



T.C.  
GAZİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK  
LİSANS  
TEZİ

**ULUSLARARASI TURİZM PAZARLAMASI BAĞLAMINDA  
YAVAŞ ŞEHİRLERİN TURİST TARAFINDAN ALGILANAN  
YAVAŞLIK DÜZEYİ, ÇEVRE DUYARLILIĞI VE GÖNÜLLÜ  
SADE YAŞAM İLİŞKİSİ: SEFERİHİSAR ÖRNEĞİ**

AFET ÇAĞAY

ULUSLARARASI TİCARET ANABİLİM DALI  
ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK BİLİM DALI

TEMMUZ 2019



**ULUSLARARASI TURİZM PAZARLAMASI BAĞLAMINDA YAVAŞ  
ŞEHİRLERİN TURİST TARAFINDAN ALGILANAN YAVAŞLIK DÜZEYİ,  
ÇEVRE DUYARLILIĞI VE GÖNÜLLÜ SADE YAŞAM İLİŞKİSİ:  
SEFERİHİSAR ÖRNEĞİ**

**Afet ÇAĞAY**

**YÜKSEK LİSANS  
ULUSLARARASI TİCARET ANABİLİM DALI  
ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK BİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**TEMMUZ 2019**

Afet ÇAĞAY tarafından hazırlanan "Uluslararası Turizm Pazarlaması Bağlamında Yavaş Şehirlerin Turist Tarafından Algılanan Yavaşlık Düzeyi, Çevre Duyarlılığı Ve Gönüllü Sade Yaşam İlişkisi: Seferihisar Örneği" adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ / OY ÇOKLUĞU ile Gazi Üniversitesi Uluslararası Ticaret Anabilim Dalında Uluslararası İşletmecilik Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

**Danışman (Başkan) :** Prof. Dr. Hüsniye ÖRS

Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/~~onaylamıyorum~~ .....

**Üye:** Doç. Dr. Ece KONAKLIOĞLU

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/~~onaylamıyorum~~ .....

**Üye :** Dr. Öğr. Üyesi Eda GÜREL

Turizm ve Otel Yöneticiliği Anabilim Dalı, Bilkent Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/~~onaylamıyorum~~ .....

Tez Savunma Tarihi:30/07 /2019

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

.....  
  
Prof. Dr. Figen ZAFİF  
Enstitü Müdürü

## ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.



Afet ÇAĞAY

30/07/2019

ULUSLARARASI TURİZM PAZARLAMASI BAĞLAMINDA YAVAŞ  
ŞEHİRLERİN TURİST TARAFINDAN ALGILANAN YAVAŞLIK DÜZEYİ,  
ÇEVRE DUYARLILIĞI VE GÖNÜLLÜ SADE YAŞAM İLİŞKİSİ:

SEFERİHİSAR ÖRNEĞİ

(Yüksek Lisans Tezi)

Afet ÇAĞAY

GAZİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Temmuz 2019

ÖZET

Küreselleşmenin gün geçtikçe ekosisteme ve insan yaşamına verdiği zarar daha fazla dikkat çekmeye başlamıştır. 20. yüzyılın sonlarından itibaren küreselleşme nedeniyle yok olmaya başlayan kent ve kasaba hayatının yerini mega şehirlerin alması, insanların yaşam tarzının gün geçtikçe değişmesi, yemek kültürünün, günlük sosyal faaliyetlerin ve daha pek çok alanın hızın etkisi altında olduğu görülmektedir. Yavaş hareketi bu hıza ve tektipleşmeye karşı kentler özelinde Yavaş Şehir Hareketini başlatmış ve küreselleşmeye karşı duran yeni bir akım ortaya koymuştur. Bu akım ile kentlerin doğasını, özgün yemek kültürünü, toplumsal değerlerini, yerel halkını ve ziyaretçilerini küreselleşmenin neden olduğu olumsuz etkilerinden korumaya çalışan yeni bir felsefeyi ortaya koymuştur. Yavaş Şehirler Birliği üyelik yoluyla bünyesine dâhil edeceği her kentin belli başlı kriterleri yerine getirilmesini istemektedir. Kentin, bu kriterlere uygun davranması ve bunları sürekli bir şekilde gerçekleştirmesi kentin yavaşlık durumunu ortaya koymaktadır. Mevcut araştırmanın amacı, Yavaş Şehir Seferihisar'ın turist perspektifinden algılanan yavaşlık düzeyinin ne olduğunun tespit edilmesi, algılanan yavaşlık ile turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı ve çevre duyarlılıkları arasındaki ilişkinin ortaya konmasıdır. Araştırmanın evrenini, Seferihisar kentini ziyaret eden 18 yaş ve üzeri turistler oluşturmuş ve örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme seçilmiştir. Saha araştırmasında verilerin elde edilebilmesinde anket yöntemi kullanılmış ve anketler turistlere yüz-yüze uygulanmıştır. Araştırmanın örneklem hacmi 400 olarak belirlenmiş, araştırma sonucunda 410 anket uygulanmış ancak 398 'i analizler için uygun bulunmuştur. Araştırma sonucunda veriler SPSS 23.0 programı ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular; Seferihisar'ın algılanan yavaşlık düzeyinin yüksek düzeyde olduğunu, algılanan yavaşlığın yaşanılan yer ve ziyaret etme amacına göre, gönüllü sade yaşamın medeni durum, meslek, gelir ve ziyaret etme amacına göre, çevre duyarlılığının yaşa ve medeni duruma göre farklılık gösterdiğini; turistlerin yavaşlık algıları ile gönüllü sade yaşam tarzları ve çevre duyarlılıkları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu ve turistlerin çevre duyarlılıklarının yavaşlık algılarını etkilediğini ortaya koymuştur. Yavaş Şehirlerin yavaşlık algılarının belirlenmesi, kentlerin eksikliklerinin ve başarılarının ortaya konması konusunda büyük bir öneme sahiptir. Bu nedenle ülkemizdeki diğer Yavaş Şehirlerde de mevcut çalışmanın ortaya koyduğu sonuçlar dikkate alınarak kendi bünyelerinde de benzer çalışmalar yapması önerilmektedir.

Bilim Kodu : 118606  
Anahtar Kelimeler : Turizm, yavaş şehir, yavaşlık algısı, gönüllü sade yaşam, çevre duyarlılığı  
Sayfa Adedi : 194  
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Hüsniye ÖRS

THE RELATIONSHIP AMONG SLOWNESS LEVEL OF CITTASLOW PERCEIVED  
BY TOURISTS, ENVIRONMENTAL SENSITIVIY AND VOLUNTARY SIMPLE  
LIFESTYLE IN THE CONTEXT OF INTERNATIONAL TOURISM MARKETING:

THE CASE OF SEFERIHISAR

(M. Sc. Thesis)

Afet ÇAĞAY

GAZİ UNIVERSITY

INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES

July 2019

**ABSTRACT**

The damage caused by globalization to the ecosystem and human life is getting more and more attention. Since the end of the 20th century, the city and town life, which has begun to disappear due to globalization, has been replaced by megacities, the lifestyle of people has been changing day by day, food culture, daily social activities, and many other areas have been under the influence of speed. Against this speed and uniformity, the slow movement initiated the Cittaslow Movement in particular of the cities and introduced a new trend that opposed globalization. This trend has revealed a new philosophy that tries to protect the city's nature, unique food culture, social values, local people and visitors from the negative effects of globalization. The Slow Cities Union wants to fulfill the main criteria of each city it will incorporate through membership. The fact that the city complies with these criteria and performs them continuously reveals the city's slowness. The aim of the study is to determine the level of perceived slowness from the tourist perspective of the Cittaslow Seferihisar and to reveal the relationship between the perceived slowness and the voluntary simple lifestyle and environmental sensitivities of the tourists. The population of the study consisted of tourists aged 18 and over visiting the city of Seferihisar and convenience was chosen as the sampling method. Survey method was used to obtain the data in the field research and surveys were applied face to face to tourists. The sample size of the study was determined as 400, 410 questionnaires were applied as a result of the study, but 398 were found suitable for analysis. The data were analyzed with SPSS 23.0 program. The results obtained from the study showed that the perceived slowness level of Seferihisar is high, that the perceived slowness differs according to the place and purpose of the visit, that the voluntary simple lifestyle differs according to the marital status, occupation, income, purpose of the visit, and the environmental awareness differs according to the age and marital status. It has been found that there is a positive relationship between the slowness perceptions of tourists and voluntary simple lifestyle and environmental sensitivity, and that the environmental sensitivity of tourists affects the perception of slowness. The determination of the perception of the slowness of the slow cities is of great importance in revealing the deficiencies and achievements of the cities. Therefore, considering the results of this study, it is recommended to carry out similar studies in other Slow Cities of our country.

Science Code : 118606  
Keywords : Tourism, Cittaslow, Perception of Slowness, Voluntary Simple Lifestyle,  
Environmental Sensitivity  
Number of Pages : 194  
Thesis Advisor : Prof. Dr. Hüsniye ÖRS

## TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimim boyunca bana sabır ve sevgiyle, engin bilgileri ve tecrübeleri ile ışık olan, tez çalışmam dışında da her danıştığım konuda desteğini gördüğüm sevgili tez danışmanım Prof. Dr. Hüsnüye ÖRS'e ve değerli katkılarından dolayı sevgili jüri hocalarım Doc. Dr. Ece KONAKLIOĞLU ve Dr. Öğr. Üyesi Eda GÜREL'e teşekkür ederim.

Tez çalışmamın her anında desteğini ve emeğini esirgemeyen, tüm zorluklarımda sabırla yardım eden, çok değerli arkadaşlarım Orkun GÜLLER ve Ayşe ATABEY'E, teşekkür ederim.

Hayatımın her anında sonsuz destekleri ve sevgileri ile yanımda olan annem Ayşe ÇAĞAY ve babam Tayfun ÇAĞAY'a, her zaman yanımda olmalarından gurur duyduğum canım ablam Sevin ÇAĞAY ve kardeşim Ahmet Murat ÇAĞAY'a, teşekkür ederim.



## İÇİNDEKİLER

|                              | <b>Sayfa</b> |
|------------------------------|--------------|
| ÖZET .....                   | iv           |
| ABSTRACT.....                | v            |
| TEŞEKKÜR.....                | vi           |
| İÇİNDEKİLER .....            | vii          |
| ÇİZELGELERİN LİSTESİ.....    | xi           |
| ŞEKİLLERİN LİSTESİ .....     | xvi          |
| SİMGELER VE KISALTMALAR..... | xvii         |
| GİRİŞ .....                  | 1            |

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### ULUSLAR ARASI PAZARLAMADA TURİZM

|   |    |
|---|----|
| 1.1. Uluslararası Pazarlama .....                           | 5  |
| 1.2. Uluslararası Turizm.....                               | 7  |
| 1.2.1. Turizmin Tanımı .....                                | 7  |
| 1.2.2. Turizm Çeşitleri .....                               | 9  |
| 1.2.2.1. Katılan kişi sayısına göre turizm .....            | 11 |
| 1.2.2.2. Ziyaret edilen yere göre turizm .....              | 12 |
| 1.2.2.3. Katılanların yaşlarına göre turizm .....           | 12 |
| 1.2.2.4. Katılımcıların amaçlarına göre turizm.....         | 14 |
| 1.2.2.5. Katılanların sosyo-ekonomik durumlarına göre ..... | 14 |
| 1.2.3. Turizmin Gelişimi .....                              | 15 |
| 1.2.3.1. Turizmin tarihsel gelişim süreci .....             | 15 |
| 1.2.3.2. Turizmin gelişmesine etki eden unsurlar.....       | 16 |
| 1.2.3.3. Türkiye’de turizmin gelişimi .....                 | 17 |
| 1.2.4. Küreselleşmenin Uluslararası Turizme Etkisi .....    | 23 |
| 1.3. Alternatif Turizm.....                                 | 28 |

**Sayfa**

|  |    |
|--|----|
| 1.4. Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilirlik ile İlgili Kavramlar ..... | 32 |
| 1.4.1. Sürdürülebilirlik Kavramı .....                                 | 32 |
| 1.4.2. Sürdürülebilir Kalkınma Kavramı .....                           | 34 |
| 1.4.3. Sürdürülebilir Kentleşme Kavramı .....                          | 35 |
| 1.4.4. Sürdürülebilir Turizm Kavramı .....                             | 36 |
| 1.4.5. Gönüllü Sade Yaşam Tarzı .....                                  | 37 |
| 1.4.6. Çevre Duyarlılığı .....   | 41 |

**İKİNCİ BÖLÜM****YAVAŞ HAREKETİ VE YAVAŞ ŞEHİR (CİTTASLOW) BİRLİĞİ AĞI**

|   |    |
|---|----|
| 2.1. Yavaş Hareketi .....   | 43 |
| 2.1.1. Yavaşlık Kavramı ve Yavaş Yaşam .....                              | 43 |
| 2.1.2. Yavaş Yemek (Slow Food) Hareketi .....                             | 46 |
| 2.2. Yavaş Şehir Hareketi (Cittaslow).....                                | 53 |
| 2.2.1. Yavaş Şehir Hareketi Oluşum Süreci .....                           | 55 |
| 2.2.2. Yavaş Şehirler Birliği Yönetim ve Organizasyonu .....              | 58 |
| 2.2.3. Yavaş Şehirler Birliğine Üyelik Kriterleri ve Süreci .....         | 58 |
| 2.2.3.1. Çevre politikaları .....   | 60 |
| 2.2.3.2. Altyapı politikaları.....  | 61 |
| 2.2.3.3. Kentsel yaşam kalitesi politikaları.....                         | 61 |
| 2.2.3.4. Tarımsal, turistik, esnaf ve sanatkârlara dair politikalar ..... | 63 |
| 2.2.3.5. Misafirperverlik, farkındalık ve eğitim için planlar .....       | 63 |
| 2.2.3.6. Sosyal uyum .....  | 64 |
| 2.2.3.7. Ortaklıklar.....   | 65 |
| 2.3. Türkiye ve Yavaş Şehir Hareketi .....                                | 65 |
| 2.4. Yavaş Turizm .....   | 67 |

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### ULUSLARARASI TURİZM PAZARLAMASI BAĞLAMINDA YAVAŞ ŞEHİRLERİN TURİST TARAFINDAN ALGILANAN YAVAŞLIK DÜZEYİ VE YEREL HALKIN YAŞAM DOYUMU İLE İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: SEFERİHİSAR ÖRNEĞİ

|   |     |
|---|-----|
| 3.1. Yavaş Şehir Seferihisar .....  | 71  |
| 3.2. Araştırmanın Konusu .....  | 72  |
| 3.3. Araştırmanın Amacı Ve Önemi.....   | 72  |
| 3.4. Araştırmanın Kapsam Ve Sınırlılıkları .....  | 73  |
| 3.5. Araştırmanın Metodolojisi .....  | 74  |
| 3.5.1. Veri Toplama Yöntemi .....   | 74  |
| 3.5.1.1. Araştırmanın ölçüm araçları .....  | 74  |
| 3.5.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi .....  | 78  |
| 3.5.3. Araştırmanın Modeli ve Değişkenleri.....   | 79  |
| 3.5.4. Araştırmanın Hipotezleri .....   | 81  |
| 3.5.5. Araştırma Verilerinin Normallik Dağılımı ve Verilerde Kullanılan<br>İstatistiksel Teknikler..... | 83  |
| 3.6. Araştırmanın Bulguları.....  | 84  |
| 3.6.1. Demografik Faktörlerine İlişkin Betimleyici İstatistikler.....                                   | 84  |
| 3.6.2. Seyahat Özelliklerine İlişkin Betimleyici İstatistikler .....                                    | 88  |
| 3.6.3. Araştırmada Kullanılan Ölçeklere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler.....                          | 91  |
| 3.6.3.1. Araştırmada kullanılan GSYT ölçeğine ilişkin tanımlayıcı<br>istatistikler.....                 | 91  |
| 3.6.3.2. Araştırmada kullanılan Çevre Davranışı ölçeğine ilişkin tanımlayıcı<br>istatistikler.....      | 93  |
| 3.6.4. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenirlilik Analizi.....                                      | 95  |
| 3.6.5. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Faktör Analizleri.....   | 95  |
| 3.6.4.1. Yavaşlık algısı ölçeği faktör analizi .....  | 96  |
| 3.6.5.2. GSYT ölçeği analizi faktör analizi .....   | 100 |

|  | <b>Sayfa</b> |
|--|--------------|
| 3.6.5.3. Çevre davranışı ölçeği faktör analizi .....   | 103          |
| 3.6.6. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi .....  | 106          |
| 3.6.6.1. Demografik Faktörlere İlişkin Hipotezler .....  | 106          |
| 3.6.6.1.1. H1: Turistlerin yavaşlık algıları, demografik özelliklerine göre farklılık gösterir.....                    | 106          |
| 3.6.6.1.2. H2: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, demografik özelliklerine göre farklılık gösterir.....             | 114          |
| 3.6.6.1.3. H3: Turistlerin çevre duyarlılığı, demografik özelliklerine göre farklılık gösterir.....                    | 124          |
| 3.6.6.2. Seyahat özelliklerine ilişkin hipotezler.....   | 132          |
| 3.6.6.2.1. H4: Gönüllü sade yaşam tarzı, seyahat özelliklerine göre farklılık gösterir.....                            | 132          |
| 3.6.6.2.2. H5: Turistlerin çevre duyarlılığı, seyahat özelliklerine göre farklılık gösterir.....                       | 137          |
| 3.6.6.2.3. H6: Turistlerin Seferihisar'a ilişkin yavaşlık algıları, seyahat özelliklerine göre farklılık gösterir..... | 142          |
| 3.6.6.3. Yavaşlık algısı ile gönüllü sade yaşam tarzı arasındaki hipotezin korelasyon analizi .....                    | 147          |
| 3.6.6.4. Gönüllü sade yaşam tarzı ile çevre duyarlılığı arasındaki hipotezin korelasyon analizi .....                  | 148          |
| 3.6.6.5. Çevre duyarlılığı ile yavaşlık algısı arasındaki hipotezin regresyon analizi .....                            | 148          |
| 3.6.7. Turistlerin Algılanan Yavaşlık Düzeylerinin Belirlenmesi .....  | 150          |
| SONUÇ VE ÖNERİLER.....   | 157          |
| KAYNAKLAR .....  | 167          |
| EKLER.....   | 175          |
| EK-1. Hipotezlere İlişkin Merkez İlçe İlişkine Tukey, Scheffe ve Tamhane's T2 Test Sonuçları.....                      | 176          |
| EK-2. Anket Formları .....   | 189          |
| ÖZGEÇMİŞ .....   | 194          |

## ÇİZELGELERİN LİSTESİ

| Şekil   | Sayfa |
|---|-------|
| Çizelge 1.1. Turizmin tarihsel olarak gelişim süreci .....  | 15    |
| Çizelge 1.2. Yıllar itibari ile toplam turizm istatistikleri (2014-2018).....   | 20    |
| Çizelge 1.3. 2016-2018 yılları Ocak-Aralık aylarında ülkemize gelen yabancı ziyaretçilerin milliyetlere göre dağılımı (İlk 5) ..... | 21    |
| Çizelge 1.4. Uluslararası turist varışları 2017 (Milyon Kişi).....  | 21    |
| Çizelge 1.5. Uluslararası Turizm Geliri 2017 ( Milyar \$) .....   | 22    |
| Çizelge 1.6. Dünya turist varışları .....   | 24    |
| Çizelge 1.7. Alternatif turizm ve kitle turizm farkları .....   | 31    |
| Çizelge 2.1. Slow food tarihsel gelişimi .....  | 51    |
| Çizelge 2.2. Cittaslow şehirleri, sayıları ve ülkeler .....   | 57    |
| Çizelge 2.3. Çevre politikaları .....   | 60    |
| Çizelge 2.4. Altyapı politikaları.....  | 61    |
| Çizelge 2.5. Kentsel yaşam kalitesi politikaları.....   | 62    |
| Çizelge 2.6. Tarımsal, turistik, esnaf ve sanatkârlara dair politikalar.....  | 63    |
| Çizelge 2.7. Misafirperverlik, farkındalık ve eğitim için planlar .....   | 64    |
| Çizelge 2.8. Sosyal uyum.....   | 65    |
| Çizelge 2.9. Ortaklıklar.....   | 65    |
| Çizelge 3.1. Turistlerin demografik istatistikleri .....  | 85    |
| Çizelge 3.2. Turistlerin seyahat özellikleri istatistikleri I .....   | 88    |
| Çizelge 3.3. Turistlerin seyahat özellikleri istatistikleri II.....   | 89    |
| Çizelge 3.4. Turistlerin seyahat özellikleri istatistikleri III .....   | 90    |
| Çizelge 3.5. GSYT ölçeğine ilişkin tanımlayıcı istatistikler.....   | 92    |
| Çizelge 3.6. GSYT ölçeğine ilişkin toplam madde istatistikleri.....   | 93    |
| Çizelge 3.7. Çevre davranışı ölçeğine ilişkin tanımlayıcı istatistikler.....  | 94    |
| Çizelge 3.8. Çevre davranışı ölçeğine ilişkin toplam madde istatistikleri.....  | 94    |

| <b>Şekil</b>   | <b>Sayfa</b> |
|--|--------------|
| Çizelge 3.9. Araştırma ölçeklerinin güvenirlik analizi sonuçları .....                   | 95           |
| Çizelge 3.10. YAÖ I. faktör analizi KMO ve Bartlett's testi istatistikleri .....         | 96           |
| Çizelge 3.11. YAÖ II. faktör analizi KMO ve Bartlett's testi istatistikleri.....         | 97           |
| Çizelge 3.12. YAÖ III. faktör analizi KMO ve Bartlett's testi istatistikleri .....       | 98           |
| Çizelge 3.13. Yavaşlık algısı ölçeği III. faktör analizi özet çizelgesi.....             | 99           |
| Çizelge 3.14. GSYT I. faktör analizi KMO ve Bartlett's testi istatistikleri .....        | 100          |
| Çizelge 3.15. GSYT II. faktör analizi KMO ve Bartlett's testi istatistikleri .....       | 101          |
| Çizelge 3.16. GSYT ölçeği faktör analizi özet çizelgesi .....                            | 102          |
| Çizelge 3.17. ÇDÖ I. faktör analizi KMO ve Bartlett's testi istatistikleri .....         | 104          |
| Çizelge 3.18. ÇDÖ II. faktör analizi KMO ve Bartlett's testi istatistikleri .....        | 104          |
| Çizelge 3.19. ÇDÖ faktör analizi özet çizelgesi .....                                    | 105          |
| Çizelge 3.20. H1a hipotezine ilişkin Levene test istatistiği değeri .....                | 106          |
| Çizelge 3.21. H1a hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe test sonuçları .....        | 107          |
| Çizelge 3.22. H1b hipotezine ilişkin Levene test istatistiği.....                        | 107          |
| Çizelge 3.23. H1b hipotezine ilişkin t-Testi sonucu .....                                | 107          |
| Çizelge 3.24. H1c hipotezine ilişkin Levene test istatistiği .....                       | 108          |
| Çizelge 3.25. H1c hipotezine ilişkin t-Testi sonucu .....                                | 108          |
| Çizelge 3.26. H1d hipotezine ilişkin Levene testi sonucu .....                           | 109          |
| Çizelge 3.27. H1d hipotezine ilişkin Welch ve Brown- Forsythe testi sonucu .....         | 109          |
| Çizelge 3.28. H1e hipotezine ilişkin Levene testi sonucu .....                           | 110          |
| Çizelge 3.29. H1e hipotezine ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucu .....      | 110          |
| Çizelge 3.30. H1f hipotezine ilişkin Levene testi sonucu.....                            | 111          |
| Çizelge 3.31. H1f hipotezine ilişkin Welch ve Brown- Forsythe testi istatistikleri ..... | 111          |
| Çizelge 3.32. H1g hipotezine ilişkin Levene analizi istatistikleri .....                 | 111          |
| Çizelge 3.33. H1g hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe testi istatistikleri.....   | 112          |
| Çizelge 3.34. H1h hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri .....                   | 112          |

| <b>Şekil</b>   | <b>Sayfa</b> |
|--|--------------|
| Çizelge 3.35. H1h hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe testi sonuçları.....      | 113          |
| Çizelge 3.36. H1ı hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri .....                 | 114          |
| Çizelge 3.37. H1ı hipotezine göre t-Testi sonuçları .....                              | 114          |
| Çizelge 3.38. H2a hipotezime ilişkin Levene testi istatistikleri.....                  | 115          |
| Çizelge 3.39. H2a hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe testi istatistikleri..... | 115          |
| Çizelge 3.40. H2b hipotezine ilişkin t-Testi istatistikleri .....                      | 116          |
| Çizelge 3.41. H2b Hipotezine ilişkin t-Testi sonucu .....                              | 116          |
| Çizelge 3.42. H2c hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri.....                  | 117          |
| Çizelge 3.43. H2c hipotezine ilişkin t-Testi istatistikleri.....                       | 117          |
| Çizelge 3.44. H2d hipotezine ilişkin Levene analizi istatistiği.....                   | 118          |
| Çizelge 3.45. H2d hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe test sonuçları .....      | 118          |
| Çizelge 3.46. H2e hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri.....                  | 119          |
| Çizelge 3.47. H2e hipotezine ilişkin ANOVA sonucu .....                                | 119          |
| Çizelge 3.48. H2f hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri .....                 | 120          |
| Çizelge 3.49. H2f hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe testi sonuçları.....      | 120          |
| Çizelge 3.50. H2g hipotezine ilişkin Levene testi istatistiği.....                     | 121          |
| Çizelge 3.51. H2g hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonucu .....                        | 121          |
| Çizelge 3.52. H2h hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri .....                 | 122          |
| Çizelge 3.53. H2h hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe test sonuçları .....      | 122          |
| Çizelge 3.54. H2ı hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri .....                 | 123          |
| Çizelge 3.55. H2ı hipotezine ilişkin t-Testi sonuçları.....                            | 123          |
| Çizelge 3.56. H3a hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri.....                  | 124          |
| Çizelge 3.57. H3a hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe test sonuçları .....      | 124          |
| Çizelge 3.58. H3b hipotezine ilişkin Levene istatistikleri .....                       | 125          |
| Çizelge 3.59. H3b hipotezine ilişkin t-Testi sonuçları.....                            | 125          |
| Çizelge 3.60. H3c hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri.....                  | 126          |

| <b>Şekil</b>  | <b>Sayfa</b> |
|---|--------------|
| Çizelge 3.61. H3c hipotezine ilişkin t-Testi sonucu .....                         | 126          |
| Çizelge 3.62. H3d hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri .....            | 127          |
| Çizelge 3.63. H3d hipotezine ilişkin ANOVA sonucu .....                           | 127          |
| Çizelge 3.64. H3e hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri.....             | 127          |
| Çizelge 3.65. H3e hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonuçları .....                | 128          |
| Çizelge 3.66. H3f hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri .....            | 128          |
| Çizelge 3.67. H3f hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonucu .....                   | 129          |
| Çizelge 3.68. H3g hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri .....            | 129          |
| Çizelge 3.69. H3g hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe testi sonuçları..... | 130          |
| Çizelge 3.70. H3h hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri .....            | 130          |
| Çizelge 3.71. H3h hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonucu .....                   | 131          |
| Çizelge 3.72. H3ı hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri .....            | 132          |
| Çizelge 3.73. H3ı hipotezine ilişkin t-Testi sonucu.....                          | 132          |
| Çizelge 3.74. H4a hipotezine ilişkin Levene istatistikleri .....                  | 133          |
| Çizelge 3.75. H4a hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsthe analizi sonucu.....   | 133          |
| Çizelge 3.76. H4b hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri .....            | 133          |
| Çizelge 3.77. H4b hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonucu .....                   | 134          |
| Çizelge 3.78. H4c hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri.....             | 134          |
| Çizelge 3.79. H4c hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonucu.....                    | 135          |
| Çizelge 3.80. H4d hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri .....            | 136          |
| Çizelge 3.81. H4d hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonuçları.....                 | 137          |
| Çizelge 3.82. H5a hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri.....             | 137          |
| Çizelge 3.83. H5a hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonucu.....                    | 138          |
| Çizelge 3.84. H5b hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri .....            | 138          |
| Çizelge 3.85. H5b hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonucu .....                   | 139          |
| Çizelge 3.86. H5c hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri.....             | 139          |



| <b>Şekil</b>   | <b>Sayfa</b> |
|--|--------------|
| Çizelge 3.87. H5c hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonucu.....                         | 139          |
| Çizelge 3.88. H5d hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri .....                 | 140          |
| Çizelge 3.89. H5d hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonucu .....                        | 140          |
| Çizelge 3.90. H5e hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri.....                  | 141          |
| Çizelge 3.91. H5e hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe testleri sonuçları .....  | 141          |
| Çizelge 3.92. H6a hipotezine ilişkin Levene testi sonuçları .....                      | 142          |
| Çizelge 3.93. H6a hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe test sonuçları .....      | 142          |
| Çizelge 3.94. H6b hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri .....                 | 143          |
| Çizelge 3.95. H6b hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonucu .....                        | 143          |
| Çizelge 3.96. H6c hipotezine ilişkin Levene testi sonuçları .....                      | 144          |
| Çizelge 3.97. H6c hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonucu.....                         | 144          |
| Çizelge 3.98. H6d hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri .....                 | 145          |
| Çizelge 3.99. H6d hipotezine ilişkin ANOVA sonucu .....                                | 145          |
| Çizelge 3.100. H6e hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri.....                 | 146          |
| Çizelge 3.101. H6e hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsthe test sonuçları .....      | 146          |
| Çizelge 3.102. H7 hipotezine ilişkin Korelasyon analizi sonucu .....                   | 147          |
| Çizelge 3.103. H8 hipotezine ilişkin Korelasyon analizi sonucu .....                   | 148          |
| Çizelge 3.104. H9 hipotezine ilişkin ANOVA sonucu .....                                | 149          |
| Çizelge 3.105. H9 hipotezine ilişkin Regresyon analizi sonuçları .....                 | 149          |
| Çizelge 3.106. H9 hipotezine ilişkin Regresyon analizi özet tablosu.....               | 150          |
| Çizelge 3.107. Yavaşlık algısı ölçeği ortalamalarının düzeyleri .....                  | 150          |
| Çizelge 3.108. Toplam madde istatistikleri .....                                       | 151          |
| Çizelge 3.109. Yavaşlık algısı ölçeği aritmetik ortalama ve standart sapma dağılımları | 152          |
| Çizelge 3.110. Araştırmanın hipotezlerine ilişkin özet çizelgesi.....                  | 154          |

**ŞEKİLLERİN LİSTESİ**

| <b>Şekil</b>   | <b>Sayfa</b> |
|--|--------------|
| Şekil 1.1. Turizm çeşitleri.....                         | 10           |
| Şekil 1.2. Turizmin gelişmesine etki eden unsurlar ..... | 17           |
| Şekil 1.3. Dünya turizm gelirleri.....                   | 25           |
| Şekil 2.1. Cittaslow logosu .....                        | 56           |
| Şekil 3.1. Araştırma modeli .....                        | 80           |



## SİMGELER VE KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

| <b>Kısaltmalar</b> | <b>Açıklamalar</b>                             |
|--------------------|--|
| <b>ABD</b>         | Amerika Birleşik Devletleri                    |
| <b>AIEST</b>       | Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği |
| <b>BM</b>          | Birleşmiş Milletler                            |
| <b>DTÖ</b>         | Dünya Ticaret Örgütü                           |
| <b>GSYT</b>        | Gönüllü Sade Yaşam Tarzı                       |
| <b>GSYTÖ</b>       | Gönüllü Sade Yaşam Tarzı Ölçeği                |
| <b>OECD</b>        | Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü          |
| <b>SFYN</b>        | Slow Food Gençlik Ağı                          |
| <b>STK</b>         | Sivil Toplum Kuruluşu                          |
| <b>UNISG</b>       | Gastronomi Bilimleri Üniversitesi              |
| <b>WWF</b>         | Dünya Doğayı Koruma Vakfı                      |



## GİRİŞ

Günümüz gündeminin önemli konularından bir tanesi küreselleşmenin etkileri ve etkilediği alanlara getirilebilecek alternatif çözümlerin neler olabileceğidir. Küreselleşmenin olumsuz etkilediği alanların sayısı gün geçtikçe artmakta ve büyüyen olumsuzluklara yetkililer, işletmeler hatta bireyler de çözüm aramaktadır. Çünkü insanoğluna ev sahipliği yapan Dünya'mızın kıt kaynakları yıllar boyunca bilinçsizce tüketilmiş ve hiç bitmeyecekmiş gibi yok edercesine kullanılmıştır. Sektör farkı gözetmeden her alanda etkisini gösteren küreselleşmenin, özellikle doğa ile birebir ilişkisi olan sektörleri daha çok etkilediği görülmüştür. Bunlardan bir tanesi de turizm endüstrisidir. Turizm endüstrisi bir neden sonuç ilişkisine bağlı olarak son yıllarda büyük bir gelişme göstermiş ve dünyanın en büyük hizmet sektörlerinden bir tanesi haline gelmiştir. Önceleri turistik faaliyetler yalnızca zengin kesimin gerçekleştirdiği bir hareketlilikken, günümüzde her kesimin katılabildiği, pek çok çeşidi olan, hareketliliği çok yüksek bir sektör haline gelmiştir. Bu gelişmenin ağırlıklı etkilerinden biri küreselleşme ve küreselleşmenin kazandırdığı teknolojik gelişmelerdir. Her geçen gün gelişen teknolojiler işletmelere yeni fırsatlar yaratmış ve daha geniş kitlelere ulaşabilme imkanını doğurmuştur. İşletmelerin müşterilerine ulaşabildiği ağ genişledikçe dünyanın her yerinden potansiyel müşterileri oluşmuş ve kapasite artışı ihtiyacı meydana gelmiştir. İşte tam da bu noktada günümüzde milyarlarca insanın katıldığı turizm faaliyeti, doğal ve eşsiz güzelliklerin çekim gücünden yararlanmaya çalışırken kıyı şeritlerini, denizleri, verimli arazileri tahrip etmeye başlamıştır. 1990'lı yıllardan itibaren turizm endüstrisi ile birlikte daha pek çok alanda olan bu kötü gidişatın durdurulabilmesi için alternatif ve sürdürülebilir çözümler arayışı gündeme gelmeye başlamıştır. İlerleyen bu gidişatın hem doğaya hem de toplumlara olan etkisini inceleyen araştırmacı ve vatanseverler, alternatif çözümler ortaya koyarak önemli pek çok gelişmeye imza atmıştır. Bunlardan bir tanesi de Yavaş Hareketi'dir.

Yavaş Hareketi, 1980'li yılların sonlarında küreselleşmenin etkisi altına aldığı yemek kültürünün tek tipleşmesine karşı olarak, yerel yemek kültürünün, yerel tariflerin ve yerel yemek üreticilerinin korunması gerektiğini düşünerek; ilk kıvılcımlarının İtalya'da atıldığı Yavaş Yemek (Slow Food) hareketini ortaya koymuştur. Hızla büyüyen ve etkisi tüm dünyaya yayılmaya başlayan hareket, destek veren gönüllüleri birlikte bünyelerine yeni faaliyet alanları katmış ve günümüzde her alanda felsefesini benimsetmeye çalışmıştır. Yavaş Şehir Hareketi (Cittaslow) de bu oluşumlardan bir tanesidir.

Yavaş Şehir Hareketi, insan hayatında meydana gelen keskin ve karmaşık değişimlerin neden olduğu bunalım ve zorlanma hissi içerisinde bireylerin sakinliği, huzuru ve el değmemiş doğanın bulunduğu kentleri yaşatmaya çalışan bir harekettir. 20. yüzyılın özellikle ikinci yarısında itibaren artan nüfus ile küçük kent ve kasabalar yerine büyük, yeşillikten yoksun şehirler oluşmaya başlamış ve bireylerin yalnızca iş hayatlarının gölgesinde geçirdikleri günler hızla artmıştır. Yavaş Hareketi ve Yavaş Şehir felsefesi ise bu durumun değiştirilmesi gerektiğine inanmış ve kentler özelinde doğanın, sakinliğin ve huzurun olduğu özel kentleri koruma altına almaya çalışmıştır. Günümüzde uluslararası geniş bir ağa sahip olan Yavaş Şehir hareketi her geçen gün bünyesine yeni kentleri dâhil ederek büyümekte ve felsefesini daha geniş kitlelere yaymaya çalışmaktadır. Ülkemiz ise harekete ilk kez 2009 yılında İzmir'in Seferihisar ilçesi ile katılmış ve günümüzde 17 üye kent ile hareketin bünyesindeki önemli ülkelerden bir tanesi haline gelmiştir. Kentlerin harekete dâhil olabilmesi hususunda bir takım kriterleri yerine getirmesi ve bu kriterlerin devamlılığını sağlaması gerekmektedir. Yerine getirilen her bir kriter oluşturulan puanlama sistemine göre puanlanıp, gerekli puan elde edildiğinde harekete katılma hakkına sahip olabilmektedir.

Mevcut tez araştırmasında Seferihisar Yavaş Şehri özelinde, söz konusu kriterler dikkate alınarak, kenti ziyaret eden turist perspektifinden değerlendirilebilecek ifadeler oluşturulmuş ve turistlerin algılanan yavaşlık düzeyi araştırılmıştır. Kenti ziyaret eden turistlerin yavaşlık algılarının yanında gönüllü sade yaşam tarzı özellikleri ve çevre duyarlılıkları araştırılmış ve değişkenler arasındaki ilişki ve etkileri üzerinde durulmuştur. Buradan hareketle mevcut tez çalışması üç bölüm altında incelenecek şekilde kurgulanmıştır.

Araştırmanın birinci bölümünde uluslararası pazarlamanın genel bir tanımı yapılmış ve turizm boyutu üzerinde durulmuştur. Turizmin çeşitlerine, gelişimine ve küreselleşmenin turizme olan etkisine değinilmiştir. Bununla birlikte alternatif turizm ve sürdürülebilir turizm kavramları detaylandırılmıştır. Bölümde son olarak gönüllü sade yaşam tarzı ve çevre duyarlılığı kavramlarına değinilmiştir.

Çalışmanın iki bölümünde Yavaş Hareketi detaylı bir şekilde ele alınmış ve yavaşlık kavramı ve yavaş yaşam felsefesi tanımı yapılmıştır. Bölümün devamında ise Yavaş Şehirler Birliği üzerinde durulmuş; oluşum süreci, yönetim ve organizasyonu ve birliğin

üyelik kriterleri detaylandırılmıştır. Son olarak ülkemizin yavaş şehir serüveni incelenmiş ve yavaş turizm kavramı tanımı yapılmıştır.

Araştırmanın üçüncü bölümünde, araştırmanın konusu, amacı ve önemi, yöntemi, saha araştırması ve analizlerine yer verilmiştir. Bu bölümde literatürden elde edilen bilgiler ışığında oluşturulan anket formundan toplanan veriler ile Seferihisar kentini ziyarete eden turistlerin demografik ve seyahat özellikleri, algılanan yavaşlık düzeyleri, gönüllü sade yaşam tarzları ve çevre duyarlılıkları ortaya konmuştur. Bununla beraber bölümde alan araştırması boyunca toplanan verilere ve bu verilerin analizi sonrasında elde edilen bulgulara yer verilmiş ardından da oluşturulan hipotezlerin analiz sonuçları yorumlanmıştır. Bir sonraki kısımda ise turistlerin yavaşlık algıları ile gönüllü sade yaşam tarzları arasındaki ilişki belirlenmiş ve çevre duyarlılığının yavaşlık algısına olan etkisi araştırılmıştır. Çalışmanın son bölümünde ise gerçekleştirilen analiz sonuçlarına ilişkin yorum ve önerilere yer verilmiştir.

Mevcut araştırma, algılanan yavaşlık düzeyinin belirlenmesi Yavaş Şehirler için hem gelecekte yol gösterici olması hem de mevcut durumlarının neler olduğunu saptanabilmesi adına yol gösterici bir özellik ortaya koyabilceği hedeflenerek gerçekleştirilmiştir. Çünkü Yavaş Şehirlerin birliğe üye olması bu sürecin sona erdiğini göstermemektir. Yavaş Şehir süreci süreklilik arz eden ve bu süreç içerisinde yavaşlık düzeyinin korunması ve devam ettirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle turistler perspektifinden Yavaş şehirlerin algılanan yavaşlık düzeyinin belirlenmesinin literatüre önemli bir katkı sağlayacağı fikrinden hareket edilmiştir. Ayrıca araştırma hem Yavaş Şehirlerin çevre duyarlılığı olan turistler hem de gönüllü sade yaşam tarzına sahip turistler tarafından ziyaret edilip edilmediğinin belirebilmesi hem de ziyaretçilerin bu özelliklere ne denli sahip olduklarının ortaya konması araştırılmıştır.





## BİRİNCİ BÖLÜM

### ULUSLARARASI PAZARLAMADA TURİZM

#### 1.1. Uluslararası Pazarlama

Pazarlama, belli bir kazanım sağlama amacıyla seçilmiş müşteri topluluklarının istek ve ihtiyaçlarını tatmin edebilmek için sahip olunan kaynakların işlenmesi, planlanması, örgütlenmesi, uygulanması ve denetlenmesi olarak ifade edilebilir. Uluslararası pazarlama da ortaya konan bu gayretlerin uluslararası arenada yürütülmesidir. Bununla birlikte uluslararası pazarlama, ev sahibi ülke dışında iki veya daha fazla ülkede pazarlama faaliyetlerinin yapılması şeklinde de tanımlanabilmektedir. İşletmeler mevcut yerel pazarları dışında belirledikleri hedef pazarları ve benzer ihtiyaç yapısına sahip müşteri topluluklarını keşfetmesi ve bu pazarlarda faaliyet yapmaya yönelik adımlar atması ile uluslararası pazarlama gerçekleştirmeye başlamaktadır (Çağlar ve Karagöz,2010:684). Bu nedenle pazarlamanın temel yapı taşı olan ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma faaliyetleri uluslararası pazarlamada hedef pazar dikkate alınarak, hem nihai tüketicilerine yönelik hem de aracı işletmelere yönelik olarak gerçekleştirilmektedir. Ancak hedef pazarda müşterilerin farklı kültürel ve çevresel özelliklere sahip olması, uluslararası pazarlama faaliyetlerinin bu değişikliklere göre planlanmasını gerçekleştirmesini zorunlu kılmaktadır (Altınbaşak vd., 2008: 22). Temel olarak uluslararası pazarlama planı ortaya konurken en az üç adımın izlenmesi gerekmektedir. Birincisi pazar çevresinin, hem yurtiçi hem de yurtdışı pazarın, tanınması; ikincisi pazar bölümlerinin belirlenmesi ve hedef dış pazarların seçilmesi ve son olarak hedef pazarlar için uygun pazarlama programının tayin edilmesi olarak sıralanabilir (Karafakioğlu, 2000:10-22).

Son yıllarda yaşanan hızlı değişim ve gelişmeler ile birlikte pazarlama faaliyetleri büyük değişikliklere uğramıştır. Özellikle ekonomik ve teknoloji alanında yaşanan gelişmeler ile her alanda etkisini göstermesi sonucunda rekabet ortamının ötesine geçen pazarlama faaliyetleri yürütülmeye başlanmıştır. Bunun en önemli nedenlerinden bir tanesi uluslararası pazarlamanın çerçevesinin değişmesi olarak ifade edilebilir. Önceleri satış odaklı uygulanan pazarlama faaliyetleri artık müşteri odaklı hatta bireysel odaklı olmaya başlamıştır. Bu nedenle ürünün özellikleri ile birlikte tutundurma faaliyetlerine gerekli

değişimler ve adaptasyonlar yapılarak uluslararası ölçekte verimli uygulamalar gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır.

Sektörel olarak kendi içerisinde pazarlama faaliyetleri zamanla farklılaşmaya başlayarak çağa ve yeniliklere kendini adapte etmeye başlamıştır. Son yıllarda bireylerin gelir düzeylerinin artması, hayat kalitelerinin yükselmesi ve imkânlarının artması, makineleşme ile çalışma sürelerinin kısılması, ulaşım ve iletişim araçlarının hızlı gelişimi ile insan yaşamının kolaylaşması gibi gelişmeler tüketim alışkanlıklarında değişimler yaşanmasına neden olmuştur. Yaşanan bu değişimler işletmeler ve sektörler için yeni fırsatlar ortaya çıkarmıştır. Özellikle dünyanın dört bir yanını kendine hedef pazar belirleyebilme potansiyeli olan hizmet sektörü için yaşanan bu hızlı gelişmeler büyük bir fırsat yaratmıştır. Çünkü internetin ve dijitalleşmenin artması ile birlikte hizmet sektörünün yürüttüğü işlemlerin önemli bölümü dijital ortama aktarılarak, nihai tüketicilerine daha kolay ulaşmasını ve pazarlama faaliyetlerini sunmasını sağlamıştır.

Küreselleşme sonucunda dünyaya kendini tanıtmaya ve küresel pazarlama anlayışları meydana getirme imkânı bulan işletmeler ve sektörler daha geniş kitlelerin ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılayabilme imkânı bulmuştur. Özellikle küreselleşme sonucunda değişen birey ihtiyaçları ve istekleri yeni ve farklı alanların doğmasına neden olmuştur. Ancak bu gelişmeler içerisinde bireyler ana karadan ayrı olarak farklı yerlere seyahat etmesi yönünde duyduğu merakı da artıran pazarlama faaliyetlerinin gelişmesi ile seyahat etkinlikleri değişimler göstermeye başlamıştır. Çünkü bireylerin günlük yaşamlarından bunalmaya başlamaları, şehirden uzaklaşma isteğinin artması, bireylerin yeni kültürler, yerler ve insanlar tanıma içgüdüleri artış göstermeye başlamıştır. Bu içgüdü ile bireyler eskiye göre daha fazla turizm faaliyetine yönelerek uluslararası turizmin gelişmesine ve büyümesine neden olmuştur. Uluslararası turizm, küreselleşme sonucunda dünyanın her yerine kolay ulaşılabilirliğin sağlarken bireylere de turizm faaliyetlerini gerçekleştirmek için önemli bir araç olmuştur. Zamanla yerel turizm faaliyetlerinin daha rahat bir şekilde uluslararası boyuta taşınmasını ve bireylerin dünyanın dört bir yanını rahatlıkla gezip turistik faaliyetlerini gerçekleştirebilmesi imkânını yaratmış oldu.

## 1.2. Uluslararası Turizm

İnsanlık tarihinin başlangıcından itibaren insanların farklı sebepler ile yaşadıkları yerlerden belli bir süreliğine seyahatlere çıktığı bilinmektedir. Özellikle bireylerin ticari, sağlık, dini, askeri vb. sebeplerle seyahate çıkarak ilk turizm hareketliliğini ortaya koydukları kabul edilmektedir. Zaman içerisinde gelişen teknolojik yenilikler sayesinde, dünya ile ilgili artan bilgiler ışığında bireylerin merakı ve keşfetme isteği eş oranda artmıştır. Aynı zamanda gelir düzeylerinde iyileşme ve artış yaşayan bireyler, maddi imkânlarını dinlenmek, eğlenmek, keşfetmek için kullanarak daha fazla turizme katılması, turizm talebinde yükselmeler yaşanmasına neden olmaya başlamıştır.

### 1.2.1. Turizmin Tanımı

Turizm kavramının tanımı ve tarihsel geçmişi ile ilgili literatür pek çok bilgiyi içermektedir. Turizm kavramının ilk ifade edilişi Latince kökenli “tournus” kelimesi ile olmuştur. Bu kelimenin anlamı “ dönme hareketi, dönmek, etrafında tur atmak” anlamına gelmektedir. Benzer şekilde yer değiştirmek, geri dönmek, hareket etmek anlamları aynı zamanda turist kavramı tanımlanırken kullanılarak, ilk turist ve turizm tanımlamaları yapılmaya çalışılmıştır. Buradan hareketle turizm faaliyetini bireylerin sürekli ikamet ettikleri yerden farklı bir yerde kısa süreli kalışları ve tekrardan ikamet yerlerine dönüşlerini kapsayan faaliyetler olarak tanımlanabilmektedir.

20. yüzyılın sonlarına doğru AIEST (Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği) tarafından turizm kavramı en geniş şekilde tanımlanmıştır. Bu tanımlamaya göre turizm: “ İnsanların sürekli ikamet ettikleri, sürekli ihtiyaçlarını giderdikleri yerlerden farklı olan yerlere gerçekleştirdikleri seyahatleri ve çoğunlukla turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep etmeleri sonucunda buralardaki geçici bir süreliğine konaklamalarından meydana ilişkilerin tümüdür” şeklinde ifade etmiştir (Kozak vd.,2011:3). Bu tanımlamaya ek olarak bireylerin seyahatlerini gerçekleştirme amaçları da dikkate alınarak bu tanımlamaya gelir getirici hiçbir uğraşta bulunmaması şartı dâhil edilerek seyahat edilen yerlerdeki faaliyetlerine yönelik de kısıtlayıcılık getirilerek kavrama son hali verilmiştir.

Yapılan tanımlamaların ortak paydası ve genel kabul görmüş tanımı maddeler şeklinde özetlenecek olursa:

- Bireylerin devamlı yaşadıkları, ikamet ettikleri yerden farklı olarak,
- Sürekli kalışa dönüşmemek şartı ile,
- Seyahat edilen yerde herhangi bir gelir getirici faaliyette bulunmaksızın,
- Dinlenmek, eğlenmek, iş, sağlık, eğitim, dini, sanatsal vb. amaçlarla,
- Gerçekleştirilen bu seyahat sonucunda tekrar yaşadıkları yere dönmelerini kapsayan ilişkilerin tümü şeklinde sıralanabilmektedir.

Turizmin tanımlamasının yapılmasının yanında, turizm faaliyetinin öznesi turist tanımı da yapılması yerinde olacaktır. Turist, ziyaret edilen ülkedeki özel (İkinci konut, arkadaş ve akraba evi vb.) veya kamuya açık konaklama tesislerinde en az bir gece kalan ziyaretçidir (<http://www.kultur.gov.tr/>,2019). Ayrıca seyahat ettiği yerde en az yirmi dört saat geçirmesi ve buralarda önceden kazandığı parayı harcayan kişiler olarak ifade edilmektedir. Turistlerin yurtiçinde gerçekleştirdikleri seyahatleri sonucunda yerli turist olarak adlandırılırken, yabancı bir ülkeye gerçekleştirecekleri seyahatlerinde ise yabancı turist olarak nitelendirilmektedir. Turistlerin bir gece konaklamadan yalnızca gün içerisinde gerçekleştirdikleri turistik faaliyetlerinde “günübirlikçiler” olarak adlandırılmaktadır.

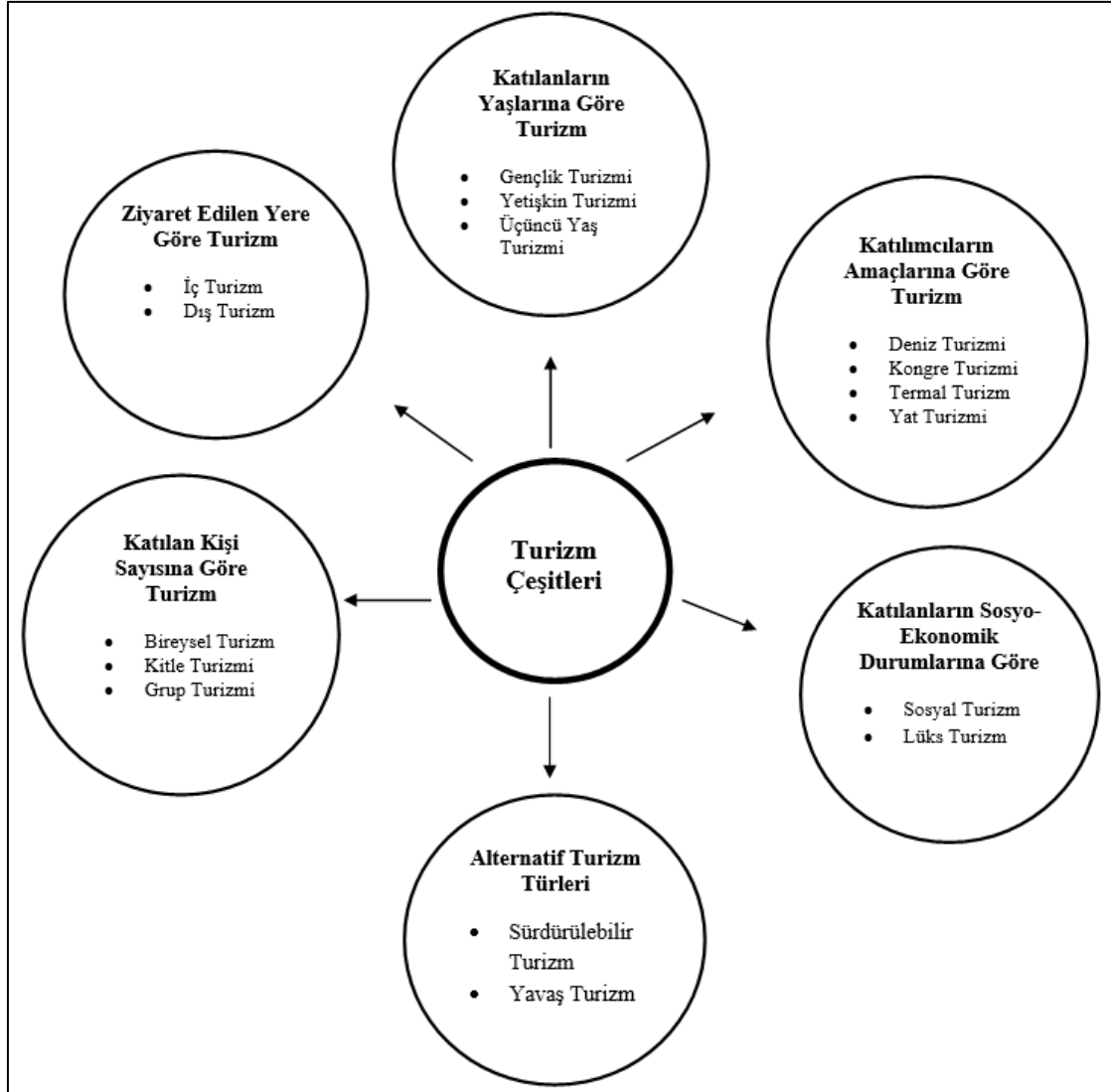
Yukarıda detaylı bir şekilde yer verilen turizm tanımlamalarının, yıllar ve koşullar içerisinde farklı açılardan ele aldığına değinilmiştir. Sanayi Devrimi’nden sonra insanların yaşadıkları çok kapsamlı gelişmeler ve ilerlemeler sayesinde önceleri lüks ve zengin kesimdeki bireylerin gerçekleştirdiği faaliyetten biri olan turizm artık insanların hayatına giren makineleşme ile birlikte çalışma saatlerinin azalması ve tatil yapma hakkı doğması ile farklı bir boyut kazanmaya başlamıştır (Baykal,2012:33). Bu yaşanan değişimlerin sonucunda da bireylerin emekleri ile kazandıkları paralarının bir kısmını tatile, eğlenmeye, gezip görmeye ayırmaya başlamıştır.

Günümüze gelindiğinde ise turizm faaliyeti modern çağın neden olduğu değişimlerle bireylerin hava değişimine daha fazla ihtiyaç duyması, boş zamanlarını değerlendirme yolları olarak çoğunlukla seyahat etme, yeni yerler keşfetme arzusunun artması, düşük maliyetli pek çok alternatif ulaşım araçları ile ulaşım sağlayabilme imkânının artması, dijitalleşme ve teknolojinin sağladığı imkânlar ile (örneğin sosyal medya) dünyadaki pek çok destinasyonun tanıtımının yapılması, uzak mesafe algısının ortadan kalkması vb.

gelişmeler ile yılın her anında milyonlarca insanın gerçekleştirdiği dinamik bir hareketlilik olmuştur.

### **1.2.2. Turizm Çeşitleri**

Bir bütün olarak ele alınan turizm faaliyeti, belli başlı kriterler dikkate alınarak sınıflandırılması yapılmaktadır. Pek çok araştırmacı bu sınıflandırma ile ilgili farklı görüşlere sahiptir. Temel nedenlerinden bir tanesini bu çeşitlerin birbirleri arasında yakın ilişkiler içerisinde olması ve bu ilişkilerin arasında net bir ayrımın yapılamamasından kaynaklanmaktadır. Bir diğer neden ise günümüzde turistlerin farklı motivasyonlarla seyahat etmeleri ve sektörün gelişme göstermesi ile ortaya çıkmaya başlayan çeşitlilik sonucunda pek çok çeşidi oluşmuştur (Kozak vd.,2011:11). Buradan hareketle bir turizm çeşitleri sınıflandırılması yapıldığında aşağıdaki şekilde yer alan sınıflandırma temel kabul edilmiş turizm çeşitlerine göre düzenlenmiştir (Kozak vd., 2011:13).



Kaynak: Kozak vd., 2011:13

Şekil 1.1. Turizm çeşitleri

Şekil 1’de yer alan gruplandırma incelendiğinde; temel olarak turizmi altı ana grupta sınıflandırılması yapılabilmektedir. Burada bireylerin yaşlarına, sosyo – ekonomik durumlarına, katılım amaçlarına, ziyaret ettikleri yerlere, kişi sayısına göre ve alternatif turizm türlerine göre sınıflandırılabilmektedir. Bu temel sınıflandırma ile birlikte pek çok araştırmacı özellikle ülkemizin potansiyel turistik aktiviteleri bakımından zengin çeşitliliğe sahip olması nedeniyle katılımcıların amaçlarına göre turizm faaliyetlerinde çok geniş bir alana sahip olduğunu bu nedenle de bu gruba Mağara Turizmi, Dağ ve Kış Turizmi, Av Turizmi, Golf Turizmi, İnanç Turizmi, Yayla Turizmi, Akarsu Turizmi, Kültür Turizmi, Çiftlik ve Tarım Turizmi, Kongre Turizmi çeşitlerini de dâhil etmektedir (Köroğlu,2015, <http://www.kultur.gov.tr>,2019).

### 1.2.2.1. Katılan kişi sayısına göre turizm

Katılan kişi sayısına göre turizm türünde adından da anlaşılacağı üzere bireylerin kişi sayısı dikkate alınarak bir bölümlendirme yapılmaya çalışılmıştır. Burada kişilerin turistik faaliyetlerini beraber gerçekleştirdikleri kişi sayısına göre ‘ bireysel, grup ve kitle turizmi’ şeklinde üç temel ayırım yapılarak incelenmiştir.

#### Bireysel turizm

Ferdi turizm veya kişisel turizm olarak da ifade edilen bireysel turizm, kişilerin kişisel olarak gerçekleştirdikleri seyahatlerinden ve konaklamalarından meydana gelmektedir (Usta, 2008:14). Bu seyahat çeşidinde turistler, esnek seyahat programları yaparak, ziyaret ettikleri yerlerde gitmek istedikleri destinasyonları seçmekte özgürdür ve tek bir yere bağlı kalmayıp farklı yerleri gezme özgürlüğüne sahiptirler (Harman,2013:280). Özellikle gelişen ulaşım imkanlarının kolaylığı sayesinde bireylerin dünyanın dört bir yanına ulaşılma imkanı olduğundan; macera arayan, yeni yerler keşfetmek isteyen vb. isteklere sahip bireylerin yöneldiği bir turizm çeşididir.

#### Kitle turizmi

1950’li yıllardan başlayarak günümüze kadar sürekli olarak gelişim gösteren kitle turizmi, çok sayıda turistin geniş kitleler halinde ortaya koydukları turizm faaliyetleri olarak tanımlanabilmektedir. Özellikle paket tur organizasyonları ile büyük bir ivme kazanarak günümüzde de en çok tercih edilen turizm çeşidi olduğu söylenebilmektedir. En belirleyici özelliklerinden bir tanesi de oluşturulan kitlelerin sürekli olarak bu faaliyetleri gerçekleştirmesidir. Deniz-kum-güneş ağırlıklı kıyı merkezler başta olmak üzere, kültürel ve sanatsal değerleri yüksek yerler bu turizm faaliyetinin gerçekleştirildiği destinasyonlar arasındadır (Pehlivanoglu,2011:373). Bu özelliklere sahip ülkeler ve bölgelerin geliştirilebilmesi için üzerinde durulan ve en fazla yatırım yapılarak ülkeler tarafından teşvik verilen turizm türüdür. Ancak zamanla ekolojik çevrenin ve kültürel öğelerin zarar görmemesi için gerekli tedbirlerin alınması büyük bir önem arz etmektedir.

### Grup turizmi

Farklı toplumsal grupların bir araya gelerek (örneğin, kulüpler, öğrenci grupları, meslek grupları vb.) 11 ile 16 kişi arasında gerçekleştirilen turizm çeşididir. Grup turizminde kitle turizminden farklı olarak sayı sınırı ve gruplar sürekliliğinin bulunmamasıdır (Kozak vd.2011:12).

#### **1.2.2.2. Ziyaret edilen yere göre turizm**

Turistlerin seyahatlerini gerçekleştirecekleri destinasyonların vatandaşı oldukları ülke sınırları içerisinde gerçekleştirmeleri veya ülke sınırları dışında farklı bir ülkeye seyahat etme durumlarına göre ‘iç ve dış turizm’ olarak iki ayrım yapılmaktadır.

#### İç turizm

Bireylerin kendi vatandaşı oldukları ülke sınırları içerisinde gerçekleştirdikleri turistik faaliyetlerine ‘iç turizm’, bu faaliyeti gerçekleştiren bireylere de ‘yerli turist’ denilmektedir. Herhangi bir pasaport, vize veya yabancı dil bilgisi gerektirmeyen bu turizm türünde ülkelerin herhangi bir döviz kazancı olmamaktadır ancak bölgesel olarak ulusal kazancın eşit dağılabilmesi adına önemli bir kazanç kaynağı olmaktadır (Köroğlu,2015:113).

#### Dış turizm

Bireylerin vatandaşı oldukları ülke dışında farklı bir ülkeye pasaport, vize, döviz gibi işlemleri gerçekleştirerek yaptıkları seyahatlere ‘dış turizm’ denilmektedir. Dış turizmin iç turizmden farklı olan en önemli özelliği ekonomiye döviz kazandıran önemli bir yapıya sahip olmasıdır.

#### **1.2.2.3. Katılanların yaşlarına göre turizm**

Kişilerin gerçekleştirecekleri turizm faaliyetlerinde yaşları da önemli bir unsurdur. Bireylerin yaşlarına göre ‘gençlik turizmi, orta yaş (yetişkin) turizmi ve üçüncü yaş turizmi’ türleri sınıflandırılması yapılmaktadır.



### Gençlik turizmi

15 – 24 yaş aralığında olan gençlerin, beraberlerinde ebeveynleri veya aile yakınları olmadan turizme katılmalarına ‘‘gençlik turizmi’’ tanımı verilmektedir (Kozak vd., 2011:14). Gençlerin bu turizm faaliyetini özel veya kamu organizasyonlarının desteği ile bireysel veya grup şeklinde, yurtiçinde veya yurtdışına gerçekleştirecekleri eğlence, kültür sanat, eğitim gibi aktiviteler yapabilmek adına ortaya koydukları ekonomik, sosyal ve kültürel bir olaydır (Oral,1992:126). Gençlik turizmini gerçekleştiren bireylerin, düşük miktarda bütçe ayırdıkları ve genellikle küçük ölçekli konaklama işletmelerini tercih ettiklerini söylemek mümkündür (Baykal, 2012:37).

### Yetişkin turizmi

Orta yaş turizmi olarak da adlandırılan bu turizm türünde 25 – 60 yaş arasındaki bireyler turizme katılmaktadır. Bu yaş aralığına sahip bireylerin yoğun iş temposu olan ve kendi ailesini kurmuş olan bireylerden meydana geldiği ve sorumluluklarının yüksek olduğu varsayılmaktadır. Bu varsayımdan hareketle bireylerin seyahatlerini planladıkları zaman çalışma koşullarına göre şekillenebilmekte ve genellikle de yaz aylarını tercih etmektedirler. Bununla birlikte gelir düzeylerine göre tercih edecekleri turistik faaliyetleri değişimler gösterebilmektedir. Bir diğer önemli özelliklerinden bir tanesi de çoğunlukla aileleri ve akrabaları ile seyahat etmeyi tercih ettikleri için rahat edebilecekleri konaklama yerleri ve çoğunlukla araba ile uzun süre seyahat ettikleri söylenebilmektedir (Kozak vd., 2011:14-15).

### Üçüncü yaş turizmi

Pek çok kaynağa göre 60 yaş ve üzeri bireylerin gerçekleştirdiği üçüncü yaş turizminde çoğunlukla emekli olan ve boş zamanlarını daha iyi değerlendirmek isteyen ve bu doğrultuda turizme katılan bireylerden oluşmaktadır. Bu turizm türünün gelecek yıllarda büyük bir gelişme göstereceği öngörülmektedir. 2050 yılına gelindiğinde üçüncü yaş turizm sektörünün pazar büyüklüğü 2 milyar insana ulaşması ve turizme harcanan miktarın üçte birini bu yaş grubuna sahip bireylerin oluşturacağı öngörülmektedir (Cengiz ve Kantarcı,2013:31).

#### **1.2.2.4. Katılımcıların amaçlarına göre turizm**

Son yıllarda bireylerin özel ilgi alanlarının çeşitlilik göstermesi ile turizm faaliyetlerini gerçekleştirmedeki amaçları ve tetikleyicileri artmıştır. Bu nedenle gün geçtikçe farklı türlerin ve amaçların ortaya çıkması ile birlikte katılımcıların amaçlarına göre turizm türleri araştırmacılar tarafından farklı detaylandırmalar dikkate alınarak farklı şekillerde ifade edilmektedir. Genel tanımlamalar dikkate alındığında amaçlarına göre turizm türleri: Deniz Turizmi, Kongre Turizmi, Termal Turizm, Yat Turizmi, Mağara Turizmi, Dağ ve Kış Turizmi, Av Turizmi, Golf Turizmi, İnanç Turizmi, Yayla Turizmi, Akarsu Turizmi, Kültür Turizmi, Çiftlik ve Tarım Turizminden meydana gelmektedir.

#### **1.2.2.5. Katılanların sosyo-ekonomik durumlarına göre**

Bireylerin turistik faaliyetlerini gerçekleştirirken yaşları, amaçları, ziyaret ettikleri yerlerin önemli olması ile birlikte bir diğer önemli olan nokta da bireylerin gelir düzeyleridir. Bu açıdan ele alındığında kişilerin turizm faaliyetleri ‘sosyal turizm ve lüks turizm’ olarak ikiye ayrılmıştır.

##### Sosyal turizm

Sosyal turizm, bireylerin kısıtlı ekonomik imkânları çerçevesinde bir takım tasarruflar ve desteklerle turizme katılmasıdır. Bireyler seyahatlerinin gerçekleştirebilmek için banka kredileri, indirimli uçak biletleri, indirim kuponları, taksitli ödeme imkânı sunan konaklama yerlerinin tercihi gibi ekonomik durumunun el verdiği imkanlar dâhilinde hareket etmektedirler. Sosyal turizmde toplumsal sınıflar, Kozak (2011)’ e göre emekliler, işçiler, memurlar, gençler, bedensel engelliler, çiftçiler ve esnaf ve zanaatkarlardan oluşmaktadır (Kozak vd., 2011:16).

##### Lüks turizm

Lüks turizm, yüksek düzeyde geliri olan, sosyal turizmi gerçekleştiren bireylerin aksine tam konforlu lüks ve pahalı tatil destinasyonları tercih eden, ulaşımında kendi özel ulaşım araçlarını kullanan, alışlagelmişin dışında özel istekleri ve kendilerine göre hazırlanan lüks turizm hizmetlerini talep eden bireylerin gerçekleştirdiği turizm hareketidir. Bireylerin

gerçekleştirecekleri seyahatleri ve turistik faaliyetlerinde fazla miktarda para harcayan, genellikle de ‘av turizmi, golf turizmi, kurvaziyer turizmi, kumar turizmi’ gibi lüks turizm türlerini gerçekleştirirler (Kozak vd., 2011:17).

### 1.2.3. Turizmin Gelişimi

Turizm hareketliliği önceleri zengin zümrenin gerçekleştirdiği bir faaliyet olarak meydana gelmekteydi. Ancak Sanayi Devriminin bir takım değişikliklere neden olması ile birlikte her kesimden bireyin bu faaliyeti ortaya koyma gücü artış göstermiştir. Turizmin gelişim süreci tarihsel olarak ve gelişmesine etki eden unsurlar olmak üzere bu bölümde detaylı bir şekilde incelenecektir.

#### 1.2.3.1. Turizmin tarihsel gelişim süreci

Turizm hareketliliğinin başlangıcı hakkında araştırmacıların farklı görüşlere sahip olduğu bilinmektedir. Bu bölümde Bahçe (2013)’ün altı ana döneme ayırarak incelediği turizmin tarihsel gelişim süreci ilgili görüşleri dikkate alınarak incelenmiştir. Çizelge 1.1’de tarihsel süreç; Medeniyetler Dönemi, Ticaret Dönemi, Endüstri ve Teknoloji Dönemi, Turizmin Gelişme Dönemi, Kitle Turizmi Dönemi ve Turizmin Olgunluk Dönemi olarak dönemlere ayrılmıştır.

Çizelge 1.1. Turizmin tarihsel olarak gelişim süreci

| Medeniyetler Dönemi  | Ticaret Dönemi   | Endüstri ve Teknoloji Dönemi  | Turizmin Gelişme Dönemi   | Kitle Turizmi Dönemi  | Turizmin Olgunluk Dönemi   |
|--|--|---|---|---|--|
| M.Ö. 8000-İsa'nın Doğumu   | İsa'nın Doğumu- M.S. 1700  | 1700- 1900  | 1910- 1945  | 1946- 1990  | 1990 ve sonrası  |
| İlk medeniyetlerin ortaya çıkması, etnik, dinsel ve ulusal değerlerin oluşmaya başlaması | Medeniyetlerin ortaya çıkmasıyla ticaretin başlaması, seyahatlerin yalnızca soylular ve ticaret adamları tarafından gerçekleştirilmesi, ticaret kolonilerinin ortaya çıkması | Endüstri Devrimi, feodal yapının çöküşü, teknolojinin ilerleme göstermesi, Grand Tour, grupsal olarak turizminin ilk görülmeye başladığı turlar | Birinci Dünya Savaşı'nın getirdiği teknolojik ilerlemelerin ekonomik buhran yıllarında iyi değerlendirilememesi, ekonomik, politik, sosyal ve yasal güçlerin dengesinin bozulması | Yeni bilim dallarının ortaya çıkışı ve teknolojideki ilerlemeler sonucunda kitle turizminin yoğun olarak yaşanmaya başlanması | 1970 ve 1980'lerde turizm faaliyetlerine yoğun bir katılımın görülmesi, hizmet kalitesine ve alternatif turizm türlerine odaklanılması |

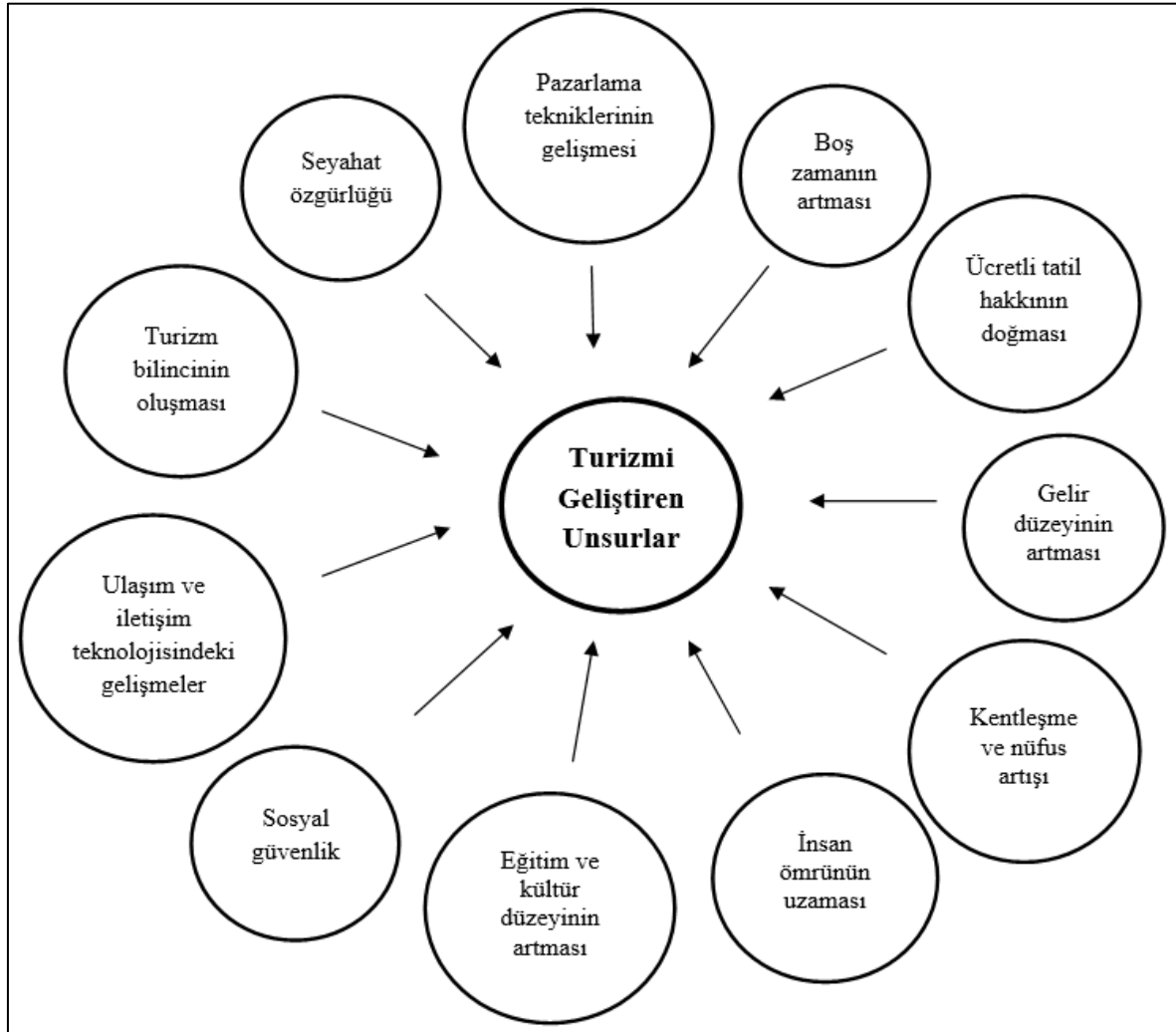
Kaynak: Gartner, W. (1996). Tourism Development. New York: John Wiley and Sons, Inc., 36, Aktaran: Bahçe, 2013.

Turizmin gelişim süreci Bahçe (2013)'e göre ilk seyahat ve turizm hareketliliği Romalıların Döneminde eğlenilen amaçlı gerçekleştirilen turlarla olmuştur. Günümüzdeki paket turların ilk örnekleri olarak kabul edilebilen bu hareketlilikte, bireyler özellikle Mısır'daki piramitleri görmek, Anadolu'daki termal kaynakların şifasından yararlanmak, İtalya'ya, Nil Nehri'ne kültürel yerleri görebilmek için geziler düzenleyerek eğlenilen turlarını ortaya koydukları kabul edilmektedir. Turizm büyük ilerlemelerini ise sanayi devriminden sonra ortaya çıkan teknolojik gelişmeler, boş zamanın artması, ücretli tatil hakkı, gelir düzeyinin artması, seyahat özgürlüğü gibi etmenler sayesinde turizme olan talebi olumlu yönde etkileyerek gelişmesinde büyük bir katkısı olmuştur (Akoğlan ve Maviş, 1998: 6). 21. yüzyıla gelindiğinde ise bireylerin turizme yönelmesine etki eden yeni bir takım gelişmeler yaşanmıştır. Bu gelişmelerin bir kısmı tek başına büyük etkiye sahip iken bir kısmı da diğer faktörlerden etkilenerek turizmin günümüzde geldiği gelişmiş noktaya ulaşmasına neden olmuştur (İnce,2015:66).

### **1.2.3.2. Turizmin gelişmesine etki eden unsurlar**

Turizm talebinin gelişmesi ve artması ile turizm arzında da gelişmeler ve artışlar yaşanmıştır. Özellikle tur organizasyonları düzenleyen işletmeler hem turizm arzını hem de turizm talebini yönlendirerek artış sağlamaktadır. Gelişmiş ülkelerin yanında az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için önemli bir döviz kaynağı olan turizm faaliyeti, yatırımlar ve iyileştirmeler ile geliştirilmek istenen önemli bir sektör haline gelmiştir ( Bahçe,2013:4-5 ).

Bu gelişmelerden hareketle, tarihsel süreç içerisinde turizm sektörü ve turizm hareketliliği gelişmeler göstererek önemli bir ekonomik çevre oluşturmuştur. Turizmi gerçekleştiren bireylerin de bu hareketlilik için ayırdığı bütçesi, zamanı ve imkânları da artmaya devam ettikçe sürekliliği olan önemli bir hizmet sektörü olmaya devam edecektir. Özetle sanayi devrimi sonrası turizm, modern hayatın gelişmesi ile birlikte uluslararası hareketliliğe dönüşmüştür. Şekil 2'de sanayi devrimi sonrasında turizmin gelişmesine ve farklı türlerinin meydana gelmesine neden olan unsurlar yer almıştır. Bu unsurları oluşturan onbir adet madde ile turizm pek çok açıdan değişmiş ve bireylerin taleplerini, turizm hareketine katıldıkları zamanlarını vb. gelişmelerin yaşanması ile birlikte modern çağın en önemli faaliyetlerinden biri haline gelmiştir.



Kaynak: Bahçe,2013, Kozak,2012, Kozak vd.,2011

Şekil 1.2. Turizmin gelişmesine etki eden unsurlar

Şekil 1.2.'de görüldüğü üzere turizmin gelişmesinde etkili olan unsurlar; bireylerin boş zamanının artması, ücretli tatil hakkının doğması, gelir düzeyinin artması, kentleşme ve nüfus artışı, insan ömrünün uzaması, eğitim ve kültür düzeyinin artması, sosyal güvenlik, ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, turizm bilincinin oluşması, seyahat özgürlüğü ve pazarlama tekniklerinin gelişmesi şeklinde sıralanabilir.

### 1.2.3.3. Türkiye'de turizmin gelişimi

Ülkemizde turizm sektörü ve faaliyetlerinin gelişimi ile ilgili ortaya konan çalışmalar incelendiğinde; gelişim sürecinin dönemlere ayrılarak incelendiği görülmektedir. Kalkınma Bakanlığı 1960 yılı öncesi 'Planlı Dönemden Önce' ve 1960 yılından sonra 'Planlı Dönem'

olarak iki temel dönem içerisinde inceleyerek turizmin gelişimi ifade etmiştir (Çeşmeci, 2018: 88).

1960 yılında Devlet Planlama Teşkilatının kurulması turizmin bir sektör olarak ele alınmasına ve kalkınma planlarına dahil edilmesini sağlamıştır (Soyak,2013:10). 1963 yılında başlayan beş yıllık kalkınma planlarının içerisinde geliştirilmesi gereken önemli sektörlerden bir tanesi olarak turizme de yer verilmesi bu anlamda atılan en önemli adımlardan bir tanesidir. Kalkınma Bakanlığının on adet olan beş yıllık kalkınma planları sayesinde 1963 ve 2018 yılları arasında ülkemizde turizmin sosyal, ekonomik, kültürel faydasının artırılabilmesi için kamu sektörü için emredici, özel sektör için yol gösterici bir nitelikte uygulamalar ortaya konmuştur (Soyak,2013:10) .

1963-1980 yılları arasında uygulanan kalkınma planları çerçevesinde ülkemizde turizm açısından ilerlemelerin yeterli düzeyde olmadığı söylenebilmektedir. Bu yıllar arasında çoğunlukla kamu döviz kazanımının artması, ödemeler dengesindeki açığın kapanabilmesi adına çalışmalar yapılmıştır. Özellikle turistik çekim gücü potansiyeli olan Akdeniz ve Güney Ege kıyılarına yatırımlar ve teşvikler artırılarak bu bölgelerin turizm açısından canlanabilmesi için pek çok çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmaların yanı sıra kitle turizminin gelişmesine öncelik verilerek, kitle turizmine uygun tesislerin kurulması için altyapı eksikliklerinin giderilmesi, özel sektöre öncü olabilecek kamu tesislerinin yapılmasına ağırlık verilmiştir.

Türkiye’de esas olarak turizmin gelişimi 1980 yılı ve sonrasında yaşanmıştır. 24 Ocak kararları ile ithal ikameci ticaret politikalarının terk edilip, dışa açık ekonomi anlayışının benimsenmesi ile turizm sektöründe döviz kazanımının, istihdamın ve turist sayısının arttırılabilmesi için önemli çalışmalar yapılmıştır. 1983 yılında kamuya ait konaklama tesislerinin özelleştirilmeye başlanması ile turizm sektöründe kamu işletmecilik yapmak yerine altyapı çalışmaları yapmaya yönelmiştir (Soyak,2013:11). 1985-1989 yıllarını kapsayan Besinci Kalkınma Planında kültürel, kış, sağlık, gençlik turizmi, festival ve diğer alternatif turizm potansiyelinin sürdürülebilir turizm ilkeleri doğrultusunda değerlendirilmesi ve kitle turizminin yanında bireysel turizmin geliştirilmesi politikaları öncelik verilerek, ilk kez alternatif turizm türleri ile ilgili çalışmalar gündeme gelmiştir (Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1985, s.120). Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994), Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000), Sekizinci Beş Yıllık

Kalkınma Planı (2001-2005), Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2007-2013) bahsi geçen yıllar itibari ile yürürlüğe konmuştur. Bu yıllar arasında uygulanan kalkınma planları içerisinde turizme yönelik yaşanan gelişmeler incelendiğinde; genel itibari ile kitle turizmi ile beraber deniz-kum-güneş üçlüsü olarak adlandırılan turizm talebinden çok alternatif turizm türlerine olan talebin yoğunlaşması üzerine bu alana yönelik çalışmalar artmıştır. Ayrıca ülkemizin önemli turizm çekim gücü bölgelerinin gelişmesi, kapasite artırılması, çevreye duyarlı sürdürülebilir turizm faaliyetleri benimsenmesi, hizmetlerde iyileştirilmelerin sağlanması gibi çağa ayak uyduracak şekilde dinamik ve yenilikçi bir turizm sektörü yaratılmaya çalışılmıştır.

Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planına gelindiğinde ise 2014-2018 yıllarını kapsan ve 2023 yılı hedefleri içerisinde olmak ile birlikte gelişimi, yeniliği sağlama amacından farklı olarak; nitelikli insan, güçlü toplum, yenilikçi üretim, istikrarlı yüksek büyüme, yaşanabilir mekânlar, sürdürülebilir çevre, kalkınma için uluslararası işbirliği hedefleri ile gelişimin boyutunu değiştirilmiştir (Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı, 2013). Bu hedefler doğrultusunda sağlık, eğitim, kültür ve sanat, istihdam ve çalışma hayatı, turizm gibi pek çok alanda hedefler belirleyerek bu anlamda çalışmalar gerçekleştirilmiştir.

Turizm özelinde incelendiğinde ise nitelikli işgücü, tesis ve hizmet kalitesiyle uluslararası bir marka haline gelmesi; daha üst gelir grubuna hitap edecek şekilde turizm ürün ve hizmetlerinin çeşitlendirilmesi ve iyileştirilmesi; turizm değer zincirinin her bileşeninde kalitenin artırılması ve sürdürülebilirlik ilkesi çerçevesinde bölgesel kalkınmada öncü bir sektör haline gelmesi temel amaç olarak belirlenmiştir. Bu amaçları gerçekleştirmek için belirlenen politikalar incelendiğinde (Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı, 2013: 130-131) ;

- Sağlık turizmi başta olmak üzere, kongre turizmi, kış turizmi, kruvaziyer turizmi, golf turizmi ve kültür turizmine ilişkin altyapı eksiklikleri tamamlanarak pazarın çeşitlendirilmesi sağlanacak ve alternatif turizm türlerinin gelişimi desteklenecektir.
- Turizm türleri bütüncül bir şekilde ele alınarak “Varış Noktası Yönetimi” kapsamında yeni projeler hayata geçirilecektir.
- Pazardaki ve müşteri profilindeki gelişmeler sürekli izlenerek dış tanıtım faaliyetleri etkinleştirilecektir.
- Turizm hareketlerinin yoğunlaştığı bölgelerde yerel yönetimlerin, STK’ların ve halkın turizmle ilgili kararlara katılımı artırılabilecektir.

- Turizm sektöründe işgücü kalitesi artırılarak, nitelikli turizm personeliyle turiste daha yüksek standartlarda hizmet sunumuna önem verilecektir.
- Çevreye duyarlı ve sorumlu turizm anlayışı kapsamında sürdürülebilir turizm uygulamaları geliştirilecek, turizmin sosyo-kültürel ve çevresel olumsuzlukları azaltılacaktır şeklinde politikalar belirlenmiştir.

Günümüzde ülkemizin turizm sektörü ve uluslararası turizmdeki yeri ve konumunu incelemek, beş yıllık kalkınma planları ve hedeflerinin geldiği son noktanın durumunu ve hedefe ulaşılma başarısının anlaşılması açısından gerekli bir adım olacaktır. Çizelge 1.2’de 2014 – 2018 yılları arasında Kültür ve Turizm Bakanlığının yayımladığı ‘Genel Turizm İstatistikleri’ raporundan yararlanılarak oluşturulmuştur.

Çizelge 1.2. Yıllar itibari ile toplam turizm istatistikleri (2014-2018)

| Yıllar | Turizm Geliri<br>(000 \$) | Ziyaretçi Sayısı | Kişi Başı<br>Ortalama<br>Harcama (\$) | Ortalama<br>Geceleme<br>Sayısı |
|--------|---------------------------|------------------|---------------------------------------|--------------------------------|
| 2014   | 34 305 904                | 41 627 246       | 828                                   | 2,75                           |
| 2015   | 31 464 777                | 41 114 069       | 756                                   | 2,61                           |
| 2016   | 22 107 440                | 30 906 680       | 705                                   | 2,60                           |
| 2017   | 26 283 656                | 37 969 824       | 681                                   | 2,25                           |
| 2018   | 29 512 926                | 46 112 592       | 647                                   | 2,65                           |

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım İşletmeleri Genel Müdürlüğü, 2018 Genel Turizm İstatistikleri

Çizelge’de görüldüğü üzere 2014 yılı ile 2018 yılları arasında toplam yerli ve yabancı turist sayısında önemli bir miktarda artış olmuştur. Ülkemizde 2015 yılında yaşanan olumsuz gelişmelerin, 2016 yılındaki turist sayısına olumsuz bir şekilde yansımaya rağmen devam eden yıllarda turist sayısı artmış hatta 2018 yılındaki turist sayısı bugüne kadarki en yüksek sayı olduğu görülmektedir. Bu gelişmelerin yanı sıra turizmden elde edilen gelir miktarı incelendiğinde 2018 yılı itibari ile 29 milyar dolardan fazla döviz gelirin sağlanması ile turizm sektörü büyük bir öneme sahiptir. 2016 - 2018 yıllarında ülkemize ziyaretçi gönderen ilk 5 ülke aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı 2018 Genel Turizm İstatistikleri, 2018:3).



Çizelge 1.3. 2016-2018 yılları Ocak-Aralık aylarında ülkemize gelen yabancı ziyaretçilerin milliyetlere göre dağılımı (İlk 5)

| Ülkeler        | 2016      | Ülkeler        | 2017      | Ülkeler        | 2018      |
|----------------|-----------|----------------|-----------|----------------|-----------|
| 1. Almanya     | 3.890.074 | 1. Rusya       | 4.715.438 | 1. Rusya       | 5.964.613 |
| 2. Gürcistan   | 2.206.266 | 2. Almanya     | 3.584.653 | 2. Almanya     | 4.512.360 |
| 3. Bulgaristan | 1.690.766 | 3. İran        | 2.501.948 | 3. Bulgaristan | 2.386.885 |
| 4. İran        | 1.665.160 | 4. Gürcistan   | 2.438.730 | 4. İngiltere   | 2.254.871 |
| 5. Rusya       | 866.256   | 5. Bulgaristan | 1.852.867 | 5. Gürcistan   | 2.069.392 |

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2017, 2018 Bülteni.

2016 ile 2018 yılları arasında Aralık ayı ile Ocak ayları arasındaki ülkemize en çok ziyaretçi gönderen ilk beş ülke incelendiğinde 2016 yılında ilk sırada Almanya iken 2017 ve 2018 yılında Rusya olmuştur. 2016 yılında ikinci sırada Gürcistan, 2017 ve 2018 yılında ikinci sırada Almanya yer almıştır.

Uluslararası turizm açısından ülkemizin konumuna değinmek de yerinde olacaktır. Yukarıda bahsedildiği üzere ülkemiz turizm sektöründe gelişim gösteren ve yıllar itibari ile turist sayısı ve gelirinde önemli kazanımları ve gelişmeleri olan önemli bir ülke konumundadır. Özellikle 2018 yılında Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)'nün yayınladığı raporda da açıkça ortaya konmuştur. DTÖ'nün 2018 yılı turizm raporuna göre 'Dünyanın En İyi 10 Turizm Destinasyonları' sıralaması aşağıdaki çizelgede gösterilmiştir.

Çizelge 1.4. Uluslararası turist varışları 2017 (Milyon Kişi)

| Ülke         | Kişi (Milyon) | Değişim (%) |
|--------------|---------------|-------------|
| 1. Fransa    | 86.9          | 5.1         |
| 2. İspanya   | 81.8          | 8.6         |
| 3. ABD       | 76.9          | 0.7         |
| 4. Çin       | 60.7          | 2.5         |
| 5. İtalya    | 58.3          | 11.2        |
| 6. Meksika   | 39.3          | 12.0        |
| 7. İngiltere | 37.7          | 5.1         |
| 8. Türkiye   | 37.6          | 24.1        |
| 9. Almanya   | 37.5          | 5.2         |
| 10. Tayland  | 35.4          | 8.6         |

Kaynak: UNWTO, (2019), "2018 Tourism Highlights", www.e-unwto.org

Çizelge 1.4'te DTÖ'nün dünya turist sayısının ilk on ülkeye göre sıralaması gösterilmiştir. Ülkemizin bir önceki yıla göre %24.1'lik bir artış ile 37.6 milyon ziyaretçiyi ağırlaması ile dünya sıralamasında 8. sırada olduğu görülmektedir. Bu verilerden de anlaşılacağı üzere ülkemiz dünya turizm endüstrisi içerisinde önemli bir yere sahiptir. Her geçen yıl ağırladığı ziyaretçi sayısının artması ile de bu sıralamada yükseleceği öngörülmektedir. Bu sayede ülkemize önemli bir döviz kaynağı olan turizm sektörünün gelişmesi ve belirlenen hedeflere ulaşması ekonomik, sosyal, kültürel anlamda gelişmesine ve ülkemizin köklü tarihi ve özgün değerlerinin tanıtılmasının artması anlamına geldiği söylenebilmektedir. Ancak Çizelge 1.5'te yer alan verilere göre ülkemiz uluslararası turizm gelirinin ilk on ülke sıralamasında yer almamaktadır. Turist sayısı sıralamasında ilk on ülke içerisinde yer alıyor olmasına rağmen ülkemizin gelir sıralamasında ilk ona girememesinin pek çok sebebi bulunmakla birlikte farklı çalışmaların konusu olabilecek özelliği sahiptir. Bu bölümün amacı turizmin gelişmesi ve ilerleyişinin ortaya konması amaçlandığından, ülkemizin bu sıralamada yer alabilmesi için gerekli çalışmaların yapılması ve gerek tanıtım gerekse işletmelerin pazarlama ve fiyat politikalarında düzenlemeler veya yenilikler yapması gerekliliği söylenebilmektedir.

Çizelge 1.5. Uluslararası Turizm Geliri 2017 ( Milyar \$)

| Ülke             | Gelir ( Milyar \$ ) |
|------------------|---------------------|
| 1.ABD            | 210.7               |
| 2. İspanya       | 68.0                |
| 3. Fransa        | 60.7                |
| 4. Tayland       | 57.5                |
| 5. İngiltere     | 51.2                |
| 6. İtalya        | 44.2                |
| 7. Avustralya    | 41.7                |
| 8. Almanya       | 39.8                |
| 9. Macao ( Çin ) | 35.6                |
| 10. Japonya      | 34.1                |

Kaynak: UNWTO, (2019), "2018 Tourism Highlights", [www.e-unwto.org](http://www.e-unwto.org)

Ülkemizin turizm açısından gelişimi özetlenecek olursa 1960'lı yıllarda özellikle kitle turizmine yönelik çalışmalar ve politikalar izlenmekte iken 1980'li yıllar ve sonrasında ise kitle turizminin yanında bireysel turizm türleri ve alternatif turizm türleri için pek çok çaba ortaya konmuştur. Ülkemizin turizm potansiyelinin yüksek olması ve doğası, tarihi, şehirleri ile köklü bir yapıya sahip olması hem yerli ziyaretçilerin hem de yabancı

ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir. Günümüzde ise çağın en büyük dinamiklerinden biri olan iletişim, ulaşım ve teknolojik alanlarda yaşanan hızlı ve yenilikçi gelişmelere de ayak uydurarak işletmeler ile birlikte yetkililerin de bu perspektiften hareket etmesi ile daha çok ziyaretçinin gelmesine ve ülkemizin turizm sektörünün çok daha iyi noktalara gelebilmesine katkıda bulunacağı söylenebilmektedir.

#### **1.2.4. Küreselleşmenin Uluslararası Turizme Etkisi**

Küreselleşme kavramının geçmişi 1940'lı yıllara kadar dayanmaktadır. Ancak ekonomik ve finans alanına olan etkileri 1980'li yıllarda gündeme gelmiş, 1990'lı yıllarda disiplinler arası bir özellik kazanarak pek çok alanda ele alınan bir kavram olmuştur (Buluk ve Özkök, 2016: 40). Küreselleşme, 21. yüzyıl itibari ile ülkeler arasında coğrafi sınırların ortadan kalkıp ulusal ve uluslararası mesafe kavramının anlamını yitirmesi; teknolojinin, ulaşım ve iletişim araçlarının gelişmesi, ülkeler arasında siyasi, ekonomik, sosyal, kültürel, yasal yakınlaşmaların artması sonucu meydana gelen ilişkiler bütünü olarak adlandırılabilir (Robertson, 1992, Beck, 2000, Stiglitz, 2002).

Küreselleşmenin ivme kazanmasında en önemli paya sahip olan faktörler arasında teknolojik gelişmelerle birlikte ülke ekonomilerinin hızla gelişmeler göstermesi sıralanabilir. Yaşanılan bu hızlı ve dinamik gelişim ortamı içerisinde sektörler ve işletmeler önemli ölçüde etkilenmektedir. Turizm sektörü de aynı ölçüde yaşanan değişimlerden etkilenmekte ve değişime zorlanmaktadır. Özellikle 20. yüzyılın sonlarında bilgisayar teknolojisindeki yenilikler ve internetin yaygınlaşmaya başlaması ile işletmelerin mevcut sistemlerinde büyük değişimlere gitmelerine neden olmuştur (Buluk ve Özkök, 2016: 40). Günümüzde her geçen gün iletişim, ulaşım, teknoloji alanında yeni uygulamalar ortaya konduğu düşünüldüğünde turizmin de bu uygulamalara uyum sağlaması gerektiği düşünülmektedir. Bu sayede geniş kitlelere ulaşabilme imkânı elde eden işletmeler, sahip oldukları turistik çekim özelliklerini tanıtabilecekleri sanal bir ortam elde etmişlerdir. Artan rekabet ortamı ve müşteri odaklı pazarlama yöntemleri ile birlikte standart fiyatlandırma yerine müşterilerin istekleri doğrultusunda değişken özellikte olan bir turizm sektörü meydana gelmiştir.

Yalnızca teknolojik ve iletişimsel yenilikler değil, ülkeler arasında sınır formalitelerinin ortadan kalkmaya başlaması turistlerin uluslararası turizm hareketine daha çok katılmasına

neden olmuştur (Çeken vd., 2009:30). Küreselleşme yukarıda bahsedilen gelişmeler ile hem turizmin arz yönünü hem de talep yönünü etkilediği söylenebilmektedir. Temel olarak küreselleşmenin uluslararası turizme olan etkilerini ekonomik, sosyo-kültürel, çevresel, siyasi ve yasal etkileri şeklinde detaylıca incelemek gerekmektedir.

### Ekonomik etkileri

Küreselleşmenin tüm dünyada ekonomik olarak etkileri incelendiğinde mal ve hizmetlerin, uluslararası sermaye ve yatırım hareketliliğinin, iletişim araçlarının, ulaşımın, teknolojik ilerlemelerin tüm dünyaya yayılması ve gelişmesine yardımcı olmuştur. Burada tüm sektör ve işletmeler etkilenmekte ve bu değişimlere uyum sağlamaya çalışmaktadır. Uluslararası turizm de doğrudan ve/veya dolaylı olarak etkilenmektedir. Gelişmeye başlayan ekonomiler ile birlikte bireylerin gelir seviyeleri yükselmiş, ücretli izin hakları olmuş, boş zamanları artış göstermiştir. Alım güçleri artan bireyler turizm hareketine daha fazla katılım sağlayarak ulusal ve uluslararası turizmin büyümesine katkıda bulunmuştur. Aşağıda yer alan Çizelge’de yıllar itibari ile dünya turist sayıları verilerek, somut bir şekilde küreselleşmenin etkili olmaya başladığı yıllardan itibaren turist sayılarının da aynı doğrultuda arttığı göstermeye çalışılmıştır.

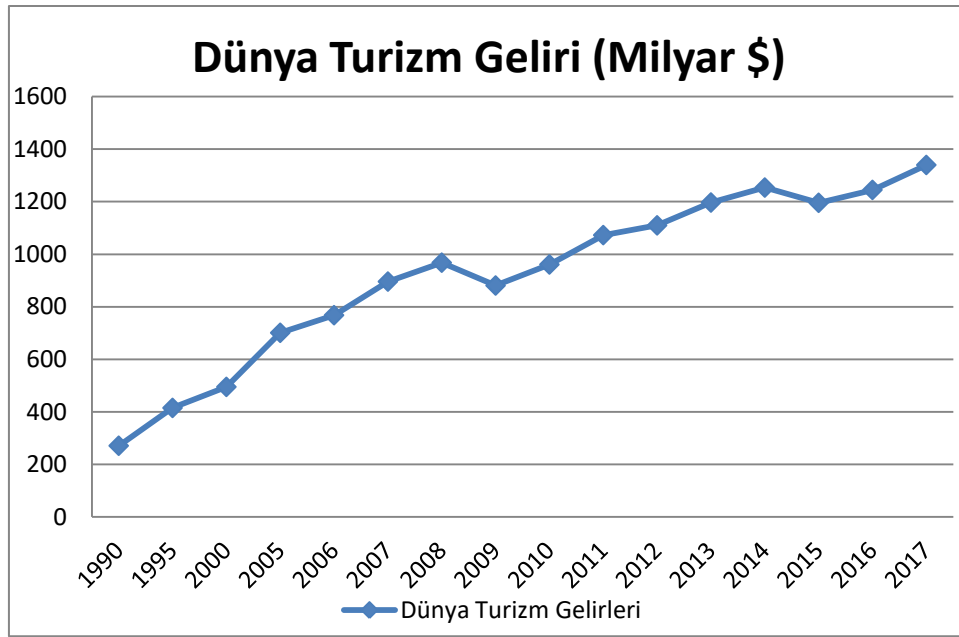
Çizelge 1.6. Dünya turist varışları

| Yıllar | Turist Sayısı (Milyon Kişi) | Yıllar | Turist Sayısı (Milyon Kişi) |
|--------|-----------------------------|--------|-----------------------------|
| 1950   | 25.3                        | 2011   | 980                         |
| 1960   | 69.3                        | 2012   | 1,035                       |
| 1970   | 165.8                       | 2013   | 1,094                       |
| 1980   | 278.1                       | 2014   | 1,138                       |
| 1990   | 437.8                       | 2015   | 1,189                       |
| 2000   | 686.7                       | 2016   | 1,240                       |
| 2005   | 806.8                       | 2017   | 1,322                       |
| 2010   | 949                         | 2018   | 1,400                       |

Kaynak: UNWTO, (2019), “Tourism Highlights”, [www.e-unwto.org](http://www.e-unwto.org)

Çizelge 1.6’da DTÖ’nün verilerine göre 1950 – 2018 yılları arasındaki dünya turist sayıları verilmiştir. Çizelge’de görüldüğü üzere yıllar itibari ile turist sayılarında artış olmuştur. Özellikle 2012 yılı itibari ile yılda bir trilyondan fazla turist turizm hareketine katılım

sağlamıştır. Bu yıldan itibaren dünyada küreselleşme ve gelişmelerin hızla ilerlediği varsayımından hareketle bireylerin turizmi bir alışkanlık, rutin haline getirdiği ve turistik seyahatlerin çeşitliliğinin artması ile bu sayı DTÖ'ne göre 2030 yılında 1,8 milyar turist sayısına ulaşacağı düşünülmektedir. Turist sayısında yaşanan bu artış sayesinde ülkelere sağladığı ekonomik gelir de doğru orantılı olarak artış göstermiştir. Şekil 3'de Dünya Turizm Gelirlerine yer verilmiştir.



Kaynak: UNWTO, (2019), "Tourism Highlights", www.e-unwto.org

Şekil 1.3. Dünya turizm gelirleri

Şekil 1.3'de görüldüğü üzere 1990 yılından 2017 yılına kadar turizm gelir miktarı önemli bir gelişim göstermiştir. 1990 yılında 271 milyar dolar olan turizm geliri, 2008 yılına kadar artış göstererek 2008 yılında 968 milyar dolara ulaşmıştır. Ancak 2009 yılında etkisini gösteren ekonomik kriz turizme de yansıyorak turizm gelirini 881 milyar dolara geriletmiştir. Bu yıldan sonra krizin etkisini kaybetmesi ve ülke ekonomileri ile birlikte turizmin de iyileşmeye başlaması ile turizm gelirleri artış göstermeye başlamıştır. 2017 yılı itibari ile turizm gelirin 1, 340 milyar dolara ulaşması dünya ekonomisi içerisinde turizmin önemli bir yere sahip olmasına ve turizm sektörünün de çekiciliğinin büyüklüğünü ortaya koymaktadır. Uluslararası turizmin yukarıda yıllar itibari ile ifade edilen gelişiminde ülke ekonomilerine büyük katkısı ile birlikte önemli döviz getirisi olması bakımından da az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için önemli bir gelir

kaynağıdır. Bu nedenle doğal turistik çekim gücüne sahip olan ülkeler bu anlamda kendini geliştirmeye ve kendilerini dünyaya tanıtarak turist çekmeye gayret etmektedir.

### Sosyo-kültürel etkileri

Küreselleşmenin yaygınlaşması ile ülkelerin kültürel, sosyal, tarihi ve etnik yapısında değişimlere neden olmuştur. Yaşanılan ekonomik, teknolojik gelişmeler ile küresel pazarlama yöntemlerinin yaygınlaşmasına ve bu sayede tüm dünyaya tanıtılan destinasyonların dünyanın her yerinden ziyaretçi kabul etmesine neden olmuştur. Özellikle günümüzde internet ve sosyal medya aracılığı ile popüler destinasyonlar ve işletmeler tanıtılarak bu destinasyonlara ilgi çekilmeye çalışılmaktadır. Bu sayede büyüyen hedef kitleleri ve değişen talep koşullarına cevap verebilmek için işletmeler mevcut durumlarında değişiklikler ve yenilikler yapmaktadır. Böylelikle turizm hareketliliği artarken bir taraftan da yenilenmiş ve çağa ayak uydurmaya başlamıştır.

Küreselleşmenin bir etkisi olan yoğun iş hayatı ve bireylerde yarattığı yorulmuşluk ve monotonluk hissi, bireyleri uluslararası turizme yönelmelerine neden olmuştur. Kargaşa ve gürültüden uzaklaşmak, azalan insan ilişkilerinin özlemini küçük samimi yerlerde aramak, doğa özlemi ile kırsal alanlara yönelmek içgüdüleri ile bireyler kendilerini kısa bir süreliğine de olsa sürekli maruz kalınlardan farklı olan ve onlara iyi gelebilecek yerleri tercih etmeye başlamıştır (Çeken vd., 2009: 31). Bireylerin bu eğilimleri ile pek çok turizm bölgesinde hareketlenmelere ve kitle turizmi yerine alternatif turizm türlerinin gelişmesine neden olmuştur.

Son yıllarda homojen kültürleşme yaratılmaya çalışılması, bireylerde turizmin bir zorunluluk, mecburiyet olarak algılamalarına neden olmuştur. Küresel işletmeler tarafından küresel olarak benzer bir kültür ve tüketim alışkanlığı yaratılmaya çalışılmaktadır. Yaratılan bu kültürel homojenleşme küresel moda, küresel hayat tarzı, küresel değer yargıları, küresel alışveriş alışkanlıkları yaratarak bireylerin benzer istekler etrafında toplanmasını sağlamak amacı içerisindedir (Çeken vd., 2009:31). Turizmin öznesi olan bireylerin bu sürece önemli ölçüde yön verdiği söylenebilmektedir. Bireylerin gittikleri yerlerde kültürel etkileşim gerçekleştirirken, kendi kültürlerini yayarak değişimlere neden olmaktadır. Bunun neticesinde de yerel değerlerin varlığına ve toplumsal özelliklere büyük bir etki yaratılmış olur. Küresel süreç içerisinde yaratılmaya çalışılan bu kültürel

homojenleşme ile birlikte yeni kültürler, tarihi zenginlikler tanıma fırsatı bulan bireylerin zamanla özgün kültürel öğeleri olan yerlerin geleceğinin belirsiz olmasına ve gelecekte kültür turizmi gibi özgün turizm türlerinin varlığının tehlikede olmasına neden olmaktadır.

### Siyasi ve yasal etkileri

Küreselleşme süreci içerisinde en önemli gelişmelerden bir tanesi de ülkeler ve devletler arasında yaşanan siyasi ve yasal düzenlemelerdir. Ülkeler ve hükümetler arasında gerçekleştirilen antlaşmalar ve ilişkiler turizme büyük etkisi olmaktadır. Örneğin vize alımında bireylerin zorluk yaşamadan alabilmelerinin sağlanması, gümrük uygulamalarında kolaylıklar gibi hem ülkelere yabancı yatırımların önünde engel olmamasına hem de turist ve ziyaretçiler için çekim gücü elde edilmesine neden olmaktadır. Özellikle küreselleşme ile pek çok uluslararası anlaşmalar ve protokoller imzalanarak yasal engeller ortadan kaldırılmaya çalışılmaktadır. Bu sayede gelişmekte olan ve gelişmemiş ülkelerde de yabancı sermaye yatırımlarının artmasına ve turistik alanlarının canlanmasına yardım etmektedir. Bunun aksine ülkeler arasında yaşanan gergin ve ülkelerdeki karmaşık ortamların mevcut olması öncelikle o ülkelere gidecek olan yabancı turist sayısını etkilemektedir. Bu nedenle ülkelerdeki huzur ortamının durumu turistler açısından büyük öneme sahiptir. Bireyler kendilerinin güvende hissetmedikleri yerleri tercih etmeyeceğinden hükümetler huzur ve güven ortamını zedeleyecek olayların yaşanmamasına ve ülke imajının zedelenmemesine dikkat etmektedir. Çünkü günümüzde uluslararası turizmin en önemli itici güçlerinden bir tanesi olan ülkelerin huzur ve güven ortamı ayrıca yasal engellerinin olmaması uluslararası turizmin gelişmesi için önemli bir faktördür.

### Çevresel etkileri

Küreselleşmenin uluslararası turizme olan çevresel etkisi incelendiğinde, doğa ve çevre ile birebir etkileşim içerisinde olan turizm faaliyeti yaşanabilecek tüm çevresel olaylar ve olumsuzluklardan en çok etkilenecek alanlardan bir tanesi olduğundan küreselleşme ile birlikte artan nüfus ve artan çevre kirliliği turizm faaliyetini olumsuz etkilemeye başlamıştır. Özellikle kıyı sahilleri ile turistik alanları fazla olan destinasyonların temizlenmemesi ve korunmaması, doğal yaşam alanlarının tahrip edilerek kentleşme ve betonlaşmanın yaygınlaşması, hava kirliliğinin artması, küresel ısınmanın etkisi ile

yaşanan çevresel bozukluklar gibi olumsuz çevresel olaylar turizme olumsuz etkisi vardır. Ayrıca ülkelerin yatırım teşvikleri ile artan konaklama işletmeleri ve yaratılmaya çalışılan turizm bölgeleri kırsal alanların tahrip edilmesine, doğal yaşam alanlarının hızla yok olmasına neden olmaktadır (İnce, 2015: 89). Ancak son yıllarda sürdürülebilir gelişim ve çevre için pek çok işletme, dernek hatta ülkeler bu olumsuz çevresel sorunların önüne geçebilmek için önlemler almaya başlamıştır. Alternatif turizm türleri ortaya çıkarak çevrenin korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için adımlar atılmaktadır. Çünkü doğal kaynaklar sınırsız ve kolay yenilenebilen özellikte değildir. Bu nedenle turizm faaliyetinin devamlılığı ve iyiliği için ülkeler ve işletmeler mevcut yapı ve sistemlerinde değişikliklere gitmeye başladığı görülmektedir. Dünyada ve ülkemizde çevre ve sürdürülebilirlik duyarlılığı olan, çevre korumasını amaçlayan Mavi Bayrak (Blue Flag), Yeşil Yıldız, Beyaz Yıldız, Yeşil Anahtar gibi uygulamalarla turizm işletmelerinin çevreye verdikleri olumsuz etkileri minimize etmeyi amaçlayan uygulamalar ile bilinçlenerek gelişim ve ilerlemeler sağlanmaya çalışılmaktadır (Buluk ve Özkök, 2016: 45). Bu sayede uluslararası turizm için çevresel kayıplara neden olabilecek sorunların işletme kaynaklı olanlarının önüne geçilmek için önemli adımlar atılmıştır.

Turizm faaliyetlerinde çevreye duyarlılık farklı açılardan ele alınarak gerçekleştirilmektedir. Bunlardan bir tanesi işletmelerin bünyelerinde yenilenebilir enerji kaynak kullanımı, atıkların ayrıştırılarak geri dönüşümlerini sağlamak, suyu israf etmeden bilinçli kullanmak, kıyıların ve denizin kirlenmemesi için atıkları arıtmak için geliştirilen teknolojilerden faydalanmak gibi işletmelerin bünyelerinde gerçekleştirecekleri önlemlerle çevreyi korumaya çalışmaktadır. Bir diğer önlem ise son yıllarda gündeme gelen alternatif turizm ve sürdürülebilir turizm türleridir. Bu turizm türlerinde ortaya konmaya çalışılan asıl hedef planlı bir turizm sektörü ortamı ve gelecekte de aynı koşullara sahip turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilebilecek olmasıdır. Doğa dostu olan bu turizm türleri ile yeni yatırımlar yapmak yerine doğada var olan kaynakların bozulmasına fırsat vermeden bu kaynakları kullanmaya yönelik turizm ürünleri oluşturmaktadır (Tavmergen, 1998).

### **1.3. Alternatif Turizm**

1990'lı yıllarda hız kazanan ve günümüzde de etkili olan modernleşme ve küreselleşmenin etkileri ile birlikte ekonomilerin gelişmesi, bireylerin gelir seviyelerinin yükselmesi, boş zamanların artması, gençlerin sosyal faaliyetlere daha fazla katılması, eğitim seviyesinin



artması, yoğun iş hayatının bireylerde farklı psikolojik etkiler yaratması, değişen tüketim alışkanlıkları gibi pek çok değişimler meydana gelmiştir. Bunun yanında ulaşım, iletişim ve teknoloji alanında yaşanan ilerlemeler ile insan hayatının kolaylaşmasını sağlaması olumlu gelişmeler olarak sayılabilirken, bu gelişmeler aynı zamanda pek çok olumsuz etkilere de neden olmaktadır (Bahçe, 2013: 9). Tıpkı saygıdeğer yazarımız Hüseyin Rahmi Gürpınar'ın dediği gibi ‘‘ *Uygarlık, doğa ile insanın arasını açmıştır*’’. Çünkü gelişen insanoğlu doğaya karşı daha acımasız ve zarar verici olmaya başlamıştır.

Özellikle son yılların en çok dikkat çeken konularından bir tanesi çevre problemleri ve doğaya verilen zararların boyutudur. İnsanoğlu doğal kaynakları sınırsız ve hiç bitmeyecekmiş gibi tüketmesi ve tüketilen kaynakların bilinçsizce kullanılması üzerine pek çok arazi, kaynak ve canlıya zarar vermiştir. Bu nedenle son yıllarda bu gidişatın önüne geçilebilmesi ve zarara uğrayan alanların iyileştirilmesi için ülkeler ve çevre dostu topluluklar bir takım çalışmalar gerçekleştirmeye başlamıştır. Böylelikle her sektör ve işletmeye mevcut yapılarını revize ederek doğaya ve canlılara zarar vermeyecek şekilde hareket etmeleri için bilinçlenmelerinin gerekliliği anlatılmaya çalışılmaktadır. Çünkü gelecekte benzer ve adil koşullara sahip nesillerin olabilmesi ve doğa ile olan bağımızın kopmaması için bu adımların atılması ve önlemlerin alınması gerekmektedir. Bu nedenle doğa ile birebir bağlantısı olan sektörlerden biri olan turizm de modernleşme ve kitle turizminin neden olduğu doğal yıkımlar nedeniyle alternatif çözümler aranmaya başlanmıştır. Böylelikle turizm araştırmacıları ve pek çok akademisyen bu anlamda ortaya konabilecek çözüm önerileri araştırmaya ve alternatif turizm kavramını incelemeye başlamışlardır.

Alternatif turizmin ilk kez, çevresel sorunların ortaya koyduğu olumsuz yansımalar, kitle turizminin üretim ve satış odaklı agresif pazarlama yöntemleri kullanmasının aksine tüketici odaklı yeni yaklaşımlar arayışı, bireylerin doğa ile iç içe olabilecekleri bireysel turizm türlerine yönelme eğilimleri gibi nedenler sonucunda gündeme gelmiştir (Kozak, Evren ve Çakır, 2013: 17). Albayrak'a göre (2013:32-38), alternatif turizmin ortaya çıkmasındaki temel amaç; bireylerin gün geçtikçe seyahatlerini planlarken farklı beklentiler içerisinde olmaları ve bu beklentilerini karşılayabilmek için ülkelerin, işletmelerin potansiyel turizm kaynaklarını daha iyi kullanmalarına ve bu anlamda kazanılan ekonomik, sosyal ve kültürel kazancın da artması olarak ifade etmektedir.

Turizm faaliyetlerinde çeşitlendirilme düşüncelerinin gündeme gelmesi ile alternatif turizm türlerinin oluşmasına, yeni turizm destinasyonlarının yaratılmasına, çoğunlukla kıyı bölgelerinde yürütülen turizm faaliyetlerinin iç bölgelerde yer alan kasabalara, köylere kaymasına neden olmuştur. Özellikle yeni turistik destinasyonların oluşması ve tanınmasına, yeni kültürel değerlerin öğrenilme imkânının doğması ve bilinmeyen doğal güzelliklerinin keşfedilmesine imkân tanırken aynı zamanda yerel halkın istihdam alanlarının artmasına, kendi ürettikleri ürünlerini satabilecekleri daha fazla tüketicilere ulaşma imkanını da yaratmış oldu.

Alan yazınları incelendiğinde Alternatif Turizm ile ilgili pek çok tanımlama yapıldığı görülmüştür. Bu tanımların çoğunlukla vurgu yaptığı nokta ise Alternatif Turizmin kitle turizmine alternatif olarak ortaya çıktığı şeklinde olmuştur. Çünkü kitle turizminin neden olduğu çevresel yıkımlar, kültürel kaynaklara verdiği zararlar, turizm faaliyetlerinden elde edilen gelirin yalnızca kıyı bölgelerinde yoğunlaşması gibi etkenlerin önüne geçilebilmesi için alternatif çözümlerin aranması ile bu turizm türü ortaya çıktığı ifade edilmiştir. Alternatif turizm, genel olarak “yerel halk ve ziyaretçilerin olumlu yönde etkileşim içerisinde olmasını ve tecrübelerini paylaşmalarına imkân sağlayan doğal, sosyal ve toplumsal değerlerle uyumlu turizm formları ” olarak tanımlanabilmektedir (Eadington ve Smith 1992:3, Aktaran: Baytok vd., 2017: 5). Bununla birlikte farklı toplulukların üyeleri arasında adil bir seyahat şekli süreci sunan alternatif turizm, katılımcılar arasında karşılıklı anlayış, dayanışma ve eşitlik sağlamayı amaçlamaktadır ( Holden,1984:15 ).

Küresel Alternatif Turizm Ağına (Global Alternative Tourism Network) göre Alternatif Turizm, doğaya ve kültüre saygılı bir turizm türü olarak görülmektedir ve aşağıdaki gibi yararlı sonuçlara neden olmaktadır (<http://ymcatourism.org> , 2019):

- Çevreyi koruyan ve geliştiren sürdürülebilir bir turizm geliştirme,
- Fosil yakıtların kullanımını sınırlamak ve toplumun kaynaklarını korumak,
- Kadınların ve çocukların korunması,
- İşçi haklarının korunması,
- Birbirlerinin sosyo-kültürel gerçeklerini daha fazla anlayıp saygı göstererek, ziyaretçiler ile ziyaret edenler arasındaki etkileşimin doğru insanlara ulaşmasını sağlamak,

- Yerel yaşam alanlarını ve vahşi yaşamı keşfederken ziyaretçinin geleneksel kültürleri, gelenekleri ve bilgeliği takdir etmesini, kutlamasını ve saygı duymasını sağlamak,
- Kaynaklarını, işbirliğine dayalı karar vermeyi ve yerel kapasiteyi geliştirmek, korumak ve sürdürmek için topluluk sahipliğinin sağlanabilmesi,
- Yöre halkına sağladığı ekonomik faydalar sayesinde yaşam kalitelerinin arttırması olarak sıralanabilir.

Alternatif turizmin sağlamaya çalıştığı ortam ve koşullar incelendiğinde kitle turizm faaliyetleri ile zıt özelliklere sahip oldukları görülmektedir. Çizelge 1.7’de kitle turizmi ile alternatif turizm arasındaki farklar açık bir şekilde sıralanmıştır.

Çizelge 1.7. Alternatif turizm ve kitle turizm farkları

| Alternatif Turizm  | Kitle Turizmi  |
|--|--|
| Taşıma kapasitelerini dikkate alır.  | Taşıma kapasitelerinin sınırlarını zorlar.   |
| Mekân ve zaman açısından yayılma ve esneklik vardır.                             | Belirli mekân ve zamana yoğunlaşır.  |
| Yavaş ve sürdürülebilir gelişim niteliğindedir.                                  | Gelişimi hızlı ve tüketim yönlüdür.  |
| Turistik işletmeler, küçük ölçekli ve yerel girişimcilere öncelik verilir.       | Turistik işletmeler büyük ölçekli ve uluslararası standartlara uygundur.           |
| Her bölgede geliştirilme özelliğine sahiptir.                                    | Genellikle kıyılarda yoğunlaşır.   |
| Özgün ve yerel mimariyi dikkate alan anlayış hâkimdir.                           | Yerel mimariye zarar veren, genel bir mimari anlayışı hâkimdir.                    |
| Yerel halk ve turist arasındaki etkileşim ve iletişim uyumlu ve yoğundur.        | Yerel halkla etkileşime olanak sağlamaz ve bölge ekonomisine katkısı çok düşüktür. |
| Küçük ölçekli uzman tur operatörlerinin ve seyahat acentelerinin kontrolündedir. | Büyük sermayelerin yönettiği büyük tur operatörlerine bağımlıdır.                  |
| Geleneksel, yerel ve özgün ürünlerin korunmasına ve üretimine değer verir.       | Yerel ürünlerden ziyade küresel standartlara bağlı ürün ve hizmetler ağırlıklıdır. |
| Gelişim, planlı ve yerel politikalara dayalıdır.                                 | Gelişim, büyük sermayelerin arzuladığı ölçek ekonomilerine dayalıdır.              |

Kaynak: '' Alternatif Turizm'', Bahçe, 2013:13.

Alternatif turizm ile kitle turizmin arasındaki farklılıklara yer verilen Çizelge 1.7’de, bu iki turizm türünün birbiri ile zıt yapıda olduklarını açıkça belirtmiştir. Temel farklılıklar dikkate alındığında hem mekânsal olarak hem de yıl içerisinde yayılma özelliği olan alternatif turizme karşılık, kitle turizmi yılın belirli zamanlarında belirli mekânlara yoğunlaşmaktadır. Yerel halka ve değerlerine önem veren alternatif turizm öncelik olarak yerelin gelişmesini ve kazanmasına yönelik çalışmalar yapmaktadır. Bu nedenle alternatif turizm faaliyetleri özellikle yerel ve küçük ölçekli, turizm değeri yüksek olan, özgün yapısını koruyarak gelişebilecek bölgeler için önemli bir faaliyettir.

#### **1.4. Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilirlik ile İlgili Kavramlar**

Belirli bir süredir çevresel olaylar ve çevre ile ilgili sorunların sıkça gündemde olduğu ve bu sorunlara yönelik önlemler ve çözümler arandığı bir önceki bölümlerde detaylı bir şekilde değinilmiştir. Çevreye ve çevrenin ayırt edici özelliklerinden beslenen turizm sektörünün, doğal kaynaklara olan bağlılığı açıkça ortadadır. Bu nedenle turizm için çevrenin geriye dönülemez zararlara uğraması sektör için büyük kayıpların yaşanmasını kaçınılmaz kılmaktadır.

Sürdürülebilirlik kavramı, 20. yüzyılın sonlarında gündeme gelmesi ile birlikte pek çok sürdürülebilir faaliyete hatta sürdürülebilir turizm için yeni oluşumlar ve önlemler alınmasına yönelik yeni bir kapı aralanmasını sağlamıştır. Bu anlamda sürdürülebilirlik kavramı, sürdürülebilir kalkınma, sürdürülebilir kentleşme ve sürdürülebilir turizm faaliyetleri detaylıca incelenmesi yerinde olacaktır.

##### **1.4.1. Sürdürülebilirlik Kavramı**

Sürdürülebilirlik kavramı son yılların en çok dikkat çekilen ve tartışılan konuları arasında yer almaktadır. Çünkü son yıllarda çevre duyarlılığı ve çevresel sorunlara çözüm arayışları hem ülkeler hem de işletmeler açısından önemli bir yere sahip olmuştur. Yaşanılan teknolojik, ekonomik ve sosyal gelişmelerin beraberinde ekosistemin; havanın, suyun, toprağın dengesinin bozulmaya başlaması ile artan çevre sorunları ve buna neden olanların önüne geçilebilmesi için sürdürülebilir eylemler ve sürdürülebilirlik kavramı ortaya çıkmıştır.

Sürdürülebilirlik 20. yüzyılın sonlarında ilk kez uluslararası bir platform olan Brundtland Raporu ve Rio Konferansı'nda gündeme gelmiştir. Özellikle Brezilya Rio de Janeiro'da Birleşmiş Milletler tarafından düzenlenen Çevre ve Kalkınma Konferansında (Rio Konferansı) 172 ülkenin Devlet ve Hükümet Başkanlarını ve pek çok Sivil Toplum Kuruluşunun da katılımı ile gerçekleştiren bu konferansta en önemli gündem maddelerinden biri sürdürülebilirlik kavramı olmuştur. Konferansta sürdürülebilirliğin önemi ve tüm paydaşların (işletmeler, yerel kuruluşlar, dernekler, sivil toplum örgütleri, bireyler) ortak katılımı ve desteği ile uygulanabilmesi için çalışmalar ortaya koyulması gerekliliği belirtilmiştir (Karakuzlu,2015:398). Atılan bu ilk adımla birlikte pek çok araştırmacı bu alanda çalışmalar ve araştırmalar gerçekleştirerek sürdürülebilirlik ile ilgili daha fazla bilgi edinilmesi ve bilinçlenme düzeylerinin artırılabilmesi için çalışmalar ortaya koymuştur. Böylelikle sürdürülebilirlik, ekonomik, sosyal ve çevresel olarak üç boyutta incelenmeye ve benimsenmeye başlamıştır.

Sürdürülebilirlik kelime anlamı olarak sürdürmek, devam ettirmek, süreklilik belirtmek anlamlarına gelmek ile birlikte sürekliliği olan herhangi bir ekosistem ya da herhangi bir sistemin, kesintiye ve bozulmaya maruz kalmadan, fazla kullanılarak tüketilmesine ve temel kaynaklara zarar verilmeden kullanılmasını ve gelecekte de sürdürülebilmesi olarak ifade edilebilir (Kaypak, 2010: 98). Bu nedenle sürdürülebilirlik kavramını belirsiz bir süre boyunca bugünün ihtiyaçları karşılayabilmek için ihtiyaç duyulan kaynakların kendi akışında yenilenebilmesi ve gelecekte de varlığının korunabilmesi için ortaya konan çabalar ve önlemler olarak da adlandırılabilmektedir (Bahçe,2013:28, Deniz,2017:1400).

Ekonomik açıdan sürdürülebilirlik incelendiğinde sürdürülebilir kalkınma kavramı ile birlikte anılmaktadır. Ayrıca üretim sürecinde, yenilenebilir kaynaklardan yararlanarak üretim faaliyetleri sırasında çevreye verilen etkilerin sorumluluğunu üstlenmek ve adil bir paylaşım sağlanabilmesi olarak ifade edilebilmektedir (Yavuz,2010:64). Sürdürülebilirlik sosyal açıdan değerlendirildiğinde ise insanoğlunun bugün ihtiyaç duyduğu kaynaklara gelecek kuşakların da adil bir şekilde sahip olabilme imkânının devamlılık içerisinde sağlanabilmesi olarak özetlenebilmektedir (Bahçe,2013: 28). Çevresel olarak kavram incelendiğinde ise ekosistemin ve canlıların, bio-çeşitliliğin korunmasını ifade etmektedir. Optimum sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için bu üç boyutun birlikte hareket etmesi gerekmektedir. Dolayısı ile sürdürülebilirlik kavramsal olarak ayrıştırılsa da bir bütünü ifade ettiğinden tek bir amaç için çabaladığı söylenebilmektedir.

### 1.4.2. Sürdürülebilir Kalkınma Kavramı

Sürdürülebilir kalkınma kavramı ilk kez 1987’de Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu’nun düzenlediği ‘‘Ortak Geleceğimiz’’, Brundtland Raporu olarak da bilinen, raporunda ilk kez gündeme gelmiştir. Raporda sürdürülebilir kalkınmanın önemine vurgu yapılarak, mevcut nesillerin ihtiyaçları uygun şekil karşılanması için kaynakların dengeli kullanımını ve gelecek nesillerin de eşit imkânlarla adil bir ortamda sahip olabilme durumu üzerinde durulmuştur. Sürdürülebilir kalkınmanın temel düşüncesi doğal kaynaklar ve çevrenin yalnızca bugünü düşünerek tüketmek ve yok etmek yerine gelecek kuşakların da eşit ve benzer kaynaklara sahip olabilmesi için gerçekleştirilen sürdürülebilir bir kalkınma ve gelişmeyi ifade etmektedir. Bir diğer önemli nokta ise tüketilen maddi kaynakların yerine ikame edilebilen kaynaklar olmasını ve sürdürülebilirliğin bu şekilde sağlanmasını hedeflemektedir (Yalçın ve Yalçın, 2013: 35).

Sürdürülebilir Kalkınma özellikle uluslararası imzalanan antlaşmalar sayesinde küresel olarak benimsenen bir kalkınma modeli olmuş ve pek çok ülkenin ekonomik ve sosyal gelişim hedeflerinin ortak paydası olmuştur ([www.surdurulebilirkalkinma.gov.tr](http://www.surdurulebilirkalkinma.gov.tr), 2019). Başta BM olmak üzere, OECD, Dünya Bankası, Dünya Doğayı Koruma Vakfı (WWF), Avrupa Birliği gibi küresel kuruluşların kalkınma modeli olarak ‘‘sürdürülebilir’’ nitelikte modellerin uygulanması gerektiğinin savunulması üzerine bu düşüncenin gerçekleştirilebilmesi için pek çok çalışmalar ortaya koymaya başlamışlardır. Günümüzde ortaya konan önemli çalışmalardan bir tanesi 2016 yılında yürürlüğe giren Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri bir diğer tanımla ‘‘Küresel Hedefler’’dir. Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı tarafından yürütülen bu proje, ülkemizin de dahil olduğu ve diğer üye ülkeler ile birlikte on yedi adet hedefi gerçekleştirmek için çalışmalar yapmaktadır. Bahse konu hedefler:

- 1- Yoksulluğun son bulması,
- 2- Açlığın azalması,
- 3- Sağlıklı birey sayısının artması,
- 4- Nitelikli eğitimin artması,
- 5- Toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması,
- 6- Temiz su ve sıhhi koşulların sağlanması,
- 7- Erişilebilir ve temiz enerji,

- 8- İnsana yakışır iş ve ekonomik büyümenin sağlanması,
- 9- Sanayi, yenilikçilik ve altyapı,
- 10- Eşitsizliklerin azaltılması,
- 11- Sürdürülebilir şehir ve yaşam alanlarının sağlanması,
- 12- Sorumlu tüketim ve üretimin sağlanması,
- 13- İklim eylemi,
- 14- Sudaki yaşam,
- 15- Karasal yaşam,
- 16- Barış adalet ve güçlü kurumların olması,
- 17- Hedefler için ortaklıklardan meydana gelmektedir (<http://www.tr.undp.org>,2019).

Gün geçtikçe doğa ile insanoğlu arasındaki organik bağa dikkat çeken çalışmalar ve projeler ortaya konmaya devam etmektedir. BM Kalkınma Programının ortaya koyduğu on yedi hedef ile 2030 yılına kadar mevcut sorunların ve kötü gidişatın değiştirilebilmesi için küresel bir bilinç yaratmaya çalışılmaktadır. Çünkü gelecekte doğanın ve insanların varlığının sağlanabilmesi için bu önlemlerin alınması gerektiği geçmiş deneyimlerden sonra büyük bir önem arz etmektedir.

### **1.4.3. Sürdürülebilir Kentleşme Kavramı**

Sürdürülebilir kavramının yeni yeni gündeme geldiği dönemlerde, sürdürülebilir kentleşme kavramı da beraberinde tartışılmaya başlanmıştır. Sürdürülebilir kentleşmeye ilk atıf, 1987 yılında ‘Ortak Geleceğimiz’ Raporu ile olmuştur. Raporda sürdürülebilir kalkınma çerçevesinde sürdürülebilir kentleşmeye de değinilmiş ve özellikle artan nüfusun yaşam standartlarına olan etkisi, yoksulluğun çevre ile olan ilişkisi, doğal kaynakların fazla tüketimi ve kentlere olan olumsuz etkilerine değinilmiştir. Sorunlara çözüm önerileri de getirilen raporda, çözüm önerileri olarak; yerel yönetimlerin güçlenmesi ve yerel imkan ve fırsatların çoğaltılması, tasarruflu enerji tüketimi, canlı türlerinin ve çevrenin korunması, plansız nüfus artışının önlenmesi ve doğal kaynaklardan optimum faydanın sağlanacağı şekilde kullanılması olarak ifade edilmiştir. 1992 yılında Rio şehrinde Birleşmiş Milletler tarafından düzenlenen ‘‘Çevre ve Gelişme Konferansı’’ bir diğer adıyla ‘‘Rio Konferansı’’nda sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kentleşme kavramlarının önemine dikkat çekilerek, konferans sonunda kabul edilen Gündem 21 belgesi sürdürülebilir kentleşme için büyük bir öneme sahiptir (Karakuzlu, 2015:398).

Bir kentin sürdürülebilir gelişimi ancak ekonomik, sosyal, siyasal ve çevre faktörlerinin gelişimi bir arada yürütülerek dengeli ve adil bir büyüme sağlanabilir. Bu nedenle sürdürülebilir kentleşmenin tanımı çok boyutludur. Boyutlar incelendiğinde; yerel hizmetlerin halka ulaşmasında yaşanan sorunların giderilmesi ve yerel halkın yaşam kalitesinin yükselmesi önündeki engellerin kaldırılması, kentin kendine yetebilme potansiyelinin artırılması ve kentin sahip olduğu kaynakların zarar görme nedenlerinin neler olduğunun üzerine gidilerek iyileştirilmelerin yapılması gerekliliklerinden meydana gelmektedir (Bayram, 2001:251-265, Aktaran: Karakuzlu, 2015:399). Özetle sürdürülebilir kentleşme, kentin varlığını ve sahip olduğu doğal, kültürel, ekonomik, insani kaynaklarında meydana gelen sorun ve problemlerinin neler olduğunu saptayarak sürdürülebilirlik çerçevesinde gelişimini ve dengeli büyümesinin sağlanması olarak ifade edilebilir.

#### **1.4.4. Sürdürülebilir Turizm Kavramı**

Sürdürülebilirlik kavramı turizm açısından değerlendirildiğinde, turizmin temel kaynakları olan doğal, özgün tarihi ve kültürel öğeleri ve sosyal ve sanatsal değerlerinin korunup geliştirilerek, çekiciliklerin devamını sağlamayı ifade etmektedir (Bahçe, 2013:28). Sürdürülebilir turizm kavramına pek çok araştırmacı ve uluslararası örgüt farklı açıklamalar yapmıştır. Avcıkurt'a göre (2009) sürdürülebilir turizm kavramı " turizmin sahip olduğu doğal kaynakların tüketilmeden, zarar verilmeden ve kirletilmeden gelecek nesillerin de kullanabilecekleri şekilde kullanımı" olarak ifade etmektedir. Bir diğer tanıma göre ise sürdürülebilir turizm kavramı, doğal kaynakların ve kültürel varlıkların geleceğini de düşünerek kullanılmasını ve yerel halkı ile birlikte ziyaretçilerin istek ve ihtiyaçlarının karşılanması olarak tanımlanmaktadır (Avcıkurt,2009:145). DTÖ'ü sürdürülebilir turizmi " kişilerin yaşamlarını sürdürdükleri doğal çevrenin bozulmadan korunması ve kültürel özelliklerin, doğal çevrenin akış biçiminin, bio-çeşitliliğin yaşamını sürdürdüğü sistemin devam ettirilmesini, aynı zamanda bölgedeki yerel halkın, ziyaretçilerinin ekonomik, sosyal, kültürel ve estetik ihtiyaçlarını giderecek şekilde ve gelecek kuşakların da aynı ihtiyaçları karşılayabileceği şekilde yönetildiği bir kalkınma şekli" olarak tanımlamaktadır (WTO, 2004, Aktaran: Kaya, 2011: 16). Bir başka tanıma göre sürdürülebilir turizm bireylerin, doğanın kirletilmesi yerine temiz olmasını, bozulmamış ve değişmemiş olması beklentisinden meydana gelmiştir (Deniz,2017:1401).



Sürdürülebilir turizm için DTÖ üç temel ilke öngörmüştür. Bu ilkeleri; ekolojik ve biyo-çeşitliliğin korunması, yerel halkın özgün sosyo-kültürel değerlerinin değişime uğramaması ve yerli halkın turizm sektöründe istihdamlarının sağlanması ve toplumsal yaşam düzeylerinin yükseltilmesi şeklinde ifade etmiştir (UNWTO, 2002, Aktaran: Garda ve Temizel,2016:87).

Sürdürülebilir turizm anlayışının daha iyi benimsenmesi ve doğayla uyumlu olabilecek şekilde hedefe ulaşabilmesi ve geleceğe yönelik temel olarak on ilke belirlenmiştir. Bu ilkeler; malzeme politikasını oluşturmak, turizmin oniki aya yayılarak gerçekleştirilmesi, yerel mimariyi, gelenekler ile kültür ve folklor mirasını korumaya yardım etmek, doğayı korumak, zayıf elemanları, yerleri, toplulukları desteklemek, harekete geçmek için ihtiyaçları tanımak, alan ve varlık üzerinde kontrolü yapmak, alanın gelişimi ve alanın sahibine karşı aktif bir politika izlemek, kurallı bir şekilde gelişmenin amaçlarını oluşturmak, ekonomik aktivitelerin düzenini genişletmek, turizm pazarlamasını, promosyonunu ortaya koymak, tarım ve ormanlık alanların kullanımını güçlendirmek olarak belirlenmiştir (Buhalis ve Fletcher, 1996, Aktaran: Beyhan ve Ünügür, 2005: 80).

Sürdürülebilir turizmin sağladığı bir takım faydalar vardır. Bu faydalar; ekonominin dengeli ve adil bir şekilde dağılımını sağlar, özellikle tarımsal istihdamın az ve yetersiz kırsal bölgelerde ekonomiyi güçlendirir, turizmin pozitif etkilerinin anlaşılmasına yardımcı olur (Taşçıoğlu, 2016: 23).

Sürdürülebilir turizm çerçevesinde Mavi Bayrak, Yeşil Küre 21, Avustralya Eko Sertifikasyon Programı ve Costa Rica Sürdürülebilir Turizm Sertifikası gibi ulusal ve uluslararası girişimlerin yanında bu girişimlerin en önemlilerinden bir tanesi olan yavaş şehirleri meydana getirilmiştir. Yavaş şehirler (Cittaslow), Yavaş Yemek (Slow Food) Hareketi'nin bir diğer oluşumu olarak 1999 yılında ortaya çıkmış, sürdürülebilir bir kalkınma biçimidir (Deniz,2017:1401).

#### **1.4.5. Gönüllü Sade Yaşam Tarzı**

Günümüz modern ve dijital dünyası gelişmiş toplumlarının sahip olduğu tüketim alışkanlıklarının yanı sıra medya tarafından da teşvik edilmesi ile büyüyen tüketim kültürünün çevreye, toplumlara olan olumsuz etkileri ile hazzın ve mutluluğun tüketim

yoluyla elde edilebileceğinin dayatılmaya çalışılması, tüketim kültürünün ve mutluluğun anlam ve içeriğinin yeniden sorgulanmasına neden olmuş (Özgül,2010:27) ve gönüllü sadelik felsefesini gündeme getirmiştir (Örs,2016:273). Ancak gerçekleştirilen araştırmalar, daha fazla tüketim yapıldığında mutluluğa olan etkisinin sınırlı olduğunu ortaya koymuştur (Myer,2003, Aktaran: Özgül,2011).

Gönüllü sadelik, bireylerin hayatlarından bilinçli bir şekilde maddi değerleri ve fazlalıkları azaltmasını ve gönüllü olarak sade ve basit bir yaşamı tercih etmesi şeklinde ifade edilmektedir (Zavestoski, 2002:150, Argan, vd.,2012:203). Fuzuli tüketime karşı olan sadelik akımı, yeterli miktarda tüketimin doğru ve uygun olan tüketim şekli olduğunu savunmaktadır.

İlk çağlardan bu yana pek çok boyutta ele alınan ve incelenen sadelik, pek çok dini inanışlarda, felsefelerde yeri olan ve kabul edilen bir olgu olmuştur. Sokrates'e göre sadelik, " zenginlik ve fakirlik arasındaki 'altın anlam', orta yolu bulma ve dengede tutma " anlamına gelirken, Aristo'ya göre sadelik, " kişinin mutluluğu bulmasına yardım eden denge unsuru" olarak ifade etmiştir. Geçmiş binlerce yıl eskiye dayanan bu kavramın, ifade edilmesi ve literatürde hakkında araştırmaların gerçekleştirilmesinin ise 20. yüzyıla dayandığı görülmektedir. Özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra bollaşan ürünlerin tüketilmesi ile unutulmuş kavram, son yıllarda tüketim alışkanlıklarına olan müdahalelerin dikkat çekmesi ile yeniden gündeme gelmiştir.

Gönüllü sadelik kavramının geçmişi incelendiğinde, ilk kez 1936 yılında Richard Gregg tarafından ifade edilmiş olduğu görülmektedir. Gregg gönüllü sadeliği," bireyin yaşamından anlamı olmayan mallar yığını yok ederken aynı zamanda dürüst, sade, samimi bir hayat felsefesi" şeklinde tanımlamıştır (Argan vd.,2012:205). Bireyin manevi yönünün zenginliğini, maddi yönünün ise sadeliğini savunan bu akım, yaşamın temel amacının dışında varlık edinmeye karşı olan, enerjiyi israf etmekten kaçınan, manevi yönden zenginliği, biçimde ise sadeliği savunan bir yaşam tarzı olarak tanımlanmaktadır (Elgin,1993, Örs, 2016:273). Gönüllü sade yaşam tarzı ile tüketimde tasarruf etme, kullanılan mal veya hizmetten yüksek düzeyde performans elde etme, çevreye duyarlı olma, gündelik faaliyetlerde bireyin yaşamının kendi kontrolü altında olması (Barton,1981), yaşamın maddi olmayan yönlerine ağırlık verilmesi (Huneke, 2005), kendi kendine yeterliliğin sağlanabildiği (Özgül,2010:126) bir yaşam biçimidir (Örs,2016:274).

Bireyin kişisel yeterliliğini sağlayabileceği tutumlar gösterdiği, yoksulluk baskısı altında zorlanmadığı (Iwata,1997), sosyallik bakımından yararlı ve çevresel olarak duyarlı ve sürdürülebilir davranışlar sergilemeyi kendine felsefe eden bu akım (Johnson ,2004) daha az maddeciliği savunmaktadır (Örs,2016:274). Burada sadelikten kasıt, bireylerin hayatı kolaylaştıran ve günümüz temel ihtiyaçları arasına giren teknoloji ve maddeleri gelişigüzel reddetmemektedir. Aksine bireylerin uzun yıllar kullanabileceği ürünleri satın aldığı, sıkılmadan kullanacağı ürünleri tercih ederek içsel mutluluğa ulaşmasını ifade etmektedir. Kişilerin sadece kişisel tüketimlerinin sadeliği değil aynı zamanda doğaya, kültüre, ekonomik ve sosyal alanlara da benzer davranışlar ve düşünceler sergileyerek hayatlarının her alanına uyguladıkları geniş kapsamlı, küresel bir yaşam tarzı olmaktadır. Sahip olduğu bu geniş kapsam alanı nedeniyle pek çok disiplinin ilgi odağı olmuş ve gönüllü olarak sade yaşamı seçen bireyleri tanımak ve tanımlamak için araştırmalar gerçekleştirilmiştir. Pazarlama yazını incelendiğinde, Elgin ve Mitchell (1977) tüketicilerin gönüllü sade yaşamlarının beş temel değeri olduğunu ve yaşam tarzının bu temel değerlerden hareket ettiğini ileri sürmüşlerdir (Elgin ve Mitchell, 1977). Söz konusu beş temel değer; *Maddi Sadelik, İnsancıl Ölçek, Özgür İrade, Çevresel Duyarlılık, Kişisel Gelişim* şeklindedir. Söz konusu beş temel değer sayesinde araştırmacılara gönüllü sade yaşam tarzını ölçmek için oluşturulabilecek ölçeklere bir zemin oluşturmuş ve bu zemin üzerinden Gönüllü Sade Yaşam Tarzını (GSYT) seçen bireyler tanımlanmaya çalışılmıştır (Shama, 1985, Iwata,2006).

### Maddi sadelik

Bireyin yaşamını bireysel olarak sadeleştirmesinin yanı sıra bir tüketici olarak da sadeleştirmesi, maddi sadelik boyutunu oluşturmaktadır (Özgül, 2011:1316). Bu boyutun dört tüketim kriteri bulunmaktadır (Elgin ve Mitchell, 1977: 4).

- 1) Bireyin tüketimi sonucunda özgüvenine, yaşamına, faaliyetlerine katkı sağlayıp sağlamayacağını dikkate alarak tüketim gerçekleştirilmesi,
- 2) Tüketimi temel ihtiyaçları karşılamaya mı yönelik, yoksa ihtiyaç dışı bir tüketim mi gerçekleştirdiği,
- 3) Sahip olunan yaşam tarzının bireyin aile ve kişisel ihtiyaçlarını karşılamaya katkısının ne olduğu,

- 4) Tüketim davranışının doğaya, topluma olan sonuçlarını hesaba katarak davranış sergileyip sergilenmediği şeklindedir.

### İnsancıl ölçek

İnsancıl Ölçek; gönüllü sadeliğin temelini oluşturan “denge”nin kuruluşlarda, yaşamda ve tüketimde kendini göstermesini, buna karşılık büyüyen, karmaşıklaşan yaşam alanları ve kurumlarda kontrolün zor olacağını ifade etmekte ve ‘küçük güzeldir’ anlayışını benimsemektedir. (Örs,2016:275).

### Özgür irade

Bir tüketici olarak bireyin dış yönlendirme ve etkilemelerden kendini sıyrarak, kendi yaşamının kontrolünün kendi elinde olmasını ifade etmektedir. Özgür irade; tüketim bağımlılığı olmayan, kendi yaşamı üzerindeki kontrolünün maksimum düzeyde olduğu bir yaşam tarzı etkenidir.

### Çevresel duyarlılık

Gönüllü sadelikte bireylerin yalnızca kendi yaşamlarına değil ekolojik dengeye de saygı göstermesini ve ona bağımlı olduğunu benimsemesi fikri esastır. Sanayi Devrimi sonrası doğadan kopan ve onu yok eden toplumlar ve bireyler, doğayı yalnızca tüketmekte ve ona verdiği zararı görememektedir. Bu nedenle gönüllü sadelikte insanın doğanın bir parçası olduğunu ve onunla bağının çok hassas ve varoluşunun ona bağlı olduğu bilincinde olması farkındalığı içersindedir.

### Kişisel gelişim

Gönüllü sade yaşamda manevi değerler büyük öneme sahiptir. Özellikle bireyin kendi içsel yolculuğunda kendini tanıması, keşfetmesi ve geliştirmesi önemli bir yere sahiptir. Birey kişisel gelişim sayesinde iç huzurunu bulmakta, kendi öz benliklerini daha iyi tanımakta ve bunun sonucunda çevreleri ve doğa ile daha anlamlı ilişkiler kurmaktadır.

Elgin ve Mitchell (1977)'nin oluşturduğu temel beş değere Shama (1981), ‘‘Uygun Teknolojiler’’ boyutunu ekleyerek, gelişen teknolojileri de gönüllü sade yaşam tarzının içine dâhil etmiştir.

### Uygun teknoloji

GSYT’de fonksiyonel, maksimum verim elde edilen ve tasarruflu kullanıma uygun olan teknolojinin kullanılması esastır. Modern çağın getirdiği teknolojiye bağlılığın olmasının aksine yalnızca verimli ve etkili teknolojik ürünlerin kullanılması düşüncesine dayanır (Özgül,2010:127, Cengiz,2014:31).

GSYT’nin çevreye duyarlılık ile olumlu ilişkisi pek çok araştırmacı tarafından ortaya konmuş (Shama,1985, Cowles ve Crosby,1986 ve Iwata,2006), sürdürülebilir tüketim ve sürdürülebilir eylemlere yönelik uygun düzenlemeler yapılması gerektiği ifade edilmiştir (Özgül,2010:127-128). Bu nedenle bireylerin GSYT benimsemesi, çevre duyarlılıkları ile pozitif bir ilişkiye sahip olduğu ifade edilebilmektedir.

### **1.4.6. Çevre Duyarlılığı**

Bireylerin davranışları ve tutumları çevre için hayati öneme sahiptir (Timur ve Yılmaz, 2013:319). Çevre duyarlılığı, çevre problemlerine karşı yapıcı ve iyileştirici girişimlerde bulunmak konusunda istekli olma şeklinde tanımlanabilir (Çalışkan, 2002, 3). Enerjiyi ve suyu israf etmeden kullanmak, atıkları ayrıştırmak, yenilenebilir özellikte ürünleri kullanmak, çevre kirliliği konusunda hassas davranmak, ekolojik dengeyi bozmayacak şekilde yapılaşmalar gerçekleştirmek gibi bireylerin doğaya karşı sorumlu ve duyarlı eylemler gerçekleştirme biçimleri, bireylerin çevresel duyarlılığını ortaya koymaktadır.



## İKİNCİ BÖLÜM

### YAVAŞ HAREKETİ VE YAVAŞ ŞEHİR (CİTTASLOW) BİRLİĞİ AĞI

Yavaş Şehir Hareketi dünyanın gün geçtikçe hızlanan yaşamlarına ve hızlı tüketim hareketine karşı durmak için ortaya çıkmış bir harekettir. Bu hareket ile küreselleşmenin olumsuz yönde etkilediği kültürel değişime dikkat çekmekte ve yerelliğe vurgu yaparak, önemine dikkat çekmektedir. Tezin ikinci bölümünde Yavaş Şehir Hareketi (Cittaslow) detaylı bir şekilde incelenecektir.

#### 2.1. Yavaş Hareketi

Yavaş Hareketi, 1980 yılların sonunda yaygınlaşmaya başlayan kültürel homojenleşme ile birlikte fast food (hızlı yemek) kültürünün neden olduğu kültürel tahribatların engellenmesine karşı yerelliğe vurgu yapan ve özgün değerlerin, yöresel lezzetlerin korunması gerektiğini savunan harekettir. Bu hareket yaşamın içerisinde pek çok olana entegre olmuş ve benimsenmiştir. Günümüzde uluslararası bir ağa sahip olan bu hareketin detaylı bir şekilde açıklanabilmesi için öncelikle yavaşlık kavramı ve yavaş yaşamı incelemek gerekmektedir.

##### 2.1.1. Yavaşlık Kavramı ve Yavaş Yaşam

Sanayi Devriminden sonra hızla değişen teknolojik, ekonomik, kültürel faaliyetlerin insan hayatında yarattığı olumsuz yansımaların, gelecekte geri dönülemez noktalara gelebileceğinin engellenmesi gerektiğinin düşünülmesi ile 1986 yılında Yavaş Hareketi'nin ilk adımları atılmıştır. Yavaş Hareketi, tüketim alışkanlıklarının, kültürlerin aynışması ve yerel farklılıkların ortadan kalkmaya başlamasını protesto etmek amacıyla başlayan ve hızla dünya geneline yayılmış olan uluslararası harekettir. Önceleri Yavaş Yemek Hareketi (Slow Food) ile başlayan Yavaş Hareketi daha sonra kentlerde yaşam bulmuş hali olan Yavaş Şehir Hareketi (Cittaslow) aşağıda detayıyla açıklanmıştır.

İnsan hayatının sahip olduğu kısıtlı zamanı değerlendirme biçimi zamanla değişimler göstermeye başlamıştır. Dar bir zaman diliminde sıkıştırılan yaşamlar yaşamaya başlayan insanlar, büyüyen ekonomiler ve gelişen ülkeler içerisinde monoton ve tek düze devam

eden bir hayat yaşamak zorunda kalmıştır. Zaman çok değerli olmaya başlamış, aynı anda gerçekleştirilen eylemlerin sayısı artmıştır. Günlük hayatın bu denli değişmesi ve hızlı yaşamlar sürmeye başlayan insan hayatına yavaş yaşamı hatırlatacak ve bu yavaş yaşamın içerisinde mutlu olmalarını sağlayacak hareketin ilk adımları 1980’li yılların sonunda Yavaş Yemek (Slow Food) Hareketi ile başlamış ve bu hareket ile Yavaş Yaşam felsefesi ile bir hayat anlayışı haline dönüşmüştür.

Yavaş Yaşam felsefesi günümüzde ‘‘hız’’ın fiziksel bir eylemi çabuk gerçekleştirmekten çok farklı birçok anlamın yüklenmesi ile insanların kendilerini hızlı olmaya, hızlı yaşamaya ve hızlı tüketmeye yönlendirmiştir. Hızın verimli olduğunun düşünülmesi, hızlı olabilmeyenin bir avantaj olarak görülmesi ve hızlı olanın profesyonel olduğunun düşünülmesi ile insanlar yaşamlarını hızlı yaşamaya ve bu hızın içerisinde kaybolmaya başlamıştır. İşte tam olarak bu hıza, çabuk yaşamaya karşı olarak ortaya çıkan Yavaş Yaşam hareketi, daha verimli geçirilebilecek zamana ve mutlu olunabilecek anlamlı yaşam alanları yaratıp yaşamayı arzulayan bir harekettir. Yavaş Yaşam felsefesini savunanlar bu felsefeyi şöyle açıklamışlardır; hıza karşı günlük yaşamın üzerindeki olumsuz etkilerine bir tepki hareketidir. Yavaş yaşam geçmişe; güzel eski günlere bir dönüş, tembellik veya hayatın yavaş hareketi değildir. Aksine yavaş yaşam, günlük hayata kendi hızında, karmaşasında, heyecanında ve rutininde, ilgi ve dikkatle yaklaşıldığı bir süreçtir. Yavaş yaşam hepsinin ötesinde ‘‘şimdi’’de anlamlı, sürdürülebilir, düşünceli ve zevkli bir şekilde yaşama sanatıdır (Gallagher, 2013). Yavaş yaşam aslında insanların farkındalıklarının artması, buldukları zamanın içerisinde var olmaları yerin, yedikleri yemeğin, kendilerine ayırdıkları yaşamsal faaliyetleri ile ilgilidir. Ayrıca yavaş yaşam; insanların tüm gününü kapsayan, temposuyla bireyin yaptığı işin amacının ve anlamının yok edildiği bir çalışma kültürünü reddetmektir (Parkins, 2004). Mevlan’ın da ifade ettiği gibi: ‘‘Tencereyi bile ocakta yavaş yavaş ustaca kaynatmak gerekir. Delice kaynayan tencerenin pişirdiği yemekten hayır gelmez.’’

Yavaşlık kavramı, küreselleşmenin sürekli olarak dile getirildiği gibi, Sanayi Devrimi’nden sonra hız kazanması ile değişen ve bu değişimin süreklilik kazanması sonucu insan hayatında yaşanan kaçınılmaz değişimlere karşı duruştur. Burada yavaşlık ifadesinden, günlük hayatta yavaş yürümek, yavaş konuşmak, yavaş düşünmek gibi günlük hayatın akışını bozacak eylemler gerçekleştirmek kastedilmemektedir. Burada vurgulanmak istenen esas düşünce, son yılların takip etmekte zorlanılan ve buna insanları



mecbur bırakan teknolojik, ekonomik, kültürel değişimlerin ve gelişmelerin insan hayatında yarattığı tahribatlara son verebilmektir. Bir başka deyişle insanlara var olunan çağın içinde kaybolmak yerine kendi benliklerinin farkında olmaları ve kendi hayatlarının ve değerli zamanlarını kendilerine ve sevdiklerine ayırmasıdır. Sürekli değişen trendleri takip edebilmek için kendi özel tercihlerini yapabilmek yerine modayı takip etmek zorundaymış gibi hissetmekten sıyrılmaktır. Yavaşlık; insanlarla, kültürle, işle, yemekle her şeyle gerçek ve anlamlı bağlar kurmakla ilgilidir (Honore, 2008: 15). Atalarımızın da dediğı gibi ‘ Yavaş giden yol alır, hızlı giden yolda kalır’. Yani telaşla, bilinçsizce hareket etmek yerine, içinde bulunulan anın farkına varmak, tadını çıkarmaktır. Böylelikle de kendine ait olanı keşfetmek ve değerli olanı korumaktır.

Honore (2004: 16) “yavaşlık”ı şöyle ifade etmektedir; yavaşlık, hızlı hayatı basit bir reddediş veya gelişen teknolojik dünyaya Luddite (teknoloji karşıtı) bir cevap değildir; aksine, dünyayı çekici kılan bir haldir. Yavaşlık, “kendi hayatının ritmini kontrol etme anlamına gelen” yaşadığımız tempoyu düşünmekle ilgilidir (Sağır, 2017). Günlük yaşamlarında insanların bir yerden bir yere yetişme telaşı, aynı anda gerçekleştirdiğı eylem sayısının fazlalığı, popüler olanı elde etme ya da elde edebilmek için çok çalışma ihtiyacının insan hayatını fiziksel olarak etkilemekle birlikte psikolojik olarak da baskı yaratmaktadır. Bunların hepsi insanlarda stres, öfke ve çaresizlik hissinin artmasına sebep olmaktadır. Küresel işletmelerin her gün yenilikler ortaya koymasına ile birlikte, gelişen teknolojinin hızla doğru orantılı olarak hareket etmesi sonucu, insanların hızlı olana alışmaya başlaması ile bu hızlı yaşam, doğal olanı, doğru olanı tanımlar noktaya gelmiştir. İnternet hızının artması için sürekli çalışmaların yapılması, daha hızlı arabaların üretilmesi, daha hızlı ve işlevselliğı yüksek cep telefonlarının tanıtılması, hızlanan bilgi kaynakları vb. insanlarda artık yavaş olanın demode olduğı veya yavaş olabilecek her ne varsa uzak durulması gereken olduğı yargısı oluşturulmuştur. Bu sebeple de küresel işletmelerin yıllık reklama ayırdıkları bütçelerin her geçen yıl daha da artmasının sebebi daha çok insana ulaşmak ve verilecek mesajın etkisinin daha yüksek olduğundan emin olabilmektir. Çünkü her yeniliğın insanlara hızla ulaşıp, hızla satın alınıp tüketilmesi için pek çok kanaldan tüketicilere ulaşılmaya çalışılmaktadır. Tüm bu değişen dış tetikleyicilerle de insanlar bu yenilikleri elde edebilmek için daha çok çalışması gerekiyormuş gibi hissetmeye başlamıştır.

Günümüzde günün her anında insanların elinin altında yer alan en kolay dünyaya ulaşım aracı olan cep telefonu, tablet veya bilgisayarlar ile mesafelerin ortadan kaldırıldığı veya ulaşılabilirliğin çok kolaylaştığı bir zamanda insanların bu dünyanın içine hapsolmemelidir. Onun yerine kapitalizmin dayattığına boyun eğmeyerek hayatının, doğanın, etrafındakilerin farkına varmalı ve daha bilinçli yaşaması gerekmektedir. Bu düşünceyi Sokrates şöyle ifade etmiştir: “Sorgulanmamış bir hayat süren insanların hayatı, kendi ellerinde ya da kendi kontrollerinde değildir. Onların denetimi dışarıdan gelmektedir.” Yani insanlar popüler olanı sadece popüler olduğu için elde etmeye çalışmamalıdır. Mesleklerini sadece itibar gördüğü için seçmemeli, beğenileni yapmamalıdır. Kendi olabilecek, kendi tercihlerinden vazgeçmeden çağa ayak uydurarak hareket etmelidir. Böylelikle de çağın getirdiği yenilik ve değişimleri, ihtiyacı ve benimseyebildiği kadar gerçekleştirmelidir. Çünkü yavaşlık olarak adlandırılan bu felsefe ile insan hayatında süreklilik kazanan endişe, gelecek kaygısı ve daha birçok olumsuz etkenleri azaltarak hızlı olanı yapmaya çalışmaktan vazgeçip, bilinçlenerek hayat kalitesinin daha yüksek olabileceğini anlatılmaya çalışılmalıdır.

Sonuç olarak yavaşlık sınırları zorlanan bireylerin, içinde buldukları anın farkında olmalarını ve böylelikle de kendine iyi geleni yapmaya yönelebileceğini savunmaktadır. Dayatılanı kabullenmek yerine kendinin farkına varmaktır. Bu farkındalığın içerisinde de yavaş yaşam endişe ve yetişme telaşından uzak, günün ve anının tadına vararak, sahip olunan zamanını daha verimli ve değerli şeyler için kullanmaktır. Böylelikle de insanların kendi içlerinde var olan potansiyellerini fark edip bunu kullanarak daha güçlü bir şekilde yaşamlarını sürdürebilirler. Bilinçli bir şekilde yaşam süren bireylerin, hem kendilerine hem de geleceğin bilinçli bireylerinin yetişmesine olumlu katkıları daha çok olacaktır.

### **2.1.2. Yavaş Yemek (Slow Food) Hareketi**

Yavaş Yemek Hareketi 1986 yılında Roma'nın simgelerinden biri olan İspanyol Merdivenlerinde (Piazza di Spagna), ünlü fast food markası McDonalds'ın şube açmasına tepki göstermek amacıyla, İtalyan gurme yazar Carlo Petrini tarafından ilk kıvılcımlarının atılması ile başlayan bir harekettir. Bu şube açılışının hem meydanın estetiğini bozacağını hem de beslenme alışkanlıklarında büyük bir değişime sebep olacağını düşünen Carlo Petrini ve destekleyenleri, bu hareketin sıradan bir tepki hareketi olmadığını düşünmekteydiler. Çünkü İtalya'nın kendi sahip olduğu özel lezzetleri vardı. Tüm dünyaya

ününü duyurmuş makarnası, pizzası ve şarabı olan İtalya'nın fast food kültürünün etkisi altına girmesine tepki göstermeleri gerektiğini düşünmüşlerdir. Bu tepkilerini göstermek için de açılan şubenin önünde büyük kazanlarla makarna pişirmişlerdi. İlk adımları bu şekilde olan bu tepki hareketi McDonalds'ın yapmadığı, yapamadığı her şeyi yapma ve gerçekleştirme iddiasını ortaya koymakta ve taze, yerel, mevsimlik ürünleri vaat etmekteydi. Hareket tüketicinin beslenme alışkanlıklarında yaşanabilecek standartlaşmaya karşıdır ve tüketicinin bilinçlenmesini ve bu doğrultuda hareket etmesini desteklemektedir. Ayrıca yiyecek ve tarım alanında geleneklerden miras kalan işleme tekniklerini araştırır (Yurtseven ve diğ. 2010:19). Diğer bir deyişle hızlı yaşamın içerisinde alışlagelmiş ‘Fast Food’ kültürüne karşı yöresel gıdaların ve lezzetlerin zamanla kayboluşuna, insanların gün geçtikçe tükettikleri gıdaların nerede ve nasıl yetişip pişirildiğine bakmaksızın tüketmesine karşı kurulmuş kar amacı gütmeyen bir eko-gastronomi organizasyonudur. Bununla birlikte küresel dünyanın getirdiği tehditlere karşı yerel mutfakları korumayı, doğal ve özgün üretimi insanlara tanıtmayı amaçlamakla birlikte ([www.slowfood.com](http://www.slowfood.com)), dünya çapında gıda ve tarım bio-çeşitliliğini savunur, evcil hayvanlar veya vahşi hayvanları, meyve ve sebze türlerini korur, özellikle de lezzetin standardize edilmesine karşıdır (Yurtseven vd., 2010:19).

Hareketin esas çıkış noktası ise üç temel ilkeye dayanmaktadır. Bu ilkeler; iyi, temiz ve adil kavramlarıdır. Hareketin bu kavramlarla anlatmak istediği temel düşünce ise şu şekilde açıklanabilir:

- İyi: Bu ilke, kaliteli, lezzetli ve sağlıklı gıdaların kendi doğal mevsiminde tedarik edilmesinden yola çıkmaktadır. Ayrıca bu gıdaların yerel üreticilerden elde edilmesinin bu üreticilerin tanıtılmasına da önem vermektedir. Tükettiğimiz gıdaların sağlıklı ve kaliteli olmayanlarla kıyaslandığında farkın anlaşılabilirliğini ve daha bilinçli seçimler yapabileceğimizi ortaya koymaktadır.
- Temiz: Bu ilke burada organik tarımda kullanılan yöntemler desteklense de sürdürülebilir, geleceğe de taşınabilecek ve çevreye zarar vermeyen üretim kastedilmektedir. Ayrıca bu ilke, gıdaların insan sağlığına ve diğer tüm canlılara zarar vermeden üretilmesini ve tüketilmesine vurgu yapmaktadır. Biyoçeşitliliğe saygı duyan, ona müdahale etmeye çalışıp, sağlıksız gıdalar üretip, insan sağlığını tehlikeye atmayan, bunun yerine çevreye ve insan sağlığı için güvenli olmasını sağlamaya çalışmaktadır.

- Adil: Bu ilke ile tüketicilere gıdaların gelmesine kadar olan süreçte çalışanların emeklerinin sömürülmediği üretim tekniklerinin kullanıldığı, adaletli, sürdürülebilir bir ortamın varlığına değinilmektedir. Ayrıca tüketiciler için erişilebilir fiyatlar ve küçük ölçekli üreticiler için de adil koşullar ve ödeme anlamını taşımaktadır (slowfood.com,2018).

Hareketin kendine yol haritası edindiği bu üç ilke ile her bireyin tükettiği gıdanın nerede, hangi şartlarda ve nasıl üretildiği konusunda bilgi sahibi olursa ve üreticiyi aktif olarak desteklerse, üretim sürecine kendini de dâhil etmiş olmakta ve tercihleri ile iyi, temiz, adil gıdayı desteklemiş olmaktadır. Hareketin yayınladıkları manifestolarında değindikleri gibi ‘‘biz ne yersek, ‘o’ yuz!’’(slowfoodgenclik.wordpress.com,2018).

Dünden bugüne aktarılan yöresel yemek tariflerinin insanların sevdikleri, aile dostları ve aileleri ile paylaşmasını, lezzetlerin tadına vararak yemesini savunan hareketin kabul görmesinden kısa bir süre sonra İtalya Barola kentinde resmi olarak Yavaş Beslenme Birliği kuruldu. Kurucu üye olan Falco Portinari'nin 9 Kasım 1989 yılında yazdığı bildiri ile de 15 üye ülkenin Paris'te onayının alınması ile birlikte resmen kurulmuş oldu (Sırım,2012). Merkezi İtalya'nın Piyemonte bölgesinde bulunan bir belde olan Bra'da olan Yavaş Yemek (Slow Food) günümüzde amacına ulaşmak için Dünya'nın birçok ülkesine yayılmıştır. 1986 yılında Bra-İtalya'da kurulan Yavaş Yemek Hareketi, yemek alışkanlıklarının etik ve sosyal boyutlarına ilişkin gıda tüketicilerinin artan gereksinimlerine yanıt olarak ortaya çıkmış kar amacı gütmeyen uluslararası bir birlik olarak kurumsallaşmıştır (Yurtseven vd., 2010:20). Halen başkanlığını Carlo Petrini yürütmektedir. Günümüzde 160 ülkeye yayılan hareketin yüz bine yakın gönüllü üyesi vardır. Slow Food, Dünya'da 1500'ün üzerinde yerel kuruluşa (convivia), 2400'ün üzerinde yiyecek topluluklarına sahip bir kuruluştur. İtalya başta olmak üzere Almanya, İsviçre Amerika Birleşik Devletleri, Japonya, İngiltere, Brezilya, Kenya ve Güney Kore'de ulusal düzeyde yapılaşmalar mevcuttur. Bu organizasyonun uluslararası, ulusal ve yerel yürütme konseylerinde Slow Food ile ilgili ana kararlar Uluslararası Konsey tarafından alınmaktadır. Bu konseylerin hepsi özerk kararlar alabilme yetkisine sahiptir. Ancak merkez konseyin belirlediği siyasi kuralları da takip etmek zorundadırlar. Ayrıca Slow Food faaliyetlerini organize edip, koordine olmalarını sağlarlar. Yerel kuruluşların (Convivia) ihtiyaç duydukları desteği sağlarlar ve üyelere de tanımlayıcı birer kaynak olurlar ( slowfood.com,2018). Kar amacı gütmeyen ve sadece üye desteği ile maddi geliri

olan bu organizasyonda tüm gelirler - üyelik aidatları, bağışlar, proje ve etkinlik destekleri Uluslararası Tüzük'te belirtilmiştir ve derneğin faaliyetlerini belirleyen hedefleri gerçekleştirmek için kullanılmaktadır (slowfood.com,2018). Yavaş Yemek Hareketi'nin bünyesinde gönüllü olarak çalışan ve hareketin felsefesini yaymaya çalışan birçok oluşum vardır. Bu oluşumların yapı taşı olan Convivia (yerel kuruluşlar) kuruluşları, yerel lezzetlerini korumayı hedef edinen ve geleceğe de bu gıdaların daha çok aktarılmasını kendine amaç edinmiş olan ve bölgesel olarak bu lezzetleri üretenlerin tanıtılmasını sağlamak için çabalayan tamamen gönüllülerden oluşan küçük çaplı topluluklardır. Her yıl 6000 civarında etkinlik düzenlemektedirler. Topluluk yerel bölgeleri için belirledikleri amaçlar çerçevesinde etkinlikler düzenleyip daha çok kişiye ulaşmaya çalışıp amaçlarına değinmektedirler. Böylelikle da daha çok gönüllü bu felsefeyi benimseyip değişime katkıda bulunabilmektedir. Ayrıca Yavaş Yemek Hareketi'nin proje ve organizasyonlarını sürdürmek için bazı vakıflar kurulmuştur. Bu vakıflar aşağıda açıklanmıştır.

Slow Food Biyoçeşitlilik Vakfı; özellikle gelişmekte olan ülkelere odaklanan, gıda biyoçeşitliliğini ve yöresel gelenekleri korumak amacıyla olan ve üreticilerle ortak çalışmalar gerçekleştirip projeler yürüten, 2009 yılında kurulmuş olan vakıftır. Bu vakfın en önemli projeleri Nuh'un Ambarı (Ark of Taste), Presidia, Yeryüzü Pazarları ve Afrika'da On Bin Bahçe'dir.

- Nuh'un Ambarı 1996 yılında unutulmuş, yok olmakta olan gıdaları korumaya çalışan bir katalogdur. Burada meyveler, sebzeler, hayvan türleri, peynir çeşitleri kategorilere ayrılarak tasnif edilmiştir. Adından da anlaşılacağı gibi hiçbir değer kaybolmaması için oluşturulan çok önemli bir kaynak görevi görmektedir.
- Presidia projeleri, yok olma riski taşıyan ürünlerin kaliteli üretimini destekler, kendine özgü bölge ve ekosistemleri korur, geleneksel üretim metotlarını geri kazandırır, yerli türleri ve yerel bitkileri muhafaza eder (slowfood.com,2018). Küçük ölçekli üreticileri kapsayan proje, üreticilerin mahsullerinin kalitesini artırmak için birçok destek verilir ve yeni pazarlar bulunmasında da yardımcı olur.
- Yavaş Yemek Hareketi ana prensipleri doğrultusunda oluşturulan Yeryüzü Pazarları; sağlıklı, adil fiyatlarla ve kaliteli olan gıdaların tüketiciler ile bulunduğu noktalardır. İtalya başta olmak üzere dünyada 68 Yeryüzü Pazarı bulunmaktadır (<https://www.fondazione Slow Food.com/en/what-we-do/earth-markets/>,2019).

- 2010 yılında faaliyete geçen Afrika’da OnBin Bahçe Projesi ile Temmuz 2019 (slowfood.com,2018) itibari ile 3222 adet gıda bahçesi kurulmuştur. Bu gıda bahçeleri Afrika’da okul bahçelerinde, köylerde vb. yerlerde kurulmuş olan gıda bahçeleridir. Bu projede amaç yerel halkın kendi emekleri ile açlıkla mücadele edebilmeleri ve kendilerinin yetiştirebileceği kaliteli, sürdürülebilir sağlıklı gıdaların yetişmesine imkân vermektedir. Hedefleri onbin adet bahçe olan projenin çiftçileri, gençleri eğitilerek buldukları coğrafyanın nimetlerinden daha verimli bir şekilde faydalanıp açlık sorunlarının ortadan kaldırılmasını amaçlamaktadır.

Terra Madre ( Doğa Ana) Vakfı 2004 yılında kurulmuştur. Her iki yılda bir toplanan Terra Madre etkinliği Torino’da düzenlenmektedir. Gerçekleştirilen bu etkinlik ile tüm üyelerin katılımı ile bir ağ oluşturularak geleneksel bir etkinlik olarak devam edebilmesi için projeler gerçekleştirilmektedir. Böylelikle de vakfın devamlılığı sağlanmaya çalışılmaktadır (slowfood.com,2018). Böylelikle gerçekleştirdikleri etkinlikler sayesinde yöresel gıda kültürünün gelecek nesillere aktarılmasına ön ayak olmaktadır.

Gastronomi Bilimleri Üniversitesi (UNISG), 2004 yılında Slow Food tarafından, gıdanın bir bilim olarak ele alındığı ve kültürünün öğretilmeye çalışıldığı bir üniversitedir. Üniversite, Slow Food ana merkezi olan Bra’dan bir kaç kilometre uzaklıkta bulunan tarihi Pollenzo köyündedir. Üniversitede pek çok araştırma yapılmaktadır. Araştırmalara üreticilerin bilgi birikimleri de eklenerek yenilikler ortaya konmaktadır.

Slow Food Gençlik Ağı (SFYN); hareketin dinamizmini oluşturan ve hareketin felsefesine inanan gençlerden oluşmaktadır. Gönüllerinin çoğunluğunu oluşturan gençler Slow Food felsefesinin yayılmasını, yeni gönüllülerin katılmasını sağlamakta gençlerin aktivist ruhlarının payı çok büyüktür. Bu yüzden de Dünya’nın pek çok yerinde gerçekleştirilen faaliyetlerle sürdürülebilir gıda satın alımına destek olmak ve tüketicilerin farkındalık kazanmasına yardımcı olmaktadır. Dikkat çektikleri bir diğer önemli nokta ise gıda israfının önüne geçilmesi için tüketicilerin bilinçlenerek bu doğrultuda hareket etmelerini sağlayabilmektir. Bunun için de pek çok proje ve etkinlik düzenlenmektedirler.

Çizelge 2.1 ile Slow Food Hareketi’nin tarihsel olarak gelişimi detaylı bir şekilde gösterilmiştir. Tablo incelenecek olursa 1986’da başlayan hareketin özellikle 2000’li yıllardan sonra hızla büyümeye başladığı görülmektedir.

Çizelge 2.1. Slow food tarihsel gelişimi

| Tarihler | Gelişmeler  | Tarihler | Gelişmeler  |
|----------|---|----------|---|
| 1986     | İtalya'da Slow Food hareketinin temelleri atıldı.   | 2007     | 5. Uluslararası Slow Food kongresi Pueblo Meksika'da gerçekleştirildi. Puebla Deklarasyonu onaylandı.<br>Brezilya ve Belarus'ta ilk bölgesel Terra Madre etkinlikleri düzenlendi.<br>Sürdürülebilir şarap üretimi kongresi Paris'te yapıldı.<br>İlk Algusto etkinliği Bilbao, İspanya'da gerçekleştirildi.  |
| 1989     | 15 üye ile Slow Food Manifestosu Paris'te imzalandı ve hareket resmîyet kazandı.  | 2008     | Terra Madre Ağı, Etiyopya, Hollanda ve İrlanda'da ulusal toplantılar gerçekleştirilerek ağı genişledi.<br>Slow Food ABD tarafından San Francisco'da kaliteli gıdanın kutlandığı Slow Food Nation etkinliğini gerçekleştirdi.<br>Slow Food ve Slow Food Biyoçeşitlilik Vakfı dünya genelinde çiftçi pazarlarının bulunduğu Yeryüzü Pazarları'nı ( Earth Markets) hayata geçirildi.<br>Slow Food Hollanda kuruldu.  |
| 1990     | İlk Uluslararası Slow Food Kongresi Venedik'te yapıldı.   | 2009     | Tanzanya, Arjantin, Bosna Hersek, Norveç ve Avusturya'da ilk bölgesel Terra Madre toplantıları gerçekleştirildi.<br>Avrupa Slowfood Birliği Eurogusto Fransa'da kuruldu.<br>İtalya'da Şefler ve Slow Food Presidia Ortaklığı kuruldu.<br>10 Aralıkta Slowfood'un kuruluşunun 20. Yılı nedeniyle İlk Terra Madre Günü kutlandı.<br>Uluslararası Yavaş Balık (Slow Fish) başlatıldı.  |
| 1992     | Slow Food Almaya kuruldu.   | 2010     | Bölgesel Terra Madre toplantıları Azerbaycan, Brezilya, Kanada, Güney Kore, Gürcistan ve Kazakistan'da yapıldı.<br>Afrika Bahçeleri ( Gardens in Africa) projesi başlatıldı.<br>Balkanlar Bosna'daki Ustikolina Lezzet Festivalinde Presidia ürünleriyle tanıştı<br>Yavaş Avrupa (Slow Europe) kampanyası başladı.  |
| 1993     | Slow Food İsviçre kuruldu.  | 2011     | Nuh'un Ambarı (Ark of Taste)1000. Ürününü kabul etti.<br>Bölgesel Terra Madre toplantıları Ermenistan, Avusturya, Güney Kore, Kıbrıs, Japonya, Rusya ve İsviçre'de gerçekleştirildi.  |
| 1996     | Kasım ayı sonunda Slow Food, Torino'da ilk Salone del Gusto'yu düzenledi ve Nuh'un Ambarı (Ark of Taste) projesini tanıttı. Bu etkinlik yerel üreticilerin bulunduğu her yıl düzenlenen uluslararası bir fuara dönüşmüştür. | 2012     | İlk Yerli Terra Madre (indigenous Terra Madre) İsveç'te yapıldı.<br>Slow Food kurucusu Carlo Petrini Birleşmiş Milletler Yerli Konular Geçici Forumunda bir konuşma yaptı.<br>650 delege 95 ülkeden katılan temsilcilerle Yiyeceğin Merkezi Rolü adıyla yeni bir politik dokümanın oluşturulduğu 6. Uluslararası Slow Food Kongresi Turin'de gerçekleştirildi.<br>Balkanlar'ın gıda biyoçeşitliliğini haritalamak için ESSEDRA (Kırsal Alanların Çevresel Sürdürülebilir Sosyo-Ekonomik Gelişimi) projesi başlatıldı. |
| 1997     | Slow Food'un uluslararası artizan peynir fuarı "Cheese" ilk kez Bra'da gerçekleştirildi. Fuar, elde ettiği başarının ardından her iki yılda bir düzenli olarak gerçekleştirilmeye başladı.                                  | 2013     | Güney Kore'de Asya ve Okyanusya Slow Food Ağları AsiO Gusto adıyla bir etkinlik gerçekleştirdiler.<br>Carlo Petrini Birleşmiş Milletler Çevre ödülünü aldı.   |
| 2000     | Yok olma riski altındaki küçük ölçekli, artizan gıda üretimlerinin korunması amacıyla yerel üretici gruplarının oluşturulduğu "Slow Food Presidia" projesi hayata geçirildi.<br>Slow Food ABD kuruldu.                      | 2014     | Amerika'da yavaş et etkinliği tanıtıldı.  |
| 2003     | Slow Food Biyoçeşitlilik Vakfı kuruldu.   | 2015     | Slow Food Çin kuruldu.<br>Polonya'da Slow Food festivali gerçekleştirildi.  |

Çizelge 2.1. (devam) Slow Food tarihsel gelişimi

| Tarihler | Gelişmeler   | Tarihler | Gelişmeler  |
|----------|--|----------|---|
| 2004     | 130 ülkeden 5000'i aşkın delegenin katıldığı Terra Madre, ilk kez 5. Salone del Gusto ile eş zamanlı olarak Torino'da düzenlendi.  | 2016     | Carlo Petrini Birleşmiş Milletler Gıda ve tarım örgütü tarafından Avrupa özel elçisi seçildi. |
|          | Dünyada bir ilk olan Gastronomi Bilimleri Üniversitesi, Bra, İtalya'daki Slow Food ofislerine yakın olan, restore edilmiş Agenzia di Pollenzo binasında eğitime başladı. |          |   |
|          | Slow Food Japonya kuruldu.   |          |   |
|          | Balığa, sürdürülebilir balıkçılığa ve sürdürülebilir tüketime adanmış, Slow Fish (Yavaş Balık) ilk kez Cenova'da gerçekleştirildi.                                       |          |   |
| 2005     | Brezilya'daki ilk büyük ölçekli geleneksel gıda etkinliği düzenlendi.  |          |   |
| 2006     | Slow Food ABD, Louisiana eyaletinde Katrina Kasırgası'ndan etkilenen gıda topluluklarına destek amacıyla Terra Madre Yardım Fonu'nu oluşturdu.                           |          |   |
|          | Slow Food İngiltere (UK) kuruldu.  |          |   |

Kaynak: slowfood.com,2018.



Türkiye 2007 yılında harekete katılmıştır. Bu tarih itibari ile de bulunduğumuz coğrafyanın zenginliklerini, gıdalarını, lezzetlerini korumak için Yerel Kuruluşlar (Convivia) ile birlikte pek çok çalışma gerçekleştirilmiştir. Özellikle kendi topraklarımızın eşsiz çeşitlilikte gıda barındırması, doğusundan batısına pek çok farklı yemek kültürlerinin olması ve gün geçtikçe unutulmaya yüz tutmuş yöresel lezzetlerin tanıtılmasını sağlamaktadır. Günümüzde 5 tanesi İstanbul'da olmak üzere toplam 26 tane Convivia bulunmaktadır (<https://www.slowfood.com/nazioni-condotte/turkey/>,2019). Ülkemizde çeşitli yerlerde bulunan Convivia kuruluşları hareketin felsefesinin yayılabilmesi için pek çok etkinlikler düzenlemektedirler. Ayrıca birçok genç gönüllülerin de faaliyetler yürüttüğü Slow Food Gençlik Gıda Hareketi de vardır. Pek çok gönüllü geleceğin daha aydınlık ve sürdürülebilir bir gıda tüketimi ve üretimi için iyi, temiz ve adil olanı korumaya ve gözetmeye çalışmaktadır.

Sonuç olarak bu hareket ile bilinçli tüketicileri yani kendi deyimleri ile yan üreticilerin bilinçlenmesi gerektiğini ve bu doğrultuda hareket etmeleri gerektiğini anlatmaktadır. Eğer gıdanın üretiminden sofraya gelene kadar olan sürecini birbirine bağlı zincirler olarak düşünürsek, burada yan üreticiler (bilinçli tüketiciler) zincirin en önemli halkası olmaktadır. Çünkü bu zincir halkasının tüketim alışkanlıkları ve istekleri doğrultusunda üretimsel faaliyetler değişmektedir. Örneğin bireylerin paketli gıdalar tüketmek yerine, kendilerini yemek pişirmek konusunda geliştirip, yemek pişirmenin hazzına varıp hareket ederlerse, tarladan sofraya gelene kadar sadece gıdanın değil belki de emeğinin karşılığını alamayan üreticiye de büyük oranda destek sağlamış olacaklardır. Bu hareketin yapmaya çalıştığı da budur. İnsanların hayati eylem olarak gerçekleştirdiği beslenmenin kalitesini artırmak ve bu sayede de zincirlerin birbirine destek olmaya çalıştığı günümüz dünyasından daha iyi bir dünya yaratabilmektir.

## **2.2. Yavaş Şehir Hareketi (Cittaslow)**

İçinde bulunduğumuz çağın en büyük değişim kaynağı olan küreselleşme pek çok alanda etkisini göstermektedir. Bu anlamda da bu etkinin olumlu yanları ile birlikte olumsuz etkilerinin de olduğu görülmektedir. Daha çok batılılaşma, Amerika kökenli işletmelerin homojenleştirdiği tüketim alışkanlıkları ile birlikte homojen kültürleşme ve homojen zevkler yaratılmaya çalışılmaktadır. Tam da bu noktada bu aynılaştırmanın özgün olanı yok etmesine tepki olarak doğan Yavaş Hareketi ve bu hareketin birimleri ile yereli korumaya

çalışmakta, ona hak ettiği değeri verip devamlılığının sağlanması için elinden geleni yapmaktadır.

Yavaş Şehir Hareketi, küreselleşmenin şehirlerin dokusunu, sakinlerini ve yaşam tarzını standartlaştırmasını ve yerel özellikleri ortadan kaldırmasını engellemek için 1999 yılında Slow Food hareketinden ortaya çıkmış bir kentler birliğidir. Hareket, insanların hayatlarında yaşadıkları olumsuz ve tek düze olmaya başlayan hayatlarının içerisinde, bu değişimlere karşı ortaya çıkan tepki hareketlerinin de kentlerde somutlaştırılmış halidir. Bu hareket hem yerel halkının hem de ziyaretçilerinin yaşam kalitesini yükseltmeyi hedefleyen sürdürülebilir yaşam ve sürdürülebilir kent anlayışını benimsemiştir. Yavaş Şehir felsefesi, insanların yaşamları içerisinde keyif alınacak faaliyetler gerçekleştirirken hayatın normal hızında yaşayarak gerçekleştirmelerini savunmaktadır. Ayrıca insanların buralarda kendi hayatlarının dışında çevreleri ile de iletişim kurup sosyalleşebildikleri, kendi ihtiyaçlarını karşılayabildikleri, sürdürülebilir bir ortamın varlığı içinde huzurlu ve mutlu yaşayabilmelerinin hedefindedir. Kendi üretimleri olan gıdalarına değer verip, kendi emekleri ile ortaya koydukları sanatsal ürünlerine ve faaliyetlerine, çevrelerini saran doğalarına, örf ve adetlerine sahip çıkmaktadır. Bununla birlikte alt yapı sorunları giderilmiş ve olmayan, yenilenebilir enerji kaynakları kullanan, teknolojinin sağladığı kolaylıkları kullanabilen kentlerin var olabileceği ve bu kentlerin alternatif olabileceği hedefi ile ilk adımları atılmıştır (cittaslowturkiye.org,06.11.2018).

Yukarıda da ifade edildiği gibi Yavaş Şehirler hem kendi yerel halkını hem de ziyaretçilerini düşünen, şehrin iyileştirilmiş ve sürekliliği olan bir ortama dönüştürülmesi amacıyla. Bununla birlikte pek çok yazar hareketin tanımını ve amacını farklı şekillerde açıklamıştır. Pink yavaş şehirleri; “çevre koruma kapsayıcı fikirleri, sürdürülebilir kalkınmayla kentsel yaşamın iyileştirilmesi, gıda üretiminde doğal ve çevre dostu teknikleri kullanan yerleşmelerdir” (Pink, 2008) şeklinde tanımlanırken; Mayer ve Knox ise “halkın ve yerel yöneticilerin yerel tarihi önemsedikleri, daha iyi ve sürdürülebilir bir gelişme için farklı yerel kaynaklardan faydalandıkları yerlerdir” şeklinde açıklamışlardır (Mayer ve Knox, 2006). Temel amacı küreselleşmenin homojenleştirdiği tüketim alışkanlıklarına, kültüre, gastronomik faaliyetlerin değişimine karşı yereli korumaya çalışarak sürdürülebilirliğini sağlamaktır. Yavaş Şehirler Birliği, bu hareketin tanımını yaparken şu ifadelerle yer vermektedir:

Cittaslow hareketi, insanların birbirleriyle iletişim kurabilecekleri, sosyalleşebilecekleri, kendine yeten, sürdürülebilir, el sanatlarına, doğasına, gelenek ve göreneklerine sahip çıkan ama aynı zamanda alt yapı sorunları olmayan, yenilenebilir enerji kaynakları kullanan, teknolojinin kolaylıklarından yararlanan kentlerin gerçekçi bir alternatif olacağı hedefiyle yola çıkmıştır (cittaslowturkiye.org, 07.12.2018).

Tüm bu açıklamalar ortak bir noktada buluşmaktadır. Bu ortak nokta; gelecekte yok olabilecek değerlerin korunması gerektiğidir. Bu amaçla hareket büyük önem taşımaktadır. Çünkü Yavaş Şehir Hareketi ile bilinçlenen büyük bir kitle vardır ve bu bilinçlenen kitleler ile birlikte şehirler ve ülkelerde yankıları hissedilmeye başlamıştır. Bu doğrultuda da hali hazırda birliğe üye olan Yavaş Şehirlere büyük rol düşmektedir. Önemli olan bu felsefenin etki alanını genişletmektir.

### **2.2.1. Yavaş Şehir Hareketi Oluşum Süreci**

Yavaş Şehir Hareketi, 1999 yılında İtalya Toskana'ya bağlı, küçük bir kasabası olan Greve in Chianti'nin eski belediye başkanı Paolo Santurnini'nin düşüncesi doğrultusunda ortaya çıkmıştır. Santurnini, kentlerin yerel halkının yaşam kalitelerinin yükseltebilmeleri, kentlerin kalkınabilmesini çıkış noktası olarak belirlemiş bu fikrini İtalya'nın her yerine ulaştırabilmek için de uğraşmıştır. İdealleri kısa zamanda Bra( Francesco Guida), Orvieto (Stefano Cimicchi), Positano (Domenico Marrone) belediye başkanları tarafından desteklenmiş ve kabul görmüştür. Ardından Slow Food başkanı Carlo Petrini ile de bir araya gelerek hareketin temelleri atılmaya başlanmıştır. Destinasyonlarda özgünlüğün ve sürdürülebilirliğin sağlanmaya çalışıldığı Yavaş Şehirlerin kurucu üyeleri olan dört kentin belediye başkanları ve Carlo Petrini Yavaş Şehir sözleşmesini imzalamaları ile Cittaslow resmen kurulmuş oldu. Uluslararası bir birlik şeklinde örgütlenen Cittaslow, çalışma ilke ve prensiplerini bir tüzükle kayıt altına almıştır. 28 madde ve 5 ek belgeden oluşan "Uluslararası Cittaslow" Tüzüğü, Cittaslow Birliği'nin kuruluşundan, organlarına, katılım için yerine getirilmesi gereken kriterlerden, üyelerin sorumluluğuna, logo kullanımından fon kullanımlarına kadar pek çok alanda tanımlar ve ilkelerden bahsetmektedir (Keskin,2012).

“Cittaslow –Rete Internazionale delle città del buon vivere” adı ile kurulmuş: kısaca “Cittaslow”, Bra, Kasaba, Chianti'de Greve, Orvieto, Positano ve Slow Food Derneği arasında kuruldu. Derneğin süresi sınırsızdır. Dernek, kendi ticari markasını “modern ve tarihi binaların taçlarını taşıyan turuncu renkli bir salyangoz”u tasvir edecektir.”(cittaslow.org, 2018).

Yavaş Şehirler Birliği'nin logo olarak salyangozu seçmesinin nedeni, salyangozun yavaşlık ve dinlenmeyi temsil etmesidir. Salyangoz, yavaş bir şekilde hareket etmekte ve evi olan kabuğunu gittiği her yere götürmektedir. Bu yavaşlık düşünmeyi ve ağırbaşlılığı akla getirmektedir (Keskin, 2010).



Kaynak: cittaslowturkiye.org;2018

Şekil 2.1. Cittaslow logosu

Cittaslow derneği kar amacı olmayan bir yapılaşmadır. Cittaslow adını İtalyanca şehir anlamına gelen ‘Citta’ ve İngilizce yavaş anlamında olan ‘Slow’ kelimelerinin birleşmesi ile oluşturulmuştur. ‘Cittaslow’ adının diğer dillerde de bu adı kullanarak anılacağını ve birliğin resmi dilinin İtalyanca ve İngilizce olduğunu da yukarıda bahsedilen tüzükte belirtilmiştir. Türkçe karşılığı olarak da ‘Yavaş Şehir’, ‘Yavaş Kent’, ‘Sakin Şehir’, ‘Sakin Kent’ olarak çevrilmiş ve bu isimlerle kullanılmaktadır.

Günümüzde 7 ana başlık içerisinde yer alan 72 kriterden oluşan üyelik kriterlerinin belirli bir kısmını yerine getiren kentler, bu birliğe üye olabilmektedir. Temmuz 2019 itibari ile güncellenmiş olan liste ile 30 ülke 262 kent ile tüm dünyaya yayılmakta olan birlik, başvuru sürecinde de olan birçok kent ile büyümeye devam etmektedir. Çoğunluğu İtalya’da yer alan Cittaslow kentlerinin ülkelere göre sıralanışı Çizelge 2.2’de gösterilmiştir.

Çizelge 2.2. Cittaslow şehirleri, sayıları ve ülkeler

| Ülkeler        | Şehirler  | Şehir Sayısı | Ülkeler      | Şehirler  | Şehir Sayısı |
|----------------|---|--------------|--------------|---|--------------|
| Amerika        | Sebastopol, Sonoma  | 2            | İtalya       | Abbiategrosso, Acqualagna, Acquapendente Altomonte, Amalfi, Amelia Anghiari, Asolo, Barga, Borgo Val di Taro, Bra, Brisighella, Bucine, Caiazzo Capalbio, Casalbeltrame, Castel Campagnano, Castelnovo nè Monti, Castelnuovo Berardenga, Castel San Pietro Terme, Castiglione Olona, Castiglione in Teverina, Cerreto Sannita, Chiavenna, Chiaverano, Cisternino, Città della Pieve, Città Sant'Angelo, Civitella in Val di Chiana, Controguerra, Cortona, Cutigliano, Ficull, Fontanellato, Francavilla al Mare, Galeata, Gioi, Giuliano Teatino, Gravina in Puglia, Greve in Chianti, Grumes – Altavalle Belediyesi, Guardiagrele, Levanto, Marradi, Massa Marittima, Monte Castello di Vibio, Montefalco, Morimondo, Novellara, Orsara di Puglia, Orvieto, Parrano, Pellegrino Parmense, Penne, Pianella, Pollica, Positano, Pratovecchio, Preci, Ribera, Salorno, San Miniato, San Potito Sannitico, Sant'Agata di Puglia, Santarcangelo di Romagna, San Vincenzo, Santa Sofia, Scandiano, Sperlonga, Stio, Suvereto, Teglio, Termoli, Tirano, Todi, Tolfa, Torgiano, Trani, Travacò Siccomario, Trevi, Turbigo, Usseglio, Vigarano Mainarda, Zibello | 84           |
| Avustralya     | Goolwa, Katoomba, Yea   | 3            |              |   |              |
| Avusturya      | Enns, Hartberg, Horn  | 3            |              |   |              |
| Belçika        | Jurbise, Chaudfontaine, Enghien Estinnes, Lens, Maaseik, Silly  | 7            |              |   |              |
| Büyük Britanya | Aylsham, Berwick upon Tweed, Llangollen, Mold, Perth  | 5            |              |   |              |
| Çin            | Fuli, Jingyang, Shimenshan, Yanyang, Yaxi, Yuhu, Changjia, Changshan – Zigang (Üyelik Aşamasında), Erdaobaihe, Luzhi, Maolin, Songbai   | 12           |              |   |              |
| Danimarka      | Mariagerfjord, Svendborg  | 2            |              |   |              |
| Finlandiya     | Kristinestad  | 1            |              |   |              |
| Fransa         | Cazaubon, Créon, Labastide d'Armagnac, Loix, Mirande, Saint Antonin Noble Val, Samatan, Segonzac, Simorre, Valmondois   | 10           |              |   |              |
| İrlanda        | Clonakilty  | 1            |              |   |              |
| Güney Afrika   | Sedgefield  | 1            |              |   |              |
| Güney Kore     | Cheongsong County, Damyang County, Gimhae, Hadong, Jecheon City, Jeonju City, Mokpo City, Namyangju City, Sangju City, Seochon County, Shinan County, Taean County, Wando County, Yeongwol County, Yeongyang County, Yesan County | 16           | İzlanda      | Djupavogshreppur  | 1            |
|                |   |              | Kanada       | Cowichan Bay, Lac-Mégantic, Naramata, Wolfville   | 4            |
|                |   |              | Kolombiya    | Pijao   | 1            |
|                |   |              | Macaristan   | Hódmezővásárhely  | 1            |
|                |   |              | Norveç       | Levanger, Sokndal, Ulvik  | 3            |
| Hollanda       | Alphen-Chaam, Borger-Odoorn, Echt-Susteren, Eijsden-Margraten, Gulpen-Wittem, Heerde, Midden-Delfland, Peel en Maas, Vaals, Vianen Westerwolde  | 11           | Polonya      | Barczewo, Bartoszyce, Biskupiec, Bisztynek, Działdowo, Dobre Miasto, Głubczyce, Goldap, Górowo Iławeckie, Jeziorany, Kalety, Lidzbark, Lidzbark Warminski, Lubawa, Murowana Goślina, Nidzica, Nowe Miasto Lubawskie, Nowy Dwór Gdański, Orneta, Olsztynek, Pasym, Prudnik, Rejowiec Fabryczny, Reszel, Rzgów, Ryn, Sępólno, Sianów, Wydminy   | 30           |
| İspanya        | Balmaseda, Begues, Begur, Bubiñ, Lekeitio, Morella, Mungia, Pals Rubielos de Mora, Villa de La Orotava  | 9            | Tayvan       | Dalin, Fonglin, Nanzhuang, Sany   | 4            |
|                |   |              | Türkiye      | Ahlat, Akyaka, Eğirdir, Gerze, Gökçeada, Göynük, Halfeti, Köyceğiz, Mudurnu, Perşembe, Şavşat, Seferihisar, Vize, Taraklı, Uzundere, Yalvaç, Yenipazar  | 17           |
| İsveç          | Falköping   | 1            | Almanya      | Bad Essen, Bad Schussenried, Bad Wimpfen, Berching, Bischofsheim, Blieskastel Deidesheim, Hersbruck, Lüdinghausen, Maikammer, Meldorf Michelstadt, Nördlingen, Penzlin, Schneverdingen, Spalt, Überlingen, Waldkirch Wirsberg, Zwingenberg  | 20           |
| İsviçre        | Mendrisio   | 1            |              |   |              |
| Japonya        | Kesenuma, Maebashi-Akagi  | 2            |              |   |              |
| KKTC           | Geçitkale, Lefke, Mehmetçik, Yeniboğaziçi, Tatlısu  | 5            | Yeni Zelenda | Matakana  | 1            |
| Portekiz       | Sao Bras de Alportel, Silves, Tavira, Viana Do Castelo  | 4            |              |   |              |

Kaynak: www.cittaslow.org, 2019

### **2.2.2. Yavaş Şehirler Birliği Yönetim ve Organizasyonu**

Merkezi Orvieto İtalya’da bulunan, Yavaş Şehirler (Cittaslow) Birliğinin organizasyon yapısı içerisinde 3 ana organ bulunmaktadır. Bu organlardan ilki; ulusal ağların temsilcileri ve karar verme yetkisi olan Koordinasyon Komitesidir. İkinci organ ise birliğin bilimsel temelini oluşturan; Bilim Komitesidir. Son organ da birliğin operasyonlarından sorumlu olan Sekreteryaya (Genel Merkez)’dir. Bu organizasyon yapısı içerisindeki ulusal ağlar, Birliğin temelini oluşturmaktadır. Bir üye ülkede 3 adet üye Cittaslow bulunduğu zaman, o ülkede bir Cittaslow ulusal ağı oluşmuş demektir. Bu ulusal ağlar, kendi ülkelerindeki adaylık sürecini yönetip Genel Merkeze bilgilendirme yaparlar. Ayrıca Genel Merkezle bağlantıyı sağlayan ulusal ağlar, ülkelerindeki hareketi yaygınlaştırıcı faaliyetleri de yürütüp, yeni projeler ortaya koyabilirler (cittaslowturkiye.org,07.12.2018). Birliğin başkanlığını halihazırda Stefano Pisani yürütmekte ve onbir adet başkan yardımcısı bulunmakta olup, başkan yardımcıları üye şehirlerin belediye başkanlarından oluşmaktadır. Kanada için atanacak olan üye ile birlikte üye sayısı 17’ye ulaşacaktır. (cittaslow.org,07.12.2018).

### **2.2.3. Yavaş Şehirler Birliğine Üyelik Kriterleri ve Süreci**

Yavaş Şehirler Birliğine üye olabilmek için ilk ön koşul, aday olacak şehrin ya da kentin nüfusunun 50.000 ‘in altında olması gerekmektedir. Bir şehir “Yavaş Şehir” statüsünü elde etmek için Slow Food’ın kurallarını kabul etmeli ve yaşamı iyileştirmek ve yerel çevreyi korumak için çalışmalıdır (cittaslow.org,05.12.2018).

Aday kentlerin üyeliklerinin kabul edilebilmesi için birliğin belirlediği üyelik kriterlerini gerçekleştirmeleri gerekir. Gerçekleştirilen kriterler incelenerek yapılan çalışmalar puanlanmaktadır. Puanlama sonucunda 50 puan ve üzeri puan alınması gerekmektedir (cittaslowturkiye.org,05.12.2018). Bu kriterler önceleri 59 kriterden oluşmakta iken, bilim komitesinin gerçekleştirdiği çalışmalar ile güncellenmiştir. Günümüzde kriterler 7 ana başlık ve bu ana başlıkların altında yer alan toplam 72 kriterden oluşmaktadır. Kriterlerinin çoğu, her şehrin/kentin kendisine özgü şartları olduğundan genel kavramlardan meydana gelmektedir. Birlik yeni kriterlerin açıklaması ile ilgili şu bilgileri vermektedir (cittaslowturkiye.org,05.12.2018):

- Eski kriterler ile yeni eklenen kriterlerin en önemli farkı perspektif ve zorunlu kriterlerin de olmasıdır. Zorunlu kriterler o alanda yapılacak olan çalışmaların zorunlu olduğunu göstermektedir. Perspektif kriterler de gelecekte aday kentin daha kesin ve imtiyazlı taahhütlerin benimsendiği kriterlerden oluşmaktadır. Perspektif kriterler, gerçekleştirilmeleri durumunda, yer aldıkları kriter başlıklarında %15 oranında puan artışı sağlarlar.
- Eklenen yeni kriterlerin bir diğer getirdiği değişiklik ise ulusal ağların kriterlere ekleme yapabilme yetkisidir. Her ülkenin farklı özelliklerde olduğu göz önüne alındığında kriter başlıklarına, o başlığın puan değerinin %20'sini geçmeyecek oranda ulusal kriter ekleyebilme yetkisi verilmiştir.

Yavaş Şehir olma kriterleri 7 ana başlıkta incelenmektedir. Bu başlıklar şu şekildedir:

- Çevre Politikaları,
- Altyapı Politikaları,
- Kentsel Yaşam Kalitesi Politikaları,
- Tarımsal, turistik, esnaf ve sanatkarlara dair politikalar,
- Misafirperverlik, farkındalık ve eğitim için planlar,
- Sosyal uyum,
- Ortaklıklar.

Bu kriterlerin belli bir kısmı yerine getirildikten sonra başvuru sürecinde yapılması gereken birtakım adımlar vardır. İlk önce başvuru mektubunun sunulması gerekmektedir. Bu mektupta aday kentin gerekçeleri ile başvuru niyetini açıklaması gerekmektedir. Ardından başvuru mektubu değerlendirilmesi yapılır, değerlendirme sonucunda olumlu geri dönüş olursa Bilim Komitesi ile birlikte Yavaş Yaşamı Destekleme Derneği aday kenti ziyaret eder ([cittaslowturkiye.org](http://cittaslowturkiye.org),08.12.2018). Bu ziyaret sonucunda Adaylık Değerlendirme Raporu oluşturulur. Bu rapor olumlu sonuçlar içeriyorsa kent Aday Kent ilan edilir. Aday Kent bu adımdan sonra hazırlık yapmaya başlamaktadır. Bu aşamada eksikliklerin giderildiği ve gerekli çalışmalar yapılması gerekmektedir. Eğer Aday Kent bu eksiklikleri gidermezse başvurusu iptal edilir ve bir yıl geçmeden tekrar başvuru yapamaz. Eksiklikleri giderdiğini belirtmesi durumunda ise bir önceki ziyaretteki gibi Bilim Komitesi ve Yavaş Yaşamı Destekleme Derneği tarafından bir kez daha ziyaret edilir. Bu ziyarette eksikliklerin giderilip giderilmediği incelenir, adaylık sürecinde gerçekleştirilen

etkinlikler ve faaliyetler değerlendirilir. Bu ziyaret sonucunda değerlendirmenin olumlu sonuçlanması durumunda, aday kent Başvuru Dosyası'nı hazırlar, böylelikle üyelik başvurusunda bulunmuş olur. Son adımda ise Yavaş Şehirler Birliğinin Genel Merkezi değerlendirmesidir. Aday kentin başvuru dosyası merkeze gönderildikten sonra merkezin değerlendirmesi olumlu olursa üyeliği onaylanmış olur.

Bu sürecin önemli noktası olan kriterler ise genel ifadeler içermekle birlikte açıklayıcı olması açısından da örnekler ile birlikte ifade edilmektedir. Bu kriterleri detaylı bir şekilde açıklamak daha doğru olacaktır.

Kriterler listesinde tek asteriks (\*) ile gösterilenleri aday kentin yapması gereken zorunlu kriterlerdir; perspektif kriterler ise iki asteriks (\*\*) ile belirtilmektedir (cittaslowturkiye.org,01.12.2018).

### 2.2.3.1. Çevre politikaları

Çevre Politikaları aday kentlerde dikkat edilen en önemli kriterlerdendir. 12 maddeden oluşan bu kriterler çevre temizliği, yenilenebilir enerji kaynakları, biyoçeşitliliğin korunması gibi maddeler içermektedir. Bu maddeler aşağıdaki gibidir:

Çizelge 2.3. Çevre politikaları

|  |
|--|
| 1. Hava temizliğinin yasa tarafından belirtilen parametrelerde olduğunun belgelenmesi, * |
| 2. Su temizliğinin yasa tarafından belirtilen parametrelerde olduğunun belgelenmesi, *   |
| 3. Halkın içme suyu tüketiminin ulusal ortalamayla karşılaştırılması,                    |
| 4. Kentsel katı atıkların ayrıştırılarak toplanması, *                                   |
| 5. Endüstriyel ve evsel kompostlamanın desteklenmesi,                                    |
| 6. Kentsel ya da toplu kanalizasyon için atık su arıtma tesisinin bulunması, *           |
| 7. Binalarda ve kamu kullanım alanlarında enerji tasarrufu,                              |
| 8. Kamunun yenilenebilir enerji kaynaklarından enerji üretimi,                           |
| 9. Görsel kirliliğin ve trafik gürültüsünün azaltılması,                                 |
| 10. Kamusal ışık kirliliğinin azaltılması, *   |
| 11. Hane başına düşen elektrik enerjisi tüketimi,  |
| 12. Biyoçeşitliliğin korunması   |



### 2.2.3.2. Altyapı politikaları

Aday kentin altyapısının da gelişmesine büyük önem veren Yavaş Şehirler Birliği bu kriterler ile kentin bisiklet yollarına sahip olması, eko ulaşım planlaması gibi maddeler içermektedir.

Çizelge 2.4. Altyapı politikaları

|   |
|---|
| 1. Kamu binalarına bağlı verimli bisiklet yolları                                     |
| 2. Mevcut bisiklet yollarının araç yollarıyla kilometre üzerinden karşılaştırılması * |
| 3. Metro ve otobüs durakları gibi aktarma merkezlerinde bisiklet park yerleri         |
| 4. Özel taşıt kullanımına alternatif olarak eko ulaşım planlanması <sup>1*</sup>      |
| 5. Engellilere yönelik mimari engellerin kaldırılması *                               |
| 6. Aile hayatı ve hamile kadınlar için girişimler <sup>2*</sup>                       |
| 7. Sağlık hizmetlerine onaylanmış ulaşılabilirlik,                                    |
| 8. Kent merkezlerinde malların sürdürülebilir dağıtımı <sup>3</sup>                   |
| 9. Şehir dışında çalışan şehir sakinlerinin oranı *                                   |

### 2.2.4.3. Kentsel yaşam kalitesi politikaları

Bu kriterler aday kentlerin yaşam kalitesinin yükseltilmesi için yerine getirmeleri gereken bir takım maddeleri içerir.

<sup>1</sup> Elektrikli otobüs, dik yokuşlarda yürüyen merdivenler vb.

<sup>2</sup> Kent merkezlerinde ve/veya hastanelerde hamileler için özel park yeri ayrılması gibi,

<sup>3</sup> Tarihi kent merkezlerinde mal dağıtımı için havayı kirleten araçlar yerine elektrikli veya motorsuz taşıtlar gibi kirlilik yaratmayan taşıtların tercih edilmesi

## Çizelge 2.5. Kentsel yaşam kalitesi politikaları

|   |
|---|
| 1. Kentin direnci için planlama**   |
| 2. Kente ait değerlerin iyileştirilmesi, kent merkezinin ve kamu binalarının değerlerinin artırılması için programlar <sup>4*</sup> |
| 3. Verimli bitkiler ve meyve ağaçları kullanılarak sosyal yeşil alanların iyileştirilmesi ve/veya oluşturulması**                   |
| 4. Kentsel yaşanabilirliğin artırılması <sup>5</sup>  |
| 5. Marjinal alanların tekrar değerlendirilip kullanılması *   |
| 6. Vatandaşlara ve turistlere yönelik interaktif hizmetlerin geliştirilmesinde bilgi ve iletişim teknolojilerinden faydalanılması*  |
| 7. Sürdürülebilir mimari için hizmet masası oluşturulması <sup>6*</sup>   |
| 8. Kentin internet ağına sahip olması <sup>7*</sup>   |
| 9. Kirleticilerin izlenmesi ve azaltılması <sup>8*</sup>  |
| 10. Tele çalışmanın geliştirilmesi <sup>9</sup>   |
| 11. Kişisel sürdürülebilir kentsel planlanmanın teşviki <sup>10</sup>   |
| 12. Sosyal altyapıyı desteklemek  |
| 13. Kamusal sürdürülebilir kentsel planlanmanın teşviki <sup>11*</sup>  |
| 14. Kent içindeki kullanışlı yeşil alanların verimli bitkiler ile değerlendirilmesi **  |
| 15. Yerel ürünlerin ticarileşmesi için alanların yaratılması *  |
| 16. Atölyelerin korunması ve değerlerinin artırılması – doğal/yerel alışveriş merkezlerinin yaratılması <sup>12*</sup>              |
| 17. Yeşil alanlarda kullanılan beton miktarı <sup>13</sup>  |

<sup>4</sup> Sokak mobilyaları, turizm levhaları, kentsel peyzaj ve korunması

<sup>5</sup> Kentin daha yaşanabilir olması için çalışmalar yapmak. Örnek olarak işe gidiş ve çıkış saatlerinde oluşan trafik sıkışıklığını azaltmak için okulların veya kamu kurumlarının mesai saatlerini kaydırmak. İş yerlerinde kreş açılmasını teşvik etmek de örnek verilebilir.

<sup>6</sup> Biyomimari vb.

<sup>7</sup> Fiber optik, kablosuz sistemler

<sup>8</sup> Gürültü, elektrik sistemleri vb

<sup>9</sup> Bilgisayar bağlantısıyla evden çalışma

<sup>10</sup> Pasif ev vb.

<sup>11</sup> Pasif ev vb.

<sup>12</sup> Tarihi kent merkezlerinde yer alan geleneksel kasap, fırın, bakkal vb. dükkanların desteklenmesi

<sup>13</sup> Metre küp olarak

#### 2.2.3.4. Tarımsal, turistik, esnaf ve sanatkârlara dair politikalar

Bu başlık altında yer alan kriterlere bakıldığında Yavaş Şehir Birliği yerel, el yapımı ürünlerin korunması, organik tarımın önemine dikkat etmektedir. Bu açıdan da bu kriterler hem ziyaretçiler için hem de yerel halkı düşünen kriterlerdir.

Çizelge 2.6. Tarımsal, turistik, esnaf ve sanatkârlara dair politikalar

|   |
|---|
| 1. Agroekolojinin geliştirilmesi <sup>14**</sup>  |
| 2. El yapımı ve etiketli veya markalı esnaf/sanatkâr ürünlerinin korunması *  |
| 3. Geleneksel iş tekniklerinin ve zanaatların değerinin artırılması *   |
| 4. Kırsal bölgede yaşayanların hizmetlere erişimini artırarak kırsal bölgelerin değerini arttırmak <sup>15*</sup>                         |
| 5. Kamuya ait restoranlarda (okul kantinleri, aş evleri vb) yerel, mümkünse organik ürünlerin kullanılması <sup>16 *</sup>                |
| 6. Kişisel kullanımda ve yemek sektöründe tat eğitimlerinin verilmesi ve mümkünse organik yerel ürünlerin kullanılmasının teşvik edilmesi |
| 7. Yerel ve geleneksel kültürel etkinliklerin korunması ve değerlerinin artırılması *   |
| 8. Otel kapasitelerinin artırılması <sup>17*</sup>  |
| 9. Tarımda GDO kullanımının yasaklanması  |
| 10. Önceden tarım için kullanılmış alanların kullanımı hakkındaki imar planları için yeni fikirlerin varlığı                              |

#### 2.2.3.5. Misafirperverlik, farkındalık ve eğitim için planlar

Birlik yerel halkının Yavaş Şehir Hareketi ile ilgili detaylı bir eğitim almasını önemsemektedir. Böylelikle hem halkın yaşadıkları kent ile ilgili yaşanacak değişimler konusunda bilgilenebilir hem de üzerlerine düşen yetki ve sorumluluklardan da haberdar olmalıdırlar. Bu nedenle de bu kriterler sağlık eğitimleri, eğitimciler, yöneticiler ve çalışanların Cittaslow temaları hakkında sürekli eğitim görmesi gibi maddeler içermektedir.

<sup>14</sup> Yerel ürünlerin sertifikalandırılması, kültür müzeleri kurulması

<sup>15</sup> Bölgedeki halkının hizmetlere ulaşımını arttırmak

<sup>16</sup> Mümkünse yerel organik ürünlerin kullanılması. Okul kantinleri vb

<sup>17</sup> Yatak sayısının nüfusa yıllık oranının değerlendirilmesi

Çizelge 2.7. Misafirperverlik, farkındalık ve eğitim için planlar

|   |
|---|
| 1. İyi karşılama <sup>18</sup> *  |
| 2. Esnafın ve operatörlerin farkındalıklarını arttırmak <sup>19</sup> *                                 |
| 3. Yavaş güzergahların mevcut olması <sup>20</sup>  |
| 4. Önemli yönetsel kararlara tabandan tavana katılım sürecini sağlayacak aktif tekniklerin benimsenmesi |
| 5. Eğitimciler, yöneticiler ve çalışanların Cittaslow temaları hakkında sürekli eğitim görmesi**        |
| 6. Sağlık eğitimleri <sup>21</sup>  |
| 7. Yöre halkına Cittaslow'un anlamı hakkında sistematik ve kalıcı eğitim vermek *                       |
| 8. Cittaslow üzerine yerel yönetim ile çalışan derneklerin aktif varlığı                                |
| 9. Cittaslow kampanyalarının desteklenmesi *  |
| 10. Cittaslow logosunun internet sayfasında ve antetli kağıt üzerinde kullanımı *                       |

### 2.2.3.6. Sosyal uyum

Yavaş Şehirler farklı etnik gruptan halka yer vermektedir. Bu yüzden de kültürel kaynaşmanın sağlanmış olması ve birbirleri ile entegre bir şekilde yaşanması önemlidir. Ayrıca engelli kişilerin entegrasyonu, çocuk bakımının desteklenmesi maddeleri ile de birbirini destekleyen ve yardımlaşmanın olabileceği ortam yaratılmaya çalışılmaktadır.

<sup>18</sup> Kenti ziyaret edenlere yönelik çalışacak bir karşılama/tanıtım görevlisinin belirlenmesi, görevlendirilmiş kişilerin eğitimi, yönlendirme levhaları, ziyaretçilere uygun altyapı olanakları ve tanıtım ofisleri gibi bu alanda çalışan noktaların mesai saatlerinin düzenlenmesi

<sup>19</sup> Fiyatların ve tarifelerin açık bir şekilde sergilenmesi

<sup>20</sup> Basılı olarak veya internet sayfasında ve web üzerinde

<sup>21</sup> Obezite, diyabet vb. sorunlara yönelik çalışmalar

Çizelge 2.8. Sosyal uyum

|  |
|--|
| 1.Azinlıklara yönelik ayrımcılığa karşı çalışmalar   |
| 2.Farklı etnik kökene sahip insanların aynı mahallede yaşaması                             |
| 3.Engelli kişilerin entegrasyonu   |
| 4.Çocuk bakımının desteklenmesi  |
| 5.Genç neslin istihdam durumu  |
| 6.Yoksulluk  |
| 7.Toplumsal ortaklıklar/sivil toplum kuruluşların mevcudiyeti                              |
| 8.Farklı kültürlerin entegrasyonu  |
| 9.Politikaya katılım   |
| 10.Belediyenin kamu konut yatırımı   |
| 11.Gençlik faaliyetlerinin yürütüldüğü bir alanların ve bir gençlik merkezinin mevcudiyeti |

### 2.2.3.7. Ortaklıklar

Yavaş Şehirler Birliğinin devamlılığı ve projelerinin üye kentlerde de desteklenmesi önemlidir. Bu amaçla da hem Slowfood aktivitelerinin hem de Yavaş Şehir felsefesinin yayılmasını sağlayacak faaliyetler gerçekleştirilmelidir.

Çizelge 2.9. Ortaklıklar

|   |
|---|
| 1.Slowfood aktiviteleri ve kampanyaları için destek   |
| 2.Doğal ve geleneksel yiyecekleri Slowfood veya diğer kurumlar ile desteklemek  |
| 3.Eşleştirme projelerini desteklemek ve geliştirmekte olan ülkelerin Cittaslow ve Slowfood felsefelerinin yayılmasını da sağlayacak şekilde gelişmeleri için işbirliği yapmak Slowfood aktiviteleri ve kampanyaları için destek |

### 2.3. Türkiye ve Yavaş Şehir Hareketi

Türkiye Yavaş Şehirler Birliği'ne ilk kez, 28 Kasım 2009 tarihinde İzmir'e bağlı Seferihisar ilçesi "Cittaslow" yani Yavaş Şehir üyeliğinin kabul edilmesiyle harekete dâhil olmuştur. Böylelikle Seferihisar Türkiye'nin ilk Dünyanın 129. Yavaş (Sakin) kenti olmuştur. Bu üyelikle birlikte Türkiye'nin tanıtılmasına ve coğrafyasının sahip olduğu eşsiz güzelliklerin öğrenilmesine vesile olmuştur. Ülkemizde pek çok ilçe Yavaş Şehir

olabilme özelliklerine sahiptir. Gerek kültürü, yöresel yemekleri, doğal güzellikleri gerekse tarihi geçmişi ile bunu kanıtlamaktadır.

2009 yılında Seferihisar ilçesi ile başlayan Yavaş Şehir ağı 2011 yılında Sakarya'nın Taraklı, Çanakkale'nin Gökçeada, Aydın'ın Yenipazar ve Muğla'nın Akyaka beldeleri de harekete dâhil olmuş ve Türkiye'de Yavaş Şehir ağı yani ulusal ağ oluşmuştur. 2019 Mayıs ayı itibari ile Dünya'da 30 ülkede 262 Yavaş Şehir "Cittaslow" vardır. Bu 262 şehrin 17 tanesi Türkiye'de bulunmaktadır. Türkiye'deki Sakin Şehirler ve birliğe dâhil oldukları yıllar aşağıda sıralanmıştır (Coşkun,2018:45, cittaslowturkiye.org,2019 ):

- Seferihisar (İzmir,2009),
- Akyaka (Muğla,2011),
- Yenipazar (Aydın,2011).
- Gökçeada (Çanakkale,2011),
- Taraklı (Sakarya,2011),
- Eğirdir (Isparta,2012),
- Perşembe (Ordu,2012),
- Yalvaç (Isparta,2012),
- Vize (Edirne,2012),
- Halfeti (Şanlıurfa,2013),
- Şavşat (Artvin,2015),
- Uzundere (Erzurum,2016),
- Gerze (Sinop,2017),
- Göynük (Bolu,2017),
- Eğirdir (Isparta,2017)
- Mudurnu (Bolu,2018)
- Köyceğiz (Muğla,2019)
- Ahlat (Bitlis,2019).

Her geçen gün yeni Yavaş Şehirler eklenmeye devam etmektedir. Çok farklı özellikleri barındıran ve geniş bir coğrafyaya sahip, aynı zamanda tarihte çok farklı kültürlerle ev sahipliği yapmış olan ülkemizde Yavaş Şehir olabilecek pek çok şehrimiz bulunmaktadır. Bu yerlerin Yavaş Şehir olması o yöredeki yerel yemeklerin, ürünlerin, zanaatların, mimari

yapının, doğal çevrenin korunması aynı zamanda bu şehirlerin kalkınması anlamına gelmektedir (Sırım,2012:126). Bu yüzden de Yavaş Şehir olabilme kriterlerine uygun kentlerimizin bu alanda gerçekleştirebilecekleri faaliyetlerine önem göstermeleri gerekmektedir. Ancak bu şekilde yereli korumaya çalışan bir hareket ile doğal varlıklarını değerinin korunmasını ve geleceğe aktarılmasını sağlayabilirler. Çünkü korumaya çalışmadığımız kültürümüzün bir parçası olan her şey zamanla unutulmaya hatta yok olmaya mahkûm olabilir. Bu yüzden de kültürün önemini ortaya koyan ulu önderimiz Mustafa Kemal Atatürk'ün ifade ettiği gibi, *Memleketimizi, toplumumuzu gerçek hedefe, mutluluğa eriştirmek için iki orduya ihtiyaç vardır; biri vatanın hayatını kurtaran asker ordusu, diğeri milletin geleceğini yoğuran kültür ordusu. Mustafa Kemal Atatürk, 1923* (M.E.İ.S.D.1: 17, <http://www.atam.gov.tr/duyurular/milli-egitim,01.02.19>).

#### 2.4. Yavaş Turizm

Yavaş Turizm, Yavaş Yemek (Slow Food) Hareketi'nin ve Yavaş Şehirlerin (Cittaslow) tüm dünyaya yayılması ile birlikte ortaya çıkmış bir kavramdır. Bu şehirlerin sahip oldukları özgün özellikleriyle insanlar tarafından merak edilmeye başlanmış, sakin ve doğa ile iç içe ortamlarda dinlenmek isteyen turistler için uygun ve cazip alanlar olarak görülmüş ve bireylerin bu alanları ziyaret etmeye başlamaları ile birlikte yeni bir turizm şeklini ortaya çıkarmıştır (Ünal,2016:20). Yavaş turizm; doğaya, kültürel yapıya, gastronomiye, tarihi zenginliklerine ve geleneklerine sahip çıkan ve bu alanların herhangi bir değişime ve bozulmaya maruz kalmadan korunması felsefesidir.Bu doğrultuda da yolcuların, turizm girişimcilerinin ve yerel toplulukların aktif katılımı sayesinde, bölgelerdeki büyümeyi, hatta az bilinenlerin bile korunmasını ve teşvik edilmesini sağlayarak değerli turizm destinasyonları haline getirmektedir (slowtourism-italia.org,04.12.18).Yavaş turizmin amacı; değişmeyen performans ve programlarla hareket etmek değil, bunun da ötesinde doğal çevreyi ve gerçek seyahati deneyimleyip, yerel kültür ve yerel insanlara daha yakın olmaktır (Akgöz:2016, 9). Plansız hareket edip anın tadını çıkarmak yerine, bulunulan yeri, anı hissedip bağ kurabilmektir.

Turizm endüstrisinin gelişmesi ile birlikte destinasyonlara daha fazla turist çekebilmek adına işletmelerin doğal çevreye verdikleri zararlar, kıyı şeritlerinin tahrip edilip doğal yaşam döngüsüne zarar verilmesi, verimli arazilerin de büyük otellere dönüşmesi ile farklı boyutlara taşınmıştır. Bunun aksine Yavaş Turizm hareketinin temelinde, zengin kültürel

yapıya ve çekici doğal güzelliklere sahip bu alanlarda herhangi bir fiziksel değişime uğramamasını ve mevcut yapısının bozulması ve orijinal halinin korunması felsefesi yatmaktadır (Ünal,2016:21). Hangi turizm faaliyeti olursa olsun günümüzde turistlerin beklentilerini karşılamak için bir takım değişiklikler gerekliyse, bu değişiklikler öncelikle çevrenin mekansal görünümüne müdahale etmekle başlamaktadır. Yavaş turizmde ise bu böyle değildir. Öncelikle mekansal görünüm değiştirilmeye çalışılmaz, aksine kendi doğallığı ne ise o korunmaya çalışılır. Bunu sağlamaya çalışırken de kentin, kasabanın bakkalına, terzisine, fırınına; yani kendi yerel ekonomisine katkı sağlayıp gelişmesine destek olur. Böylelikle de yok olup gitmeye yüz tutmuş pek çok yöresel simgeler korunmuş ve tanıtımı gerçekleştirmiş olur. Böylelikle de yerel ekonomisine katkıda bulunmuş olur.

Yavaş turizm, Yavaş Şehirlerde olduğu gibi misafirperverliğe de önem vermektedir. Çünkü yerel halkın kültürel ve sosyal yapısının da değişime uğramadan turistler ile buluşmasına böylelikle samimi ve sıcak bir ortam sağlanmış olur. Bu konuda yerel halkın bilinçlendirilip, farkındalıklarının artırılması gerekmektedir. Böylelikle sahip oldukları özellikleri ve yaşam tarzlarının, özgün değerlerinin bu turizm faaliyetini meydana getirdiğinin bilincinde olsunlar. Bu bilinçlenme ile yerel halk sahip çıkma içgüdüğü edinip, sahip olduklarına daha fazla değer vermelerine neden olabilir.

Her yaş grubu ve zevke hitap eden yavaş turizm özellikle doğada olmayı, doğayı hissetmeyi seven bireyler için çekici destinasyonlardır. Keşfetmeye açık, yeni kültürler, yeni insanlar, yeni yemekler keşfetmek isteyen, çevreye ilgi duyan, stresten uzak sakin, sessiz bir tatil geçirmek isteyen çiftleri ve aileleri kapsamaktadır. Bu bağlamda Yavaş Şehirler güçlü bir turizm potansiyeline sahiptir ve turizm politikaları “Slow Turizm” politikalarına uyum göstermektedir.

Yavaş turizm pek çok araştırmacıya göre sürdürülebilir turizm ile beraber anılmaktadır. Çünkü sürdürülebilir turizm ile yavaş turizm ortak amaçlara sahiptirler. Sürdürülebilir turizmin temelinde doğal kaynakların korunması yer almaktadır. Doğal kaynakların sürekli kendini yenileme özelliği, bozulmadan kullanılması bu döngüyü yaratmaktadır. Sürdürülebilir turizmin amaçları arasında, yerel halk için ekonomik dönüşümü en üst düzeyde sağlayabilmek, ziyaretçilere misafirperver davranmak, çevre dostu olmak yer almaktadır. Yaklaşım olarak birbirleri ile benzer özellikler gösteren bu iki turizm şekli



birbiri ile örtüşmektedir. Yani sürdürülebilirlik ile yavaş turizm arasındaki bağlantıyı Yurtseven ve Diğ. (2010) şu şekilde ifade etmektedir: Sürdürülebilirliği, turizm stratejisinin bir parçası olarak gören anlayışta bir değişme gereksinimi duyulmaktadır. Bu değişim, yavaş turizm olarak adlandırılmaktadır (Yurtseven ve diğ.,2010:61).

Sonuç olarak turizm etkinliklerinin başarısı o ülkenin doğal ve kültürel coğrafyasının sahip olduğu avantajları ve dezavantajları ile yakından ilişkilidir (Soykan,2000:42). Yavaş turizm ise yerel özellikleri ve kimliklerini korumaya çalışır bununla birlikte sahip olduğu fırsatları en iyi şekilde değerlendirmeye çalışan bir yaklaşım benimseyerek turizm coğrafyası içerisindeki yerini almaya başlamıştır (Ünal,2016:22).





## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### ULUSLARARASI TURİZM PAZARLAMASI BAĞLAMINDA YAVAŞ ŞEHİRLERİN TURİST TARAFINDAN ALGILANAN YAVAŞLIK DÜZEYİ, ÇEVRE DUYARLILIĞI VE GÖNÜLLÜ SADE YAŞAM İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: SEFERİHİSAR ÖRNEĞİ

#### 3.1. Yavaş Şehir Seferihisar

İzmir'e bağlı Seferihisar ilçesi topraklarında M.Ö. 2000 yıllarında Teos Antik Kenti'nin kurulması ile 4000 yıllık tarihi geçmişi olan, ülkemizin önemli yerleşim yerlerinden bir tanesidir. Yüzyıllar boyunca bölgeye Bergama Krallığı, Makedonyalılar, Eski Yunanlılar, Romalılar ve Bizanslıların, Perslilerin ve Osmanlıların egemen olduğu bilinmektedir (<http://seferihisar.bel.tr>, 2019). Bu nedenle Seferihisar'ın tarihsel geçmişi çok zengindir. Bu zengin tarihin günümüze kadar ulaşan eserleri ise Teos ve Lebedos Antik Kentleri, Myonnesos Adası'nda yer alan medrese, hamam ve kemerlerdir.

Kentin 2018 yılı itibari ile nüfusu 43.546 ([biruni.tuik.gov.tr](http://biruni.tuik.gov.tr),2019)'dır. Seferihisar'ın simgeleşmiş ve markalaşmış mandalinası, verimli bahçeleri ve bağları ile geçim kaynağının büyük bir çoğunluğunu tarım oluşturmaktadır. Kıyı şeridinde, Sığacık Kalesi ve Ürkmez bölgesinde turizm faaliyetleri etkilidir.

Seferihisar'ın Cittaslow (Yavaş Şehir), yerel halkın ifadeleri ile "Sakin Şehir" olma serüveni ise 2009 yılında yerel idarenin bu konuda harekete geçmesi ile başlamıştır. Küreselleşmenin kent yaşamları üzerindeki olumsuz etkisi, aynılaşmalara neden olmasına karşı çıkan harekete katılmaları gerekliliği ve özgün değerlerin korunması düşüncesinden hareket edilmiştir. Seferihisar'da gerekli ön çalışmalar gerçekleştirildikten sonra kriterlerin en az %50'sini sağlama koşulu aranırken, %70'inin sağlanması ile 28 Kasım 2009'da ülkemizin ilk, Dünya'nın 129. Yavaş Şehri olarak birliğe dâhil olmuştur.

Seferihisar Yavaş Şehir olduktan sonra yavaş felsefesine uygun pek çok proje gerçekleştirerek yereli korumaya ve geliştirmeye çalışmıştır. Bu projeler: Üretici pazarı, Seferikart, Seferihisarlılar Buluşması, Doğa Okulu, Sığacık Kaleiçi Sokak Sağlıklaştırma Projesi, E-Belediye, Tohum Takas Şenliği, Can Yücel Tohum Merkezi, Mandalina Üreticisini Destekleme, Görüntü Kirliliğinin Azaltılması, Teos Antik Kenti Kazısı, Sığacık

Peyzaj Projesi, Organik Tarımın Geliştirilmesi, Kadın Emeği Evleri, Sürdürülebilir Balıkçılığın Geliştirilmesi Projesi, Sefertası Lokantası, Okullarda Sebze Bahçeler Projesi, Bisiklet Garajları şeklindedir. Bununla birlikte Seferihisar Belediyesi tarafından Mavi Bayrak göstergeli 13 adet plajı, Anıt Zeytin Ağaçları Projesi, Camii Seferberliği, Çocuk Belediyesi, Genç Bank Projesi, Sığacık Peysaj Tasarım Projesi, Yaratıcı Yazarlık Okulu, Yaşayan Kale, Üretici Pazarları, Zeytin Üreticiliği Birliği, Masalevi Projesi gibi projeler ve etkinlikler ortaya konmuştur. Gerçekleştirilmeye çalışılan bu projeler Seferihisar'ın tanınırlığı artmış, kentin daha çok ziyaret edilmesini sağlamıştır.

### **3.2. Araştırmanın Konusu**

Araştırmanın konusu, Seferihisar kentini ziyaret eden turistlerin demografik özelliklerinin belirlenmesi, seyahat özelliklerinin ortaya konması, algılanan yavaşlık düzeylerinin belirlenmesi ve yavaşlık algılarının gönüllü sade yaşam tarzı ve çevre duyarlılığı ile ilişkini araştırmaktır. Araştırmanın problemi ise “ Turistlerin Yavaş Şehir algıları, gönüllü sade yaşam tarzı ve çevre duyarlılıkları arasında ilişki var mıdır? ” şeklinde belirlenmiştir.

Araştırmaya öncelikle literatür incelemesi ile başlanmış, ikincil verilerden yararlanılarak uluslararası pazarlamanın turizm boyutu, Yavaş Hareketi, çevre duyarlılığı ve gönüllü sade yaşam tarzı kavramları araştırılmıştır.

### **3.3. Araştırmanın Amacı Ve Önemi**

Küreselleşme her alana etki eden çok boyutlu bir olgudur. Özellikle bireylerin sahip olduğu kültürel özelliklerine müdahale eden ve özgün değerlerin gün geçtikçe tarihe karışmasına neden olan bir durum haline gelmiştir. Yaşanılan bu olumsuz gidişat, yok olmaya başlayan kültürel öğeleri yaşatmak ve dünyanın her yerinde bunun benimsenmesini sağlamak amacıyla yola çıkan Yavaş Hareketi, uluslararası bir ağ yaratarak bu gidişatı durdurmak amacındadır. Yavaş Hareketi, geniş kapsama alanı ile yemeklerde, işletmelerde, kentlerde ve hatta yaşam felsefelerinde köklü yapılaşmalar gerçekleştirilerek, yereli korumaya, insanın doğanın ve yaşamın farkında olarak yaşamasını anlatmaya çalışmaktadır. Çünkü gün geçtikçe büyüyen ekonomiler, artan nüfuslar, değişen tüketim şekilleri ve tercihler bireyleri küresel güçlerin yönlendirdiğini satın almak ve tüketmek odaklı gelişme gösteren bir dünyaya dönüştürmüştür. Bu nedenle Yavaş Hareketi'nin kent

yaşamını, değerlerini, kültürünü, tarihsel, sanatsal zenginliklerini koruyan Yavaş Hareketi'nin bir yan oluşumu olan Yavaş Şehir Birliği ile dünya geneline yayılarak bu amacı kentlerde yürütmeye çalışmaktadır.

Yavaş Şehirler özelde kenti ve yerel halkını korumayı hedeflerken genelde ziyaretçilerini de kapsayan geniş çaplı bir harekettir. Birliğe katılmak ve temel amaçları doğrultusunda hareket etmeyi sürdürmek birliğin en önem verdiği konudur. Bu nedenle aday kentlerin ve birliğe üyeliği kabul edilen kentlerin yerine getirmesi ve devam ettirmesi gereken bir takım sorumlulukları vardır. Buradan hareketle Yavaş Şehirlerin yavaşlık algılarının belirlenebilmesi ve bu algı düzeylerinin ortaya konması büyük bir önem taşımaktadır. Çünkü bu şekilde kentlerin Yavaş Şehir olma ve hareketin temel amacını gerçekleştirme ile kente gelen misafirlerin kent algıları arasındaki uyum ortaya konmuş olacaktır.

Bu perspektiften incelendiğinde ülkemiz, hareketin önemli üye ülkelerinden bir tanesidir. Her geçen gün Yavaş Şehirlere yeni kentlerin eklenmesi ile üye olmaya aday pek çok kentin de varlığının olması dikkat çekicidir. Artan üye kent sayısı ile birlikte var olan kentlerin de hareketin felsefesini devam ettirmek konusunda durumlarının belirlenmesi önemli bir gelişmedir. Bu nedenle mevcut araştırmanın çıkış noktasını bu fikir oluşturmuştur.

Araştırmanın amacı, Yavaş Şehir Seferihisar'ın algılanan yavaşlık düzeylerini kenti ziyaret eden turistler perspektifinden tespit etmek ve algılanan yavaşlık ile turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı (GSYT) ve çevre duyarlılıkları arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Araştırma sonucunda elde edilen bulguların hem alan araştırmasının gerçekleştirildiği Seferihisar kenti ile ilgili önemli bir bilgi kaynağı olacağı hem de ülkemizdeki tüm Yavaş Şehirlerine yol gösterici özellikte olduğu ve yerel yetkililere, işletmecilere ve literatüre önemli bir bilgi kaynağı olduğu söylenebilir.

### **3.4. Araştırmanın Kapsam Ve Sınırlılıkları**

Araştırmaya öncelikle konu ile ilgili gerçekleştirilen çalışmalar incelenerek başlanmış (Tekin,2017; Pınar ve Küçükaltan, 2016; Ünal ve Zavalı,2016; Doğan vd.,2014; Knox ve Mayer,2006; Coşar,2013; Keskin,2010; Çerçi,2013; Presenza,2015; Akman vd.,2018, Ergen,2014) ortaya konan çalışmaların özellikleri ve elde edilen sonuçları incelenmiştir.

Bu inceleme sonucunda araştırmaya katkı sağlayabilecek bilgi ve veriler dikkate alınarak çalışmanın kavramsal modeli oluşturulmuştur.

Araştırmanın geniş kapsamda uygulanmasının önünde zaman ve maliyet temel kısıtlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışmanın tez dönemini kapsayan zaman içerisinde tamamlanabilmesi mecburiyeti, Türkiye genelinde on yedi adet Yavaş Şehrin bulunması, Yavaş Şehirleri ziyaret eden turistlerin genellikle yaz dönemlerinde bölgelere gelmeye başlaması ve buralara ulaşabilme maliyetleri gibi kısıtlar nedeniyle gerek araştırmanın seçildiği kent, gerekse araştırmanın uygulandığı zaman üzerinde etkili olmuştur. Bahse konu kısıtlar nedeniyle alan araştırmasının gerçekleştirileceği Yavaş Şehir olarak, ilk olma özelliği taşıması ve yavaşlık felsefenin rol modeli olarak kabul edilebilmesi nedeniyle Seferihisar kentinin tercih edilmesi uygun bulunmuştur.

Araştırmanın ana kütesini, kenti ziyaret eden yerli ve yabancı turistler meydana getirmektedir. Yukarıda bahsi geçen kısıtlar nedeniyle araştırmaya katılım sağlamaya gönüllü bireylere ulaşmaya çalışılmıştır.

### **3.5. Araştırmanın Metodolojisi**

#### **3.5.1. Veri Toplama Yöntemi**

Araştırmamızda, Seferihisar kentini ziyaret eden turistlerin yavaş şehir algılarının, gönüllü sade yaşam tarzlarının ve evre duyarlılıklarının tespit edilmesi ve değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koyabilmek için veriler elde edilmesinde anket yönetimi kullanılmıştır. Anket yönteminin tercih edilme nedeni ise veri toplama sürecinde cevaplayıcılara doğrudan doğruya ulaşılmasını sağlaması, verinin hızlı elde edilmesi ve uygulamada kolaylıklar sağlamasıdır. Anketler Seferihisar'da bulunan turistlere cevaplayıcılara yüz-yüze uygulanmıştır.

##### **3.5.1.1. Araştırmanın ölçüm araçları**

Araştırmanın amacını gerçekleştirmeye yönelik katılımcılara uygulanan anket formunda yer alan sorular, çoktan seçmeli olarak hazırlanmış ve cevaplayıcıların kendilerine en yakın olanları işaretlemeleri rica edilmiştir.

Çalışmanın amacı doğrultusunda literatürdeki ilgili çalışmalar incelendiğinde, yavaş şehir algısının, GSYT ve çevre duyarlılığı ile ilgili en kapsamlı ölçekler araştırılarak, anket formuna dâhil edilmiştir. Araştırma için dört bölümden oluşan anket formu oluşturulmuştur.

Anket formunun 1. bölümünde, katılımcıların bireysel ve demografik özelliklerinin belirlenmesine yönelik sekiz soru yer almaktadır. Yer alan sorularda katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, aylık geliri, meslek, uyruk ve yaşadığı yer ile ilgili bilgileri elde edilmeye çalışılmıştır. Anket formunda ‘aylık gelir ‘ maddesi için anket formunun hazırlandığı dönemdeki (Ekim, 2018) ‘Türkiye Asgari Ücreti’’ başlangıç kabul edilerek beş gruplandırma yapılmıştır. Yapılan gruplandırmalar, Almanca ve İngilizce anket formlarına alan araştırmalarının gerçekleştirildiği tarihten bir önceki günün T.C. Merkez Bankası çapraz kurları dikkate alınarak ABD doları ve avro para birimlerine çevrilmiştir.

Araştırmanın anket uygulaması sonrasında katılımcıların uyruklarının SPSS programına kodlanması için tüm milletler ve bu milletlerden kaç katılımcının olduğu sayılmış ve pek çok ülkeden katılımcı olduğu belirlenmiştir. Verilerin kodlanması kararında 4 kişiden daha az olan milletlerin ‘Diğer’ şeklinde açılan yeni bir grup altında toplanmasına karar verilmiştir. Diğer grubunun dışında olan uyruk gruplandırmasında 4 kişi barajı üzerindeki uyruk gruplarının kodlamaları yapılmış ve anket formu verileri SPSS programına girilmiştir. Diğer grubu içerisinde yer alan ülkeler: İran, Kazakistan, Fildişi Adaları, Belarus, Fransa, Venezüella, Avusturya, Norveç, Güney Afrika, Slovenya ve Finlandiya. Diğer grubunun dışında 19 milletten 4 ve üzeri katılımcı olduğundan bu milletlere grup açılmış ve kodlamaları yapılmıştır. Açılan millet grupları: Türk, İrlandalı, Alman, Amerikan, Rus, Portekizli, İspanyol, Hollandalı, Yunan, Belçikalı, İngiliz, Macaristanlı, Danimarkalı, Bosna Hersekli, Ukraynalı, Bulgar, Gürcü, İtalyan ve Romanyalı şeklindedir.

Birinci Bölümün devamında, katılımcıların seyahat özelliklerinin belirlenebilmesi için beş adet soruya yer verilmiştir. İlgili sorular, Tekin (2017) tarafından gerçekleştirilen tez çalışmasında, turistlerin seyahat özelliklerinin belirlenmesine yönelik yer verdiği dokuz adet sorudan yararlanılarak, sorular taslak anket formuna eklenmiştir.

İkinci Bölümde, katılımcıların ziyaret ettikleri yavaş şehir ile ilgili algıladıkları yavaşlık düzeylerinin belirlenebilmesi için ‘‘Yavaş Şehirler Birliği Ağının Birliğe Üye Olma Kriterleri’’nden yararlanılarak oluşturulmuştur (cittaslowturkiye.org,2019). Birliğin uluslararası geçerliliği olan bu kriterleri, yedi ana başlık 72 alt kriterden oluşmaktadır. Kentlerin birliğe dâhil olabilmesi için belli bir kısmını yerine getirmek zorunda olduğu proje ve etkinlikleri ifade etmektedir. İlgili kriterlere önceki literatür bölümünde detaylıca yer verilmiştir. Birliğin belirlediği 72 kriterden, turistlerin değerlendirebileceği 27 adet kriter aralıklı ölçek şeklinde anket sorusuna dönüştürülmüştür. Kriterlerin anket sorularına dönüştürülmesinde, kriterlerin açık ve anlaşılır bir dille oluşturulmasına dikkat edilerek, temelde kriterin ifade ettiği anlamın turist perspektifinden değerlendirilebilmesi sağlanmaya çalışılmıştır. Bu nedenle anketin bu bölümü hazırlanırken pek çok araştırmacı ve danışman hocamızın yardımı alınarak, sorular titizlikle hazırlanmış ve taslak anket formu oluşturulmuştur. Anket formu 5 Noktalı Aralıklı Ölçeğe göre derecelendirilmif ve derecelemeler, 1= Çok Düşük, 2= Düşük, 3= Orta, 4=Yüksek, 5= Çok Yüksek şeklinde sıralanmıştır.

Üçüncü Bölümde, katılımcıların gönüllü sade yaşam tarzlarını belirlemeye yönelik maddelere yer verilmiştir. GSYT ile ilgili pek çok araştırma gerçekteşirilmif ve yapılan çoğu araştırmada bireylerin neden bu yaşam tarzını benimsediklerini, özelliklerinin neler olduğunu ve bu yaşam tarzını nasıl devam ettirdiklerini belirlemeye yöneliktir (Walther ve Sandlin, 2013: 36).

Gönüllü Sade Yaşam Tarzının ölçülebilmesi için pek çok araştırmacı (Barton (1981), Shama (1985), Cowles ve Crosby (1986), Iwata (1997) ve Iwata (2006)) tarafından ölçekler geliştirilmiştir. Mevcut araştırmada bireylerin GSYT’nin belirlenebilmesi için 22 maddeden oluşan Iwata (2006) tarafından geliştirilen ‘‘ Gönüllü Sade Yaşam Tarzı Ölçeği (GSYTÖ) ’’nden yararlanılmasına karar verilmiştir. Iwata (2006)’nın çalışmasında 189 Japon’nun yaşam tarzları belirlenmeye çalışılmış ve uygulama sonucunda katılımcıların ölçeğin ‘‘alışverişte sadelik, gelir ve harcama yönünden kendine yeterlilik ve sade yaşama sahip olma isteği’’ boyutlarına ayrıldığı altında ortaya koymuştur. Sonuç olarak söz konusu araştırmada katılımcıların yaşam tarzının tüketicilik ve yaşam stili boyutları bakımından incelemesi yapılarak, GSYT ortaya konmaya çalışılmıştır (Iwata,2006). Mevcut araştırmanın da amacının söz konusu araştırma ile uygun özellikler göstermesi nedeni ile bu ölçeğin araştırmada kullanılması uygun bulunmuştur. Ölçeekte 5’li Likert tipi



(5=Kesinlikle katılıyorum, 4=Katılıyorum, 3=Ne katılıyorum Ne katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 1=Kesinlikle katılmıyorum) dereceleme kullanılmıştır. Ancak ölçek içerisinde yer alan GSY5, GSY8, GSY19 ve GSY22 birimlerinin anlamlarının olumsuz olması nedeniyle ters kodlanmaları gerektiği görülmüştür. Bu nedenle söz konusu birimler (1= Kesinlikle katılıyorum, 2=Katılıyorum, 3=Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4= Katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılmıyorum) şeklinde kodlanmış ve katılımcıların ölçekte yer alan ifadelere katılma durumları ortaya konmaya çalışılmıştır.

Dördüncü Bölümde, katılımcıların çevre duyarlılığı, Goldman, Yavetz ve Pe'er (2006) tarafından geliştirilen ‘‘Çevre Davranış Ölçeği’’nin Türkçe uyarlamasını gerçekleştiren Timur ve Yılmaz (2013)’ın çalışmasından yararlanılarak ölçülmeye çalışılmıştır. Ölçeğin orijinali İngilizce olup, 20 maddeden oluşmaktadır. 2013 yılında ölçeğin Türkçeye uyarlamasını gerçekleştiren Timur ve Yılmaz ölçeği, 2009-2010 eğitim öğretim yılı içerisindeki Fen bilgisi öğretmenliği bölümünde yer alan 208 4. sınıf öğrencisine anketin uygunluğu için çalışma yapmıştır. Çalışma sonucunda ölçeğin uygulanabilir olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle çalışmamızda ölçeğin kullanılabilmesi konusunda herhangi bir sorun olmadığı tespit edilmiş ve ölçekte yer alan on madde araştırmada kullanılmıştır. Ölçek mevcut araştırmada, 1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılmıyorum şeklinde derecelendirilmiştir.

Anket formu öncelikle Türkçe olarak hazırlanmıştır. Araştırma kapsamının yabancı turistleri de kapsaması nedeniyle anket formunun hangi dillere çevrilmesi gerektiği ile ilgili bir takım araştırmalar yapılmış, bölgenin yerel yetkilileri ve otel yetkilileri ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda bölgeyi ziyaret eden turistlerin çoğunlukla hangi milletlerden olduğu ile ilgili bilgiler toplanmıştır. Toplanan bilgilere istinaden bölgeyi çoğunlukla Alman turistlerin ziyaret ettiği bilgisine ulaşılmıştır. Elde edilen bilgiler ışığında anket formunun öncelikle Almanca, ardından da diğer milletlerin cevaplayabilmesi adına küresel dil olarak İngilizce kabul edildiğinden, İngilizceye çevrilmesi uygun bulunmuştur. Anket formlarının çevirisi için alanında uzman iki tercüman yardımı ile anket formlarının çevirisi gerçekleştirilmiştir. Tercümesi yapılan anket formlarının back translate (tersine çeviri) yöntemi ile ilgili bölümlerin akademisyenlerine tekrardan Türkçeye çevriltirek, anlam bozulukları giderilmiş ve son

kontrolleri gerçekleştirildikten sonra nihai formu verilerek, uygulama aşamasına hazır hale getirilmiştir.

### 3.5.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırma evreni, araştırma sonucunda elde edilen bilgilerin geçerli kabul edileceği gruptur. Araştırmanın örnekleme ise evren ile ilgili çalışılmak üzere herhangi bir yöntem ile tercih edilen ve evreni temsil etme gücüne sahip birimler olarak adlandırılmaktadır. Mevcut araştırmanın evreni; Seferihisar kentini ziyaret eden 18 yaş ve üzeri yerli ve yabancı turistlerden meydana gelmektedir. Örnekleme yöntemi olarak, çalışmaya gönüllü olarak destek verme niyetindeki turistler hedef alınarak kolayda örnekleme yöntemi seçilmiştir. Örneklem hacmi, doğru ve geçerli bilgi elde edilebilmesi için belirli istatistiksel yöntemlerle belirlenen, 0.95 güvenirlilikte olan doğru örneklem hacminin minimum 384 olması ile örneklem hacmi en az 384 olarak belirlenmiştir (Sekeran,1992:253, Aktaran: Altunışık vd.,2012:137). Ancak uygulamada hatalı ve eksik anket formları olma ihtimali göz önünde bulundurularak 400 ve üzeri bir sayı hedeflenmiştir.

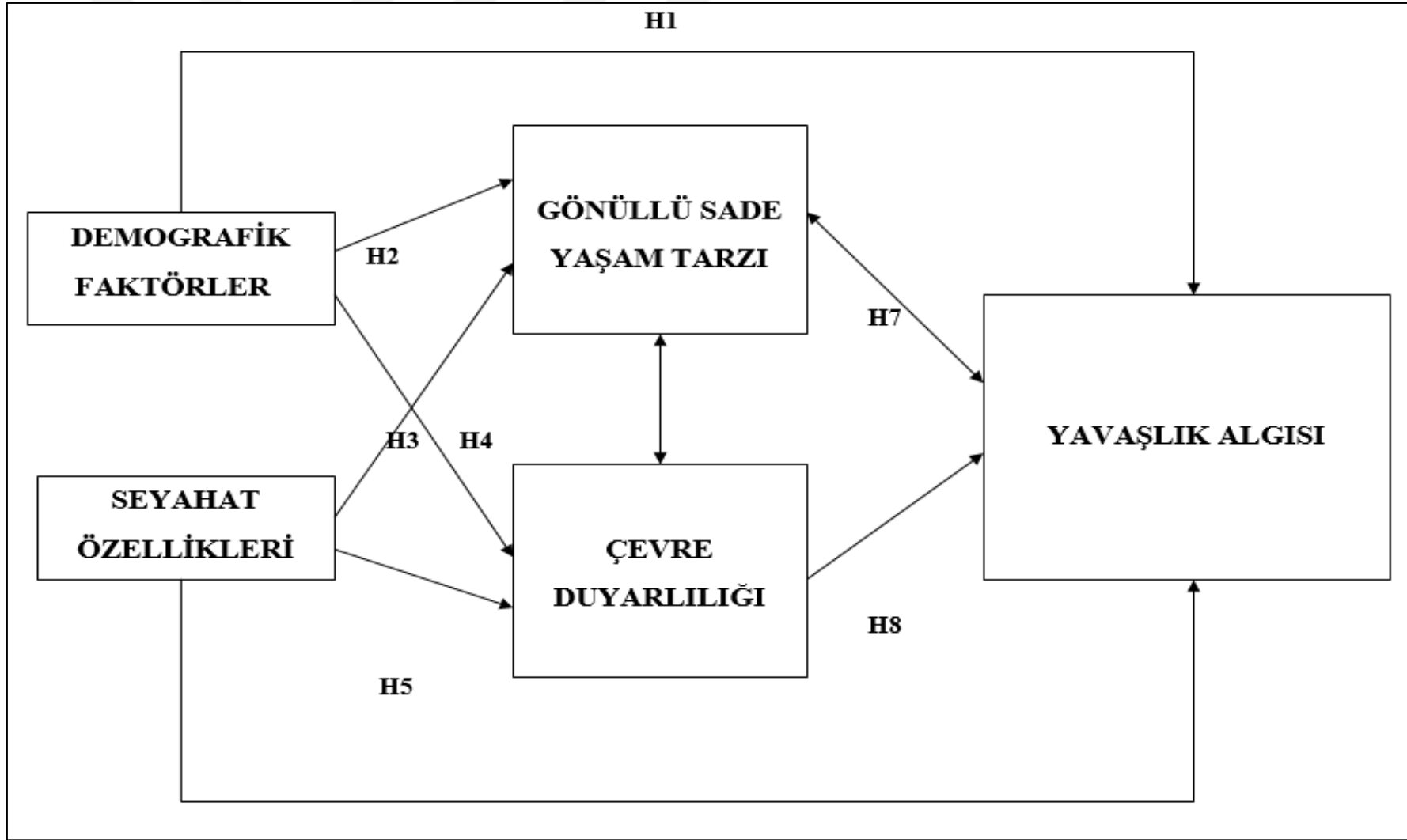
Veri toplamada öncelikle hedeflenen araştırma kapsamında oluşturulan taslak anket formunun uygunluğu, anlaşılabilirliğinin olup olmadığının belirlenmesi ve ölçeklerin istatistiksel olarak tutarlılıklarını kontrol etmek amacıyla, araştırmanın uygulanacağı bölgede 30 turistin katıldığı bir pilot uygulama yapılarak başlatılmıştır. Pilot uygulamanın sonucunda katılımcıların geri dönüşleri dikkate alınarak, anket formunun seyahat özelliklerinin sorulduğu bölümde iki adet sorunun anlamsal olarak uygun olmadığı, bu nedenle tek soruda ifade edilecek şekilde düzenlenmesinin uygun olduğu kararı verilmiştir. Gerçekleştirilen bu düzenlemenin dışında anketlerde herhangi bir maddenin değiştirilmesine veya çıkarılmasına gerek olmadığı tespit edilmiştir. İstatistiksel olarak da herhangi bir tutarsızlığa rastlanmamıştır.

Nihai anket formu oluşturulduktan sonra güncellenen anket formu ile alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Anket uygulaması, 23-24 Şubat 2019 ve 17-19 Mayıs 2019 tarihlerinde katılımcılara yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Anketler, ziyaretçilerin yoğun olarak bulunduğu ve turistlerin en çok ziyaret ettiği mekânlarda uygulanmıştır. Söz konusu yerler; Sığacık Meydanı, Sığacık Üretici Pazarı, Akkum Plajı, Akarca Plajı, Seferihisar Merkezi şeklindedir. Alan araştırması sonucunda 410 anket katılımcılara uygulanmıştır. Uygulanan

410 anket formundan on iki tanesinin eksik doldurulması nedeniyle çalışmaya dâhil edilmemiştir. Gerçekleştirilen eleme sonrasında toplam 398 adet turiste uygulanan anket formu araştırmada kullanılmıştır. Böylece araştırmada cevaplama oranı % 97 olarak gerçekleşmiştir.

### **3.5.3. Araştırmanın Modeli ve Değişkenleri**

Turistlerin demografik faktörleri itibariyle yavaş Şehir ile ilgili algıladıkları yavaşlık düzeyinin ortaya konması, GSYT davranışlarının ve evre duyarlılıklarının tespit edilmesi amacını taşıyan araştırmamız; değişkenler arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla olduğundan bir genel tarama modeli olan ilişkisel tarama modelidir. İlişkisel tarama modeli, iki veya daha fazla değişken arasındaki beraber değişimin varlığını veya derecesini belirlemeye amaçlayan modele denir (Karasar,2005). Araştırmanın modeli Şekil 3.1.'de gösterildiği gibidir.



Şekil 3.1. Araştırma modeli

Araştırma modelinin değişkenleri; yavaş şehir algısı, GSYT ve çevre duyarlılığı şeklindedir. Araştırmada yavaş şehirleri ziyaret eden turistler tarafından algılanan yavaşlık düzeyinin demografik faktörler, GSYT'na ve çevre duyarlılıklarına göre farklılık gösterip göstermediği ve değişkenlerin birbiri ile ilişkisi tespit edilmeye çalışılmıştır.

### 3.5.4. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amacını gerçekleştirmeye yönelik oluşturulan modelde yer alan değişkenlerden hareketle oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir:

**H1:** Turistlerin yavaşlık algıları, demografik özelliklerine göre farklılık gösterir.

**H1a:** Turistlerin yavaşlık algıları, *yaşa* göre farklılık gösterir.

**H1b:** Turistlerin yavaşlık algıları, *cinsiyetlerine* göre farklılık gösterir.

**H1c:** Turistlerin yavaşlık algıları, *medeni durumlarına* göre farklılık gösterir.

**H1d:** Turistlerin yavaşlık algıları, *eğitim durumlarına* göre farklılık gösterir.

**H1e:** Turistlerin yavaşlık algıları, *yaşadığı yere* göre farklılık gösterir.

**H1f:** Turistlerin yavaşlık algıları, *gelir durumlarına* göre farklılık gösterir.

**H1g:** Turistlerin yavaşlık algıları, *mesleklerine* göre farklılık gösterir.

**H1h:** Turistlerin yavaşlık algıları, *uyruklarına* göre farklılık gösterir.

**H1i:** Seferihisar'ın yavaşlık algısı, *yerli ve yabancı turistlere* göre farklılık gösterir.

**H2:** Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, demografik özelliklerine göre farklılık gösterir.

**H2a:** Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, *yaşa* göre farklılık gösterir.

**H2b:** Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, *cinsiyetine* göre farklılık gösterir.

**H2c:** Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, *medeni duruma* göre farklılık gösterir.

**H2d:** Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, *eğitim durumuna* göre farklılık gösterir.

**H2e:** Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, *yaşadığı yere* göre farklılık gösterir.

**H2f:** Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, *gelir durumuna* göre farklılık gösterir.

**H2g:** Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, *mesleğe* göre farklılık gösterir.

**H2h:** Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, *uyruklarına* göre farklılık gösterir.

**H2i:** Gönüllü sade yaşam tarzı, *yerli ve yabancı turistlere* göre farklılık gösterir.

**H3:** Turistlerin çevre duyarlılığı, demografik özelliklerine göre farklılık gösterir.

**H3a:** Turistlerin çevre duyarlılığı, *yaşına* göre farklılık gösterir.

**H3b:** Turistlerin çevre duyarlılığı, *cinsiyetine* göre farklılık gösterir.

**H3c:** Turistlerin çevre duyarlılığı, *medeni duruma* göre farklılık gösterir.

**H3d:** Turistlerin çevre duyarlılığı, *eğitim durumlarına* göre farklılık gösterir.

**H3e:** Turistlerin çevre duyarlılığı, *yaşadığı yere* göre farklılık gösterir.

**H3f:** Turistlerin çevre duyarlılığı, *gelir durumuna* göre farklılık gösterir.

**H3g:** Turistlerin çevre duyarlılığı, *mesleğine* göre farklılık gösterir.

**H3h:** Turistlerin çevre duyarlılığı, *uyruğuna* göre farklılık gösterir.

**H3i:** Çevre duyarlılığı, *yerli ve yabancı turistlere* göre farklılık gösterir.

**H4:** Gönüllü sade yaşam tarzı, seyahat özelliklerine göre farklılık gösterir.

**H4a:** Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, Seferihisar'ı *kaç kez ziyaret ettiklerine* göre farklılık gösterir.

**H4b:** Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, Seferihisar'da *kalma sürelerine* göre farklılık gösterir.

**H4c:** Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, Seferihisar'ı *ziyaret etme amaçlarına* göre farklılık gösterir.

**H4d:** Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, Seferihisar'ı *nereden duyduklarına* göre farklılık gösterir.

**H5:** Turistlerin çevre duyarlılığı, seyahat özelliklerine göre farklılık gösterir.

**H5a:** Turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar *ziyaretlerini kiminle gerçekleştirdiklerine* göre farklılık gösterir.

**H5b:** Turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar'ı *kaç kez ziyaret ettiklerine* göre farklılık gösterir.

**H5c:** Turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar'da *kalma sürelerine* göre farklılık gösterir.

**H5d:** Turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar'ı *ziyaret etme amaçlarına* göre farklılık gösterir.

**H5e:** Turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar'ı *nereden duyduklarına* göre farklılık gösterir.

**H6:** Turistlerin Seferihisar'a ilişkin yavaşlık algıları, seyahat özelliklerine göre farklılık gösterir.

**H6a:** Turistlerin Seferihisar'a ilişkin yavaşlık algıları, *ziyaretlerini kiminle gerçekleştirdiklerine* göre farklılık gösterir.

**H6b:** Turistlerin Seferihisar'a ilişkin yavaşlık algıları, Seferihisar'ı kaç *kez ziyaret ettiklerine* göre farklılık gösterir.

**H6c:** Turistlerin Seferihisar'a ilişkin yavaşlık algıları, Seferihisar'da *kalma sürelerine* göre farklılık gösterir.

**H6d:** Turistlerin Seferihisar'a ilişkin yavaşlık algıları, Seferihisar'ı *ziyaret etme amaçlarına* göre farklılık gösterir.

**H6e:** Turistlerin Seferihisar'a ilişkin yavaşlık algıları, Seferihisar'ı *nereden duyduklarına* göre farklılık gösterir.

**H7:** Turistlerin yavaşlık algıları ile gönüllü sade yaşam tarzları arasında bir ilişki vardır.

**H8:** Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzları ile çevre duyarlılıkları arasında bir ilişki vardır.

**H9:** Turistlerin çevre duyarlılıkları, yavaşlık algılarını etkiler.

### 3.5.5. Araştırma Verilerinin Normallik Dağılımı ve Verilerde Kullanılan İstatistiksel Teknikler

Araştırma kapsamında toplanan verilerin öncelikle normal dağılıp dağılmadığı kontrol edilmiştir. Verilerin normal dağılıp dağılmadığının belirlenmesi amacıyla Kolmogorov-Smirnov ve Shairo-Wilk normallik testleri gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizler sonucunda tüm verilerin çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) değerleri kontrol edilmiştir. Yazında çarpıklık ve basıklık değerlerinin -3,+3 aralığında olması durumunda normal dağılım göstereceği kabul edilmiştir (Kalaycı, 2008:209, Albayrak,2017:152). Çalışmada kullanılan değişkenlerden gönüllü sade yaşam tarzı ölçeği GSY14 sorusunun basıklık değerinin -3,+3 aralığından farklı bir değerde olduğu (3,262) bulunmuş ve analizden çıkartılmasına karar verilmiştir. Analizden çıkartılan soru dışındaki diğer tüm

soruların normal dağılım sergilediği görülmüş olduğundan araştırma hipotezlerinin analizinde parametrik testler uygulanmıştır.

Elde edilen veriler SPSS 23.0 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistiklerle beraber faktör analizi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA), t- testi, korelasyon ve regresyon analizi kullanılmıştır.

### **3.6. Araştırmanın Bulguları**

Araştırma katılımcılarının demografik faktörlerinin belirlenmesinde, ölçeklere ilişkin güvenilirlik analizlerinin gerçekleştirilmesinde, faktör analizleri ile ölçek değişkenlerinin sayılarının indirgenmesinde, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve t-testi ile değişkenler arasındaki farklılığın test edilmesinde, turistlerin algılanan yavaşlık düzeyleri, GSYT ve çevre duyarlılığı ile yavaş şehir algısına etkisinin incelenmesinde SPSS 23.0 paket programı kullanılmıştır.

#### **3.6.1. Demografik Faktörlere İlişkin Betimleyici İstatistikler**

Anketin ilk bölümünde Seferihisar Yavaş Şehrini ziyaret eden turistlerin demografik özelliklerinin belirlenmesine yönelik sekiz adet soruya yer verilmiştir. Söz konusu sorular; katılımcıların cinsiyetlerini, yaşlarını, medeni durumlarını, eğitim durumlarını, aylık gelirlerini, mesleklerini, yaşadıkları yerleri ve uyruklarını belirlemeye yöneliktir. Turistlerin demografik faktörlere ilişkin istatistikler Çizelge 3.1’de gösterildiği gibidir.



Çizelge 3.1. Turistlerin demografik istatistikleri

| Demografik Değişkenler |                         | Frekans (n) | Yüzde(%) |
|------------------------|-------------------------|-------------|----------|
| CİNSİYET               | Erkek                   | 205         | 51,5     |
|                        | Kadın                   | 193         | 48,5     |
| Toplam                 |                         | 398         | 100,0    |
| YAŞ                    | 18-25                   | 108         | 27,1     |
|                        | 26-35                   | 73          | 18,3     |
|                        | 36-45                   | 66          | 16,6     |
|                        | 46-55                   | 73          | 18,3     |
|                        | 56 ve üstü              | 78          | 19,6     |
| Toplam                 |                         | 398         | 100,0    |
| MEDENİ DURUM           | Evli                    | 157         | 39,4     |
|                        | Bekâr                   | 247         | 60,6     |
| Toplam                 |                         | 398         | 100,0    |
| EĞİTİM                 | Hiç yok                 | 9           | 2,3      |
|                        | İlköğretim              | 40          | 10,1     |
|                        | Lise                    | 113         | 28,4     |
|                        | Ön Lisans               | 27          | 6,8      |
|                        | Lisans                  | 114         | 28,6     |
|                        | Lisansüstü              | 95          | 23,9     |
| Toplam                 |                         | 398         | 100,0    |
| AYLIK GELİR            | 1603 TL ve altı         | 63          | 18,0     |
|                        | 1604 - 3000 TL          | 51          | 14,6     |
|                        | 3001- 4500 TL           | 37          | 10,6     |
|                        | 4501- 6000 TL           | 29          | 8,3      |
|                        | 6001 TL ve üzeri        | 170         | 48,6     |
| Toplam                 |                         | 350         | 100,0    |
| MESLEK                 | Emekli                  | 82          | 20,6     |
|                        | Memur                   | 40          | 10,1     |
|                        | Ev Hanımı               | 23          | 5,8      |
|                        | İşçi                    | 81          | 20,4     |
|                        | Öğrenci                 | 83          | 20,9     |
|                        | Serbest Meslek          | 57          | 14,3     |
|                        | Profesyonel-Özel Sektör | 30          | 7,5      |
|                        | İşsiz                   | 2           | 0,5      |
| Toplam                 |                         | 398         | 100,0    |
| YAŞANILAN YER          | Köy                     | 25          | 6,3      |
|                        | İl/Merkez İlçe          | 135         | 33,9     |
|                        | İlçe                    | 129         | 32,4     |
|                        | Metropol/Büyükşehir     | 109         | 27,4     |
| Toplam                 |                         | 398         | 100,0    |

Çizelge 3.1. (devam) Turistlerin demografik istatistikleri

| Demografik Değişkenler | Frekans (n) | Yüzde(%) |
|------------------------|-------------|----------|
| Türk                   | 128         | 32,2     |
| Alman                  | 57          | 14,3     |
| Hollandalı             | 22          | 5,5      |
| Yunan                  | 20          | 5,0      |
| Rus                    | 17          | 4,3      |
| Danimarkalı            | 15          | 3,8      |
| Bulgar                 | 14          | 3,5      |
| Ukraynalı              | 13          | 3,3      |
| İngiliz                | 12          | 3,0      |
| Macar                  | 11          | 2,8      |
| Belçikalı              | 11          | 2,8      |
| Amerikalı              | 10          | 2,5      |
| İspanyol               | 8           | 2,0      |
| İrlandalı              | 8           | 2,0      |
| Romanyalı              | 7           | 1,8      |
| Portekizli             | 7           | 1,8      |
| Gürcü                  | 7           | 1,8      |
| İtalyan                | 6           | 1,5      |
| Bosna Hersekli         | 4           | 1,0      |
| Diğer                  | 21          | 5,3      |
| Toplam                 | 398         | 100,0    |

UYRUK

Araştırmaya katılım gerçekleştiren 398 turistin demografik istatistiklerinin yer verildiği Çizelge 3.1'e bakıldığında, katılımcıların % 51,5'inin erkek, % 48,5'inin kadın katılımcı olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların **yaş değişkenine** bakıldığında; % 27,1'i 18-25, % 18,3'i 26-35, % 16,6'sı 36-45, % 18,3'ü 46-55 ve % 19,6'sı 56 ve üzeri yaşta olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların çoğunluğunun olgun yaş grubunda olduğu belirlenmiştir. Tekin (2017) Seferihisar'da turistler ile gerçekleştirdiği araştırmasında orta yaş aralığında olan turistlerin daha fazla olduğunu ifade etmiştir. Söz konusu araştırmanın ve mevcut araştırmanın bulgularına istinaden Seferihisar kentini genç ve orta yaş grubundaki turistlerin daha çok ziyaret ettiği ve genç turistlerin ziyaret etmesinde destinasyonun sahip olduğu özelliklerinin genç turizmüne uygun olduğunu ortaya koymuştur.

Araştırmaya katılım sağlayan turistlerin **medeni durumları** incelendiğinde; %39,4'ünün evli, %60,5'inin bekâr olduğu belirlenmiştir. Tekin (2017) Seferihisar'da gerçekleştirdiği

araştırmada turistlerin çoğunluğunun evli olduğunu ifade etmiş ancak mevcut araştırma bu bilgilerin aksine, katılım sağlayan turistlerin büyük çoğunluğunun bekâr bireylerden meydana geldiğini göstermiştir. Elde edilen bu bulgular ışığında Seferihisar kentini ziyaret eden turistlerin medeni durumlarının değişmekte olduğu ifade edilebilir.

Katılımcıların **eğitim durumlarına** göre; %2,3'ünün eğitim görmemiş, %10,1'i ilköğretim, % 28,24'ü lise, % 6,8'i ön lisans, % 28,6'sı lisans ve % 23,9'u lisansüstü eğitim düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir. Turistlerin çoğunluğunun lise, lisans ve lisansüstü eğitim düzeyine sahip olduğunun belirlenmesi, kentin eğitim düzeyi yüksek bireyler tarafından ziyaret edildiğini göstermektedir.

Araştırmaya katılım sağlayan 398 turistin 350'si **gelir değişkenine** ilişkin soruyu cevaplamıştır. Bu soruyu cevaplayan turistlerin, gruplandırılan beş gelir grubuna göre dağılımları; % 18'i 1603 TL ve altında, % 14,6'sı 1604 – 3000 TL arasında, % 10,6'sı 3001 – 4500 TL arasında, % 8,3'ü 4501 – 6000 TL arasında ve % 48,6'sı 6001 TL ve üzerinde şeklindedir. Cevap veren katılımcıların yaklaşık yarısının aylık 6001 TL ve üzerinde bir gelire sahip olduğunun belirlenmesi, çoğunlukla yüksek gelir düzeyine sahip turistlerin kenti ziyaret ettiği ve orta gelir düzeyine sahip bireylerin de önemli ölçüde ziyaret ettiği sonucu elde edilmiştir.

Araştırmaya katılım gerçekleştiren turistlerin **meslek grup** dağılımları; % 20,6'sı emekli, % 10,1'i memur, % 5,8'i ev hanımı, % 20,4'ü işçi, % 20,9'u öğrenci, % 14,3'ü serbest meslek sahibi, % 7,5'i profesyonel-özel sektör çalışanı, %0,5'i işsiz şeklindedir. Katılımcıların meslek grupları bakımından çoğunluğunun öğrenci, emekli, işçi ve serbest meslek olması, kentin hem genç ve işçi statüsünde olanlara hem çalışma hayatında olanlara uygun ortam ve özellikleri barındırdığını ayrıca emekli turistlerin de tercih edebileceği uygun özellikte bir destinasyon olduğunu göstermiştir.

Katılımcıların **yaşadıkları yer** dağılımları; % 6,3'ü köyde, % 33,9'u il/merkez ilçede, % 32,4'ü ilçede ve %27,4'ü metropol/büyükşehirde yaşamaktadır. Köyde/kırsalda yaşayan katılımcıların düşük olması buna karşılık il/merkez ilçe ve ilçede yaşayan katılımcıların çoğunlukta olması Seferihisar'ın çoğunlukla küçük yerleşim yerlerinden ziyaretçisinin olduğunu göstermiştir.

Araştırmaya katılım sağlayan turistlerin **uyrukları** ile ilgili istatistikleri incelendiğinde; % 32,2'si Türk, % 14,3'ü Alman, % 5,5'i Hollandalı, % 5'i Yunan, % 4,3'ü Rus, % 2,8'i Danimarkalı, % 3,5'i Bulgar, % 3,3'ü Ukraynalı, % 2'si İngiliz, %2,8'i Macar, % 2,8'i Belçikalı, % 2,5'i Amerikan, % 2'si İspanyol, % 2'si İrlandalı, % 1,8'i Romanyalı, % 1,8'i Portekizli, % 1,8'i Gürcü, % 1,5'i İtalyan, % 1'i Bosna Hersekli ve % 5,3'ü Diğer grubundaki uyruklara sahip olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bu veriler ışığında Seferihisar Yavaş Şehrini ziyaret eden pek çok milletten turist olduğunu belirlenmesi ile kentin uluslararası tanınırlığının olduğunu ve pek çok millet tarafından tercih edilen önemli bir destinasyon olduğunu ortaya konmuştur.

### 3.6.2. Seyahat Özelliklerine İlişkin Betimletici İstatistikler

Anketin ikinci bölümünde katılımcılara seyahat özelliklerinin belirlenebilmesi için beş adet soru yöneltilmiş ve araştırma sonucunda elde edilen bulgular Çizelge 3.2, Çizelge 3.3 ve Çizelge 3.4'te sıralanmıştır.

Çizelge 3.2. Turistlerin seyahat özellikleri istatistikleri I

| İfadeler                                | Frekans<br>(n) | Yüzde<br>(%) |
|---|----------------|--------------|
| Seyahatinizi kiminle gerçekleştirdiniz? |                |              |
| Yalnız                                  | 38             | 9,5          |
| Arkadaşlarımla                          | 133            | 33,4         |
| Ailemle                                 | 193            | 48,5         |
| Erkek/Kız Arkadaşımla                   | 34             | 8,5          |
| Toplam                                  | 398            | 100,0        |
| Seferihisar'ı kaç kez ziyaret ettiniz?  |                |              |
| 1                                       | 158            | 39,7         |
| 2                                       | 87             | 21,9         |
| 3                                       | 43             | 10,8         |
| 4 ve üstü                               | 110            | 27,6         |
| Toplam                                  | 398            | 100,0        |

Katılımcıların **seyahatlerini kiminle gerçekleştirdikleri** ile ilgili dağılımları incelendiğinde; % 9,5'inin yalnız, % 33,4'ünün arkadaşlarıyla, % 48,5'inin ailesiyle ve % 8,5'inin erkek/kız arkadaşları ile Seferihisar'ı ziyaret ettiği belirlenmiştir. Katılımcıların yaklaşık yarısının aileleri ile birlikte seyahat ettiklerinin belirlenmesi, kentin aileler tarafından uygun ortam ve koşullara sahip olduğunu göstermektedir. Tekin (2017)'nin

Seferihisar’da 258 turist ile gerçekleştirdiği araştırmasında da benzer sonuçlar elde edilmiş ve aileleri ile birlikte Seferihisar’ı ziyaret eden turistlerin çoğunlukta olduğu bilgisine ulaşmıştır.

Katılımcıların Seferihisar’ı **kaç ziyaret ettikleri** ile ilgili istatistiklerine bakıldığında; % 39,7’si bir kez, % 21,9’u iki kez, % 10,8’i üç kez ve % 27,6’sı dört ve üzeri kez ziyaret ettiği belirlenmiştir. Seferihisar’ı ilk kez ve dört seferden daha fazla ziyarete eden turistlerin tüm katılımcılara göre çoğunlukta olması, kenti hem yeni öğrenen turistlerin bulunduğunu hem de pek çok kez gelip kenti tekrar tekrar ziyaret etmek isteyen turistlerin olduğunu göstermektedir. Tekin (2017)’nin gerçekleştirdiği çalışmada da kenti ilk kez ziyaret eden turistlerin büyük çoğunluğu oluşturduğu bulgusunu elde etmiştir.

Çizelge 3.3. Turistlerin seyahat özellikleri istatistikleri II

| İfadeler                                 | Frekans<br>(n) | Yüzde<br>(%) |
|--|----------------|--------------|
| Burada kaç gün kaldınız/kalacaksınız?    |                |              |
| 1-3 gün                                  | 210            | 52,8         |
| 4-6 gün                                  | 58             | 14,6         |
| 7 gün ya da daha fazla                   | 130            | 32,7         |
| Toplam                                   | 398            | 100,0        |
| Bu seyahatinizdeki esas amacınız nedir?  |                |              |
| Yeni/farklı yerler görmek                | 72             | 18,1         |
| Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak | 27             | 6,8          |
| Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak         | 168            | 42,2         |
| Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek         | 113            | 28,4         |
| İş                                       | 15             | 3,8          |
| Eğitim                                   | 3              | 0,8          |
| Toplam                                   | 398            | 100,0        |

Katılımcıların Seferihisar’da **kaç gün kaldıkları/kalacakları** ile ilgili istatistiklere bakıldığında; % 52,8’i 1-3 gün arası, % 14,6’sı 4-6 gün arası ve % 32,7’si 7 gün ya da daha fazla bir süre kentte kaldıklarını/kalacakları şeklinde olduğu belirlenmiştir. Katılım sağlayan turistlerin yarısından fazlasının 1-3 günlüğüne kente seyahat etmesi, diğer yarısının ise 4 gün ve üstü ziyaret etmesi kentin kısa süreli ve sürekli tercih edilen bir destinasyon olduğunu göstermektedir.

Turistlerin Seferihisar Yavaş Şehrini **ziyaret etmekteki amaçlarının** ne olduğunu belirlebilmesi için yöneltilen ifade sonucunda elde edilen verilere göre, katılımcıların %

18,1'i yeni/farklı yerler görmek için, % 6,8'i farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak için, % 42,2'si dinlenmek ve stresten uzaklaşmak için, % 28,4'ü eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek için, % 3,8'i iş için ve % 0,8'i eğitim için kenti ziyaret ettiğini belirtmiştir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu Seferihisar'ı dinlenmek ve stresten uzaklaşmak amacıyla kenti ziyaret etmiştir. Seferihisar kentinde, özellikle stresten uzaklaşmak isteyen turistler tarafından ziyaret edilmesindeki temel nedenler arasında sahip olduğu huzurlu, doğal ve sakin ortamları ile özellikle Yavaş Şehir (Cittaslow) özellikleri olduğu varsayılmaktadır.

Çizelge 3.4. Turistlerin seyahat özellikleri istatistikleri III

| İfadeler                    | Frekans<br>(n) | Yüzde<br>(%) |
|-----------------------------|----------------|--------------|
| Burayı nereden duydunuz?    |                |              |
| Aile                        | 65             | 16,3         |
| Arkadaşlar                  | 103            | 25,9         |
| İş Arkadaşları              | 12             | 3,0          |
| TV Haber/Sohbet Programları | 11             | 2,8          |
| Filmler                     | 9              | 2,3          |
| Belgeseller                 | 6              | 1,5          |
| Gazete ve Dergiler          | 16             | 4,0          |
| Seyahat Acenteleri          | 66             | 16,6         |
| İnternet/Sosyal medya       | 99             | 24,9         |
| Yerel basın ve medya aracı  | 11             | 2,8          |
| Toplam                      | 398            | 100,0        |

Turistlerin seyahat özelliklerinin belirlenmesine yönelik yöneltilen son ifade de katılımcıların **Seferihisar'ı nereden duydukları**'dır. Katılımcılardan elde edilen bilgiler ışığında, % 16,3'ü ailelerinden, % 25,9'u arkadaşlarından, %3'ü iş arkadaşlarından, % 2,8'i tv haber/sohbet programlarından, % 2,3'ü filmlerden, % 1,5'i belgesellerden, % 4'ü gazete ve dergilerden, % 16,6'sı seyahat acentelerinden, % 24,9'u internetten ve % 2,8'i yerel basın ve medya araçlarından duyduğu belirlenmiştir. Turistlerin çoğunluğunun Seferihisar'ı arkadaşlarından duyarak Seferihisar'ı ziyaret ettiği belirlenmiş böylelikle daha önce kenti ziyaret eden bireylerin kentten ayrıldıklarında kent ile ilgili olumlu görüşlere sahip oldukları ve bu doğrultuda da çevrelerine kentten olumlu bahsettikleri söylenebilir. Ayrıca internet/sosyal medya aracılığı ile Seferihisar kentini duyan katılımcı oranının yüksek olması, sosyal medya üzerinden kentin tanıtılması ve kentte yapılan etkinliklerin geniş kitlelere duyurulmasında başarılı olduğunu göstermektedir.

### **3.6.3. Araştırmada Kullanılan Ölçeklere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler**

#### **3.6.3.1. Araştırmada kullanılan GSYT ölçeğine ilişkin tanımlayıcı istatistikler**

Anketin üçüncü bölümünde katılımcıların GSYT belirlenmesine yönelik yer alan ölçek maddelerine ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri çizelgede gösterilmiştir.



Çizelge 3.5. GSYT ölçeğine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

| Maddeler  | n   | Minimum | Maksimum | Ortalama | Standart Sapma |
|---|-----|---------|----------|----------|----------------|
| GSY1. Sade bir yaşam sürmeye ve çok gerekli olmayan ürünleri almamaya çalışırım.  | 398 | 1       | 5        | 4,10     | ,814           |
| GSY2. Plansız alışveriş yapmam.   | 398 | 1       | 5        | 3,92     | ,932           |
| GSY3. Alışveriş yaparken, bir urunun benim için gerçekten gerekli olup olmadığına bakar, ona göre karar veririm.                                | 398 | 1       | 5        | 3,88     | ,938           |
| GSY4. Maddi zenginliktense, daha çok zihinsel gelişim ve başarıya önem veririm.   | 398 | 1       | 5        | 3,93     | ,889           |
| GSY5. Maddi zenginlik benim için çok önemlidir.   | 398 | 1       | 5        | 2,74     | 1,094          |
| GSY6. Param olsa bile, plansız alışverişler yapmak ilkelerimle uyumsuz.   | 398 | 1       | 5        | 3,84     | 1,021          |
| GSY7. Seyahate çıktığım zamanlar hariç, boş zamanlarımı çok fazla para harcamadan geçiririm.  | 398 | 1       | 5        | 3,84     | ,954           |
| GSY8. Rahatlık ve konfor benim için en önemli şeylerdir.  | 398 | 1       | 5        | 2,05     | ,864           |
| GSY9. Az fonksiyonlu, basit ürünleri; karmaşık ve çok fonksiyonlu olanlara tercih ederim.   | 398 | 1       | 5        | 3,74     | 1,096          |
| GSY10. Rahatlık ve konfor sunan ürünler insanları şımartıyor/bozuyor.   | 398 | 1       | 5        | 3,30     | 1,080          |
| GSY11. Genellikle gelişmiş özellikleri olan, kullanımı zor ürünleri satın almam.  | 398 | 1       | 5        | 3,78     | ,994           |
| GSY12. Gelecekte beslenme konusunda kendime yetebilmeyi isterim.  | 398 | 1       | 5        | 4,30     | ,780           |
| GSY13. Mümkün olduğunca kendine yetecek bir yaşam sürmek arzu edilir bir şeydir.  | 398 | 1       | 5        | 4,36     | ,751           |
| GSY15. Satın aldığım ürünleri mümkün olduğunca uzun süreli kullanmaya çalışırım.  | 398 | 1       | 5        | 4,13     | ,863           |
| GSY16. Eski eşyaları kullanılamaz hale gelene dek kullanmaya devam 7eden bir insanım.   | 398 | 1       | 5        | 4,02     | ,890           |
| GSY17. Alışveriş yaparken, uzun süre sıkılmaksızın kullanabileceğim ürünleri satın almaya çalışırım.  | 398 | 1       | 5        | 4,09     | ,855           |
| GSY18. Satın aldığım şeyleri etrafımda görünce, kendimi mutlu hissederim.   | 398 | 1       | 5        | 3,88     | ,853           |
| GSY19. Yeni çıkan bir ürünü, benzer bir ürüne sahip olsam da, satın almak isterim.  | 398 | 1       | 5        | 2,90     | 1,219          |
| GSY20. Ucuz ve yeni şeyleri sık aralıklarla satın almaktansa, pahalı olsa dahi, uzun süre kullanabileceğim ürünleri satın almayı tercih ederim. | 398 | 1       | 5        | 3,96     | ,848           |
| GSY21. Gösterişli olmaktansa, sade bir hayat sürmeyi tercih ederim.   | 398 | 1       | 5        | 4,08     | ,838           |
| GSY22. Sade bir yaşam çekilmez olacağından bu tür bir yaşam istemem.  | 398 | 1       | 5        | 3,57     | 1,310          |

\*1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4= Katılıyorum ve 5= Kesinlikle Katılıyorum.



Çizelge 3.5 incelendiğinde, GSYT ölçeği 21 ifadeden oluşmaktadır. Seferihisar kentini ziyaret eden turistlerin gönüllü sade yaşam tarzlarını dikkate alınarak değerlendirildiği ifadelerin aritmetik ortalamaları ve standart sapma değerlerinin yer verildiği çizelge incelendiğinde, araştırmaya katılım sağlayan 398 turistin en yüksek değeri verdiği ifadeler ‘‘GSY12’’ 4,30 ve ‘‘GSY13’’ 4,36 şeklindedir. Ortalama değeri en düşük ifadeler de ‘‘GSY8’’ 2,05, ‘‘GSY5’’ 2,74, ‘‘GSY10’’ 3,30 ve ‘‘GSY19’’ 2,90, şeklindedir.

Çizelge 3.6. GSYT ölçeğine ilişkin toplam madde istatistikleri

|                  | Ortalama | Minimum | Maksimum | Varyans | N  |
|------------------|----------|---------|----------|---------|----|
| Madde Ortalaması | 3,734    | 2,048   | 4,362    | ,314    | 21 |

\*N: Madde Sayısı

Seferihisar Yavaş Şehrini ziyaret eden turistlerin GSYT’ı davranışlarının belirlenmesine yönelik uygulanan ölçekteki yer alan maddelerin tanımlayıcı istatistik değerleri ve madde istatistikleri Çizelge 3.6 ‘da görüldüğü gibidir. Çizelgede yer alan istatistik değerleri incelendiğinde, katılımcıların GSYT ölçeğine ilişkin verdikleri yanıtların ortalaması 3,734 olarak belirlenmiştir.

### 3.6.3.2. Araştırmada kullanılan Çevre Davranışı ölçeğine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Anketin dördüncü bölümünde katılımcıların çevre duyarlılığının belirlenmesine yönelik yer alan ölçek maddelerine ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri çizelgede gösterilmiştir.

Çizelge 3.7. Çevre davranışı ölçeğine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

| Maddeler   | n   | Minimum | Maksimum | Ortalama | Standart Sapma |
|--|-----|---------|----------|----------|----------------|
| ÇD1. Çevresel sorunları yetkililere bildiririm.  | 398 | 1       | 5        | 4,03     | ,960           |
| ÇD2. Gazete ve plastik şişe gibi atıkları geri dönüşüm için ayrıştırırım.  | 398 | 1       | 5        | 4,00     | ,961           |
| ÇD3. Kullanılmış kâğıtları müsvedde kâğıdı olarak yeniden kullanırım   | 398 | 1       | 5        | 4,14     | ,906           |
| ÇD4. Daha önceden alışveriş poşeti olarak kullanılmış naylon poşetleri tekrar kullanırım.                                  | 398 | 1       | 5        | 4,32     | ,799           |
| ÇD5. “Çevre dostu” ürünleri satın alırım (ozon dostu spreylere, geri dönüşüm paketi olan ürünler ve ekonomik boy ürünler). | 398 | 1       | 5        | 4,01     | ,875           |
| ÇD6. Kullanılmayan elektrikli cihazları ve ışıkları kapatarak enerji tasarrufu sağlarım.                                   | 398 | 1       | 5        | 4,27     | ,799           |
| ÇD7. Evde su tasarrufu yaparım (dişlerimi fırçalarken veya bulaşıkları yıkarken musluğu kapatırım vb.).                    | 398 | 1       | 5        | 4,27     | ,880           |
| ÇD8. Kullanılmış pilleri çöp kutusu yerine piller için uygun toplama kutularına koyarım.                                   | 398 | 1       | 5        | 3,84     | 1,052          |
| ÇD9. Dışarıdayken kuş seslerini, hayvanları ve çiçekleri fark ederim.  | 398 | 1       | 5        | 4,32     | ,822           |
| ÇD10. Doğa yürüyüşü ve geziler yaparım.  | 398 | 1       | 5        | 4,20     | ,927           |

\*1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4= Katılıyorum ve 5= Kesinlikle Katılıyorum.

Araştırmaya katılım sağlayan turistlerin çevre duyarlılığının araştırıldığı 10 maddelik Çevre Davranışı Ölçeğinin tanımlayıcı istatistikleri incelendiğinde, katılımcıların verdiği yanıtlara göre en yüksek değeri “ÇD4” (4,32), “ÇD9” (4,32), “ÇD6” (4,27) ve “ÇD7” (4,27) maddeleri almıştır. Ortalama değerleri en düşük maddeler incelendiğinde ise “ÇD8” (3,84), “ÇD2” (4,00), “ÇD1” (4,01) ve “ÇD5” (4,01) maddelerinin en düşük değerlere sahip olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 3.8. Çevre davranışı ölçeğine ilişkin toplam madde istatistikleri

|                  | Ortalama | Minimum | Maksimum | Varyans | N  |
|------------------|----------|---------|----------|---------|----|
| Madde Ortalaması | 4,140    | 3,842   | 4,324    | ,027    | 10 |

\*N: Madde Sayısı

Seferihisar Yavaş Şehrini ziyaret eden turistlerin çevre duyarlılıklarının belirlenmesine yönelik uygulanan Çevre Davranışı ölçeğindeki 10 maddenin toplam madde istatistikleri Çizelge 3.8’ de görüldüğü gibidir. İstatistikler incelendiğinde, turistlerin Çevre Davranışı Ölçeğine ilişkin verdikleri yanıtların ortalaması (4,830) olarak belirlenmiştir.

Yukarıda yer alan çizelgelerden elde edilen bulgular sonucunda araştırmada yer alan GSYT Ölçeği ile Çevre Davranışı Ölçeğine katılımcıların verdikleri yanıtların ortalama değerleri karşılaştırıldığında, araştırmaya katılım sağlayan, Seferihisar kentini ziyaret eden turistlerin çevre duyarlılıklarının, Gönüllü Sade Yaşam Tarzına sahip olma durumlarına göre daha fazla olduğu sonucu elde edilmiştir.

#### 3.6.4. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenirlilik Analizi

Değişkenlerin iç tutarlılıklarını ölçmek için kullanılan analiz yöntemlerinden bir tanesi ‘‘Alpha katsıyısı’’dır (Churchill,1991:497). Analizin temel amacı; bir grup değişkenin iç homojenliğini ve iç ilgilerini Alfa katsayısı yardımıyla belirlemektir. Araştırmada kullanılan ölçeklerin, ilk aşamada tüm değişkenleri dâhil edilerek güvenirlilik analizleri yapılmıştır. Ölçeklerin güvenirlilik sonucunu veren Cronbach's Alpha değerleri Çizelge 3.9’da paylaşılmıştır.

Çizelge 3.9. Araştırma ölçeklerinin güvenirlilik analizi sonuçları

| Ölçek                              | Cronbach's Alpha | Madde Sayısı (N) |
|------------------------------------|------------------|------------------|
| 1) Yavaşlık Algısı Ölçeği          | ,936             | 27               |
| 2) Gönüllü Sade Yaşam Tarzı Ölçeği | ,814             | 21               |
| 3) Çevre Davranışı Ölçeği          | ,871             | 10               |

Güvenirlilik analizleri sonuçlarına göre; 27 birimden oluşan ‘‘Yavaşlık Algısı Ölçeği’’nin güvenirlilik katsayısının 0,936, 21 birimden oluşan ‘‘Gönüllü Sade Yaşam Tarzı Ölçeği’’ güvenirlilik katsayısının 0,828 ve 10 birimden oluşan ‘‘Çevre Davranışı Ölçeği’’ güvenirlilik katsayısının 0,869 olduğu tespit edilmiştir. Özdamar (1999) ’a göre Cronbach's Alpha değerlerinin 0,81’den büyük olması ölçeğin *yüksek güvenirlilik* düzeyinde olduğunu göstermektedir. Analiz sonucunda elde edilen Alfa katsayıları ölçeklerin yüksek güvenirlilikte olduğunu göstermektedir. Ölçeklerin güvenilir olması ile araştırmanın diğer analizlerine geçilmiştir.

#### 3.6.5. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Faktör Analizleri

Araştırmada üç farklı ölçek kullanılmış ve bu ölçeklerin değişkenlerini sınıflandırmak ve değişkenleri özetlemek için faktör analizi uygulanmış (Örs,2005; Nakip,2003), uygulanan

faktör analizleri sonucunda elde edilen faktörlerin güvenilirliği test edilmiştir. Her ölçek için ayrı ayrı gerçekleştirilen faktör analizlerinin ilk adımında Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Uygunluğu Ölçümü ile Bartlett's Küresellik Testi sonuçlarına bakılmış, test sonucunda elde edilen sonuçların uygunluk durumlarına göre faktör analizleri gerçekleştirilmiştir.

#### 3.6.4.1. Yavaşlık algısı ölçeği faktör analizi

Faktör analizinde öncelikle Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Uygunluğu Ölçümü değeri ile Anlamlılık değeri incelenerek ölçeğin faktör analizine uygun olup olmadığı tespit edilir (Nakip,2003). Analiz sonucunda KMO değeri 0 ile 1 aralığında bir değer almaktadır. Bu değer 1'e yakın bir değer olması durumunda değişkenlerin birbirlerini tahmin etme durumları daha yüksek ve hata oranı düşük olacağını göstermektedir (Durmuş vd.,2011). KMO değerinin 0,60'ın üstünde olması durumunda örnek büyüklüğünün faktör analizine uygun olduğu kabul edilir.

Yavaşlık Algısı Ölçeği (YAÖ) 1. Faktör Analizinin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Uygunluğu Ölçümü ile Bartlett's Küresellik Testi Çizelge 3.10'da gösterildiği gibidir.

Çizelge 3.10. YAÖ I. faktör analizi KMO ve Bartlett's testi istatistikleri

|  |                     |          |
|--|---------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Uygunluğu Ölçümü |                     | ,936     |
| Bartlett's Küresellik Testi                  | Yaklaşık Ki-Kare    | 5318,151 |
|  | Serbestlik Derecesi | 351      |
|  | Anlamlılık          | ,000     |

Seferihisar'ı ziyaret eden turistler örnekleminde toplanan verilerin Yavaşlık Algısı Ölçeği KMO değeri 0,936 ve Bartlett's anlamlı çıkmıştır. KMO değerinin 0,60'dan yüksek çıkması birimlerin faktör analizinin uygulanabileceğini göstermiş ve faktör analizine geçilmiştir. Faktör analizinin yapılmasının ardından birimlerin rotasyona uğramış faktör değerlerinin verildiği matris incelenmiştir. Yapılan incelemenin ardından ölçekte yer alan birimlerin 4 faktör altında gruplandığı görülmüştür. Analiz sonucunda birimlerin faktör yük değerleri 0,600 ve üzerinde bir değer aldığı yüksek ilişki, 0,30-0,59 arasında ise orta düzeyde ilişki olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2002:473).

Yavaşlık Algısı Ölçeğinin 1. Faktör analizinde 4 faktör altında gruplanan birimlerin faktör yükleri incelendiğinde; 1. Faktör altında olan YA13, YA14 ve YA19 birimleri, 2. Faktör altında olan YA23 biriminin faktör yük değerlerinin 0,500 değerinin altında olması nedeniyle söz konusu birimler analizden atılmıştır (Durmuş, vd.,2011). Ayrıca ölçekte yer alan YA12, YA10 ve YA20 birimlerinin faktör yük değerleri birden fazla faktörde birbirine yakın değerler almıştır. Söz konusu birimlerin yer aldıkları faktör içerisinde anlam bütünlüğünü bozmaları nedeniyle de analizden çıkartılmış ve faktör analizi yeniden yapılmıştır (Durmuş, vd.,2011:86).

2. faktör analizi çıkarılan birimler dikkate alınarak gerçekleştirilmiş, gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda yeniden KMO ve Bartlett's Testi sonucu incelenmiştir. YAÖ 2. faktör analizi KMO ve Bartlett's Testi sonucu Çizelge 3.11'de gösterildiği gibidir.

Çizelge 3.11. YAÖ II. faktör analizi KMO ve Bartlett's testi istatistikleri

|  |                     |
|--|---------------------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Uygunluğu Ölçümü | ,920                |
| Yaklaşık Ki-Kare                             | 3647,297            |
| Bartlett's Küresellik Testi                  | Serbestlik Derecesi |
|  | 190                 |
|  | Anlamlılık          |
|  | ,000                |

Gerçekleştirilen iki faktör analizinde de KMO değerlerinin 0,80'den büyük olması, ölçeğin faktör analizine uygunluğu mükemmel seviyede olduğunu göstermektedir (Durmuş vd., 2011:80). Elde edilen sonuçtan sonra diğer aşamaya geçilmiştir. Faktör analizinde çıkarılan birimlerden sonra gerçekleştirilen analiz sonucunda birimlerin rotasyona uğramış faktör yükleri matrisi incelendiğinde, YAÖ 2. faktör analizinin KMO testi (0,920) olarak bulunmuş ve ölçeğin anlamlı olduğu görülmüştür. KMO değerinin uygun bulunmasının ardından ölçek birimlerinin rotasyona uğramış faktör yük değerleri incelenmiştir. Ölçek birimlerinin 4 faktör altında gruplandığı görülmüş ve faktör yük değerleri incelenmiştir. İnceleme sonucunda YA11 biriminin faktör yük değeri (0,05)'ten küçük olması nedeniyle analizden çıkarılarak faktör analizi yeniden yapılmıştır.

Çizelge 3.12. YAÖ III. faktör analizi KMO ve Bartlett's testi istatistikleri

|  |                     |          |
|--|---------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Uygunluğu Ölçümü | ,914                |          |
| Bartlett's Küresellik Testi                  | Yaklaşık Ki-Kare    | 3441,222 |
|  | Serbestlik Derecesi | 171      |
|  | Anlamlılık          | ,000     |

Yapılan üçüncü faktör analizi sonucunda ölçeğin KMO değeri (0,914) ve anlamlılığı (0,000) olduğu belirlenmiştir. KMO değerinin uygun ve anlamlılığın tespit edilmesiyle bir sonraki aşamaya geçilmiştir. Birimlerin faktör yük değerleri incelenmiş ve yavaşlık algısı ölçeğinin nihai durumda da 4 faktör altında gruplandığı ortaya konmuştur. Sonuç itibariyle, 27 birimlik ölçeğin, maksimum üç faktör analizi sonucunda 19 birime indirildiği ve çıkarılan dört birimin sonucunda 19 birimin güvenilirlik analizi Alfa katsayısı (0,907) olarak belirlenmiştir. Yapılan birim çıkarımı sonucunda ölçeğin güvenilirlik düzeyinde herhangi bir değişim olmadığı, halen yüksek güvenilirlik düzeyinde olduğu belirlenmiştir.

Faktör analizi özet çizelgesinin gösterildiği Çizelge 3.13'de 19 birim ve 4 faktörden oluşan ölçeğin faktör yükleri, açıklanan faktör varyansı, Alfa katsayıları ve kümülatif yüzdelere yer verilmiştir.

Çizelge 3.13. Yavaşlık algısı ölçeği III. faktör analizi özet çizelgesi

| Faktörün Adı         | Soru İfadesi  | Faktör Ağırlıkları | Açıklanan Faktör Varyansı (%) | Kümülatif (%) | Güvenilirlik (Cronbach's Alpha) |
|----------------------|---|--------------------|-------------------------------|---------------|---------------------------------|
| Yereli muhafaza etme | YA15. Seferihisar'da yerel ürünler, el yapımı ve etiketli veya esnaf/sanatkâr ürünlerin satışa sunulduğu yerler vardır.                                   | ,726               | 17,451                        | 17,451        | ,843                            |
|                      | YA16. Seferihisar'daki restoranlarda yerel veya organik ürünler kullanılmaktadır.   | ,726               |                               |               |                                 |
|                      | YA17. Seferihisar'da yerel ve geleneksel etkinlikler yapılmaktadır.   | ,715               |                               |               |                                 |
|                      | YA18. Seferihisar'da GDO içeren tarım ürünleri değil, organik tarım ürünleri yetiştirilmektedir.  | ,695               |                               |               |                                 |
|                      | YA21. Seferihisar'ın güzergâhları basılı olarak veya internet sayfasında mevcuttur.   | ,603               |                               |               |                                 |
| Çevreci düzenlemeler | YA4.Seferihisar'da görsel kirlilik ve trafik gürültüsü azdır.   | ,739               | 15,957                        | 33,408        | ,806                            |
|                      | YA5.Seferihisar'daki kamu alanlarında ışık kirliliği azdır.   | ,681               |                               |               |                                 |
|                      | YA1. Seferihisar'ın havası temizdir.  | ,642               |                               |               |                                 |
|                      | YA3. Seferihisar'da kentsel atıklar ayrıştırılmaktadır.   | ,631               |                               |               |                                 |
|                      | YA2. Seferihisar'ın suyu temizdir.  | ,573               |                               |               |                                 |
|                      | YA6. Seferihisar'da biyoçeşitlilik korunmaktadır.   | ,554               |                               |               |                                 |
| Eko ulaşım düzeni    | YA8. Seferihisar'da metro ve otobüs durakları gibi aktarma merkezlerinde bisiklet park yerleri vardır.  | ,797               | 15,715                        | 49,123        | ,812                            |
|                      | YA9. Seferihisar'da özel araç kullanımına alternatif olarak eko ulaşım araçları (örneğin, elektrikli otobüs, dik yokuşlarda yürüyen merdiven vb.) vardır. | ,788               |                               |               |                                 |
|                      | YA7. Seferihisar'da bisiklet yolları yeterlidir.  | ,711               |                               |               |                                 |
|                      | YA22. Seferihisar'da iç ve dış mekânlarda engelli kişilerin kullanabileceği alanlar vardır.   | ,652               |                               |               |                                 |
| Doğal ritim          | YA27. Otel ve restoranların türü/tarzı kentin karakteri ile uyumludur.  | ,727               | 13,108                        | 62,231        | ,806                            |
|                      | YA26. Seferihisar'da yaşamın doğal ritmi sakindir.  | ,699               |                               |               |                                 |
|                      | YA25. Seferihisar'da doğal ve geleneksel yiyecekler sunulmaktadır.  | ,668               |                               |               |                                 |
|                      | YA24. Seferihisar'da Slowfood aktivite ve kampanyaları yapılmaktadır.   | ,558               |                               |               |                                 |
|                      |   | Toplam             | 62,231                        |               |                                 |

Çizelge 3.13 incelendiğinde, yavaşlık algısı ölçeğinin 4 faktör altında toplandığı, faktörlerin kümülatif varyansının % 62,231 olduğu ve Yavaşlık Algısını bu oranda açıkladığı görülmektedir. Ayrıca çizelgede her faktörün yavaşlık algısını açıklama oranlarına ve Alfa katsayılarına yer verilmiştir. Her faktörün Alfa katsayısının (0,800) üzerinde bir değer alması, faktörlerin yüksek güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir.

Birinci faktörü oluşturan beş birimin açıklanan faktör varyansı % 17,451'dir. Birimlerin temelde ifade ettiği düşünce dikkate alınarak birinci faktöre “ **yereli muhafaza etme**” adının verilmesi uygun bulunmuştur. Altı birimden oluşan ikinci faktörün açıklanan faktör varyansı % 15,957'dir. Faktörü oluşturan birimlerin ifade ettiği anlama göre faktöre “**çevreci düzenlemeler**” adının verilmesi uygun bulunmuştur. Dört birimden oluşan üçüncü faktörün açıklanan faktör varyansının % 15,715 olduğu belirlenmiş ve faktöre “**eko ulaşım düzeni**” adı verilmiştir. Yavaşlık Algısı Ölçeğinin son faktörü ise dört birimden oluştuğu ve açıklanan faktör varyansının % 13,108 olduğu belirlenmiştir. Faktörü oluşturan birimler incelendiğinde faktöre “**doğal ritim**” adının verilmesi uygun bulunmuştur.

Her bir faktörün ölçeği açıklayıcılığı incelendiğinde **birinci faktörün** ( yereli muhafaza etme) % 17,451 oranı ile diğer faktörlere göre daha yüksek açıklayıcılığa sahip olduğu belirlenmiştir.

### 3.6.5.2. GSYT ölçeği analizi faktör analizi

Seferihisar'ı ziyaret eden turistlerin GSYT davranışlarını alt boyutları itibariyle incelemek ve GSYT ölçeğinin değişkenlerini sınıflandırmak amacıyla faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin faktör analizine uygun olup olmadığının belirlenebilmesi için öncelikle için KMO ve Bartlett testleri yapılmıştır.

Çizelge 3.14. GSYT I. faktör analizi KMO ve Bartlett's testi istatistikleri

|  |                     |          |
|--|---------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Uygunluğu Ölçümü |                     | ,855     |
|  | Yaklaşık Ki-Kare    | 3039,739 |
| Bartlett's Küresellik Testi                  | Serbestlik Derecesi | 210      |
|  | Anlamlılık          | ,000     |



Çizelge 3.14 incelendiğinde, 21 maddelik GSYT ölçeğinin KMO ve Bartlett's Testi sonucu 0,855 ve ölçeğin anlamlı olduğu bulgusu elde edilmiştir. Araştırmanın örnek hacminin uygun bulunması sonucundan sonra bir diğer aşamaya geçilmiştir. Ölçekte yer alan birimlerin rotasyona uğramış faktör değerlerinin verildiği matris incelenmiş ve ölçeğin 5 faktör altında gruplandığı görülmüştür.. Birimlerin rotasyona uğramış değerlerinin gösterildiği tablo incelendiğinde beş faktör altında gruplanan 21 birimin faktör yük değerleri detaylıca incelenmiş ve üçüncü faktör altında yer alan GSY21 birimi, dördüncü faktör altında yer alan GSY5 birimi ve beşinci faktör altında yer alan GSY9 biriminin faktör yük değerlerinin 0,500'den az olduğu görülmüş ve analizden çıkartılmalarına karar verilmiştir. Çıkarılan üç birim dikkate alınarak faktör analizi tekrar yapılmıştır. Yapılan analize ilişkin istatistiksel bilgiler aşağıdaki gibidir.

Çizelge 3.15. GSYT II. faktör analizi KMO ve Bartlett's testi istatistikleri

|  |                     |
|--|---------------------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Uygunluğu Ölçümü | ,846                |
| Yaklaşık Ki-Kare                             | 2610,565            |
| Bartlett's Küresellik Testi                  | Serbestlik Derecesi |
|  | 153                 |
|  | Anlamlılık          |
|  | ,000                |

Çizelge 3.15'de GSYT ölçeği ikinci faktör analizinin KMO ve Bartlett's Testi istatistiklerine yer verilmiştir. Analiz sonucunda KMO değeri 0,846 ve anlamlılık değerin 0,000 olduğu belirlenmiş ve KMO değerinin 0,80'dan büyük olması nedeniyle ölçeğin faktör analizine uygun olduğu belirlenmiştir. İkinci faktör analizi sonrasında geriye kalan 18 birimin güvenilirlik katsayısı 0,806 olduğu belirlenmiş ve faktörler birimlerinin güvenilir olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Çizelge 3.16'da GSYT ölçeğinin faktör analizi özet çizelgesine yer verilmiştir.

Çizelge 3.16. GSYT ölçeği faktör analizi özet çizelgesi

| Faktörün Adı                                 | Soru İfadesi  | Faktör Ağırlıkları | Açıklanan Faktör Varyansı (%) | Kümülatif (%) | Güvenilirlik (Cronbach's Alpha) |
|--|---|--------------------|-------------------------------|---------------|---------------------------------|
| Alışverişte Sadelik                          | GSY2. Plansız alışveriş yapmam.   | ,818               | 18,601                        | 18,601        | ,828                            |
|  | GSY3. Alışveriş yaparken, bir ürünün benim için gerçekten gerekli olup olmadığına bakar, ona göre karar veririm.                                | ,755               |                               |               |                                 |
|  | GSY1. Sade bir yaşam sürmeye ve çok gerekli olmayan ürünleri almamaya çalışırım.  | ,720               |                               |               |                                 |
|  | GSY6. Param olsa bile, plansız alışverişler yapmak ilkelilerimle uyumsuz.   | ,709               |                               |               |                                 |
|  | GSY7. Seyahate çıktığım zamanlar hariç, boş zamanlarımı çok fazla para harcamadan geçiririm.  | ,663               |                               |               |                                 |
| Gelir ve Harcama Yönünden Kendine Yeterlilik | GSY13. Mümkün olduğunca kendine yetecek bir yaşam sürmek arzu edilir bir şeydir.  | ,850               | 14,395                        | 32,996        | ,801                            |
|  | GSY12. Gelecekte beslenme konusunda kendime yetebilmeyi isterim.  | ,845               |                               |               |                                 |
|  | GSY15. Satın aldığım ürünleri mümkün olduğunca uzun süreli kullanmaya çalışırım.  | ,607               |                               |               |                                 |
|  | GSY4. Maddi zenginliktense, daha çok zihinsel gelişim ve başarıya önem veririm.   | ,504               |                               |               |                                 |
| Kalıcı Ürün Tercihi                          | GSY17. Alışveriş yaparken, uzun süre sıkılmaksızın kullanabileceğim ürünleri satın almaya çalışırım.  | ,772               | 12,987                        | 45,983        | ,717                            |
|  | GSY18. Satın aldığım şeyleri etrafımda görünce, kendimi mutlu hissederim.   | ,769               |                               |               |                                 |
|  | GSY16. Eski eşyaları kullanılamaz hale gelene dek kullanmaya devam eden bir insanım.  | ,656               |                               |               |                                 |
| Sadelikten Uzak Yaşam                        | GSY20. Ucuz ve yeni şeyleri sık aralıklarla satın almaktansa, pahalı olsa dahi, uzun süre kullanabileceğim ürünleri satın almayı tercih ederim. | ,505               | 9,873                         | 55,856        | ,573                            |
|  | GSY22. Sade bir yaşam çekilmez olacağından bu tür bir yaşam istemem.  | ,763               |                               |               |                                 |
| Sade Ürün Kullanımı                          | GSY19. Yeni çıkan bir ürünü, benzer bir ürüne sahip olsam da, satın almak isterim.  | ,760               | 7,717                         | 63,573        | ,522                            |
|  | GSY8. Rahatlık ve konfor benim için en önemli şeylerdir.  | ,570               |                               |               |                                 |
|  | GSY10. Rahatlık ve konfor sunan ürünler insanları şımartıyor/bozuyor.   | ,798               |                               |               |                                 |
|  | GSY11. Genellikle gelişmiş özellikleri olan, kullanımı zor ürünleri satın almam.  | ,744               |                               |               |                                 |
|  |   | Toplam             | 63,573                        |               |                                 |

Çizelge 3.16 incelendiğinde, gönüllü sade yaşam tarzı ölçeğinin 5 faktör altında gruplandığı ve faktörlerin % 63,573 oranında Gönüllü Sade Yaşam tarzını açıkladığı görülmektedir. Çizelgede ayrıca faktörlerin gönüllü sade yaşam tarzını açıklama oranlarına ve Alfa katsayılarına yer verilmiştir. Birinci faktörü oluşturan beş birim ile ikinci faktörü oluşturan dört birimin Alfa katsayısının 0,800'den büyük olduğunun belirlenmesi, söz konusu iki faktörün yüksek güvenilirliğe sahip olduğunu ortaya koymuştur. Üçüncü faktörü oluşturan dört birimin Alfa katsayısının 0,717 olduğu ve değer  $0,61 < \alpha < 0,80$  aralığında yer alması Alfa değerinin orta düzeyde güvenilir olduğu belirlenmiştir Dördüncü faktörü oluşturan üç birimin Alfa katsayısının 0,544 ve beşinci faktörü oluşturan üç birimin ise Alfa katsayısının 0,576 olduğu belirlenmiştir. Söz konusu iki faktörün Alfa katsayılarının  $0,41 < \alpha < 0,60$  aralığında yer alması faktörlerin düşük güvenilirlikte olduğunu göstermiştir (Yaşar,2014:63, Özdamar,1999).

Birinci faktörü oluşturan birimlerin açıklanan faktör varyansı % 18,601'dir. Faktörü oluşturan birimlerin ifade ettiği anlam dikkate alınarak faktöre “ **alışverişte sadelik** ” adı verilmiştir. Dört birimden oluşan ikinci faktörün açıklayıcılığı % 14,395'dir. Faktör birimlerinin ifade ettiği anlam dikkate alınarak “ **gelir ve harcama yönünden kendine yeterlilik** ” adının verilmesi uygun bulunmuştur. Dört birimden oluşan üçüncü faktörün açıklanan faktör varyansı % 12,987'dir. Faktörün temelde ifade ettiği anlam dikkate alınarak adına “ **kalıcı ürün tercihi** ” adı verilmiştir. Dördüncü faktöre gelindiğinde de faktörün açıklanan varyans yüzdesi 9,873 olarak bulunmuş ve faktöre “ **sadelikten uzak yaşam**” ifadesi tanımlanmıştır. Son faktörü oluşturan iki birimin açıklanan varyans yüzdesi 7,717 olarak bulunmuş ve birimlerin ifade ettiği anlam dikkate alınarak faktöre “ **sade ürün kullanımı** ” adı tanımlanmıştır.

### 3.6.5.3. Çevre davranışı ölçeği faktör analizi

Turistlerin çevre duyarlılıklarının ölçülebilmesi için kullanılan “Çevre Davranışı Ölçeği (ÇDÖ)”nin faktör analizine uygun olup olmadığının belirlenebilmesi için KMO örneklem uygunluk testi sonucu incelenmiştir. KMO ve Bartlett's Testi istatistikleri Çizelge 3.17'de gösterildiği gibidir.

Çizelge 3.17. ÇDÖ I. faktör analizi KMO ve Bartlett's testi istatistikleri

|  |                     |          |
|--|---------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Uygunluğu Ölçümü |                     | ,880     |
| Bartlett's Küresellik Testi                  | Yaklaşık Ki-Kare    | 1563,559 |
|  | Serbestlik Derecesi | 45       |
|  | Anlamlılık          | ,000     |

Çizelge 3.17’de KMO testi değerinin 0,880 olarak bulunması ölçeğin faktör analizine uygunluğunun yüksek düzeyde olduğunu ve ölçeğin anlamlı olduğunu göstermektedir. Elde edilen uygun test değerleri sonrasında ölçeğe faktör analizi uygulanmıştır. Uygulanan faktör analizi sonucunda 10 birimden oluşan ölçeğin 2 faktör altında gruplandığı görülmüştür. Birimlerin faktör yük değerleri incelendiğinde sadece ÇD8 biriminin faktör yük değeri 0,500’den az olduğu tespit edilmiş ve birim analizden çıkarılmıştır. Çıkarılan birimden sonra faktör analizi tekrar yapılmıştır.

Çizelge 3.18. ÇDÖ II. faktör analizi KMO ve Bartlett's testi istatistikleri

|  |                     |          |
|--|---------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Uygunluğu Ölçümü |                     | ,871     |
| Bartlett's Küresellik Testi                  | Yaklaşık Ki-Kare    | 1451,985 |
|  | Serbestlik Derecesi | 36       |
|  | Anlamlılık          | ,000     |

Analizden çıkarılan birimin ardından ikinci kez yapılan faktör analizinin KMO testi istatistiklerinin gösterildiği Çizelge 3.18’de KMO testi değeri 0,871 ve ölçeğin anlamlı olarak bulunması ile birimlerin faktör yük değerleri tekrardan incelenmiştir. İncelenen faktör analizi sonucunda 9 birime indirgenen ölçeğin 2 faktör altında gruplandığı ve faktör yük değerleri incelendiğinde 0,500’ den düşük bir değerde olan birimin olmadığı belirlenmiştir. Analizin devamında 9 birimin güvenilirlik analizi incelenmiş ve Alfa katsayısı 0,870 olduğu belirlenmiştir. Çizelge 3.19’da ÇDÖ faktör analizi özet çizelgesi ile her bir faktörün yük değerleri, açıklanan faktör varyansı, Alfa katsayısı ve kümülatif yüzde oranı verilmiştir.

Çizelge 3.19. ÇDÖ faktör analizi özet çizelgesi

| Faktörün Adı             | Değişken   | Faktör Ağırlıkları | Açıklanan Faktör Varyansı (%) | Kümülatif (%) | Güvenilirlik (Cronbach's Alpha) |
|--------------------------|--|--------------------|-------------------------------|---------------|---------------------------------|
| Çevreye duyarlı bireyler | ÇD9. Dışarıdayken kuş seslerini, hayvanları ve çiçekleri fark ederim.  | ,828               | 33,797                        | 33,787        | ,824                            |
|                          | ÇD6. Kullanılmayan elektrikli cihazları ve ışıkları kapatarak enerji tasarrufu sağlarım.                                   | ,764               |                               |               |                                 |
|                          | ÇD7. Evde su tasarrufu yaparım (dişlerimi fırçalarken veya bulaşıkları yıkarken musluğu kapatırım vb.).                    | ,750               |                               |               |                                 |
|                          | ÇD4. Daha önceden alışveriş poşeti olarak kullanılmış naylon poşetleri tekrar kullanırım.                                  | ,668               |                               |               |                                 |
|                          | ÇD10. Doğa yürüyüşü ve geziler yaparım.  | ,607               |                               |               |                                 |
| Sorumlu vatandaşlık      | ÇD2. Gazete ve plastik şişe gibi atıkları geri dönüşüm için ayrıştırırım.  | ,845               | 27,401                        | 61,188        | ,790                            |
|                          | ÇD1. Çevresel sorunları yetkililere bildiririm.  | ,800               |                               |               |                                 |
|                          | ÇD3. Kullanılmış kâğıtları müsvedde kâğıdı olarak yeniden kullanırım.  | ,672               |                               |               |                                 |
|                          | ÇD5. “Çevre dostu” ürünleri satın alırım (ozon dostu spreylere, geri dönüşüm paketi olan ürünler ve ekonomik boy ürünler). | ,564               |                               |               |                                 |
|                          | Toplam   |                    |                               |               |                                 |

Özet çizelge incelendiğinde, çevre davranışı ölçeğinin 2 faktör altında gruplandığı, faktörlerin kümülatif varyansının % 61,188 olduğu ve Çevre Duyarlılığını bu oranda

açıkladığı görülmektedir. Çizelgede her faktörün çevre duyarlılığını açıklama oranlarına ve Alfa katsayılarına yer verilmiştir. 1. faktörün Alfa katsayısı 0,824 ve ikinci faktörün 0,790 değerlerini alması ile ölçek faktörlerinin güvenilir olduğunu göstermektedir. Birinci faktörü oluşturan beş birimin temelde ifade ettiği düşünce dikkate alınarak faktöre “**çevreye duyarlı tüketici**” ve dört birimden oluşan ikinci faktöre “**sorumlu vatandaşlık**” adları verilmiştir. Her bir faktörün ölçeği açıklayıcılığı incelendiğinde birinci faktörün % 33,787 oranı ile diğer faktöre göre daha yüksek açıklama oranına sahip olduğu belirlenmiştir.

### 3.6.6. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Araştırmanın bu bölümünde araştırmanın hipotezlerinin test edilmesi ve test edilen hipotezlerin analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

#### 3.6.6.1. Demografik Faktörlere İlişkin Hipotezler

##### 3.6.6.1.1. H1: Turistlerin yavaşlık alguları, demografik özelliklerine göre farklılık gösterir.

*“H1a: Turistlerin yavaşlık alguları, yaşa göre farklılık gösterir.”* hipotezine ilişkin yaş değişkeni ikiden fazla alt gruptan oluştuğundan hipotezin test edilmesinde tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. ANOVA analizi gerçekleştirilmeden önce analizin ön şartı olan varyansların homojen olması gerektiğinden Levene testi yapılmıştır (Durmuş, vd.,2011).

Çizelge 3.20. H1a hipotezine ilişkin Levene test istatistiği değeri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi | Serbestlik Derecesi | Anlamlılık |
|--------------------|---------------------|---------------------|------------|
|                    | 1                   | 2                   |            |
| 9,431              | 4                   | 393                 | ,000       |

Yapılan analiz sonucunda grupların varyansının homojen olmadığı ( $p=0,000$ ) bulgusu elde edilerek, tek yönlü varyans analizine alternatif olan Welch ve Brown-Forsythe testleri uygulanmıştır (Durmuş, vd., 2016:132).

Çizelge 3.21. H1a hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe test sonuçları

| Boyut | Düzeyleyler | N   | $\bar{X}$ | SS    |                | F     | p     |
|-------|-------------|-----|-----------|-------|----------------|-------|-------|
| Yaş   | 18-25       | 108 | 3,50      | 0,803 | Welch          | 1,664 | ,160  |
|       | 26-35       | 73  | 3,76      | 0,591 |                |       |       |
|       | 36-45       | 66  | 3,65      | 0,562 | Brown-Forsythe | 2,112 | ,079* |
|       | 46-55       | 73  | 3,61      | 0,557 |                |       |       |
|       | 56 ve üstü  | 78  | 3,61      | 0,466 |                |       |       |

\*0,05<p<0,10 (sınırlı anlamlılık düzeyi)

Yapılan analiz sonucunda Welch testi p değeri (0,160) ve Brown-Forsythe testi p değeri 0,079 olduğu bulunmuştur. Brown-Forsythe testi p değeri 0,05<p<0,10 (Kul, 2014) arasında bir değer alması ile turistlerin yavaşlık algıları ile yaşları arasında sınırlı bir anlamlılık olduğu sonucu belirlenmiştir.

*“Turistlerin yavaşlık algıları, yaşa göre farklılık gösterir.” hipotezi red edilmiştir.*

**“H1b: Turistlerin yavaşlık algıları, cinsiyetlerine göre farklılık gösterir.”** hipotezinde cinsiyet değişkeni iki alt gruptan olduğundan hipotezin analiz edilmesinde t-Testi kullanılmıştır. Testin ön şartı olan Levene testi uygulanmış, elde edilen sonuca göre bir sonraki adıma geçilmiştir. Levene testi sonuçları Çizelge 3.22’de gösterildiği gibidir.

Çizelge 3.22. H1b hipotezine ilişkin Levene test istatistiği

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi | Anlamlılık |
|--------------------|---------------------|------------|
| ,941               | 396                 | ,333       |

Levene test istatistiği sonucunda p değerinin 0,05’ten büyük olduğunun belirlenmesi ile grupların varyansının homojen olduğu bulgusu elde edilmiş ve bir sonraki aşamaya geçilerek t-Testi gerçekleştirilmiştir. Test sonucunda varyanslar eşit olduğundan, t-Testinin ilk satırında yer alan değerler dikkate alınarak analiz sonuçlandırılmıştır. Teste ilişkin analiz sonuçları Çizelge 3.23’de gösterilmiştir.

Çizelge 3.23. H1b hipotezine ilişkin t-Testi sonucu

| Boyut    | Cinsiyetler | N   | $\bar{X}$ | SS    | t      | p     |
|----------|-------------|-----|-----------|-------|--------|-------|
| Cinsiyet | Kadın       | 205 | 3,56      | 0,657 | -1,748 | ,081* |
|          | Erkek       | 193 | 3,67      | 0,593 |        |       |

\*0,05<p<0,10 (sınırlı anlamlılık düzeyi)

Hipoteze ilişkin t-Testi sonucunda t değeri (-1,748) ve p değeri (0,081) olduğu belirlenmiştir. Anlamlılık değerinin  $0,05 < p < 0,10$  arasında bir değerde olması ile turistlerin cinsiyetleri ile yavaşlık algıları arasında sınırlı bir anlamlılık olduğu sonucu elde edilmiştir (Kul,2014).

*“Turistlerin yavaşlık algıları, cinsiyetlerine göre farklılık gösterir.” hipotezi red edilmiştir.*

**“H1c: Turistlerin yavaşlık algıları, medeni durumlarına göre farklılık gösterir.”** hipotezi iki alt gruptan meydana geldiğinden t-Testi ile analiz edilmiştir. Öncelikle testin ön şartının sağlanıp sağlanmadığı kontrol edilmiştir. Çizelge 3.24’de H1c hipotezi Levene istatistiği sonuçlarına yer verilmiştir.

Çizelge 3.24. H1c hipotezine ilişkin Levene test istatistiği

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi | Anlamlılık |
|--------------------|---------------------|------------|
| 7,715              | 396                 | ,006       |

Levene testi sonucunda grupların varyansının homojen olmadığı ( $p < 0,05$ ) bulgusu elde edilerek t-Testi sonuç tablosunda ikinci satır değerleri dikkate alınmıştır. Teste ilişkin analiz sonuçları Çizelge 3.25’de gösterildiği gibidir.

Çizelge 3.25. H1c hipotezine ilişkin t-Testi sonucu

| Boyut        | Durum | N   | $\bar{X}$ | SS    | t    | p    |
|--------------|-------|-----|-----------|-------|------|------|
| Medeni Durum | Evli  | 157 | 3,65      | 0,558 | ,891 | ,374 |
|              | Bekâr | 241 | 3,60      | 0,671 |      |      |

Test sonucunda t değerinin (0,891) ve p değerinin (0,374) olduğu belirlenmiş ve p değerinin (0,05)’ten büyük olması nedeniyle turistlerin yavaşlık algılarının medeni durumlarına göre farklılık göstermediği sonucu elde edilmiştir.

*“ Turistlerin yavaşlık algıları, medeni durumlarına göre farklılık gösterir.” hipotezi red edilmiştir.*



**“H1d: Turistlerin yavaşlık algıları, eğitim durumlarına göre farklılık gösterir”** hipotezi altı alt gruptan oluştuğundan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile analiz edilmiştir. Analizin ön şartının sağlanıp sağlanmadığına bakılmış ve bir sonraki aşamaya geçilmiştir. H1d hipotezine ilişkin Levene testi sonucu Çizelge 3.26 ‘da gösterildiği gibidir.

Çizelge 3.26. H1d hipotezine ilişkin Levene testi sonucu

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 5,259              | 5                     | 392                   | ,000       |

Levene sonucu varyansların eşit olmadığı sonucu elde edilmiştir. Analizin devamında varyansların eşit olmaması nedeniyle tek yönlü varyans analizinin alternatif testleri olan Welch ve Brown- Forsythe testi uygulanmıştır (Durmuş, vd.,2011). Çizelge 3.27’de H1d hipotezine ilişkin Welch ve Brown- Forsythe testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Çizelge 3.27. H1d hipotezine ilişkin Welch ve Brown- Forsythe testi sonucu

| Boyut      | Eğitim Düzeyleri | N    | $\bar{X}$ | SS                 | F     | p    |
|------------|------------------|------|-----------|--------------------|-------|------|
| Eğitim     | Eğitim görmemiş  | 9    | 3,76      | Welch              | 1,171 | ,333 |
|            | İlköğretim       | 40   | 3,76      |                    |       |      |
|            | Lise             | 113  | 3,60      | Brown-<br>Forsythe | 1,154 | ,334 |
|            | Ön Lisans        | 27   | 3,44      |                    |       |      |
|            | Lisans           | 114  | 3,58      |                    |       |      |
| Lisansüstü | 95               | 3,66 |           |                    |       |      |

Yapılan analiz sonucunda F değerlerinin 1,171 ve 1,154 olduğu, p değerlerinin de 0,333 ve 0,334 olduğu belirlenmiştir. P değerlerinin 0,05’ten büyük olması, Seferihisar yavaş şehri ziyaret eden turistlerin yavaşlık algılarının eğitim durumlarına göre farklılık göstermediği bulgusunu ortaya koymuştur.

**“ Turistlerin yavaşlık algıları, eğitim durumlarına göre farklılık gösterir.”** hipotezi **red** edilmiştir.

**“H1e: Algılanan yavaşlık düzeyi turistlerin yaşadığı yere göre farklılık gösterir.”** hipotezinin test edilmesi için yaşanan yer ifadesinin dört kavramdan oluşması nedeniyle tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Ön koşulun sağlanıp sağlanmadığı incelenmiş ve Levene testi sonucuna bakılmıştır.

Çizelge 3.28. H1e hipotezine ilişkin Levene testi sonucu

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 0,823              | 3                     | 394                   | ,492       |

Levene test istatistiği anlamlılık değeri 0,492'dir. Değerin 0,05'ten büyük bir değerde olması, grupların varyansının homojen olduğu bulgusu elde edilmiş ve tek yönlü varyans analizine geçilmiştir. Analize ilişkin bulgular Çizelge 3.29'da gösterilmiştir.

Çizelge 3.29. H1e hipotezine ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucu

| Boyut            | Yerler              | N   | $\bar{X}$ | SS    | F     | p    |
|------------------|---------------------|-----|-----------|-------|-------|------|
| Yaşanılan<br>Yer | Köy                 | 25  | 3,64      | 0,637 | 3,022 | ,030 |
|                  | İlçe                | 129 | 3,49      | 0,651 |       |      |
|                  | İl/Merkez ilçe      | 135 | 3,64      | 0,619 |       |      |
|                  | Büyükşehir/Metropol | 109 | 3,73      | 0,593 |       |      |

Yapılan analiz sonucunda F değeri 3,022 ve p değeri 0,030 bulunmuştur. P değerinin 0,05'ten küçük olması, turistlerin yavaşlık algıları ile yaşadıkları yer arasında anlamlı bir farklılık olduğu bulgu elde edilmiştir. Oluşan anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenmesi amacıyla Tukey ve Scheffe testleri gerçekleştirilmiştir ( Durmuş, vd..2016:130 ). Tukey ve Scheffe testlerinin sonuçlarına bakıldığında her iki teste de benzer sonuçlar elde edilmiş ve ilçede yaşayan turistler ile metropol/büyükşehirde yaşayan turistler arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. (Bkz. EK-1, Çizelge 1). Grupların ortalamaları değerlendirildiğinde; metropol/büyükşehirde yaşayan turistlerin 3,73 ortalamaya sahip olduğu ve ilçede yaşayan turistlerin 3,49 ortalamaya sahip olduğu görülmüştür. Metropol/büyükşehirde yaşayan turistlerin ilçede yaşayan turistlere kıyasla yavaşlık algılarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

*“ Algılanan yavaşlık düzeyi turistlerin yaşadığı yere göre farklılık gösterir.” hipotezi kabul edilmiştir.*

**“H1f: Turistlerin yavaşlık algıları, gelir durumlarına göre farklılık gösterir”** hipotezinin test edilebilmesi için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Analizin uygulanabilmesi için ön koşulu sağlama durumu incelenmiştir. Levene testi istatistiği Çizelge 3.30'da gösterilmiştir.

Çizelge 3.30. H1f hipotezine ilişkin Levene testi sonucu

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 10,084             | 4                     | 345                   | ,000       |

Levene testi sonuçlarına göre varyansların eşit olmadığı belirlenmiş ve tek yönlü varyans analizinin ön şartı sağlanmadığından alternatif olan Welch ve Brown- Forsythe testi uygulanmıştır.

Çizelge 3.31. H1f hipotezine ilişkin Welch ve Brown- Forsythe testi istatistikleri

| Boyut       | Düzeyleyler        | N   | $\bar{X}$ | SS    |                 | F     | p    |
|-------------|--------------------|-----|-----------|-------|-----------------|-------|------|
| Aylık Gelir | 1603 TL ve altında | 63  | 3,51      | 0,815 | Welch           | 1,041 | ,391 |
|             | 1604 – 3000 TL     | 51  | 3,77      | 0,747 |                 |       |      |
|             | 3001- 4500 TL      | 37  | 3,65      | 0,812 | Brown- Forsythe |       |      |
|             | 4501 – 6000 TL     | 29  | 3,52      | 0,564 |                 |       |      |
|             | 6001 TL ve üzeri   | 170 | 3,58      | 0,499 |                 |       |      |

Çizelge 3.31’de yer alan istatistikler incelendiğinde, her iki testin F değerleri 1,041 ve 1,134, p değerleri ise 0,391 ve 0,342 olduğu belirlenmiştir. P değerlerinin 0,05’ten büyük olduğunun belirlenmesi ile turistlerin yavaşlık algıları ile aylık gelirleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir.

“*Turistlerin yavaşlık algıları, gelir durumlarına göre farklılık gösterir.*” hipotezi **red** edilmiştir.

“**H1g: Turistlerin yavaşlık algıları, mesleklerine göre farklılık gösterir.**” hipotezinin test edilebilmesi için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Ön koşulun sağlanıp sağlanmadığına bakılmış ve Çizelge 3.32’de yer alan Levene testi istatistiklerine göre bir sonraki aşamaya geçilmiştir.

Çizelge 3.32. H1g hipotezine ilişkin Levene analizi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 3,526              | 7                     | 390                   | ,001       |

Çizelge 3.32’de görüldüğü üzere Levene testi sonucuna göre varyansların homojen dağılmadığı sonucu elde edilmiş ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ön koşulu sağlanmadığından analiz devamında Welch ve Brown-Forsythe testi uygulanmıştır.

Çizelge 3.33. H1g hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe testi istatistikleri

| Boyut  | Meslekler                | N  | $\bar{X}$ | SS    | F                           | p                              |
|--------|--------------------------|----|-----------|-------|-----------------------------|--------------------------------|
| Meslek | Emekli                   | 82 | 3,51      | 0,527 | Welch<br>Brown-<br>Forsythe | 1,805<br>2,108<br>,145<br>,105 |
|        | Memur                    | 40 | 3,68      | 0,456 |                             |                                |
|        | Ev Hanımı                | 23 | 3,87      | 0,562 |                             |                                |
|        | İşçi                     | 81 | 3,69      | 0,655 |                             |                                |
|        | Öğrenci                  | 83 | 3,49      | 0,757 |                             |                                |
|        | Serbest Meslek           | 57 | 3,69      | 0,681 |                             |                                |
|        | Profesyonel- Özel Sektör | 30 | 3,71      | 0,434 |                             |                                |
|        | İşsiz                    | 2  | 2,92      | 0,838 |                             |                                |

Yapılan Welch ve Brown-Forsythe testi sonuçlarına göre; F değerleri 1,805 ve 2,108, p değerleri ise 0,145 ve 0,105 olarak belirlenmiştir. Analiz sonucunda p değerlerinin 0,05’ten büyük bir değerde olması nedeniyle turistlerin yavaşlık algıları ile meslekleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı sonucu elde edilmiştir.

“*Turistlerin yavaşlık algıları, mesleklerine göre farklılık gösterir.*” hipotezi **red** edilmiştir.

“**H1h: Turistlerin yavaşlık algıları, uyruklarına göre farklılık gösterir.**” hipotezinin test edilmesinde uyruk değişkeni ikiden fazla alt gruptan meydana gelmesi nedeniyle tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. ANOVA analizinin ön koşulu olan Levene test yapılmıştır. Çizelge 3.34’de Levene testi istatistikleri paylaşılmıştır.

Çizelge 3.34. H1h hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 2,706              | 19                    | 378                   | ,000       |

Yapılan Levene testi istatistikleri incelendiğinde, testin anlamlılık değerinin 0,000 değerinde olması nedeniyle varyansların homojen olmadığı belirlenmiştir ( $p < 0,05$ ). Varyansların homojen olmadığı belirlenmesi bir sonraki adımda ANOVA analizinin uygun olmayacağını ortaya koymuş ve ANOVA analizine alternatif olan Welch ve Brown-

Forsythe testleri yapılmıştır (Durmuş, vd., 2011). Çizelge 3.35’de Welch ve Brown-Forsythe test sonuçlarına yer verilmiştir.

Çizelge 3.35. H1h hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe testi sonuçları

| Boyut | Uyruk          | N   | $\bar{X}$ | SS    | F     | p    |                |      |
|-------|----------------|-----|-----------|-------|-------|------|----------------|------|
| Uyruk | Türk           | 128 | 3,68      | 0,796 | Welch | ,925 |                |      |
|       | İrlandalı      | 8   | 3,68      | 0,586 |       |      |                |      |
|       | Romanyalı      | 7   | 3,86      | 0,663 |       |      |                |      |
|       | Alman          | 57  | 3,58      | 0,406 |       |      |                |      |
|       | Hollandalı     | 22  | 3,57      | 0,521 |       |      |                |      |
|       | Yunan          | 20  | 3,54      | 0,387 |       |      |                |      |
|       | Ukraynalı      | 13  | 3,69      | 0,608 |       |      |                |      |
|       | Belçikalı      | 11  | 3,67      | 0,663 |       |      |                |      |
|       | İngiliz        | 12  | 3,51      | 0,416 |       |      |                |      |
|       | İspanyol       | 8   | 3,53      | 0,790 |       |      | Brown-Forsythe | ,924 |
|       | Macaristanlı   | 11  | 3,71      | 0,500 |       |      |                |      |
|       | Bosna Hersekli | 4   | 3,73      | 0,212 |       |      |                |      |
|       | Danimarkalı    | 15  | 3,55      | 0,421 |       |      |                |      |
|       | Portekizli     | 7   | 3,97      | 0,652 |       |      |                |      |
|       | Amerikan       | 10  | 3,91      | 0,571 |       |      |                |      |
|       | Rus            | 17  | 3,41      | 0,586 |       |      |                |      |
|       | Bulgar         | 14  | 3,40      | 0,462 |       |      |                |      |
|       | İtalyan        | 6   | 3,22      | 0,436 |       |      |                |      |
|       | Gürcü          | 7   | 3,40      | 1,060 |       |      |                |      |
|       | Diğer          | 21  | 3,60      | 0,541 |       |      |                | ,556 |

Çizelge 3.37 incelendiğinde, Welch testi F değerinin 0,925 ve p değerinin 0,556 olduğu belirlenmiştir. Brown-Forsythe testi F değerinin 0,924 ve p değerinin 0,556 olduğu bulgusu elde edilmiştir. Her iki testin p değerinin 0,05’ten büyük bir değerde olması nedeniyle turistlerin yavaşlık algıları ile uyrukları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı sonucunu ortaya koymuştur.

“*Turistlerin yavaşlık algıları, uyruklarına göre farklılık gösterir.*” hipotezi **red** edilmiştir.

“**H1i: Seferihisar’ın yavaşlık algısı, yerli ve yabancı turistlere göre farklılık gösterir.**” hipotezi ile yerel ve yabancı turistlerin yavaşlık algıları arasındaki farklılığın belirlenebilmesi için oluşturulmuştur. Bir önceki hipotezde tüm uyruklar dikkate alınarak farklılık incelenmiştir. Bu hipotezde ise araştırmaya katılan 398 turisti yerli turistler ve yabancı turistler şeklinde iki gruba ayırarak farklılık incelenmiştir. İki grup arasındaki farklılığın belirlenebilmesi

için t-Testi yapılmıştır. Öncelikle Levene testi sonuçları incelenmiştir. Çizelge 3.36’da Levene testi istatistikleri paylaşılmıştır.

Çizelge 3.36. H11 hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi | Anlamlılık |
|--------------------|---------------------|------------|
| 23,761             | 396                 | ,000       |

Levene testi sonuçları incelendiğinde, testin anlamlılık değerinin 0,000 olduğu belirlenmiş ve değer 0,05’ten küçük bir değerde olması varyansların eşit olmadığını ortaya koymuştur. Bu nedenle t-Testi ikinci satırında yer alan değerler dikkate alınmıştır. Test sonuçları Çizelge 3.37’de gösterildiği gibidir.

Çizelge 3.37. H11 hipotezine göre t-Testi sonuçları

| Boyut  | Durumlar       | N   | $\bar{X}$ | SS    | t     | p    |
|--------|----------------|-----|-----------|-------|-------|------|
| Turist | Yerli turist   | 128 | 3,68      | 0,796 | 1,135 | ,258 |
|        | Yabancı turist | 270 | 3,59      | 0,531 |       |      |

Yapılan t-Testi sonuçlarına göre, t değerinin 1,135 ve p değerinin 0,258 olduğu belirlenmiştir. P değerinin 0,05’ten büyük bir değerde olması, Seferihisar’ın yavaşlık algısının yerli ve yabancı turistlere göre farklılık göstermediği bulgusunu ortaya koymuştur.

*“ Yavaşlık algısı, yerli ve yabancı turistlere göre farklılık gösterir.” hipotezi red edilmiştir.*

#### **3.6.6.1.2. H2: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, demografik özelliklerine göre farklılık gösterir.**

*“H2a: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, yaşa göre farklılık gösterir.”* hipotezinin test edilebilmesinde yaş değişkeninin beş gruptan oluşması nedeniyle tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Öncelikle ANOVA analizinin ön koşulunun sağlanıp sağlanmadığı durumu incelenmiştir.

Çizelge 3.38. H2a hipotezime ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 2,631              | 4                     | 393                   | ,034       |

Çizelge 3.38’de yer alan Levene testi istatistikleri incelendiğinde, varyanslarının homojen olmadığı belirlenmiştir. Varyansların homojen olmadığı durumlarda ANOVA analizi yerine alternatif olan Welch ve Brown-Forsythe testleri kullanılmıştır (Durmuş, vd.,2011).

Çizelge 3.39. H2a hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe testi istatistikleri

| Boyut | Düzeyleyler | N   | $\bar{X}$ | SS    | F              | p     |
|-------|-------------|-----|-----------|-------|----------------|-------|
| Yaş   | 18-25       | 108 | 3,65      | 0,498 | Welch          | ,369  |
|       | 26-35       | 73  | 3,76      | 0,449 |                |       |
|       | 36-45       | 66  | 3,77      | 0,444 | Brown-Forsythe | 1,203 |
|       | 46-55       | 73  | 3,75      | 0,410 |                |       |
|       | 56 ve üstü  | 78  | 3,75      | 0,359 |                |       |

Yapılan analiz sonucunda F değerlerinin 0,369, 1,203 ve p değerlerinin 0,425 ve 0,301 olduğu belirlenmiştir. P değerlerinin 0,05’ten büyük bir değerde olması nedeniyle turistlerin yaşları ile gönüllü sade yaşam tarzları arasında anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir.

Literatürde gönüllü sade yaşam tarzının katılımcıların yaşlarına göre farklılık gösterip göstermediğini araştıran çalışmalar incelenmiş ve mevcut araştırmanın sonucundan farklı sonuçların elde edildiği araştırmalara rastlanmıştır (Özgül,2011; Karapınar,2013; Cengiz,2014).

*“ Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, yaşa göre farklılık gösterir.” hipotezi red edilmiştir.*

**“H2b: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, cinsiyetine göre farklılık gösterir.”** hipotezinin test edilmesinde cinsiyet değişkeni iki gruptan oluştuğundan t-Testi kullanılmıştır. Testin ön şartı olan Levene testi uygulanmış, elde edilen sonuca göre bir sonraki adıma geçilmiştir. Levene testi sonuçları Çizelge 3.40’da gösterildiği gibidir.

Çizelge 3.40. H2b hipotezine ilişkin t-Testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi | Anlamlılık |
|--------------------|---------------------|------------|
| ,928               | 396                 | ,336       |

Çizelge 3.40'da yer alan Levene istatistikleri incelendiğinde, p değerinin 0,336 olduğu belirlenmiştir. Değerin 0,05'ten büyük olduğunun belirlenmesi ile varyansların bir birine eşit olduğu sonucu elde edilmiş ve t-Testi sonuç tablosunun ilk satırında yer alan istatistikler incelenmiştir.

Çizelge 3.41. H2b Hipotezine ilişkin t-Testi sonucu

| Boyut    | Cinsiyetler | N   | $\bar{X}$ | SS     | t      | p    |
|----------|-------------|-----|-----------|--------|--------|------|
| Cinsiyet | Kadın       | 205 | 3,72      | 0,462  | -0,465 | ,642 |
|          | Erkek       | 193 | 3,74      | 0,3416 |        |      |

Yapılan t-Testi istatistiklerine göre p değerinin 0,05'ten büyük olduğu belirlenmiştir (p=0,642). Elde edilen sonuç itibariyle turistlerin cinsiyetlerine göre gönüllü sade yaşam tarzlarının farklılık göstermediği belirlenmiştir.

Literatürde gönüllü sade yaşam tarzı ile ilgili yapılan araştırmalar incelendiğinde, gönüllü sade yaşam ile katılımcıların cinsiyetlerinin farklılaştığı çalışmaya rastlanmıştır (Cengiz,2014). Cengiz (2014)'ün Amerika ve Türkiye'de gönüllü sade yaşamı tercih etmiş 589 bireye uyguladığı çalışmada gönüllü sade yaşamın ölüm tüketimi üzerindeki etkisini araştırmıştır. Araştırmasında katılımcıların demografik özelliklerinin gönüllü sade yaşamları arasında farklılık gösterip göstermediğini de araştırmış ve katılımcıların cinsiyetlerine göre gönüllü sade yaşam tarzlarının farklılık gösterdiği sonucuna ulaşmıştır. Ergen (2014)'ün gerçekleştirdiği araştırmasında ise katılımcıların cinsiyetlerinin, gönüllü sade yaşam tarzı alt boyutlarına göre farklılık gösterip göstermediğini araştırmış ve alt boyutların hiç birinde farklılık bulunamamıştır. Mevcut araştırmada Ergen (2014)'ün gerçekleştirdiği çalışmaya benzer bir sonuç elde edilmiş ve Seferihisar'ı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin cinsiyetlerine göre gönüllü sade yaşam tarzlarının farklılaşmadığı sonucu bulunmuştur.

*“ Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, cinsiyetine göre farklılık gösterir.” hipotezi red edilmiştir.*



**“H2c: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, medeni duruma göre farklılık gösterir.”**

hipotezinin değişkeni iki alt gruptan oluştuğundan hipotezin test edilebilmesi için t-Testi kullanılmıştır. Hipoteze ilişkin Levene testi sonuç tablo 3.42’de gösterildiği gibidir.

Çizelge 3.42. H2c hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi | Anlamlılık |
|--------------------|---------------------|------------|
| 2,542              | 396                 | ,112       |

Yapılan Levene testi sonuçlarına göre p değeri 0,112 olduğu belirlenmiş ve değer 0,05’ten büyük bir değerde olması nedeniyle varyansların eşit olduğu sonucu elde edilmiştir. Varyansların eşit olduğu durumlarda t-testi sonuç tablosu ilk satırında yer alan değerler dikkate alınmıştır. Çizelge 3.43’de hipotezin t-Testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Çizelge 3.43. H2c hipotezine ilişkin t-Testi istatistikleri

| Boyut        | Durum | N   | $\bar{X}$ | SS    | t     | p    |
|--------------|-------|-----|-----------|-------|-------|------|
| Medeni Durum | Evli  | 157 | 3,78      | 0,401 | 2,021 | ,044 |
|              | Bekâr | 241 | 3,69      | 0,460 |       |      |

Çizelge 3.43’de yer alan test sonuçlarına göre t değerinin 2,021 ve p değerinin 0,044 olduğu belirlenmiştir. P değerinin 0,05’ten küçük bir değerde olması ile turistlerin gönüllü sade yaşam tarzları ile medeni durumlarının farklılık gösterdiği sonucu elde edilmiştir. Farklılığın belirlenebilmesi için ortalama değerleri dikkate alındığında, evli turistlerin 3,78 ve bekâr turistlerin 3,69 ortalama değerlerine sahip olduğu belirlenmiştir. Ortalama değerlerine göre evli turistlerin gönüllü sade yaşam tarzına, bekâr turistlere göre daha fazla sahip olduğu belirlenmiştir.

**“ Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, medeni duruma göre farklılık gösterir.” hipotezi kabul edilmiştir.**

**“ H2d: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, eğitim durumuna göre farklılık gösterir.”**

hipotezinin eğitim durumu değişkeni altı alt gruptan oluştuğundan hipotezin test edilebilmesi için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. ANOVA analizinin ön koşulunun sağlanıp sağlanmadığı Levene testi ile analiz edilmiş ve elde edilen sonuçlara göre bir sonraki aşamaya geçilmiştir.

Çizelge 3.44. H2d hipotezine ilişkin Levene analizi istatistiği

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 5,913              | 5                     | 392                   | ,000       |

Çizelge 3.44 incelendiğinde, Levene testi p değerinin 0,013 olduğu ve değer p<0,05 olması nedeniyle varyansların homojen olmadığı belirlenmiştir. Varyansların homojen olmadığı durumlarda ANOVA testine alternatif olan Welch ve Brown-Forsythe testleri uygulandığından söz konusu testler kullanılarak hipotez test edilmiştir.

Çizelge 3.45. H2d hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe test sonuçları

| Boyut      | Eğitim Düzeyleri | N    | $\bar{X}$ | SS    |                | F     | p     |
|------------|------------------|------|-----------|-------|----------------|-------|-------|
| Eğitim     | Eğitim görmemiş  | 9    | 3,77      | 0,351 | Welch          | 2,863 | ,021  |
|            | İlköğretim       | 40   | 4,02      | 0,409 |                |       |       |
|            | Lise             | 113  | 3,84      | 0,462 | Brown-Forsythe | 1,950 | ,089* |
|            | Ön Lisans        | 27   | 3,69      | 0,620 |                |       |       |
|            | Lisans           | 114  | 3,71      | 0,460 |                |       |       |
| Lisansüstü | 95               | 3,80 | 0,305     |       |                |       |       |

\*0,05<p<0,10 (sınırlı anlamlılık düzeyi)

Yapılan analiz sonucunda Welch testi F değerinin 2,863 ve p değerinin 0,021 olduğu bulunmuştur. Brown-Forsythe testi F değerinin ise 1,950 ve p değerinin 0,089 olduğu bulunmuştur. Welch testi p değerinin 0,05'ten küçük bir değerde olması nedeniyle değişkenler arasında anlamlı bir farklılığın olduğunu ortaya koymuştur. Brown-Forsythe testi p değerinin ise 0,05<p<0,10 aralığında olması değişkenler arasında sınırlı anlamlılık olduğunu ortaya koymuştur.

*“ Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, eğitim durumuna göre farklılık gösterir.” hipotezi red edilmiştir.*

*“ H2e: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, yaşadığı yere göre farklılık gösterir.”* şeklinde oluşturulan alt hipotezin analiz edilmesinde yaşanan yer değişkeninin ikiden fazla alt gruba sahip olması nedeniyle tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Çizelge 3.46'da Levene testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Çizelge 3.46. H2e hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 1,231              | 3                     | 394                   | ,268       |

Levene testi sonucuna göre p değeri 0,268 olduğu belirlenmiş ve değer  $p > 0,05$  olması nedeniyle varyansların homojen olduğu sonucu elde edilmiştir. Analizin devamı için ANOVA testi ön koşulu sağlanmış ve ANOVA testi uygulanmıştır.

Çizelge 3.47. H2e hipotezine ilişkin ANOVA sonucu

| Boyut            | Yerler              | N   | $\bar{X}$ | SS    | F     | p    |
|------------------|---------------------|-----|-----------|-------|-------|------|
| Yaşanılan<br>Yer | Köy                 | 25  | 3,63      | 0,449 | 3,854 | ,010 |
|                  | İlçe                | 129 | 3,82      | 0,450 |       |      |
|                  | İl (Merkez İlçe)    | 135 | 3,65      | 0,426 |       |      |
|                  | Büyükşehir/Metropol | 109 | 3,73      | 0,426 |       |      |

Yapılan ANOVA analizi sonucunda F değerinin 3,854 ve p değerinin 0,010 olduğu belirlenmiştir. P değerinin  $p < 0,05$  olması nedeniyle Seferihisar'ı ziyaret eden turistlerin gönüllü sade yaşam tarzları ile yaşadıkları yer arasında anlamlı bir farklılığın olduğu belirlenmiştir. Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenebilmesi için Tukey ve Scheffe testleri yapılmıştır. Yapılan testler sonucunda il ve ilçede yaşayan turistlerin gönüllü sade yaşamlarının farklı olduğu bulgusu elde edilmiştir (Bkz. EK-1 Çizelge 2). Ortalama değerleri dikkate alınarak il ve ilçede yaşayan turistler arasında hangi grubun daha fazla gönüllü sade yaşam tarzına sahip olduğuna bakılmıştır. İlçede yaşayan turistlerin ortalama değerleri dikkate alındığında 3,82 ortalama ile ilde (merkez ilçede) yaşayan 3,65 turistlere nazaran gönüllü sade yaşam tarzına daha fazla sahip olduğu belirlenmiştir.

*“ Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, yaşadığı yere göre farklılık gösterir.” hipotezi kabul edilmiştir.*

*“ H2f: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, gelir durumuna göre farklılık gösterir.”* hipotezinin analiz edilmesinde tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Analizin ön koşul durumu sağlama durumu Çizelge 3.48’de gösterildiği gibidir.

Çizelge 3.48. H2f hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 3,881              | 4                     | 345                   | ,004       |

Çizelge 3.48’de yer alan Levene testi istatistikleri incelendiğinde, anlamlılığın 0,004 olduğu belirlenmiş ve varyansların homojen olmadığı sonucu elde edilmiştir ( $p < 0,05$ ). ANOVA analizinin ön koşulu sağlanamadığından analize alternatif testlerin kullanılmasıyla devam edilmiştir.

Çizelge 3.49. H2f hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe testi sonuçları

| Boyut       | Düzeyleyler        | N   | $\bar{X}$ | SS    | F              | p     |      |
|-------------|--------------------|-----|-----------|-------|----------------|-------|------|
| Aylık Gelir | 1603 TL ve altında | 63  | 3,66      | 0,514 | Welch          | 4,428 | ,003 |
|             | 1604 – 3000 TL     | 51  | 3,73      | 0,495 |                |       |      |
|             | 3001- 4500 TL      | 37  | 3,83      | 0,541 | Brown-Forsythe | 3,645 | ,007 |
|             | 4501 – 6000 TL     | 29  | 4,03      | 0,415 |                |       |      |
|             | 6001 TL ve üzeri   | 170 | 3,71      | 0,375 |                |       |      |

Yapılan Welch ve Brown-Forsythe analizler sonucunda sırasıyla F değerleri 4,427 ve 3,645, p değerleri ise 0,003 ve 0,007 olduğu belirlenmiştir. Her iki testin p değerlerinin 0,05’ten küçük bir değerde olması nedeniyle değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Belirlenen bu farklılık hangi gruplar arasında olduğu Tamhane’s T2 testi kullanılarak analiz edilmiştir. Yapılan test sonuçlarına göre 4501-6000 TL ile 1603 TL ve altında, 1604-3000 TL ve 6001 TL üzeri arasında anlamlı bir farklılık olduğu bulgusu elde edilmiştir (Bkz. EK-1 Çizelge 3). Farklılığın hangi gelir grubu arasında daha fazla olduğu incelendiğinde 4,03 ortalama değeri ile aylık 4501-6000 TL gelire sahip turistlerin gönüllü sade yaşam tarzlarının diğer gelir gruplarına göre daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

*“ Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, gelir durumuna göre farklılık gösterir.” hipotezi kabul edilmiştir.*

*“ H2g: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, mesleğe göre farklılık gösterir. “* hipotezinin test edilebilmesinde meslek gruplarının ikiden fazla bir sayıda olması nedeniyle tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Çizelge 3.50’de ANOVA analizinin ön koşulu olan Levene testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Çizelge 3.50. H2g hipotezine ilişkin Levene testi istatistiği

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 1,307              | 7                     | 390                   | ,245       |

Yapılan Levene testi sonucunda p değeri 0,245 olduğu belirlenmiş ve varyansların homojen dağılım gösterdiği bulgusuna ulaşılmıştır. ANOVA testi ön koşulu olan varyansların homojenliği sağlandığından ANOVA analizi gerçekleştirilmiştir.

Çizelge 3.51. H2g hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonucu

| Boyut  | Meslekler               | N  | $\bar{X}$ | SS    | F     | p    |
|--------|-------------------------|----|-----------|-------|-------|------|
| Meslek | Emekli                  | 82 | 3,70      | 0,386 | 2,570 | ,013 |
|        | Memur                   | 40 | 3,78      | 0,370 |       |      |
|        | Ev Hanımı               | 23 | 3,74      | 0,439 |       |      |
|        | İşçi                    | 81 | 3,71      | 0,444 |       |      |
|        | Öğrenci                 | 83 | 3,61      | 0,493 |       |      |
|        | Serbest Meslek          | 57 | 3,869     | 0,464 |       |      |
|        | Profesyonel-Özel Sektör | 30 | 3,861     | 0,366 |       |      |
|        | İşsiz                   | 2  | 3,23      | 0,336 |       |      |

Yapılan ANOVA analizi F değerinin 2,570 ve p değerinin 0,013 olduğu belirlenmiştir. P değerinin 0,05'ten küçük olması ile turistlerin gönüllü sade yaşam tarzları ile meslekleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu bulgusu elde edilmiştir. Elde edilen bu farklılığın hangi meslek grupları arasında olduğunun belirlenebilmesi için Tukey ve Scheffe testleri yapılmıştır. Tukey testi sonuçlarına göre serbest meslek sahibi turistler ile öğrenci olan turistler arasında anlamlı bir farklılık belirlenmiştir. Scheffe testi sonuçlarına göre de herhangi bir meslek grubu arasında bir farklılık belirlenmemiştir (Bkz. EK-1 Çizelge 4). Tukey testi sonuçları ile devam edildiğinde serbest meslek sahibi turistlerin (3,869) , öğrenci turistlere (3,61) göre daha fazla gönüllü sade yaşam tarzına sahip olduğu bulgusu elde edilmiştir.

*“ Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, mesleğe göre farklılık gösterir.” hipotezi kabul edilmiştir.*

“ *H2h: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, uyruklarına göre farklılık gösterir.*” hipotezini test etmek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Analizin ön şartı olan Levene testi yapılmış ve test sonuçlarına göre bir sonraki aşamaya geçilmiştir.

Çizelge 3.52. H2h hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 1,858              | 19                    | 378                   | ,016       |

Levene testi sonuçları incelendiğinde, testin anlamlılık değerinin 0,016 olduğu belirlenmiştir. Değerin 0,05'ten küçük bir değerde olması varyansların homojen olmadığı bulgusunu ortaya koymuştur. Varyansların homojen olmadığı belirlenmesi nedeniyle ANOVA analizine alternatif olan Welch ve Brown-Forsythe testleri yapılmıştır (Durmuş, vd.,2011). Çizelge 3.53'de Welch ve Brown-Forsythe testleri sonuçları paylaşılmıştır.

Çizelge 3.53. H2h hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe test sonuçları

| Boyut | Uyruk          | N   | $\bar{X}$ | SS    | F                           | p                             |
|-------|----------------|-----|-----------|-------|-----------------------------|-------------------------------|
| Uyruk | Türk           | 128 | 3,72      | 0,046 | Welch<br>Brown-<br>Forsythe | 1,425<br>,931<br>,146<br>,546 |
|       | İrlandalı      | 8   | 3,92      | 0,160 |                             |                               |
|       | Romanyalı      | 7   | 3,63      | 0,130 |                             |                               |
|       | Alman          | 57  | 3,72      | 0,053 |                             |                               |
|       | Hollandalı     | 22  | 3,79      | 0,092 |                             |                               |
|       | Yunan          | 20  | 3,81      | 0,058 |                             |                               |
|       | Ukraynalı      | 13  | 3,75      | 0,095 |                             |                               |
|       | Belçikalı      | 11  | 3,79      | 0,145 |                             |                               |
|       | İngiliz        | 12  | 3,67      | 0,111 |                             |                               |
|       | İspanyol       | 8   | 3,55      | 0,163 |                             |                               |
|       | Macaristanlı   | 11  | 3,55      | 0,099 |                             |                               |
|       | Bosna Hersekli | 4   | 3,53      | 0,059 |                             |                               |
|       | Danimarkalı    | 15  | 3,68      | 0,099 |                             |                               |
|       | Portekizli     | 7   | 3,79      | 0,086 |                             |                               |
|       | Amerikan       | 10  | 3,83      | 0,145 |                             |                               |
|       | Rus            | 17  | 3,87      | 0,110 |                             |                               |
|       | Bulgar         | 14  | 3,73      | 0,141 |                             |                               |
|       | İtalyan        | 6   | 3,67      | 0,460 |                             |                               |
|       | Gürcü          | 7   | 3,99      | 0,317 |                             |                               |
|       | Diğer          | 21  | 3,60      | 0,250 |                             |                               |

Yapılan Welch ve Brown-Forsythe testleri sonuçları incelendiğinde, Welch testi F değerinin 1,425 ve p değerinin 0,146; Brown-Forsythe testi F değerinin 0,931 ve p değerinin 0,546 olduğu belirlenmiştir. Her iki testin p değerinin 0,05'ten büyük olması turistlerin gönüllü sade yaşam tarzlarının uyruklarına göre farklılık göstermediği bulgusunu ortaya koymuştur.

*“ Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, uyruklarına göre farklılık gösterir.” hipotezi red edilmiştir.*

*“ H21: Gönüllü sade yaşam tarzı, yerel ve yabancı turistlere göre farklılık gösterir.”* hipotezinde yer alan yerli ve yabancı turistler; bir önceki hipotezde uyrukları bakımından gönüllü sade yaşam tarzı farklılıkları incelenmiştir. H21 hipotezinde ise araştırmaya katılan 398 turisti yerli ve yabancı turist şeklinde iki gruba ayrılmış ve aralarındaki farklılık incelenmiştir. Farklılığı tespit edebilmek için t-Testi kullanılmıştır.

Çizelge 3.54. H21 hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi | Anlamlılık |
|--------------------|---------------------|------------|
| 9,104              | 396                 | ,003       |

Çizelge 3.54'de yer alan Levene testi istatistikleri incelendiğinde, testin anlamlılık değerinin 0,003 olduğu belirlenmiş ve varyansların eşit olmadığı bulgusu elde edilmiştir. Bu nedenle t-Testi sonuç tablosunda ikinci satırda yer alan değerler dikkate alınmıştır.

Çizelge 3.55. H21 hipotezine ilişkin t-Testi sonuçları

| Boyut  | Durum          | N   | $\bar{X}$ | SS    | t      | p    |
|--------|----------------|-----|-----------|-------|--------|------|
| Turist | Yerli turist   | 128 | 3,72      | 0,527 | -0,291 | ,772 |
|        | Yabancı turist | 270 | 3,73      | 0,393 |        |      |

Yapılan t-Testi sonuçları incelendiğinde, t değerinin -0,291 ve p değerinin 0,772 olduğu belirlenmiştir. P değerinin 0,05'ten büyük bir değerde olması yerli ve yabancı turistlerin gönüllü sade yaşam tarzları arasında farklılık olmadığını göstermektedir.

“ Gönüllü sade yaşam tarzı, yerel ve yabancı turistlere göre farklılık gösterir.” hipotezi *red* edilmiştir.

### 3.6.6.1.3. H3: Turistlerin çevre duyarlılığı, demografik özelliklerine göre farklılık gösterir.

“ H3a: Turistlerin çevre duyarlılığı yaşına göre farklılık gösterir. ” hipotezinin test edilmesinde yaş değişkeninin beş gruptan oluşması nedeniyle tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Çizelge 3.56’da ANOVA analizinin ön koşulu olan Levene testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Çizelge 3.56. H3a hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 4,838              | 4                     | 393                   | ,001       |

Çizelge 3.56’da yer alan Levene testi sonuçlarına göre p değeri 0,001 olduğu belirlenmiş ve p değerinin 0,05’ten küçük bir değerde olması nedeniyle varyansların homojen olmadığı bulgusu elde edilmiştir. Varyansların homojen olmadığı durumlarda ANOVA analizine alternatif olan Welch ve Brown-Forsythe testleri ile analize devam edilmiştir.

Çizelge 3.57. H3a hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe test sonuçları

| Boyut | Düzeyler   | N   | $\bar{X}$ | SS    |                | F     | p    |
|-------|------------|-----|-----------|-------|----------------|-------|------|
| Yaş   | 18-25      | 108 | 3,98      | 0,750 | Welch          | 2,673 | ,033 |
|       | 26-35      | 73  | 4,12      | 0,616 |                |       |      |
|       | 36-45      | 66  | 4,21      | 0,584 | Brown-Forsythe | 2,914 | ,021 |
|       | 46-55      | 73  | 4,18      | 0,569 |                |       |      |
|       | 56 ve üstü | 78  | 4,25      | 0,395 |                |       |      |

Yapılan analizler sonucunda Welch ve Brown-Forsythe testleri F değerleri 2,673 ve 2,914, p değerleri ise 0,033 ve 0,021 olduğu belirlenmiştir. P değerlerinin 0,05’ten küçük bir değerde olması, Seferihisar kentini ziyaret eden turistlerin çevre duyarlılıklarının yaşlarına göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmasını sağlamıştır. Farklılığın hangi yaş gruplarında olduğunun belirlenebilmesi için Tamhane’s T2 testi uygulanmış (Durmuş, vd.,2011) ve test sonuçlarına göre 18-25 yaş aralığındaki turistler ile 56 yaş ve üzeri olan turistler arasında farklılığın olduğu belirlenmiştir (Bkz. EK-1. Çizelge 5). Grupların



ortalama değerleri incelendiğinde, 56 yaş ve üzeri olan turistlerin evre duyarlılığının 18-25 yaş aralığındaki turistlere göre daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

“*Turistlerin evre duyarlılığı, yaşına göre farklılık gösterir.*” hipotezi **kabul** edilmiştir.

“**H3b: Turistlerin evre duyarlılığı, cinsiyetine göre farklılık gösterir.**” şeklinde kurulan hipotezin analiz edilebilmesi için cinsiyet değişkeninin iki alt gruptan oluşması nedeniyle t-Testi kullanılmıştır. Çizelge 3.58’de t-Testi Levene sonuçlarına yer verilmiştir.

Çizelge 3.58. H3b hipotezine ilişkin Levene istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi | Anlamlılık |
|--------------------|---------------------|------------|
| 0,510              | 396                 | ,476       |

Levene testi sonuçlarına göre p değerinin 0,476 olduğunun belirlenmesi ile varyansların eşit olduğu bulgusu elde edilmiştir ( $p > 0,05$ ). Varyansların eşit olmaması nedeniyle t-Testi sonuç tablosunda ilk satırda yer alan değerler dikkate alınarak analiz sonuçlandırılmıştır. Çizelge 3.59’da H3b hipotezinin t-Testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Çizelge 3.59. H3b hipotezine ilişkin t-Testi sonuçları

| Boyut    | Cinsiyetler | N   | $\bar{X}$ | SS    | t      | p     |
|----------|-------------|-----|-----------|-------|--------|-------|
| Cinsiyet | Kadın       | 205 | 4,08      | 0,642 | -1,753 | ,080* |
|          | Erkek       | 193 | 4,19      | 0,576 |        |       |

\* $0,05 < p < 0,10$  (sınırlı anlamlılık düzeyi)

Çizelge 3.59 incelendiğinde, t değerinin -1,753 ve p değerinin 0,080 olduğu belirlenmiştir. Testin p değerinin  $0,05 < p < 0,10$  arasında bir değerde olması nedeniyle iki değişken arasında sınırlı bir anlamlılık olduğu sonucuna ulaşılmış (Kul,2014) ve Seferihisar kentini ziyaret eden turistlerin evre duyarlılığı ile cinsiyetleri arasında bir farklılığın olmadığı belirlenmiştir.

“*Turistlerin evre duyarlılığı, cinsiyetine göre farklılık gösterir.*” hipotezi **red** edilmiştir.

“**H3c: Turistlerin çevre duyarlılığı, medeni duruma göre farklılık gösterir.**” hipotezinin test edilmesinde medeni durum değişkeni iki alt gruptan oluştuğundan t-Testi kullanılmıştır. Çizelge 3.60’da t-Testinin Levene sonuçlarına yer verilmiştir.

Çizelge 3.60. H3c hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi | Anlamlılık |
|--------------------|---------------------|------------|
| 5,476              | 396                 | ,020       |

Levene testi sonucunda varyansların eşit olmadığı belirlenmiştir ( $p < 0,05$ ). Varyansların eşit olmadığı durumda t-Testi sonuç tablosunda ikinci satırda yer alan değerler dikkate alınarak analiz sonuçlandırılmıştır. Çizelge 3.61’de t-Testi ikinci satırda yer alan sonuçlar paylaşılmıştır.

Çizelge 3.61. H3c hipotezine ilişkin t-Testi sonucu

| Boyut        | Durum | N   | $\bar{X}$ | SS    | t     | p    |
|--------------|-------|-----|-----------|-------|-------|------|
| Medeni Durum | Evli  | 157 | 4,23      | 0,530 | 2,609 | ,009 |
|              | Bekâr | 241 | 4,07      | 0,655 |       |      |

Yapılan analiz sonucunda H3c hipotezinin t değeri 2,609 ve p değeri 0,009 olduğu belirlenmiştir. P değerinin 0,05’ten küçük bir değerde olması ile turistlerin çevre duyarlılıklarının medeni durumlarına göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Hangi grubun daha fazla çevre duyarlılığına sahip olduğunun belirlenebilmesi için ortalama değerleri incelenmiş ve evli turistlerin 4,23 ortalama değerine, bekâr turistlerin ise 4,07 ortalama değerine sahip olduğu belirlenmiştir. Evli turistlerin ortalama değerlerinin daha yüksek olması ile bekâr turistlere göre daha fazla çevre duyarlılığına sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

“*Turistlerin çevre duyarlılığı, medeni duruma göre farklılık gösterir.*” hipotezi **kabul edilmiştir.**

“**H3d: Turistlerin çevre duyarlılığı, eğitim durumlarına göre farklılık gösterir.**” hipotezinin analiz edilmesinde tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Çizelge 3.62’de ANOVA analizinin ön koşulu olan Levene testi istatistikleri paylaşılmıştır.

Çizelge 3.62. H3d hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 2,181              | 5                     | 392                   | ,056       |

Çizelge 3.62’de yer alan istatistikler incelendiğinde, p değerinin 0,05’ten büyük bir değerde olması ile grupların varyansının homojen olduğu belirlenmiştir. ANOVA analizinin ön koşulunun sağlanması ile bir sonraki aşamaya geçilmiş ve Çizelge 3.65’de ANOVA sonuçları paylaşılmıştır.

Çizelge 3.63. H3d hipotezine ilişkin ANOVA sonucu

| Boyut  | Eğitim Düzeyleri | N   | $\bar{X}$ | SS    | F     | p    |
|--------|------------------|-----|-----------|-------|-------|------|
| Eğitim | Eğitim görmemiş  | 9   | 4,22      | 0,479 | 1,598 | ,160 |
|        | İlköğretim       | 40  | 4,10      | 0,521 |       |      |
|        | Lise             | 113 | 4,06      | 0,639 |       |      |
|        | Ön Lisans        | 27  | 3,96      | 0,808 |       |      |
|        | Lisans           | 114 | 4,13      | 0,682 |       |      |
|        | Lisansüstü       | 95  | 4,25      | 0,442 |       |      |

Yapılan ANOVA analizi sonuçlarının yer verildiği Çizelge 3.63 incelendiğinde, F değerinin 1,598 ve p değerinin 0,160 olduğu belirlenmiştir. P değerinin 0,05’ten büyük bir değerde olması nedeniyle turistlerin çevre duyarlılıkları ile eğitim durumları arasında bir farklılık olmadığı bulgusu elde edilmiştir.

“ *Turistlerin çevre duyarlılığı, eğitim durumlarına göre farklılık gösterir.* ” hipotezi **red** edilmiştir.

“ **H3e: Turistlerin çevre duyarlılığı, yaşadığı yere göre farklılık gösterir.** ” şeklinde kurulan hipotezin test edilmesinde tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Analize geçilmeden önce ANOVA analizinin ön şartının sağlanıp sağlanmadığı durumuna bakılmıştır.

Çizelge 3.64. H3e hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 1,887              | 3                     | 394                   | ,920       |

Yapılan Levene testi istatistiklerine göre p değeri 0,05'ten büyük bir değerde olduğunun tespit edilmesiyle hipotezimizin varyanslarının homojen olduğu belirlenmiştir. ANOVA analizinin ön koşulu olan varyansların homojenliği kabul edildiğinden bir sonraki aşamaya geçilerek ANOVA analizi gerçekleştirilmiştir. Çizelge 3.65'de ANOVA sonuçları paylaşılmıştır.

Çizelge 3.65. H3e hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonuçları

| Boyut            | Yerler              | N   | $\bar{X}$ | SS    | F    | p    |
|------------------|---------------------|-----|-----------|-------|------|------|
| Yaşanılan<br>Yer | Köy                 | 25  | 3,96      | 0,549 | ,943 | ,420 |
|                  | İlçe                | 129 | 4,12      | 0,598 |      |      |
|                  | İl (Merkez İlçe)    | 135 | 4,14      | 0,635 |      |      |
|                  | Büyükşehir/Metropol | 109 | 4,18      | 0,615 |      |      |

Yapılan ANOVA analizi sonuçlarının yer verildiği Çizelge 3.65 incelendiğinde, F değerinin 0,943 ve p değerinin 0,420 olduğu belirlenmiştir. Analizin p değerinin 0,05'ten büyük bir değerde olması varyansların farklılık göstermediği sonucunu ortaya koymaktadır. Dolayısı ile Seferihisar'ı ziyaret eden turistlerin çevre duyarlılıklarının yaşadıkları yere göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

*Araştırmamızın “ Turistlerin çevre duyarlılığı, yaşadığı yere göre farklılık gösterir.” hipotezi red edilmiştir.*

**“ H3f: Turistlerin çevre duyarlılığı, gelir durumuna göre farklılık gösterir. ”** hipotezinin test edilmesinde tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Analizin ön koşulunun sağlanıp sağlanmadığının belirlenebilmesi için öncelikle Levene testi sonuçları incelenmiştir. Çizelge 3.66'da Levene testi istatistikleri paylaşılmıştır.

Çizelge 3.66. H3f hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 1,887              | 4                     | 345                   | ,112       |

Yapılan Levene testi sonuçlarına göre p değeri 0,112 olduğu belirlenmiştir. Değerin 0,05'ten büyük olması ile varyansların homojen olduğu ve ANOVA analizinin ön koşulunun sağlanmış olduğu bulgusu belirlenmiş ve analizin bir sonraki aşamasına geçilmiştir.

Çizelge 3.67. H3f hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonucu

| Boyut       | Düzeyleyler        | N   | $\bar{X}$ | SS    | F     | p    |
|-------------|--------------------|-----|-----------|-------|-------|------|
| Aylık Gelir | 1603 TL ve altında | 63  | 4,02      | 0,730 | 1,030 | ,392 |
|             | 1604 – 3000 TL     | 51  | 4,10      | 0,689 |       |      |
|             | 3001- 4500 TL      | 37  | 4,20      | 0,679 |       |      |
|             | 4501 – 6000 TL     | 29  | 4,08      | 0,679 |       |      |
|             | 6001 TL ve üzeri   | 170 | 4,19      | 0,542 |       |      |

Analiz sonuçları incelendiğinde, F değerinin 1,030 ve p değerinin 0,392 olduğu belirlenmiştir. P değerinin 0,05'ten büyük bir değerde olması nedeniyle turistlerin çevre duyarlılıklarının aylık gelirlerine göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

*“ Turistlerin çevre duyarlılığı, gelir durumuna göre farklılık gösterir.” hipotezi red edilmiştir.*

*“ H3g: Turistlerin çevre duyarlılığı, mesleğine göre farklılık gösterir. ”* şeklinde kurulan hipotezin analiz edilmesin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Analizin ön koşulunun sağlanıp sağlanmadığı Levene testi ile kontrol edilmiştir.

Çizelge 3.68. H3g hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 2,506              | 7                     | 390                   | ,016       |

Çizelge 3.68'de yer alan Levene testi istatistikleri incelendiğinde, p değerinin 0,016 olduğu belirlenmiş ve değer 0,05'ten büyük bir değerde olması nedeniyle varyansların homojen olmadığı sonucu elde edilmiştir. Varyansların homojen olmadığı durumlarda ANOVA analizi alternatifleri olan Welch ve Brown-Forsythe testleri kullanılmaktadır (Durmuş, vd.,2016). Analizin devamında Welch ve Brown-Forsythe testleri kullanılarak hipotez analiz edilmiştir.

Çizelge 3.69. H3g hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe testi sonuçları

| Boyut  | Meslekler                | N  | $\bar{X}$ | SS    |                | F     | p    |
|--------|--------------------------|----|-----------|-------|----------------|-------|------|
| Meslek | Emekli                   | 82 | 4,24      | 0,523 | Welch          | 1,876 | ,131 |
|        | Memur                    | 40 | 4,07      | 0,642 |                |       |      |
|        | Ev Hanımı                | 23 | 4,12      | 0,590 |                |       |      |
|        | İşçi                     | 81 | 4,19      | 0,545 |                |       |      |
|        | Öğrenci                  | 83 | 3,93      | 0,771 |                |       |      |
|        | Serbest Meslek           | 57 | 4,20      | 0,543 | Brown-Forsythe | 2,784 | ,021 |
|        | Profesyonel- Özel Sektör | 30 | 4,29      | 0,463 |                |       |      |
|        | İşsiz                    | 2  | 3,45      | 0,639 |                |       |      |

Çizelge 3.69’da yer alan Welch ve Brown-Forsythe testi sonuçları incelendiğinde, sırasıyla F değerlerinin 1,876 ve 2,784 ve p değerlerinin 0,131 ve 0,021 olduğu belirlenmiştir. P değerleri incelendiğinde Welch testi p değerinin 0,05’ten büyük bir değer olduğu, Brown-Forsythe testine göre p değerinin 0,05’ten küçük bir değer olduğu belirlenmiştir. Durmuş, Yurtkoru ve Çinko’ya (2016) göre ANOVA analizine alternatif olan iki test arasında Welch testinin daha güçlü olduğunu ve daha sık kullanıldığını belirtmişlerdir (Durmuş vd.,2011). Bu nedenle H3g hipotezinde yapılan Welch ve Brown-Forsythe testlerinin Welch testi p değeri dikkate alınarak, turistlerin çevre duyarlılıklarının mesleklere göre farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir.

“*Turistlerin çevre duyarlılığı, mesleğine göre farklılık gösterir.*” hipotezi **red** edilmiştir.

“*H3h: Turistlerin çevre duyarlılığı, uyruklarına göre farklılık gösterir.*” hipotezinin test edilmesinde tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Öncelikle analizin ön koşulu olan Levene testi yapılmış ve ön koşulunun sağlanıp sağlanmadığı incelenmiştir. Levene testi sonuçları Çizelge 3.70’de paylaşılmıştır.

Çizelge 3.70. H3h hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 1,241              | 19                    | 378                   | ,221       |

Levene testi sonucunda anlamlılık değerinin 0,221 olduğunun belirlenmesi varyansların homojen olduğunu ortaya koymuştur ( $p>0,05$ ). Bir sonraki adımda ANOVA analizi gerçekleştirilmiştir.

Çizelge 3.71. H3h hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonucu

| Boyut | Uyruk          | N    | $\bar{X}$ | SS    | F    | p    |
|-------|----------------|------|-----------|-------|------|------|
| Uyruk | Türk           | 128  | 4,13      | 0,733 | ,212 | ,968 |
|       | İrlandalı      | 8    | 4,20      | 0,792 |      |      |
|       | Romanyalı      | 7    | 4,14      | 0,499 |      |      |
|       | Alman          | 57   | 4,17      | 0,497 |      |      |
|       | Hollandalı     | 22   | 4,06      | 0,423 |      |      |
|       | Yunan          | 20   | 4,02      | 0,444 |      |      |
|       | Ukraynalı      | 13   | 4,14      | 0,799 |      |      |
|       | Belçikalı      | 11   | 4,04      | 0,427 |      |      |
|       | İngiliz        | 12   | 4,13      | 0,691 |      |      |
|       | İspanyol       | 8    | 4,16      | 0,667 |      |      |
|       | Macaristanlı   | 11   | 4,12      | 0,355 |      |      |
|       | Bosna Hersekli | 4    | 4,10      | 0,294 |      |      |
|       | Danimarkalı    | 15   | 4,20      | 0,634 |      |      |
|       | Portekizli     | 7    | 4,37      | 0,256 |      |      |
|       | Amerikan       | 10   | 4,20      | 0,727 |      |      |
|       | Rus            | 17   | 4,25      | 0,567 |      |      |
|       | Bulgar         | 14   | 4,05      | 0,722 |      |      |
|       | İtalyan        | 6    | 4,08      | 0,752 |      |      |
| Gürcü | 7              | 4,22 | 0,407     |       |      |      |
| Diğer | 21             | 4,07 | 0,553     |       |      |      |

Yapılan ANOVA analizi sonuçlarına göre F değerinin 0,212 ve p değerinin 0,968 olduğu belirlenmiştir. P değerinin 0,05'ten büyük bir değerde olması turistlerin çevre duyarlılıklarının, uyruklarına göre farklılık göstermediği bulgusunu ortaya koymuştur.

*H3h: Turistlerin çevre duyarlılığı, uyruklarına göre farklılık gösterir, hipotezi red edilmiştir.*

**“H3i: Çevre duyarlılığı, yerli ve yabancı turistlere göre farklılık gösterir.”** hipotezi bir önceki hipotezde uyruklarına göre gruplandırılan turistleri, yerli ve yabancı turistler şeklinde iki gruba ayırarak çevre duyarlılıkları arasındaki farklılık incelenmiştir. İki grup bulunmasından dolayı hipotezin test edilmesinde t-Testi kullanılmıştır. Varyansların eşit olup olmadığı Levene testi kullanılarak belirlenmiştir.

Çizelge 3.72. H31 hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi | Anlamlılık |
|--------------------|---------------------|------------|
| 5,498              | 396                 | ,020       |

Levene testi sonuçlarının yer verildiği Çizelge 3.72 incelendiğinde, testin anlamlılık değerinin 0,020 olduğu ve değer 0,05'ten küçük bir değerde olması nedeniyle varyansların eşit olmadığı bulgusu elde edilmiştir. Bu nedenle t-Testi sonuç tablosunun ikinci satırında yer alan değerler dikkate alınmıştır (Durmuş vd.,2011:123). Çizelge 3.73'de t-Testi sonuçları paylaşılmıştır.

Çizelge 3.73. H31 hipotezine ilişkin t-Testi sonucu

| Boyut  | Durum          | N   | $\bar{X}$ | SS    | t      | p    |
|--------|----------------|-----|-----------|-------|--------|------|
| Turist | Yerli turist   | 128 | 4,13      | 0,733 | -0,050 | ,961 |
|        | Yabancı turist | 270 | 4,14      | 0,548 |        |      |

Yapılan t-Testi sonuçlarının yer verildiği Çizelge 3.73 incelendiğinde, t değerinin -0,050 ve p değerinin 0,961 olduğu belirlenmiştir. P değerinin 0,05'ten büyük olması nedeniyle Seferihisar'ı ziyaret eden yerel ve yabancı turistlerin çevre duyarlılıkları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır.

*Araştırmanın "Çevre duyarlılığı, yerli ve yabancı turistlere göre farklılık gösterir." hipotezi red edilmiştir.*

### 3.6.6.2. Seyahat özelliklerine ilişkin hipotezler

#### 3.6.6.2.1. H4: Gönüllü sade yaşam tarzı, seyahat özelliklerine göre farklılık gösterir.

*"H4a: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, Seferihisar'ı kaç kez ziyaret ettiklerine göre farklılık gösterir."* hipotezinin test edilmesinde kavramın dört ifadeden oluşması nedeniyle tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Analizin ön koşulu olan Levene testi yapılmış ve elde edilen değerlere göre bir sonraki aşamaya geçilmiştir.



Çizelge 3.74. H4a hipotezine ilişkin Levene istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 4,474              | 3                     | 394                   | ,004       |

Çizelge 3.74’de yer alan Levene testi istatistikleri incelendiğinde, p değerinin 0,004 olduğu belirlenmiştir. Değerin 0,05’ten küçük bir değerde olması ile ANOVA analizinin ön koşulunun sağlanmadığından alternatif olan Welch ve Brown-Forsythe testleri yapılmıştır.

Çizelge 3.75. H4a hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe analizi sonucu

| Boyut           | Durumlar  | N   | $\bar{X}$ | SS    | F              | p     |      |
|-----------------|-----------|-----|-----------|-------|----------------|-------|------|
| Ziyaret Sıklığı | 1 kez     | 158 | 3,72      | 0,477 | Welch          | 1,092 | ,354 |
|                 | 2 kez     | 87  | 3,79      | 0,359 |                |       |      |
|                 | 3 kez     | 43  | 3,70      | 0,338 | Brown-Forsythe | ,935  | ,424 |
|                 | 4 ve üstü | 110 | 3,70      | 0,476 |                |       |      |

Yapılan Welch ve Brown-Forsythe testi sonuçlarına göre, F değerlerinin 1,092 ve 0,935 olduğu; p değerlerinin 0,354 ve 0,424 olduğu belirlenmiştir. Her iki testin p değerinin 0,05’ten büyük olması turistlerin gönüllü sade yaşam tarzının, Seferihisar’ı kaç kez ziyaret ettiklerine göre farklılık göstermediği bulgusu elde edilmiştir.

*“ Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, Seferihisar’ı kaç kez ziyaret ettiklerine göre farklılık gösterir.” hipotezi red edilmiştir.*

***“H4b: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, Seferihisar’da kalma sürelerine göre farklılık gösterir.”*** hipotezinin test edilmesinde tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Çizelge 3.76’da ANOVA analizinin ön koşulu olan Levene testi sonuçları paylaşılmıştır.

Çizelge 3.76. H4b hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| ,198               | 2                     | 395                   | ,820       |

Yapılan Levene testi sonuçlarına göre p değeri 0,820 olduğu belirlenmiş ve değer 0,05'ten büyük bir değerde olması nedeniyle varyansların homojen olduğu bulgusu elde edilmiştir. Varyansların homojenliğinin sağlanması ile bir sonraki aşamaya geçilerek ANOVA analizi gerçekleştirilmiştir.

Çizelge 3.77. H4b hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonucu

| Boyut        | Durumlar            | N   | $\bar{X}$ | SS    | F    | p    |
|--------------|---------------------|-----|-----------|-------|------|------|
| Kalma Süresi | 1-3 gün             | 210 | 3,71      | 0,442 | ,288 | ,750 |
|              | 4-6 gün             | 58  | 3,75      | 0,483 |      |      |
|              | 7 gün ve daha fazla | 130 | 3,75      | 0,418 |      |      |

Çizelge 3.77'de yer alan ANOVA analizi sonuçları incelendiğinde, F değerinin 0,288 ve p değerinin 0,750 olduğu belirlenmiştir. P değerinin 0,05'ten büyük bir değerde olması, değişkenler arasında bir farklılık olmadığını dolayısı ile turistlerin gönüllü sade yaşam tarzları ile Seferihisar'da kalma süreleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı sonucunu ortaya koymuştur.

“*Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, Seferihisar'da kalma sürelerine göre farklılık gösterir.*” hipotezi **red** edilmiştir.

“**H4c: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, Seferihisar'ı ziyaret etme amaçlarına göre farklılık gösterir.**” hipotezinin test edilmesinde, değişken ikiden fazla alt gruptan oluştuğunda tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Analizin ön koşulu olan Levene testi sonuçları incelenmiş ve ön koşulunun sağlanıp sağlanmama durumuna göre bir sonraki aşamaya geçilmiştir.

Çizelge 3.78. H4c hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| ,614               | 5                     | 392                   | ,690       |

Yapılan Levene testi sonuçlarının yer verildiği Çizelge 3.78 incelendiğinde p değerinin 0,690 olduğu belirlenmiş ve değer 0,05'ten büyük olması nedeniyle varyansların

homojen olduğu bulgusu elde edilmiştir. Varyansların homojenliğinin belirlenmesiyle ANOVA analizinin ön koşulu sağlanmış ve analiz gerçekleştirilmiştir.

Çizelge 3.79. H4c hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonucu

| Boyut         | Amaçlar                                  | N   | $\bar{X}$ | SS    | F     | p    |
|---------------|--|-----|-----------|-------|-------|------|
| Seyahat Amacı | Yeni/farklı yerler görmek                | 72  | 3,80      | 0,442 | 4,109 | ,001 |
|               | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak | 27  | 3,95      | 0,439 |       |      |
|               | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak         | 168 | 3,74      | 0,439 |       |      |
|               | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek         | 113 | 3,61      | 0,423 |       |      |
|               | İş                                       | 15  | 3,71      | 0,354 |       |      |
|               | Eğitim                                   | 3   | 4,11      | 0,334 |       |      |

Çizelge 3.79’da yer alan ANOVA analizi sonuçları incelendiğinde, F değerinin 4,109 ve p değerinin 0,001 olduğu belirlenmiştir. Test sonucunda elde edilen anlamlılık değerinin 0,05’ten küçük bir değerde olması nedeniyle turistlerin gönüllü sade yaşam tarzları ile Seferihisar’ı ziyaret etme amaçları arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Belirlenen bu farklılığın hangi ziyaret amaçları arasında olduğunun belirlenebilmesi için Tukey ve Scheffe testleri yapılmıştır. Yapılan Tukey testi sonuçlarına göre, turistlerin gönüllü sade yaşam tarzları ile eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek, yeni ve farklı yerler görmek ve farklı kültür/yaşam biçimleri tanımak amaçları arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Scheffe testi sonuçlarına göre ise turistlerin gönüllü sade yaşam tarzları ile farklı kültür/yaşam biçimleri tanımak ve eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek amacıyla gelen turistler arasında anlamlı bir farklılık olduğu bulgusu elde edilmiştir (Bkz. EK-1. Çizelge 6). Farklılığın belirlendiği amaçların ortalama değerleri incelendiğinde, farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak 3,95, yeni/farklı yerler görmek 3,80 ve eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek 3,61 ortalama değerlerine sahip olduğu belirlenmiştir. Söz konusu değerler arasında farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak amacının diğer amaçlara göre daha fazla ortalamaya sahip olması nedeniyle Seferihisar’ı farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak amacıyla ziyaret eden turistlerin gönüllü sade yaşam tarzına daha fazla sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgulara istinaden, Seferihisar'ı eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek, yeni ve farklı yerler görmek ve farklı kültür/yaşam biçimleri tanımak amacıyla ziyaret eden turistlerin gönüllü sade yaşam tarzına sahip olduğunun belirlenmesi önemli bir gelişmedir. Çünkü gönüllü sade yaşam tarzına sahip bireylerin yaşam tarzlarının özellikleri itibariyle Seferihisar Yavaş Şehrinde kendi yaşamlarına ait karşılık bulabilecekleri bir takım kültürel, sosyal ve eğlence içeren özellikler olduğu düşüncesidir. Bu düşünceden hareketle kendilerini Seferihisar'ı ziyaret etmeye yönelik motive edebilecekleri etkenler bulunduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Literatürde Seferihisar'ı ziyaret eden gönüllü sade yaşam tarzına sahip turistler ile gerçekleştirilmiş bir çalışmaya rastlanmadığından elde edilen bu sonuçların literatüre önemli bilgi kaynağı olduğu düşünülmektedir.

*“ Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, Seferihisar'ı ziyaret etme amaçlarına göre farklılık gösterir.” hipotezi kabul edilmiştir.*

**“H4d: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, Seferihisar'ı nereden duyduklarına göre farklılık gösterir.”** şeklinde kurulan hipotezin test edilebilmesi için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Analizin ön koşulunun sağlanıp sağlanmadığı Levene testi sonuçlarına göre karar verilmiştir.

Çizelge 3.80. H4d hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik<br>Derecesi 1 | Serbestlik<br>Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|--------------------------|--------------------------|------------|
| 1,375              | 9                        | 388                      | ,197       |

Test sonuçlarının yer verildiği Çizelge 3.80 incelendiğinde, p değerinin 0,197 olduğu belirlenmiş ve varyansların homojen olduğu bulgusuna ulaşılmıştır ( $p>0,05$ ). Varyansların homojenliğinin belirlenmesi ile bir sonraki adıma geçilerek ANOVA analizi yapılmıştır. Çizelge 3.81'de hipoteze ilişkin ANOVA analizi sonuçları paylaşılmıştır.

Çizelge 3.81. H4d hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonuçları

| Boyut              | Araçlar                     | N   | $\bar{X}$ | SS    | F     | p    |
|--------------------|-----------------------------|-----|-----------|-------|-------|------|
| Nereden<br>Duyduğu | Aile                        | 65  | 3,65      | 0,412 | 1,195 | ,296 |
|                    | Arkadaşlar                  | 103 | 3,70      | 0,480 |       |      |
|                    | İş Arkadaşları              | 12  | 3,80      | 0,351 |       |      |
|                    | TV Haber/Sohbet Programları | 11  | 3,86      | 0,475 |       |      |
|                    | Filmler                     | 9   | 3,84      | 0,463 |       |      |
|                    | Belgeseller                 | 6   | 3,74      | 0,516 |       |      |
|                    | Gazete ve Dergiler          | 16  | 3,68      | 0,358 |       |      |
|                    | Seyahat Acenteleri          | 66  | 3,81      | 0,356 |       |      |
|                    | İnternet                    | 99  | 3,63      | 0,440 |       |      |
|                    | Yerel basın ve medya aracı  | 11  | 3,43      | 0,674 |       |      |

Yapılan ANOVA analizinin sonuçlarına göre, F değerinin 1,195 ve p değerinin ise 0,296 olduğu belirlenmiştir. P değerinin 0,05'ten büyük olması turistlerin gönüllü sade yaşam tarzının, Seferihisar'ı nereden duyduklarına göre farklılık göstermediğini ortaya koymuştur.

*“ Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, Seferihisar'ı nereden duyduklarına göre farklılık gösterir.” hipotezi red edilmiştir.*

### 3.6.6.2.2. H5: Turistlerin çevre duyarlılığı, seyahat özelliklerine göre farklılık gösterir.

*“H5a: Turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar ziyaretlerini kiminle gerçekleştirdiklerine göre farklılık gösterir.”* şeklinde oluşturulan alt hipotezin test edilmesinde tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Analize geçilmeden önce ön koşulunun sağlanıp sağlanmadığına bakılmıştır.

Çizelge 3.82. H5a hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| ,715               | 3                     | 394                   | ,543       |

Levene test sonuçlarına yer verilen Çizelge 3.82 incelendiğinde, p değerinin 0,543 olduğu belirlenmiş ( $p > 0,05$ ) ve varyansların homojen olduğu bulgusu elde edilmiştir. Varyansların homojenliğinin belirlenmesi ile ANOVA analizi aşamasına geçilmiştir.

Çizelge 3.83. H5a hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonucu

| Boyut                                | Durumlar            | N   | $\bar{X}$ | SS    | F     | p    |
|--------------------------------------|---------------------|-----|-----------|-------|-------|------|
| Seyahatin Kiminle Gerçekleştirildiği | Yalnız              | 38  | 4,07      | 0,580 | 1,642 | ,179 |
|                                      | Arkadaşlarımla      | 133 | 4,05      | 0,633 |       |      |
|                                      | Ailemle             | 193 | 4,20      | 0,568 |       |      |
|                                      | Erkek/Kız arkadaşım | 34  | 4,18      | 0,775 |       |      |

Yapılan ANOVA analizi sonuçları incelendiğinde, F değerinin 1,642 ve p değerinin 0,179 olduğu belirlenmiştir. P değerinin 0,05'ten büyük bir değerde olması nedeniyle turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar ziyaretini kiminle gerçekleştirdiğine göre farklılık göstermediği belirlenmiştir.

*“ Turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar ziyaretlerini kiminle gerçekleştirdiklerine göre farklılık gösterir.” hipotezi red edilmiştir.*

**“H5b: Turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar’ı kaç kez ziyaret ettiklerine göre farklılık gösterir.”** şeklinde kurulan hipotezin analiz edilmesinde kavramın ikiden fazla gruptan oluşması nedeniyle tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Analizin ön koşulunun sağlanıp sağlanmama durumu Levene testi sonuçlarına bakılarak karar verilmiş ve bir sonraki aşamaya geçilmiştir.

Çizelge 3.84. H5b hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 2,023              | 3                     | 394                   | ,110       |

Levene testi sonuçlarının yer verildiği Çizelge 3.84 incelendiğinde, p değerinin 0,110 olduğu belirlenmiş ve varyansların eşit olduğu bulgusuna ulaşılmıştır ( $p>0,05$ ). Varyansların homojenliğinin belirlenmesi ile ANOVA analizinin ön şartı sağlanmış ve analiz gerçekleştirilmiştir.

Çizelge 3.85. H5b hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonucu

| Boyut           | Durumlar  | N   | $\bar{X}$ | SS    | F     | p    |
|-----------------|-----------|-----|-----------|-------|-------|------|
| Ziyaret Sıklığı | 1 kez     | 158 | 4,09      | 0,639 | 1,854 | ,137 |
|                 | 2 kez     | 87  | 4,21      | 0,499 |       |      |
|                 | 3 kez     | 43  | 3,66      | 0,465 |       |      |
|                 | 4 ve üstü | 110 | 4,28      | 0,693 |       |      |

Analiz sonuçlarının yer verildiği Çizelge 3.85 incelendiğinde, F değerinin 1,854 ve p değerinin 0,137 olduğu belirlenmiştir. P değerinin 0,05'ten büyük olması nedeniyle turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar'ı kaç kez ziyaret ettiklerine göre farklılık göstermediği bulgusu belirlenmiştir.

*Araştırmamızın " Turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar'ı kaç kez ziyaret ettiklerine göre farklılık gösterir." hipotezi red edilmiştir.*

**"H5c: Turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar'da kalma sürelerine göre farklılık gösterir."** hipotezinin test edilmesinde tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmış ve Çizelge 3.86'da Levene testi istatistikleri paylaşılmıştır.

Çizelge 3.86. H5c hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| ,879               | 2                     | 395                   | ,416       |

Levene testi istatistikleri incelendiğinde, testinin anlamlılık değerinin 0,416 olduğu belirlenmiş ve değer 0,05'ten büyük bir değerde olması nedeniyle varyansların homojen olduğu görülmüştür. Varyansların homojenliğinin belirlenmesi ile ANOVA analizinin ön koşulu sağlanmış ve ANOVA analizi gerçekleştirilmiştir.

Çizelge 3.87. H5c hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonucu

| Boyut        | Durumlar            | N   | $\bar{X}$ | SS    | F    | p    |
|--------------|---------------------|-----|-----------|-------|------|------|
| Kalma Süresi | 1-3 gün             | 210 | 4,10      | 0,641 | ,949 | ,388 |
|              | 4-6 gün             | 58  | 4,14      | 0,599 |      |      |
|              | 7 gün ve daha fazla | 130 | 4,19      | 0,570 |      |      |

Yapılan ANOVA analizi sonucunun yer verildiği Çizelge 3.87. incelendiğinde, F değerinin 0,949 ve p değerinin 0,388 olduğu belirlenmiştir. Analizin anlamlılığının (p) 0,05'ten büyük bir değerde olduğunun belirlenmesi ile turistlerin çevre duyarlılığının, Seferihisar'da kalma sürelerine göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

“*Turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar'da kalma sürelerine göre farklılık gösterir.*” hipotezi **red** edilmiştir.

“**H5d: Turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar'ı ziyaret etme amaçlarına göre farklılık gösterir.**” hipotezinin analiz edilmesinde ziyaret etme amacı değişkeninin ikiden fazla gruptan oluşması nedeniyle tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Öncelikle analizin ön koşulu olan Levene analizi gerçekleştirilmiştir.

Çizelge 3.88. H5d hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik<br>Derecesi 1 | Serbestlik<br>Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|--------------------------|--------------------------|------------|
| ,428               | 5                        | 392                      | ,829       |

Çizelge 3.88'de yer alan Levene testi istatistikleri incelendiğinde, testin anlamlılık değerinin 0,829 olduğu belirlenmiş ve varyansların homojen olduğu bulgusu elde edilmiştir ( $p > 0,05$ ). Varyansların homojenliğinin sağlanması ile ANOVA analizinin ön koşulu sağlanmış ve analiz gerçekleştirilmiştir.

Çizelge 3.89. H5d hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonucu

| Boyut         | Amaçlar                                  | N   | $\bar{X}$ | SS    | F    | p    |
|---------------|--|-----|-----------|-------|------|------|
| Seyahat Amacı | Yeni/farklı yerler görmek                | 72  | 4,17      | 0,666 | ,546 | ,746 |
|               | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak | 27  | 4,22      | 0,612 |      |      |
|               | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak         | 168 | 4,13      | 0,565 |      |      |
|               | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek         | 113 | 4,08      | 0,657 |      |      |
|               | İş                                       | 15  | 4,17      | 0,568 |      |      |
|               | Eğitim                                   | 3   | 4,50      | 0,529 |      |      |



Yapılan ANOVA analizi sonuçlarına göre F değeri 0,546 ve p değeri 0,746 olduğu belirlenmiştir. Analizin anlamlılığının 0,05'ten büyük bir değer olduğunun belirlenmesi, araştırmanın H5d hipotezinin red edildiği bulgusunu ortaya koyuştur. Analiz sonuçlarına göre turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar'ı ziyaret etme amaçlarına göre farklılık göstermemektedir.

“*Turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar'ı ziyaret etme amaçlarına göre farklılık gösterir.*” hipotezi **red** edilmiştir.

“**H5e: Turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar'ı nereden duyduklarına göre farklılık gösterir.**” şeklinde kurulan hipotezin analizinde ANOVA analizi kullanılmıştır. Öncelikle Levene testi istatistikleri sonuçları incelenmiştir.

Çizelge 3.90. H5e hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 2,523              | 9                     | 388                   | ,008       |

Levene testi sonuçlarının yer verildiği Çizelge 3.90'da testin anlamlılık değerinin 0,008 olduğu belirlenmiştir. Anlamlılığın 0,05'ten küçük bir değerde olması nedeniyle varyansların homojen olmadığı belirlenmiştir. Varyansların homojen olmadığı durumlarda ANOVA analizi gerçekleştirilemeyeceğinden ANOVA analizine alternatif olan Welch ve Brown-Forsythe testleri yapılmıştır (Durmuş, vd.,2011).

Çizelge 3.91. H5e hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe testleri sonuçları

| Boyut                      | Araçlar                  | N    | $\bar{X}$ | SS   | F              | p     |
|----------------------------|--------------------------|------|-----------|------|----------------|-------|
| Nereden Duyulduğu          | Aile                     | 65   | 4,22      | ,068 | Welch          | 1,236 |
|                            | Arkadaşlar               | 103  | 4,10      | ,067 |                |       |
|                            | İş Arkadaşları           | 12   | 4,30      | ,118 | Brown-Forsythe | 1,137 |
|                            | TV                       |      |           |      |                |       |
|                            | Haber/Sohbet Programları | 11   | 4,17      | ,142 |                |       |
|                            | Filmler                  | 9    | 4,00      | ,230 |                |       |
|                            | Belgeseller              | 6    | 3,63      | ,223 |                |       |
|                            | Gazete ve Dergiler       | 16   | 4,25      | ,088 |                |       |
|                            | Seyahat Acenteleri       | 66   | 4,21      | ,057 |                |       |
|                            | İnternet                 | 99   | 4,11      | ,062 |                |       |
| Yerel basın ve medya aracı | 11                       | 3,85 | ,352      |      |                |       |

Yapılan Welch ve Brown-Forsythe testleri sonuçları incelendiğinde, sırasıyla F değerleri 1,236 ile 1,137 ve p değerleri ise 0,296 ile 0,353 olduğu belirlenmiştir. Her iki testin de p değerlerinin 0,05'ten büyük olduğunun belirlenmesi ile turistlerin çevre duyarlılığının, Seferihisar'ı nereden duyduklarına göre farklılık göstermediği bulgusunu ortaya koymuştur.

*“ Turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar'ı nereden duyduklarına göre farklılık gösterir.” hipotezi red edilmiştir.*

### 3.6.6.2.3. H6: Turistlerin Seferihisar'a ilişkin yavaşlık algıları, seyahat özelliklerine göre farklılık gösterir.

*“H6a: Turistlerin Seferihisar'a ilişkin yavaşlık algıları, ziyaretlerini kiminle gerçekleştirdiklerine göre farklılık gösterir.”* şeklinde kurulan beşinci hipotezin ilk alt hipotezinin test edilmesinde ANOVA testi kullanılmıştır. Öncelikle Levene testi uygulanmış ve test sonucunda varyansların homojen olup olmadığı incelenmiştir.

Çizelge 3.92. H6a hipotezine ilişkin Levene testi sonuçları

| Levene İstatistiği | Serbestlik<br>Derecesi 1 | Serbestlik<br>Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|--------------------------|--------------------------|------------|
| 2,890              | 3                        | 394                      | ,035       |

Levene testi sonucuna göre p değeri 0,035 olduğu bu nedenle hipotezin varyanslarının homojen olmadığı belirlenmiştir ( $p < 0,05$ ). Varyansların ANOVA testine uygun olmadığı belirlenmesi sonucunda diğer alternatif testler olan Welch ve Brown-Forsythe testleri gerçekleştirilmiştir. Test sonuçları Çizelge 3.93'de gösterildiği gibidir.

Çizelge 3.93. H6a hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsythe test sonuçları

| Boyut                                      | Durumlar               | N   | $\bar{X}$ | SS    | F                  | p     |
|--|------------------------|-----|-----------|-------|--------------------|-------|
| Seyahatin<br>Kiminle<br>Gerçekleştirildiği | Yalnız                 | 44  | 3,59      | 0,662 | Welch              | ,060  |
|  | Arkadaşlarımla         | 135 | 3,60      | 0,628 |                    |       |
|  | Ailemle                | 178 | 3,61      | 0,580 | Brown-<br>Forsythe | 0,052 |
|  | Erkek/Kız<br>arkadaşım | 38  | 3,66      | 0,829 |                    |       |

Yapılan Welch ve Brown-Forsythe testleri sonucunda F değerleri 0,060 ile 0,052 ve p değerler 0,981 ve 0,984 olarak belirlenmiş ve p değerlerinin 0,05'ten büyük olması nedeniyle turistlerin Seferihisar'a ilişkin yavaşlık algıları, Seferihisar'ı kiminle ziyaret ettiklerine göre farklılık göstermediği belirlenmiştir.

*“Turistlerin Seferihisar'a ilişkin yavaşlık algıları, ziyaretlerini kiminle gerçekleştirdiklerine göre farklılık gösterir.” hipotezi red edilmiştir.*

***“H6b: Turistlerin Seferihisar'a ilişkin yavaşlık algıları, Seferihisar'ı kaç kez ziyaret ettiklerine göre farklılık gösterir.”*** hipotezinin test edilmesi için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Levene testi sonuçlarına göre varyansların homojenliği araştırılmış ve elde edilen değerlere göre bir sonraki aşamaya geçilmiştir.

Çizelge 3.94. H6b hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 1,991              | 3                     | 394                   | ,115       |

Levene testi sonuçlarının yer verildiği Çizelge 3.94. incelendiğinde, testin anlamlılık değerinin 0,115 olduğu belirlenmiş ve değer 0,05'ten büyük olması nedeniyle varyansların homojen olduğu bulgusu elde edilmiştir. ANOVA analizinin ön koşulunun sağlanmış olması ile analiz gerçekleştirilmiş ve sonuçları Çizelge 3.95'de paylaşılmıştır.

Çizelge 3.95. H6b hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonucu

| Boyut           | Durumlar  | N   | $\bar{X}$ | SS    | F     | p    |
|-----------------|-----------|-----|-----------|-------|-------|------|
| Ziyaret Sıklığı | 1 kez     | 158 | 3,59      | 0,599 | 2,024 | ,110 |
|                 | 2 kez     | 87  | 3,74      | 0,645 |       |      |
|                 | 3 kez     | 43  | 3,67      | 0,464 |       |      |
|                 | 4 ve üstü | 110 | 3,53      | 0,699 |       |      |

Yapılan ANOVA analizi sonucunda  $p > 0,05$  olduğu belirlenmiştir. Değer 0,05'ten büyük olduğunun belirlenmesi ile turistlerin Seferihisar'a ilişkin yavaşlık algıları Seferihisar'ı kaç kez ziyaret ettiklerine göre farklılık göstermediği bulgusuna ulaşılmıştır.

“Turistlerin Seferihisar’a ilişkin yavaşlık algıları, Seferihisar’ı kaç kez ziyaret ettiklerine göre farklılık gösterir.” hipotezi **red** edilmiştir.

“H6c: Turistlerin Seferihisar’a ilişkin yavaşlık algıları, Seferihisar’da kalma sürelerine göre farklılık gösterir.” hipotezinin test edilmesinde ANOVA analizi kullanılmıştır. Öncelikle Levene sonuçları dikkate alınmış ve varyansların homojenliğinin olup olmadığı incelenmiştir.

Çizelge 3.96. H6c hipotezine ilişkin Levene testi sonuçları

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 2,922              | 2                     | 395                   | ,055       |

Çizelge 3.96’da yer alan Levene testi sonuçları incelendiğinde, p değerinin 0,055 olduğu belirlenmiştir. ANOVA testi için ön şart sağlandığından ( $p > 0,05$ ), varyansların homojen dağılım gösterdiği belirlenmiş ve bir sonraki aşamaya geçilmiştir.

Çizelge 3.97. H6c hipotezine ilişkin ANOVA analizi sonucu

| Boyut        | Durumlar            | N   | $\bar{X}$ | SS    | F     | p    |
|--------------|---------------------|-----|-----------|-------|-------|------|
| Kalma Süresi | 1-3 gün             | 210 | 3,68      | 0,619 | 1,956 | ,143 |
|              | 4-6 gün             | 58  | 3,55      | 0,525 |       |      |
|              | 7 gün ve daha fazla | 130 | 3,55      | 0,680 |       |      |

Test sonucunda F değerinin 1,956 ve p değerinin 0,143 olduğu belirlenmiştir. P değerinin 0,05’ten büyük olması nedeniyle turistlerin Seferihisar’a ilişkin yavaşlık algıları Seferihisar’da kalma sürelerine göre farklılık göstermediğini ortaya koymuştur.

“Turistlerin Seferihisar’a ilişkin yavaşlık algıları Seferihisar’da kalma süresine göre farklılık gösterir.” hipotezi **red** edilmiştir.

“H6d: Turistlerin Seferihisar’a ilişkin yavaşlık algıları, Seferihisar’ı ziyaret etme amaçlarına göre farklılık gösterir.” hipotezi tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test edilmiştir. ANOVA analizine geçilmeden önce Levene testi sonuçları incelenmiş ve varyansların homojen olup olmadığına bakılmıştır.

Çizelge 3.98. H6d hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 1,785              | 5                     | 392                   | ,115       |

Çizelge 3.98’de yer alan Levene testi istatistikleri incelendiğinde,  $p>0,05$  olduğu belirlenmiştir. Değerin 0,05’ten büyük olması ile varyansların homojen dağılım gösterdiğini ortaya koymuştur. Homojen varyans dağılımının elde edilmesi ile ANOVA analizinin uygulanması aşamasına geçilmiştir.

Çizelge 3.99. H6d hipotezine ilişkin ANOVA sonucu

| Boyut         | Amaçlar                                  | N   | $\bar{X}$ | SS    | F     | p    |
|---------------|--|-----|-----------|-------|-------|------|
| Seyahat Amacı | Yeni/farklı yerler görmek                | 72  | 3,58      | 0,707 | 2,894 | ,014 |
|               | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak | 27  | 3,77      | 0,647 |       |      |
|               | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak         | 168 | 3,58      | 0,578 |       |      |
|               | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek         | 113 | 3,69      | 0,633 |       |      |
|               | İş                                       | 15  | 3,60      | 0,546 |       |      |
|               | Eğitim                                   | 3   | 2,46      | 0,203 |       |      |

Analiz sonucunda F değerinin 2,894 ve p değerinin 0,014 olduğu belirlenmiştir. ANOVA testi sonucunda p değerinin 0,05’ten küçük olması, turistlerin Seferihisar’a ilişkin yavaşlık algılarının Seferihisar’ı ziyaret etme amaçlarına göre farklılık gösterdiği sonucunu ortaya koymuştur. Farklılığın hangi seyahat amaçları arasında daha fazla olduğunun belirlenebilmesi için Tukey ve Scheffe ikili karşılaştırma analizleri yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda Tukey testinde; eğitim amacıyla gelen turistler ile yeni/farklı yerler görmek, farklı kültür/yaşam biçimleri tanımak, dinlenmek ve stresten uzaklaşmak, eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek ve iş amacıyla gelen turistlerin yavaşlık algıları arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Scheffe testi sonuçlarına göre ise eğitim amacıyla gelen turistler ile farklı kültür/yaşam biçimleri tanımak eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek amacıyla gelen turistlerin yavaşlık algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur (Bkz. EK-1. Çizelge 7). Elde edilen farklılıklar incelendiğinde, Seferihisar’ı

farklı kültür/yaşam biçimleri tanımak amacıyla ziyaret eden turistlerin yavaşlık algılarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

“*Turistlerin Seferihisar’a ilişkin yavaşlık algıları Seferihisar’ı ziyaret etme amaçlarına göre farklılık gösterir.*” hipotezi **kabul** edilmiştir.

“**H6e: Turistlerin Seferihisar’a ilişkin yavaşlık algıları, Seferihisar’ı nereden duyduklarına göre farklılık gösterir.**” şeklinde kurulan hipotezin test edilmesi için öncelikle Levene testi sonucu incelenmiş ve varyansların homojen olup olmadığına bakılmıştır.

Çizelge 3.100. H6e hipotezine ilişkin Levene testi istatistikleri

| Levene İstatistiği | Serbestlik Derecesi 1 | Serbestlik Derecesi 2 | Anlamlılık |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| 2,398              | 9                     | 388                   | ,012       |

Yapılan Levene testi sonuçlarının yer verildiği Çizelge 3.100. incelendiğinde, p değeri 0,012 olarak belirlenmiş ve varyansların homojen olmadığı ortaya konmuştur. Varyansların homojen olmadığı belirlenmesi, hipotezin ANOVA testine uygun olmadığı ortaya konmuş ve ANOVA analizine alternatif olan Welch ve Brown-Forsthe testleri uygulanmıştır. Welch ve Brown-Forsthe testi sonuçları Çizelge 3.101’de gösterildiği gibidir.

Çizelge 3.101. H6e hipotezine ilişkin Welch ve Brown-Forsthe test sonuçları

| Boyut             | Araçlar                    | N   | $\bar{X}$ | SS    | F                          | p                            |
|-------------------|----------------------------|-----|-----------|-------|----------------------------|------------------------------|
| Nereden Duyulduğu | Aile                       | 65  | 3,68      | 0,577 | Welch<br>Brown-<br>Forsthe | ,687<br>,716<br>,599<br>,793 |
|                   | Arkadaşlar                 | 103 | 3,68      | 0,717 |                            |                              |
|                   | İş Arkadaşları             | 12  | 3,68      | 0,767 |                            |                              |
|                   | TV                         |     |           |       |                            |                              |
|                   | Haber/Sohbet Programları   | 11  | 3,44      | 0,484 |                            |                              |
|                   | Filmler                    | 9   | 3,88      | 0,639 |                            |                              |
|                   | Belgeseller                | 6   | 3,46      | 0,930 |                            |                              |
|                   | Gazete ve Dergiler         | 16  | 3,64      | 0,405 |                            |                              |
|                   | Seyahat Acenteleri         | 66  | 3,57      | 0,451 |                            |                              |
|                   | İnternet                   | 99  | 3,54      | 0,627 |                            |                              |
|                   | Yerel basın ve medya aracı | 11  | 3,54      | 0,993 |                            |                              |

Yapılan analizler sonucunda F değerlerinin 0,687 ile 0,599 ve p değerlerinin 0,716 ve 0,793 olduğu belirlenmiştir. Her iki analizde de p değerlerinin  $p>0,05$  olduğundan turistlerin Seferihisar'a ilişkin yavaşlık algıları, Seferihisar'ı nereden duyduklarına göre farklılık göstermediği bulgusunu ortaya koymuştur.

*“ Turistlerin Seferihisar'a ilişkin yavaşlık algıları Seferihisar'ı nereden duyduklarına göre farklılık gösterir.” hipotezi red edilmiştir.*

### 3.6.6.3. Yavaşlık algısı ile gönüllü sade yaşam tarzı arasındaki hipotezin korelasyon analizi

Seferihisar'ı ziyaret eden turistlerin yavaşlık algıları ile gönüllü sade yaşam tarzları arasında bir ilişkinin bulunup bulunmadığının belirlenebilmesi amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır.

*“H7: Turistlerin yavaşlık algıları ile gönüllü sade yaşam tarzları arasında bir ilişki vardır.”* şeklinde kurulan hipotezde değişkenler arasındaki ilişkinin belirlenebilmesi için korelasyon analizi kullanılmıştır.

Çizelge 3.102. H7 hipotezine ilişkin Korelasyon analizi sonucu

|                 |                              | GÖNÜLLÜ SADE<br>YAŞAM TARZI |
|-----------------|------------------------------|-----------------------------|
| YAVAŞLIK ALGISI | Pearson Korelasyon Katsayısı | ,259**                      |
|                 | Anlamlılık                   | ,000                        |
|                 | N                            | 398                         |

Korelasyon analizi sonuçlarının yer verildiği Çizelge 3.102. incelendiğinde, p değerinin 0,000 olduğu belirlenmiş ve p değerinin 0,05'ten küçük bir değerde olması nedeniyle turistlerin yavaş şehir algıları ile gönüllü sade yaşam tarzları arasında bir ilişki olduğu bulgusu elde edilmiştir. Turistlerin yavaşlık algıları ile gönüllü sade yaşam tarzları arasında zayıf (%25) ve pozitif yönde bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Nakip,2003:322). Turistlerin yavaşlık algıları artarken gönüllü sade yaşam tarzlarının arttığı sonucu elde edilmiştir.

“ Turistlerin yavaş şehir algıları ile gönüllü sade yaşam tarzları arasında bir ilişki vardır.” hipotezi **kabul** edilmiştir.

#### 3.6.6.4. Gönüllü sade yaşam tarzı ile çevre duyarlılığı arasındaki hipotezin korelasyon analizi

Seferihisar’ı ziyaret eden turistlerin gönüllü sade yaşam tarzları ile çevre duyarlılıkları arasında anlamlı bir ilişkinin bulunup bulunmadığının belirlenebilmesi amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır.

“**H8: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzları ile çevre duyarlılıkları arasında bir ilişki vardır.**” şeklinde kurulan hipotezde değişkenler arasındaki ilişkinin belirlenebilmesi için korelasyon analizi kullanılmıştır.

Çizelge 3.103. H8 hipotezine ilişkin Korelasyon analizi sonucu

|                             |                              | ÇEVREDUYTÜM |
|-----------------------------|------------------------------|-------------|
| GÖNÜLLÜ SADE YAŞAM<br>TARZI | Pearson Korelasyon katsayısı | ,440**      |
|                             | Anlamlılık                   | ,000        |
|                             | N                            | 398         |

Korelasyon analizi sonuçlarının yer verildiği Çizelge 3.103. incelendiğinde, p değerinin 0,000 olduğu belirlenmiş ve p değerinin 0,05’ten küçük bir değerde olması nedeniyle turistlerin gönüllü sade yaşam tarzları ile çevre duyarlılıkları arasında bir ilişki olduğu bulgusu elde edilmiştir. Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzları ile çevre duyarlılıkları arasında çok az zayıf (%44) ve pozitif yönde bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Nakip,2003:322). Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı değerleri arttıkça çevre duyarlılıklarının da arttığı sonucu elde edilmiştir.

“ Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzları ile çevre duyarlılıkları arasında bir ilişki vardır.” hipotezi **kabul** edilmiştir.

#### 3.6.6.5. Çevre duyarlılığı ile yavaşlık algısı arasındaki hipotezin regresyon analizi

Seferihisar’ı ziyaret eden turistlerin çevre duyarlılığının yavaşlık algılarını etkileyip etkilemediğinin belirlenebilmesi için basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır.



“H9: Turistlerin çevre duyarlılıkları, yavaş şehir algılarını etkiler.” hipotezinin test edilmesi aşamasında basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Regresyon modelinin bağımlı değişkenini yavaşlık algısı oluştururken, bağımsız değişkenini ise çevre duyarlılığı oluşturmaktadır. Burada bir bağımlı bir bağımsız değişken arasındaki nedensellik ilişkisini arayan regresyon analizinin (Nakip,2003), öncelikle ANOVA tablosu incelenmiştir.

Çizelge 3.104. H9 hipotezine ilişkin ANOVA sonucu

| Model                                | Kareler Toplamı | Serbestlik Derecesi | Kareler Ortalaması | F      | p                 |
|--------------------------------------|-----------------|---------------------|--------------------|--------|-------------------|
| 1 Regresyon                          | 21,758          | 1                   | 21,758             | 63,672 | ,000 <sup>b</sup> |
| a. Bağımlı Değişken: Yavaşlık algısı |                 |                     |                    |        |                   |
| b.Sabit: Çevre duyarlılığı           |                 |                     |                    |        |                   |

Çizelge 3.104’de verilen ANOVA sonuçları incelendiğinde, F değerinin 63,672 ve p değerinin 0,000 olduğu belirlenmiş ve çevre duyarlılığının yavaşlık algısı ile tahmin edilmesinin istatistiksel olarak mümkün olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 3.105. H9 hipotezine ilişkin Regresyon analizi sonuçları

| Model                                | Standardize Edilmemiş Katsayılar |                  | Standardize Edilmiş Katsayılar | t      | Anlamlılık |
|--------------------------------------|----------------------------------|------------------|--------------------------------|--------|------------|
|                                      | Katsayılar                       | Standart Hatalar | Beta                           |        |            |
| Sabit                                | 2,041                            | ,200             |                                | 10,193 | ,000       |
| 1 Çevre duyarlılığı                  | ,382                             | ,048             | ,372                           | 7,979  | ,000       |
| a. Bağımlı Değişken: Yavaşlık algısı |                                  |                  |                                |        |            |

Oluşturulan regresyon modelinin anlamlı bulunmasından sonra regresyon modelinde yer alacak katsayıların ayrı ayrı anlamlılığı t istatistiği ile test edilmiştir (Durmuş, vd,2011:164). Çizelge 3.105’de yer alan Regresyon analizi sonuçları incelendiğinde, yavaşlık algısı t değeri 10,193 ve p değeri 0,000 olduğu belirlenmiş ve çevre duyarlılığı değişkeninin t değeri 7,979 ve p değeri 0,000 olduğu belirlenmiştir. Her iki değişkenin de p değerlerinin 0,000 olduğunun belirlenmesi ile iki değişkenin de modelde yer alması durumu belirginleştirilmiştir.

Çizelge 3.106. H9 hipotezine ilişkin Regresyon analizi özet tablosu

| Model                                | R                 | R <sup>2</sup> | Düzeltilmiş R <sup>2</sup> | Standart Hata |
|--------------------------------------|-------------------|----------------|----------------------------|---------------|
| 1                                    | ,372 <sup>a</sup> | ,139           | ,136                       | ,58457        |
| a. Sabit: Çevre duyarlılığı          |                   |                |                            |               |
| b. Bağımlı Değişken: Yavaşlık algısı |                   |                |                            |               |

Çizelge 3.106’da yer alan regresyon modeli sonuçları incelendiğinde, modelin açıklama gücü 0,139 olup, yavaşlık algısı değişkeni varyasyonunun %13,9’unu çevre duyarlılığı değişkeni ile açıklanabildiği sonucu elde edilmiştir.

“*Turistlerin çevre duyarlılıkları, yavaş şehir algularını etkiler*” hipotezi **kabul** edilmiştir.

### 3.6.7. Turistlerin Algılanan Yavaşlık Düzeylerinin Belirlenmesi

Seferihisar Yavaş Şehrini ziyaret eden turistlerin yavaşlık algı düzeylerinin belirlenmesine yönelik gerçekleştirilen araştırmamızda, araştırmanın ikinci bölümünde yer alan “Yavaş Algısı Ölçeği”ne katılımcıların verdikleri yanıtlar dikkate alınarak yavaşlık algı düzeyleri belirlenmiştir. Ölçek 5 noktalı aralıklı ölçeğe göre hazırlanmış ve katılımcıların 1= Çok Düşük, 2= Düşük, 3= Orta, 4= Yüksek ve 5= Çok Yüksek şeklinde derecelendirilmiştir. Katılımcıların ölçekte yer alan 27 birime verdikleri yanıtların ortalamaları hesaplanmış, birimlerin ve tüm ölçeğin ortalama değerlerine göre düzeyleri belirlenmiştir. Çizelge 3.107’de katılımcıların 5 noktalı aralıklı ölçeğe göre düşük, orta ve yüksek düzey aralıkları değerlerine yer verilmiştir.

Çizelge 3.107. Yavaşlık algısı ölçeği ortalamalarının düzeyleri

| DÜZEY      | DEĞER     |
|------------|-----------|
| Çok Düşük  | 1,0 – 1,7 |
| Düşük      | 1,8 - 2,5 |
| Orta       | 2,6 - 3,4 |
| Yüksek     | 3,5 – 4,2 |
| Çok Yüksek | 4,3 – 5,0 |

Belirlenen düzey değerlerinin ardından katılımcıların ölçeğe verdikleri yanıtlarının ortalama değeri hesaplanmıştır. Hesaplanan madde ortalamaları Çizelge 3.108’de gösterildiği gibidir.

Çizelge 3.108. Toplam madde istatistikleri

|                  | Ortalama | Minimum | Maksimum | Varyans | N  |
|------------------|----------|---------|----------|---------|----|
| Madde Ortalaması | 3,622    | 2,967   | 4,106    | ,081    | 27 |

Araştırmaya katılım sağlayan 398 turistin Yavaşlık Algısı Ölçeğinde yer alan 27 maddeye verdikleri yanıtların ortalama değeri (3,622) olarak belirlenmiştir. Elde edilen değerler düzey aralıklarında göre ‘‘Yüksek Düzey’’ aralığında yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Sonuç itibariyle katılımcıların Yavaş Şehir Seferihisar ile ilgili algıladıkları yavaşlık düzeylerinin yüksek düzeyde olduğu sonucu elde edilmiştir. Yüksek olması, Seferihisar Yavaş Şehrinin faaliyetlerini uygun şekilde tanıttığını ve başarılı olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca katılımcıların Seferihisar Yavaş Şehri ile ilgili algıladıkları yavaşlık düzeyinin yüksek düzeyde olması hem yetkililer hem de yerel halk ve işletmeler için önemli bir bilgi kaynağı olma özelliğindedir. Çünkü on yıllık Yavaş Şehir (Cittaslow) geçmişine sahip olan ve ilk olma özelliğinden dolayı önemli bir konumda olan Seferihisar kentinin ‘yüksek düzey’de yavaşlık algısına sahip olduğunun belirlenmesi, yetkililer ile birlikte Türkiye’deki diğer Yavaş Şehirler için de önemli bir veri kaynağı olmaktadır. Ayrıca kentin hangi alanlarda eksikliklerinin olduğunun belirlenmesi yerel yetkililer ve işletmeler için yol gösterici olma özelliği taşımaktadır. Bu nedenle ölçekte yer alan maddelerin düzeyleri belirlenmiştir. Çizelge 3.109’da katılımcıların ölçekte yer alan 27 maddeye verdikleri yanıtların ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir.

Çizelge 3.109. Yavaşlık algısı ölçeği aritmetik ortalama ve standart sapma dağılımları

| Maddeler  | n   | Minimum | Maksimum | Ortalama | Standart Sapma |
|---|-----|---------|----------|----------|----------------|
| YA1. Seferihisar'ın havası temizdir.  | 398 | 1       | 5        | 4,06     | ,959           |
| YA2. Seferihisar'ın suyu temizdir.  | 398 | 1       | 5        | 3,52     | 1,237          |
| YA3. Seferihisar'da kentsel atıklar ayrıştırılmaktadır.   | 398 | 1       | 5        | 3,33     | 1,079          |
| YA4. Seferihisar'da görsel kirlilik ve trafik gürültüsü azdır.  | 398 | 1       | 5        | 3,76     | 1,039          |
| YA5. Seferihisar'daki kamu alanlarında ışık kirliliği azdır.  | 398 | 1       | 5        | 3,70     | ,944           |
| YA6. Seferihisar'da biyoçeşitlilik korunmaktadır.   | 398 | 1       | 5        | 3,50     | 1,066          |
| YA7. Seferihisar'da bisiklet yolları yeterlidir.  | 398 | 1       | 5        | 3,31     | 1,169          |
| YA8. Seferihisar'da metro ve otobüs durakları gibi aktarma merkezlerinde bisiklet park yerleri vardır.  | 398 | 1       | 5        | 3,22     | 1,129          |
| YA9. Seferihisar'da özel araç kullanımına alternatif olarak eko ulaşım araçları (örneğin, elektrikli otobüs, dik yokuşlarda yürüyen merdiven vb.) vardır. | 398 | 1       | 5        | 2,97     | 1,193          |
| YA10. Seferihisar'da sokak mobilyaları, turizm levhaları, kent içerisindeki yeşil alanlar korunmaktadır. (örneğin banklar, oyun parkları vs.)             | 398 | 1       | 5        | 3,49     | 1,094          |
| YA11. Seferihisar'da yeşil alanlar yaratılmıştır.   | 398 | 1       | 5        | 3,67     | ,940           |
| YA12. Seferihisar'da kentsel yaşanabilirlik fazladır.   | 398 | 1       | 5        | 3,63     | 1,034          |
| YA13. Seferihisar'da vatandaş ve turistlerin kullanabileceği bilgi ve iletişim teknolojileri vardır (örneğin ücretsiz kablosuz internet paylaşımı vb.)    | 398 | 1       | 5        | 3,29     | 1,137          |
| YA14. Seferihisar'da kent içindeki kullanışlı yeşil alanlar verimli bitkiler ile değerlendirilmiştir.   | 398 | 1       | 5        | 3,69     | 1,016          |
| YA15. Seferihisar'da yerel ürünler, el yapımı ve etiketli veya esnaf/sanatkâr ürünlerin satışa sunulduğu yerler vardır.                                   | 398 | 1       | 5        | 4,03     | ,906           |
| YA16. Seferihisar'daki restoranlarda yerel veya organik ürünler kullanılmaktadır.   | 398 | 1       | 5        | 3,68     | ,982           |
| YA17. Seferihisar'da yerel ve geleneksel etkinlikler yapılmaktadır.   | 398 | 1       | 5        | 3,97     | ,835           |
| YA18. Seferihisar'da GDO içeren tarım ürünleri değil, organik tarım ürünleri yetiştirilmektedir.  | 398 | 1       | 5        | 3,58     | ,984           |
| YA19. Seferihisar'da gelen ziyaretçilere iyi bir karşılama yapılmaktadır.   | 398 | 1       | 5        | 3,76     | ,986           |
| YA20. Seferihisar'da işletmeler fiyatlar konusunda şeffaflığa önem vermektedir.   | 398 | 1       | 5        | 3,36     | 1,115          |
| YA21. Seferihisar'ın güzergâhları basılı olarak veya internet sayfasında mevcuttur.   | 398 | 1       | 5        | 3,72     | ,936           |
| YA22. Seferihisar'da iç ve dış mekanlarda engelli kişilerin kullanabileceği alanlar vardır.   | 398 | 1       | 5        | 3,37     | 1,054          |
| YA23. Seferihisar'da çeşitli spor ve açık hava faaliyetlerine (su ve rüzgar sporları, plaj futbolu vb.) katılmak mümkündür.                               | 398 | 1       | 5        | 3,58     | 1,059          |
| YA24. Seferihisar'da Slowfood aktivite ve kampanyaları yapılmaktadır.   | 398 | 1       | 5        | 3,54     | 1,051          |
| YA25. Seferihisar'da doğal ve geleneksel yiyecekler sunulmaktadır.  | 398 | 1       | 5        | 3,93     | ,911           |
| YA26. Seferihisar'da yaşamın doğal ritmi sakindir.  | 398 | 1       | 5        | 4,11     | ,836           |
| YA27. Otel ve restoranların türü/tarzı kent karakteri ile uyumludur.  | 398 | 1       | 5        | 4,04     | ,918           |

\*1= Çok Düşük, 2= Düşük, 3= Orta, 4= Yüksek ve 5= Çok Yüksek

Ölçekte yer alan 27 ifadenin turistler tarafından yavaşlık algı düzeylerine bakıldığında; hiçbir ifadenin algılanan yavaşlık düzeyinin ‘*çok düşük ve düşük düzey*’ de olmadığı belirlenmiştir. Yavaşlık algısının düşük düzeylerde olduğu herhangi bir ifadenin olmaması Seferihisar kentinin algılanan yavaşlık konusunda en az orta düzeye sahip olduğunu göstermektedir. Belirlenen bu sonuç kentin yavaşlık hususunda yetkin bir çalışma ve gelişmeye sahip olduğunu göstermiştir.

Ölçeğin ‘YA3’, ‘YA7’, ‘YA8’, ‘YA9’, ‘YA10’, ‘YA13’, ‘YA20’ ve ‘YA22’ ifadelerinin algılanan yavaşlık düzeyleri ‘*orta düzey*’de olduğu belirlenmiştir. Sekiz ifadenin algılanan yavaşlığının orta düzeyde olduğunun belirlenmesi ile söz konusu ifadelerin geliştirilmesi ve gerekli iyileştirmelerin yapılması halinde algılanan yavaşlık düzeyinin en az yüksek düzeyde olmasına ve kent için herhangi bir alanda Yavaş Şehir Kriterleri bakımından eksik veya yetersiz olmama durumunu ortaya koyacaktır. Belirlenen orta düzeydeki ifadelerin gerek işletmeler gerekse yerel yetkililer tarafından incelenip gerekli çalışmaları ortaya koymasını ayrıca iyileştirmelerin yapılması ihtiyacını araştırmaya katılım sağlayan turistler tarafından ortaya konmuştur.

Ölçeğin ‘YA1’, ‘YA2’, ‘YA4’, ‘YA5’, ‘YA11’, ‘YA12’, ‘YA14’, ‘YA15’, ‘YA16’, ‘YA17’, ‘YA18’, ‘YA19’, ‘YA21’, ‘YA23’, ‘YA24’, ‘YA25’, ‘YA26’ ve ‘YA27’ ifadelerinin algılanan yavaşlık düzeylerinin ‘*yüksek düzey*’de olduğu belirlenmiştir. Söz konusu ifadelerin mevcut durumunun korunması ve elde edilen yüksek düzeyin çok yüksek düzeye yükseltilmesi için gerekli çalışmaların ortaya konması önemli bir durumdur. Özellikle ölçek ifadelerinin ortalamaları dikkate alındığında, herhangi bir maddenin algılanan yavaşlık düzeyinin ‘*çok yüksek*’ düzeyde olmadığı belirlenmesi ile söz konusu önem ve çabaların ortaya konması önemini ortaya koymaktadır. Çünkü turistlerin destinasyonları tekrar ziyaret etme isteğine neden olan etmenler arasında, ziyaretleri boyunca kent ile ilgili deneyimleri, kendilerine göre olumlu olarak algıladıkları olay ve durumlar olmaktadır. Bu nedenle yetkililer ve işletmelerin kentin sahip olduğu olumlu yanlarını koruması ve arttırmak için faaliyet göstermesi önemlidir. Seferihisar kentinde de bu durum söz konusu olduğundan mevcut olumlu özelliklerinin korunması ve geliştirilmesi önem arz etmektedir.

Çizelge 3.110. Araştırmanın hipotezlerine ilişkin özet çizelgesi

| Hipotez No   | Hipotezler   | Analiz ( $\alpha=0,05$ )  | Karar (K/R) |
|--|--|---|-------------|
| H1   | H1a: Turistlerin yavaşlık algıları, <i>yaşa</i> göre farklılık gösterir.                         | WELCH   | RED         |
|  | H1b: Turistlerin yavaşlık algıları, <i>cinsiyetlerine</i> göre farklılık gösterir.               | t-TESTİ   | RED         |
|  | H1c: Turistlerin yavaşlık algıları, <i>medeni durumlarına</i> göre farklılık gösterir.           | t-TESTİ   | RED         |
|  | H1d: Turistlerin yavaşlık algıları, <i>eğitim durumlarına</i> göre farklılık gösterir.           | WELCH   | RED         |
|  | H1e: Turistlerin yavaşlık algıları, <i>yaşadığı yere</i> göre farklılık gösterir.                | ANOVA   | KABUL       |
|  | H1f: Turistlerin yavaşlık algıları, <i>gelir durumlarına</i> göre farklılık gösterir.            | WELCH   | RED         |
|  | H1g: Turistlerin yavaşlık algıları, <i>mesleklerine</i> göre farklılık gösterir.                 | WELCH   | RED         |
|  | H1h: Turistlerin yavaşlık algıları, <i>uyruklarına</i> göre farklılık gösterir.                  | WELCH   | RED         |
|  | H1i: Seferihisar'ın yavaşlık algısı, <i>yerli ve yabancı turistlere</i> göre farklılık gösterir. | t-TESTİ   | RED         |
|  | H2   | H2a: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, <i>yaşa</i> göre farklılık gösterir. | WELCH       |
| H2b: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, <i>cinsiyetine</i> göre farklılık gösterir.     |  | t-TESTİ   | RED         |
| H2c: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, <i>medeni duruma</i> göre farklılık gösterir.   |  | t-TESTİ   | KABUL       |
| H2d: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, <i>eğitim durumuna</i> göre farklılık gösterir. |  | BROWN-FORSYTHE  | RED         |
| H2e: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, <i>yaşadığı yere</i> göre farklılık gösterir.   |  | ANOVA   | KABUL       |
| H2f: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, <i>gelir durumuna</i> göre farklılık gösterir.  |  | WELCH   | KABUL       |
| H2g: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, <i>mesleğe</i> göre farklılık gösterir.         |  | ANOVA   | KABUL       |
| H2h: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, <i>uyruklarına</i> göre farklılık gösterir.     |  | WELCH   | RED         |
| H2i: Gönüllü sade yaşam tarzı, <i>yerli ve yabancı turistlere</i> göre farklılık gösterir. |  | t-TESTİ   | RED         |
| H3   | H3a: Turistlerin çevre duyarlılığı, <i>yaşına</i> göre farklılık gösterir.                       | WELCH   | KABUL       |
|  | H3b: Turistlerin çevre duyarlılığı, <i>cinsiyetine</i> göre farklılık gösterir.                  | t-TESTİ   | RED         |
|  | H3c: Turistlerin çevre duyarlılığı, <i>medeni duruma</i> göre farklılık gösterir.                | t-TESTİ   | KABUL       |
|  | H3d: Turistlerin çevre duyarlılığı, <i>eğitim durumlarına</i> göre farklılık gösterir.           | ANOVA   | RED         |
|  | H3e: Turistlerin çevre duyarlılığı, <i>yaşadığı yere</i> göre farklılık gösterir.                | ANOVA   | RED         |
|  | H3f: Turistlerin çevre duyarlılığı, <i>gelir durumuna</i> göre farklılık gösterir.               | ANOVA   | RED         |
|  | H3g: Turistlerin çevre duyarlılığı, <i>mesleğine</i> göre farklılık gösterir.                    | WELCH   | RED         |
|  | H3h: Turistlerin çevre duyarlılığı, <i>uyruklarına</i> göre farklılık gösterir.                  | ANOVA   | RED         |
|  | H3i: Çevre duyarlılığı, <i>yerli ve yabancı turistlere</i> göre farklılık gösterir.              | t-TESTİ   | RED         |

Çizelge 110. (devam) Araştırmanın hipotezlerine ilişkin özet çizelgesi

| Hipotez No | Hipotezler  | Analiz ( $\alpha=0,05$ ) | Karar (K/R) |
|------------|---|--------------------------|-------------|
| H4         | H4a: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, Seferihisar'ı kaç kez ziyaret ettiklerine göre farklılık gösterir.                         | ANOVA                    | RED         |
|            | H4b: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, Seferihisar'da <i>kalma sürelerine</i> göre farklılık gösterir.                            | ANOVA                    | RED         |
|            | H4c: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, Seferihisar'ı <i>ziyaret etme amaçlarına</i> göre farklılık gösterir.                      | ANOVA                    | KABUL       |
|            | H4d: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı, Seferihisar'ı <i>nereden duyduklarına</i> göre farklılık gösterir.                         | ANOVA                    | RED         |
| H5         | H5a: Turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar <i>ziyaretlerini kiminle gerçekleştirdiklerine</i> göre farklılık gösterir.           | ANOVA                    | RED         |
|            | H5b: Turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar'ı <i>kaç kez ziyaret ettiklerine</i> göre farklılık gösterir.                         | ANOVA                    | RED         |
|            | H5c: Turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar'da <i>kalma sürelerine</i> göre farklılık gösterir.                                   | ANOVA                    | RED         |
|            | H5d: Turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar'ı <i>ziyaret etme amaçlarına</i> göre farklılık gösterir.                             | ANOVA                    | RED         |
|            | H5e: Turistlerin çevre duyarlılığı, Seferihisar'ı <i>nereden duyduklarına</i> göre farklılık gösterir.                                | WELCH                    | RED         |
| H6         | H6a: Turistlerin Seferihisar'a ilişkin yavaşlık algıları, <i>ziyaretlerini kiminle gerçekleştirdiklerine</i> göre farklılık gösterir. | WELCH                    | RED         |
|            | H6b: Turistlerin Seferihisar'a ilişkin yavaşlık algıları, Seferihisar'ı <i>kaç kez ziyaret ettiklerine</i> göre farklılık gösterir.   | ANOVA                    | RED         |
|            | H6c: Turistlerin Seferihisar'a ilişkin yavaşlık algıları, Seferihisar'da <i>kalma sürelerine</i> göre farklılık gösterir.             | ANOVA                    | RED         |
|            | H6d: Turistlerin Seferihisar'a ilişkin yavaşlık algıları, Seferihisar'ı <i>ziyaret etme amaçlarına</i> göre farklılık gösterir.       | ANOVA                    | KABUL       |
|            | H6e: Turistlerin Seferihisar'a ilişkin yavaşlık algıları, Seferihisar'ı <i>nereden duyduklarına</i> göre farklılık gösterir.          | WELCH                    | RED         |
| H7         | H7: Turistlerin yavaşlık algıları gönüllü sade yaşam tarzları arasında bir ilişki vardır.   | KORELASYON               | KABUL       |
| H8         | H8: Turistlerin gönüllü sade yaşam tarzları ile çevre duyarlılıkları arasında bir ilişki vardır.                                      | KORELASYON               | KABUL       |
| H9         | H9: Turistlerin çevre duyarlılıkları, yavaş şehir algılarını etkiler.   | KORELASYON               | KABUL       |





## SONUÇ VE ÖNERİLER

Son yıllarda çok sık gündeme gelen küreselleşme ve çevre sorunlarına her geçen gün yeni çözümler yaratılmaya çalışılmaktadır. Küreselleşmenin geniş bir etki alanına sahip olması, farklı boyutları farklı şekillerde etkileyen bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Küreselleşme yalnızca ülkeleri, devletleri ve işletmeleri değil toplumları, bireyleri de etkilemektedir. Konu ile ilgilenen kişiler tarafından, söz konusu etkilerin neden olduğu olumsuz sonuçlar sürekli gündeme getirilmiş ve çözüm arayışları yapılagelmiştir. Yavaş Hareketi 'de tam olarak bu noktada 20. yüzyılın sonlarında Yavaş Yemek Hareketi (Slow Food) ile küresel yemek markalarının yemek kültüründe yarattığı tahribat ile Hızlı yemek (Fast Food) kültürünü protesto etmek amacıyla kurulmuştur. Hızla bu akımın yayılması, hareketi kentler ölçeğinde de küreselleşmenin homojen kültürleşme gidişatını engellemek adına Yavaş Şehir Hareketini ortaya koymaya itmiştir. Hızla Hareketin dünya geneline yayılan felsefesi ile nüfusu 50 binden az olan kent ve kasabaların sahip oldukları doğal ritminin, kültürel öğelerinin, yerel yemek kültürünün korumasının yanında yerel halkını ve ziyaretçilerini de kapsayan bir politikayı ortaya koymuştur. Günümüzde 30 ülkede 260'den fazla kentte bu akımın benimsenmesi hareketi dünya ölçeğine taşımış ve uluslararası bir ağ olmuştur. Hareket üyelik yoluyla kentleri bünyesine dâhil etmektedir. Bu üyelik sürecinde kentlerin yerine getirmesi gereken bir takım yükümlülükler bulunmaktadır. Bu yükümlülükleri 7 ana başlık ve 72 alt başlık ile belirleyen hareket, kentlerin yavaşlık durumlarını bu kriterleri gerçekleştirmelerine bağlı olarak belirlemektedir. Mevcut araştırma ise bu kriterlerden yola çıkarak ülkemizdeki 2009 yılında ilk Yavaş Şehir olan Seferihisar kentini turistlerin değerlendirebileceği 27 madde oluşturulmuş ve Seferihisar kentinin yavaşlık düzeyi ortaya konmaya çalışılmıştır. Ayrıca araştırmamızda Seferihisar Yavaş Şehrini ziyaret eden turistlerin yavaşlık algıları ile çevre duyarlılıkları ve gönüllü sade yaşam tarzları arasındaki ilişkinin ne olduğu ortaya konmaya çalışılmıştır.

Gerçekleştirilen bu tez çalışması ile yazına önemli ölçüde katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Özellikle Seferihisar kentinin algılanan yavaşlık düzeyinin ortaya konması, ülkemizdeki diğer yavaş şehirlerin de kendi yavaşlık algılarını ortaya koyması yolunda önemli bir kaynak olacağı düşünülmektedir. Literatürde Yavaş Şehirler, bireylerin gönüllü sade yaşam tarzı ve çevre duyarlılığı ile ilgili pek çok bilgi bulunmaktadır. Ancak söz konusu üç değişkenin bir arada incelendiği herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma, turistlerin hem yavaşlık algılarının belirlenmesi hem de gönüllü sade yaşam tarzı

ve çevre duyarlılığı ile ilişkisinin ortaya konmasını amaçladığından bir ilişkisel tarama modelidir.

Tez çalışmasına, araştırmanın konusunu oluşturan kavramlar ile ilgili literatür derlemesi ile başlanmıştır. İlk iki bölümü oluşturan literatür kısmında, kavramlar ile ilgili detaylı bilgiler verilmiştir. Analizlere ilişkin bilgiler araştırmanın son bölümü olan üçüncü bölümünde yer verilmiştir. Araştırma'da Seferihisar kentini ziyaret eden 18 yaş ve üzeri yerli ve yabancı turistler dâhil edilmiştir. Mevcut araştırma, turistlerin demografik özelliklerinin, seyahat özelliklerinin, yavaşlık algılarının, gönüllü sade yaşam tarzlarının ve çevre duyarlılığının araştırıldığı bir çalışma olmuştur. Araştırmada anket yöntemi kullanılmış ve 410 turiste yüz-yüze uygulanmış, araştırmaya 398 katılımcının anketi dâhil edilmiştir. Katılımcıların 205'i erkek, 193'ü kadındır. Katılımcıların çoğunluğu genç ve olgun yaşlarda olduğu bulunmuştur.

Medeni durumlarına bakıldığında, katılımcıların %60,6 oranıyla çoğunluğunun bekâr turistlerden meydana geldiği görülmektedir. Bekâr turistler tarafından daha fazla ziyaret edildiğinin belirlenmesi, kentin sahip olduğu karakteristik özelliklerinin bekar turist ziyaretçiye uygun olduğunu ortaya koymaktadır. Turistlerin %59,3 oranıyla yüksek öğrenime sahip olduğu bulgusu elde edilmiştir. Kentin yüksek öğrenim düzeyine sahip turistler tarafından çekici bulunması kentin entelektüel bir yapıda olduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırmaya katılım sağlayan turistlerin %48,6'sının aylık gelirlerinin 6001 TL ve üzeri sonucuna ulaşılmıştır. Seferihisar kentini ziyaret eden turistlerin aylık gelirlerinin yüksek gelir düzeyinde olması, turistik faaliyetlerini gerçekleştirebilmesi için yüksek düzeyde bir aylık gelire sahip olmaları gerektiğini ortaya koymuştur. Katılımcıların çoğunluğunun emekli, öğrenci, işçi ve serbest meslek sahibi olduğu bulgusu elde edilmiştir. Bu bulgudan hareketle kentin hem genç ve işçi statüsünde olanlara hem çalışma hayatında olanlara uygun ortam ve özellikleri barındırdığını ayrıca emekli turistlerin de tercih edebileceği uygun özellikte bir destinasyon olduğunu göstermiştir. Katılımcıların %33,9'u il/merkez ilçede ve %32,4'ü ilçede ikamet ettiği bulgusu elde edilmiştir.

Seferihisar'ı ziyaret eden turistlerin farklı milletlerden meydana geldiği bulunmuştur. Anket uygulaması sonucunda katılımcıların 30'dan fazla ülkeden gelip kenti ziyaret ettiği

sonucuna ulaşılmıştır. Turistlerin uyruk çeşitliliğinin olması kentin uluslararası tanırılığının yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Yavaş Hareketinin dünya genelinde bilinirliğinin de bu geniş tanılılıkta önemli bir paya sahip olduğu düşünölmektedir.

Katılımcıların %42,9'nun yalnız ve arkadaşlarıyla, %48,5'inin ise ailesiyle birlikte Seferihisar'ı ziyaret ettiği bulgusu elde edilmiştir. Kentin bu ziyaretçi grubu çeşitliliğine sahip olması, her ziyaretçi grubu için uygun ortam ve özelliklere sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca katılımcıların %60,3'ü kente tekrar geldiği bulgusu elde edilmiştir. İlk kez gelen turistlere göre birden fazla kez ziyaretçinin bulunması kentin tekrar tekrar ziyaret etme arzusu yarattığını ortaya koymaktadır. Burada önemli nokta olarak kentin ziyaretçilerinde bıraktığı olumlu deneyimlerin yüksek düzeyde olduğunu ortaya koymuştur. Katılımcıların kalma sürelerine bakıldığında katılımcıların %52,8'i 1-3 gün kentte konakladığını belirtmiştir. Katılımcıların diğer bir kısmı da 4 gün ve üstü Seferihisar'da konaklamayı tercih etmiştir. Turistlerin kısa süreli ve tekrarlı ziyaretleri kentte kendilerine yakın buldukları özelliklerin korunduğunu ve bu özelliklerden dolayı ziyaret ettiği düşünölmektedir. Bu nedenle turistlerin Seferihisar'ı ziyaret amacının ne olduğu incelendiğinde pek çok amacın olduğu görölmüştür. Ancak katılımcıların %42,2'si dinlenmek ve stresten uzaklaşmak için kenti ziyaret ettiğini ifade etmiştir. Bulgu; turistlerin dinlenmek ve streslerinden uzaklaşma konusunda kentin yardımcı olduğu ve kentte kendilerini dinlenmiş ve streslerinden uzaklaşmiş hissettikleri için kenti ziyaret etmek istedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma katılımcıların yavaşlık algıları, gönüllü sade yaşam tarzları ve çevre duyarlılıklarının yaşa göre farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde; yavaşlık algılarının ve gönüllü sade yaşam tarzlarının yaşa göre farklılık göstermediği bulunmuştur. Ancak turistlerin çevre duyarlılıklarının yaşa göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Ulaşılan bu farklılığın 18-25 yaş aralığındaki turistler ile 56 yaş ve üzeri olan turistler arasında olduğu bulunmuş ve 56 yaş ve üzeri olan turistlerin çevre duyarlılığının 18-25 yaş aralığındaki turistlere göre daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. 56 yaş ve üzerindeki turistlerin çevre duyarlılığının daha yüksek olması, genç turistlere göre çevreyi ve dünyanın geleceğini düşündüklerini ortaya koymaktadır. Çünkü olgun yaşlarda olan bireylerin çevre bilincinin genç bireylere kıyasla daha fazla gelişmiş olduğu düşünölmektedir. Ayrıca genç bireylerin de çevre duyarlılığının daha fazla gelişme

göstermesi ve dünyanın geleceğini, doğal kaynakların korunması gerektiği bilincini son yıllarda benimsemeye başlamıştır.

Araştırmada kullanılan değişkenlerin katılımcıların cinsiyetine göre farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde; yavaşlık algısının, gönüllü sade yaşam tarzının ve çevre duyarlılığının cinsiyete göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların yavaşlık algılarının, gönüllü sade yaşam tarzlarının ve çevre duyarlılıklarının medeni durumlarına göre farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde; turistlerin yavaşlık algılarının medeni duruma göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Ancak turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı ile çevre duyarlılıklarının medeni duruma göre farklılık gösterdiği sonucu elde edilmiştir. Evli turistlerin hem gönüllü sade yaşam tarzının hem de çevre duyarlılığının daha yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir.

Araştırmada katılımcıların eğitim durumları ile yavaşlık algılarının, gönüllü sade yaşam tarzlarının ve çevre duyarlılıklarının farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde; turistlerin yavaşlık algılarının, çevre duyarlılıklarının ve gönüllü sade yaşam tarzının eğitim durumuna göre farklılık göstermediği sonucu elde edilmiştir.

Katılımcıların araştırma değişkenleri ile yaşadıkları yer arasındaki farklılık incelendiğinde; turistlerin çevre duyarlılıklarının yaşadığı yere göre farklılık göstermediği sonucu elde edilmiştir. Buna karşılık turistlerin yavaşlık algılarının ve gönüllü sade yaşam tarzlarının yaşadıkları yere göre farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir. Metropol/büyükşehirde yaşayan turistlerin yavaşlık algılarının ilçede yaşayan turistlere kıyasla daha yüksek olduğu bulunmuştur. Metropol/büyükşehirde yaşayan turistlerin daha yüksek yavaşlık algısına sahip olmasındaki temel neden olarak turistlerin büyükşehirlerde kasaba ve kent yaşamından uzak bir yaşam sürmesi nedeniyle Seferihisar kentinin yavaşlık özelliklerini daha fazla gözlemleyebilme ve fark edebilmeleri düşünülmektedir. Çünkü kendi olağan yaşam alanlarından farklı bir ortam ve özellikte olan Seferihisar Yavaş Şehri, kendilerinin ihtiyaç duydukları, huzurlu ve sakin ortamı yaratma konusunda daha uygun olduğu varsayılabilir. Ayrıca ilçede yaşayan turistlerin, il/merkez ilçede yaşayan turistlere nazaran gönüllü sade yaşam tarzına daha fazla sahip olduğu belirlenmiştir.

Turistlerin aylık gelir durumları bakımından yavaşlık algılarının, çevre duyarlılıklarının ve gönüllü sade yaşam tarzlarının farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde; turistlerin çevre duyarlılıklarının ve yavaşlık algılarının aylık gelirlerine göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Buna karşılık gönüllü sade yaşam tarzlarının aylık gelir durumlarına göre farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir. 4501-6000 TL gelire sahip turistlerin gönüllü sade yaşam tarzlarının diğer gelir gruplarına göre daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Elde edilen bu bulgu ile turistlerin gönüllü sade yaşam tarzını benimsemesinde gelir durumunun farklı bir önemi bulunmaktadır. Çünkü aylık gelir durumu bakımından bireylerin bu yaşam tarzında tasarruf etmek istemesi veya dar gelire sahip olması belirleyici bir unsur değildir. Burada bireyler tercihleri kendi yaşam tarzlarına uygun özellikteki ürünleri veya hizmetleri uygun veya düşük fiyat kıyaslaması yaparak tercih etmemektedir. Belirleyici unsur gösteriştense abartıdan uzak olmaktır. Özellikle de yaşamın maddi yönlerinin değil manevi yönlerinin insana zenginlik verdiğini düşünmeleridir.

Araştırma değişkenlerinin turistlerin mesleklerine göre farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde; turistlerin yavaşlık algılarının ve çevre duyarlılıklarının mesleğe göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Ancak turistlerin gönüllü sade yaşam tarzlarının mesleklerine göre farklılık gösterdiği bulgusu elde edilmiştir. Elde edilen bu farklılık ise serbest meslek sahibi turistlerin, öğrenci turistlere göre daha fazla gönüllü sade yaşam tarzına sahip olduğu bulgusu elde edilmiştir.

Katılımcıların uyruklarının, araştırma değişkenlerine göre farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde; turistlerin uyruklarının yavaşlık algılarına, gönüllü sade yaşam tarzlarına ve çevre duyarlılıklarına göre farklılık göstermediği sonucu elde edilmiştir. Turistleri yerli ve yabancı turistler olarak gruplandırma yaparak değişkenler arasındaki farklılığa bakıldığında da bu sonucun değişmediği görülmüştür. Sonuç olarak Seferihisar'ı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin yavaşlık algılarının, gönüllü sade yaşam tarzlarının ve çevre duyarlılıklarının farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların seyahatlerini kiminle gerçekleştirdiklerinin yavaşlık algılarına ve çevre duyarlılıklarına göre farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde; her iki değişkenden de farklılık göstermediği sonucu elde edilmiştir.

Ölçeklerin turistlerin Seferihisar'ı kaç kez ziyaret ettiklerine göre farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda turistlerin yavaşlık algılarının, gönüllü sade yaşam tarzlarının ve çevre duyarlılıklarının Seferihisar'ı kaç kez ziyaret ettiklerine göre farklılık göstermediği sonucu elde edilmiştir.

Turistlerin yavaşlık algılarının, gönüllü sade yaşam tarzlarının ve çevre duyarlılıklarının Seferihisar'da kalma sürelerine göre farklılık gösterip göstermediği araştırılmış ve turistlerin hiçbir değişkene göre Seferihisar'da kalma süresinin farklılık göstermediği sonucu elde edilmiştir.

Araştırmanın bir diğer başlığında katılımcıların değişkenlere göre Seferihisar'ı ziyaret etme amacının farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; turistlerin çevre duyarlılıklarının Seferihisar'ı ziyaret etme amaçlarına göre farklılık göstermediği, buna karşılık yavaşlık algılarının ve gönüllü sade yaşam tarzlarının farklılık gösterdiği sonucu elde edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre gönüllü sade yaşam tarzının eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek, yeni ve farklı yerler görmek ve farklı kültür/yaşam biçimleri tanımak arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiş, bu farklılıkta farklı kültür/yaşam biçimleri tanımak amacıyla ziyaret eden turistlerin hem gönüllü sade yaşam tarzının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların yavaşlık algılarının hangi ziyaret amaçlarına göre farklılık gösterdiği araştırıldığında, eğitim, farklı kültür/yaşam biçimi tanımak, dinlenmek ve stresten uzaklaşmak, eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek ve iş amacıyla gelen turistlerin yavaşlık algılarının arasında anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuştur. Farklılığın ise farklı kültür/yaşam biçimi tanımak amacıyla Seferihisar'ı ziyaret eden turistlerin yavaşlık algılarının daha fazla olduğu bulunmuştur. Farklı kültür ve yaşam biçimi tanıma amacıyla olan turistlerin gönüllü sade yaşamının ve yavaşlık algısının daha yüksek olması rastlantı olmadığı düşünülmektedir Çünkü turistlerin kentin sahip olduğu Yavaş Şehir özelliklerinin yanı sıra kendine özgü kültürünün, yemeklerinin, tarihinin, doğal güzelliklerinin olmasıdır. Bu özellikleri kenti diğer birçok kentten hatta yavaş şehirden ayırmakta ve kenti turistlerin gözünde farklı bir yerde konumlandırmasına neden olmaktadır. Bu nedenle turistler kentin sahip olduğu bu farklılığını görmek, yaşamak, tecrübe etmek için kenti ziyaret ettiği düşünülmektedir.

Katılımcılara değişkenler itibariyle Seferihisar'ı nereden duyduklarının farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde; turistlerin yavaşlık algılarının, gönüllü sade yaşam tarzlarının

ve çevre duyarlılıklarının Seferihisar'ı nereden duyduklarına göre farklılık göstermediği sonucu elde edilmiştir.

Araştırmanın bir diğer önemli noktası değişkenler arasındaki ilişkinin analiz edilmesidir. Turistlerin yavaşlık algıları ile gönüllü sade yaşam tarzları arasındaki ilişki incelendiğinde; turistlerin yavaş şehir algıları ile gönüllü sade yaşam tarzları arasında (%25) zayıf ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu bulunmuştur. Katılımcıların gönüllü sade yaşam tarzları ile çevre duyarlılıkları arasında bir ilişkinin bulunup bulunmadığı araştırılmış, turistlerin gönüllü sade yaşam tarzları ile çevre duyarlılıkları arasında çok az zayıf (%44) ve pozitif yönde bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Turistlerin çevre duyarlılıklarının, yavaş şehir algılarını etkileyip etkilemediği araştırılmış ve çevre duyarlılığının %13,9 oranında yavaşlık algısını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Gerçekleştirilen araştırma sonucunda Seferihisar'ı ziyaret eden yerli ve yabancı olgun yaşta olan turistlerin çevre duyarlılığının yüksek olduğu belirlenmiş, evli turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı ve çevre duyarlılığına daha fazla sahip olduğu, büyükşehirde yaşayan turistlerin yavaşlık algılarının diğer gruplara göre daha fazla olduğu, ilçede yaşayan orta-üst gelir grubu sayılabilecek aylık gelir ve serbest meslek sahibi turistlerin gönüllü sade yaşam tarzına daha fazla sahip olduğu ve farklı kültür/yaşam biçimi tanımak amacıyla Seferihisar'ı ziyaret eden turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı ve yavaşlık algılarının daha fazla olduğu araştırma sonucunda elde edilen bulgulardır. Elde edilen söz konusu bulgular sayesinde Seferihisar Yavaş Şehrini ziyaret eden turistlerin yavaşlık algılarının, çevre duyarlılıklarının ve gönüllü sade yaşam tarzlarının özelliklerini, değişkenler ile ilişkisini ve değişkenler arasında oluşan farklılığın hangi gruplar arasında daha fazla olduğu ortaya konmuştur. Belirlenen bu farklılıklar sayesinde kentin ziyaretçi özelliklerinin, kentin sahip olduğu özelliklerin turistler tarafından algılanma düzeyinin ne olduğu tespit edilmiştir. Böylelikle açıklayıcı ve tanımlayıcı özellikte olan araştırma sonuçları literatüre ve gelecek çalışmalara yol gösterici özellikte olacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın temel amaçlarından bir tanesi de turist perspektifinden Seferihisar'ın algılanan yavaşlık düzeyinin belirlenmesi olup araştırma sonucunda turistlerin algıladığı yavaşlık düzeyinin ‘ ‘ *Yüksek Düzey* ’ ’de olduğu bulunmuştur. Algılanan yavaşlık düzeyinin yüksek düzeyde olması Seferihisar Yavaş Şehrinin gerçekleştirdiği faaliyetlerin, projelerin yavaş şehir kriterleri bakımından şehrin ritmine uygun sonuçlar ortaya çıkmış

olduğunu göstermektedir. Seferihisar kentinin on yıllık Yavaş Şehir (Cittaslow) geçmişi boyunca hem hareketin gereklerini yerine getirme hem de diğer aday kentlere veya üye kentlere öncü olma özelliği bulunduğundan önemli bir konuma sahiptir. Seferihisar'ın bu başarısının arkasında hem yetkililerin hem de yerel halkın emeği yadsınamaz. Bu nedenle diğer tüm yavaş şehirlerin benzer şekilde çaba ve emek göstererek hem yerel halkının hem de ziyaretçilerinin memnun olabileceği huzurlu ve sakin bir kent ortamını yaratıp, bu ortamı sürdürülebilir hale getirilebilir.

Yavaş Şehir Seferihisar'ın algılanan yavaşlık düzeyini kenti ziyaret eden turistler perspektifinden tespit edildiği ve algılanan yavaşlık ile turistlerin gönüllü sade yaşam tarzı ve çevre duyarlılıkları arasındaki ilişkinin incelendiği mevcut araştırmada toplanan sonuçlar doğrultusunda aşağıdaki öneriler sunulmuştur:

- ✓ Seferihisar Yavaş Şehrinin algılanan yavaşlığının orta düzeyde olan maddelerinin yerel yetkililer, işletmeler ve yerel halk tarafından eksikliklerin neler olduğunun incelenmesi ve gerekli iyileştirmeler ve düzenlemelerin yapılması,
- ✓ Çevre duyarlılığı yüksek turistlerin kenti ziyaret etmesinin yanında gönüllü sade yaşama sahip turistlerin de daha fazla kenti ziyaret edebilmesi için gerekli çalışmaların, uygun ortam ve koşulların sağlanması,
- ✓ İşletmelerin, kenti ziyaret eden turist özelliklerini dikkate alarak uygun pazarlama stratejileri geliştirmesi,
- ✓ Seferihisar'ın gelecekte de havasının, suyunun, doğasının, tarihi ve mimari eserlerinin, kültürel yemeklerinin özetle özgün değerlerinin korunabilmesi için önlemlerin alınması,
- ✓ Seferihisar'ın tanınırlığını artırıcı reklam ve tanıtım kampanyalarının gerçekleştirilmesi,
- ✓ Kenti ziyaret eden turistler kadar kentin yerel halkının da kentin mevcut durumundan memnun olması ve kentte yaşanabilirliğin yüksek olabilmesi için gerekli çalışmaların yapılması,
- ✓ Kentin yalnızca bölgesel değerinin değil ulusal hatta uluslararası değerinin artırılabilmesi için çalışmaların gerçekleştirilmesi,
- ✓ Kentin altyapısını güçlendirilerek daha fazla eko ulaşım aracının kullanılabilceği bir ulaşım ağının artırılması,



- ✓ Organik tarım arazilerinin daha verimli kullanılması ve restoranlarda organik ürünlerin daha fazla müşterilere sunulması,
- ✓ Kış aylarında da turizmi canlandırarak etkinliklerin ve çalışmaların, yetkililer ve işletme sahipleri tarafından gerekli ağırlığın verilmesi,
- ✓ Yavaş Şehir olmanın öneminin tam olarak kavranması ve turistlerin de bu önemi kavrayabilmesi için yavaşlık felsefesini yetkililerin doğru bir şekilde konumlandırması önerilmektedir.

Mevcut araştırma sonucunda gelecekte benzer konu ve kapsam kullanılarak yapılacak çalışmalara yol gösterici olması ve Yavaş Şehir olma kriterlerinden oluşturulan yavaşlık algısı ölçeğinin diğer Yavaş Şehirlerde, daha geniş örneklemlere uygulanmasının yanı sıra yavaşlık algısının farklı değişkenlerle ilişkilendirerek alana yeni araştırmalar kazandırılması önerilir. Böylelikle mevcut araştırma sonucunda elde edilen bulgulardan farklı sonuçlar elde edilebilir ve karşılaştırma yapılarak sonuçlar değerlendirilebilir.



## KAYNAKLAR

- Akgöz, E. (2016). *Turizm Paradigmaları*. Detay Yayıncılık: Ankara, 1-19.
- Akoğlan, M. ve Maviş, F. (1998). *Genel Turizm Bilgisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 938.
- Albayrak, A. (2013). *Alternatif Turizm*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Altınbaşak, İ., Akyol, A., Alkibay, S., Arslan, M., Burnaz, Ş., Cengiz, E., Erdil S., Gegez, E., Günay, N., Madran, C., Şekerkaya, A., Uydacı, M., Ünüsan, Ç., Yalçın, A. ve Yolaç, G. (2008). *Küresel Pazarlama Yönetimi*. Beta Yayınları: İstanbul.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı. Sakarya:Sakarya Yay.*, 132-144.
- Akman, E., Akman, Ç. ve Karakuş, M. (2018). Yavaş Şehir Kriterleri Çerçevesinde Seferihisar Belediyesinin Faaliyetlerinden Yerel Halkın Memnuniyet Düzeyi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 65-84.
- Aslan, Z. (Editör). (2011). *Genel Turizm*. Grafiker Yayınları. Ankara.
- Avcıkurt, C. (2009). *Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşımlar*. (3. Baskı). Detay Yayıncılık. Ankara .
- Bahçe, S. A. (2013). (Editör). *Alternatif Turizm*. Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayını. Eskişehir.
- Barton, L. (1981), Voluntary Simplicity Lifestyles and Energy Conservation, *Journal of Consumer Research*, 8, 223-234.
- Baykal, D. (2012). *Küreselleşme Sürecinin Uluslararası Turizme Ve Türkiye'ye Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi. Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Düzce.
- Beck, U. (2000). *What is globalization?*. Polity Publisher. Aktaran: Buluk, B. ve Özkök, F. (2016). Küreselleşme Hareketlerinin Turizm Endüstrisine Etkileri. *Akademik Bakış Dergisi*, 54, 37-53.
- Beyhan, G. ve Ünügür, M. (2005). “ Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm Ve Kimlik Modeli”. İTÜ Mimarlık Fakültesi, *İTÜ Dergisi*, 2.
- Buluk, B. ve Özkök, F. (2016). Küreselleşme Hareketlerinin Turizm Endüstrisine Etkileri. *Akademik Bakış Dergisi*, 54, 37-53.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar Ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32, 470-483.
- Cengiz, F. ve Kantarcı, K. (2013). Üçüncü Yaş Turistlerine Yönelik Turistik Ürün Önem-Performans Analizi. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 5(2), 29-35.

- Cengiz, H. (2014). *Gönüllü Sade Yaşam Davranışının Ölüm Tüketimi Davranışına Yönelik Tutumlar Üzerine Etkisi: Türk Ve Amerikan Kültürleri Arasında Bir Karşılaştırma*, Doktora Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Churchill, G. and Jr, A. (1991). *Marketing Research, Methodological Foundations* (5. Baskı), Orlando, *The Dryden Press*, Aktaran: Sürmeli, Ö. (2002). *Kurumsal Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Rekabet Stratejisi İlişkisi*, Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Coşar, Y. (2013). *Yavaş Şehir (Cittaslow) Olgusunun Turist Davranışları Ve Yerel Halkın Kentsel Yaşam Kalitesi Algısına Etkileri*. Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İzmir.
- Coşkun, E. (2018). *Yavaş Şehir Algısı Ve Yavaş Şehirlerde İnovatif Yatırımlara İlişkin Bir Araştırma*. Doktora Tezi. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Aydın.
- Çağlar, B. ve Karagöz, B. (2010). Uluslararası Pazarlama Araştırmalarında Coğrafi Bilgi Sisteminin Önemi. *III. Uzaktan Algılama ve Coğrafi Bilgi Sistemleri Sempozyumu*, 683-691, Gebze.
- Çakıcı, C. A., Yenipınar, U. ve Benli, S. (2014). Yavaş Şehir Hareketi: Seferihisar Halkının Tutum ve Algıları İle Yaşam Doyumları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11 (3), 26-41.
- Çalışkan, M. (2002). *Yetişkinlerde Çevre Duyarlılığını Etkileyen Etmenler*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Çeken, H., Dalgın, T. ve Karadağ, L. (2009). Küreselleşme Ve Uluslararası Turizm Arasındaki İlişki, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 21-36.
- Çerçi, A. (2013). *Destinasyon Markalama Ve Yavaş Şehir Seferihisar'ın Destinasyon Marka İmajı*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Çeşmeci, M. H. (2018). *Türkiye'de Turizmin Mcdonaldlaştırılması: Bir Turistik Ürün Olarak Paket Tur İncelemesi*, Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Doğan, M., Aksu, M., Çelik, Ö. ve Kaymak, H. (2014). Cittaslow Markasının Turizme Etkisi: Seferihisar'daki Konaklama İşletmeleri Yöneticileri Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 4 (2), 06-11.
- DPT. (1985). *Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989)*, Ankara.
- DPT. (2013). *Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2015-2018)*, Ankara.
- Durmuş, B., Yurtkoru, E.S. ve Çinko, M. (2011). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. (4.Baskı). Beta Yayınevi. İstanbul.

- Durmuş, B., Yurtkoru, E.S. ve Çinko, M. (2016). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. Beta Yayınevi. İstanbul.
- Elgin, D. (1993). Voluntary Simplicity: Toward a Way of Life that is Outwardly Simple, Inwardly Rich, *William Morrow and Company Inc.*, New York. Aktaran: Örs, H., (2016). Gönüllü Sade Yaşam Kavramının Tarihteki İlk Uygulamaları: Selçuklu-Osmanlı Dönemi Ahilik Sisteminde Gönüllü Sade Yaşam, *Journal of Management, Marketing and Logistics -JMML*, 3(3), 272-283.
- Ergen, A. (2014). *Maddi Değerler, Gönüllü Sade Yaşam Biçimi, Çevre Bilgisi: Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Açısından Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gallagher, A. (2013). "Slow Ethics: A Sustainable Approach to Ethical Care Practices?", *Clinical Ethics*, 8(4), 98–104. Aktaran: Sağır, G. (2017). Küreselleşmeden Geleneksele Dönüşte Slow Food Ve Cittaslow Hareketi, *The Journal of Social Science*, 1(2).
- Garda, B. ve Temizel, M. (2016). Sürdürülebilir Turizm Çeşitleri. Selçuk Üniversitesi *Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, 12, 83-103.
- Goldman, D., Yavetz, B. and Pe'er, S. (2006). Environmental literacy in teacher training in Israel: Environmental behavior of new students. *Journal of Environmental Education*, 38(1), 3–22.
- Holden, P. (1984). *Alternative Tourism With a Focus on Asia. Chiang Mai, Thailand: Ecumenical Coalition on Third World Tourism*. Aktaran: Smith, V. L. and Eadington, W. R. (1992). *Tourism Alternative: Potentials And Problems İn The Development Of Tourism, Philadelphia: University of Pennsylvania Press*.
- Honore, C. (2004). In Praise of Slowness: How a Worldwide Movement Is Challenging the Cult of Speed, *San Francisco: Harper San Francisco*, Aktaran: Sağır, G. (2017). Küreselleşmeden Geleneksele Dönüşte Slow Food Ve Cittaslow Hareketi, *The Journal of Social Science*, 1(2).
- Honore, C. (2008). *Yavaş, Hız Çılgınlığına Başkaldıran Yavaşlık Hareketi* (Çev. G. Esen). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Huneke, M. E. (2005). The Face of Un-Consumer: An Empirical Examination of The Practical of Voluntary Simplicity in The United States. *University of Washington, Bothell, Psychology & Marketing*, 22 (7), 527-550.
- Iwata, O. (1997). Attitudinal and Behavioral Correlates of Voluntary Simplicity Lifestyles. *Social Behavior and Personality*, 25, 233-240.
- Iwata, O. (2006). An Evaluation of Consumerism and Lifestyle as Correlates of a Voluntary Simplicity Lifestyle, *Social Behavior and Personality*. 34(5), 557-568.
- İnternet: <https://www.slowfood.com/nazioni-condotte/turkey/>, Erişim Tarihi: 01.08.2019.
- İnternet: Global Alternative Tourism Network resmi sitesi. Web: <http://ymcatourism.org>, Erişim tarihi: 06.05.2019.

İnternet: <https://www.fondazione Slow Food.com/en/what-we-do/earth-markets/>, Erişim Tarihi: 01.08.2019.

İnternet: <http://seferihisar.bel.tr>, Erişim Tarihi: 14.05.2019.

İnternet: <https://blogs.worldbank.org/opendata/new-country-classifications-income-level-2018-2019>, Erişim Tarihi: 10.12.2019.

İnternet: <https://dijilopedi.com/2019-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>, Erişim Tarihi: 17.04.2019.

İnternet: <https://slowfoodgenclik.wordpress.com/slow-food/>, Erişim Tarihi: 08.11.2018.

İnternet: Karakuzlu Z. (2015). *Sürdürülebilir Kentler ve Kasabalar, Yerel Gündem 21 ve Bursa Örneği*. Web: [http://tucaum.ankara.edu.tr/wp-content/uploads/sites/280/2015/08/semp6\\_43.pdf](http://tucaum.ankara.edu.tr/wp-content/uploads/sites/280/2015/08/semp6_43.pdf), Erişim tarihi: 08.05.2019.

İnternet: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım İşletmeleri Genel Müdürlüğü, (2018) Turizm İstatistikleri Genel Değerlendirme Raporu. Web: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr>, Erişim Tarihi: 29.04.2019.

İnternet: Kültür ve Turizm Bakanlığı. Web: <http://www.kultur.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 10.04.2019.

İnternet: [slowtourism-italia.org](http://slowtourism-italia.org), Erişim Tarihi: 04.12.18.

İnternet: Sürdürülebilir Kalkınma Websitesi. Web: [www.surdurulebilirkalkinma.gov.tr](http://www.surdurulebilirkalkinma.gov.tr), Erişim tarihi, 06.05.2019.

İnternet: UNDP Türkiye Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri. Web: <http://www.tr.undp.org>, Erişim Tarihi: 06.05.2019.

İnternet: [www.cittaslow.org](http://www.cittaslow.org), Erişim Tarihi: 08.11.2018.

İnternet: [www.cittaslowturkiye.org](http://www.cittaslowturkiye.org), Erişim Tarihi: 15.11. 2018.

İnternet: [www.e-unwto.org](http://www.e-unwto.org), Erişim Tarihi: 29.04.2019.

İnternet: [www.nufusu.com/ilce/seferihisar\\_izmir-nufusu](http://www.nufusu.com/ilce/seferihisar_izmir-nufusu), Erişim Tarihi: 15.05.2019.

İnternet: [www.slowfood.com](http://www.slowfood.com), Erişim Tarihi: 20.12.2018.

İnternet: Sırım, V. (2012). Web: <http://www.italyaonline.net/Italya/hakkında/makaleler/Sakin%20Sehirler.htm>, Erişim Tarihi: 06.11.2018.

Kalaycı, Ş. (2008). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikler*. (3. Baskı), Asil Yayın Dağıtım, Ankara.

Karafakioğlu, M. (2000). *Uluslararası Pazarlama Yönetimi Teori, Uygulama ve Örnek Olaylar*. (3. Baskı), Beta Yayınları, İstanbul.

Karapınar, E. (2013). *Voluntary Simplicity In Turkey: A Segmentation Approach*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kaya, E. (2011). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Cunda(Alibey) Adası Turizm Yönetim Planı Modeli Önerisi*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Kaypak, Ş. (2010). Ekolojik Turizmin Sürdürülebilirliği. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2 (2).
- Keskin, E.B. (2010). *Sürdürülebilir Kent Kavramına Farklı Bir Bakış Olarak Yavaş Şehirler (Cittaslow): Seferihisar Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Kozak, N. ve Akoğlan Kozak, M. (Ed.). (2012). *Genel Turizm Bilgisi*. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını. Eskişehir.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2011). *Genel Turizm İlkeler- Kavramlar*. (11. Baskı). Detay Yayıncılık. Ankara.
- Kozak, M.A., Evren, S. ve Çakır, O. (2013). Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.
- Küçükaltan, E. G. ve Pirnar, I. (2016). Competitiveness Factors of a Tourism Destination and Impact On Residents' Quality of Life: The Case of Cittaslow-Seferihisar. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 2(1), 2-29.
- Mayer, H. and Knox, P. L. (2009). Pace of Life and Quality of Life: The Slow City Charter. *Community Quality-of Life Indicators*, 1, 21-40, Aktaran: Ergüven, M.H. (2011). Cittaslow – Yaşamaya Değer Şehirlerin Uluslararası Birliği: Vize Örneği, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 201-210.
- Mayer, H. and Knox. P.L. (2006). "Slow Cities: Sustainable Places İn A Fast World", *Journal of Urban Affairs*, 28(4), 321–334, Aktaran: Ünal, Ç. (2016). Turizm Coğrafyasında Yeni Kavramlar Yavaş Şehirler ve Yavaş Turizm, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 21 (36), 13-28.
- Myer, D. (2003). "Wealth and Happiness: A Limited Relationship", Doherty et al.(eds.) Voluntary Simplicity: Responding the Consumer Culture, *Maryland, Rowman and Littlefield Puplicers Inc.*, Aktaran: Özgül, E. (2011). Tüketicilerin Sosyo-Demografik Özelliklerinin Hedonik Tüketim ve Gönüllü Sade Yaşam Tarzları Açısından Değerlendirilmesi, *Ege Akademik Bakış*, 11(1), 25-38.
- Nakip, M. (2003). *Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*. (1.Baskı). Seçkin Yayıncılık. Ankara.
- Oral, S. (1992). Türkiye’de Gençlik Turizmi ve Geliştirilmesi. *Turizm Bakanlığı Konferans – Workshop*, 125-134. Ankara.
- Özdamar, K. (1999). *Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi*, (1. Baskı). Kaan Kitabevi, Eskişehir.

- Özgül, E. (2010). Tüketicilerin Değer Yapıları, Gönüllü Sade Yaşam Tarzı Ve Sürdürülebilir Tüketim Üzerindeki Etkileri, *H.U. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28(2), 117-150.
- Özgül, E. (2011). Tüketicilerin Sosyo-Demografik Özelliklerinin Hedonik Tüketim ve Gönüllü Sade Yaşam Tarzları Açısından Değerlendirilmesi. *Ege Akademik Bakış*. 11(1), 25-38.
- Parkins, W. (2004). Out of Time Fast Subjects and Slow Living, *Time & Society*, 13 (2-3): 363-382, Aktaran: Keskin, E. B. (2012). Sürdürülebilir Kent Kavramına Farklı Bir Bakış: Yavaş Şehirler (Cittaslow). *PARADOKS Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 8(1), 81-99.
- Pavot, W. and Diener, E. (1993). 'Review of the Satisfaction With Life Scale', *Psychological Assessment*, 5(2), 164-172.
- Pehlivanoğlu, B. (2011). Konaklama Yapılarında Ekolojik Yaklaşımlar, *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(3), 373-383.
- Pink, S. (2008). "Sense and Sustainability: The Case of the Slow City Movement", *Local Environment*, 2008b/13(2), 95-106, Aktaran: Ünal, Ç. (2016). Turizm Coğrafyasında Yeni Kavramlar "Yavaş Şehirler ve Yavaş Turizm", *Doğu Coğrafya Dergisi*, 21 (36), 13-28.
- Prasenza, A., Abbate, T. and Micera, R. (2015). The Cittaslow Movement: Opportunities and Challenges for the Governance of Tourism Destinations. *Tourism Planning & Development*, 12(4), 479-488.
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social theory and global culture*. Sage. Aktaran: Buluk, B. ve Özkök, F. (2016). Küreselleşme Hareketlerinin Turizm Endüstrisine Etkileri, *Akademik Bakış Dergisi*, 54, 37-53.
- Sağır, G. (2017). Küreselleşmeden Geleneksele Dönüşte Slow Food Ve Cittaslow Hareketi, *The Journal of Social Science*,1(2).
- Sezerer Albayrak, E. (2017). *Hedonik ve Faydacı Tüketim Bağlamında İnternet Üzerinden Alışveriş Alışkanlıkları: Bir Uygulama Örneği*, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Shama, A. (1985). The Voluntary Simplicity Consumer, *The Journal of Consumer Marketing*, 2, 57-63.
- Smith, V. L. and Eadington, W. R. (1992). Tourism Alternative: Potentials And Problems In The Development Of Tourism, *Philadelphia: University of Pennsylvania Press*. Aktaran: Baytok, A., Pelit, E. ve Soybalı, H. H. (2017). Alternatif Turizm Mi Turizmde Çeşitlilik Mi? Kavramsal Bir Değerlendirme, *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (ERZSOSDE)*, ÖS-IV: 1-14.
- Soyak, M. (2013). Uluslararası Turizmde Son Eğilimler Ve Türkiye'de Turizm Politikalarının Evrimi, *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1-18.



- Soykan, F. (2000). Turizm Coğrafyası ve Turizm Planlaması. *Ege Coğrafya Dergisi*, 11, 39- 55.
- Stiglitz, J. E. (2002). *Globalization and its Discontents*, New York, Aktaran: Buluk, B. ve Özkök, F. (2016). Küreselleşme Hareketlerinin Turizm Endüstrisine Etkileri, *Akademik Bakış Dergisi*, 54: 37-53.
- Taşcıoğlu, G, S. (2016). ‘‘ Sürdürülebilir Turizm İçin Stratejilerin Geliştirilmesi; Kuzey Antalya Kültür Ve Turizm Koruma Ve Gelişim Bölgesi Örneği’’. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı. Ankara.
- Tavmergen, İ. P. (1998). Turizm İşletmelerinde Verimliliği Arttıran Yeni Teknolojiler ve Yaklaşımlar, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 9, 39-43.
- Timur, S. ve Yılmaz, M. (2013). Çevre Davranış Ölçeğinin Türkçe’ye Uyarlanması, *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33(2), 317-333.
- Usta, Ö. (2008). *Turizm ve Genel Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ünal, Ç. (2016). Turizm Coğrafyasında Yeni Kavramlar ‘‘Yavaş Şehirler ve Yavaş Turizm’’, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 21 (36), 13-28.
- Ünal, M. ve Zavalısız, Y. S. (2016). Küreselleşme Karşısı Bir Hareket: Yavaş Hareketi. *İnsan ve toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 889-912.
- Walther, C. S. and Sandlin, J. A. (2013). Green Capital and Social Reproduction Within Families Practising Voluntary Simplicity in The US, *International Journal of Consumer Studies*, 37(1), 36-45.
- Yalçın, A. ve Yalçın, S. (2013). Sürdürülebilir Yerel Kalkınma İçin Cittaslow Hareketi Bir Model Olabilir Mi?, *Sosyal Ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), 32-41.
- Yaşar, M. (2014). İstatistiğe Yönelik Tutum Ölçeği: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması, *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 36, 59-75.
- Yavuz, V. A. (2010). Sürdürülebilirlik Kavramı Ve İşletmeler Açısından Sürdürülebilir Üretim Stratejileri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (14).
- Yurtseven, H.R., Kaya, O. ve Harman, S. (2010). *Yavaş Hareketi*. Detay Yayıncılık, 2-74, Ankara.
- Zavestoski, S. (2002). ‘‘The Social-psychological Bases of Anti-Consumption Attitudes’’. *Psychology&Marketing*. 19(2), 149–165. Aktaran: Argan M., Argan M. T. ve Sevim N. (2012). Tükenmeden Tükettiren Yaşam Tarzı: Gönüllü Sadelik, 17. *Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı*, Balıkesir Üniversitesi Yayın No 39, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu,1, 201-220.





**EKLER**

**EK-1. Hipotezlere ilişkin Tukey, Scheffe ve Tamhane's T2 test sonuçları**

Çizelge 1. H1e hipotezine İl/ Merkez ilçe İlişkin Tukey ve Scheffe test sonuçları

|              | (I) Yaşadığınız Yer | (J) Yaşadığınız Yer | Ortalama Fark (I-J) | Std. Hata | Anlamlılık |
|--------------|---------------------|---------------------|---------------------|-----------|------------|
| Tukey<br>HSD | Köy                 | İl/ Merkez İlçe     | -,00406             | ,13592    | 1,000      |
|              |                     | İlçe                | ,14450              | ,13642    | ,715       |
|              |                     | Metropol/Büyükşehir | -,09518             | ,13843    | ,902       |
|              | İl/ Merkez İlçe     | Köy                 | ,00406              | ,13592    | 1,000      |
|              |                     | İlçe                | ,14856              | ,07686    | ,216       |
|              |                     | Metropol/Büyükşehir | -,09112             | ,08039    | ,669       |
|              | İlçe                | Köy                 | -,14450             | ,13642    | ,715       |
|              |                     | İl/ Merkez İlçe     | -,14856             | ,07686    | ,216       |
|              |                     | Metropol/Büyükşehir | -,23968*            | ,08122    | ,018       |
|              | Metropol/Büyükşehir | Köy                 | ,09518              | ,13843    | ,902       |
|              |                     | İl/ Merkez İlçe     | ,09112              | ,08039    | ,669       |
|              |                     | İlçe                | ,23968*             | ,08122    | ,018       |
| Scheffe      | Köy                 | İl/ Merkez İlçe     | -,00406             | ,13592    | 1,000      |
|              |                     | İlçe                | ,14450              | ,13642    | ,772       |
|              |                     | Metropol/Büyükşehir | -,09518             | ,13843    | ,925       |
|              | İl/ Merkez İlçe     | Köy                 | ,00406              | ,13592    | 1,000      |
|              |                     | İlçe                | ,14856              | ,07686    | ,293       |
|              |                     | Metropol/Büyükşehir | -,09112             | ,08039    | ,733       |
|              | İlçe                | Köy                 | -,14450             | ,13642    | ,772       |
|              |                     | İl/ Merkez İlçe     | -,14856             | ,07686    | ,293       |
|              |                     | Metropol/Büyükşehir | -,23968*            | ,08122    | ,035       |
|              | Metropol/Büyükşehir | Köy                 | ,09518              | ,13843    | ,925       |
|              |                     | İl/ Merkez İlçe     | ,09112              | ,08039    | ,733       |
|              |                     | İlçe                | ,23968*             | ,08122    | ,035       |

**EK-1. Hipotezlere ilişkin Tukey, Scheffe ve Tamhane's T2 test sonuçları**

Çizelge 2. H2e hipotezine ilişkin Tukey ve Scheffe test sonuçları

|                     | (I) Yaşadığınız Yer | (J) Yaşadığınız Yer | Ortalama Fark (I-J) | Std. Hata | Anlamlılık |      |
|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-----------|------------|------|
| Tukey<br>HSD        | Köy                 | İl/ Merkez İlçe     | -,02617             | ,09485    | ,993       |      |
|                     |                     | İlçe                | -,19671             | ,09520    | ,166       |      |
|                     |                     | Metropol/Büyükşehir | -,10419             | ,09660    | ,703       |      |
|                     | İl/ Merkez İlçe     | Köy                 | ,02617              | ,09485    | ,993       |      |
|                     |                     | İlçe                | -,17053*            | ,05364    | ,009       |      |
|                     |                     | Metropol/Büyükşehir | -,07801             | ,05610    | ,506       |      |
|                     | İlçe                | Köy                 | ,19671              | ,09520    | ,166       |      |
|                     |                     | İl/ Merkez İlçe     | ,17053*             | ,05364    | ,009       |      |
|                     |                     | Metropol/Büyükşehir | ,09252              | ,05668    | ,362       |      |
|                     | Metropol/Büyükşehir | Köy                 | ,10419              | ,09660    | ,703       |      |
|                     |                     | İl/ Merkez İlçe     | ,07801              | ,05610    | ,506       |      |
|                     |                     | İlçe                | -,09252             | ,05668    | ,362       |      |
|                     | Scheffe             | Köy                 | İl/ Merkez İlçe     | -,02617   | ,09485     | ,995 |
|                     |                     |                     | İlçe                | -,19671   | ,09520     | ,235 |
|                     |                     |                     | Metropol/Büyükşehir | -,10419   | ,09660     | ,762 |
| İl/ Merkez İlçe     |                     | Köy                 | ,02617              | ,09485    | ,995       |      |
|                     |                     | İlçe                | -,17053*            | ,05364    | ,019       |      |
|                     |                     | Metropol/Büyükşehir | -,07801             | ,05610    | ,587       |      |
| İlçe                |                     | Köy                 | ,19671              | ,09520    | ,235       |      |
|                     |                     | İl/ Merkez İlçe     | ,17053*             | ,05364    | ,019       |      |
|                     |                     | Metropol/Büyükşehir | ,09252              | ,05668    | ,447       |      |
| Metropol/Büyükşehir |                     | Köy                 | ,10419              | ,09660    | ,762       |      |
|                     |                     | İl/ Merkez İlçe     | ,07801              | ,05610    | ,587       |      |
|                     |                     | İlçe                | -,09252             | ,05668    | ,447       |      |

**EK-1. Hipotezlere ilişkin Tukey, Scheffe ve Tamhane's T2 test sonuçları**

Çizelge 3. H2f hipotezine ilişkin Tamhane's T2 testi sonuçları

| Tamhane            |                    |                     |           |            |
|--------------------|--------------------|---------------------|-----------|------------|
| (I) Aylık Gelir    | (J) Aylık Gelir    | Ortalama Fark (I-J) | Std. Hata | Anlamlılık |
| 1603 TL ve altında | 1604-3000 TL       | -,06652             | ,09497    | ,999       |
|                    | 3001-4500 TL       | -,17162             | ,11012    | ,732       |
|                    | 4501-6000 TL       | -,37248*            | ,10075    | ,004       |
|                    | 6001 TL ve üzeri   | -,05008             | ,07095    | ,999       |
| 1604-3000 TL       | 1603 TL ve altında | ,06652              | ,09497    | ,999       |
|                    | 3001-4500 TL       | -,10511             | ,11286    | ,987       |
|                    | 4501-6000 TL       | -,30597*            | ,10374    | ,043       |
|                    | 6001 TL ve üzeri   | ,01643              | ,07513    | 1,000      |
| 3001-4500 TL       | 1603 TL ve altında | ,17162              | ,11012    | ,732       |
|                    | 1604-3000 TL       | ,10511              | ,11286    | ,987       |
|                    | 4501-6000 TL       | -,20086             | ,11776    | ,623       |
|                    | 6001 TL ve üzeri   | ,12154              | ,09355    | ,893       |
| 4501-6000 TL       | 1603 TL ve altında | ,37248*             | ,10075    | ,004       |
|                    | 1604-3000 TL       | ,30597*             | ,10374    | ,043       |
|                    | 3001-4500 TL       | ,20086              | ,11776    | ,623       |
|                    | 6001 TL ve üzeri   | ,32240*             | ,08231    | ,004       |
| 6001 TL ve üzeri   | 1603 TL ve altında | ,05008              | ,07095    | ,999       |
|                    | 1604-3000 TL       | -,01643             | ,07513    | 1,000      |
|                    | 3001-4500 TL       | -,12154             | ,09355    | ,893       |
|                    | 4501-6000 TL       | -,32240*            | ,08231    | ,004       |

**EK-1. Hipotezlere ilişkin Tukey, Scheffe ve Tamhane's T2 test sonuçları**

Çizelge 4. H2g hipotezine ilişkin Tukey ve Scheffe test sonuçları

|                | (I) Mesleğiniz               | (J) Mesleğiniz               | Ortalama Fark<br>(I-J) | Std.<br>Hata | Anlamlılık |
|----------------|------------------------------|------------------------------|------------------------|--------------|------------|
| Tukey<br>HSD   | Emekli                       | Memur                        | -,07785                | ,08377       | ,983       |
|                |                              | Ev Hanımı                    | -,03835                | ,10248       | 1,000      |
|                |                              | İşçi                         | -,00934                | ,06804       | 1,000      |
|                |                              | Öğrenci                      | ,09403                 | ,06763       | ,861       |
|                |                              | Serbest Meslek               | -,16061                | ,07490       | ,388       |
|                |                              | Profesyonel -<br>Özel Sektör | -,15285                | ,09268       | ,720       |
|                |                              | İşsiz                        | ,47096                 | ,31084       | ,799       |
|                | Memur                        | Emekli                       | ,07785                 | ,08377       | ,983       |
|                |                              | Ev Hanımı                    | ,03949                 | ,11366       | 1,000      |
|                |                              | İşçi                         | ,06850                 | ,08394       | ,992       |
|                |                              | Öğrenci                      | ,17187                 | ,08360       | ,446       |
|                |                              | Serbest Meslek               | -,08277                | ,08959       | ,984       |
|                |                              | Profesyonel -<br>Özel Sektör | -,07500                | ,10490       | ,997       |
|                |                              | İşsiz                        | ,54881                 | ,31471       | ,658       |
|                | Ev Hanımı                    | Emekli                       | ,03835                 | ,10248       | 1,000      |
|                |                              | Memur                        | -,03949                | ,11366       | 1,000      |
|                |                              | İşçi                         | ,02901                 | ,10262       | 1,000      |
|                |                              | Öğrenci                      | ,13238                 | ,10235       | ,901       |
|                |                              | Serbest Meslek               | -,12226                | ,10729       | ,948       |
|                |                              | Profesyonel -<br>Özel Sektör | -,11449                | ,12038       | ,981       |
|                |                              | İşsiz                        | ,50932                 | ,32020       | ,756       |
| İşçi           | Emekli                       | ,00934                       | ,06804                 | 1,000        |            |
|                | Memur                        | -,06850                      | ,08394                 | ,992         |            |
|                | Ev Hanımı                    | -,02901                      | ,10262                 | 1,000        |            |
|                | Öğrenci                      | ,10337                       | ,06784                 | ,794         |            |
|                | Serbest Meslek               | -,15127                      | ,07509                 | ,473         |            |
|                | Profesyonel -<br>Özel Sektör | -,14350                      | ,09283                 | ,782         |            |
|                | İşsiz                        | ,48031                       | ,31089                 | ,782         |            |
| Öğrenci        | Emekli                       | -,09403                      | ,06763                 | ,861         |            |
|                | Memur                        | -,17187                      | ,08360                 | ,446         |            |
|                | Ev Hanımı                    | -,13238                      | ,10235                 | ,901         |            |
|                | İşçi                         | -,10337                      | ,06784                 | ,794         |            |
|                | Serbest Meslek               | -,25464*                     | ,07472                 | ,016         |            |
|                | Profesyonel -<br>Özel Sektör | -,24687                      | ,09253                 | ,136         |            |
|                | İşsiz                        | ,37694                       | ,31080                 | ,928         |            |
| Serbest Meslek | Emekli                       | ,16061                       | ,07490                 | ,388         |            |
|                | Memur                        | ,08277                       | ,08959                 | ,984         |            |

**EK-1. Hipotezlere ilişkin Tukey, Scheffe ve Tamhane's T2 test sonuçları**

|                              |        |                              |         |        |       |
|------------------------------|--------|------------------------------|---------|--------|-------|
|                              |        | Ev Hanımı                    | ,12226  | ,10729 | ,948  |
|                              |        | İşçi                         | ,15127  | ,07509 | ,473  |
|                              |        | Öğrenci                      | ,25464* | ,07472 | ,016  |
|                              |        | Profesyonel -<br>Özel Sektör | ,00777  | ,09797 | 1,000 |
|                              |        | İşsiz                        | ,63158  | ,31246 | ,469  |
| Profesyonel -<br>Özel Sektör |        | Emekli                       | ,15285  | ,09268 | ,720  |
|                              |        | Memur                        | ,07500  | ,10490 | ,997  |
|                              |        | Ev Hanımı                    | ,11449  | ,12038 | ,981  |
|                              |        | İşçi                         | ,14350  | ,09283 | ,782  |
|                              |        | Öğrenci                      | ,24687  | ,09253 | ,136  |
|                              |        | Serbest Meslek               | -,00777 | ,09797 | 1,000 |
|                              |        | İşsiz                        | ,62381  | ,31719 | ,506  |
| İşsiz                        |        | Emekli                       | -,47096 | ,31084 | ,799  |
|                              |        | Memur                        | -,54881 | ,31471 | ,658  |
|                              |        | Ev Hanımı                    | -,50932 | ,32020 | ,756  |
|                              |        | İşçi                         | -,48031 | ,31089 | ,782  |
|                              |        | Öğrenci                      | -,37694 | ,31080 | ,928  |
|                              |        | Serbest Meslek               | -,63158 | ,31246 | ,469  |
|                              |        | Profesyonel -<br>Özel Sektör | -,62381 | ,31719 | ,506  |
| Scheffe                      | Emekli | Memur                        | -,07785 | ,08377 | ,997  |
|                              |        | Ev Hanımı                    | -,03835 | ,10248 | 1,000 |
|                              |        | İşçi                         | -,00934 | ,06804 | 1,000 |
|                              |        | Öğrenci                      | ,09403  | ,06763 | ,963  |
|                              |        | Serbest Meslek               | -,16061 | ,07490 | ,709  |
|                              |        | Profesyonel -<br>Özel Sektör | -,15285 | ,09268 | ,909  |
|                              |        | İşsiz                        | ,47096  | ,31084 | ,941  |
| Memur                        |        | Emekli                       | ,07785  | ,08377 | ,997  |
|                              |        | Ev Hanımı                    | ,03949  | ,11366 | 1,000 |
|                              |        | İşçi                         | ,06850  | ,08394 | ,999  |
|                              |        | Öğrenci                      | ,17187  | ,08360 | ,753  |
|                              |        | Serbest Meslek               | -,08277 | ,08959 | ,997  |
|                              |        | Profesyonel -<br>Özel Sektör | -,07500 | ,10490 | ,999  |
|                              |        | İşsiz                        | ,54881  | ,31471 | ,880  |
| Ev Hanımı                    |        | Emekli                       | ,03835  | ,10248 | 1,000 |
|                              |        | Memur                        | -,03949 | ,11366 | 1,000 |
|                              |        | İşçi                         | ,02901  | ,10262 | 1,000 |
|                              |        | Öğrenci                      | ,13238  | ,10235 | ,975  |
|                              |        | Serbest Meslek               | -,12226 | ,10729 | ,988  |
|                              |        | Profesyonel -<br>Özel Sektör | -,11449 | ,12038 | ,996  |
|                              |        | İşsiz                        | ,50932  | ,32020 | ,924  |
| İşçi                         |        | Emekli                       | ,00934  | ,06804 | 1,000 |
|                              |        | Memur                        | -,06850 | ,08394 | ,999  |
|                              |        | Ev Hanımı                    | -,02901 | ,10262 | 1,000 |
|                              |        |                              |         |        |       |



**EK-1. Hipotezlere ilişkin Tukey, Scheffe ve Tamhane's T2 test sonuçları**

|                              |                              |         |        |       |
|------------------------------|------------------------------|---------|--------|-------|
|                              | Öğrenci                      | ,10337  | ,06784 | ,939  |
|                              | Serbest Meslek               | -,15127 | ,07509 | ,772  |
|                              | Profesyonel -<br>Özel Sektör | -,14350 | ,09283 | ,935  |
| Öğrenci                      | İşsiz                        | ,48031  | ,31089 | ,935  |
|                              | Emekli                       | -,09403 | ,06763 | ,963  |
|                              | Memur                        | -,17187 | ,08360 | ,753  |
|                              | Ev Hanımı                    | -,13238 | ,10235 | ,975  |
|                              | İşçi                         | -,10337 | ,06784 | ,939  |
|                              | Serbest Meslek               | -,25464 | ,07472 | ,118  |
|                              | Profesyonel -<br>Özel Sektör | -,24687 | ,09253 | ,419  |
| Serbest Meslek               | İşsiz                        | ,37694  | ,31080 | ,983  |
|                              | Emekli                       | ,16061  | ,07490 | ,709  |
|                              | Memur                        | ,08277  | ,08959 | ,997  |
|                              | Ev Hanımı                    | ,12226  | ,10729 | ,988  |
|                              | İşçi                         | ,15127  | ,07509 | ,772  |
|                              | Öğrenci                      | ,25464  | ,07472 | ,118  |
|                              | Profesyonel -<br>Özel Sektör | ,00777  | ,09797 | 1,000 |
| Profesyonel -<br>Özel Sektör | İşsiz                        | ,63158  | ,31246 | ,769  |
|                              | Emekli                       | ,15285  | ,09268 | ,909  |
|                              | Memur                        | ,07500  | ,10490 | ,999  |
|                              | Ev Hanımı                    | ,11449  | ,12038 | ,996  |
|                              | İşçi                         | ,14350  | ,09283 | ,935  |
|                              | Öğrenci                      | ,24687  | ,09253 | ,419  |
|                              | Serbest Meslek               | -,00777 | ,09797 | 1,000 |
| İşsiz                        | İşsiz                        | ,62381  | ,31719 | ,794  |
|                              | Emekli                       | -,47096 | ,31084 | ,941  |
|                              | Memur                        | -,54881 | ,31471 | ,880  |
|                              | Ev Hanımı                    | -,50932 | ,32020 | ,924  |
|                              | İşçi                         | -,48031 | ,31089 | ,935  |
|                              | Öğrenci                      | -,37694 | ,31080 | ,983  |
|                              | Serbest Meslek               | -,63158 | ,31246 | ,769  |
|                              | Profesyonel -<br>Özel Sektör | -,62381 | ,31719 | ,794  |

**EK-1. Hipotezlere ilişkin Tukey, Scheffe ve Tamhane's T2 test sonuçları**

Çizelge 5. H3a hipotezine ilişkin Tamhane's T2 test sonuçları

| (I) Yasımız | (J) Yasımız | Ortalama Fark (I-J) | Std. Hata | Anlamlılık |
|-------------|-------------|---------------------|-----------|------------|
| 18-25       | 26-35       | -,13851             | ,10204    | ,856       |
|             | 36-45       | -,22778             | ,10190    | ,238       |
|             | 46-55       | -,19193             | ,09825    | ,416       |
|             | 56 ve üzeri | -,26880*            | ,08497    | ,018       |
| 26-35       | 18-25       | ,13851              | ,10204    | ,856       |
|             | 36-45       | -,08927             | ,10186    | ,992       |
|             | 46-55       | -,05342             | ,09821    | 1,000      |
|             | 56 ve üzeri | -,13030             | ,08493    | ,745       |
| 36-45       | 18-25       | ,22778              | ,10190    | ,238       |
|             | 26-35       | ,08927              | ,10186    | ,992       |
|             | 46-55       | ,03584              | ,09806    | 1,000      |
|             | 56 ve üzeri | -,04103             | ,08475    | 1,000      |
| 46-55       | 18-25       | ,19193              | ,09825    | ,416       |
|             | 26-35       | ,05342              | ,09821    | 1,000      |
|             | 36-45       | -,03584             | ,09806    | 1,000      |
|             | 56 ve üzeri | -,07687             | ,08033    | ,984       |
| 56 ve üzeri | 18-25       | ,26880*             | ,08497    | ,018       |
|             | 26-35       | ,13030              | ,08493    | ,745       |
|             | 36-45       | ,04103              | ,08475    | 1,000      |
|             | 46-55       | ,07687              | ,08033    | ,984       |

**EK-1. Hipotezlere ilişkin Tukey, Scheffe ve Tamhane's T2 test sonuçları**

Çizelge 6. H4c hipotezine ilişkin Tukey ve Scheffe testi sonuçları

|                                  | (I) Bu seyahatinizdeki esas amacınız nedir? | (J) Bu seyahatinizdeki esas amacınız nedir? | Ortalama Fark (I-J) | Std. Hata | Anlamlılık |
|----------------------------------|---|---|---------------------|-----------|------------|
| Tukey HSD                        | Yeni/farklı yerler görmek                   | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak    | -,15851             | ,09747    | ,582       |
|                                  |   | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak            | ,05574              | ,06084    | ,942       |
|                                  |   | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek            | ,18904*             | ,06513    | ,045       |
|                                  |   | İş  | ,08664              | ,12259    | ,981       |
|                                  |   | Eğitim                                      | -,31019             | ,25452    | ,828       |
|                                  |   | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak    | ,15851              | ,09747    | ,582       |
|                                  | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak    | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak            | ,21425              | ,08956    | ,161       |
|                                  |   | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek            | ,34755*             | ,09252    | ,003       |
|                                  |   | İş  | ,24515              | ,13909    | ,491       |
|                                  |   | Eğitim                                      | -,15168             | ,26286    | ,992       |
| Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak | Yeni/farklı yerler görmek                   | -,05574                                     | ,06084              | ,942      |            |
|                                  | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak    | -,21425                                     | ,08956              | ,161      |            |
|                                  | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek            | ,13330                                      | ,05255              | ,116      |            |
|                                  | İş  | ,03090                                      | ,11640              | 1,000     |            |
|                                  | Eğitim                                      | -,36593                                     | ,25159              | ,693      |            |
|                                  | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek            | -,18904*                                    | ,06513              | ,045      |            |
| Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak    | -,34755*                                    | ,09252              | ,003      |            |
|                                  | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak            | -,13330                                     | ,05255              | ,116      |            |
|                                  | İş  | -,10240                                     | ,11869              | ,955      |            |
|                                  | Eğitim                                      | -,49923                                     | ,25266              | ,358      |            |

**EK-1. Hipotezlere ilişkin Tukey, Scheffe ve Tamhane's T2 test sonuçları**

|  |  |         |        |       |
|--|--|---------|--------|-------|
| İş                                       | Yeni/farklı yerler görmek                | -,08664 | ,12259 | ,981  |
|  | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak | -,24515 | ,13909 | ,491  |
|  | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak         | -,03090 | ,11640 | 1,000 |
|  | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek         | ,10240  | ,11869 | ,955  |
|  | Eğitim                                   | -,39683 | ,27318 | ,695  |
|  | Yeni/farklı yerler görmek                | ,31019  | ,25452 | ,828  |
| Eğitim                                   | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak | ,15168  | ,26286 | ,992  |
|  | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak         | ,36593  | ,25159 | ,693  |
|  | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek         | ,49923  | ,25266 | ,358  |
|  | İş                                       | ,39683  | ,27318 | ,695  |
|  | Yeni/farklı yerler görmek                | -,15851 | ,09747 | ,754  |
|  | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak | ,05574  | ,06084 | ,974  |
| Scheffe                                  | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak         | ,18904  | ,06513 | ,137  |
|  | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek         | ,08664  | ,12259 | ,992  |
|  | İş                                       | -,31019 | ,25452 | ,914  |
|  | Eğitim                                   | ,15851  | ,09747 | ,754  |
|  | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak | ,21425  | ,08956 | ,336  |
|  | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek         | ,34755* | ,09252 | ,016  |
| Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak | İş                                       | ,24515  | ,13909 | ,684  |
|  | Eğitim                                   | -,15168 | ,26286 | ,997  |
|  | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak         | -,05574 | ,06084 | ,974  |
|  | Yeni/farklı yerler görmek                |         |        |       |
|  |  |         |        |       |
|  |  |         |        |       |

**EK-1. Hipotezlere ilişkin Tukey, Scheffe ve Tamhane's T2 test sonuçları**

|                                  |  |          |        |       |
|----------------------------------|--|----------|--------|-------|
|                                  | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak | -,21425  | ,08956 | ,336  |
|                                  | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek         | ,13330   | ,05255 | ,269  |
|                                  | İş                                       | ,03090   | ,11640 | 1,000 |
|                                  | Eğitim                                   | -,36593  | ,25159 | ,833  |
| Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek | Yeni/farklı yerler görmek                | -,18904  | ,06513 | ,137  |
|                                  | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak | -,34755* | ,09252 | ,016  |
|                                  | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak         | -,13330  | ,05255 | ,269  |
|                                  | İş                                       | -,10240  | ,11869 | ,980  |
|                                  | Eğitim                                   | -,49923  | ,25266 | ,564  |
| İş                               | Yeni/farklı yerler görmek                | -,08664  | ,12259 | ,992  |
|                                  | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak | -,24515  | ,13909 | ,684  |
|                                  | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak         | -,03090  | ,11640 | 1,000 |
|                                  | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek         | ,10240   | ,11869 | ,980  |
|                                  | Eğitim                                   | -,39683  | ,27318 | ,833  |
| Eğitim                           | Yeni/farklı yerler görmek                | ,31019   | ,25452 | ,914  |
|                                  | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak | ,15168   | ,26286 | ,997  |
|                                  | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak         | ,36593   | ,25159 | ,833  |
|                                  | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek         | ,49923   | ,25266 | ,564  |
|                                  | İş                                       | ,39683   | ,27318 | ,833  |

**EK-1. Hipotezlere ilişkin Tukey, Scheffe ve Tamhane's T2 test sonuçları**

Çizelge 7. H6d hipotezine ilişkin Tukey ve Scheffe test sonuçları

|                                  | (I) Bu seyahatinizdeki esas amacınız nedir? | (J) Bu seyahatinizdeki esas amacınız nedir? | Ortalama Fark (I-J) | Std. Hata | Anlamlılık |
|----------------------------------|---|---|---------------------|-----------|------------|
| Tukey HSD                        | Yeni/farklı yerler görmek                   | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak    | -,19513             | ,14029    | ,733       |
|                                  |   | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak            | -,00514             | ,08756    | 1,000      |
|                                  |   | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek            | -,11522             | ,09374    | ,822       |
|                                  |   | İş  | -,02860             | ,17644    | 1,000      |
|                                  |   | Eğitim                                      | 1,11214*            | ,36631    | ,030       |
|                                  |   | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak    | -,19513             | ,14029    | ,733       |
|                                  | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak    | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak            | ,18999              | ,12889    | ,681       |
|                                  |   | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek            | ,07991              | ,13316    | ,991       |
|                                  |   | İş  | ,16653              | ,20019    | ,961       |
|                                  |   | Eğitim                                      | 1,30727*            | ,37832    | ,008       |
|                                  |   | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak            | ,00514              | ,08756    | 1,000      |
|                                  |   | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak    | -,18999             | ,12889    | ,681       |
|                                  | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak            | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek            | -,11007             | ,07563    | ,693       |
|                                  |   | İş  | -,02346             | ,16752    | 1,000      |
|                                  |   | Eğitim                                      | 1,11728*            | ,36210    | ,026       |
|                                  |   | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek            | ,11522              | ,09374    | ,822       |
|                                  |   | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak    | -,07991             | ,13316    | ,991       |
|                                  |   | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak            | ,11007              | ,07563    | ,693       |
| Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek | İş  | ,08662                                      | ,17083              | ,996      |            |
|                                  | Eğitim                                      | 1,22736*                                    | ,36364              | ,010      |            |

**EK-1. Hipotezlere ilişkin Tukey, Scheffe ve Tamhane's T2 test sonuçları**

|                                  |  |  |          |        |       |
|----------------------------------|--|--|----------|--------|-------|
| İş                               | Yeni/farklı yerler görmek                | ,02860                                   | ,17644   | 1,000  |       |
|                                  | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak | -,16653                                  | ,20019   | ,961   |       |
|                                  | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak         | ,02346                                   | ,16752   | 1,000  |       |
|                                  | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek         | -,08662                                  | ,17083   | ,996   |       |
|                                  | Eğitim                                   | 1,14074*                                 | ,39316   | ,045   |       |
| Eğitim                           | Yeni/farklı yerler görmek                | -1,11214*                                | ,36631   | ,030   |       |
|                                  | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak | -1,30727*                                | ,37832   | ,008   |       |
|                                  | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak         | -1,11728*                                | ,36210   | ,026   |       |
|                                  | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek         | -1,22736*                                | ,36364   | ,010   |       |
|                                  | İş                                       | -1,14074*                                | ,39316   | ,045   |       |
| Scheffe                          | Yeni/farklı yerler görmek                | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak | -,19513  | ,14029 | ,858  |
|                                  |  | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak         | -,00514  | ,08756 | 1,000 |
|                                  |  | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek         | -,11522  | ,09374 | ,911  |
|                                  |  | İş                                       | -,02860  | ,17644 | 1,000 |
|                                  |  | Eğitim                                   | 1,11214  | ,36631 | ,103  |
|                                  | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak | Yeni/farklı yerler görmek                | ,19513   | ,14029 | ,858  |
|                                  |  | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak         | ,18999   | ,12889 | ,824  |
|                                  |  | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek         | ,07991   | ,13316 | ,996  |
|                                  |  | İş                                       | ,16653   | ,20019 | ,983  |
|                                  |  | Eğitim                                   | 1,30727* | ,37832 | ,038  |
| Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak | Yeni/farklı yerler görmek                | ,00514                                   | ,08756   | 1,000  |       |

**EK-1. Hipotezlere ilişkin Tukey, Scheffe ve Tamhane's T2 test sonuçları**

|                                  |  |           |        |       |
|----------------------------------|--|-----------|--------|-------|
|                                  | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak | -,18999   | ,12889 | ,824  |
|                                  | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek         | -,11007   | ,07563 | ,832  |
|                                  | İş                                       | -,02346   | ,16752 | 1,000 |
|                                  | Eğitim                                   | 1,11728   | ,36210 | ,093  |
| Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek | Yeni/farklı yerler görmek                | ,11522    | ,09374 | ,911  |
|                                  | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak | -,07991   | ,13316 | ,996  |
|                                  | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak         | ,11007    | ,07563 | ,832  |
|                                  | İş                                       | ,08662    | ,17083 | ,998  |
|                                  | Eğitim                                   | 1,22736*  | ,36364 | ,046  |
| İş                               | Yeni/farklı yerler görmek                | ,02860    | ,17644 | 1,000 |
|                                  | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak | -,16653   | ,20019 | ,983  |
|                                  | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak         | ,02346    | ,16752 | 1,000 |
|                                  | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek         | -,08662   | ,17083 | ,998  |
|                                  | Eğitim                                   | 1,14074   | ,39316 | ,137  |
| Eğitim                           | Yeni/farklı yerler görmek                | -1,11214  | ,36631 | ,103  |
|                                  | Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak | -1,30727* | ,37832 | ,038  |
|                                  | Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak         | -1,11728  | ,36210 | ,093  |
|                                  | Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek         | -1,22736* | ,36364 | ,046  |
|                                  | İş                                       | -1,14074  | ,39316 | ,137  |



**EK-2 Anket formları****YAVAŞ ŞEHİR ve YAŞAM DOYUMU ANKETİ****Değerli katılımcı,**

Bu araştırma, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'ne bağlı Yüksek Lisans Tezi kapsamında yürütülmekte olan “ Uluslararası Turizm Pazarlaması Bağlamında Yavaş Şehirlerin Turist Tarafından Algılanan Yavaşlık Düzeyi ve Yerel Halkın Yaşam Doymu ile İlişkisi: Seferihisar Örneği” konulu araştırma için yapılmaktadır. Kimlik bilgileriniz ve verdiğiniz bilgilerin hiçbir şekilde başka bir amaçla kullanılmayacağı ve 3. şahıslara verilmeyeceğini teminatımız altındadır. Sizden ricamız anket sorularını eksiksiz ve görüşlerinize uygun olarak doldurmanızdır.

Katkılarınız için teşekkür ederiz.

Afet ÇAĞAY  
Yüksek Lisans Öğrencisi

Prof. Dr. Hüsniye ÖRS  
Danışman

**A. Lütfen aşağıdaki ifadelerden size uygun olan seçeneği işaretleyiniz.**

1. Yaşınız: ( ) 18-25 ( ) 26-35 ( ) 36-45 ( ) 46-55 ( ) 56 ve üzeri

2. Cinsiyetiniz: ( ) Erkek ( ) Kadın

3. Medeni Durum: ( ) Evli ( ) Bekâr

4. Eğitim Durumu ( ) İlköğretim ( ) Lise ( ) Ön Lisans ( ) Lisans  
( ) Yüksek Lisans ( ) Doktora

5. Yaşadığınız Yer: ( ) Köy ( ) İlçe ( ) İl/Merkez İlçe ( ) Metropol/Büyük Şehir

6. Aylık Geliriniz: : ( ) 1603 TL ve altında ( ) 1604 TL – 3000 TL

( ) 3001 TL – 4500TL ( ) 4501 - 6000 TL ( ) 6001 TL ve üzeri

**7. Mesleğiniz:**

( ) Emekli ( ) Memur ( ) Ev Hanımı ( ) İşçi ( ) Öğrenci

( ) Serbest Meslek ( ) Diğer ( Lütfen belirtiniz! ) .....

8. Uyruğunuz: .....

**9. Seyahatinizi kiminle gerçekleştirdiniz?** ( ) Yalnız ( ) Arkadaşlarımla ( ) Ailemle

( ) Erkek/Kız Arkadaşımle

( ) Diğer ( Lütfen belirtiniz! ) .....

**10. Seferihisar'ı kaç kez ziyaret ettiniz?** ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ve üstü

**11. Burada kaç gün kaldınız/kalacaksınız?** ( ) 1-3 gün ( ) 4-6 gün

( ) 7 gün ya da daha fazla

**12. Bu seyahatinizdeki esas amacınız nedir? Uygun olan seçeneği işaretleyiniz.**

( ) Yeni/farklı yerler görmek

( ) Farklı kültürler/yaşam biçimleri tanımak

( ) Dinlenmek ve stresten uzaklaşmak

( ) Eğlenmek ve hoşça vakit geçirmek

( ) İş

( ) Diğer ( Lütfen belirtiniz! ) .....

**13. Burayı nereden duydunuz? Uygun olan seçeneği işaretleyiniz.**

( ) Aile

( ) Arkadaşlar

( ) İş Arkadaşları

( ) TV Haber/Sohbet Programları

( ) Filmler

( ) Belgeseller

( ) Gazete ve Dergiler

( ) Kitaplar

( ) Seyahat Acenteleri

( ) İnternet

( ) Diğer ( Lütfen belirtiniz! ) .....

**B. Lütfen ifadelere katılma düzeyinizi ilgili yere (X) işareti koyarak belirtiniz.**

**1= Çok Düşük      2= Düşük      3= Orta      4= Yüksek      5= Çok Yüksek**

|   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. Seferihisar'ın havası temizdir.  |   |   |   |   |   |
| 2. Seferihisar'ın suyu temizdir.  |   |   |   |   |   |
| 3. Seferihisar'da kentsel atıklar ayrıştırılmaktadır.   |   |   |   |   |   |
| 4. Seferihisar'da görsel kirlilik ve trafik gürültüsü azdır.  |   |   |   |   |   |
| 5. Seferihisar'daki kamu alanlarında ışık kirliliği azdır.  |   |   |   |   |   |
| 6. Seferihisar'da biyoçeşitlilik korunmaktadır.   |   |   |   |   |   |
| 7. Seferihisar'da bisiklet yolları yeterlidir.  |   |   |   |   |   |
| 8. Seferihisar'da metro ve otobüs durakları gibi aktarma merkezlerinde bisiklet park yerleri vardır.  |   |   |   |   |   |
| 9. Seferihisar'da özel araç kullanımına alternatif olarak eko ulaşım araçları (örneğin, elektrikli otobüs, dik yokuşlarda yürüyen merdiven vb.) vardır. |   |   |   |   |   |
| 10. Seferihisar'da sokak mobilyaları, turizm levhaları, kent içerisindeki yeşil alanlar korunmaktadır. (örneğin banklar, oyun parkları vs.)             |   |   |   |   |   |
| 11. Seferihisar'da yaratılmış yeşil alanlar vardır.   |   |   |   |   |   |
| 12. Seferihisar'da kentsel yaşanabilirlik fazladır.   |   |   |   |   |   |
| 13. Seferihisar'da vatandaş ve turistlerin kullanabileceği bilgi ve iletişim teknolojileri vardır (örneğin ücretsiz kablosuz internet paylaşımı vb.)    |   |   |   |   |   |
| 14. Seferihisar'da kent içindeki kullanışlı yeşil alanlar verimli bitkiler ile değerlendirilmiştir.   |   |   |   |   |   |
| 15. Seferihisar'da yerel ürünler, el yapımı ve etiketli veya esnaf/sanatkâr ürünlerin satışa sunulduğu yerler vardır.                                   |   |   |   |   |   |
| 16. Seferihisar'daki restoranlarda yerel veya organik ürünler kullanılmaktadır.   |   |   |   |   |   |
| 17. Seferihisar'da yerel ve geleneksel etkinlikler yapılmaktadır.   |   |   |   |   |   |
| 18. Seferihisar'da GDO içeren tarım ürünleri değil, organik tarım ürünleri yetiştirilmektedir.  |   |   |   |   |   |
| 19. Seferihisar'da gelen ziyaretçilere iyi bir karşılama yapılmaktadır.   |   |   |   |   |   |
| 20. Seferihisar'da işletmeler fiyatlar konusunda şeffaflığa önem vermektedir.   |   |   |   |   |   |
| 21. Seferihisar'ın güzergâhları basılı olarak veya internet sayfasında mevcuttur.   |   |   |   |   |   |
| 22. Seferihisar'da iç ve dış mekanlarda engelli kişilerin kullanabileceği alanlar vardır.   |   |   |   |   |   |
| 23. Seferihisar'da çeşitli spor ve açık hava faaliyetlerine (su ve rüzgar sporları, plaj futbolu vb.) katılmak mümkündür.                               |   |   |   |   |   |
| 24. Seferihisar'da Slowfood aktivite ve kampanyaları yapılmaktadır.   |   |   |   |   |   |
| 25. Seferihisar'da doğal ve geleneksel yiyecekler sunulmaktadır.  |   |   |   |   |   |
| 26. Seferihisar'da yaşamın doğal ritmi sakindir.  |   |   |   |   |   |
| 27. Otel ve restoranların türü/tarzı kentin karakteri ile uyumludur.  |   |   |   |   |   |

**C. Lütfen ifadelere katılma düzeyinizi ilgili yere (X) işareti koyarak belirtiniz.**

**1= Kesinlikle Katılmıyorum    2= Katılmıyorum    3= Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum**

**4= Katılıyorum**

**5= Kesinlikle Katılıyorum**

|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| 1. Sade bir yaşam sürmeye ve çok gerekli olmayan ürünleri almamaya çalışırım.  |   |   |   |   |   |
| 2. Plansız alışveriş yapmam.   |   |   |   |   |   |
| 3. Alışveriş yaparken, bir ürünün benim için gerçekten gerekli olup olmadığına bakar, ona göre karar veririm.                                |   |   |   |   |   |
| 4. Maddi zenginliktense, daha çok zihinsel gelişim ve başarıya önem veririm.   |   |   |   |   |   |
| 5. Maddi zenginlik benim için çok önemlidir.   |   |   |   |   |   |
| 6. Param olsa bile, plansız alışverişler yapmak ilkelerimle uyuşmaz.   |   |   |   |   |   |
| 7. Seyahate çıktığım zamanlar hariç, boş zamanlarımı çok fazla para harcamadan geçiririm.  |   |   |   |   |   |
| 8. Rahatlık ve konfor benim için en önemli şeylerdir.  |   |   |   |   |   |
| 9. Az fonksiyonlu, basit ürünleri; karmaşık ve çok fonksiyonlu olanlara tercih ederim.   |   |   |   |   |   |
| 10. Rahatlık ve konfor sunan ürünler insanları şımartıyor/bozuyor.   |   |   |   |   |   |
| 11. Genellikle gelişmiş özellikleri olan, kullanımı zor ürünleri satın almam.  |   |   |   |   |   |
| 12. Gelecekte beslenme konusunda kendime yetebilmeyi isterim.  |   |   |   |   |   |
| 13. Mümkün olduğunca kendine yetecek bir yaşam sürmek arzu edilir bir şeydir.  |   |   |   |   |   |
| 14. Gelecekte, mümkün olduğunca kendime yetebileceğim bir yaşam sürmek isterim.  |   |   |   |   |   |
| 15. Satın aldığım ürünleri mümkün olduğunca uzun süreli kullanmaya çalışırım.  |   |   |   |   |   |
| 16. Eski eşyaları kullanılamaz hale gelene dek kullanmaya devam eden bir insanım.  |   |   |   |   |   |
| 17. Alışveriş yaparken, uzun süre sıkılmaksızın kullanabileceğim ürünleri satın almaya çalışırım.  |   |   |   |   |   |
| 18. Satın aldığım şeyleri etrafımda görünce, kendimi mutlu hissederim.   |   |   |   |   |   |
| 19. Yeni çıkan bir ürünü, benzer bir ürüne sahip olsam da, satın almak isterim.  |   |   |   |   |   |
| 20. Ucuz ve yeni şeyleri sık aralıklarla satın almaktansa, pahalı olsa dahi, uzun süre kullanabileceğim ürünleri satın almayı tercih ederim. |   |   |   |   |   |
| 21. Gösterişli olmaktansa, sade bir hayat sürmeyi tercih ederim.   |   |   |   |   |   |
| 22. Sade bir yaşam çekilmez olduğundan bu tür bir yaşam istemem.   |   |   |   |   |   |

**D. Lütfen ifadelere katılma derecenizi ilgili yere (X) işareti koyarak belirtiniz.**

**1= Kesinlikle KatılMIyorum    2= Katılmıyorum    3= Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum**

**4= Katılıyorum    5= Kesinlikle KatıLIyorum**

|   | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| <b>1.</b> Çevresel sorunları yetkililere bildiririm.  |          |          |          |          |          |
| <b>2.</b> Gazete ve plastik şişe gibi atıkları geri dönüşüm için ayrıştırırım.  |          |          |          |          |          |
| <b>3.</b> Kullanılmış kâğıtları müsvedde kâğıdı olarak yeniden kullanırım.  |          |          |          |          |          |
| <b>4.</b> Daha önceden alışveriş poşeti olarak kullanılmış naylon poşetleri tekrar kullanırım.                                    |          |          |          |          |          |
| <b>5.</b> “Çevre dostu” ürünleri satın alırım (ozon dostu spreyleyler, geri dönüşüm paketi olan ürünler ve ekonomik boy ürünler). |          |          |          |          |          |
| <b>6.</b> Kullanılmayan elektrikli cihazları ve ışıkları kapatarak enerji tasarrufu sağlarım.                                     |          |          |          |          |          |
| <b>7.</b> Evde su tasarrufu yaparım (dişlerimi fırçalarken veya bulaşıkları yıkarken musluğu kapatırım vb.).                      |          |          |          |          |          |
| <b>8.</b> Kullanılmış pilleri çöp kutusu yerine piller için uygun toplama kutularına koyarım.                                     |          |          |          |          |          |
| <b>9.</b> Dışarıdayken kuş seslerini, hayvanları ve çiçekleri fark ederim.  |          |          |          |          |          |
| <b>10.</b> Doğa yürüyüşü ve geziler yaparım.  |          |          |          |          |          |

**Katılımınız için teşekkür ederiz.**

## ÖZGEÇMİŞ

### Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : ÇAĞAY, Afet  
Uyruğu : T.C.  
Doğum tarihi ve yeri : 06.03.1995, Girne/Kuzey Kıbrıs  
Medeni hali : Bekâr  
e-mail : afetcagay@gmail.com

### Eğitim

| Derece        | Eğitim Birimi                                      | Mezuniyet Tarihi |
|---------------|--|------------------|
| Yüksek Lisans | Gazi Üniversitesi Uluslararası İşletmecilik Bölümü | Temmuz 2019      |
| Lisans        | Gazi Üniversitesi Uluslararası Ticaret Bölümü      | Haziran 2017     |
| Lise          | 19 Mayıs Türk Maarif Koleji                        | Haziran 2013     |

### Yabancı Dil

İngilizce

### Yayımlar

1. ÖRS, H. ve ÇAĞAY A. (2019). ‘‘ Yavaş Şehir Seferihisar'ın Yerli Turistler Tarafından Algılanan Yavaşlık Düzeyi’’ , 3. Uluslararası Avrasya Multidisipliner Çalışmalar Kongresi (4-7 NİSAN 2019), 1-12, GAZİANTEP.



*GAZILI OLMAK AYRICALIKTIR..*



*Journal of Agricultural Science*

