğin döngüsüne işaret eder (Kızıroğlu, 2001). Bu canlı grubu gerek bilimsel çalışmalar gerekse hobiye dayalı rekreatif aktiviteler için geçmişten günümüze kadar düzenli olarak izlenmişlerdir (Arslan ve Kendir, 2019). Kuşların doğal çevrelerinde izlenmesi olarak adlandırılan ornito turizm, yerel bölgenin doğal çevre ve kültür değerlerini korumaya, topluluk geliştirmeye ve dikkate değer ekonomik faydalar sağlamaya yardımcı olan, sorumluluk sahibi ve eğitici bir doğa turizmidir (Son ve ark. 2011). Kuş gözlemcileri, doğa ile temasa geçerek, günlük yaşamın stresinden kaçmayı, doğal ve vahşi yaşam manzaralarının keyfini çıkarmayı umarlar (Connell, 2009; Nyaupane ve ark 2004; Sinha, 2001).

Bu faaliyet, insanlar ile kuşlar arasında oldukça yakın karşılaşmalara olanak sağlamaktadır (Goodfellow, 2017; Şekercioğlu, 2002) (Fotoğraf 1).



Fotoğraf 1. Kuş gözlem etkinliği ve doğa eğitimlerine ait görüntüler (Foto: Berkan Demir)

Kuş gözlemcileri, kuşlara yaklaşırken genellikle mümkün olduğunca göze çarpmadan gizlenirler, hareketleri ise diğer doğal alan kullanıcılarının hareketlerinden farklıdır (Radkovic et al., 2019). Hâkim varsayım, kuşlara yakın yaklaşımları mümkün kılmak için genellikle gizlilik ve sessizlik temel prensiplerdendir (Şekercioğlu, 2002). Kuş gözlemciliğine başlamak için çok az ekipman ve katılmak için minimum düzeyde fiziksel yetenek gerekmektedir. Kuşları izlemek için çeşitli optik aletler (fotoğraf makinesi, teleskop, dürbün.....vs) ve türler hakkında elde edilecek bilgilerin kaydedilebileceği bir not defteri gerekmektedir.

2. MATERYAL VE METOT

Çalışmanın ana materyalini Iğdır ili'nde yapılmış avifaunistik çalışmalara ait yazılı kaynaklar, kitap, makale, rapor, belge, tezler, alanda yapılan gözlemlerle edinilen izlenimler ve bu esnada çekilen fotoğraflar oluşturmaktadır. Iğdır ili kuş gözlem turizmi potansiyelinin ortaya çıkarılmasında iki tip veri modelinden faydalanılmıştır. İlk olarak literatür taraması yapılarak bölge ile alakalı yapılmış çalışmalara ulaşılmıştır. İkinci olarak aktif saha çalışmaları neticesinde elde edilen veriler kullanılmıştır (Fotoğraf 2).



Fotoğraf 2. Aktif saha çalışmasından bir görüntü (Gözlemciler: Emrah Çelik, Mete Türkoğlu)

2.1. Iğdır İli Coğrafi Özellikleri

Iğdır İli, Doğu Anadolu Bölgesinin Erzurum-Kars bölümünde Sürmeli çukuru adı verilen Ağrı Dağı eteklerinde yer almaktadır. İlin kuzey ve kuzeydoğusunda Ermenistan, doğusunda Nahçıvan

ve İran, güneyinde Ağrı, batı ve kuzeybatıdan ise Kars ile sınır komşusudur (Harita 1). Iğdır üç ülkeye sınır teşkil etmesi sebebiyle ticaret ve seyahat anlamında çok işlek bir ulaşım ağına sahiptir. İlin sınır komşusu olan Kars (Ani harabeleri) ve Ağrı (Doğubayazıt- İshakpaşa Sarayı) illerinde yer alan turistik yerlere ulaşım Iğdır İli üzerinden sağlanmaktadır (Şimşek ve Alim, 2009).

Iğdır'a gelen yerli ve yabancı turistlere yetecek kadar konaklama tesisleri vardır. Bu konaklama tesislerinin turizm bakanlığı belgeli olanları iki adet 3 yıldızlı ve belediye belgeli konaklama statüsüne sahip altı adet otel bulunmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021).

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre Iğdır 'a son beş yılda gelen ortalama turist sayısı Tablo 1 üzerinde gösterilmiştir.

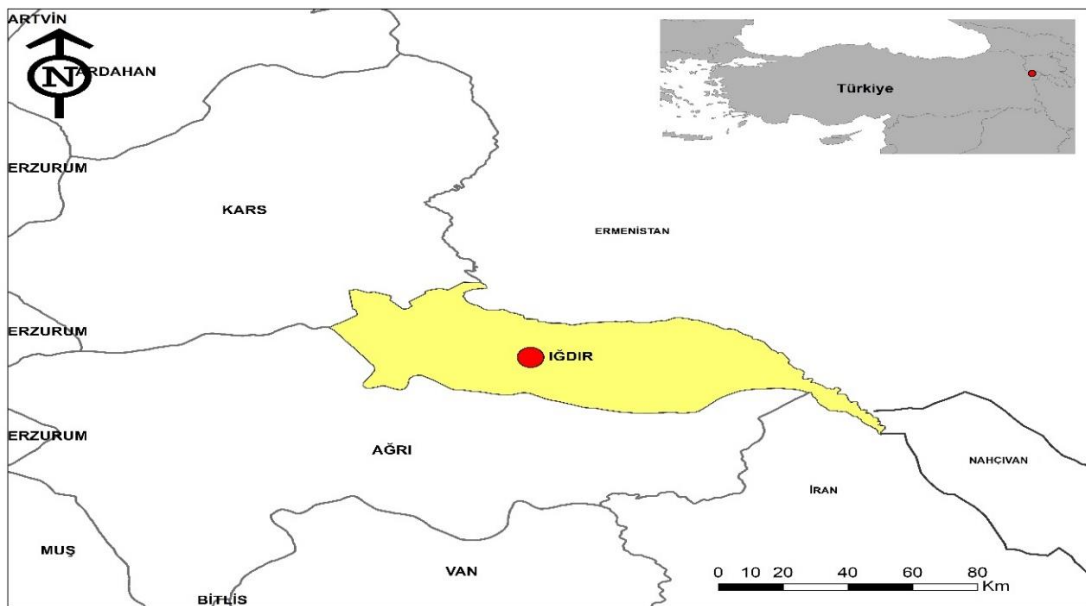
Tablo 1. Iğdır'a gelen turistler ile ilgili açıklayıcı bilgiler (2016-2020)

Ziyaret Eden				Geceleme			Ortalama kalış süresi			Doluluk oranı (%)		
Yıl	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2016	5 409	24 178	29 587	6 647	29 532	36 179	1,2	1,2	1,2	6,73	29,88	36,61
2017	12.099	18.926	31.025	15199	26649	41848	1,25	1,4	1,34	12,8	22,43	35,22
2018	4 269	16 799	21 068	4 779	21 927	26 706	1,12	1,31	1,27	4,92	22,56	27,48
2019	2 902	16 604	19 506	4 296	24 132	28 428	1,48	1,45	1,46	4,42	24,83	29,25
2020	521	12 607	13 128	667	19 294	19 961	1,28	1,53	1,52	0,69	19,85	20,54

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, www.kulturturizm.gov.tr, Erişim: 15.05.2021

Iğdır'a ulaşım havayolu ve karayolu vasıtasıyla sağlanmaktadır. Karayolu vasıtasıyla başta İstanbul ve Ankara, olmak üzere birçok büyükşehirlerden Iğdır'a düzenli otobüs seferleri yapılmaktadır. Kars yolu üzerinde şehir merkezine 18 km mesafede bir havaalanı bulunmaktadır. Havaalanı 2013 yılında faaliyetine başlamış ve halen aktif olarak çalışmaktadır. Ankara ve İstanbul'a karşılıklı seferler yapılmaktadır.

Iğdır Havalimanının Ağrı Dağı, İshak Paşa Sarayı, Nuh'un Gemisi, dünyanın en büyük ikinci meteor çukuru gibi turizm bölgelerini içinde barındıran Doğubayazıt'a yakınlığı (yaklaşık 70 km) nedeniyle yerli ve yabancı turistler tarafından da yoğun olarak kullanılmaktadır (Tutar vd., 2013).



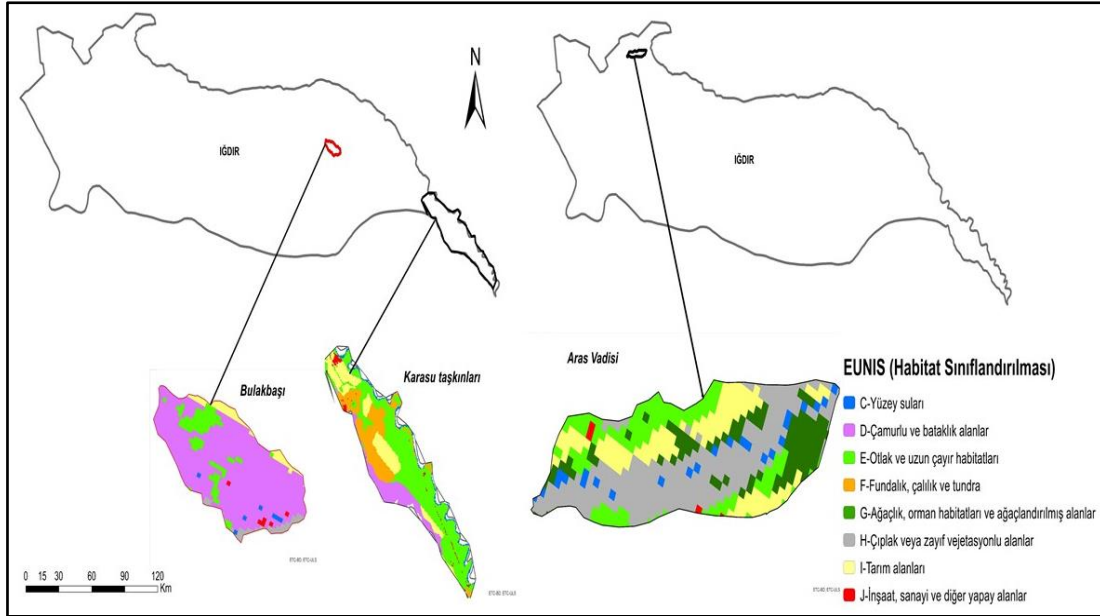
Harita 1. Iğdır İli'nin coğrafi konumu

3. BULGULAR ve TARTIŞMA

3.1. Iğdır İli'nin Ornito Turizm Potansiyeline Sahip Alanları ve Kuş Çeşitliliği

Ülkemiz sahip olduğu kuş çeşitliliğiyle kuş gözlemciliğinin yaygınlaşmasına zemin hazırlarken, çoğu kuş türünün yaşamsal faaliyetlerini sürdürdüğü sulak alanları daha kıymetli hale getirmektedir (Sevindi, 2013). Yazar ve Magnin (1997), Önemli Kuş Alanları araştırmasında ülkemiz sınırları içerisinde ulusal ve uluslararası öneme sahip 184 ÖKA olduğunu rapor etmişlerdir. Bu çalışmayla birlikte Türkiye'nin koruma statüsünden yoksun birçok önemli kuş alanının tanıtılması hız kazanmıştır.

Iğdır İli; Afrika-Avrasya kuş göç yolları üzerinde bulunmaktadır. Uluslararası kriterlere göre belirlenmiş dört Önemli Doğa Alanı (ÖDA) ve iki Önemli Kuş Alanı'nın (ÖKA) sınırlarının bir kısmı veya tamamı il sınırlarında yer almaktadır. Bunlar Aras Vadisi (Kars-Iğdır; ÖDA), Iğdır Ovası (Iğdır; ÖDA, ÖKA), Ağrı Dağı (Ağrı- Iğdır; ÖDA, ÖKA), Balık Gölü'dür (Ağrı-Iğdır; ÖDA, ÖKA). Bu alanlara ek olarak bölgedeki önemli kuş potansiyeline sahip alanlarda bulunmaktadır. Bunlar; Bulakbaşı sulak alanı, Aras-Karasu Taşkınları ve Aras Vadisidir (Harita 2).



Harita 2. Iğdır İl'inde önemli kuş potansiyeline sahip alanlar ve habitat yapıları (EUNIS, 2018)

3.2. Aras Vadisi Kuş Cenneti

Bölgedeki önemli bir sulak alan ekosistemi olan Aras Nehri; sazlık, bataklık, çayırılık ve çalılık habitat yapısı ile kuşlara önemli bir yaşam alanı sunmaktadır (Fotoğraf 3). Göç dönemleri olan ilkbahar ve sonbaharda farklı ötücü ve yırtıcı kuş türlerinden binlercesi Aras Vadisi koridorundan göç ederek ilkbaharda üreme bölgeleri olan ılıman kuzey ülkelerine, her sonbaharda ise kışlama bölgeleri olan sıcak Afrika ülkelerine göç etmektedir. Bu göç esnasında on binlercesi bu vadiye konaklamakta, beslenmekte ve yollarına devam etmektedir.



Fotoğraf 3. Aras Vadisi Kuş Cenneti (soldaki: Büyük akbalıkçıl (*Ardea alba*), sağdaki: Karabatak (*Phalacrocorax carbo*) Foto: Mete Türkoğlu)

Aras Vadisi kuş cenneti etrafı kurak bozkırla çevrili bir alanda vaha niteliği taşımaktadır. Bu özelliği kuşların sadece göç mevsiminde değil, soğuk kış aylarında da kuşlar açısından doğal bir sığınak teşkil etmektedir.

3.3. Aras-Karasu Taşkınları

Aras Karasu Taşkınları Sulak Alanı, idari olarak Iğdır ili Aralık ilçesi sınırlarında yer almakta olup, Iğdır şehir merkezine kuş uçuşu 67 km uzaklıktadır. Alan, Aralık ilçesinin güneydoğusunda, ülkemizin İran, Nahçıvan ve Ermenistan sınırında yer almaktadır (Fotoğraf 4).

Alanın toplam yüzölçümü 9090 ha olup rakımı 813 metredir. Kuzeyden güneye Tuzluca bozkırlarından başlayıp Aras Nehri taşkınlarını kapsayacak şekilde batıya ilerleyerek Iğdır Ovası'nın bir kısmını ve Dil Ovası'nı içine almaktadır. Alan sahip olduğu farklı habitat tipleri (sazlık, ıslak çayırılık, bataklık, ...vb) ile birçok yaban canlısına özellikle de kuşlara ev sahipliği yapmaktadır. Özellikle ilkbahar dönemine girilmesiyle birlikte eriyen karlar ve mevsimsel yağışlarla beraber verimli habitatlar oluşmaktadır. Aynı zamanda bölgenin tuzcul step özellikte olması benzersiz bir tuzcul bitki kompozisyonunun oluşmasına imkân tanımaktadır.

Alanın Türkiye'nin çatısı olarak adlandırılan Ağrı Dağı'na nazır olması rekreasyon açısından büyük önem arz etmektedir.



Fotoğraf 4. Aras-Karasu Taşkınlarına ait bir görüntü (Foto: Atilla Durmuş)

3.4. Bulakbaşı Sulak Alanı

Bulakbaşı Sulak Alanı, Iğdır şehir merkezine 40 kilometre uzaklıktaki mesafede, Ağrı Dağı'nın buzul suları ile beslenen bir sulak alandır (Fotoğraf 5). Bulakbaşı Sulak alanı çevresinde herhangi bir kirletici etmenin olmaması ve temiz yer altı suları beslenmesinden ötürü her daim doğal bir görünüm sergilemektedirler. Birçok kuş türü ve yabani hayvanı barındıran Karasu havzasındaki Bulakbaşı sulak alanı, rekreasyon ve doğa amaçlı yapılan faaliyetlerde önemli bir yer tutmaktadır.



Fotoğraf 5. Bulakbaşı sulak alanına ait görüntüler (soldaki: Sakarmeke (*Fulica atra*), sağdaki: Angıt (*Tadorna ferruginea*) (Foto: Emrah Çelik)

Türkiye’de gerçekleştirilen avifauna çalışmaları ve gözlemlerle birlikte bugüne dek 489 türün kaydı verilmiştir (Trakuş, 2021). Beaman ve Madge, (2010) adlı araştırmacılar Türkiye’nin de içinde yer aldığı Batı Palaearktik Bölge’de ise yaklaşık 900 türün kaydını vermişlerdir.

Türkiye’nin en doğusunda yer alan ve üç ülkeye sınır teşkil eden Iğdır İli Kafkaslar biyoçeşitlilik sıcak noktası üzerinde bulunmaktadır. Kuş göç yolları üzerinde yer alan Iğdır aynı zamanda ülkemizin en büyük milli parkı olan Ağrı Dağı Milli Parkının sınırlarının büyük bir kısmını da bünyesinde barındırmaktadır.

Iğdır İli’nde daha önce yapılmış avifauna çalışmaları incelendiğinde bölgede birçok yerli ve yabancı araştırmacının kuş kayıtlarının olduğu görülmüştür (Balmer ve Betton, 2007, 2008; Balmer ve Murdoch, 2009; DKMP, 2018; Eames, 1991; Eken vd., 2006; Kılıç ve Eken, 2004; Kirwan, 1992; Martins, 1989; Yarar ve Magnin, 1993). Bölge ile ilgili yapılmış en güncel avifauna çalışmaları, Tarım ve Orman Bakanlığı’na 2018 yılında yürütülen ‘Iğdır İli’nin Karasal ve İç Su Ekosistemleri Biyolojik Çeşitlilik Envanter ve İzleme İş’ projesi ile Iğdır’ın Kuşları (Türkoğlu ve Şekercioğlu, 2018) adlı çalışmalardır. Çalışmalar detaylı olarak incelendiğinde bölgede yapılmış olan biyolojik çeşitlilik çalışmasında 194, yayımlanan ‘Iğdır’ın Kuşları’ adlı eserde ise 330 kuş türünün olduğu bildirilmiştir. Bu iki detaylı çalışma arasındaki tür sayı farklılıkları araştırmaların kapsadığı zaman aralıklarından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Aynı zamanda bölgede 2006 yılından beri faaliyet gösteren Aras Kuş Halkalama İstasyonunda da şimdiye kadar 199 farklı kuş türünün halkalandığı rapor edilmiştir (DKMP Genel Müdürlüğü, 2020). Halkalanan kuş türleri içerisinde *Acrocephalus griseldis* (Basra kamışcını) Türkiye için yeni kayıt olarak literatüre eklenmiştir (Neate-Clegg vd., 2019). Bunun yanında Türkiye’de ender görülen *Phylloscopus sindianus* (Kafkas çıvgını), *Merops persicus* (Yeşil arıkuşu) ve *Porphyrio porphyrio* (Saz horozu) bölgede kaydı verilen türlerdendir. Özkoç (2020), ülkemizde Güneydoğu ve Doğu Anadolu Bölgesi’nde az sayıda alanda ürediği bilinen *Merops persicus* (Yeşil arıkuşu)’un (Kirwan ve ark 2008; Boyla ve ark 2019) Aras Vadisi’nde üremesinin kuvvetle olası olduğunu belirtmiştir. Türkoğlu ve Şekercioğlu (2018), türün bölgeye nisan ayı ortalarında geldiğini ekim ayı sonlarına doğru da

üreme kaydının olduğu (Karataş ve Üçer, 2021) geçmiş yıllarda da Amik Gölü çevresinde de kayıtlarının olduğu bildirilmiştir (Atahan ve ark. 2008). Aras Vadisi için önemli bir tür olan ve nesli tehlike altında olan *Neophron percnopterus* (Küçük akbaba) bölge için yerleşik bir türdür (Fotoğraf 7). Türün Avrupa'daki en büyük üreyen popülasyonu İspanya ve Türkiye'de bulunmaktadır (Veleviski, 2015). IUCN (2021)'in güncel verilerine göre türün Kuzey Avrupa ve Güney Afrika'nın bazı ülkelerinde soyunun tükendiği ya da tükenme riskiyle karşı karşıya olduğudur. Bu bilgiler ışığında türün ülkemizdeki popülasyon durumunun iyi olması ve Iğdır Aras Vadisi'nde de sıklıkla gözlemlenebiliyor olması hem kuş gözlemciliği açısından hem de tür için yapılacak olan koruma projeleri için oldukça önem arz etmektedir.



Fotoğraf 7. Bölgede tespit edilen önemli kuş türleri (soldaki *Neophron percnopterus* (Küçük akbaba), sağdaki *Sylvia mystacea* (Pembegöğüslü ötlegün))

Bölge için önemli olan bir diğer tür Poyraz kuşu (*Haematopus ostralegus*)dur. Aktif saha çalışmalarımızda türün vadi boyunca yayılım gösterdiği ve olası üreme alanlarının var olduğu belirlenmiştir. (Fotoğraf 8).



Fotoğraf 8. *Haematopus ostralegus* (Poyraz kuşu) (Foto: Mete TÜRKOĞLU)

4. SONUÇ

Iğdır ili Doğu Anadolu Bölgesine seyahat eden kabile ve turların önemli bir kavşak noktası üzerinde bulunmaktadır. Iğdır'a büyük şehirlerden ve çevre illerden düzenli olarak otobüs seferleri düzenlenmektedir. Ayrıca 2013 yılında ilde havaalanının açılmasıyla birlikte her hafta düzenli olarak İstanbul ve Ankara'dan karşılıklı seferler yapılmaktadır. Konumu itibarıyla Nahçıvan ve İran'a sınır komşusu olması yabancı turistlerin bölgeyi sürekli ziyaret etmesine imkan tanımaktadır. Bu ülkelerden gelenlerin Türkiye'ye vizesiz girebilmeleri de geçişleri kolaylaştırmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın uzun yıllara ait verilerine göre Iğdır çevre illere nazaran daha çok turist tarafından ziyaret edilmektedir. Iğdır, yerli ve yabancı turistlere sağladığı turizm faaliyetleri açısından da oldukça zengindir. Türkiye'nin en büyük milli parkı olan Ağrı Dağı Milli Parkının büyük bir kısmının il sınırları içerisinde yer alması ekoturizm ve biyoturizm açısından büyük önem arz etmektedir.

Bölge yaban hayatı ve doğa fotoğrafçılığı için oldukça önemli bir yerdedir. Konumu itibarıyla Afrika-Avrasya kuş göç yolları üzerinde bulunan il, uluslararası öneme sahip alanları da bünyesinde barındırmaktadır. Kafkasya biyoçeşitlilik sıcak noktası üzerinde bulunan Iğdır'da bilimsel çalışmalarla birlikte 330 kuş türünün varlığı bildirilmiştir. Bu sayı Türkiye avifaunasının yaklaşık %67'sine denk gelmektedir. Aynı zamanda Türkiye'de ender görülen ve kritik öneme sahip bazı türlerin kayıtları da Iğdır İli'nden verilmiştir. Zengin avifauna çeşitliliğine sahip Iğdır'da alternatif turizm olan ornito turizmin geliştirilmesi ve yeterince tanıtılması, bölgeye sosyal ve ekonomik yönden olumlu katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışma içerisinde belirtilen önemli kuş alanlarına ulaşım oldukça kolay ve gününbirlik şekilde ziyaret etmeye uygundur. Şehir merkezinden özel araçla ortalama Aras-Karasu Taşkınları sulak alanına 45 dk, Bulakbaşı sulakalanına 30 dk ve Aras Vadisi Kuş Cennetine 50-60 dk bir yolculukla ulaşılabilir.

Sonuç olarak; Iğdır sahip olduğu önemli doğa ve kuş alanlarının yanında kritik öneme sahip kuş türlerini de barındırması, bölgenin kuş gözlemciliği ve doğa fotoğrafçılığı açısından önemini ortaya koymaktadır.

Kaynakça

- Adızel, Ö., Durmuş, A., Azizoğlu, E., ve Çelik, E. (2021). Nature and Biotourism Potential of Ağrı Province. Iğdir International Applied Sciences Congress. April 14-15, Iğdir, Turkey.
- Adızel, Ö., Durmuş, A., Kızıroğlu, İ., Avcı, F., Azizoğlu, E., Çelik, E., Tanrıverdi, A., ve Nergiz, H. (2011). Ornitofestival ve Ornitoturizm Etkinliklerinin Sulak Alan Korumasına Katkısının "I. Doğunun Kanatları Erçek Gölü Flamingo Festivali - Van" Örneğinde İrdelenmesi. II. Türkiye Sulak Alanlar Kongresi, 22-24 Haziran, Kırşehir, Türkiye.
- Adızel, Ö., Durmuş, A., ve Akın, G. (2010). Ağrı'nın Doğa Turizmi, Biyoturizm ve Ornitoturizm Potansiyeli. III. Uluslararası Ağrı Dağı ve Nuh'un Gemisi Sempozyumu, 12-14 Ekim, Ağrı, Türkiye.
- Arslan, E., ve Kendir, H. (2019). Kış Turizmi Potansiyeli Açısından Muş İlinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi. Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7(6), 167-173.
- Asan, H., Yalçın, H. M., ve Şimşek, E. (2018). Sivas İli Kuş Gözlem Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 6(74), 630-655
- Atahan, A., Gül, O., ve Atahan, M. (2008). Hatay Kuş Gözlem Raporu.
- Balmer, D., ve Betton, K. (compilers) (2007). Around the Region. Sandgrouse, 29 (1), 9-16.
- Balmer, D., ve Murdoch, D. (compilers) (2009). Around the Region. Sandgrouse, 31 (1), 91-103.
- Beaman, M., ve Madge, S. (2010). The Hand book of Bird Identification for Europe and the Western Palearctic. Christopher Helm Publishers, London.
- Biggs, D. (2013). Birding, sustainability and ecotourism. International handbook on ecotourism. University of Queensland, School of Tourism, Australia

- Boyla, K.A., Sinav, L., ve Dizdaroğlu D.E. (2019). Türkiye Üreyen Kuş Atlası. WWF-Türkiye, Doğal Hayatı Koruma Vakfı. İstanbul.
- Connell, J. (2009). Bird watching, twitching and tourism: towards an Australian perspective. *Australian Geographer*, 40(2), 203-217.
- Çanga, A. Ç., ve Üzümcü, T. P. (2020). Sürdürülebilir Eko-Turizm Destinasyonları Olarak Sulak Alanlar: Uluabat Gölü. *ÇOMÜ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 8(2), 335-346.
- DKMP, (2018). İğdır İli'nin Karasal ve İç Su Ekosistemleri Biyolojik Çeşitlilik Envanter ve İzleme İş Sonuç Raporu. T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü 13. Bölge Müdürlüğü İğdır Şube Müdürlüğü, Ankara, 453
- Duran, C. (2012). Türkiye'de Dağlık Alanların Kırsal Turizm Açısından Önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(1), 45-52.
- Durmuş, A. (2018a). Van Gölü Adalarının Ornito-Turizm Potansiyeli. II. Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi. 27-30 Eylül, Van.
- Durmuş, A. (2018b). Tendürek volkanizmasının biyoturizm potansiyeli. II. Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi. 27-30 Eylül, Van.
- Eames, J. (1991). More Selected Bird Observations From Turkey, Spring and Summer 1990. *Orn. Soc. Middle East Bull.* 27, 29-31.
- Eken, G., Bozdoğan, M., İsfendiyoğlu, S., Kılıç, D.T., ve Lise, Y. (edt.), (2006). Türkiye'nin Önemli Doğa Alanları. Doğa Derneği, Ankara, Türkiye.
- Filar M., ve Biricik M. (2006). Dicle Ringing Station (SE Turkey) ringing results and seasonal bird migration dynamics in 2003-2005. *Ring*, 28(2), 135-145.
- Frątczak, M., Sparks, T. H., Randler, C., ve Tryjanowski, P. (2020). Circadian preferences of bird watchers in Poland: do "owls" prefer watching night birds, and "larks" prefer day time ones? *PeerJ*, 8, 86-73 <https://doi.org/10.7717/>
- Goodfellow, D. K. (2017). Couples and avitourism: A mixed methods study of North American bird watchers. (Unpublished PhD thesis). Lismore, NSW: Southern Cross University.
- Güllü, M. (2016). Ornitoturizm Kapsamında Seyfe Gölü'nün Değerlendirilmesi. 3rd International Congress on Social Sciences, ChinatoAdriatic. October 27-30, Antalya, Turkey, ISBN-9786059885140.
- IUCN, (2021). <https://www.iucnredlist.org/species/22683740/155514718>
- Karataş, M. M., ve Üçes, F. (2021). The Ornithological Diversity of the Province of Kilis. *Commagene Journal of Biology*, 29-34.
- Kılıç, D. T., Eken, G. (2004). Türkiye'nin Önemli Kuş Alanları - 2004 Güncellemesi. Doğa Derneği, Ankara, Türkiye
- Kirwan, G.M. (Compiler) (1992). Around the Region. *Orn. Soc. Middle East Bull.* 29, 35-48.
- Kirwan, G.M., Boyla, K.A., Castell, P., Demirci, B., Özen, M., Welch, H., ve Marlow, T. (2008). The Birds of Turkey. Christopher Helm. London.
- Kuş Araştırmaları Derneği (2013), <http://www.dogaarastirmalari.org.tr/html> Erişim Tarihi: 11.05.2021
- Martins, R. P. (1989). Turkey Bird Report 1982-6. *Sandgrouse*, 11, 1-41.
- Moss, S. (2009). Birding past, present and future—a global view. In: Del Hoyo, J., Elliot, A., Christie, D.A. (Eds). *Handbook of the Birds of the World*, 4, 15-45
- Neate-Clegg, M. H., Román, J. R., Demir, B., ve Şekercioğlu, Ç. H. (2019). Endangered Basra Reed-warbler (*Acrocephalus griseldis*) recorded for the first time in Turkey (Aves: Acrocephalidae). *Turkish Journal of Zoology*, 43(2), 250-253.
- Nyaupane, G. P., Morais, D. B., ve Graefe, A. R. (2004). Nature tourism constraints: a cross-activity comparison. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 540-555.
- Özdemir, M. (1991). Turizmin Sosyal Yapı Üzerindeki Tesirleri. Türkiye Kalkınma Bankası Turizm Yıllığı. Ankara.

- Özkoç, Ö.Ü. (2020). Kars ilinde üreyen ve geçit yapan kuş türleri. *Turkish Journal of Forestry*, 21(2), 179-187.
- Pivatto, M. A. C., ve Sabino, J. (2005). Recomendações para minimizar impactos à avifauna em atividades de turismo de observação de aves. *Atualidades Ornitológicas*, 127, 7-11.
- Radkovic, A. Z., Van Dongen, W. F., Kirao, L., Guay, P. J., ve Weston, M. A. (2019). Bird watchers evoke longer escape distances than pedestrians in some African birds. *Journal of Ecotourism*, 18(1), 100-106.
- Randler, C. (2021). Users of a citizen science platform for bird data collection differ from other bird watchers in knowledge and degree of specialization. *Global Ecology and Conservation*, e01580.
- Sekercioglu, C. H. (2002). Impacts of birdwatching on human and avian communities. *Environmental Conservation*, 29, 282-289.
- Seven, E. (2020). Türkiye'nin Biyoçeşitlilik Turizm Potansiyeli Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Current Debates in Social Sciences*, 3(2), 95-103.
- Sevindi, C. (2013). Ekoturizm ve kuş gözlemciliği açısından Kuyucuk Gölü kuş cenneti (Arpaçay-Kars). *Türk Coğrafya Dergisi*, (61), 63-76.
- Sevindi, C., ve Kaya, G. (2019). Kuş Gözlemciliği Turizmi Açısından Tortum Gölü Sulak Alanı (Uzundere-Erzurum). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (Özel Sayı), 2203-2218.
- Seyidoğlu, H. (1992). *Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük*. Ankara: Güzem Yayınları.
- Sinha, C. C. (2001). Paper presented during the Geography Curriculum In-service Conference. *Tourism geography: issues, challenges and the changing nature of contemporary tourism*. University of Western Sydney, Hawkesbury Campus.
- Son, N. L. H., ve Van, N. T. (2011). Developing bird watching ecotourism combined with education and natural conservation. *VNU Journal of Science: Earth and Environmental Sciences*, 27(2), 89-97.
- Şahin, G., ve Kahraman, M. (2017). Hakkâri'nin Turizme Yönelik Potansiyelleri Hakkında Bir Değerlendirme. *Coğrafya Dergisi*, (34), 1-21.
- T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü Yaban Hayatı Dairesi Başkanlığı, (2020). *Türkiye Ulusal Halkalama Programı Raporu*. Ankara.
- Trakuş, (2021). Türkiye Kuş Türleri Listesi, Türkiye'nin Anonim Kuşları. https://www.trakus.org/kods_bird/uye/?fsx=turkiyeninkuslari, Erişim: 11.05.2021
- Tutar, H., Aydoğdu, B., Elyıldırım, G., Dik, M., Sarışen, M., ve İnce, O. G. (2013). Iğdır'ın Sosyo-Ekonomik Durumu ve Uygun Yatırım Alanları. *TC Serhat Kalkınma Ajansı Iğdır Yatırım Destek Ofisi Yayını, Iğdır*.
- Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201121/isletme-bakanlik-belgeli-tesis-konaklama-istatistikleri/> /html Erişim Tarihi: 15.05.2021
- Türkoğlu, M. ve Şekercioglu, Ç. H. (2018). Iğdır'ın Kuşları. 2. Baskı. T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü.

Akçakoca'nın Spor Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi

Evaluation of Sports Tourism Potential of Akçakoca

Fatih TURGUT^a 

^a Doktora Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Spor Yöneticiliği A.B.D., Sakarya, Türkiye.

Özet

Bu araştırmanın temel amacı Akçakoca'nın spor turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi ve önümüzdeki dönemde yapılması gereken çalışmalara yönelik öneriler sunmaktır. Bu araştırma nitel bir yöntem ile tasarlanmıştır. Araştırmanın verileri yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile elde edilmiştir. Araştırma verileri 20.09.2019- 20.10.2019 tarihleri arasında elde edilmiştir. Elde edilen veriler betimsel analizi tabi tutulmuştur. Araştırma kapsamında Akçakoca'da yer alan dört turistik tesis sahibi (özel), iki sivil toplum kuruluşu, dört yerel yönetici (kamu) ve iki akademisyen (üniversite) ile görüşmeler yapılmıştır. Araştırmada spor turizmi literatürü incelenerek ve verilen cevaplar doğrultusunda kriterler belirlenmiştir. Bulgular Akçakoca'da spor turizmi potansiyeli; turist profili, problemler, reklam ve tanıtım faaliyetleri, güvenlik tedbirleri ve bölgesel kalkınmaya etkileri boyutlarına göre değerlendirilmiştir. Araştırmada elde edilen veriler doğrultusunda Akçakoca'da spor turizmi potansiyelinin yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Akçakoca'da spor turizminin geliştirilmesi durumunda ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel olarak bölgesel kalkınmaya etkisinin büyük olacağı diğer önemli bir sonuçtur.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Spor Turizmi, Akçakoca

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 07.06.2021
Kabul Tarihi 28.06.2021

Sayı Editörü

Hacer Arslan KALAY

Abstract

The main purposes of this research are to evaluate the sports tourism potential of Akçakoca and to offer suggestions for the works to be done in the coming period. This research was designed with a qualitative method. The data of the research were obtained by semi-structured interview technique. Research data were obtained between 20.09.2019 and 20.10.2019. The obtained data were subjected to descriptive analysis. Within the scope of the research, interviews were conducted with four touristic facility owners (private), two non-governmental organizations, four local administrators (public) and two academicians (university) in Akçakoca. In the research, criteria were determined by examining the sports tourism literature and in line with the answers given. Findings Sports tourism potential in Akçakoca; tourist profile, problems, advertising and promotion activities, security measures and effects on regional development were evaluated according to their dimensions. In line with the data obtained in the research, it was concluded that the sports tourism potential in Akçakoca is high. It is another important result that if sports tourism is developed in Akçakoca, its economic, social, cultural and environmental impact on regional development will be great.

Keywords: Tourism, Sports Tourism, Akçakoca

Sorumlu Yazar

Fatih Turgut
fatih_turgut100@gmail.com 

Önerilen Atıf:

Turgut, F., (2021). Akçakoca'nın Spor Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi, *Journal of Academic Tourism Studies*, 2(1): 45-60.

1. GİRİŞ

Spor; temel olarak insanın sağlıklı kalmak, eğlenmek ve serbest zamanını değerlendirmek için gerçekleştirdiği olgu olarak ifade edilmektedir (Akın, 2018:111). Turizm ise insanların tatil, eğlence, iş ve çeşitli diğer amaçlarla, sürekli yaşadıkları olağan yerlerinin dışındaki yerlere, gelir elde etmeye yönelik faaliyetlere bağlı kalmaksızın ve bir yıldan fazla olmayacak şekilde seyahat etmelerinden ve konaklamalarından ortaya çıkan etkinliklerdir (Çuhadar, 2006:9). Buradan hareketle spor ve turizm birbiri ile ilişkili kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Turizm ve spor, 1950'li yıllardan itibaren dünya çapında önemli sektörler haline gelmiştir. Ancak her iki sektörün birlikte değerlendirilmesi 90'lı yılların sonuna denk gelmektedir. Bu dönem de (1950-1990) sporun turizme etkisi görünür bir durum değilken, 90'lı yıllardan itibaren insanların spor faaliyetlerine aktif veya pasif olarak katılması sonucu etkisi giderek artmıştır. Günümüzde dünyada spor endüstrisinin büyüklüğü 100 milyar doları aşmış durumdadır. Bu rakam sadece bilet satışları, medya hakları ve sponsorluk gelirlerinin oluşturduğu rakamdır. Spor malzemeleri, spor giyim ve ekipmanları, lisanslı ürünler ve spor tesisleri gibi diğer unsurlar eklendiğinde dünya spor endüstrisinin toplam büyüklüğünün 600 milyar dolara yaklaştığı tahmin edilmektedir (Türkiye Spor Turizmi Çalıştay,2019).

Spor turizmi, insanların spor yapmak veya sportif etkinlikleri izlemek amacıyla turizm olayına katılmalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Hazar,2007:79). Spor turizmi; şehirlerin tanıtımı, ekonomik kalkınma, alt yapı hizmetlerinin güçlenmesi ve rekabet edilebilirlik düzeyinin artması için önemli bir araçtır. Gerçekleştirilen spor turizmi organizasyonların zaman, mekân ve görsel açıdan mükemmel olması, ülke imajının turizm alanında da olumlu yönde etkilenmesine sebep olmaktadır. Aynı zamanda uluslararası medyada tanıtımının yapılmış olması ilerleyen dönemlerde ülkeye gelen turist sayısının artmasına sebep olmaktadır.

UNWTO (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü) verilerine göre; dünya genelinde 2016 yılında uluslararası seyahat ve turizm gelirlerinin %10'unun spor turizminden kaynaklandığı, bazı destinasyonlarda spor turizminin turizm sektörü içindeki payının %25 olduğu ve bu oranın Avustralya ve Yeni Zelanda gibi ülkelerde %55 seviyelerine ulaştığı belirtilmektedir. Dünyada küresel turizmin yıllık büyüme oranı %4-5 seviyelerinde seyrederken, spor turizminin yıllık büyüme oranı yaklaşık %14 civarındadır (Spor Turizmi Çalıştay Raporu,2019).

Dünya Turizm Örgütü'nün verilerine göre ise 2018 yılında 1 milyar 400 milyon kişi turizm amaçlı seyahatlere katılmış ve 1,7 trilyon ABD doları turizm geliri elde edilmiştir. Tamamlayıcı sektörleriyle birlikte turizmin dünya ekonomisine katkısı yıllık 8 trilyon dolara ulaşmıştır. Bugün dünyada toplam ihracatın %7'si, hizmet ihracatının ise %30'u turizmden kaynaklanmakta ve turizm sektörü, dünya çapında her 11 kişiden 1'ine iş olanağı sağlamaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018).

11. Kalkınma Planı (2019)'nda spor turizminin uzun vadeli ve sağlıklı gelişmesini sağlamak üzere bölge potansiyelini ve rekabet gücü yüksek spor branşlarını dikkate alan Türkiye Spor Turizmi Stratejisi hazırlanarak ülkemizin dünya spor turizm pazarından alacağı payın artırılması hedeflenmektedir. Spor turizminin bir bölgede gerçekleştirilebilmesi için o bölgenin doğal kaynaklarının ve iklim koşullarının elverişli olması önemlidir. Belirtilen koşullar dikkate alınarak, Düzce ili Akçakoca ilçesinin spor turizmi potansiyelinin değerlendirilmesine yönelik bu çalışma yapılmıştır.

2. SPOR TURİZMİ

Sporun, insanları turizme yönlendirme, turistik ürün sağlama ve turizmini gerçekleştirirken turistin tatmin olmasına katkı sağlama, turizm gelirlerini direk ve dolaylı şekilde artırma vb. olumlu katkıları vardır. Turistler seyahatleri sırasında konakladıkları bölgelerde ilgi duydukları veya hoşlandıkları sporu yapmak, izlemek isterler. Bu nedenle turizm işletmeleri turistlerin spor beklentilerini karşılamak amacıyla işletmelerinde sportif faaliyetlerine yer vermektedir. Spor

turizmi, evden uzakta spor aktivitelerine katılma veya seyretme amacıyla yapılan ve ticari amaç taşımayan seyahat şeklinde tanımlanmaktadır (Hazar, 2007:79). Spor Turizmi, bireylerin geçici bir süre için spor etkinliklerine katılmak, spor etkinliklerini seyretmek veya spor etkinlikleri ile ilişkili çekicilikleri ziyaret etmek amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatlerdir (Gibson,1998:13).

Spor turizmi, ulusal ve uluslararası organizasyonlar, oyunlar, şampiyonalar, turlar gibi katılanların amacının boş zamanlarını değerlendirme veya yarışma isteği olup, özünde sportif etkinliklerine katılmak için yapılan seyahatleri de kapsayan bir turizm hareketidir. Başka bir ifade ile spor turizmi, spor ile ilgili yarışmalara bireysel veya grup olarak katılmak, yarışmaları izlemek veya bu yarışmalar için ülke içine veya ülke dışına yapılan seyahatlerdir (Hudson,2003:3). Gammon ve Robinson (2003) spor turizmine; *rekabet içeren spor olaylarına aktif veya pasif katılım* şeklinde belirgin tanımlama yapmışlardır. Örnek; Ulusal ve Uluslararası spor olayları, Olimpiyatlar, Futbol Maçları, Wimbledon Tenis Turnuvası, Londra Maratonu gibi. Yine Spor turizmine; *spora rekabet unsuru olmaksızın aktif katılım* şeklinde esnek tanımlama yapmışlardır. Eğlence Koşuları, Yürüyüşler, Tırmanma, Kayak, Bisiklet Turları, Kano gibi örnekler vermişlerdir.

Turizmin bir türü olarak kabul edilen spor turizminin, kendi içinde de çok fazla sınıflandırılması yapılmaktadır. Hazar (2007:38). Dünya genelinde en çok takip edilen spor turizmi çeşitlerini şöyle sıralamıştır: Akarsu Sporları, Dağ Sporları, Motor Sporları, Olimpiyat Sporları, Deniz Sporları, Rafting, Golf, Sualtı Dalış Sporları, Futbol, Mağaracılık ve Bisiklet.

Koçak ve Balcı (2010) ise spor turizmi türlerini daha geniş bir yelpazede ifade etmiştir. Balon, paraşüt, uçak ve helikopter gezinti turları, bungee jumping, yamaç kayağı, helikopterli kayak, yürüyüş, trekking, safari, bisiklet, buzul yürüyüşü, binicilik, avcılık, dağcılık, ipli iniş, kaya tırmanışı, mağaracılık, aletli-aletsiz dalış, tekne turları, jetski, parasailing, rafting, nehir ve deniz kayağı, kano, kızak, su kayağı, rüzgâr sörfü, balıkçılık vb. Spor turizmi çeşitlerine Türkiye açısından bakıldığında ülkemizde spor turizmi çeşitleri belli bölgelerde gerçekleştirilmektedir. Fakat ülkemizin spor turizmi potansiyeli yüksek olduğundan daha fazla spor turizmi faaliyetleri gerçekleştirilebilir.

Son yıllarda Türkiye’de de spor turizmine yönelik çalışmaların artırıldığı görülmektedir. 2019 yılında gerçekleştirilen Spor Turizmi Çalıştayı (2019)’nda Türkiye’nin spor turizmi destinasyonlarının oluşturulması ve mevcut destinasyonların geliştirilmesi hedeflenmiştir.

Bu doğrultuda bir bölgede spor turizminin geliştirilebilmesi için uygun çekiciliğinin bulunması, ilgili yerin ulaşılabilir olması, konaklama, yeme-içme, eğlence ve spor tesislerinin bulunması ve pazarda uygun ve dikkat çekici imajın oluşturulması gerekmektedir. Düzce ili Akçakoca ilçesi Ankara ve İstanbul gibi büyük illerin yol güzergahında yer alması nedeniyle kolay ulaşılabilir olması, doğal kaynakları bakımından zengin olması, konaklama imkanları, restoran işletmeleri ve spor etkinlikleri ile spor turizmi açısından önemli destinasyondur.

3. AKÇAKOCA

Türkiye de turizmin başlangıç yerlerinden biri olarak bilinen Akçakoca, deniz - kum- güneş turizmi ile dikkat çeken destinasyonlardan birisidir. Akçakoca, Karadeniz Bölgesinin batısında, Orta Anadolu’nun denize en yakın penceresi konumunda ve İstanbul ve Ankara arasında yeşil ve mavinin kaynaştığı bir turizm merkezidir. Düzce ilinin en büyük ilçesi olan Akçakoca, yaz sezonunda yerli ve yabancı turistlerin yoğun olduğu bir ilçedir (Akçakoca Kaymakamlığı, 2009:14). Akçakoca’nın yerli ve yabancı turist sayısı Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Akçakoca Yerli ve Yabancı Turist Sayıları

Yıllar	Yerli	Yabancı	Toplam
2014	78.071	2.460	80.531
2015	43.607	2.948	46.555
2016	73.555	2.369	75.924
2017	107739	6.275	114.014

2018	184.504	30.672	215.176
2019	121.898	12.049	133.947

Kaynak: Düzce İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünden elde edilmiştir.

Tablo 1’de Akçakoca’ya 2014 ile 2019 yılları arasında gelen yerli ve yabancı turist sayısı verilmiştir. Yerli turist sayısının 2014’ten 2018 yılına kadar sürekli arttığı, 2019 yılında düştüğü görülmektedir. Yabancı turist sayısında da 2018 yılına kadar artışların olduğu, 2019 yılında düşüş yaşandığı görülmektedir. 2020 yılında pandemi yaşanması nedeniyle 2020 turist sayıları tabloda verilmemiştir.

Akçakoca, deniz turizminin yanında başta doğa turizmi olmak üzere dalış, yelken, sörf, güreş, yüzme gibi spor turizmi imkanları sunmaktadır. Akçakoca’da yılın belli dönemlerinde yelken sporları yapılmaktadır. İki yıldır yelken yarışları düzenlenmektedir. Akçakoca denizi sayesinde çok geniş sualtı dalış alanlarına sahiptir. Hatta Akçakoca’da dalış sporunu geliştirmek amacıyla 2009 yılında C-47 tipi uçak Kalkın Köyü sahiline 1.8 deniz mili açıkta 29 metre derinliğe batırılmış ve dalış meraklılarını beklemektedir. Akçakoca sahilinde su sporları kapsamında su jeti, flyboard turistlerle buluşmaktadır. Yüzme, Akçakoca ilçesi’nde yaz aylarında plajlarda gerçekleştirilmektedir. Yüzme yarışları tertip edilmektedir (Düzce İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018)

4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu araştırmanın temel amacı Akçakoca’nın spor turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi ve önümüzdeki dönemde yapılması gereken çalışmalara yönelik öneriler sunmaktır. Araştırmanın amacına uygun olarak; bu araştırmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırma; görüşme, gözlem ve döküman analizi gibi veri toplama teknikleri kullanılarak, algı ve olayların gerçekçi ve bir bütün halinde bir sürecin izlendiği aşama olarak tanımlanmaktadır (Yurtseven, vd., 2013: 71). Araştırmanın verileri görüşme tekniği ile elde edilmiştir. Görüşme, konusu önceden belli olan, belirli bir amaca yönelik soru sorma ve derinlemesine bilgi almayı amaçlayan karşılıklı etkileşim içeren bir süreci ifade etmektedir (Şimşek ve Yıldırım, 2016: 129).

Araştırma verileri toplanma sürecinde yarı yapılandırılmış sorulardan oluşan görüşme formu kullanılmıştır. Yarı biçimsel mülakatlar; bu görüşme türünde mülakatçı kaba hatlarıyla bir yol haritasına sahiptir ancak, katılımcının ilgi ve bilgisine göre bu genel çerçeve içerisinde farklı sorular sorarak konunun değişik boyutlarını ortaya çıkarmaya çalışır (Coşkun, Altunışık, Yıldırım, 2017:101). Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği bağlamında araştırma sürecinde katılımcılara yöneltilen sorular, spor turizmi literatür incelemesi yapılarak Akçakoca-turizm sektörü ilişkisinden ortaya çıkan konular dikkate alınarak hazırlanmıştır. Turizm alanında uzman iki akademisyenin görüşleri alınarak görüşme formuna son şekli verilmiştir. Görüşmeler 20.09.2019- 20.10.2019 tarihleri arasında katılımcılardan randevu alınarak bizzat çalışma ofislerinde gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler yaklaşık olarak 25 dakika süre ile yapılmış ve katılımcıların izni alınarak verilerin kayıt altına alınması amacıyla ses kayıt cihazı kullanılmıştır. Görüşme süresince bazı detaylar not edilmiştir. Ayrıca görüşmeye uygun ortam oluşturulmuştur. Bu araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği araştırmacı tarafından sağlanmıştır. Sorular katılımcılara yöneltilmeden önce çalışma hakkında ön bilgi verilmiştir. Görüşmeler neticesinde elde edilen veriler betimsel analize tabi tutulmuştur.

Araştırma kapsamında katılımcılara şu sorular yöneltilmiştir:

Tablo 2: Görüşme Soruları

1.	Spor Turizmi kavramı size neyi ifade etmektedir?
2.	Akçakoca’da spor turizmi faaliyetleri gerçekleştirilmekte midir?
3.	Spor turizmi kapsamında hangi sporlar Akçakoca’da gerçekleştirilmektedir?
4.	Akçakoca’da spor turizmini geliştirmeye yönelik hangi kaynaklar vardır?

5.	Akçakoca'nın geçmişten günümüze turist profilini (yerli-yabancı) değerlendirir misiniz? Spor turizmi faaliyetlerine kimler katılmaktadır?
6.	Akçakoca'da spor turizminin gelişmesini engelleyen sorunlar nelerdir?
7.	Akçakoca'da spor turizminin geliştirilmesi için tanıtım ve reklam çalışmaları yapılmakta mıdır?
8.	Akçakoca'da gerçekleştirilen spor turizmi faaliyetlerinde hangi güvenlik tedbirleri alınıyor?
9.	Akçakoca'da spor turizminin bölgesel kalkınmaya etkilerini (ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel ve istihdam) nasıl değerlendirirsiniz?
10.	Akçakoca'da spor turizminin kalkınması adına kimler ön ayak olmalıdır?

5. BULGULAR

5.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında Akçakoca'da bulunan dört turistik tesis sahibi (özel), iki sivil toplum kuruluşu, iki yerel yönetici (kamu) ve iki akademisyen (üniversite) yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Tablo 3'te katılımcılara ait demografik özellikler (medeni durum, yaş, eğitim durumu, çalıştığı kurum ve pozisyonu) ayrıntılı bir şekilde verilmiştir. Görüşme yapılan katılımcıların bilgilerinin gizli tutulacağından dolayı "Katılımcı 1, Katılımcı 2, Katılımcı 3 şeklinde" 12'ye kadar verilen sayılarla kodlanmıştır. Kodlama araştırmacının bilgisi dahilinde karmaşık şekilde yapılmıştır.

Tablo 4: Katılımcılara Ait Demografik Özellikler

Katılımcı	Eğitim Durumu	Kurum	Pozisyon
K1	İlkokul	Turkuaz Otel	Turistik Tesis Yöneticisi
K2	Lise	Diapolis Otel	Turistik Tesis Yöneticisi
K3	Lise	Akbey Restoran	Turistik Tesis Yöneticisi
K4	Lise	Kamelya Restoran	Turistik Tesis Yöneticisi
K5	Lisans	Sanayi ve Ticaret Odası Başkanlığı	STK Üyesi
K6	Lisans	Turizm Tanıtma Derneği Başkanlığı	STK Üyesi
K7	Lisans	Orman İşletme Genel Müdürlüğü	Yerel Yönetici
K8	Lisans	İlçe Spor Müdürlüğü	Yerel Yönetici
K9	Lisans	Kaymakamlık	Yerel Yönetici
K10	Lisansüstü	Belediye Başkanlığı	Yerel Yönetici
K11	Lisansüstü	İşletme Fakültesi	Akademisyen
K12	Lisans	Turizm İşletmeciliği	Akademisyen

Araştırmada literatür incelenmiş ve verilen cevaplar doğrultusunda kriterler belirlenmiştir. Bulgular aşağıda gösterilen boyutlara göre değerlendirilmiştir.

- ✓ Spor Turizmi
- ✓ Akçakoca'nın spor turizmi potansiyeli
- ✓ Akçakoca'nın turist profili
- ✓ Akçakoca'nın spor turizmi sorunları
- ✓ Akçakoca'da spor turizmine yönelik tanıtım faaliyetleri
- ✓ Akçakoca'da spor turizmi faaliyetlerine yönelik güvenlik tedbirleri
- ✓ Akçakoca'ya spor turizminin etkileri

5.2. Spor Turizmine İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında görüşme yapılan katılımcılara spor turizmi size neyi ifade etmektedir sorusu yöneltilmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda alınan cevaplar analiz edilerek şu sonuçlara varılmıştır. Katılımcıların çoğu spor turizminin son yıllarda gelişme gösteren, özel ilgi gerektiren ve yeni bir turizm türü olduğunu belirtmişler ve spor etkinliklerinin turizm içerisinde yer alması şeklinde ifade etmişlerdir.

Tablo 5. Katılımcıların Spor Turizmi ile İlgili Görüşleri

Katılımcı 1	<i>'Turizmin içinde spor faaliyetlerini yapmak gelir'.</i>
Katılımcı 2	<i>'Klasik turizmden çok farklıdır. Spor turizmi dediğinizde spor takımlarının Akçakoca gibi tatil mekanlarında kamp yapması olarak ifade ederim'.</i>
Katılımcı 3	<i>'Son yıllarda duyduğumuz bizim içinde çok önem arz eden spor etkinliklerinin turizme kazandırılmasıdır'.</i>
Katılımcı 4	<i>'Spor turizmi dediğimizde turizmin spordan faydalanması aklıma gelen'.</i>
Katılımcı 5	<i>'Doğa yürüyüşleri, dağcılık, kayak, bisiklet yarışları, motosiklet yarışları ve at yarışları gibi olayların turizm içinde yer almasıdır'.</i>
Katılımcı 6	<i>'Turizm sektörü ile alakalı olarak bazı müsabakaların yapılması, antrenmanların veya bununla ilgili organizasyonların bu bölgede yapılmasından dolayı, insanların gelip konaklaması, yeme içmesi turizm olayı olarak ifade edebilirim'.</i>
Katılımcı 7	<i>'Sporun turizmle olan ilgisidir. İç içe olmasıdır'.</i>
Katılımcı 8	<i>'Spor turizm dediğimizde bana daha çok takımların kamp süresince bir bölgede, Akçakoca, Bolu gibi bir yerde kamp yapmaları sezona hazırlanmaları geliyor. Tesisler çok önemli Bolu ve Antalya gibi yerler burada çok ileri düzeydeler'.</i>
Katılımcı 9	<i>'Yeni çıkan bir turizm çeşididir. Bu anlamda gerçekten klasik turizm anlayışının doğa, deniz, tabiat ve kültür turizminin yanında spor turizmi gerçekten önem arz eden turizm çeşididir'.</i>
Katılımcı 10	<i>'Özel ilgi duyan kişilerin ağırlıklı olarak daha fazla tercih ettiği bir turizm çeşididir. Sporun birçok dalı var, bireysel sporlar var ve takım sporları var. Sporda şu anda güzel bir şekilde bölünmüş durumda'.</i>
Katılımcı 11	<i>'Turizmin özel bir alanı karada havada denizde her şekilde yapılabilen, efor sarf ettiren ve diğer turizm türlerine göre biraz daha bedensel gücü gerektiren bir turizm çeşididir'.</i>
Katılımcı 12	<i>'İlk olarak aklımıza turizm dinlenme olarak gelir fakat içine spor girdiğinde bedensel ve zihinsel aktiviteyi de gerektiren ve bireysel-grup olarak yapılabilen bir hareketi içerir'.</i>

Katılımcıların cevapları doğrultusunda; insanların klasik turizm anlayışından farklı olarak, bedensel ve zihinsel hareketi de sağlayan, doğada, denizde veya havada bir spor faaliyetine katılarak gerçekleştirdiği özel ve yeni turizm etkinliklerine spor turizmi adı verilmektedir.

5.3. Akçakoca'nın Spor Turizmi Potansiyeline İlişkin Bulgular

Bu başlık altında katılımcılara “Akçakoca’da spor turizmi faaliyetleri (etkinlik, nostalji ve olay tabanlı) gerçekleşmekte midir? Spor turizmi kapsamında Akçakoca’da hangi sporlar yapılır?” soruları yöneltilmiştir. Alınan cevaplar doğrultusunda katılımcıların çoğu spor turizmi faaliyetlerinin gerçekleşmediğini veya çok az bir faaliyetin gerçekleştiğini belirtmişlerdir. Hangi sporların yapıldığına ilişkin ise katılımcılar doğada (yürüyüş, motor sporları, dağcılık, tırmanma), denizde (yelken, su altı ve su üstü sporlar, dalış) ve plaj voleybolu, yağlı güreş gibi sporların yapıldığını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 6: Katılımcıların Akçakoca'nın Spor Turizmi Potansiyeline Yönelik Görüşleri

Katılımcı 1	<i>‘Akçakoca’da spor turizmi organizasyonu yok tertibat yok’.</i>
Katılımcı 2	<i>‘Spor turizmine yönelik doğa sporları var, su sporları var’.</i>
Katılımcı 3	<i>‘Akçakoca’da suda yapılan yelken, plaj voleybolu var. Çok fazla bir organizasyon görmedim’.</i>
Katılımcı 4	<i>‘Doğa yürüyüşleri, dağcılık ve motor sporları yapılıyor her yıl’.</i>
Katılımcı 5	<i>‘Son zamanlarda belediyenin yürüttüğü ATV motosiklet yarışlarımız var bu durum yeni yeni turizme katılmakta son dönemdeki belediye ile Akçakoca Beyören Köyü’nde yağlı güreşler yapılmaktadır. Denizde Kabotaj Bayramı’nda bazı yarışlar düzenleniyor yelkencilik kulübümüz var aktivitelerini bilmiyorum. Akçakoca’da spor ile ilgili turizme gelir getirici bir organizasyon yok diyebilirim belediye katkılarıyla yapılan bazı yarışlar var spordan gelen bir para görünmüyor’.</i>
Katılımcı 6	<i>‘Akçakoca’da spor turizmi istediğimiz yerlerde değil. Çünkü altyapımız uygun değil. Akçakoca’da stadımız var, salonumuz var fakat durumları iyi değil. Bunlar düzeltilebilirse Akçakoca’ya kış sezonunda bir ivme kazandırılabilir. En basiti Akçakoca spor var. Maça gelen takımlar oluyor. Konaklama yapıyor. Zaman zaman salonda farklı organizasyonlar ve müsabakalar yapılıyor ama yeterli değil. Yağlı güreşler’.</i>
Katılımcı 7	<i>‘Kısmen de bizimle ilgili Orman Bakanlığı ve Spor Bakanlığı arasında imzalanan protokol ile her yıl motor sporları yapılmaktadır Yığılca-Düzce-Akçakoca üçlü orman sınırları içerisinde yapılan spordur’.</i>
Katılımcı 8	<i>‘Tesis yetersizliğinden dolayı Akçakoca’da yok gibi. Amatör organizasyonlar yapıyoruz Kabotaj Bayramı’nda. Beach volley yapmaya çalışıyoruz’.</i>
Katılımcı 9	<i>‘Yelken, Su altı ve su üstü sporları bununla ilgili bir uçak batırıldı. Sualtı dalış, jet ski ve fly board baja rallisi, salon sporları voleybol-basketbol, yürüyüş parkurları-trekking, yağlı güreşler’.</i>
Katılımcı 10	<i>‘Etkinlik ve nostalji spor turizmine uygun alanlar var motorlu paraşüt alanı var. 2017 yılında Türkiye su jeti şampiyonasını düzenledik. Jet skiler ile yapılan deniz yarışları var. Doğa, hava ve su sporları Akçakoca’da yapılabilir. Geleneksel Kabotaj Bayramı’nda kürek yarışları var’.</i>
Katılımcı 11	<i>‘Deniz üzerinde ve altında yapılan sporlar var. Dalış, yelkencilik, yüzme ve yağlı güreşler var. Alternatif fazla yok aslında. Sualtı dalış ile ilgili bir uçak batırıldı fakat fazla yapılmıyor bireysel yapıyor’.</i>
Katılımcı 12	<i>‘Yapılabilir birçok faaliyet var. Tırmanış, yürüyüş, doğa sporları yapılabilir, müsabakalar düzenlenebilir. Salon sporları yok denecek kadar az’.</i>

Katılımcıların çoğu Akçakoca’da spor turizmi organizasyonlarının olmadığını ifade etmektedir. Katılımcılar, Akçakoca’da doğada, denizde ve geleneksel olarak sürdürülen spor aktivitelerinin olduğunu belirtmektedirler. Bazı katılımcıların görüşlerinden spor turizmi organizasyonlarının son zamanlarda yapılmaya çalışıldığı fakat amatör düzeyde kaldığı anlaşılmaktadır.

Tablo 7: Katılımcıların Akçakoca'nın Spor Turizmi Potansiyeline Yönelik Görüşleri

Katılımcı 1	<i>'Doğal kaynaklar var. Orman, deniz, akarsu var. Değerlendirme yok'.</i>
Katılımcı 2	<i>'Birçok kaynak var. Deniz, şelaleler, ormanlar, plajlarımız var'.</i>
Katılımcı 3	<i>'Yok yok, doğal kaynaklar sayılmayacak kadar fazla. Uzun süre kullanılamayan deniz en önemli kaynağımız'.</i>
Katılımcı 4	<i>'Denizimiz, ormanlarımız, plajlarımız tüm güzel kaynaklar Akçakoca'da bulunmakta'.</i>
Katılımcı 5	<i>'Denizimiz, doğamız, geçirdiğimiz şelalelerimiz var. Aslında spor turizmine yönelik yok yok. Sadece kış döneminde kar yani kayak yapacağımız bir dağımız yok. Bunun için de Bolu'ya yakınız, konaklama Akçakoca'da yapılabilir'.</i>
Katılımcı 6	<i>'Yürüyüş sporları, bisiklet sporları için doğa alanları var. Doğal kaynaklar mevcut. İstedğimiz anlamda kullanılmıyor. Maddi kaynaklar Belediye ve Valilik'ten sağlanıyor'.</i>
Katılımcı 7	<i>'Aktaş şelalemiz var. Düzce Akçakoca sınırında Dede dağı var. Doğa ve dağ turizmi kapsamında kullanılabilir'.</i>
Katılımcı 8	<i>'Doğal kaynak çok, tabi ki su kaynağı çok, ayrıca Belediye'den bu konuda daha fazla yararlanmak gerekir'.</i>
Katılımcı 9	<i>'Tabiat parkları ve milli parklar nezdinde hazırlanan yürüyüş yolları ve parkurları var. Trekking veya izci gruplarının tercih ederek yapmış oldukları kamp alanları mevcut. Mesire alanları var'.</i>
Katılımcı 10	<i>'Denizden fazlasıyla yararlanıyoruz. Flyboard, su jeti, kürek ve yüzme yapılıyor. Doğa ortamlarından yararlanıyoruz. Motor sporları ve Trekking. Falezler var motorlu paraşüt buradan havalana biliyor'.</i>
Katılımcı 11	<i>'Deniz kullanılıyor, köylerde yapılan yağlı güreş alanları var. Çok güzel yeşillik, yaylalar ve ağaçlıklar doğal güzellik alanları, yürüyüş parkurları var. Koşuda yapılabilir. Tırmanmak için kanyon var. Bunlar spor turizmi kapsamında değerlendirilmiyor, önü açılmıyor, duyarsan tırmana bilirsin özel olarak düzenlenen herhangi bir etkinlik yok'.</i>
Katılımcı 12	<i>'Kaynak çok. Deniz, yayla, plajlar, sahalar, ormanlar, yürüyüş alanları, şelaleler, dağlar. Doğal kaynakların en iyi şekilde değerlendirilmesi gerek'.</i>

Akçakoca'nın spor turizmi potansiyeli ile ilgili katılımcılara 'Akçakoca'da spor turizmini gerçekleştirmeye yönelik hangi kaynaklar vardır' sorusu da sorulmuştur. Katılımcıların çoğu Akçakoca'da spor turizmi faaliyetlerini gerçekleştirmeye yönelik çok fazla doğal kaynağın (deniz, orman, akarsu, plaj, şelale vb.) olduğunu ifade etmişlerdir.

5.4. Akçakoca'nın Turist Profiline İlişkin Bulgular

Burada katılımcılara şu şekilde sorular yöneltilmiştir 'Akçakoca'nın geçmişten günümüze turist profilini (yerli-yabancı) değerlendirir misiniz? Spor turizmi faaliyetlerine kimler katılmaktadır?' Katılımcıların çoğu geçmişte (1960-1990) Akçakoca'da yerli ve yabancı turist sayısının çok yüksek olduğunu belirttiler. Günümüzde ise yabancı turistlerin sayısının yok denecek kadar az olduğunu ifade etmektedirler. Yerli turistlerin sayısının ise arttığını belirtmişlerdir.

Tablo 8: Katılımcıların Akçakoca'nın Turist Profiline Yönelik Görüşleri

Katılımcı 1	<i>'1971 yılında Türkiye'nin İncisi Akçakoca diye gazeteler bastılar. O dönemde yabancı turistler çoktu. Günümüzde yerli turist çok fazla, yabancı turistler tek tük'.</i>
Katılımcı 2	<i>'Geçmişte yerli ve yabancı turistler çok fazlaydı. Günümüzde yerli turist sayısı oldukça fazla. Spor ile ilgili organizasyonlar da yerli turistlere hitap etmektedir'.</i>
Katılımcı 3	<i>'Akçakoca'da günümüzde yerli turist var. Geçmişte çok yabancı turist olurdu. Çok fazla bir organizasyon görmedim'.</i>
Katılımcı 4	<i>'Eskiden yerli ve yabancı turist vardı. Bugün ise yabancı turist yok. Ankara ve İstanbul'dan çok fazla yerli turist geliyor. Motor sporları ve su sporları yapılıyor yerli turistler katılım sağlıyor'.</i>
Katılımcı 5	<i>'Doğma büyüme Akçakoca'lı olduğum için yabancı turistin Türkiye'de ilk geldiği yerlerden birisi Akçakoca'dır. Çocukluğumuzda insanlar evlerini, odalarını yabancı turistlere</i>

	<i>kiraladılar. Hem gelir kaynağı olurdu hem de kültürel faaliyetler daha farklı noktalardaydı. Bugünlerde Akdeniz'e ulaşımın kolaylığı ve eğlenme ve dinlenme turizminin tercih edilmesi Akçakoca'yı kısıtlı hale getirdi. Akçakoca yerel turizme döndü. Yabancı turisti çekecek doğa ve spor turizmi faaliyetleri artırılırsa olabilir'.</i>
Katılımcı 6	<i>'Her zaman yerli turist fazlaydı. 1990 yılından önce yabancı turist sayısı bugüne göre daha yüksekti. Karavan ve kamp turizmi gibi farklı şekillerde konaklayan insanlar ile dolardı. Bugünlerde Akdeniz tercih edilmektedir. Akçakoca yabancı turist oranı %3'tür. Yabancı turist sayısının azalmasının en büyük nedeni güneyde yapılan yatırımlar ve turizmde yaşanan gelişmelerdir'.</i>
Katılımcı 7	<i>'Duyduğlarımdan hareketle geçmişte Akçakoca'mızda yabancı turist sayısının çok fazla olduğu söylenmektedir. Günümüzde yerli turistlerin sayısının çok arttığını söyleyebilirim. Yabancı turist yok denecek kadar az'.</i>
Katılımcı 8	<i>'Akçakocalıyım. Gençliğimde Ankara'dan İstanbul'dan günübirlik ve hafta sonları çok yerli turist gelirdi. Yerli turistin yanında karavanlarla çok yabancı turist gelirdi. Yabancı turistler Melenagzı, Çayağzı gibi yerlerde kamp yapardı. Mahalleliler kendi evlerini kiralardı. Pansiyon turizmi vardı. Günümüzde büyük problem, yerli turistte artış var, yabancı turist yok denecek kadar az'.</i>
Katılımcı 9	<i>'Çayağzı plajında eskiden Karavan turizminin yaygın olduğu söylenebilir. Almanya'dan Fransa'dan daha çok yurtdışı turistlerin geldiği söylenebilir. Günümüzde Ankara'dan çok sayıda turist gelmektedir'.</i>
Katılımcı 10	<i>'Günümüzde yerli turist sayısında artış var, yabancı turist sayısında azalış var. 70'li ve 60'lı yıllarda Akçakoca'ya kampa gelen Hollandalı, Almanyalı ve Fransız turistler vardı. Karavan turizmi için. Günümüzde de gelen var, fakat sayı olarak çok az'.</i>
Katılımcı 11	<i>'Akçakoca'da 8 yıldır yaşıyorum duyduğlarımdan Fransa'dan karavanlarla gelen geçmişte turistler çok fazlaymış, Almanya'dan turistler gelirmiş. Şu an karavan turizmi yok. Eskiden uzun süre konaklayan turistler varmış. Günümüzde daha çok yerli turist var, yabancı turist yok. Son yıllarda Arap turistler geliyor. Yakın civardaki insanlar Ankara İstanbul'dan yazın turist geliyor. Kışın turist yok ancak hafta sonları Düzce, Bolu, Sakarya ve İstanbul'dan balık yemek için günübirlik turlarla gelen turistler var'.</i>
Katılımcı 12	<i>'Günümüzde yerli turist fazla fakat yabancı turistler de var özellikle Arap turistler. Geçmişte yabancı turist yerli turiste göre daha fazlaydı'.</i>

Akçakoca'nın turist profilini geçmişten günümüze değerlendiren katılımcılar, 90'lı yıllardan önce Akçakoca'ya karavan ve kamp turizmi yapmak için gelen çok sayıda yabancı turistin olduğunu, günümüzde ise gelen yerli turistlerin yerel olarak organize edilen spor faaliyetlerine katıldıklarını belirtmişlerdir.

5.5. Akçakoca'nın Spor Turizmi Sorunlarına İlişkin Bulgular

Bu başlık altında katılımcılara "Akçakoca'da spor turizminin gelişmesini engelleyen sorunlar nelerdir?" sorusu yöneltilmiştir.

Tablo 9: Katılımcıların Akçakoca'da Spor Turizminin Gelişmesini Engelleyen Sorunlara İlişkin Görüşleri

Katılımcı 1	<i>'Hiçbir engel yoktur'.</i>
Katılımcı 2	<i>'Spor turizminin gelişmesine engel olan durum alt yapı ve üst yapı çalışmalarının az olmasıdır. Spor turizmine yönelik daha fazla yatırım yapılması gerekir'.</i>
Katılımcı 3	<i>'Spor turizmini geliştirmek için hiçbir engel olduğunu düşünmüyorum ki spor yapılıyor zaten'.</i>
Katılımcı 4	<i>'Spor turizmi için Akçakoca'da hiçbir engel yok geliştirilebilir'.</i>
Katılımcı 5	<i>'Akçakoca'da spor turizmini gelişimi için hiçbir engel yoktur Akçakoca konum olarak çok avantajlı bir durumda Ankara'nın en yakın denizi burada gelen turistlerin yaklaşık üçte ikisi Ankaralı geri kalan kısmı İstanbullu hafta sonu değerlendirmek amacıyla gelen çok fazla turist var'.</i>

Katılımcı 6	'Akçakoca'yı bugün farklı şekilde geliştirmemiz gerekiyor. Spor turizmi etkili olabilir. Altyapı sıkıntımız var. Kapalı spor salonu yapılmalı. En büyük sıkıntı spor tesislerinin olmayışı.
Katılımcı 7	'Spor turizminin gelişmesine engel olan bir şey bilmiyorum ama biraz ilgilenmek gerekiyor kurumların ve sivil toplum kuruluşlarının daha etkili olması gerekiyor mevsim kesinlikle engel değildir'.
Katılımcı 8	'Tesis sorunu var. Başka hiçbir engel yok. Takımlar fazla buraya gelmiyor'.
Katılımcı 9	'Hiçbir olduğunu sanmıyorum. Günümüzde geliştirilebilecek bir alan olduğunu düşünüyorum'.
Katılımcı 10	'Engel yok tenis kortlarımız var. Yeni bir spor salonu yapıyoruz. Su sporları kapsamında yapılan sporların daha düzenli yapılması için Karadeniz Dalgakıran projesini başlattık. İç kısımlarında yelken sporu da yapılabilecek. Dezavantajlı bir durum göremiyorum'.
Katılımcı 11	'Engel var, yatırım yapılmıyor özellikle devletin önce olması bekleniyor. Özel sektörde girmeli. Devlet eli ile yapılacak yatırımların yapılmasını gerektiğini düşünüyorum. Doğal olarak plajlar olmazsa herhangi bir yatırımla canlandırılan bir turizm yok, yatırım yok. Şehir için yeni bazı projeler yapılıyor. Alt yapı üst yapı düzenlemeleri var. Plajlarda düzenlemeler var. Spor turizminin gelişmesi için hiç yatırım yok belli başlı festival ve etkinlikler yapılıyor 3 gün sürüyor devamı yok. Gençlerin enerjilerini harcayabilecekleri tesis yok fakat spor turizmi açısından çok elverişli alanlar mevcut'.
Katılımcı 12	'Spor turizminin gelişmesi için hiçbir engel yok fakat ne devlet ne de özel sektör bu işe girmiyor'.

Katılımcıların büyük çoğunluğu Akçakoca'da spor turizminin gelişimine yönelik herhangi bir engelin olmadığını belirtmişlerdir. Bazı katılımcılar ise spor turizmi ile ilgili herhangi bir yatırımın yapılmadığını hem kamu hem de özel sektörün ilgilenmesi gerektiğini ifade etmişlerdir.

5.6. Akçakoca'da Spor Turizmine Yönelik Tanıtım Faaliyetlerine İlişkin Bulgular

Burada katılımcılara şu şekilde soru yöneltilmiştir 'Akçakoca'da spor turizminin geliştirilmesi için tanıtım ve reklam çalışmaları yapılmakta mıdır?' Katılımcıların görüşleri Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10: Katılımcıların Akçakoca'da Spor Turizminin Geliştirilmesi İçin Yapılan Tanıtım ve Reklam Çalışmalarına İlişkin Görüşleri

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri
Katılımcı 1	'Baja rallisinin afişleri yapıldı, gördüm. Yapılıyor genellikle. Bizim otelimizde konaklayan oluyor. Bize katkısı da oluyor diğer arkadaşlara da'.
Katılımcı 2	'Spor turizmi faaliyetlerine yönelik tanıtım ve reklam çalışmaları yok denecek kadar az. Valilik ve Belediye'nin yapmış olduğu bazı afişler asılıyor'.
Katılımcı 3	'Hiçbir şekilde tanıtım, reklam yok'.
Katılımcı 4	'Ara sıra bazı broşürler elimize ulaşıyor fakat genel olarak tanıtım yapılmıyor diyebilirim'.
Katılımcı 5	'Reklam ve tanıtım çalışmaları yapılmaktadır. Amaç Akçakoca'ya para girdisini sağlamak. Ankara'da tanıtım günlerinde yer aldı. Akçakoca'yı tanıtacak etkinlikler yapılmaktadır'.
Katılımcı 6	'Kesinlikle yapılıyor. Ulusal ve yerel tanıtımlar yapılıyor'.
Katılımcı 7	'Spor turizmi organizasyonları için tanıtım ve ön çalışmalar yapılıyor. Haftalar önceden irtibata geçiliyor. Reklam yapılıyor mu bilmiyorum'.
Katılımcı 8	'Sponsorlar çok önemli tanıtım faaliyetlerinde. Yelken ve plaj voleybolu için yapılmıyor. Baja rallisi için valilik yaptı. Sponsorlar çok fazla bu işin içine girmiyor. Tanıtım eksikliği var'.
Katılımcı 9	'Tanıtım ve reklam çalışmaları valilik, kaymakamlık, belediye ve sivil toplum kuruluşları tarafından yapılmaya çalışılıyor. Baja rallisini Valilik tanıtıyor. Yağlı güreşleri Belediye'.
Katılımcı 10	'Yeterince yapılıyor'.

Katılımcı 11	<i>‘Tanıtım ve reklam çalışmaları yok denecek kadar az. Yapılan tanıtım çalışmalarında spor turizmine ait bir köşe yok, dikkat çekici bir şey yok. Çünkü Akçakoca’da spor turizmi potansiyelini farkında olan idari yetkili de yok. Spor turizmini geliştirelim, Akçakoca buradan da para kazanır diyen yönetici yok. Akçakoca’da yağlı güreşler var. Bunlar pek duyulmuyor’.</i>
Katılımcı 12	<i>‘Televizyonlarda Akçakoca’nın reklamı yapılıyor son zamanlarda fakat oda beğenilmiyor. Spor turizmi tanıtım çalışmaları yetersiz’.</i>

Katılımcılar gerçekleştirilen spor turizmi etkinliklerine yönelik reklam ve tanıtım çalışmalarının yapıldığını fakat yetersiz olduğunu ifade etmişlerdir. Bazı katılımcılar genellikle Kamu tarafından bu çalışmaların yapılmaya çalışıldığını ifade etmişlerdir.

5.7. Spor Turizmi Faaliyetlerine Yönelik Güvenlik Tedbirlerine İlişkin Bulgular

Akçakoca’da gerçekleştirilen spor turizmi etkinliklerinde alınan güvenlik tedbirlerinin tespit edilmesine yönelik katılımcılara; ‘Akçakoca’da gerçekleştirilen spor turizmi faaliyetlerinde hangi güvenlik tedbirleri alınıyor?’ sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların bu soruya ilişkin görüşleri Tablo 11’de verilmiştir.

Tablo 11: Katılımcıların Akçakoca’da Gerçekleştirilen Spor Turizmi Faaliyetlerinde Alınan Güvenlik Tedbirlerine İlişkin Görüşleri

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri
Katılımcı 1	‘Güvenlik tedbirleri alınıyor. Cankurtaran çocuklar var. Jetskiler var. Bu sene iki üç kişi kurtarıldı’.
Katılımcı 2	‘Güvenlik tedbirlerinin alındığını hiç görmedim fakat denize yüzmeye girenler için cankurtaranlar var’.
Katılımcı 3	‘Genel olarak alındığını söyleyebilirim. Baja rallisi sırasında tüm teşkilat orada bulunuyor’.
Katılımcı 4	‘Emniyet, sağlık tedbirleri alınıyor’.
Katılımcı 5	‘Spor turizmi organizasyonlarında gerekli tedbirler alınıyor. Arkadaşlar çok tecrübeli, motor sporlarında seyirciler için bir alan yok. Denizde güvenlik tedbirleri alınıyor. Dalgalı durumlarda belediye anons geçiyor, uyarılar yapılıyor, jetskiler var, cankurtaranlar var. Fakat profesyonel bir yüzücü bile dalgalı havada giremez burası Karadeniz’.
Katılımcı 6	‘Tabi ki gerekli güvenlik tedbirleri alınıyor. Cankurtaranlar sürekli takipte.’
Katılımcı 7	‘Güvenlik tedbirleri alınıyor, gerekli işaretlemeler yapılıyor. Can güvenliği tedbirleri alınıyor’.
Katılımcı 8	‘Mutlaka güvenlik tedbirleri alınıyor. Baja rallisi Türkiye çapında bir organizasyon. Fakat daha düşük organizasyonlarda güvenlik ve sağlık tedbiri alınmıyor. Yazışmalarda kalıyor. Çok üst düzeyde bir sakatlıkta eksik kalıyor. Biraz göstermelik gibi tedbirler’.
Katılımcı 9	‘Spor turizmi aynı zamanda güvenlik tedbirlerini de gerektirir. Baja rallisi için seyirci güvenliği hem federasyon temsilcileri hem de Orman İşletme tarafından trafik ve benzeri güvenlik tedbirleri alınıyor. 35 kilometrelik sahilimiz var 9 10 tane plajımız var. Bunların ikisi mavi bayraklıdır. Bu anlamda İl Özel İdaresi desteği ile Belediye ve Kaymakamlık tarafından cankurtaran görevlendirilmesi yapılmakta. Yaklaşık 20-25 kişi bu hizmeti sunmaktadır. Ekipman olarak 5 jet ski bir tane bot ile sağlanmaktadır. Her plajımızda gözetleme kulesi var. Her sene daha da fazlası ile sağlanıyor güvenlik tedbirleri’.
Katılımcı 10	‘Hem Belediye hem de Kaymakamlık güvenlik tedbirlerini alıyor. Denizde cankurtaranlar, motor sporlarında işaretler koyuluyor’.

Katılımcı 11	'Kamu eliyle alınmış tedbirler var. Organizasyonları yapan Belediye oluyor. O dönemde güvenliği sağlayıcı karada, denizde kimseye zarar gelmesin diye Sivil Savunma ekiplerinden de yararlanıyorlar'.
Katılımcı 12	'Cankurtaranlar var, Belediyenin görevlendirdiği yetkililer var. Baja rallisinde içeri girişi ve çıkışı yasaklıyorlar ve emniyet şeridi çekiliyor fakat yetersiz'.

Katılımcıların tamamı Akçakoca'da özellikle denizde gerçekleştirilen spor turizmi organizasyonlarında güvenlik tedbirlerinin alındığını ifade etmişlerdir. Diğer organizasyonlarda alınmaya çalışıldığı fakat eksiklerin olduğunu söylemişlerdir.

5.8. Spor Turizminin Akçakoca'nın Kalkınmasına Etkileri İlişkin Bulgular

Spor turizminin Akçakoca'nın kalkınmasına yönelik ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel ve istihdam etkilerini tespit edilebilmesi için katılımcılara 'Akçakoca'da spor turizminin bölgesel kalkınmaya etkilerini (ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel ve istihdam) nasıl değerlendirirsiniz?' sorusu sorulmuştur. Katılımcıların görüşleri Tablo 12'de verilmiştir.

Tablo 12: Katılımcıların Akçakoca'da Spor Turizminin Bölgesel Kalkınmaya Etkilerine (Ekonomik, Sosyal, Kültürel, Çevresel ve İstihdam) İlişkin Görüşleri

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri
Katılımcı 1	'Bölgesel kalkınmaya etkisi büyüktür. İki tane motosiklet yarışı olur, oteller dolar. En ufak bir organizasyonun faydası var'.
Katılımcı 2	'Akçakoca'da spor turizminin gelişmesi ilçe ekonomisini etkiler. Barınma, yeme-içme, konaklama, alışveriş ve aktiviteler açısından faydalananacak olan sporcular Akçakoca'nın kalkınmasında etkili olacaktır'.
Katılımcı 3	'Tabi ki bölgesel kalkınmaya etkili olacaktır. İş olanakları artacak ve çevre daha fazla korunacaktır'.
Katılımcı 4	'Akçakocalı biri olarak eski günleri özleyorum. Akçakoca yabancı turistlerle dolu paranın döndüğü ve sosyal ve kültürel bağların güçlü olduğu bir turizm kentiydi. Bölgesel kalkınma için yeni bir şeyler şart'.
Katılımcı 5	'Akçakoca'da spor turizmi organizasyonlarının sürekliliği getirildiği sürece bölgesel kalkınmaya etkisi vardır. Motor yarışları daha düzenli olursa ve sürekli hale getirilirse ekonomik katkısı olacaktır. 1-2-3 yıl sürekli yapılmalı. Motor sporlarında insanın çamura girip izlemesi bile keyif verebilir. Önemli olan süreklilik olursa bir kazanç kapısı açılabilir. Her türlü kültürden insanın ülkemize gelmesi önemlidir. Sonuçta her tanıştığın insandan bir şey katarsın kendine'.
Katılımcı 6	'Bölgesel kalkınmaya büyük etkisi olur. İlçe ekonomisi canlanır. Esnaf iş yaparsa iş olanakları artar'.
Katılımcı 7	'Aktaş Şelalesi'nin hayata geçirilmesi, Kaplan dede Dağı'nın dağ turizmi açılması ileride gelir getirici bir turizm alanı olarak karşımıza çıkabilir'.
Katılımcı 8	'Bölgesel kalkınmaya mutlaka etkisi olacak. Voleybol, basketbol, futbol takımları gelse ilçe ekonomisine mutlaka girdisi olacaktır. Barınma için yer bakacak, esnaftan alışveriş yapacak. Ayrıca tanıtım açısından da faydalı olacak, üst düzey takımlar gelse sponsorlar işe daha fazla destek verir, yatırım yaparlar. Bunlar hepsi birbiri ile bağlantılı'.
Katılımcı 9	'Spor turizminin bölgesel kalkınmaya ekonomik katkısının olacağını kanaatindeyiz. Gerek ekonominin canlanması anlamında gerek sosyal, kültürel faaliyet anlamında bölge insanına istihdam sağlama anlamında da gerçekten değerli ve önemli bir turizm dalıdır'.
Katılımcı 10	'Hem Belediye hem de Kaymakamlık güvenlik tedbirlerini alıyor. Denizde cankurtaranlar, motor sporlarında işaretler koyuluyor'.

Katılımcı 11	‘Akçakoca’da ekonomik olarak faaliyet turizm ve fındık var. Spor turizmi elbette ki turizm gelirlerine artışa neden olacak. Fenerbahçe’nin tesislerini Akçakoca’ya almayı düşünüyorlar yapılabilirse oradaki antrenmanı izlemek için gelecek turist dahi olacaktır. Gelen turist sayısını artıracak bu da esnafın kalkınmasına, otellerin doluluk oranlarının artmasına ve yeni tesislerin yapılmasının önünü açacaktır.
Katılımcı 12	‘Küçük farklı kulüpler kurulabilir spor turizmi ile alakalı turizm gelirleri de artar. Akçakoca’da otellerin dışında evlerini kiraya veren insanlar var pansiyonculuğun gelirlerini de arttırır. Yöresel ürünlerin satılmasına ve ev yemeklerinin değerlendirilmesine çok daha fazla katkı sağlar’.

Katılımcılar spor turizminin gelişiminin sağlanmasıyla bölgesel kalkınmaya büyük katkısının olacağını belirtmişlerdir. Bazı katılımcılar ilçenin ekonomik olarak gelişmesine, bölge insanına istihdam açısından fayda saylayacağını ifade ederken, bazı katılımcılar spor turizminin gelişimi ile turizm işletmelerinin gelişeceğini, turist sayısının artacağını, alışveriş imkanlarının artacağını ve spor faaliyetlerinin artacağını belirtmişlerdir.

Son olarak Akçakoca spor turizminin gelişiminin sağlanması amacıyla katılımcılara, ‘Akçakoca’da spor turizminin kalkınması adına kimler ön ayak olmalıdır?’ sorusu sorulmuştur.

Katılımcıların soruya ilişkin görüşleri Tablo 13’de verilmiştir.

Tablo 13: Katılımcıların Akçakoca’da Spor Turizminin Kalkınmasında Destek Olması Gereken Kurum veya Kişilere Yönelik Görüşleri

Katılımcılar	Katılımcı Görüşleri
Katılımcı 1	‘Başta Belediye Reisi, Parti Başkanlıkları ve Turizm Cemiyeti’.
Katılımcı 2	‘Valilik, Kaymakamlık, Belediye tüm kamu kuruluşlar ve özel yatırımcılar’.
Katılımcı 3	‘Devlet ön ayak olmalı fakat her şey devletten beklenmemeli. Yatırım yapabilecek kişiler bu işe girmeli’.
Katılımcı 4	‘Büyük yatırımcılar, sivil toplum kuruluşları ve kamu kuruluşları’.
Katılımcı 5	‘Ticaret ve Sanayi Odası, Belediye ve Kaymakamlığın yaptığı projeler var. Akçakoca’nın gelişmesi için her şeyi yapmaya çalışıyoruz. Maddi ve manevi destek vermeye bu tür aktivitelere her türlü desteği vermeye hazırız. Üniversiteli gençlerin projelerini bekliyoruz. Akçakoca’nın spor turizminin önemli bir potansiyeli olduğunu düşünüyorum’.
Katılımcı 6	‘Yerel yöneticiler, Belediye, Kaymakamlık, Turizm Derneği ve Özel yatırımcılar’.
Katılımcı 7	‘Kaymakamlık, Turizm Bakanlığı, Spor Bakanlığı ve Orman Bakanlığı’nın bu konuda katkısı sağlanabilir. Turizm Derneği ve Belediye çok önemli ayaklar, büyük yatırımcılar ve iş adamları bu konu üzerinde biraz durursa Akçakoca’da gerçekten bölgesel olarak kalkınabilir. Akçakoca’nın spor turizminde önemli bir potansiyeli var buna öncü olmak gerekiyor’.
Katılımcı 8	‘Bölgesel kalkınmaya mutlaka etkisi olacak. Voleybol, basketbol, futbol takımları gelse ilçe ekonomisine mutlaka girdisi olacaktır. Barınma için yer bakacak, esnaftan alışveriş yapacak. Ayrıca tanıtım açısından da faydalı olacak, üst düzey takımlar gelse sponsorlar işe daha fazla destek verir, yatırım yaparlar. Bunlar hepsi birbiri ile bağlantılı’.
Katılımcı 9	‘Spora gerçekten gönlünü veren kişiler diyeyim onlara. Herkesin taşın altına elini sokması gerekiyor. Buna öncülük etmesi gereken Kaymakamlık, Belediye, İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü ve Beden Eğitimi Öğretmenleridir’.

Katılımcı 10	'Tüm idare taşın altına elini sokmalı. Belediye, Kaymakamlık, Özel sektör, Turizm Bakanlığı, Spor Bakanlığı, ilgili bakanlıklar desteklemeli. Reklam anlamında da işin içinde olmaları gerekiyor'.
Katılımcı 11	'En başta yerel idare geliyor. Otel sahipleri, restoran sahipleri, cafe sahipleri ve özel işletmeler. Sonuçta buradan ekmek yiyecekler özendirmeye yönelik projeleri desteklemeleri gerekiyor. Maddi ya da manevi fikir olarak desteklemeleri gerekiyor.
Katılımcı 12	'Başta büyük yatırımcılar ön ayak olmalı. Maddi getiri elde edecekler sonuçta projelere finansal anlamda destek vermeleri gerekiyor. Devlet bazen yetersiz kalabiliyor, bütçeler yetersiz olabiliyor, bu noktada sponsor olma konusunda özel sektör desteklemeli'.

Katılımcıların bazıları kamu ve özel sektörün destek olması gerektiğini belirtirken, bazı katılımcılar kamu örgütlerinin destek verdiğini fakat tek başına yeterli olmadığını ifade etmişlerdir. Akçakoca'da spor turizminin gelişmesini yerel yönetimlerin ve büyük yatırımcıların desteklemesi gerektiğini belirtmişlerdir.

6. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Herhangi bir bölgenin turizm bakımından gelişebilmesi ilk olarak turizmden bağımsız unsurlar olarak ele alınan bölge ile ilgili tabii şartlara bağlıdır. Bölgenin konumu, görünümü, arazi yapısı, bitki örtüsü, ormanları, su kaynakları, iklimi ve altyapı imkanları söz konusu doğal şartlar kapsamında değerlendirilmektedir. Turizm, bir şehrin istediği hedeflere ulaşmasında sağladığı faydalardan dolayı önemli bir sektördür (Kozak, 2001:14).

Altanlar ve Kesim (2011), Akçakoca ilçesindeki turizm sisteminin kalitesi, ürünleri, hizmetleri, turizm faaliyetlerine olan eğilim, turizm amaçlı kullanılan alanlar, alanlardaki kısıtlayıcı nedenler, kullanım yoğunluğu ve turistik alanlardaki memnuniyetleri belirlemek için bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Yazarlar, araştırma sonucunda sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla, bölgenin tarihi ve kültürel kaynaklarının sürdürülebilmesi için alternatif turizm modellerinin geliştirilmesine yönelik öneriler sunmaktadırlar.

Bir bölgede turizmi geliştirme çalışmalarında kamu ve özel sektörde yer alan tüm kurumların görüşleri ve işlevleri önemlidir. Bu çalışmanın amacı Akçakoca'nın spor turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi ve önümüzdeki dönemde yapılması gereken çalışmalara yönelik öneriler sunmaktır.

Akçakoca'da denizde ve doğada birçok spor turizmi faaliyetinin yapıldığı fakat daha fazla spor etkinliklerinin yapılabileceği ve spor turizmi potansiyelinin çok yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Spor turizmi etkinliklerinin gerçekleştirilebilmesi için bölgelerin doğal ve beşerî kaynaklara ihtiyacı söz konusudur. Çalışma sonucunda Akçakoca'nın spor turizmi için birçok doğal kaynağa (dağ, deniz, orman, şelale, plaj) sahip olduğu belirlenmiştir. Spor turizmi etkinliklerinin gerçekleştirilmesi süresince kullanılan maddi kaynakların ise Belediye ve Valilik'ten sağlandığı ortaya çıkmıştır.

Akçakoca'da yerli turistlerin her dönemde daha fazla olduğu, fakat 90'lı yıllardan önce Akçakoca'ya karavan ve kamp turizmi yapmak için gelen çok sayıda yabancı turist olduğu, günümüzde ise yabancı turist sayısında düşmelerin, yerli turist sayısında ise çok fazla artışların olduğu Akçakoca'nın geçmişten günümüze turist profili (yerli-yabancı) değerlendirilmesi sonucu elde edilen sonuçlardır.

Geçmişte Akçakoca yerli ve yabancı turist sayısında bir denge sağlanırken; günümüzde Akdeniz ve Ege bölgelerinde yaşanan turizmdeki gelişmeler ve ulaşımın kolaylaşması sonucu Akçakoca'yı yerli turistlerin daha fazla tercih ettiği sonucuna varılmıştır. Yabancı turistlerin

Akçakoca'ya gelmesi için çalışmalar yapılması gerekmektedir. Özellikle tesislerin yapılması ve halkın turizm konusunda bilinçlendirilmesi gerekmektedir.

Akçakoca'da spor turizminin gelişmesini engelleyen herhangi bir durumun olmadığı fakat altyapı ve üstyapı eksikliğinin olduğu, tesislerin yetersiz olduğu ve yatırımların yapılmadığı çıkan sonuçlar arasındadır. Gürsoy (2016)'un Giresun ili spor turizmi açısından değerlendirilmesi çalışmasında; spor turizmi bakımından Giresun ilinin bu derece geri kalmış veya mevcut potansiyelini yeterince kullanmamış olmasının sebepleri arasında paydaşlar arasındaki iş birliği eksikliği, altyapı eksikliğini ve turizmin paydaşları tarafından yeterince tanıtımının yapılmadığını belirtmektedir. Bu sonuç ile araştırmada ortaya çıkan Akçakoca'da spor turizmi potansiyelinin olduğu fakat altyapı eksikliğinin olduğu ve tanıtım, reklam çalışmalarının yapılmadığı sonuçları ile paralellik göstermektedir.

Akçakoca'da spor turizminin geliştirilmesi için tanıtım ve reklam çalışmalarının yapıldığı fakat yetersiz olduğu sonucu elde edilmiştir. Akçakoca'da özellikle denizde gerçekleştirilen spor turizmi organizasyonlarında güvenlik tedbirlerinin alındığı, diğer organizasyonlarda alınmaya çalışıldığı fakat güvenlik açısından eksiklerin olduğu sonuçlarına varılmıştır.

Akçakoca'da spor turizminin geliştirilmesi durumunda ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel olarak bölgesel kalkınmaya etkisinin büyük olacağı önemli bir sonuçtur. Aynı zamanda istihdam açısından da faydasının olacağı sonucu elde edilmiştir. Akçakoca'da spor turizminin gelişmesinde kamu örgütlerinin tek başına yetersiz kaldığı özel sektör ve yerel yönetiminde bu hususta destek sağlaması gerektiği çıkan sonuçlar arasındadır. Bu konuda benzer sonuçlara Kocaeli ili Kartepe ilçesine yönelik yapılan bir çalışmada rastlanmıştır. Kocaeli ili Kartepe ilçesine yönelik yapılan araştırmada spor organizasyon ve çalışmaların zenginleştirilerek sadece belediye desteği ile değil diğer devlet kurumlarının ve özel sektörün dahil edilmesi gerektiği sonucuna ulaşıldığı görülmektedir (Atalı, Bayazıt ve Atalı, 2018:533).

Akçakoca'nın spor turizmi potansiyelinin yüksek olduğu ortaya çıkan en önemli sonuç olarak görülmektedir. Fakat alt yapı ve üst yapı eksiklerinin olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda daha fazla tesis yapılması gerekmektedir. Akçakoca'nın eski günlerde olduğu gibi turist sayısında artış sağlamak için alternatif turizm kaynaklarına yönelmesi gerekmektedir. Akçakoca'da doğal kaynakların çok olması sebebiyle daha fazla spor turizmi etkinlikleri yapılabilir. Yerel yönetimden bu konuda daha fazla yararlanılmalıdır. Akçakoca'da spor turizmine yönelik tanıtım faaliyetlerinin artırılması da gerekmektedir.

Akçakoca'nın spor turizmi potansiyelinin etkin kullanılması ve geliştirilmesi, ülkemizde bir spor turizmi kenti olarak konumlandırılması için tüm paydaşların katkılarının alınması ve iş birliği içerisinde olmaları gerekmektedir. Bu araştırma ile Akçakoca'da spor turizminin potansiyeli ortaya konarak, önümüzdeki dönem yapılabilir spor turizmi geliştirilme çalışmalarına katkı sağlanmaya çalışılmıştır. Ayrıca bu çalışma ile amaçlanan diğer bir konu; kamu kurumları, sektör temsilcileri ve diğer paydaşlara spor turizminin daha iyi anlaşılması ve tanıtılması gerektiğini sağlamaktır. Akçakoca'da spor turizmini geliştirmek adına yeni çalışmalar yapılabilir. Spor Turizmi, Akçakoca için alternatif bir turizm çeşidi olabilir.

Kaynakça

- 11.Kalkınma Planı, (2019). Erişim Adresi: <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/07/OnbirinciKalkinmaPlani.pdf>, Erişim Tarihi:23.05.2021.
- Akçakoca Kaymakamlığı, (2009). Akçakoca. İstanbul: Ekin Grubu Yayınları.
- Altanlar, A. ve Kesim, G. A. (2011), Sürdürülebilir Turizm Planlaması İçin Yöre Halkı ve Yerli Turistlerin Davranış ve Beklentilerini Anlamaya Yönelik Bir Araştırma; Akçakoca Örneği, Ankara Üniversitesi Çevrebilimleri Dergisi, 3:1-20.

- Atalı L. Bayazıt B. Atalı E (2018), Spor Temalı İlçe Kartepe Örneği, Uluslararası Turizm, İşletme ve Ekonomi Dergisi, 2, 528-533.
- Coşkun, R., Altunışık, R., ve Yıldırım, E. (2008). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı. Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Çuhadar, M. (2006). Turizm Sektöründe Talep Tahmini İçin Yapay Sinir Ağları Kullanımı ve Diğer Yöntemlerle Karşılaştırmalı Analizi (Antalya İlinin Dış Turizm Talebinde Uygulama) (Yayınlanmış Doktora Tezi). Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Düzce İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2018), Erişim Adresi: <http://www.duzceturizm.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 12.02.2018.
- Gammon, S. ve Robinson, R. (2003), Sport and Tourism, A Conceptual Framework, Journal of Sport & Tourism, 8:1, 21-26.
- Gibson, J. H. (1998). Sport Tourism: A Critical Analysis of Research. Sport Management Review, 1, 45-76.
- Gürsoy Y. (2016), Giresun İlinin Spor Turizmi Açısından Değerlendirilmesi, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9, 1080-1089.
- Hazar, A. (2007). Spor ve Turizm (1. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hudson, S. (2003). Sport and Adventure Tourism. Binghampton: The Haworth Press.
- Koçak, F. & Balcı, V. (2010). "Doğada yapılan sportif etkinliklerde çevresel sürdürülebilirlik", Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi, 2, ss.213-222
- Kozak, M. (2001), Genel Turizm- İlkeler ve Kavramlar. Ankara: Detay Yayıncılık.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2018). Erişim Adresi: <http://www.kultur.gov.tr> Erişim Tarihi: 11.06.2018.
- Türkiye Spor Turizmi Çalıştay Raporu, (2019). Erişim Adresi: <https://turkiyesporturizmicalistayi.gsb.gov.tr/Sayfalar/3498/3489/i-classfas-fa-edit-i-komisyon-raporlari.aspx> , Erişim Tarihi:23.05.2021.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, (10. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yurtseven, H. (2013). Örneklerle sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem ve Teknikleri. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kişilik Özellikleri ve Zaman Hırsızlığı İlişkisi: TRA1 ve TRB2 Bölgeleri Otel İşgörenleri Üzerinde Bir Araştırma¹

The Relationship Between Personality Traits and Time Theft: A Study on Hotel Employees in TRA1 and TRB2 Regions

Ayça Sena ÖNALAN^a, Songül ÖZER^b

^a Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği A.B.D., Van, Türkiye.

^b Dr. Öğr. Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Van, Türkiye.

Özet

Bu araştırmanın amacı, kişilik özellikleri ile zaman hırsızlığı arasındaki ilişkiyi ve etki düzeyinin tespit etmektir. Bu kapsamda araştırmanın evrenini TRA1 ve TRB2 bölgelerinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel işgörenleri oluşturmaktadır. Bu doğrultuda evreni oluşturan otel işgörenlerine anket uygulanmıştır. Çalışma kapsamında öncelikle kişilik özellikleri ve zaman hırsızlığı kavramlarına ilişkin gerekli alan yazın taraması yapılmıştır. Akabinde TRA1 ve TRB2 bölgelerinde faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel işgörenlerinin, katılımlarının sağlandığı kişilik özellikleri ve zaman hırsızlığı davranış eğilimlerini ölçmeye yönelik ifadeleri içeren anket uygulanmıştır. Söz konusu anket uygulaması ile aynı zamanda; araştırmanın amaçları dâhilinde katılımcıların kişilik özellikleri ile zaman hırsızlığı eğilimleri arasında nasıl bir ilişki olduğu saptanmıştır. Devamında katılımcıların kişilik özelliklerinin zaman hırsızlığı eğilimleri üzerindeki etkisi de ölçülmüştür. Veri toplama aracı olarak kullanılan anket formu, geçerlilik ve güvenilirliği test edilmiş ölçeklerden oluşturulmuş olup, toplam 386 işgörene uygulanmıştır.

Araştırma sonucunda otel işgörenlerinin genel olarak kişilik özellikleri ve zaman hırsızlığı eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Ancak işgörenlerin kişilik özelliklerinin zaman hırsızlığı davranışları üzerinde düşük düzeyde anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile otel işgörenlerinin sahip olduğu kişilik özelliklerinin zaman hırsızlığı eğilimleri üzerinde etkili olduğu sonucu elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kişilik, kişilik özellikleri, zaman hırsızlığı, otel işgörenleri, TRA1, TRB2.

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 11.06.2021
Kabul Tarihi 24.06.2021

Sayı Editörü

Hacer Arslan KALAY

Abstract

The goal of this study is to determine the relationship and the level of effect between personality traits and time theft. In this context, the population of the research consists of 4 and 5 star hotel employees in TRA1 and TRB2 regions. In this direction, a questionnaire was applied to the otel employees who formed the universe. Within the scope of the study, first of all, the necessary literature review was conducted on the concepts of personality traits and time theft. Afterwards, a questionnaire was applied to measure the personality traits and time theft behavior tendencies of four and five star hotel employees operating in TRA1 and TRB2 regions. At the same time with the said survey application; Within the scope of the research, it was determined what kind of a relationship there is between the personality traits of the participants and their time theft tendencies. Afterwards, the effect of the participants' personality traits on their time theft tendencies were also measured. The questionnaire form, which was used as a data collection tool, was created from scales whose validity and reliability were tested and applied to a total of 386 employees.

As a result of the research, it has been determined that there is no significant relationship between the personality traits of hotel employees and their tendency to time theft. However, it has been determined that the personality traits of the employees have a low-level significant effect on their time theft behavior. In other words, it was concluded that the personality traits of the hotel employees were effective on the time theft tendencies.

Keywords: Personality, personality traits, time theft, hotel employees, TRA1, TRB2.

Sorumlu Yazar

Ayça Sena Önalın
aycasena_@hotmail.com

Önerilen Atıf:

Önalın, A. S. ve Özer, S., (2021). Kişilik Özellikleri ve Zaman Hırsızlığı İlişkisi: TRA1 ve TRB2 Bölgeleri Otel İşgörenleri Üzerinde Bir Araştırma, *Journal of Academic Tourism Studies*, 2(1): 61-77.

¹ Bu çalışma "Kişilik Özellikleri ve Zaman Hırsızlığı İlişkisi: TRA1 ve TRB2 Bölgeleri Otel İşgörenleri Üzerinde Bir Araştırma" isimli tez çalışmasından üretilmiştir.

1. GİRİŞ

Geçmişten günümüze kadar hemen her dönemde örgütler, faaliyetlerini sürdürebilmek için doğal, ekonomik, sosyal ve kültürel, çevresel birçok faktörden daimî olarak etkilendikleri söylenebilir. Devam eden ve değişen dünya yaşantısına paralel olarak bu faktörler de sürekli değişiklik göstermektedir. Son zamanlarda ise hızlı bir değişime uğrayan; bilgi akışı, iletişim ve teknoloji alanlarındaki ilerlemeler örgütler ve kişiler arası rekabeti artırma eğilimi gösterebilir. Dolayısıyla örgüt ve kişilerin artan rekabete bağlı olarak artan sorumlulukları, yönetsel iş yükünü de artırabilmektedir. Gittikçe yoğunlaşan iş yükü ve faaliyetlerin gerçekleştirilebilmesi için belirlenen zaman dilimleri elbette kişilerde baskıya neden olabilmektedir. Zira artış gösteren yoğunluklara karşın kullanılan zaman birimleri aynı kalmaktadır.

Günümüzde yöneticilerin başarısını veya başarısızlığını ortaya koyan belirgin ölçüt; zamanı akıllı, etkili ve verimli kullanma becerisi gösterilebilir (Aytürk, 2007:191). Zamanın boşa harcanması ve yanlış kullanılması noktasında “zaman hırsızlığı” ifadesi de bu değerli kaynağın israfı ve öldürülmesi halinin ne denli yanlış olduğunu açıklamak için ortaya çıkmış bir kavramdır. Genel olarak zamanın her türlü ziyan edilmesi durumunu ifade eden zaman hırsızlığı olgusu, örgütsel yaşamda işgörenlerin mesai saatlerinde sorumluluklarını ihmal ederek iş dışı faaliyetlerde bulunmaları olarak açıklanmaktadır. Zaman hırsızlığı, işe mazeretsiz geç başlama, sanal kaytarma, iş saatlerinde sosyal aylaklık gibi davranışları da kapsamaktadır.

Zamanı yönetebilmek ve etkin kullanabilmek noktasında bireyler arasında farklılık söz konusu olabilmektedir. Bireyler doğuştan gelen veya daha sonra belirli etkenler doğrultusunda kendilerine has karakteristik özelliklere sahiptirler. Karakteristik özellikler insanların karşılaştıkları olaylara sergiledikleri davranış ve tepkileri belirlemektedir. Yaşanılan aynı olay karşısında bazı bireyler motivasyonel yaklaşırken bazı bireyler ise aksi şekilde reaksiyon gösterebilmektedir. Bu durum bireylerin farklı kişilik özelliklerine sahip olmalarından kaynaklanmaktadır. Bazen yaşanan deneyimlerden kaynaklanan farklı etkileşim tarzı yaşanırken bazen de bulunulan çevreden, ait olunan sosyal sınıftan veya üyesi olunan toplumdaki etkilenmek olasıdır. Bu kişisel özellikler literatürde belli başlıklar halinde tasniflenmiştir.

Mizaç olarak zaman kavramını önemsemeyen ve işlerinde dakiklik göstermeyen bir birey bu davranışını örgüt hayatına yansıttığı zaman zincirleme bir performans ve verim düşüklüğü yaşanabilmektedir. Bu durum örgüt açısından gerek ekonomik gerek sosyal ve prestij anlamında zararlar doğuracaktır. Özel hayat ve örgütsel hayatta bu ve benzeri zararların önüne geçebilmek için, öncelikli olarak zamanın etkin kullanılmasının önündeki engeller doğru bir şekilde belirlenmelidir. Bireyin kişilik özelliklerinin de bu engeller arasında olabileceği öngörüsü ve işgörenlerin kişilik özellikleri ile zamanı etkin kullanmaları arasında nasıl bir ilişki olduğunu saptamak bu çalışmanın yürütülme sebeplerindendir.

Çalışmanın temel amacı, kişilik özellikleri ile zaman hırsızlığı eğilimleri arasındaki ilişkiyi tespit edip, kişilik özelliklerinin zaman hırsızlığı eğilimleri üzerindeki etkisini ölçmektir. Çalışma kapsamında belirlenen örneklem grubunu ise TRA1 ve TRB2 bölgelerinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel işgörenleri oluşturmaktadır. Bu doğrultuda yapılan araştırma sonucunda otel işgörenlerinin kişilik özellikleri ile zaman hırsızlığı davranışı arasında anlamlı bir ilişki saptanmadığı, ancak işgörenlerin kişilik özelliklerinin zaman hırsızlığı davranışı üzerinde düşük düzeyde anlamlı bir etkisi olduğu sonucu ele edilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kişilik olgusu uzun yıllardır araştırılmakta olup ve temelde; insanların neden farklılık gösterdikleri ya da aynı olaylar karşısında neden farklı tepkiler verdikleri sorularına cevap aranması ile daha da üzerinde durulan bir konu haline gelmiştir. Kişilik olgusuyla ilgili yapılanlar ise bu kavrama ilişkin bilim insanları ve düşünürlerin birbirlerine benzer ya da farklı bakış açılarına sahip oldukları görülmektedir (Sevi, 2009: 1). Zamanla bu kelime her bireyin hayattaki rolünü anlatmak

için, kişi sözcüğünü ifade etmek amacıyla kullanılmıştır. Kişi ifadesini kullanırken ise akla ilk gelen şey insan olgusudur. İnsanların doğduğu günden itibaren belirli etmenler doğrultusunda edindikleri roller ile kendilerini temsil eden birtakım özellikler barındırmaktadırlar. Kişiler için kendilerine has olarak nitelendirilen bu özellikler kişilik olarak ifade edilmektedir (Ergün, 2017:3-4). Geçmişten bugüne kadar ilgi görmüş olan kişilik olgusu bilimsel olarak 1930 ve onu seyreden yıllarda üzerinde durulmaya başlanmıştır (Özyılmaz ve Gülbetkin, 2018: 234).

Kişiliğin oluşum ve gelişim süreçleri ile ilgili birçok teori ortaya atılmış olup, genel hatlarıyla her biri insan davranışlarını anlamlandırmak, açıklamak ve kontrol etmek için geliştirilmiş kavramsal sistem olma niteliği taşımaktadırlar. Bu teoriler farklı bakış açıları ile geliştirilmiş olsalar da birbirleri ile ilişkilidirler. Kişilik kuramları, karmaşık bir kavram olan kişiliğin daha anlaşılabilir hale getirilebilmesi amacı ile oluşturulmuştur. Kişilik teorilerinin her biri, kişilerin gelişimlerinin sürdürdüğü her bir alana ayrı ayrı odaklanmaktadır ve diğer alanlarla da bütünlük sağlayacak şekilde oluşturulmaktadır. Tarihin her döneminde çoğu düşünür tarafından kişilik olgusu ile ilgili kuramlar oluşturulmuştur. Ancak, 18. Yy'dan sonra bilimsel olarak kişilik teorileri anlam kazanmıştır. Başlangıç aşamalarında gözlemler sonucu görüşler öne sürülmüştür. Bunlar, Charcot, Janet, Freud, Jung ve McDougall gibi araştırmacılar tarafından derinlemesine incelenmiştir (Sevi, 2009: 2). Kişilik teorilerinin her biri, oluşturan kuramcı tarafından, kendi kişisel yaşamı ve olaylara bakış açısından etkilenecek hayata geçirilmiştir. Bu durum gözlenen olayın gözlemci tarafından yorumlanmasından mütevellit farklı kişilik teorilerinin meydana gelmesi sonucunu doğurmuştur (Yazgan-İnanç ve Yerlikaya, 2008: 6). Kişilik oluşumunun incelenmesini temel alan bu teorilerden en önemlileri, Sigmund Freud'un, Erik Erikson'un, Alfred Adler'in ve Carl Gustav Jung'un geliştirmiş olduğu kişilik kuramlarıdır.

Kişilik özellikleri bireyi diğerlerinden farklı kılar. Başka bir ifade ile kişilik özellikleri ayırt edicidir. Kişiliğin ayırt edici olması bireyi özgün kılan eğilim ve davranış setlerini ifade etmektedir. Bireyler zaman zaman benzer davranışlar sergilemelerine rağmen kendilerini özgün kılan birtakım özelliklere sahiptirler ve bu durum bireyi diğer bireylerden farklılaştırır. Bu farklılığın temelinde ise bireylerin sergiledikleri davranış eğilimlerinin yoğunluğu ve sıklığı yer almaktadır. Fiziksel, zihinsel ve duygusal yönden pek çok farklılık gösteren bireyler, bunun sonucunda olayları ve olguları da farklı şekilde yorumlarlar. Bu farklılıklar kişiliğin temelini oluşturur (Buchanan ve Huczynski, 1997: 136, 137). Ayrıca sergilenen belirli bir davranış yalnızca tek bir kişilik özelliğine değil birçok kişilik özelliğine dayandırılabilir (Sevi, 2009: 4). Kişilik özelliklerinin genel olarak tutarlılık gösterdiği kanısı yaygın olup, bu kanı kişilik özelliklerinin değişmeyeceği anlamını ifade etmemektedir. Bilakis bireyin geçmiş yaşamı, deneyimleri ve edindiği yaşam tarzı onun kişilik özelliklerinin değişmesini etkileyen faktörlerdendir. Ancak geçici ya da kısa vadeli dönemsel şartlar bireylerin tesadüfi tepkiler vermesine sebep olabilir. Bu durum kişilik özelliklerinin değiştiği anlamına gelmemektedir. Tanımlama yapılırken bu özelliklerin, tutarlılık kelimesi ile ifade edilmesi de davranışların sık sık değişmeyeceğinden mütevellittir. Bireyin işlerini zamanında yapması ve dakik olması o kişinin genel olarak dakik olduğunun işaretidir ve bu durum karakteristik bir özelliktir. Aksi bir olayın yaşanması durumunda bahsedilen bu kişinin geç kalması onun bu özelliğini kaybetmesine neden olmaz. Kişilik özelliklerinin insanların geçmişinde şekillenmeye başlayıp yaşamın ilerleyen dönemlerinde de devam ettiği savını destekleyen örnekler de çoğaltılabilir. (Buchanan ve Huczynski, 1997: 136-137)

Alan yazında kişilik ile alakalı yapılmış çoğu çalışmaya konu olan, insanların kişilik özellikleri ile dışa vurduğu tepkileri, davranışları arasındaki ilişkiyi temel alarak kişilikleri inceleyen "beş faktör kişilik kuramı" kişilik özellikleri ile ilgili esas alınabilecek önem arz eden bir modeldir. Bu model, neredeyse 50 yıl boyunca devam etmiş çalışmaların neticesi olarak ortaya atılan ve McCrae ve Costa tarafından açıklanan bir kuramdır (McCrae ve Costa, 1995:81). Bireylerin kendilerine has tutum ve davranışlarının daha iyi tanımlanabilmesi açısından geliştirilen beş faktör kişilik modeli kişilere özgü belirli sıfatların sınıflandırılmasından oluşmaktadır. Kişisel özelliklerini ifade eden çok sayıda sıfat olabileceğinden (örn; sempatik, utangaç, sessiz, yenilikçi, konuşkan vb.) birbiri ile ilişkili olabilecek benzer sıfatlar aynı başlık altında toplanarak açıklanmaktadır. Bahsi geçen beş

faktörü kişilik modeli ise: “duygusal olarak tutarsızlık, yenilikçilik, uyumlu olmak, sorumluluk bilinci, dışadönük” ifadelerinden oluşmaktadır (Çoklar, 2014: 32). Özellikle son yıllarda kişilik özelliklerini temel alan araştırmalarda ise bu beş faktörün etkisinin olduğunu belirtmek de mümkündür (Somer, 1998:27). Toplamda 5 başlık altında toplanan bu modelin içerikleri aşağıda ayrı ayrı olarak sunulmuştur.

- *Dışadönüklük:* Dışadönük insanlar, diğer insanlarla bir arada olmayı seven, topluma uyum sağlayan ve sosyal bir kişi olma özelliğine sahip olup, hareketli ve canlı bireyleri de kapsamaktadırlar. Dışadönük kişilik boyutuna dahil olan bireyler aynı zamanda, karşılaştıkları durumları abartmayı severler. Hırslı ve baskın karakterleri ile de dikkat çekerler (Trouba, 2007: 9).
- *Uyumluluk:* Ilımlı ve uzlaşan insan tiplerini kapsayan bu faktör, aynı zamanda diğer insanlarda güven duygusu uyandıran kişilerin de dahil olduğu faktördür. Açık sözlülük, alçakgönüllülük de bu faktörün kapsadığı kişilik özellikleri arasında yer almaktadır. Bireyle arasında uyumluluk özelliğini taşıyanlar, genelde etrafındaki insanların kendilerinden hoşlanmalarına önem vermekte olup, çatışmadan kaçınmayı tercih ederler. Düşük seviyede uyumluluk özelliğini taşıyan insanlar, görüşlere fazla önem vermeyip, şüpheli oluşlarıyla da dikkat çekerler (Turban ve Lee, 2007: 38).
- *Nevrotiklik:* Bu faktör Costa ve McCrae (1992) tarafından açıklanmıştır. Daha çok heyecanlı, telaşlı, tedirgin, güvensiz ve sinir seviyesi yüksek olan kişileri niteleyen faktördür. Kişilerin duygusal bakımdan dengeli olmaları halinde sakin, dirayetli, rahat ve özgüvenli tipler ortaya çıkarken, bilakis duygusal olarak dengesizlik gösteren bireyler (Nevrotiklik), daha gergin, olumsuz düşüncelere sahip ve kendilerini güvende hissetmeyen tipler olarak görülmektedirler (Hashim vd., 2013: 771).
- *Yenilik ve Girişime Açıklık:* Yenilikçi kişilik modeli, genel hatlarıyla kişiler arası ilişkileri çok iyi olmayan, yeni fikirlere ve yeniliklere açık olan kişileri kapsamaktadır. Aynı zamanda kabul görme arzusu yüksek olan olan, girişken, meraklı, hayal gücü geniş olan bireyleri de içine alan gruptur. Açıklık ve yenilik boyutu kapsamında olan bireyler, yaratıcılığa ilişkin bir yönleri ve diğerlerine nazaran daha aykırı düşünmeye eğilimli olduklarından zihinsel açıdan zekâ ile paralel yönlü bir ilişkidir. Bu boyuta dahil olan bireylerin karakteristik özelliklerini açıklarken yenilikçi oluşlarına odaklanmak gerekir. Bu tip kişiler yaratıcı olma ve yeni çıktılar üretmek konusunda oldukça isteklidirler (Çetin ve Varoğlu 2009: 60).
- *Sorumluluk:* Denetim ve disiplin üzerine kurulu bu boyut, düzenli ve hedefleri doğrultusunda planlı ilerleyen kişileri kapsamaktadır. Bu kişilik tipine sahip insanlar, diğer insanlara kıyasla daha dürüst, güvenilir ve dikkatli oluşlarıyla ön plana çıkarlar. Bu kişilik özelliğine sahip olmayan insanlar da ise tam aksi durumlar mevcuttur. Disiplini, kural ve normları önemseyen insanların dahil olduğu bu kişilik modeline düşük seviyede sahip olan bireyler ise dürtü kontrolünde sıkıntı yaşamaktadırlar (Soto vd., 2015).

Zaman kavramı çok geniş perspektiflerde ele alınmaktadır. Zaman kavramına ilişkin birçok tanımlama yapılmıştır. Sucu'ya (1996: 3) göre zaman; soyut bir olgu olup, kişilerin zihinlerinde oluşturduğu ve olayların da bu oluşumun içinde akıp gittiği başlangıcı ve bitişi net olarak bilinmeyen bir kavramdır.

Zaman hırsızlığı ise, genel olarak işgörenlerin mesai saatleri içerisinde iş dışı faaliyetlerde bulunmalarını ifade etmektedir. Günlük yaşamda kişilerin bireysel işleri içinde zamanı doğru yönetememe halleri de olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. İşgörenlerin zaman hırsızlığı davranışlarına örnek olarak; işe zamanında gitmemek, mesai bitmeden ayrılmak, mesai saatleri içerisinde telefon görüşmeleri, sosyal medyada gezinmek vb. davranışlarda bulunmak, görev ve sorumluluklara yeterince odaklanmamak gösterilebilir (Chen ve Tang, 2006).

Zamanın verimli ve etkin kullanılmasına engel olan davranışlar kişilerden kaynaklı veya ortamdaki kaynaklı birçok değişkene bağlı olabilmektedir (Rodoplu, 2001: 42). Zamanın verimli kullanılması noktasında karşılaşılan engeller, konu ile ilgili literatürde rastlanan bazı çalışmalarda zaman tuzakları şeklinde ele alınmaktadır. Bahsi geçen bu tuzakları Akyüz, Yılmaz ve Aldemir (2020: 416) üç şekilde ele almaktadır.

- Kişinin kendisinden kaynaklı engeller: kişisel hedeflerin olmaması, bireylerin kendisini yönlendirme ve yönetme noktasında zayıflığı ve temelde olan bireyin kişilik özelliklerinden kaynaklanan durumların varlığıdır.
- İş yeri ile alakalı karşılaşılan engeller: yapılan telefon konuşmalarının uzun süreli olması, iş ortamının elverişsiz olması gibi örnekler bu durum için gösterilmektedir.
- Organizasyon ve yönetimden kaynaklı engeller: iyi organize olamama ve bu doğrultuda bireyleri doğru yönlendirememesi, hedef ve amaçlarda belirsizliklerin olması ve yetkiyi devretmeme gibi nedenler de zamanın kötüye harcanmasının nedenleri arasındadır.

Zaman hırsızlığı, özellikle örgütler açısından yüksek maliyetlere ve verimlilik kaybına neden olmaktadır. Bugüne kadar zaman hırsızlığına dair araştırmalar yapılmış olsa da genel olarak ihmal edilmiş bir konudur. Zaman hırsızlığı, özellikle sanal kaytarma, sorumlulukların ertelenmesi, sosyal olarak yapılan aylaklıklar gibi birçok davranış için bir şemsiye olma niteliği taşımaktadır (Brock Baskin vd., 2017). Zamanı boşa geçirme ve verimliliğin kaybedilmesine yönelik sergilenen çok sayıda davranış olması bu davranışların kategorilere ayrılması zorunluluğunu da beraberinde getirmektedir. Zira insanlar zamanı boşa harcarken işledikleri eylemler de farklılıklar gösterebilmektedirler. Kimileri işlerini erteledikleri vakitte teknolojiyle ilgilenirken, kimileri sorumluluklarını yerine getirmesi gereken zaman diliminde diğer insanlarla sosyalleşmeyi tercih etmektedirler. Kişilerin zamanı boşa geçirirken sergiledikleri bu uğraşlar genellikle üç boyut altında ele alınmaktadır. Bu boyutlar; 1- geleneksel zaman hırsızlığı, 2- teknolojik zaman hırsızlığı ve 3- sosyal zaman hırsızlığıdır (Brock vd., 2013).

Zaman hırsızlığı davranışlarını boyutlarını ele alacak olursak; örneğin mesai saatleri içerisinde işgörenlerin internette kişisel ihtiyaçları için vakit geçirmeleri (Ding vd., 2018) teknolojik zaman hırsızlığı boyutu içerisinde yer almaktadır. Teknolojinin günümüzde hızlı ve yaygın bir kullanım alanına sahip olması çalışma hayatına da yansımaktadır. İşgörenlerin gerek iş ortamında gerekse özel yaşamlarında teknolojiyle iç içedirler. Örgütsel anlamda hızlı bir veri akışı sağlayabilmek adına ve bilgi dolaşımının da bir hayli hızlı olduğundan teknoloji kullanımı zaruri bir ihtiyaç haline gelmiştir. Bu zorunluluğun dışında işgörenler teknolojiyi kişisel amaçları için de kullanmaktadırlar. Özellikle iş yerinde ve mesai saatlerinde kendi özel gereksinimleri için teknolojiye zaman harcanması teknolojik bir zaman hırsızlığıdır. Ancak işgörenler sergiledikleri bu davranışların zaman kaybına yol açtığını düşünmemektedir. Örneğin, iş yerinde bilgi dolaşımı kapsamında mail bekleyen bir işgörenin o esnada kişisel mail ve mesajlarını kontrol etmesi, o işgören için zamanı çalmak olarak ifade edilmemektedir. İşgören bunu zaman hırsızlığı olarak algılamasa da iş yerinde kişisel mesaj ve maillerin kontrol edilmesi teknolojik zaman hırsızlığı kapsamında yer almaktadır.

Zaman hırsızlığının bir başka boyutu olan sosyal zaman hırsızlığı da yine anlam olarak, işgörenlerin iş yerinde zamanı boşa harcayarak üretkenlik karşıtı davranışlarını ifade etmektedir. (Liu ve Berry, 2013). Bu davranışlara örnek olarak verilen iş arkadaşları ile mesai saatleri içerisinde uzun sohbetler etmek sosyal zaman hırsızlığı boyutu altında incelenebilir. Bunun yanı sıra işgörenlerin uzun molalara çıkması ve öğle yemeklerine geniş vakitler ayırmaları da sosyal zaman hırsızlığı olarak nitelendirilebilir.

Son olarak işe geç gelme, işten erken ayrılma ve gereksiz aralar vererek, zamanı boşa geçirmek gibi eylemler de geleneksel zaman hırsızlığı boyutu altında ele alınmaktadır. Geleneksel zaman hırsızlığı kapsamında, iş yerinde hayaller kurma, bilinçli olarak sorumlulukları yerine getirmeme, süreyi rahat kullanma ve çeşitli bahaneler ile işe devamsızlık yapma gibi davranışlar da örnek olarak gösterilebilir.

Zaman hırsızlığı eğilimlerinin boyutlar altında incelenmesi zaman hırsızlığının farklı yönlerden araştırılmasına, öncüllerinin rahatlıkla belirlenmesine ve bu konu ile ilgili ölçeklerin geliştirilme süreçlerine de fayda sağlamaktadır.

Konu ile ilgili yapılmış çalışmaların incelenmesi sonucunda Babadağ ve Kerse (2019) tarafından zaman hırsızlığı ve kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi saptamaya yönelik yürüttükleri çalışmaya rastlanmıştır. Araştırmada kişilik özelliklerinin sorumluluk boyutunun zaman hırsızlığı üzerinde anlamlı etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Uluslararası literatürde ise Brock, Martin ve Buckley (2013) tarafından yürütülen çalışmada zaman hırsızlığına ilişkin ölçek geliştirilmiş olup bunun yanı sıra zaman hırsızlığı ile kişilik özellikleri arasındaki ilişki ile ilgili önerilerde bulunulmuştur. Çalışma sonucunda elde edilen veriler doğrultusunda ise zaman hırsızlığının kişilik boyutları ile ilişkili olabileceği ileri sürülmüştür. Yine benzer şekilde uluslararası literatürde Brock Baskin vd. (2017) tarafından yürütülen çalışmada da kişilik özelliklerinin boyutlarının zaman hırsızlığı eğilimleri arasındaki ilişkiyi ele almıştır. Araştırma sonuçlarında kişiliğin boyutlarından olan nevrotiklik ile zaman hırsızlığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucu elde edilmiştir. Ayrıca bu ilişkinin pozitif yönlü olduğu da yine çalışma da saptanan sonuçlardandır. Yine aynı çalışma kapsamında ele alınmış olan kişiliğin dışadönüklük ve açıklık boyutları ile zaman hırsızlığı eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

Ulusal ve uluslararası literatürde karşılaşılan, bu çalışma ile benzerlik gösteren yukarıdaki çalışmalar ve emsallerinin sonuçları ve tespitleri göz önünde bulundurularak hipotezler geliştirilmiştir.

Araştırma tasarımı doğrultusunda ve önceden yapılmış çalışmalara istinaden geliştirilen hipotezlere aşağıda yer verilmiştir:

Hipotez 1 (H1): işgörenlerin kişilik özellikleri ile zaman hırsızlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 2 (H2): İşgörenlerin kişilik özelliklerinin zaman hırsızlığı eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

3. YÖNTEM

Araştırmanın temel amacı, kişilik özellikleri ile zaman hırsızlığı eğilimleri arasındaki ilişkiyi ölçmektir. Aynı zamanda kişilik özelliklerinin zaman hırsızlığı eğilimleri üzerindeki etkisini ve bu etkinin düzeylerini saptamak da çalışmanın amaçlarındandır. Bu araştırmanın evrenini TRA1 (Erzurum, Erzincan, Bayburt) ve TRB2 (Van, Muş, Hakkâri, Bitlis) bölgelerinde faaliyet gösteren turizm işletme ve yatırım belgeli dört ve beş yıldızlı otel işgörenleri oluşturmaktadır. Çalışmanın evreni doğrultusunda bu bölgelerin içerisinde yer alan illerdeki il kültür turizm müdürlükleri ile iletişime geçilerek faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel sayılarına ulaşılmıştır. Evreni oluşturan otel işgören sayısına ulaşmak için ise ilgili otel işletmelerindeki yetkili kişiler ile görüşülmüştür. Otel işletmelerinden alınan cevaplar doğrultusunda ve çalışma yürütülürken karşılaşılan pandemi (salgın hastalık) sürecinden dolayı işgören sayılarında ciddi bir azalma olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle örneklem alma yoluna gidilmiştir. Çalışmada kolayda örneklem yöntemi seçilmiş olup, bir milyon ve üzeri evren için toplam ulaşılması gereken minimum anket sayısı Sekaran'a (2000: 95) göre 384'tür. Çalışma evreni dikkate alındığında ulaşılması gereken minimum sayı 226 olarak tespit edilmiştir. İlgili işletmeler ile görüşülerek anketlerin dağıtımı sağlanmış ve toplamda 386 adet değerlendirmeye alınabilir anket elde edilmiştir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmış olup anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Anlekin ilk bölümünde katılımcıların demografik özelliklerine (yaş, cinsiyet, medeni durum, bulundukları işletmedeki çalışma süresi ve aylık gelir) ilişkin toplam 5 soru yer almaktadır. Anketin ikinci bölümü ise katılımcıların kişilik özelliklerini belirlemeye yönelik ifadeler içermektedir. Beş Faktör Kişilik Modelinin öğelerini ölçebilmek için bu çalışmada kullanılan ölçek; Jonh, Donahue ve Kentle (1991) tarafından geliştirilmiş olup 2009' da Gümüş tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır. Büyük Beşli Kişilik Envanteri (Big Five Inventory-BFI) ölçeği

dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk, nevroitiklik ve açıklık olmak üzere beş boyut ve toplamda 44 ifadeden oluşmaktadır. Anketin üçüncü ve son bölümünde ise katılımcıların zaman hırsızlığı eğilimlerini ölçmeye yönelik ifadeleri kapsayan zaman hırsızlığı ölçeği kullanılmıştır. Kullanılan ölçek Brock, Martin ve Buckley (2013) tarafından geliştirilmiş olup Babadağ ve Kerse (2019) tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır. Anket formunun üçüncü kısmını oluşturan zaman hırsızlığı ölçeği toplamda 15 ifadeden oluşmaktadır. İfadeler, geleneksel zaman hırsızlığı, teknolojik zaman hırsızlığı ve sosyal zaman hırsızlığı olmak üzere üç boyutta toplanmıştır. Anket formunun ikinci ve üçüncü bölümlerinde 5'li Likert (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=Kısmen Katılıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum) kullanılmıştır. Araştırma kapsamında toplanan verilerin analizleri için IBM SPSS Version 23 kullanılmıştır.

4. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde; çalışanların demografik özelliklere ilişkin frekans analizlerine, araştırma kapsamında kullanılan ölçeklere yönelik güvenirlik ve ölçeklerin yapı geçerliliği analizlerine, otel işgörenlerinin kişilik özellikleri ile zaman hırsızlığı davranışı arasındaki ilişki ve etki düzeylerini ölçmeye yönelik analizlere yer verilmiştir.

4.1. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

Çalışma kapsamında toplanması gereken veriler anket aracılığı ile elde edilmiştir. Anketlerin ilk kısmını oluşturan ve katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla yöneltilen ifadeler, katılımcılar tarafından verilen yanıtlar ele alınmıştır. Gerekli analizler yapılarak toplamda 386 katılımcının, yaş, cinsiyet, medeni durum, öğrenim durumu, aylık gelir ve ilgili işletmedeki çalışma süresine ilişkin tespitlerde bulunulmuş, frekans ve yüzde dağılımlarına ulaşılmıştır. Elde edilen bulgular Tablo 1' de gösterilmektedir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri (N=386)

DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER	Frekans	Yüzde
Cinsiyet		
Kadın	243	63,0
Erkek	143	37,0
Medeni Durum		
Evli	239	61,9
Bekar	147	38,1
Yaş		
18-20	32	8,3
21-30	210	54,4
31-40	118	30,6
41 ve üzeri	26	6,7
Öğrenim Durumu		
İlköğretim	6	1,6
Ortaöğretim	54	14,0
Önlisans	77	19,9
Lisans	192	49,7
Lisansüstü	57	14,8
Çalışma Süresi		
1 yıldan az	124	32,1
1-3 yıl arası	93	24,1
4-6 yıl arası	84	21,8
7-9 yıl arası	49	12,7
10 yıl ve üzeri	36	9,3
Aylık Gelir		
2324 TL ve altı	101	26,2
2325-4000 TL	138	35,8
4001-6000	86	22,3
6000 TL ve üzeri	61	15,8

Araştırmaya katılan işgörenlerin demografik özelliklerine ait bulguların yer aldığı Tablo 1 incelendiğinde; öncelikle katılımcıların % 63' ünü kadınların, % 37'sini ise erkeklerin oluşturduğunu söyleyebiliriz. Bu yüzdelere tekabül eden rakamlar ise kadınlarda 243 kişi iken erkeklerde bu sayı 143' dür. Elde edilen sayılardan hareketle kadın katılımcıların erkek katılımcılara nazaran daha fazla olduğunu söylemek mümkündür. Bu durum kadın işgörenlerin yine erkek işgörelere kıyasla sayıca fazla olduğunu göstermektedir. Ortaya çıkan bu bulgu; kadınların istihdam alanında varlıklarını sürdürdüklerini ve erkeklere nazaran iş hayatında daha çok yer aldıklarını ortaya koymaktadır. Katılımcıların medeni durumlarına ilişkin elde edilen dağılımda ise evli olanlar % 63,9 (239 kişi) iken bekar olanlar %38,9 (147 kişi) şeklindedir. Bu dağılım evli olan katılımcı sayısının bekar olan katılımcı sayısına kıyasla daha çok olduğu anlamına gelmektedir. Katılımcıların demografik özellikleri kapsamında yer alan ve hangi yaş gruplarına dahil olduklarına dair ifadelerin analiz sonuçları incelendiğinde % 54, 4 ile en çok katılım sağlayan yaş grubunun 21-30 (210 kişi) yaş grubu olduğu görülmektedir. En çok katılım sağlayan yaş grubunun 21-30 aralığında olmasının nedeni, turizm sektörünün tercih ettiği ya da turizm sektörünü tercih edenlerin daha dinamik ve genç olmaları şeklinde yorumlanabilir. Devamında Tablo'da katılımcıların öğrenim durumlarına ilişkin sonuçlar incelendiğinde % 49,7 (192 kişi) ile çoğunluğun lisan öğrenimine sahip olduğu bulgusuna ulaşılmaktadır. Oranlar incelendiğinde, turizm işletmelerinin daha nitelikli ve öğrenim düzeyi yüksek kişileri tercih ettiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Katılımcıların işletmelerdeki çalışma sürelerine ilişkin bulgular incelendiğinde ise dağılımlar arasında büyük farklar olmadığı göze çarpmaktadır. Bu dağılımlara göre çalışma süresi bir yıldan az olan katılımcı yüzdesi %32,1 (124 kişi), çalışma süresi 1-3 yıl arasında olan katılım yüzdesi % 24,1 (93 kişi), çalışma süresi 4-6 yıl arasında olanların % 21,8 (84 kişi), çalışma süresi 7-9 yıl aralığında olanlar , %12,7 (49 kişi), çalışma süresi 10 yıl ve üzeri olanlar ise %9,3 (16 kişi) şeklindedir. Elde edilen bu bulgulara göre işletmelerde işgören kişilerin çoğunluğu 1 yıldan az süreyle istihdam etmektedir. Oranlar sektörde personel devir hızının yüksek olduğunu göstermektedir. İşgörenlerin aynı işletmede uzun süre kalmamaları durumunu ifade eden personel devir hızı yüksekliği, niteliği ve hizmet kalitesini olumsuz yönde etkilemektedir. Zira sürekli iş yeri değiştiren personel adaptasyonda problem yaşayacağı gibi verim ve etkinlik konusunda da olumsuz yönelim gösterecektir. Demografik özellikler kapsamında incelen son boyut işgörenlerin aylık gelirleridir. Tabloda yer alan bulgular ışığında katılımcıların %35,8' nin (138 kişi) 2325-4000 TL arasında gelire sahip oldukları, % 26,2' sinin (101 kişi) 2324 TL ve altı gelire sahip oldukları, % 22,3' ünün (86 kişi) 4001-6000 aralığında bir gelire sahip oldukları, % 15,8'inin ise 6000 TL ve üzeri gelire sahip oldukları anlaşılmaktadır. Veriler incelendiğinde işgörenlerin büyük bir kısmının 2325-4000 TL arasında gelir ile istihdam gösterdikleri söylenebilir.

4.2. Ölçeklere İlişkin Güvenirlik Analizleri

Cronbach Alpha değeri sosyal bilimler alanında yapılan araştırmalar kapsamında kullanılan ölçeklerin güvenilirliğini ifade eden bir kat sayıdır. Literatüre göre Cronbach Alpha kat sayısının 0,40' ın altında olması durumu güvenilir olmadığı anlamına gelmektedir. Bu değerin 0,40 ile 0,60 arasında bir değer alması düşük güvenilirlik anlamına gelmektedir. Cronbach Alpha kat sayısının 0,60 ile 0,80 değer aralığında olması ise güvenilir olarak kabul edilirken, 0,80 ile 1,00 arasında bir değer alması durumunda yüksek güvenilirlik anlamı taşıdığı ifade edilmektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan 2011). Araştırma kapsamında yer alan kişilik özellikleri ve zaman hırsızlığı ölçekleri ve alt boyutlarına ilişkin tespit edilen Cronbach Alpha değerleri Tablo 2' de yer almaktadır.

Tablo 2. Ölçeklere ilişkin güvenirlilik analizleri

Ölçekler ile Alt Boyutları	Cronbach Alpha Değeri	Ölçekte Yer Alan Madde Sayısı
Kişilik özellikleri	0,775	33
Dışadönüklük	0,700	4
Uyumluluk	0,850	7

Sorumluluk	0,720	6
Nevrotiklik	0,700	7
Açıklık	0,743	9
Zaman hırsızlığı	0,859	15
Geleneksel	0,807	7
Teknolojik	0,827	4
Sosyal	0,806	4

Tablo 2 incelendiği taktirde kişilik özellikleri, zaman hırsızlığı ve bu değişkenlerin alt boyutlarına ilişkin Cronbach Alpha kat sayı değerleri görülmektedir. Değişkenlerin ve alt boyutlarının Cronbach Alpha değerlerinin genel itibatıyla 0,70 üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu saptamalar araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin güvenilirlik seviyesinin yeterli düzeyde olduğu anlamına gelmektedir.

4.3. Faktör Analizleri

Araştırmanın evrenini temsil eden örneklem büyüklüğünün faktör analizi yeterliliğini belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri dikkate alınmaktadır. Ölçekte yer alan maddeler arasında anlamlı korelasyonlar olup olmadığını belirlemek için ise Bartlett Küresellik testi sonuçları dikkate alınmaktadır. Literatürde KMO değerinin genellikle ,50'nin üzerinde olması tavsiye edilmektedir. (Çokluk vd., 2012: 207). Aşağıda Kişilik Özellikleri Ölçeği ve Zaman Hırsızlığı Ölçeğine yönelik faktör analizleri sonuçları yer almaktadır.

4.3.1. Kişilik Özellikleri Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları

Kişilik özellikleri ölçeğine yönelik yapılan faktör analizinde KMO değeri 0,593 olarak hesaplanmıştır. Ayrıca ($p < ,001$) anlamlılık düzeyinde Bartlett Küresellik testi sonucu ise 294 olarak bulunmuştur. Kişilik özellikleri ölçeğine yönelik açıklanan toplam varyans ise %53,999 olarak hesaplanmıştır. Ölçekte yer alan maddelerin faktör yükleri ise Varimax dik döndürme yöntemi kullanılarak elde edilmiştir.

Tablo 3: Kişilik Özelliklerinin Faktör Analizi Sonuçları

KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ ÖLÇEĞİ	Faktör Yüğü	Açıklanan varyans
Dışadönüklük		23,985
Konuşkan biriyim.	,553	
Çekingem biriyim.	,659	
Enerji doluyumdur.	,442	
Sessiz biriyim.	,694	
Uyumluluk		9,160
Başkalarının hatalarını bulmaya eğilimliyimdir.	,570	
Bazen diğer insanlara kaba davranırım.	,709	
Yardımsever, fedakâr biriyim.	,562	
Affedici bir yapım var.	,304	
Güvenilir biriyim.	,744	
Soğukkanlı biriyim.	,538	
Herkese karşı saygılıyım.	,681	
Sorumluluk		7,707
Bir işi kusursuz yaparım.	,395	
Bazen dikkatsizimdir.	,521	
Güvenilir bir işgörenimdir.	,762	
Düzensiz dağınık biriyim.	,466	
Tembel biriyim.	,465	
Yaptığım işleri etkin, verimli bir şekilde yaparım.	,396	

Nevrotiklik		7,700
Depresif, hüznü biriyim.	,620	
Rahat biriyim ve strese girmem.	,628	
Bazen gergin olabilirim.	,506	
Endişeli biriyim.	,609	
Duygusal olarak istikrarlı biriyim.	,387	
Bazen karamsar olabiliyorum.	,438	
Kolay sinirlenirim.	,678	
Açıklık		5,447
Orijinal, yeni fikirlere açık biriyim.	,658	
Farklı şeylere ilgi duyarım.	,499	
Zeki biriyim.	,639	
Hayal gücüm yüksektir.	,600	
Yaratıcı biriyim.	,423	
Sanatsal ve estetik şeyler benim için önemlidir.	,676	
Rutin işleri yapmayı severim.	,515	
Fikirlerle oynamayı ve benim için ne anlama geldiklerini düşünmeyi severim.	,539	
Sanata karşı pek ilgim yoktur.	,760	
Toplam		53,999

Kişilik özellikleri ölçeğinin ilk boyutu olan “Dışa dönüklük” boyutu kapsamında yer alan toplam sekiz ifadenin dördü faktör yükü belirlenen sınırın dışında olduğundan analizlere dahil edilmemiştir. Bu ifadeler; “Diğer insanları heveslendiririm”, “girişken biriyim”, “utangaç ve çekimser biriyim”, “dışa dönük sosyal biriyim”. Aynı şekilde kişilik özelliklerinin bir diğer alt boyutu olan “Uyumluluk” orijinalinde dokuz ifadede oluşmaktadır. Bu ifadelerden, “Başkaları ile ağız dalaşına girerim” ve “iş arkadaşlarım ile çalışmayı severim” faktör yükü kabul edilebilir sınırdan olmadığından analizlere dahil edilmeyip ölçekten çıkarılmıştır. Kişilik özelliklerinin “sorumluluk” alt boyutuna dahil olan toplam dokuz ifade vardır. Bu ifadelerden, “Bir işi bitirene kadar bırakmam”, “Plan yapar ve yaptığım planları uygulayım”, “Dikkatim çabuk dağılır” ifadeleri kullanılabilir faktör yüküne sahip olmadığından ölçekten çıkarılmıştır. Kişilik özellikleri ölçeğinin alt boyutlarından olan “Nevrotiklik” toplam 8 ifadede oluşmakta olup, bu ifadelerden “Gergin ortamlarda sakin kalabilirim” faktör yükü uygun sınırlarda olmadığından ölçekten çıkarılıp analizlere dahil edilmemiştir. Kişilik özellikleri ölçeğinin son boyutu olan “Açıklık” ise 10 ifadede oluşmaktadır. Bu ifadelerinde faktör yükleri tespit edilerek, kullanılabilir sınırdan olmayan “Resim, müzik ve edebiyatla ilgiliyimdir” ifadesi ölçekten çıkarılmış analizlere dahil edilmemiştir. Sonuç olarak kişilik özellikleri ölçeğinde yer alan maddelerden, belirlenen faktör yükü değerinin altında olan 12 madde çıkarılmıştır. Toplam 44 ifadede oluşan kişilik özellikleri ölçeğinin faktör yükü uygun olan 33 maddesi kullanılmıştır.

4.3.2.Zaman Hırsızlığı Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçlarına İlişkin Bulgular

Kişilik özellikleri ölçeğine yönelik yapılan faktör analizinde KMO değeri 0,709 olarak hesaplanmıştır. Ayrıca ($p<,001$) anlamlılık düzeyinde Bartlett Küresellik testi sonucu ise 481 olarak bulunmuştur. Kişilik özellikleri ölçeğine yönelik açıklanan toplam varyans ise %60,468 olarak hesaplanmıştır. Ölçekte yer alan maddelerin faktör yükleri ise Varimax dik döndürme yöntemi kullanılarak elde edilmiştir.

Tablo 4: Zaman Hırsızlığı Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları

ZAMAN HIRSIZLIĞI ÖLÇEĞİ	Faktör Yükü	Açıklanan varyans
Geleneksel Boyut		27,862
Yöneticime/iş arkadaşlarıma erken bitirebileceğimi bildiğim halde verilen işin daha uzun süreceğini söylerim.	,629	
İşe gitmek istemediğimde hasta olmasam bile işyerini arayıp hasta olduğumu söylerim.	,664	
Eğer yöneticim gün içinde işten erken çıkarsa ben de işten erken çıkarım.	,659	

İşime yapabileceğimi bildiğimden daha az çaba harcıyorum.	,708	
İşteyken hayal kuruyorum (hayallere dalıyorum).	,637	
Mesai saatleri içerisinde kitap ve dergi okumak için mola veririm.	,597	
Bir işi (proje) mesaiden 20 dakika önce bitirirsem yeni bir işe (projeye) başlamam.	,667	
Teknolojik Boyut		19,031
İş yerinde işle ilgisi olmayan e-mail gönderirim.	,641	
İş saatlerinde internette işle ilgili olmayan nedenlerle de zaman geçiririm	,819	
İş yerinde işle ilgisi olmayan e-maillerimi kontrol ederim.	,768	
İş yerinde işle ilgisi olmayan e-mailler alırım.	,644	
Sosyal Boyutu		13,575
İş saatleri içerisinde iş arkadaşlarımla dedikodu yapar veya aileleri hakkında konuşurum	,677	
İşle ilgili olmayan konular hakkında yöneticimle konuşmak için işime ara veririm.	,614	
İş saatlerinde iş arkadaşları veya müşterilerle ofis dışında veya içerisinde boş zaman aktiviteleri (Öğle yemeğine, bir şeyler içmeye veya akşam yemeğine gitmek gibi) için zaman harcarım.	,519	
İş yerinde kişisel telefon aramalarına cevap veririm.	,397	
Toplam		60,468

Tablo 4'te yer alan zaman hırsızlığı ve boyutlarına ilişkin ifadelerin faktör yükleri ölçülmüştür. Herhangi bir ifade de faktör yükünün kabul edilebilir sınırların dışında olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda zaman hırsızlığı ve alt boyutlarına ilişkin ifadeler ölçekten çıkarılmayıp analizlere dahil edilmiştir.

Araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin güvenilirlik ve geçerliliği test edildikten sonra yapılacak olan analizlerin ön koşulu olan normallik testi yapılmıştır. Yapılan normallik testi sonucunda ifadelerin anlam düzeylerinin 0,5' den küçük olması durumunda verilerin normal dağılım göstermedikleri anlaşılmaktadır. Konu ile ilgili Fidell ve Tabachnick' in (2001) ifadeleri göz önünde bulundurulması durumunda; çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1,5 ile -1,5 aralığında olması normal dağılım gösterdiği anlamını taşımaktadır (Akt. Özer ve Güllüce, 2019). Yapılan normallik testi sonucu verilerin buna göre normal dağıldığı sonucuna varılmış olup parametrik testler uygulanmıştır.

4.4. Korelasyon Analizleri

Çalışma kapsamında değişkenlerin normal dağılıma uygunluk testleri SPSS veri analiz programı ile yapılmış olup, sonraki aşamalar (korelasyon ve regresyon analizleri) için ön koşul sağlanmıştır. Normal dağılım gösterdikleri anlaşılan değişkenlerin arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analiz sonuçlarına göre elde edilen katsayı r harfi ile ifade edilir ve r değeri; -1 ile +1 aralığında olmalıdır. R değeri -1' e yakın ise değişkenler arasında negatif yönlü bir ilişki mevcuttur. R değeri +1' e yakın ise değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur. R değerinin sıfıra yakın değerler alması durumunda ise değişkenler arası bir ilişki söz konusu değildir (Çolak, 2014: 6-7).

Tablo 5' de Kişilik özellikleri ve alt boyutları ile zaman hırsızlığı ve alt boyutları arasındaki ilişkiye yönelik Korelasyon Analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 5: Kişilik Özellikleri ile Zaman hırsızlığı arasındaki ilişkiye yönelik Korelasyon Analizi Sonuçları (n= 386).

	Faktör	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Kişilik Özellikleri	1									
2	Dışadönüklük	,521**	1								
3	Uyumluluk	,713**	,154**	1							
4	Sorumluluk	,572**	,315**	,204**	1						
5	Nevrotiklik	,762**	,372**	,381**	,390**	1					
6	Açıklık	,782**	,257**	,567**	,253**	,462**	1				

7	Zaman Hırsızlığı	,080	,125*	,038	,061	,132**	,013	1			
8	Geleneksel	,055	,147**	,052	,094	,145**	,053	,862**	1		
9	Teknolojik	,038	,102*	,021	,021	,083	,029	,895**	,639**	1	
10	Sosyal	,167**	,086	,219**	,029	,162**	,097	,814**	,528**	,699**	1
İstatistiksel anlamlılık düzeyleri * 0,05 ve ** 0,01'dir.											

Tablo 5' de yer alan veriler doğrultusunda, kişilik özellikleri ile zaman hırsızlığının (sosyal boyut hariç) tamamı arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Ancak kişilik özellikleri ile zaman hırsızlığının sosyal boyutu arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü bir ilişkiye rastlanmıştır. Kişilik özelliklerinin dışadönüklük boyutu ile zaman hırsızlığının tamamı arasındaki ilişkiye yönelik veriler incelendiğinde, 0,05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı bir ilişki göze çarpmaktadır. Yine dışadönüklük boyutu ile zaman hırsızlığının alt boyutları arasındaki ilişki düzeylerine bakacak olursak; dışadönüklük ile geleneksel alt boyut arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki tespit edilirken, dışadönüklük ile zaman hırsızlığının teknolojik alt boyutu arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü orta seviyede bir ilişki tespit edilmektedir. Dışadönüklük alt boyut ile sosyal alt boyut arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanmamıştır.

Kişilik özelliklerinin bir diğer alt boyutu olan uyumluluk ile zaman hırsızlığının tamamı arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Yine aynı şekilde uyumluluk alt boyutu ile geleneksel ve teknolojik alt boyutlar arasında da anlamlı bir ilişki bulunmamışken, sosyal alt boyut ile uyumluluk arasında 0,01 düzeyinde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Bir diğer alt boyut olan sorumluluk ile zaman hırsızlığının tamamı arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Sorumluluk ile zaman hırsızlığının alt boyutları arasındaki ilişkiyi değerlendirecek olursak; geleneksel, teknolojik ve sosyal alt boyutlar ile anlamlı ilişkisi bir ilişkisinin bulunmadığı ortaya çıkmaktadır. Kişilik özelliklerinin bir diğer alt boyutu nevrotiklik ile zaman hırsızlığının tamamı arasında 0,01 düzeyinde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Aynı şekilde nevrotiklik alt boyutu ile geleneksel ve sosyal boyut arasında da 0,01 düzeyinde pozitif yönlü bir anlamlılık saptanmıştır ancak nevrotiklik ile teknolojik alt boyut arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Son olarak açıklık boyutu ile zaman hırsızlığının tamamı ve alt boyutları arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Uygulanan analizler sonucunda değişkenler arasındaki ilişkilere yönelik saptamalar göz önünde bulundurularak (H1) hipotezinin desteklenmediği anlaşılmaktadır.

4.5. Regresyon Analizleri

Değişkenler arası istatistiksel bağıntıyı ve etkiyi analiz etmek için basit ve çoklu regresyon analizleri kullanılmakta olup, iki değişken olduğu durumlarda bağımlı değişken ile bağımsız değişken ya da değişkenler arasında uygulanmaktadır. Bu analizlerin uygulanabilmesi için öncelikle verilerin normal dağılım göstermeleri, bağımsız değişkenlerinde aynı şekilde normal dağılım göstermesi gerekmektedir. Bu durumların yerine getirilmesi regresyon analizlerinin de ön koşuludur. Normal dağılım göstermiş olan sayısal bir değişken ile aralarında ilişki olan bir diğer normal dağılım göstermiş değişkeni tahmin için "basit doğrusal regresyon" (simple linear regression) kullanılmaktadır. Birden fazla değişkenden faydalanılarak, bir değişken tahmini için ise "çoklu regresyon analizi" (multiple linear regression) tercih edilmektedir (Kılıç, 2013: 2).

Çalışma kapsamında normal dağılımları ispatlanmış ve aralarındaki ilişki de korelasyon analizleri ile tespit edilmiş olan değişkenlerin aralarındaki etkiyi ölçmek amacı ile basit doğrusal regresyon ve çoklu regresyon analizleri uygulanmıştır.

Tablo 6' da işgörenlerin kişilik özelliklerinin zaman hırsızlığı eğilimleri üzerine etkisini ölçmek amacıyla yapılmış basit doğrusal regresyon analizlerine ait bulgular yer almaktadır.

Tablo 6: Kişilik Özelliklerinin Zaman Hırsızlığı Eğilimleri Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları (N=386)

Model	Standardize Edilmemiş Değişkenin Katsayısı		Standardize Edilmiş Değişkenin Kat Sayısı	t	Anlam Düzeyi (p)
	B	Std. hata	Beta	2,912	,004
Sabit	1, 147	,394			
Kişilik Özellikleri	,337	,110	,154	3,056	,002

Bağımlı değişken: Zaman hırsızlığı

R²: ,024 ; Hatanın standart sapması; 80056

Kişilik özelliklerinin zaman hırsızlığı üzerindeki etkisinin ölçüldüğü basit doğrusal regresyon analizleri kapsamında bağımlı değişken zaman hırsızlığı iken; bağımsız değişken ise kişilik özellikleridir. Determinasyon kat sayı değeri (R²) 0 ile +1 arasılığında bir değer almalıdır. Analizler sonucunda ise R² değeri (,024) olarak tespit edilmiştir. Şöyle ki, zaman hırsızlığındaki bir birimlik değişimin yaklaşık %3' lük kısmını kişilik özelliklerinin oluşturduğu söylenebilir. Bunun yanı sıra anlamlılık seviyesi incelenecek olursa, (P<0,05) olması kişilik özellikleri değişkeninin zaman hırsızlığı değişkeni üzerinde anlamlı belirleyici bir faktör olduğunu göstermektedir. Regresyon analiz sonuçlarının verildiği tablo 6' da yer alan beta değeri (,154) ise kişilik özellikleri değişkeninin zaman hırsızlığı değişkeni üzerindeki pozitif yönlü bir etki olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum çalışmanın hedef grubu olan işgörenlerin kişilik özelliklerinin zaman hırsızlığı eğilimlerini anlamlı bir şekilde etkilediği sonucunu vermektedir.

Değişkenlerin etki düzeylerine yönelik yapılan saptamalar çalışma kapsamında geliştirilmiş olan (H2) hipotezinin desteklendiğini göstermektedir.

Kişilik özelliklerinin alt boyutlarının zaman hırsızlığı üzerindeki etkisini ölçmek için çalışma kapsamında çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen sonuçlar Tablo 6' da sunulmaktadır.

Tablo 7: Kişilik özelliklerinin alt boyutlarının Zaman Hırsızlığı üzerindeki etkisine yönelik çoklu regresyon analizi sonuçları (386)

Model	Standardize edilmemiş değişkenin katsayısı		Standardize edilmiş değişkenin katsayısı	t	Anlam düzeyi(p) (p<0,05)
	B	Std. Hata	Beta		
Sabit	1,308	,405		3,232	,001
Dışadönüklük	,122	,081	,084	1,514	,131
Uyumluluk	,066	,093	,046	,709	,478
Sorumluluk	-,026	,098	-,015	-,264	,792
Nevrotiklik	,324	,095	,213	3,407	,001
Açıklık	-,171	,111	-,101	-1,536	,125

Bağımlı Değişken: Zaman Hırsızlığı

R²: ,054; Hatanın standart sapması: ,79231

Tablo 7 incelendiğinde kişilik özelliklerinin alt boyutları olan; dışadönüklük, sorumluluk, uyumluluk, nevrotiklik ve açıklık değişkenlerinin zaman hırsızlığı eğilimleri üzerindeki etkisinin ne yönde olduğu anlaşılmaktadır. Çoklu regresyon analizinde bağımlı değişken zaman hırsızlığı olarak kabul edilirken kişilik özelliklerinin alt boyutları ise bağımsız değişken olarak kabul edilmektedir. Analizler sonucunda R² değeri (0, 54) olarak tespit edilmiştir. Bu değer zaman hırsızlığı değişkenindeki bir birimlik değişimin yaklaşık olarak %6' sını kişilik özelliklerinin alt boyutları olan,

dışadönüklük, sorumluluk, uyumluluk, nevrotiklik ve açıklık oluşturmaktadır. Regresyon analizinden elde edilen bulgulardan hareketle kişilik özelliklerinin alt boyutlarından olan; dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk ve açıklık değişkenlerinin zaman hırsızlığı eğilimleri üzerinde anlamlı belirleyiciler olmadığı anlaşılmaktadır. Ancak kişilik özellikleri alt boyutu olan nevrotiklik değişkeninin zaman hırsızlığı değişkeni üzerinde anlamlı bir etkiye ($p<0,05$) sahip olduğu saptanmıştır. Tabloda verilen beta değerleri incelendiğinde ise nevrotiklik alt boyutunun zaman hırsızlığı üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu durum işgörenlerin nevrotiklik özelliği güçlendikçe zaman hırsızlığı eğilimi de artış gösterdiği anlamına gelmektedir.

5. SONUÇ

Zamanın önemini kavramış kişiler, bireysel faydanın dışında üyesi oldukları toplumlar için de fayda sağlamaktadırlar. Nitekim, örgütsel yaşamda ve beşerî ilişkilerde zaman yönetiminin bilinci ile hareket edilmesi, verimlilik ve etkinlik oranlarını artırmakla kalmayıp günümüz şartlarında mevcut olan hızlı veri akışına da ayak uydurularak üstün ayrıcalıklar elde edilmesini sağlamaktadır. Etkin ve verimli kullanılan zaman ayrıca gelişmişlik olarak da toplumları diğerlerinden ayırt eden belirleyici bir unsurdur. Alan yazının taranması sonucu zaman kavramı ile ilgili elde edilen genel yargı; tüketildiğinde geri getirilemeyen, insan yaşamının merkezi olan, kesin bir tanımlamaya sıkıştırmanın pek mümkün olmadığı, soyut bir ifade şeklindedir.

Kavramsal çerçevede irdelenen zaman hırsızlığı ifadesi genel anlamıyla; bireylerin yerine getirmeleri gereken görev ve sorumluluklarına ait zaman dilimlerinde başka işlerle uğraşmaları ya da işgörenlerin mesai saatleri içerisinde ve iş yerinde ihmalkarlık yaparak sosyal, teknolojik vb. fiiler sergilemeleri şeklindedir. İncelenen alanyazına göre elde edilen veriler ; işgörenlerin sergiledikleri zaman hırsızlığı davranışları görev ve sorumluluklarının ertelenmesi sonucunun yanında verimlilik ve performans kaybına neden olup örgütü ekonomik, sosyal ve prestij anlamında zarara uğrattığı şeklindedir.

İlgili alanyazında; kişilik özellikleri değişkenine ilişkin kavramsal yaklaşımlar incelenmesi sonucunda kişilik özelliklerinin genel olarak; insanları birbirlerinden ayıran duygu, düşünce, davranış biçimi, dış uyarımlara karşı gösterilen tepkiler, biyolojik kaynaklı veya sonradan öğrenilmiş tüm haller şeklinde ifade edildiği anlaşılmaktadır (Abdioğlu vd., 2015: 86).

Yapılan incelemeler zaman hırsızlığı konusu ile ilişkili yapılmış çalışmaların azlığına işaret etmektedir. Zaman hırsızlığı davranışlarının sergilenmesi üzerinde etkili olan faktörlere değinilmiş çalışmalara ratlansa da kişilik özelliklerinin zaman hırsızlığı üzerinde nasıl bir etkisi olduğuna dair pek fazla araştırmanın olmadığı da elde edilen sonuçlar arasındadır.

Çalışmanın evreni olan TRA1 ve TRB2 bölgesinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otellerdeki toplam işgören sayısını temsil edebilecek minumum sayı 226 olarak belirlenmiş iken, ilgili tesislerden 386 anket sayısına ulaşılmış ve sonrasında elde edilen veriler değerlendirmeye alınmıştır. Değişkenler arasındaki ilişki ve etkiyi ölçmek için gerekli analiz ve testler yapılmıştır.

TRA1 ve TRB2 bölgelerinde faaliyet gösteren işletmelerden toplanan veriler doğrultusunda toplam 386 katılımcının demografik özelliklerine ilişkin birtakım sonuçlara ulaşılmıştır. Katılım gösteren kişilerden kadınların sayısı erkeklere oranla daha fazladır. 243 kadın katılımcıya karşın 143 erkek katılımcı mevcuttur. Elde edilen bu sonuç otel işletmelerinde kadın işgören sayısının arttığına işaret edip, iş hayatında kadınların da var olduğunun belirtisidir. Bu katılımcılar arasında 239 kişinin evli, 147 kişinin ise bekar olduğu bilgisi yine elde edilen sonuçlar arasındadır. Katılımcıların büyük kısmını; medeni durumu evli olanlardır. Ayrıca katılımcıların bağlı bulundukları işletmede çalışma sürelerine yönelik veriler de elde edilmiştir. Elde edilen verilere göre katılımcıların çoğunluğunun bulunduğu işletmede 1 yıldan az bir süreyle çalıştığı tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuç sektörde personel devir hızının yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Personel devir hızının yüksek olması; işletmelerde istihdam eden personelin kısa süreli çalışması anlamına gelmektedir. Katılımcıların demografik özelliklerinin analiz edildiği sürecin sonucunda ayrıca işgörenlerin

çoğunluğunun eğitim seviyesinin lisans düzeyinde olduğu anlaşılmaktadır. Elde edilen bu sonuç, nitelikli personellerin istihdam edildiğinin işaretidir.

Kişilik özellikleri ile işgörenlerin zaman hırsızlığı eğilimleri arasındaki ilişkiye yönelik yapılan korelasyon analizlerinin sonucunda ise değişkenler arası ilişkilerin yönleri tespit edilmiştir. Kişilik özelliklerinin tamamı ile alt boyutları arasındaki ilişkiye yönelik yapılan korelasyon analizi sonucunda pozitif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Benzer şekilde zaman hırsızlığı ve alt boyutları arasında da 0,01 düzeyinde anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kişilik özellikleri ile zaman hırsızlığının alt boyutları arasındaki ilişkiye yönelik ulaşılan sonuç ise genel olarak bu değişkenler arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı yönündedir. Kişilik özellikleri ile zaman hırsızlığının geleneksel ve teknolojik alt boyutu ile arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamışken, kişilik özellikleri ile zaman hırsızlığı alt boyutu olan sosyal boyut ile 0,05 düzeyinde pozitif anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır.

Kişilik özelliklerinin alt boyutları ile zaman hırsızlığı arasındaki ilişki ise şu şekildedir; Dışadönüklük alt boyutu ile zaman hırsızlığının alt boyutları olan teknolojik ve geleneksel alt boyut arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiş iken, dışadönüklük alt boyutu ile sosyal alt boyut arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Bir başka ifade ile dışadönük kişilik yapısına sahip işgörenler teknolojik ve geleneksel anlamda zaman israfına daha yatkın olup sosyal zaman hırsızlığı konusunda ise bilakis daha dikkatlidirler. Elde edilen bu sonuç daha önce konu ile ilgili Brock Baskin vd. (2017) tarafından yürütölmüş olan çalışmanın sonuçları ile kısmen farklılık göstermektedir. Brock Baskin vd. (2017) dışadönüklük boyutu ile zaman hırsızlığı alt boyutları arasında ilişkiye rastlamadıklarına ilişkin sonuçlar elde etmişlerdir.

Kişilik özelliklerinin bir diğör alt boyutu olan uyumluluk ile zaman hırsızlığı alt boyutlarından geleneksel ve teknolojik alt boyut arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir. Ancak uyumluluk alt boyutu ile zaman hırsızlığının alt boyutu olan sosyal boyut arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Literatürde uyumlu olarak nitelendirilen, güvenilir, alçak gönüllü vb. kişilik özelliklerine sahip işgörenler sosyal anlamda zaman hırsızlığı davranışlarına eğilimli olabilmektedirler. Mesai saatleri içerisinde arkadaşlarıyla sohbet edip sorumluluklarını aksatabilen kişiler bu duruma örnek gösterilebilir. Uyumluluk alt boyutu ile ilgili elde edilen bu sonuçlar; Brock, M.E., Martin, L.E. ve Buckley, M.R. tarafından konu ile alakalı 2013 yılında yapılmış çalışmanın sonuçlarıyla karşılaştırılmış olup, birtakım paralellikler ve farklılıklar gözlemlenmiştir. Brock, M.E., Martin, L.E. ve Buckley, M.R. tarafından yapılan çalışma sonuçlarına göre uyumluluk alt boyutu zaman hırsızlığının geleneksel, teknolojik ve sosyal boyutu ile anlamlı bir ilişkiye sahiptir. Uyumluluk boyutunun zaman hırsızlığının sosyal alt boyut ile olan anlamlı ilişkinin tespit edilmesi bu iki çalışmanın paralel sonucu olurken geleneksel ve teknolojik alt boyutlar ile arasındaki ilişki açısından ise farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Kişilik özelliklerinin alt boyutu olan sorumluluk boyutu ile zaman hırsızlığı ve alt boyutları arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamış olması da yine elde edilen sonuçlar arasındadır.

Kişilik özellikleri alt boyutu olan nevroitiklik ile zaman hırsızlığının tamamı, alt boyutlarından olan geleneksel ve sosyal boyut arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiş olup nevroitiklik ile teknolojik boyut arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. işgörenlerin duygusal olarak değişiklik gösteren bir yapıya sahip olmaları, geleneksel ve sosyal anlamda zaman hırsızlığına yatkın oldukları anlamına gelirken bu durum teknolojik zaman hırsızlığı ile ilişkili değildir. Nevrotiklik alt boyutunun zaman hırsızlığının tamamı ile anlamlı bir ilişkide olduğuna dair elde edilen sonuç; Brock Baskin vd. (2017) tarafından yürütölen çalışmanın sonucu ile de paralellik taşımaktadır. Kişilik özelliklerinin alt boyutu olan açıklık boyutunun zaman hırsızlığı ve alt boyutları ile arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamış olması elde edilen sonuçlar arasındadır. Elde edilen bu sonuç daha önce konu ile ilgili yapılmış olan "Time Banditry and Impression Management Behavior: Prediction and Profiling of Time Bandit Types" (Brock Baskin vd., 2017) adlı çalışmanın sonuçları ile paralellik göstermektedir.

Çalışma kapsamında değişkenler arasındaki ilişki, korelasyon analizleri sonucunda tespit edilmesinin akabinde değişkenler arasındaki etkiyi ölçmek için de basit doğrusal regresyon ve çoklu regresyon analizleri uygulanmıştır. Regresyon analizleri sonucunda bağımsız değişken olan kişilik özelliklerinin, bağımlı değişken olan zaman hırsızlığı üzerinde pozitif yönde bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bu sonuç işgörenlerin sahip oldukları kişilik özelliklerine göre zaman hırsızlığına ilişkin gösterdikleri davranışların değişkenlik gösterebildiği anlamına gelmektedir. Yani işgörenlerin karakteristik özellikleri zaman hırsızlığına yönelik davranış eğilimlerini etkilemektedir.

Analizler ve çalışmanın yürütülmesi aşamasında izlenen yollar çalışmanın ilgili bölümlerinde detaylı olarak verilmekte olup yine çalışma kapsamında oluşturulan hipotezlerin desteklenenleri ve desteklenmeyenleri de bulgular kısmında açıklanmıştır. Çalışma belli bir süreç içerisinde tamamlanmış olup ve sosyal bir olgu olan insanların katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Bu durum konu ile ilgili yapılacak farklı çalışmalarda farklı sonuçların elde edilebileceği anlamını da taşımaktadır. Zira sosyal araştırmalarda farklı süreçlerde farklı nedensellikler ve değişik psikolojik durumlar meydana gelebilmektedir.

Kaynakça

- Akyüz, M., Yılmaz, F. T., ve Aldemir, K. (2020). Zaman Yönetim Becerilerinin Akademik Başarı ile İlişki. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(73), 414-424.
- Aytürk, N. (2007). *Yönetim sanatı: etkili yönetim ve yöneticilik becerileri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Babadag, M., ve Kerse, G. (2019). Zaman Hırsızlığı Ölçeğinin Türkçe Uyarlamasının Geçerliliğinin Yeniden Değerlendirilmesi ve Kişilik Özellikleri ile Zaman Hırsızlığı Arasındaki İlişki. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(2), 419-438.
- Brock Baskin, M.E., McKee, V. ve Buckley, M.R. (2017). Time Banditry and Impression Management Behavior: Prediction and Profiling of Time Bandit Types, *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 24(1), s.39-54.
- Brock, M.E., Martin, L.E. ve Buckley, M.R. (2013). Time Theft in Organizations: The Development of the Time Banditry Questionnaire, *International Journal of Selection and Assessment*, 21(3), s.309-321.
- Chen, Y. J., ve Tang, T. L. P. (2006). Attitude toward and propensity to engage in unethical behavior: Measurement invariance across major among university students. *Journal of Business Ethics*, 69(1), 77-93.
- Çetin, F., ve Varoğlu, A. K. (2009). Özellikler Bağlamında Girişimcinin Beş Faktör Kişilik Örüntüsü. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 8(2), 51-66.
- Çoklar, I. (2014). Kişilik özellikleri ile bağışlama eğilimi arasındaki ilişkinin intikam güdüsü ve adalete duyarlılık temelinde incelenmesi (Doctoral dissertation, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji (Sosyal Psikoloji, Anabilim Dalı).
- Ding, Z., Liu, W., Zhang, G., ve Wang, H. (2018). Supervisor narcissism and time theft: Investigating the mediating roles of emotional exhaustion and the moderating roles of attachment style. *Frontiers in psychology*, 9, 2215.
- Erdem, R., Pirinççi, E. ve Dikmetaş, E., (2005), "Üniversite Öğrencilerinin Zaman Yönetimi Davranışları ve Bu Davranışların Akademik Başarı ile İlişki"i, *Manas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi*, (14), 67-177.
- Ergün, Ö. (2017). Kişi kavramı ve çeşitleri. *Dicle Üniversitesi Adalet Meslek Yüksekokulu Dicle Adalet Dergisi*. (1)1, 1-14.
- Ftnley, M., "Time Management for Leaders", SODC, University of Michigan, http://websrv.ewu.edu/groups/studentlife/Time_Management_for_Leader.pdf. /Erişim Tarihi: 12.05.2007
- Gürbüz, M., ve Aydın, A. H. (2012). Zaman kavramı ve yönetimi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 1-20.

- Hashim, N., Othman, A. K., & Hamzah, M. I. (2013). The Influence of Personality Traits On The Relationship Between Work-Family Conflict and Job Satisfaction Among Married Women. The Influence of Personality Traits on the Relationship between Work-Family Conflict and Job Satisfaction among Married Women, 768-774.
- Huczynski, A., ve Buchanan, D. A. (1997). Organizational Behaviour: Integrated Readings. Prentice Hall.
- Liu, Y. ve Berry, CM (2013). Tecrübeli adaletsizlik ve zaman hırsızlığı arasındaki ilişkiye kimlik, ahlaki ve eşitlik perspektifleri. İş etiği dergisi , 118 (1), 73-83.
- McCrae, R. R., ve Costa Jr, P. T. (1995). Trait explanations in personality psychology. European Journal of Personality, 9(4), 231-252.
- Özer, S. ve Güllüce, A. Ç. (2019). Örgütsel Sinizm ve İşe Yabancılaşma İlişkisi ve Etkisi: TRB1 Bölgesi Otel İşgörenleri Üzerinde Bir Araştırma. Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7, 37-48.
- Özyılmaz, Ö., ve Gülbetekin, G. (2018). İlkokul Öğretmenlerinin Kişilik Özellikleri ile Mesleki Yeterlilikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. (4)2, 231-246.
- Passig, D. (2004), "Future-Time-Span As A Cognitive Skill In Future Studies", Futures Research Quarterly, Vol 19(4), 27-42.
- Rodoplu, D. (2001). Stratejik yönetim düzeyinde zaman yönetimi ve yetki devri (Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Sekaran U. (2000). Research Methods for Business: A Skill Building Approach, Third Edition. USA: John Wiley & Sons.
- Sevi, E. S. (2009). Psikobiyolojik kişilik modeli ve beş faktör kişilik kuramı: Mizaç ve karakter envanteri (TCI) ile beş faktör kişilik envanterinin (5FKE) karşılaştırılması. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Smith, H. W. (1998). Hayatı ve Zamanı Yönetmenin 10 Doğal Yasası (Çev, Adalet Çelbiş). İstanbul, Sistem Yayıncılık.
- Somer, O. (1998). Türkçe'de kişilik özelliği tanımlayan sıfatların yapısı ve beş faktör modeli. Türk Psikoloji Dergisi, 13(42), 17-32.
- Soto, C. J., Kronauer, A., ve Liang, J. K. (2015). Five-Factor Model of Personality. The encyclopedia of adulthood and aging, 1-5.
- Sucu, Y., (1996), Yönetmel Zamanın Etkin Kullanılması, El Kitabı, Bolu.
- Trouba, E. J. (2009). A person-organization fit study of the big five personality model and attraction to organizations with varying compensation system characteristics. ProQuest Information & Learning.
- Turban, D. B., ve Lee, F. K. (2007). The role of personality in mentoring relationships. The handbook of mentoring at work: Theory, research, and practice, (9), 21-50.
- Yazgan-İnanç, B. ve Yerlikaya, E .E. (2008). Kişilik Kuramları, Pegem Akademi, <http://pegem.net/dosyalar/dokuman/27421Kisilik%20Kuramlair%206.%20Baski.pdf>: 1-358
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2011). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Detay Yayıncılık.