

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Özgür DAVRAS

TEK VE ÇİFT KÜLTÜRLÜ TÜKETİCİLERİN TATİL TURİZMİ TERCİHLERİ VE  
KISITLAYICILARI ÜZERİNE KARŞILAŞTIRMALI BİR ARAŞTIRMA

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı  
Doktora Tezi

Antalya, 2017

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Özgür DAVRAS

TEK VE ÇİFT KÜLTÜRLÜ TÜKETİCİLERİN TATİL TURİZMİ TERCİHLERİ VE  
KISITLAYICILARI ÜZERİNE KARŞILAŞTIRMALI BİR ARAŞTIRMA

Danışman

Doç. Dr. Meltem CABER

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı

Doktora Tezi

Bu tez Akdeniz Üniversitesi Bilimsel Araştırma Koordinasyon Birimi tarafından  
SDK-2015-961 proje numarası ile desteklenmiştir.

Antalya, 2017

Akdeniz Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Özgür DAVRAS'ın bu çalışması jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı Doktora Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI (İmza)

Üye (Danışmanı) : Doç. Dr. Meltem CABER (İmza)

Üye : Doç. Dr. Serkan AKINCI (İmza)

Üye : Doç. Dr. Tahir ALBAYRAK (İmza)

Üye : Yrd. Doç. Dr. Ömer Kürşat TÜFEKÇİ (İmza)

Tez Başlığı : Tek ve Çift Kültürlü Tüketicilerin Tatil Turizmi Tercihleri ve Kısıtlayıcıları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 13/01/2017

Mezuniyet Tarihi : 27/01/2017

(İmza)  
Prof. Dr. İhsan BULUT  
Müdür

## AKADEMİK BEYAN

Doktora Tezi olarak sunduğum “Tek ve ift Kültürlü Tüketicilerin Tatil Turizmi Tercihleri ve Kısıtlayıcıları zerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımda yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu Őerefimle doğrularım.

12/01/2017

İmza

**Özgür DAVRAS**

## İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ .....	iv
TABLOLAR LİSTESİ .....	v
KISALTMALAR LİSTESİ .....	viii
ÖZET .....	ix
SUMMARY .....	x
ÖNSÖZ .....	xi
GİRİŞ.....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM ÇİFT KÜLTÜRLÜLÜK

1.1. Kültür'ün Tanımı ve Temel Özellikleri .....	3
1.2. Kültür'ün Bileşenleri .....	5
1.3. Kültür ve Tüketici Davranışı İlişkisi .....	8
1.4. Çift Kültürlülük Kavramı .....	10
1.4.1. İkinci Kültür Edinim Modelleri .....	13
1.4.1.1. Asimilasyon (Assimilation) Modeli .....	13
1.4.1.2. Kültürlenme (Acculturation) .....	14
1.4.1.3. Değişimli Olma (Alternation).....	17
1.4.1.4. Çok Kültürlü (Multicultural) .....	18
1.4.1.5. Kaynaşma (Fusion).....	18
1.4.1.6. İkinci Kültür Edinimde Diğer Modeller .....	19
1.4.2. Çift Kültürlü Yetkinlik .....	20
1.5. Göç ve Göçtürkler .....	22
1.5.1. Göç .....	22
1.5.2. Almanya'da Yaşayan Türkler.....	23
1.6. Çift Kültürlülük ve Turistik Davranışlar Arasındaki İlişkiler .....	26
1.6.1. Çift Kültürlülük ve Boş Zaman Tercihleri Arasındaki İlişkiler .....	26
1.6.2. Çift Kültürlülük ve Boş Zaman Kısıtlayıcıları Arasındaki İlişkiler .....	28

## İKİNCİ BÖLÜM

### TATİL TURİZMİ KISITLAYICILARI

2.1. Tatil Turizmi Kısıtlayıcıları Kavramı.....	30
2.2. Boş Zaman Faaliyetlerine Katılım Kısıtlayıcılarına Yönelik Yapılan İlk Çalışmalar...	31
2.3. Boş Zaman Faaliyetlerine Katılım Kısıtları ile İlgili Ortaya Koyulan Modeller .....	35
2.3.1. Kavramsal Üç Boyutlu Model.....	35
2.3.2. Kısıtlayıcıların Hiyerarşik Yapı Modeli.....	37
2.3.3. Kısıtlayıcılarla Müzakere Modeli.....	39
2.3.4. Kısıtlayıcılara Yönelik Önerilen Diğer Modeller.....	41
2.4. Boş Zaman Faaliyetlerine Katılım Kısıtlarına Yönelik Yapılan Diğer Çalışmalar.....	46
2.5. Seyahat Kısıtlayıcılarına Yönelik Yapılan Çalışmalar.....	50
2.6. Kısıtlayıcılar ile Demografik Özellikler Arasındaki İlişkiler.....	55
2.6.1. Yaş Grupları ve Kısıtlayıcılar Arasındaki İlişkiler.....	55
2.6.2. Gelir Düzeyi ve Kısıtlayıcılar Arasındaki İlişkiler.....	56
2.6.3. Cinsiyet ve Kısıtlayıcılar Arasındaki İlişkiler.....	57
2.6.4. Eğitim Düzeyi ve Kısıtlayıcılar Arasındaki İlişkiler.....	57
2.6.5. Medeni Durum ve Kısıtlayıcılar Arasındaki İlişkiler.....	58
2.6.6. Diğer Demografik Özellikler ve Kısıtlayıcılar Arasındaki İlişkiler.....	58
2.7. Tatil Turizmi Kısıtlayıcılarına Yönelik Yapılan Çalışmalar.....	58

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TATİL TURİZMİ TERCİHLERİ VE PAZAR BÖLÜMLENDİRME

3.1. Tatil Turizmi Tercihleri.....	60
3.1.1. Boş Zaman ve Tatil Turizmi.....	60
3.1.2. Tatil Turizmi Tercihleri.....	61
3.2. Pazar Bölümlendirme.....	66
3.2.1. Pazar Bölümlendirme Kavramı ve Önemi.....	66
3.2.2. Pazar Bölümlendirmenin Avantajları.....	68
3.2.3. Pazar Bölümlendirme Aşamaları.....	68
3.2.4. Pazar Bölümlendirmenin Kriterleri.....	70
3.2.5. Pazar Bölümlendirme Değişkenleri.....	71
3.2.5.1. Coğrafi Bölümlendirme.....	73
3.2.5.2. Demografik Bölümlendirme.....	74
3.2.5.3. Psikografik Bölümlendirme.....	75

3.2.5.4. Davranışsal Bölümlendirme .....	76
3.2.6. Pazar Bölümlerinin Değerlendirilmesi .....	77
3.3. Hedef Pazar Seçimi .....	78
3.4. Pazar Konumlandırma .....	80

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **TEK VE ÇİFT KÜLTÜRLÜ TÜKETİCİLERİN TATİL TURİZMİ TERCİHLERİ VE KISITLAYICILARINA YÖNELİK UYGULAMA**

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi .....	81
4.2. Araştırma Yöntemi .....	83
4.2.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi .....	83
4.2.2. Ölçüm Aracı .....	84
4.2.3. Nihai Uygulama.....	86
4.2.4. Verilerin Analizi .....	87
4.3. Araştırma Bulguları .....	87
4.3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri .....	87
4.4. Kısıtlayıcılar Ölçeğine Ait Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri .....	91
4.4.1. Güvenilirlik Analizleri.....	91
4.4.1.1. Tatil Kısıtlayıcıları Ölçeğine Ait Güvenilirlik Analizi.....	93
4.4.2. Geçerlilik Analizleri .....	95
4.4.2.1. Tatil Kısıtlayıcıları Ölçeğine Ait Geçerlilik Analizi .....	95
4.5. Katılımcıların Tatil Tercihlerinin Karşılaştırılması .....	97
4.6. Katılımcıların Tatil Turizmi Kısıtlayıcılarının Karşılaştırılması.....	110
4.7. Katılımcıların Algıladıkları Kısıtlayıcılara Göre Gruplandırılması .....	118
<b>SONUÇ .....</b>	<b>123</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>130</b>
<b>EK 1- Pilot Çalışması 1 .....</b>	<b>147</b>
<b>EK 2- Pilot Çalışması 2 .....</b>	<b>149</b>
<b>EK 3- Anket Formu .....</b>	<b>153</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>157</b>

## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Değerler, Normlar, Yaptırımlar ve Tüketim Kalıpları .....	7
Şekil 1.2. Kültürlenme Matrisi .....	12
Şekil 1.3. İki Boyutlu Kültürlenme Stratejisi .....	16
Şekil 1.4. Kültürlenme Karmaşıklık Modeli .....	17
Şekil 1.5. Azınlık-Çoğunluk İlişki Modeli .....	20
Şekil 2.1. Öncül Kısıtlayıcılar .....	33
Şekil 2.2. Öncül Kısıtlayıcılar .....	33
Şekil 2.3. Boş Zaman Faaliyetlerine Katılım Kısıtlarının Üç Boyutlu Modeli .....	35
Şekil 2.4. Boş Zaman Faaliyetlerine Katılım Kısıtlayıcılarının Hiyerarşik Yapısı .....	37
Şekil 2.5. Kısıtlayıcılarla Mücadele/Müzakere Modeli (Motivasyon ve Kısıtlar Arasındaki Etkileşim Sonucu Aktivitelere Katılım).....	40
Şekil 2.6. Boş Zaman Kısıtlayıcılarına Yönelik Yeni Model.....	42
Şekil 2.7. Kısıtlarla Müzakere Sürecine Ait Dört Model .....	43
Şekil 2.8. Kısıtlayıcı-Müzakere İkili Kanal Modeli .....	45
Şekil 2.9. Boş Zaman Kısıtlayıcıları Müzakere Süreci .....	46
Şekil 2.10. Seyahat Kısıtları Yönetim Süreci I.....	53
Şekil 2.11. Seyahat Kısıtları Yönetim Süreci II .....	54
Şekil 2.12. Geliştirilen Hiyarşi Modeli.....	55
Şekil 3.1. Pazar Bölümlendirme Karar Süreci.....	69
Şekil 4.1. Araştırmanın Simgesel Modeli.....	82



## TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Kültür Bileşenlerine Göre Tüketim Davranışlarından Örnekler .....	8
Tablo 1.2. İkinci Kültür Edinme Modelleri ile İlişkili Değişkenlerin Etki Düzeyi.....	19
Tablo 1.3. İkinci Kültür Edinmede İki Kültürlü Yetkinlik Becerilerinin Etki Dereceleri.....	21
Tablo 2.1. Literatürde Yer Alan Rekreasyon ve Boş Zaman Kısıtlayıcıları (1980 – 1993)....	32
Tablo 3.1. Boş Zaman Turizm Türleri.....	61
Tablo 3.2. Avrupa’da Yaşayan Türk Turistlerin Kişi Başı Ortalama Harcamaları .....	65
Tablo 3.3. Başlıca Pazar Bölümlerne Değişkenleri .....	72
Tablo 4.1. Kısıtlayıcılar Ölçeğinde Yer Alan İfadeler .....	85
Tablo 4.2. Katılımcıların Kültür Yapısı.....	87
Tablo 4.3. Kültür Yapılarına Göre Cinsiyet Dağılımları.....	88
Tablo 4.4. Kültür Yapılarına Göre Yaş Dağılımları .....	88
Tablo 4.5. Kültür Yapılarına Göre Medeni Durumları.....	88
Tablo 4.6. Kültür Yapılarına Göre Çocuk Sahipliği.....	89
Tablo 4.7. Kültür Yapılarına Göre Çocuk Sayıları.....	89
Tablo 4.8. Kültür Yapılarına Göre Eğitim Seviyeleri .....	89
Tablo 4.9. Kültür Yapılarına Göre Meslek Grupları .....	90
Tablo 4.10. Kültür Yapılarına Göre Gelir Düzeyleri.....	90
Tablo 4.11. Kültür Yapılarına Göre İkamet Edilen Yerdeki Yaşam Süresi .....	91
Tablo 4.12. Kültür Yapılarına Göre Kullanılan Yıllık İzin Süreleri .....	91
Tablo 4.13. Tatil Kısıtlayıcıları Ölçeğine Ait İfade-Boyut İstatistikleri .....	93
Tablo 4.14. Kısıtlayıcılar Ölçeğini Oluşturan İfadeler Arasındaki Korelasyon Katsayıları ....	94
Tablo 4.15. Tatil Kısıtlayıcılarına Ait Faktör Analizi Sonuçları.....	96
Tablo 4.16. Son 2 Yılda Tatil Turizmine Katılım .....	98
Tablo 4.17. 2015 Yılında Tatil Turizmine Katılma Planları .....	99
Tablo 4.18. Son 2 Yılda Tatil Turizmine Katılma Sayısı.....	99
Tablo 4.19. Ziyaret Edilen Destinasyon Bölgesini Tekrar Ziyaret Etme Durumu.....	100
Tablo 4.20. Ziyaret Edilen Destinasyon Bölgesini Tekrar Ziyaret Etme Niyeti .....	100
Tablo 4.21. Son Yapılan Tatil Seyahatine Kimlerle Gidildiği Durumları.....	101
Tablo 4.22. 2015 Yılında Tatil Turizmine Kimlerle Gidileceği Planları .....	101
Tablo 4.23. Son 2 Yılda Yapılan Tatil Seyahatinde Tercih Edilen Bilgi Kaynakları .....	102
Tablo 4.24. Planlanan Tatil Turizmi İçin Tercih Edilen Bilgi Kaynakları.....	102
Tablo 4.25. Son Yapılan Tatil Seyahatinin Ne Kadar Önce Satın Alındığı .....	103

Tablo 4.26. Planlanan Tatil Turizminin Ne Zaman Satın Alınacağı.....	103
Tablo 4.27. Son Yapılan Tatil Seyahatinde Konaklanan Tesis Türü .....	104
Tablo 4.28. 2015 Yılında Planlanan Tatil Turizminde Konaklanılacak Tesis Türü.....	104
Tablo 4.29. Son Yapılan Tatil Seyahatinde Konaklama Süresi .....	105
Tablo 4.30. Planlanan Tatil Turizminde Konaklama Süresi .....	106
Tablo 4.31. Son Yapılan Tatil Seyahatinin Türü.....	106
Tablo 4.32. Planlanan Tatil Seyahatinin Türü.....	107
Tablo 4.33. Son Yapılan Tatil Seyahatinde Tercih Edilen Destinasyon .....	107
Tablo 4.34. Planlanan Tatil SeyahatindeTercih Edilen Destinasyon .....	108
Tablo 4.35. Son Yapılan Tatil Seyahatinde Paket Tur Tercihi.....	108
Tablo 4.36. Planlanan Tatil Seyahatinde Paket Tur Tercihi.....	109
Tablo 4.37. Son Yapılan Tatilde Yapılan Harcamaların Dağılımı .....	109
Tablo 4.38. Planlanan Tatile Ayrılan Bütçenin Dağılımı.....	110
Tablo 4.39. Kısıtlayıcılara Ait Tanımlayıcı İstatistikler (Tek Kültürlü) .....	111
Tablo 4.40. Kısıtlayıcılara Ait Tanımlayıcı İstatistikler (Çift Kültürlü) .....	111
Tablo 4.41. Kısıtlayıcılara Ait İfade Ortalamalarının Kültür Yapılarına Göre Farklılığı .....	112
Tablo 4.42. Kısıtlayıcılara Ait Faktörlerin Kültür Yapılarına Göre Karşılaştırılması.....	113
Tablo 4.43. Kısıtlayıcı Boyutlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması (Tek Kültürlü).....	113
Tablo 4.44. Kısıtlayıcı Boyutlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması (Çift Kültürlü).....	113
Tablo 4.45. Kısıtlayıcı Boyutlarının Yaşa Göre Karşılaştırılması (Tek Kültürlü) .....	114
Tablo 4.46. Kısıtlayıcı Boyutlarının Yaşa Göre Karşılaştırılması (Çift Kültürlü) .....	114
Tablo 4.47. Kısıtlayıcı Boyutlarının Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması (Tek Kültürlü) .....	115
Tablo 4.48. Kısıtlayıcı Boyutlarının Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması (Çift Kültürlü) .....	115
Tablo 4.49. Kısıtlayıcı Boyutlarının Çocuk Sahipliğine Göre Karşılaştırılması (Tek Kültürlü) .....	115
Tablo 4.50. Kısıtlayıcı Boyutlarının Çocuk Sahipliğine Göre Karşılaştırılması (Çift Kültürlü) .....	116
Tablo 4.51. Kısıtlayıcı Boyutlarının Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması (Tek Kültürlü) .....	116
Tablo 4.52. Kısıtlayıcı Boyutlarının Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması (Çift Kültürlü) .....	116
Tablo 4.53. Kısıtlayıcı Boyutlarının Gelir Düzeyine Göre Karşılaştırılması (Tek Kültürlü). 117	

Tablo 4.54. Kısıtlayıcı Boyutlarının Gelir Düzeyine Göre Karşılaştırılması (Çift Kültürlü).	117
Tablo 4.55. Algılanan Kısıtlayıcı Seviyesine Göre Gruplar (Tek Kültürlü) .....	119
Tablo 4.56. Algılanan Kısıtlayıcı Seviyesine Göre Gruplar (Çift Kültürlü) .....	120
Tablo 4.57. Gruplara Göre Demografik Özellikler (Tek Kültürlü).....	120
Tablo 4.58. Gruplara Göre Demografik Özellikler (Çift Kültürlü).....	121

**KISALTMALAR LİSTESİ**

BII	Bicultural Identity Integration
Destasis	Almanya İstatistik Ofisi
KMO	Kaiser_Meier_Olkin
Ort.	Ortalama
ORRRC	Outdoor Recreation Resources Review Commission
s.	Sayfa
S.S.	Standart Sapma
TAVAK	Türk-Alman Eğitimi ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TV	Televizyon
Vd.	Ve diğerleri

## ÖZET

Tek kültürlü yapıya sahip ülke vatandaşları ile çift kültürlü olduğu varsayılan yurtdışında yaşayan Türkler, ülkemiz iç turizm pazarı için büyük potansiyel oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacı tek ve çift kültürlü tüketicilerin tatil turizmi tercihleri ve kısıtlayıcılarını karşılaştırarak, başlıca farklılıkları ve benzerliklerini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda Alvarez (2003) seyahat planlarına yönelik ölçeği tatil tercihleri ölçeğine, Nyaupane ve Andereck (2007)'in seyahat kısıtlayıcılarına yönelik ölçeği tatil turizmi kısıtlayıcılar ölçeğine uyarlanarak geliştirilmiştir. Elde edilen ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliği kanıtlanarak çift kültürlü yapıyı temsil ettiği varsayılan Almanya'da yaşayan Türkler ile tek kültürlü yapıyı temsil eden ülkemizde yaşayan yerleşik halkın tatil turizmine katılım kısıtlayıcıları, tatil turizmi tercihleri ve planları karşılaştırılarak çift kültürlülüğün tatil turizmi üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bunun yanı sıra her iki grubunun tatil turizmine yönelik davranışları arasındaki ilişkilerin irdelenmesi, demografik özellikleri ile tatil turizmi kısıtlayıcıları arasındaki ilişkilerin incelenmesi ve tatil turizmine katılmayan bireylerin kısıtlandıkları düzeye göre gruplandırılması çalışmanın alt amaçlarını oluşturmaktadır.

Uygulanan anketten elde edilen veriler, sosyal bilimler için geliştirilmiş olan bir istatistik paket programı vasıtasıyla analiz edilmiştir. Her iki kültürel yapının (tek kültürlü ve çift kültürlü) tatil turizmi tercihleri üzerindeki etkilerinin karşılaştırılmasında Ki-kare testi, her iki kültür yapısına ait tatil turizmi kısıtlayıcılarının boyutlu yapısını tespit etmek amacıyla açıklayıcı faktör analizi, elde edilen faktör boyutları ile her iki yapıdaki katılımcıların demografik özellikleri arasındaki farklılıkları belirlemek için t testi ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Tatil turizmine katılmayan her iki kültür yapısındaki bireylerin kısıtlanma düzeylerine göre gruplandırılması amacıyla kümeleme analizinden faydalanılmıştır.

Çalışma sonucunda çift kültürlülüğün hem tatil tercihleri hem de tatil kısıtlayıcıları üzerinde olumlu yönde etkisinin olduğu tespit edilmiş olup her iki grubun tatil turizmi davranışlarına yönelik ilişkileri ve tatil turizmi kısıtlayıcıları ile demografik özellikleri arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Sonuçların sektör açısından tartışması yapılmış ve alana yönelik ileri çalışmalara önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Çift Kültürlülük, Tatil Turizmi Kısıtlayıcıları, Tatil Turizmi Tercihleri, Pazar Bölümlendirme

## SUMMARY

### COMPARATIVE A STUDY ON MONOCULTURAL AND BICULTURAL CONSUMER'S HOLIDAY TOURISM PREFERENCES AND CONSTRAINTS

The monocultural citizens and bicultural-proposed Turkish people living abroad generate a great potential for domestic tourism of Turkey. The aim of this study is to compare the holiday tourism preferences and constraints of the monocultural and bicultural consumers and to explore the similarities and differences between these two groups. To this end, the scale of Alvarez (2003) for travel plans was adapted to the scale of vacation preference and the scale of Nyaupane and Andereck (2007) for vacation constraints was adapted to the scale of holiday tourist constraints. The validity and reliability of the obtained scales were verified, and the effects of dual citizenship on vacation tourism were examined by comparing the constraints of participation to holiday tourism, the preferences for holiday tourism and plans of Turks living in Germany representing the bicultural nature and Turkish residents in our country representing the monoculture nature. In addition to this, the examination of the relations between the behavior of the two groups towards holiday tourism, the examination of the relations between the demographic characteristics and the constraints of the holiday tourism, and the grouping of the individuals not participating in the holiday tourism by the their restriction levels constitute the sub-purposes of this study.

The data obtained from the questionnaire were analyzed by means of a statistical package program developed for social sciences. The Chi-square test to compare the effects of both cultural properties (monocultural and bi-cultural) on holiday tourism preferences, exploratory factor analysis in order to identify the dimensional structure of holiday tourism constraints for both cultural structures, and t test and one way ANOVA test to determine the differences between the factor dimensions and demographic characteristics of participants in both structures were used. Besides, clustering analysis was used to group the individuals of both cultural structures who did not participate in holiday tourism according to their level of restriction.

As a result of the study, it was found that the dual culture had a positive effect on both holiday preferences and holiday constraints, and there were statistically significant differences between the two groups concerning the relations for holiday tourism behavior, holiday tourism constraints and demographic characteristics. The results were discussed in terms of the sector and proposals were made for further field studies.

**Keywords:** Biculturalism (dual-culture), Holiday Tourism Constraints, Holiday Tourism Preferences, Market Segmentation

## ÖNSÖZ

Bu tezin gerçekleşmesinde ve öncesinde desteğini esirgemeyen, bu mesleği sevdiren ve akademik kariyerime önemli katkılarda bulunan değerli hocam ve danışmanım Doç. Dr. Meltem CABER'e teşekkürü bir borç bilirim.

Ayrıca kavramsal ve yöntemsel konularda, değerli yorumlarından ve yol gösterici yaklaşımlarından dolayı doktora jüri üyelerimden Doç. Dr. Tahir ALBAYRAK ve Doç. Dr. Serkan AKINCI'ya teşekkür ederim.

Tez sürecinde her an yanımda olan sevgili eşim Yrd. Doç. Dr. Gonca DAVRAS'a, hem sabrından hem de desteğinden dolayı çok teşekkür ederim. Diğer taraftan bu süreçte beni destekleyen canım kızım Bengü DAVRAS ve canım oğlum Kaan DAVRAS'a teşekkür ederim.

Tez çalışmama şekil ve grafiksel olarak katkı sağlayan ve desteğini esirgemeyen meslektaşım Öğr. Gör. Yasemin DURAN'a da teşekkürlerimi sunarım.

Ve son olarak Akdeniz Üniversitesi Bilimsel Araştırma Koordinasyon Birimine tezimi SDK-2015-961 proje numarası ile desteklemelerinden dolayı teşekkürü bir borç bilirim.

**Özgür DAVRAS**

**Antalya, 2017**

## GİRİŞ

Tüketiciler bir ürün tercih ederken veya satın alırken bazı faktörlerden etkilenmektedirler. Tüketici davranışlarını etkileyen bu faktörler değişik şekillerde sınıflandırmıştır. Genel olarak bu faktörler psikolojik, sosyo-kültürel, pazarlama çabaları ve kişisel olmak üzere dört grupta sınıflandırılmıştır. Buradaki psikolojik ve sosyo-kültürel faktörler kültürün etkisi altındadır. Bir toplum içinde yaşayan bireylerin her davranışında olduğu gibi tüketim davranışları da sahip oldukları kültürden etkilenmektedir. İnsanlar bir kültürün içinde doğar, büyür ve gelişir. Bu gelişim içinde tüketim de öğrenilir. Başka bir ifadeyle bir ülkenin kültürü üretilen ürünlerin belirlenmesinde olduğu kadar tüketime de etkiye bulunmaktadır. Literatürde kültür ile tüketici davranışı arasında sıkı bir ilişkinin olduğu yapılan çalışmalarda ortaya konulmuş ve kültürün bireyin satın alma davranışı üzerindeki etkisi tartışılmaz hale gelmiştir. Her ülke kendine has kültürel değerlere ve özelliklere sahiptir. O ülkede yaşayan bireyler de kendi kültür değer ve normlarına göre tutum ve davranış gösterirler. Dolayısıyla farklı ülkelerde farklı kültür ortamlarında yaşayan bireylerin de benzer koşullar karşısında farklı tutum ve davranış sergilemeleri beklenir. Dolayısıyla sosyal etkileşim çerçevesinde tüketici ihtiyaçları, beklentileri ve sosyal kurallar kültürden kültüre değişkenlik gösterdiğinden kültürün tüketici davranışlarına etkisinin iyi bilinmesi gerekmektedir.

Kültürün tüketici davranışlarında olduğu gibi, turist davranışları üzerindeki etkisi literatürde irdelenen konular arasındadır. Farklı kültürlerden gelen turist grupları arasındaki davranış farklılıklarını inceleyen çalışmalarda kültürün, bireylerin tutum, bilgi, öğrenme, algı ve imaj, motivasyon ve istekler gibi psikolojik özellikleri ile kişilik, yaşam tarzı ve aktiviteler, cinsiyet gibi kişilik özellikleri üzerinde etkilerinin olduğu ortaya koyulmuştur. Aynı zamanda kültürün satın alma sonrası davranışlar, destinasyon yeri değerlendirilmesi, bilgi kaynakları seçimi ve bilgi aramanın dahil olduğu turist satın alma karar sürecinde de etkili olduğu tespit edilmiştir (Reisinger, 2009: 343). Dolayısıyla başarılı bir destinasyon pazarlaması için turist davranışlarının anlaşılması bir ön koşul haline gelmiştir.

Turizm faaliyetleri her bir birey için aynı değildir. Örneğin bir birey için sadece deniz-kum-güneş turizmi önemli iken, bazıları için tarihi yerler gezmek ve görmek önemli olabilir. Bazı kesimler için sağlık turizmi ya da spor turizmi ön plana çıkarken, bazıları için de dini turizm önemli olabilmektedir. Turizm aktiviteleri tatil periyodu sürecinde farklı seyahat düzenlemeleri ve çeşitli kültürel ve sosyo demografik özelliklere göre farklılık gösterebilir. Turistik davranışlar bağlamında tatil turizmi, mevcut turizm türleri içerisinde en fazla tercih edilen türdür. Her geçen yıl dünyada turizm faaliyetlerine katılan kişi sayısının artmasına



paralel olarak tatil turizminin de gelişim göstermesine rağmen ülkemizde iç turizmin hak ettiği yerde olduğunu söylemek mümkün değildir. Bu duruma yol açan nedenlerle ilgili olarak ülke vatandaşlarının ve iç turizm pazarı için büyük bir potansiyel oluşturan yurtdışında yaşanan Türkler'in mağruz kaldıkları kısıtlayıcıları, aynı zamanda tatil turizmine katılım gösteren bireylerin tatil tercihlerini belirlemeye yönelik bir çalışmanın ulusal yazında çok irdelenmediği görülmektedir. Hem mevcut iç pazar durumunun devam ettirilmesi için tüketicilerin tatil tercihlerine yönelik tutum ve davranışlarının ortaya konulması, hem de tatil turizmine katılmayan tüketicilerin tatil yapmalarını engelleyen veya sınırlayan etkenlerin bilinmesi turizm pazarlamacıları için oldukça önem arz etmektedir.

Tüketici davranışları üzerinde etkisi olduğu bilinen kültürün bir diğer boyutu olan ve bireyin kendi kültürel kimliklerini kaybetmeden ikinci bir kültür üzerinde de yetkinlik kazanması olarak tanımlanan "çift kültürlülük" ile turistik davranışları ele alan sınırlı sayıda çalışma mevcuttur. Bu sınırlı sayıdaki çalışmalarda çift kültürlülük ile bireylerin açık alan rekreasyon aktiviteleri, boş zaman faaliyetleri, seyahat davranışları, destinasyon bölgesi seçimleri ve boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcıları arasındaki ilişkiler incelendiği görülmektedir. Fakat çift kültürlülük ile tatil turizmi tercihleri ve kısıtlayıcıları arasındaki ilişkileri ele alan bir çalışmaya turizm ile ilgili literatürde rastlanılmamıştır. Tüm bu kapsamda tezin temel amacı, tek ve çift kültürlü yapıya sahip tüketicilerin tatil turizmi tercihleri ve kısıtlayıcılarını karşılaştırarak irdelenmek ve her iki kültür grubu arasındaki farklılık ve benzerlikleri ortaya koymaktır. Bu vesile ile, hem ilgili literatüre katkı sağlamak hem de turizm yönetici ve pazarlamacılarına değerli bilgiler sunmak hedeflenmiştir.

Tez dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde kültüre ve kültürün diğer bir boyutu olan çift kültürlülük kavramının tanımına, çift kültür edinim modellerine ve çift kültürlülük ile turistik davranış arasındaki ilişkilere değinilmiştir. Ayrıca tezin örneklem gruplarından biri olan ve çift kültürlü yapıyı temsil ettiği varsayılan Almanya'da yaşayan Türkler'in genel durumu kısaca özetlenmiştir. İkinci bölümde tatil turizm kısıtlayıcılarını da kapsayan boş zaman kısıtlayıcılar kavramı, kavram ile ilgili ortaya konulan ve geliştirilen modeller, seyahat kısıtlayıcıları, kısıtlayıcılar ile demografik özellikler arasındaki ilişkiler derinlemesine incelenmeye çalışılmıştır. Üçüncü bölümde boş zaman kavramı ve tatil tercihleri kavramları ile pazar bölümlendirme ve pazar bölümlendirme çeşitleri ile ilgili bilgiler verilmiştir. Araştırma modelinin test edildiği uygulama bölümünde çift kültürlülüğün tatil turizmi tercihleri ve kısıtlayıcıları üzerindeki etkileri, elde edilen anket verileri analiz edilerek irdelenmiştir.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### ÇİFT KÜLTÜRLÜLÜK

Ekonomik, politik ve sosyal nedenlerden dolayı son yıllarda dünyada uluslararası göç hareketlerinde artışlar olmuştur. Bunun yanında internet, serbest ticaret, ekonomik farklılıklar, siyasi baskı, savaş, seyahat, küreselleşme, iletişim ve ulaşım için gelişen teknoloji gibi faktörlerden kaynaklanan nedenlerden dolayı kültürel olarak farklı bireyler arasındaki etkileşim daha kolay hale gelmiştir (Al-Riyami, 2014). Uluslararası göç hareketlerinin sonucunda; farklı kültürel özelliklere sahip bireylerin birbirleriyle aynı ortamda uzun süre yaşamalarından dolayı bir veya daha fazla kültürlü ortamlara maruz kalmaları, dünya genelinde çift kültürlü bireylerin sayısında da artışların olmasına neden olmuştur (Nyugen ve Benet-Martinez, 2012). Gelecekte birçok ülkede birden fazla kültürü benimsemiş ve çift kültürlü yapıya sahip bireylerin sayısının daha da artacağı öngörülmektedir (Verkuyten ve Pouliasi, 2006).

#### 1.1. Kültür'ün Tanımı ve Temel Özellikleri

İnsan hayatında önemli bir yere sahip olan kültürün, literatürde birçok tanımı yapılmış olmasına rağmen ortak bir tanımın olmadığı görülmektedir. LaFromboise vd., (1993) bunun sebebinin kültür tanımları yapılırken bir yönünün ihmal edildiğinden veya gerçek anlamın ötesinde genelleme yapılmasından kaynaklanabileceğini öne sürmüştür. Kültür terimi, tarım toplumunda köy yaşamını ve çalışma koşullarını anlatan “toprağı işleme”, “ekip biçme” veya “ekin” anlamına gelen (Kula, 2012: 43) “colere” sözcüğünden türemiştir (Kartarı, 2001: 14). Türk Dil Kurumu'na göre, tarihsel toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü şeklinde tanımlanan kültürle ilgili yapılmış tanımların bazıları şöyle sıralanabilir:

- Bir toplumun üyesi olarak insanoğlunun öğrendiği (kazandığı) bilgi, sanat, gelenek-görenek ve benzeri yetenek, beceri ve alışkanlıkları içine alan karmaşık bir bütündür (Taylor, 1871: 1 aktaran Güvenç, 1999: 101).
- Bir toplumdaki üyelerin başka bir toplum üyelerinden ayıran kolektif zihin programlamasıdır (Hofstede, 1981).
- Semboller aracılığı ile aktarılan, toplumlar arası farklılık yaratan sanat eserleri gibi kazanımları teşkil eden, sonradan öğrenilen gizli veya açık davranış kalıbıdır (Kluckhohn, 1951a: 86 aktaran Hofstede, 1981).

- Bir toplum içinde yaşayan bireylerin davranışları sonucu ortaya çıkan eserlerin şekillenmesinde etkili olan, aktarılan ve yaratılan inançlar, fikirler ve diğer anlamlı semboller sistemidir (Kroeber ve Parsons, 1958: 583 aktaran Hofstede, 1981).
- Çevrenin insan yapımı kısmına karşı bireylerin tepkileri veya sosyal çevresini algılama yönünde bir grubun kendisinden beklenen biçimine verilen isimdir (Triandis, 1994: 22).
- Hem insan davranışları, hem de onun yarattığı maddi ve maddi olmayan ürünleriyle görünür hale gelen fikir, inanç, düşünme ve değer yönelimler sistemidir (Kartarı, 2001: 14-15).
- Toplum içinde bireyler arasında paylaşılan ve nesilden nesile aktarılan bir anlam ve bilgi sistemidir (Hudson vd., 2010).
- Sosyo kuruluşları, uygulamaları, normları gelenekleri etkileyen değer yönelimi ve inanç sistemidir (Maffini ve Wong, 2012: 87).
- Bir halkın düşünsel ve sanatsal (sanat, bilim, din vb.) ifade biçimlerinin toplamı, gündelik yaşamın içindeki düşünsel ve duygusal gelişim ve yaşam tarzıdır (Kula, 2012: 43).

Çalışmanın amacı doğrultusunda davranışsal tanım olarak kültür, bir toplumun özelliklerini belirleyen ve onu diğer toplumlardan ayıran sosyal ilişki ve davranış modellerini belirtmek için kullanılır. Kültür insanların kendilerine özgü yaşam tarzıdır ve bireylerin yaptığı şeylerin birçoğunu etkiler. Tüketici davranışlarını etkileyen bir faktör olarak kültür, toplumun çeşitli kesimlerindeki tüketici davranışlarını analiz etmeye yardım eden öğretilmiş davranışların, değerlerin, inanışların ve geleneklerin toplamıdır (Saydan ve Kanıbir, 2007). Tüketici davranışları açısından bir diğer tanım Linton'a (1981: 489; aktaran Odabaşı ve Barış 2002: 313) aittir ve ona göre kültür, belirli bir toplum üyeleri tarafından paylaşılan ve aktarılan davranış sonuçları ile öğrenilen davranışlar bütünüdür. Kültürün literatürde ortak bir tanımı olmamasına rağmen tüm araştırmacılar tarafından kabul edilen bazı yönleri vardır. Birincisi kültür uyarlanabilir etkileşimleri ortaya koyar, ikincisi kültür paylaşılan bileşenlerden oluşur, üçüncüsü kültür süreler boyunca ve nesilden nesile aktarılır (Triandis, 1994: 16).

Kültürün bir toplumun kişiliğini oluşturduğunu söylemek yanlış olmaz. Kültür toplumun ürettiği ve değer verdiği değer ve ahlak, örf ve gelenekleri kapsar. Başka bir ifadeyle kültür bir toplumdaki veya kurumdaki bireylerin paylaştığı geleneklerin, normların, ritüellerin ve anlamların bir bütünüdür. Bir toplumdaki bireyler uyum içinde yaşamak için

kültüre ihtiyaç duyarlar. Bu nedenle kültürü yaratırlar, toplumdaki bireylere öğretirler ve kuşaklara aktarırlar (<http://notoku.com/kulturun-ozellikleri/>. erişim tarihi: 23.10.2015).

Yukarıda verilen bazı kültür tanımları doğrultusunda kültürün temel özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Dörtyol, 2012: 11-12):

- Kültür, bireyin belirli bir bilgi, inanç, ahlâki değer, kural ve diğer bazı yetenekleri edinmesine yardımcı olmaktadır.
- Kültür, toplumlar arasında farklılık yaratmaktadır.
- Kültür, belirli semboller vasıtasıyla diğer nesillere iletilmektedir.
- Kültür bileşenleri açık veya gizli biçimde kendilerini gösterebilmektedir.
- Kültür paylaşılmaktadır.
- Kültür, insanoğlunu diğer canlı türlerinden ayırmaktadır.
- Kültür, bireyin diğerleri ile iletişim kurmasına yardımcı olmaktadır.
- Kültür, bireye algılama, ilişkilendirme ve yorumlama süreçlerinde yardımcı olmaktadır.
- Kültür öğrenilmektedir.
- Kültür, bireyleri tekrarlayan tecrübelerle karşı doğru davranış sergilemeleri yönünde yol göstermektedir.
- Kültür bir ulusun veya toplumun benzersiz karakterini tanımlamakta ve şekillendirmektedir.
- Kültür, bireylerin olayları bakış açısını belirlemektedir.
- Kültür, bireyin davranışlarını tahmin edilebilir ve belirli oranda yönlendirilebilir kılmaktadır.
- Kültür, çok-tabakalı bir yapıya sahiptir. Söz konusu tabakalar; küresel kültür, ulusal kültür, örgütsel kültür ve grup kültürüdür.
- Kültür, toplumun büyük bölümü tarafından kabul edilmektedir.
- Kültür, uzun dönemler boyunca fark edilebilir şekilde değişmemektedir. Bu anlamda kültür, bir toplumun baskın ve sürekli karakteristiğini ifade etmektedir. Bununla birlikte Triandis (1994: 22) kültürün, zaman içerisinde değişebilir olduğunu öne sürmektedir.
- Kültür, toplumların devamlılığını sağlamaktadır.

## 1.2. Kültür'ün Bileşenleri

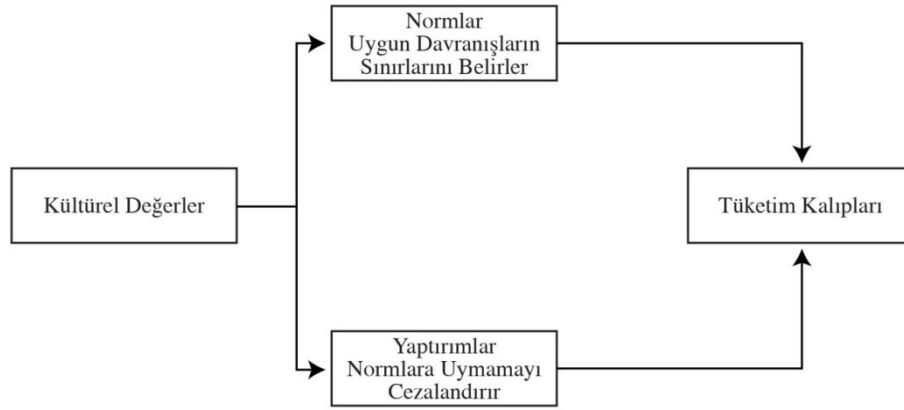
Kültür bir toplumu diğer toplumlardan ayıran ve toplumlar arası farklılıkları açıklayan temel unsur veya yaşam biçimidir. Bütün toplumların yaşam biçimi aynı olmadığından

kültürler arasında farklılıkların olması da son derece doğal bir olgudur. Bu farklılıkların nedeni kültürü oluşturan bileşenlerin benzer olmamasından kaynaklanmaktadır (Aksu ve Ehtiyar, 2007: 163). Dolayısıyla kültürün farklı bileşenleri olduğunu ve bu bileşenlerin bireylerin tüketim davranışlarını etkilediği söylenebilir (Odabaşı ve Barış, 2002: 316). Kültürün pazarlama stratejilerinde etkili ve verimli bir şekilde kullanılabilmesi için kültür bileşenlerinin doğru bir şekilde çözümlenmesi gerekmektedir (Okumuş, 2013: 267). Literatürde kültürü oluşturan bileşenler değerler ve normlar, inanç ve tutumlar, dil, mitler ve törenler ve maddi kültür olarak sıralanmıştır.

**Değerler ve Normlar:** Kültürün önemli bir parçası olan değerler, hangi davranışın iyi, kötü ve doğru ya da yanlış olduğunu belirten genel fikirler, kavramlardır. Örneğin adil olmaya yönelik bir değer, bireyin pazarlık alışkanlığını, fiyat indirimlerindeki taleplerini ve alım sonrası şikâyet davranışlarını etkileyebilir (Odabaşı ve Barış, 2002: 317). Hofstede'nin (1980; aktaran Dörtyol, 2012) ortaya koyduğu soğan diyagramına göre değerler, kültürün çekirdeğini oluşturmakta ve bireyin tutum ve davranışlarının şekillenmesinde etkili bir güç olmanın yanı sıra, bireyin yaşam prensiplerini yönlendiren bir unsur olarak ön plana çıkmaktadır. Toplumlari birbirinden ayıran en önemli unsurlardan biri olan değer ve kuralların bilinmesi, farklı kültürleri anlama açısından önem arz etmektedir (Aksu ve Ehtiyar, 2007: 164).

Normlar, neyin doğru neyin yanlış olduğunu belirten, kabul edilen veya kabul edilmeyen kurallardır. Diğer bir ifadeyle normlar yaptırım gücü olan kurallar bütünüdür. Bazı normlar kesin ve katı iken, bazı normlar esnek olabilmektedir (Solomon vd., 2010: 510). Her toplumda bireylerin tutum ve davranışlarını belirleyen, nasıl giyineceğimizden nasıl yemek yiyeceğimize, belirli yerlerde nasıl oturacağımıza ilişkin çeşitli normlar vardır. Normlar ödül ve ceza ile güvence altına alınırlar. Norma uygun bir davranış ödüllendirilirken uygun olmayanlar cezalandırılır (<https://davranisbilimlerineiris.wordpress.com/2010/03/22/kultur-ve-toplumsallasma/>. erişim tarihi: 15.04.2016).

Kültürel değerler ve normlar bireylerin davranışlarını etkilemektedir. Genel olarak değerler, insanlar arasındaki ilişkiler hakkında toplumun görüşü, toplumun çevre ile ilişkiler hakkındaki görüşü ve toplumun arzu edilen biçimde yaşaması yaklaşımları olmak üzere üç grupta incelenmektedir. Tüm bu değerler tüketim, satınalma ve iletişim uygulamalarına etkide bulunmaktadır (Odabaşı 1998: 146). Kültürel değerlerin normlar ve yaptırımlar ile etkileşimi ve tüketim yapılarına etkileri Şekil 1.1'de görülmektedir (Hawkins ve Mothersbaugh, 2010: 43).



**Şekil 1.1. Değerler, Normlar, Yaptırımlar ve Tüketim Kalıpları**

**Kaynak:** Hawkins ve Mothersbaugh

**Din, İnanç ve Tutumlar:** Din, toplumun inançları ve tutumlarında büyük bir etkiye sahiptir. Genel olarak toplumun donanımlarında dinin, inaçların ve tutumların rolü büyük ölçüde hissedilmektedir. Bu yüzden uluslararası pazarlama yöneticileri o toplumun insanların neden o şekilde davranış gösterdikleri konularını araştırmak durumundadırlar. İnançlar, bireylerin kendi dünyalarının bir yönü ile ilgili algıların ve tanımların meydana getirdiği sürekli duygulardır. Tutumlar ise bireylerin kendi iç dünyalarının bir yönü ile ilgili olarak belirli değer yargılarına ve inançlarına bağlı olarak ortaya çıkan çöşku ve tanıma süreçleridir (Aksu ve Ehtiyar, 2007: 167).

**Dil:** Bilgi ve fikirlerin iletilmesinde temel araç olan dil, ait olduğu toplumun kültürel özelliklerini yansıtan en önemli unsurdur. Dil, kültürün bir parçası olarak iletişim aracıdır ve duygu, düşüncelerin aktarılmasında kullanılır. Dil, kültürleri belirleyici, şekillendirici bir görev üstlenirken aynı zamanda da, kültür için kritik bir ögeyi oluşturur. Uluslararası pazarlamada dilin kullanımı kritik bir öneme sahiptir. Sadece ev sahibi ülkeninin dilini bilmek yeterli değildir, aynı zamanda kelimelerin kullanım biçimi ve mantığını da kavramak gereklidir. Çoğu zaman farklı bir kültürde kullanılan bir kelime, başka kültürde farklı bir manada kullanılabilir (Aksu ve Ehtiyar, 2007: 165-166).

**Mitler, Törenler ve Gelenekler:** Mitler, simgesel öğeleri olan ve kültürün paylaşılan duygularını ve ideallerini temsil eden öykülerdir. Genelde öykülerin sonunda toplumdaki bireylere ahlaksal doğruların neler olduğu konularında yön vermektedir (Solomon vd., 2010: 512). Törenler (Ritueller), düzenli aralarla tekrarlanan davranışlar bütünüdür (Solomon vd., 2010: 517). Gelenekler ise farklı kültürel ortamlarda bireylerin sözel olmayan davranışları ile ilgili olup (Odabaşı ve Barış, 2002: 317), bir toplumda çok eskilerden kalmış olmaları sebebiyle saygın tutulup kuşaktan kuşağa iletilen, yaptırım gücü olan kültürel kalıntılar, alışkanlıklar, bilgi, töre ve davranışlar kalıbıdır (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Gelenek>).

**Maddi Kültür:** Maddi kültür, insanların yaptıkları şeylerle davranışlarının birleştirilmesinin özel şeklidir. Toplumun teknolojik durumu, eserleri ve araç ve gereçleri maddi kültürlerinin bir parçasıdır. Maddi kültürün teknoloji ve ekonomi olmak üzere iki yönü vardır. Teknoloji, ürün üretmek için kullanılan teknikleri ve bir ülkedeki teknik bilgi (know-how) düzeyini ifade etmektedir. Ekonomi ise bir kültürün yeteneklerinin kullanılması sonunda elde ettiği fayda olarak tanımlanır (Aksu ve Ehtiyar, 2007: 164).

Sonuç itibarı ile kültürün farklı bileşenleri olduğunu ve bu bileşenlerin bireylerin tüketim davranışlarını etkilediği söylenebilir. Bu bileşenlerin tüketim davranışlarına etkisi Tablo 1.1’de verilmiştir.

**Tablo 1.1. Kültür Bileşenlerine Göre Tüketim Davranışlarından Örnekler**

Kültürün Öğeleri	Örnek Tüketim Davranışları
Değerler	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Çevreyi koruma değerleri ile yeniden dönüştürülebilir paketlerde ürünler almak</li> <li>- Materyalist değere sahip olup sembolik ürünler (otomobil, saat gibi) almak</li> </ul>
Dil	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marka adlarının güzel anlamları olup kolay söylenilmesi</li> <li>- Reklamlarda kullanılan dilden rahatsız olan biri, “Ok Dusty” diyen şampuan reklamına negatif tutum geliştirmek</li> </ul>
İnanışlar ve mitler	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Eyüp Sultanda şeker dağıtmak</li> <li>- Tellibabaya tel götürmek kültürün bir yansımasıdır</li> </ul>
Gelenekler	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ustura ile traş olmak, yeni doğan bebeklerin kırkını uçurmak</li> <li>- Bayramlarda çocuklara yeni elbiseler almak</li> </ul>
Törenler	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Doğumda şerbet, cenaze töreninde helva dağıtmak</li> <li>- Evlenme, nikâh, nişan, söz olaylarında farklı davranışlar sergilenir</li> </ul>
Maddi kültür	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evliliğin simgesi olarak alyans takmak,</li> <li>- Nişanda bohça hazırlamak</li> </ul>

**Kaynak:** Walter, 1976: 121; aktaran Odabaşı ve Barış, 2002: 316-317

### 1.3. Kültür ve Tüketici Davranışı İlişkisi

Kültür, uluslararası rekabetin ve pazarlar arasındaki etkileşimin arttığı rekabet çevresinde işletmelerin karşı karşıya kaldıkları önemli bir unsurdur. Kültürler arasındaki farklılıkların dikkate alınmaksızın aynı strateji ve planlarla hedeflenen tüm pazarlarda başarılı olmak, artık bir hayal olarak değerlendirilmektedir. Bir ülkeye ve o ülkede yaşayan kişilere özgü normlar, değerler, alışkanlıklar, inançlar vb. nesilden nesile aktarılmakta ve böylece bir toplumu şekillendiren söz konusu unsurlar, uluslararası alanda faaliyet gösteren işletmelerin başarı rotasını belirlemede etkili olmaktadır (Aktuğlu ve Eğinli, 2010).

İnsan davranışları sadece kültürel yapının, bilişsel ve duygusal süreçlerin, biyoloji ve sosyal çevrenin ürünüyle değil, aynı zamanda tüm bu bileşenlerin sürekli bir etkileşimin bir sonucunda oluşmaktadır (LaFromboise vd., 1993). Birçok bilimin alanına giren insan

davranışlarını, en geniş bir şekilde etkileyen unsurlardan biri olan kültür, belli bir toplum içinde yaşayan bireylerin kişiliklerini de biçimlendirmektedir. İnsan davranışları üzerinde, bireyin içinde doğduğu ve büyüdüğü toplumun büyük bir etkisi vardır ve birey içinde yaşadığı toplumun kültürünü benimsemektedir (Baymur, 1984: 273).

İnsan davranışlarının tüm yönleriyle bütünleştirilebilen kültürün (Hudson vd., 2010), toplum veya bireylerin genel davranışları üzerinde gizli veya açık, doğrudan veya dolaylı, sürekli veya kısa ömürlü etkisi olduğu gibi tüketici davranışları üzerinde de etkisinin olduğu (Dörtyol, 2012: 8) literatürdeki çalışmalarda desteklenmiştir (Pizam ve Mansfeld 1999: 396). Tüketici davranışlarına etki eden psikolojik ve sosyal faktörlerin tümünü içine alan kültür, bileşenleriyle toplum içindeki bireylerin davranışlarına yön vermektedir. Bir ülkenin kültürü, o ülkede üretilen mal ve hizmetlerin belirlenmesinde olduğu gibi, tüketimine de etki etmektedir. Dolayısıyla, toplumun kültürel değer ve normlarının bilinmesi ve bunların toplum içinde yer alan bireyler üzerindeki etkilerinin incelenmesi pazarlamacılar için oldukça önem arz etmektedir (Odabaşı, 1998: 144). Kültür bir değişken olarak tüketici davranışlarını etkilediğinden pazarlamacının öncelikli görevi kültürü anlamaya çalışmak ve kültür yaratım sistemlerine yönelik bilgiler edinmek olmalıdır. Özellikle iletişim araçlarının seçimi ve mesajların saptanması süreçlerinde, kültürün dili, sembolleri, yargıları, inançları dikkatlice göz önüne alınmalıdır (Odabaşı ve Barış, 2002: 325).

Tüketici davranışlarında kültürün etkisi şu konularda önemlidir (Yılmaz, 1999: 39; aktaran Saydan ve Kanıbir, 2007):

- İhtiyaçlar hiyerarşisi, genel kabul görmüş belirli kategorilere sahip olmasına karşın bu kategorilerin içinin doldurulması tamamen kültürel etkilere açık olmaktadır.
- Kültüre dayalı değerler, özellikle bireyci-toplumcu yönelimler, satın alma davranışını ve karar sürecini etkilemektedir.
- Değişik kültüre sahip toplumlardaki kurumlar tüketici davranışını önemli ölçüde etkilemektedir.
- Marka bağımlılığı, müşteri sadakati, farklı olma isteği ya da bundan kaçınma, algılanan risk ve risk alma davranışı kültürle göre değişmektedir.

Tüketici davranışları üzerinde etkisi bulunan kültürün yansımalarını yaşamın her alanında görmek mümkündür. Bireylerin kişilik özellikleri ve yaşam biçimleri kültürel değişkenleri oluşturmaktadır. Kültür bilgiyi, sanatı, dini, ahlakı, örf ve adetleri, alışkanlıkları kapsayan bir unsurdur. Bireylerin sahip olduğu duygular, yaşam tarzı onun manevi kültürünü oluşturur ve satınalmada nasıl davranılacağı konusunda da kültür belirleyici bir unsur olarak değerlendirilebilir (Batman, 2013). Özellikle gelişmiş ve sanayileşmiş toplumlarda, ekonomik



gücün ve güvenin etkisiyle kültür yapısında büyük değişiklikler olmaktadır. Özellikle bu toplumlarda uygulanan daha kısa çalışma zamanları, artan uzunca tatiller ve ücretli izinler, uzun ve sıkı çalışma değerlerinin yerine boş zamanlarda yararlı çalışmalar yapma ve eğlenme değerlerinin önem kazanmasına neden olmaktadır (<http://notoku.com/kulturun-ozellikleri/>, erişim tarihi: 23.10.2015). Kazanılan bu değerler de toplum üyelerinin yaşam tarzlarına etki etmekte ve turistik davranışlarına yön verebilmektedir.

Uluslararası pazarlama açısından da kültür, tüketici davranışı etkileyen önemli bir faktördür (Chen ve Gursoy, 2000). Her toplumun ya da ülkenin kendine özgü bir kültürü vardır ve satın alma davranışı üzerindeki kültürel etkiler ülkeden ülkeye büyük farklılıklar göstermektedir. Ülkeler arasındaki bu kültürel farklılıklar uluslararası pazarlama için önem taşımaktadır. Çünkü kültür, dünyada yöreden yöreye, ülkeden ülkeye değişmekte olup pazarlanan ürünlerle pazarlama yöntemlerini etkilemektedir (Belber, 2009). Kültür, uluslararası pazarlamanın önemli çalışma alanlarından biridir. Ulusal kültürün çeşitli davranışları açıklayıcı önemli bir karakteristik olduğu düşünülmektedir. Ulusal kültür, uluslar arası pazarlama araştırmalarında ana unsurlardan biri olarak, pazarlama yönetimindeki karar yapılarını, global marka imaj stratejilerinin farklılıklarını, reklamın duygusal çekiminin etkinliğini belirlemede genel bir teori olarak ve turizmde satın alma davranışını açıklamada kullanılmıştır (Özdipçiner, 2009). Kısacası, bir toplumun yarattığı semboller ve yaşam tarzının bütünü olarak tarif edilebilen ve kuşaktan kuşağa aktarılan kültür, insanların davranışlarını belirleyen en önemli unsurlardan biri olduğunu söylemek mümkündür.

#### **1.4. Çift Kültürlülük Kavramı**

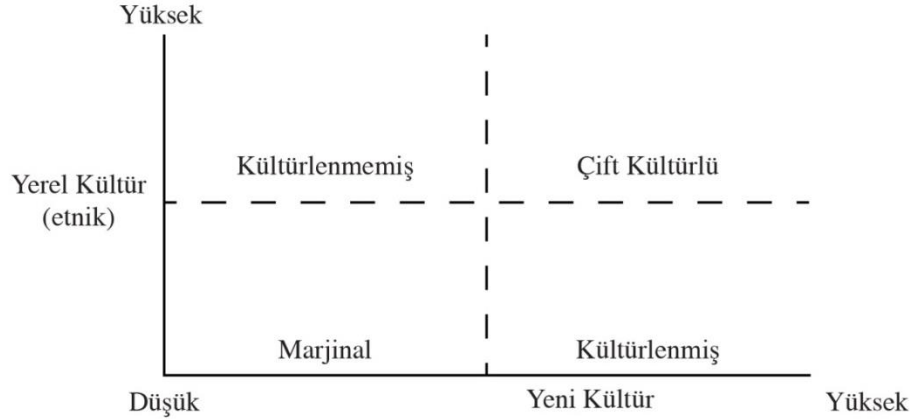
Bilgi iletişim teknolojilerinin son yıllarda baş döndürücü bir şekilde gelişimiyle kültürler arası iletişim ve etkileşim hızlıca yükselmiş, buna paralel olarak ta seyahat kolaylığı, medya ve internet üzerinden kültürün yayılması, göç ve ekonomik küreselleşme artmıştır. Tüm bunların sonucunda birçok birey birden fazla kültürle karşılaşmış ve etkileşimde bulunarak çift kültürlü veya çok kültürlü hale gelmişlerdir. Giderek küreselleşen dünyada, etnik açıdan farklı ortamlarda veya birden fazla ülkede yaşayan, çoklu kültür ve ırka sahip olan, yoğun yurt dışı seyahatleri gibi ortak noktaları olan ve çift kültürlü olarak nitelendirilen bireylerin (Martinez-Benet vd., 2002) sayılarında son yıllarda artışlar görülmektedir (Nyuguen ve Martinez-Benet, 2012). Dünya nüfusunun önemli bir bölümünü etkileyen ve yaygın psikolojik bir olgu olan (Nyuguen ve Martinez-Benet, 2012) çift kültürlülük teriminin ilk tohumları Park (1928) ve Stonequist (1935) tarafından atılmıştır. Park (1928), herhangi bir kültürde doğan, herhangi bir ikinci kültürde büyüyen ve iki kültür arasında yaşayan bireyleri

marjinal olarak değerlendiren bir argüman geliştirmiş, Stonequist (1935) de bu marjinal bireylerin sosyal ve psikolojik özelliklerinin olduğunu, sosyal özelliklerin aynı coğrafi alanda iki veya daha fazla kültürün paylaşıldığı ırk ve göç durumlarının yer aldığı faktörleri kapsadığını ortaya koymuştur. Dubois (1961) ise bireyin kendisini iki veya daha fazla kültürün üyesi olarak ifade eden “çift bilinçlilik” veya “çift kültürlülük” kavramını ortaya koymuştur (LaFromboise vd., 1993).

Literatürde daha çok psikoloji ve sosyoloji alanlarında kavramsal ve yöntemsel olarak ele alındığı görülen “çift kültürlülük” ile ilgili çalışmalarda (Stroink ve Lalonde, 2009; Martinez-Benet, 2002) kavramla ilgili bazı tanımlar yapılmıştır. LaFromboise vd. (1993) çift kültürlülüğü, bireyin kendi kültürel kimliğini kaybetmeden iki kültür üzerinde de yetkinlik kazanmasıyla ortaya çıkan bir durum; Birman (1988) her iki kültüre olan yüksek tutum olarak tanımlamışlardır. Doğan (1981: 38 aktaran Kula, 2012) ise bir bireyin kendi kültürel değer ve yargılarını korurken, diğer kültürlere açık olması olarak tanımlamış, bir bireyin kendini diğer kültürlere açarken hiçbir şekilde kendi kültürel değer ve inançlarını kaybetmeyeceğini belirtmiştir. İki farklı kültüre maruz kalan ve iki kültürle içselleştirilen bireyler olarak nitelendirilen (Hong vd., 2000; Nguyen ve Martinez-Benet, 2012) çift kültürlülüğü, Basilio (2014) her iki kültüre aidiyat duygusunun hissedilmesi, her iki kültürün değer ve inançlarının benimsenmesi, davranışlarla bağlılığın hissettirilmesi ve her iki kültürün üyeleriyle kişilerarası bağlantılarının olduğu iki farklı kültürün içselleştirilmesi olarak tanımlamıştır. Araştırmacı aynı zamanda çift kültürlülüğün karmaşık yapıya sahip iki farklı kültürün tutumunu ve uyumunu kapsadığını belirterek, çift kültürlü bireyleri geldikleri ülkenin etnik kültürü ile yaşadıkları ülkenin kültürel özünü benimseyen kişiler olarak nitelendirmiştir.

Maffini ve Wong (2012) çift kültürlülüğü, iki farklı kültüre sahip grupların normlarının sentezlenmesi ve içselleştirilmesi olarak tanımlayarak, çift kültürlü bireylerin farklı kültürel şema, değer ve norm setleri arasında değişen kişiler olduğunu belirtmiş, çift kültürlü yapıya sahip bireylerin tek kültürlü yapıya sahip bireylere göre daha fazla bilişsel karmaşıklığa sahip olduğunu ileri sürmüştür. Dau (2016) çift kültürlülüğü, tek veya iki kültürlü olmak üzere iki olası değer ile kategorik bir değişken olarak nitelendirmiş, tek kültürlü yapıdaki bireyleri tek bir kültürel çerçevede bütünleşen veya içselleşenler, iki kültürlü yapıdaki bireyleri ise iki farklı kültür çerçevesinde bütünleşen veya içselleşenler olarak değerlendirmiştir. Çift kültürlü bireylerin etkileşimde buldukları ikinci kültürün değerleri, inançları, sembolleri ve alışkanlıklarına yetkin olabilen kişiler olduğunu belirtmiştir. Chen (2015) ise bir bireyin çift kültürlü yapıya sahip olabilmesi için her iki kültürle en az 5 yıl etkileşimde bulunması gerektiğini belirtmiştir.

Keefe ve Padilla (1987: 18) çift kültürlülüğü, etnik grupların sosyal, ekonomik ve politik olarak bütünleşerek topluma kazandırılması olarak tanımlayarak çift kültürlü yapıya yönelik bir matris ortaya koymuştur (Şekil 1.2). Bu modele göre; hem kendi kültürel değerleri kaybetmeyip hem de yeni kültürün değerlerini benimseyen bireyler çift kültürlü olarak nitelendirilmiştir.



**Şekil 1.2. Kültürleşme Matrisi**

**Kaynak:** Keefe ve Padilla, 1987: 17

Yel (2011), çift kültürlülüğün birey ve toplumlar için bir fırsat olabileceğini öne sürerek doğru kararların alınabileceğini, yaratıcılıkların artabileceğini, çok ve çeşitli fikirlerin ortaya çıkabileceğini ve etkin performans elde edilebileceği gibi birçok faydasının olabileceğini belirtmiştir. Diğer taraftan; algılama sorunları, bağımlılık eksikliği ve iletişim sorunları gibi sakıncalarının da olabileceğini belirtmiş, ancak çift kültürlülüğün olumlu yönlerinin daha ağır bastığını dile getirmiştir.

Literatürde çift kültürlülüğün iki yönü ortaya koyulmuştur. LaFromboise vd.'nin (1993) ortaya koyduğu ikinci kültür edinim modellerinden değişim (alternating) modeline göre; bireyler her iki kültürün kimliğini ve davranışlarını benimseyerek iki kültürü birbirinden ayırt ederek yaşayabilmektedir. Diğer modele göre bireyler her iki kültürü de benimseyerek yeni bir kültür kimliğine sahip olmaktadır (Birman, 1994; aktaran Stroink ve Lalonde, 2009; Basilio, 2014). Çift kültürlülük ile ilgili yapılan çalışmalarda bireylerin psikolojik ve sosyokültürel uyum süreci ele alınmıştır. Psikolojik uyum, bireylerin yaşam doyumu, olumlu etkiler, özgüvenin yanı sıra düşük yabancılaşma, depresyon, yalnızlık ve olumsuz etkilerini kapsarken, sosyo kültürel uyum akademik başarı, kariyer başarı ve sosyal becerilerin yanı sıra düşük düzeyde davranış problemlerini kapsamaktadır (Nyuguen ve Martinez-Benet, 2012). Buna ilave olarak Nyuguen ve Martinez-Benet (2012) bedensel ve fiziksel aktivite ve dengeli beslenmeyi kapsayan sağlıkla ilgili uyum sürecini ortaya koymuştur. Martinez-Benet vd.

(2002) ise çift kültürlülüğe sahip bireylerin farklılıklarını belirleyen “Çift Kültürlü Kimlik Entegrasyon” modelini geliştirmiştir. Bu model, çift kültürlü yapıya sahip bireylerin kendi ana ve etnik kültürel kimliklerinin algı derecelerini değerlendirmektedir. Yüksek algı derecesine sahip olan bireyler kendi öz kültürel değerlerini kaybetmeden her iki kültür üzerinde yetkinlik kazanırken, düşük algı derecesine sahip olan bireyler çelişkili ve zıt kutupları olan iki kültürel kimliği algırlar. Literatürde yapılan çalışmaların aksine, Birman (1998) çift kültürlülüğe yönelik kültürlenme sürecinde dikey olmayan olumsuz yönlü bir ilişkili tespit etmiş ve bireylerin yeni kültüre uyum sağladıkça kendi kültürel değer ve davranışlarından uzaklaştıklarını ortaya koymuştur. Başka bir ifadeyle araştırmacı bireylerin çift kültürlü olabileceklerine dair net bir kanıt olmadığını ileri sürmüştür.

#### **1.4.1. İkinci Kültür Edinim Modelleri**

Kültür içindeki ve kültürler arasındaki değişim sürecinin anlaşılması için literatürde 5 model ortaya konulmuştur. Bunlar: Asimilasyon (özümseme, benimseme), Kültürleşme (kültürel uyum), Değişim, Çok kültürlülük ve Füzyon (birleştirme, kaynaştırma) modelidir. Her biri grup olgularını oluşturmasına rağmen, bir bireyin orijinal bir kültürden başka bir kültür yetkinliğini kazanması süreçlerini ele almaktadır. Burada her bir model, farklı varsayımlar kurarak, bireyler için farklı çıktılara odaklanarak çift kültürlülüğe geçiş sürecini ele almaktadır (LaFromboise vd., 1993). İkinci kültür edinim modelleri farklı türdeki çift kültürlü bireyleri sınıflandırmada kullanılmaktadır (Chen, 2015). Bu modeller aşağıda ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır.

##### **1.4.1.1. Asimilasyon (Assimilation) Modeli**

Asimilasyon benzeşme, aynılaştırma veya özümseme anlamına gelmektedir. Sosyolojik anlamda asimilasyon, bir bireyin veya grubun, içinde yaşamak istediği bir grubun veya toplumun davranış biçimlerine ve normlarına uymasındır. Burada bireyin doğrudan doğruya bir gruba bağlılık bilincinin, o gruba ilgili duygu ve düşünüş biçimlerinin değişmesi söz konusudur (Özdemir, 1988). Asimilasyon bireyin kendi kültürel değerlerini kaybederek başka bir kültürün özelliklerini alma süreci olarak tanımlanabilir (Gudykunst, 2010: 97; Chen, 2015). Başka bir ifadeyle asimilasyon, bireylerin yeni bir kültürü benimseme varsayımına dayanan ve bireyin yeni kültürel kimliğini geliştirerek, yeni kültürel kimlik kazanmasıyla kendi öz kültürünün sadakatini ve farkındalığının kaybetmesini kapsamaktadır (LaFromboise vd., 1993).

Berry (1997) asimilasyon sürecinin sadece ikinci bir kültürle etkileşim türü değil, her iki grubu değiştiren itici bir güç olduğunu ileri sürmüştür. Gordon (1964; aktaran Shaull ve

Gramann, 1998) asimilasyon sürecininin yedi sürecini açıklamıştır. Bunlar: Kültürel veya davranışsal asimilasyon, Yapısal asimilasyon, Evlilik (birleşme) asimilasyon, Özdeşleştirme asimilasyon, Önyargı olmadan tutumsal asimilasyon, ayrımcılık olmadan davranışsal asimilasyon ve Güç çatışmaları olmadan sivil (yurttaşlık) asimilasyondur. Tüm bu asimilasyon modellerinin altında yatan varsayım, ikinci kültürde yeni bir kimlik edinmek isteyen bireyin kendi kültürel kimliğini kaybederek yeni bir kültürel kimlik geliştirmesidir (LaFromboise vd., 1993). Başka bir ifadeyle birey içinde bulunduğu yeni kültürle özdeşleşir, kendi kültürel kimliğinden sıyrılır, daha doğrusu kendine yabancılaşır (Özdemir, 1988).

Floyd (2001) literatürde asimilasyon modelinin, kültürel ve yapısal asimilasyon olmak üzere iki türünün ele alındığını belirterek, kültürel asimilasyonun ev sahibi toplumun dil, din ve beslenme türü gibi kültürel özelliklerinin azınlık grup tarafından benimsenmesi, yapısal asimilasyon ise azınlık ve çoğunluk grup arasındaki etkileşimler olarak nitelendirmiştir. Diğer taraftan Burnam vd., (1987) ise bu modelde, bireylerin yeni kültürü algılayıp kabul edene kadar yalnızlık ve yabancılaşma duygusunu yaşayabileceğini öne sürerek, bu tür kişilerde daha fazla stres, endişe ve okul başarısızlığı gibi sosyal problemler olabileceğini belirtmişlerdir.

#### **1.4.1.2. Kültürlenme (Acculturation)**

Kültürlenme modeli genel olarak asimilasyon modeline benzemesine rağmen iki model arasındaki fark; asimilasyon modelinde bireylerin sonunda ev sahibi kültürünün tam üyesi haline gelerek kendi orjinal kültürlerini kaybetmeleri iken, kültürlenme modelinde bireylerin ev sahibi kültürün yetkin bir katılımcısı olmaları ve kendi kültür benliklerini kaybetmemeleridir (LaFromboise vd., 1993). Diğer bir ifadeyle bireyler baskın kültüre tam uyum sağlarlar ve aynı zamanda kendi kültürünün üyesi olmaya devam ederler (Chen 2015). İkinci kültür edinim modellerinden biri olan kültürlenme literatürde yoğun bir şekilde ele alınmıştır. Kültürel uyum olarak ta nitelendirilen kültürlenme ile ilgili literatürde yer alan tanımlardan bazıları aşağıda verilmiştir:

- Bir toplumda etnik grup üyelerinin ev sahibi grup üyelerinin kültürel normlarına sosyo-kültürel anlamda uyum ve edinim olarak tanımlanabilir (Gül ve Kolb, 2009).
- Bir bireyin benimsediği bir toplumun yeni kültürünü kazanırken, kendine özgün kültürel özellikleri ve değerleri kaybettiği süreçtir (Deng vd., 2005).
- Ev sahibi toplumun kültürü ile sürekli iletişim sonucu, göçmenlerin davranış değişimlerinin süreci olarak tanımlamışlardır (Lee ve Sparks, 2007)

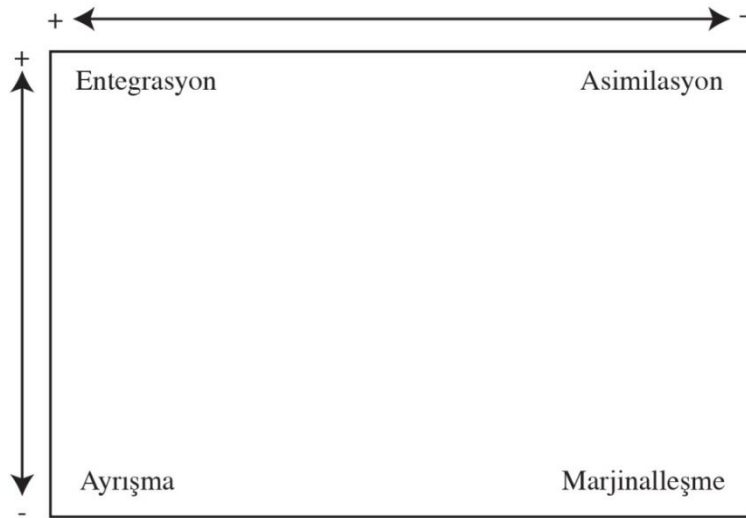
- Etnik grubun kültür kalıplarının ev sahibi toplumun kültür kalıplarına doğru değişim göstermesi sonucunda oluşan durumdur (Gordon 1964; aktaran LaFromboise vd., 1993).
- Ev sahibi toplumun kültürel özelliklerinin azınlık bir grup tarafından elde edilmesini kapsar (Juniu, 2000)
- Başka bir kültürle ilişki veya alışveriş sonucu ortaya çıkan bir tür kültür değişmesidir (Güvenç, 1999: 127).
- İki farklı kültüre sahip toplumlar arasındaki uzun süreli iletişim sonucu oluşan ve her iki kültürdeki kültürel ve psikolojik değişiklikleri içeren karmaşık süreci ifade eder (Berry, 1996,1997; Arends-Toth ve Van de Vijver, 2006).

Güvenç (1999: 126) kültürlenme süreci için en az iki ayrı kültür sisteminin olmasının yeterli olmadığını, bunun yanında her iki kültür arasında sürekli ilişki ve etkileşimin olmasının zorunlu olduğunu ileri sürmüştür. Redfield vd. (1936; aktaran Arends Toth ve Van de Vijver, 2006) kültürlenmeyi, farklı kültürlerden gelen birey veya grupların birbirleriyle etkileşimleri sonucunda oluşan kültürel değişim süreci olarak tanımlayarak, bu değişimin iki kültürde de olduğunu belirtmiştir. Berry (1992) ev sahibi toplumun daha baskın olması sebebiyle, değişimin etnik grupta daha fazla olduğunu, Jamal (1996) ise ev sahibi toplumun kültürel kalıplarında değişimler olabileceğini ileri sürmüşlerdir. Diğer taraftan Berry (1997) bireydeki değişimin; bireyin kendi kültürüne olan aidiyat duygusunun değişimini ifade eden “miras kültürle özdeşim” ve ev sahibi toplumun kültürüne yönelik aidiyat duygusunu ifade eden “ev sahibi kültürle özdeşim” olmak üzere iki yönlü olabileceğini belirtmiştir.

Kültürlenme sonucu bireylerde oluşan değişim, psikolojik ve sosyo-kültürel uyum açısından ele alınmaktadır (Berry, 1997). Psikolojik uyum bireysel düzeyde kişilerin davranışsal değişimlerini kapsamakta ve kendini iyi hissetme, özsaygı, kültürel farklılıkların yol açtığı stresle başa çıkma olarak ortaya çıkmaktadır. Sosyo-kültürel uyum ise grup düzeyinde sosyal yapı ve kurumlar ile kültürel uygulamalardaki değişimleri kapsamakta ve sosyal alanda ve çok kültürlü ortamda kendini rahat ve yeterli hissetme olarak ortaya çıkmaktadır (Berry vd., 2006; Berry, 1997).

Literatürde kültürlenmeye yönelik iki model ortaya koyulmuştur. İlki Gordon (1964) tarafından ortaya koyulan ve tek boyutlu model olarak nitelendirilen, tek bir kültüre yönelik kültür değişimidir. Başka bir ifadeyle bireyin kendi kültüründen ana kültüre tamamen uyum sağlamasıdır (Arends-Toth ve Van de Vijver, 2006). Diğer bir model Berry (2005) tarafından ortaya koyulan iki boyutlu modeldir (Şekil 1.3). Buna göre Berry (2005) özümseme, birleşme, marjinalleşme ve bölünme olmak üzere dört farklı kültürlenme stratejisi tanımlamıştır.

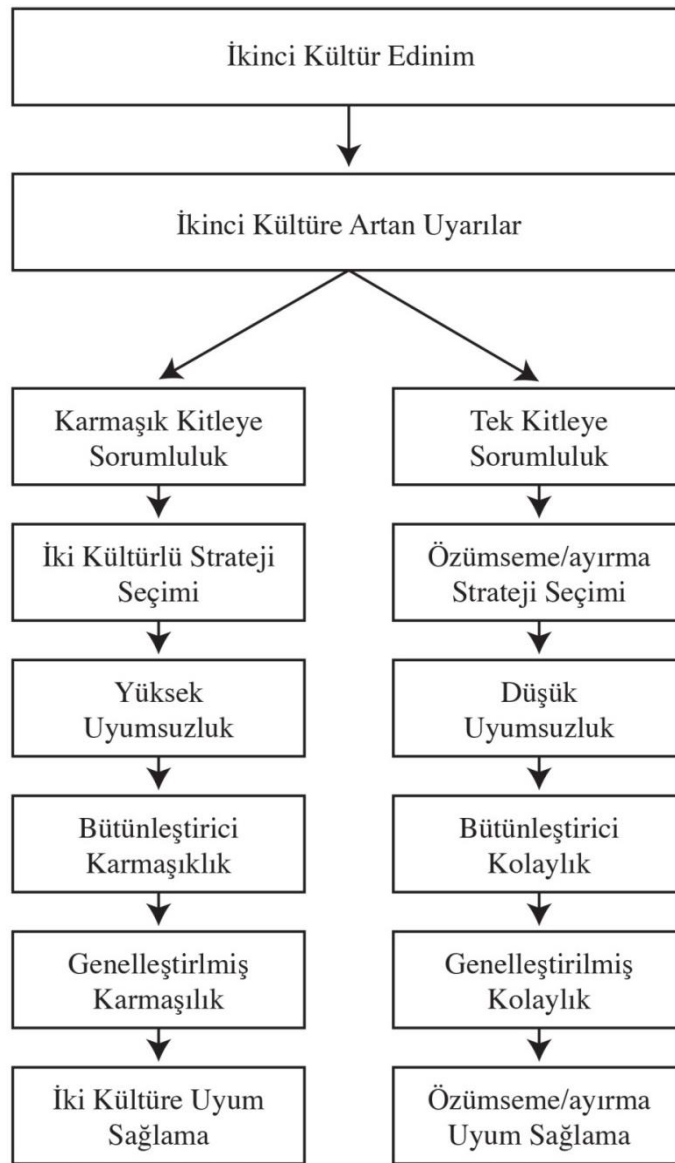
Özümseme stratejisi, bireyin etnik kimliğinden ve miras kültürüyle özdeşimden vazgeçerek sadece ev sahibi kültürle etkileşimde bulunmayı ve onunla özdeşim kurmayı seçmesi; ayrışma stratejisi, bireyin sadece kendi etnik kimliğini devam ettirmeyi seçmesi ve ev sahibi kültürle etkileşime girmekten kaçınması; bütünleşme stratejisi, bireyin hem etnik kimliğini devam ettirmeyi, hem ev sahibi kültürle etkileşime girmeyi seçmesi; son olarak marjinalleşme stratejisi ise bireyin ne etnik kimliğini devam ettirmeyi ne de yeni kültürle etkileşime girmeyi seçmesidir.



**Şekil 1.3. İki Boyutlu Kültürleşme Stratejisi**

**Kaynak:** Berry, 2005: 705

Tadmor ve Tetlock (2006) kültürleşme sürecinde; bireylerin kültürleşme seçimi ve bireylerin bilişsel biliş ve karşılaştıkları güçlüklerin üstesinden gelebilme becerileri üzerine yaptıkları çalışmalarında “Kültürleşme Karmaşıklık Modeli” adı altında bir model geliştirmişlerdir (Şekil 1.4). Modele göre; ikinci kültür edinim ilk aşamasında birey kendi kültürü ile yeni kültür arasındaki değer farklılıklarını fark etmeye başlar. İkinci aşama, bireyin her iki kültürün değerlerini farketme derecesine bağlı olarak kültürleşme stratejilerinin seçim aşamasıdır. Üçüncü adım, bireylerin en düşük dereceden en yüksek derece arasında değişebilen her iki kültürün değerlerine uyum sürecidir. Bu aşamada tek bir kültüre yönelen bireyler için uyum düzeyi yüksek, her iki kültüre yönelen bireyler için, karmaşık yapı sebebiyle uyum düzeyleri muhtemelen düşük olacaktır. Dördüncü adım (bütünleştirici karmaşıklık ile uyumsuzluğun çözümü) bu değişen uyumsuzluk düzeylerinin, kültürleşme sürecinde güçlüklerin üstesinden gelme tepkilerinde bütünleştirici karmaşıklık düzeylerini gerektirecektir. Son olarak beşinci adımda ise diğer kültürel alanlar ve adı geçen özel kültürleşme stratejilerinin nasıl elde edildiği ile ilgili modların (dört adımın) genelleştirilip geliştirilmediği yönlendirecektir.



**Şekil 1.4. Kültürleşme Karmaşıklık Modeli**

**Kaynak:** Tadmor ve Tetlock, 2006

#### 1.4.1.3. Değişimli Olma (Alternation)

İkinci kültür ediniminin değişim modeli bireyin iki farklı kültürü anlaması ve bilmesinin mümkün olabileceğine, bireylerin belirli bir toplumsal kültüre uyum sağlayabilmesi için davranışlarını değiştirebileceği varsayımına dayanmaktadır. Başka bir ifadeyle bireyin kendi kültürel kimliğinden ödün vermeden her iki kültüre de aidiyat duygusunun olabileceğini ileri sürer (LaFromboise vd., 1993). Bireyler her iki kültüre de katılım sağlarlar ve belirli sosyal bağlamda uyum sağlamak için davranışlarını değiştirirler (Chen, 2015).

Değişim modeli asimilasyon ve kültürleşme modelinden 2 yönden ayrılır. İlki bireylerin kendi öz kültürü ile edindikleri ikinci kültür arasındaki ilişki, diğer iki modeldeki doğrusal ve tek yönlü ilişkiden ziyade; dikey ve iki yönlü ilişki üzerinde kurulmuştur.



Dolayısıyla değişim modeli aralarında seçim yapmak zorunda kalmadan her iki kültürle olumlu yönde ilişkilerin sürdürülmesine olanak sağlar. İkincisi, değişim modeli iki kültür arasında hiyerarşik bir ilişkinin olmadığını savunur. Bu durum, bireylerin iki kültüre de eşit derecede değer vermeseler dahi bireylerin her iki kültüre de eşit derecede atanmasını sağlar (LaFromboise vd., 1993).

#### **1.4.1.4. Çok Kültürlü (Multicultural)**

Çok kültürlü model bir veya daha fazla kültür arasındaki ilişkilerin anlaşılmasını sağlayan çoğulcu bir yaklaşımdır. Bu model bireylerin ortak ulusal ve ekonomik ihtiyaçlarını karşılamak için bir kültürden çok kültürlülüğe farklı kimlikteki kültürlerin uygulanabilirliği temeline dayanır. Kùltürler arasındaki çok boyutlu kuramsal paylaşımı ve çok yönlü bir şekilde kültürel çeşitliliği sürdürmede kritik bir faktördür (LaFromboise vd.,1993). Çok kültürlü modelde bireyler diğer kültür gruplarla ortak kimlik geliştirirken, kendi kültürel mirasından gelen kimlik kültürünü devam ettirirler (Chen, 2015).

Çok kültürlü model, bir bireyin aynı anda kültürel gruplardan oluşan geniş bir siyasi varlık ve karmaşık kurumsal paylaşım yaparak olumlu bir kimlik geliştirirken, diğer taraftan kendi kültürünü sürdürmesi temeline dayanmaktadır. Bu model bireyin özel ve kamu kimliklerinin birleşmiş haline gerek olmadığı ve iç çatışmaların çözümünün yol açtığı iki kültürlü stres gerilimi olumsuz bir psikolojik etki etmediği, fakat bunun yerine bireyin kişisel ve duygusal gelişimine neden olmaktadır (LaFromboise vd., 1993)

#### **1.4.1.5. Kaynaşma (Fusion)**

Kaynaşma modeli ekonomik, politik ve coğrafi paylaşımında bulunan kültürlerin yeni bir kültür oluşumu için birbirini ayırt etmeden beraber kaynaşmasına dayanır. Kurumsal yapıların birbirine karşı saygılı paylaşımı ile yeni ortak kültür üretilir. Her bir kültür eşit ortak olarak kültürlerin etkileşimi ile yeni biçiminin oluştuğu güçlü ve zayıf yönlerini getirerek kaynaştırır. Füzyon modeli hiçbir zorunlu varsayımın olmaması yönünden asimilasyon ve kültürleşme modellerinden farklılaşır (LaFromboise vd., 1993). Başka bir ifadeyle farklı gruplardaki bireyler birleştirilmiş kültürel kimlik olarak kaynaşarak ve birbirlerine herhangi bir üstünlük kurmadan yeni bir form oluştururlar (Chen, 2015).

Her iki kültür bireylerini kaynaştırarak, yeni entegre edilmiş kültür oluşturur. Bu entegre edilmiş kültür, ya her iki kültürün kaynaşmasını yada her iki kültürün alışılmamış benzersiz ve yeni yönlerini içerir. Bir kültürden diğerine, her ikisine, ya da hiçbirine yakın olmak/ olmamak, ya da farklı derecelerde yakın olmak mümkündür. Bu iki kültürün ötesine geçmek de mümkündür. Dolayısıyla iki kültürün kaynaşmasıyla ortaya çıkan üçüncü ve

bambaşka bir oluşum kaynaşma modeli olarak nitelendirilmektedir (Arends-Toth ve Van De Vijver, 2006). Bu modelde farklı kültüre sahip bireyler yeni bir kültür türü oluşumu için katılım gösterirler (Smither, 1982). Kağıçbaşı (2014) kaynaşma modelinin ampirik olarak çift kültürlülükten farklı olup olmadığına yönelik bir belirsizliğin olduğunu ileri sürmüştür.

İkinci kültür edinimdeki her bir model, ikinci kültür edinimi süreci yaşayan bireylerle ilgili varsayımlara sahiptir. Bu modellerin birbirinden bağımsız olduğu anlamına gelmez. Duruma ve bireye bağlı olarak herhangi bir model, bir bireyin yeni kültürde yetkinlik kazanabilmesi için yeterli açıklamaları ortaya koymaktadır. Ortaya koyulan bu modelleri birbirinden ayıran değişkenler Tablo 1.2’de gösterilmiştir.

**Tablo 1.2. İkinci Kültür Edinme Modelleri ile İlişkili Değişkenlerin Etki Düzeyi**

Model	1	2	3	4	5	6	7
Asimilasyon	Düşük	Düşük	Düşük	Düşük	Yüksek	Yüksek	Yüksek
Kültürlenme	Düşük	Düşük	Düşük	Yüksek	Düşük	Düşük	Düşük
Değişimli Olma	Yüksek	Yüksek	Yüksek	Yüksek	Yüksek	Yüksek	Yüksek
Çoklu kültür	Yüksek	Yüksek	Yüksek	Yüksek	Orta	Düşük	Düşük
Kaynaşma	Düşük	Düşük	Düşük	Düşük	Yüksek	Yüksek	Yüksek

1:Kendi öz kültürü ile iletişim; 2:Kendi öz kültürüne bağlılık; 3: kendi öz kültürüne ilgisi;4:Kendi öz kültür üyelerince kabulü; 5:İkinci kültür ile iletişim; 6:ikinci kültüre bağlanma; 7:İkinci kültür üyelerince kabulü

**Kaynak:** LaFromboise vd., 1993

Tablo 1.2’de her bir modelin vurgu dereceleri gösterilmektedir. Tablo 1.2 incelendiğinde; birçok model bireyin kendi öz kültürünü kaybedeceğini varsayımında bulunmasına rağmen, bir bireyin her iki kültür arasındaki değişimde aktif ve etkin ilişkilerini sürdürebileceğinin mümkün olduğu ve her iki kültürde yetkinlik kazanması ve sürdürmesi ise daha kolay olduğu görülmektedir. (LaFromboise vd., 1993).

#### 1.4.1.6. İkinci Kültür Edinimde Diğer Modeller

Chen vd. (2008) ikinci kültür edinim modelleri ve kültürlenme stratejilerinin ev sahibi grup üyelerinden ziyade göçmen ve etnik grupların çift kültürlü deneyimlerini betimlediğini belirterek, kültürlenmenin göç tabanlı ve küreselleşme tabanlı olmak üzere iki şekilde olabileceğine yönelik bir model önermişlerdir. Göç tabanlıda bireyler bir kültürden diğerine fiziksel olarak taşınırlar ve ev sahibi kültürün azınlık üyeleri haline gelirler. Önce kendi kültür orjinini öğrenirler, taşınmadan sonra ev sahibi kültürün dili ve değerlelerini edinirler. Bu tür uyumda, bireylerin çift kültürlü kimliği kendi kültürü ile ev sahibi toplumun kültürünü kapsar. Küreselleşme tabanlı kültürel uyumda, bireyler kendi kültürün orjini ile kalırlar fakat küreselleşme sebebiyle diğer kültürlerin etkisine maruz kalırlar. Ev sahibi toplumun üyeleri hem yerel ve hem de global kültürleri öğrenme imkanına sahiptirler. Başka bir ifadeyle

bireyler küresel kültüre ait global kimlik ve etnik kültürün yerel kimliklerin dahil olduğu, doğrudan veya kültürler arası iletişimin aracılığıyla iki kültürlü kimliklerini geliştirirler.

Smither (1982) etnik kültürle ev sahibi kültür arasındaki ilişkileri inceleyen bir model ortaya koymuştur (Şekil 1.5). Bu modele göre; hem etnik kültürde hem de ev sahibi kültürde kültürlenme düzeyi düşük olan bireyler yeni bir kültür oluşturular. Etnik grup üyelerinin kendi isteği ile ev sahibi toplumun kültürünü benimsemesi asimilasyon, kendi kültürüne bağlı kalıp yeni kültürü benimsemek istememesi ayırma olarak isimlendirilmiştir. Çoğulculuk çerçevesi de, birey kendi kültürüne bağlı kalarak çoğunluk kültüre doğru kültürlenmesini kapsamaktadır.

		ÇOĞUNLUK KÜLTÜR	
		Düşük	Yüksek
AZINLIK KÜLTÜR	Düşük	Kaynaşma (Fusion)	Asimilasyon
	Yüksek	Ayırma (Segregation)	Çoğulculuk (Pluralism)

**Şekil 1.5. Azınlık-Çoğunluk İlişki Modeli**

İkinci kültür edinimin diğer bir türü olan çoğulcu toplum, aralarında dil, din ırk veya etnik açılardan farklılıklar olmasına rağmen, aynı ulusal devlet çatısı altında yaşayan bireylerin oluşturduğu toplumdur (<http://www.wikiturk.net/Madde/10361/cogulcu-toplum-pluralist-society>). Dünya genelinde yaşanan göç sonucunda birçok toplum çoğulcu toplum haline gelmiştir. Başka bir ifadeyle farklı kültürel yapıya sahip birçok birey çeşitlilik gösteren toplumlarda beraber yaşamaya başladılar. Bunun sonucunda ekonomik, politik ve sayısal olarak eşit olmayan alt kültür grupları oluşturdular. Bu kültür gruplarının oluşumunda; gönüllülük, hareketlilik ve devamlılık faktörleri etkin rol oynamıştır (Berry, 1997). Bu gruplara örnek olarak göçmenler, mülteciler, yerleşik halk, etnik azınlık ve geçici misafirler (geçici işçi, öğrenci gibi) verilebilir.

#### 1.4.2. Çift Kültürlü Yetkinlik

Çift kültürlü yetkinlik; her iki kültür hakkında bilgi sahibi olmak, her iki kültürde de etkin bir şekilde işlev görebilen inanca ve kültürlü etkinliğe sahip olmak, her iki kültür grubuna karşı olumlu tutuma sahip olmak, her iki kültürün bireyleri ile dil yeteneği ve sözsüz iletişimin dâhil olduğu iletişim kurabilmek ile elde edilir (LaFromboise vd.,1993). Başka bir ifade ile bireylerin hem kendi hem de ev sahibi toplumun kültüründe başarılı bir şekilde davranış sergilemesi ile her iki kültürdeki bireylerle iletişim becerisine sahip olmasıdır

(Basilio, 2014). LaFromboise vd. (1993), iki farklı kültürde yaşayan ve çift kültürlü yapıya sahip olan bireylerin bu ortamda yaşama sürecini etkin bir şekilde yönetebilmesi ve ihtiyaç duyacağı çift kültürlü yetkinliği sürdürebilmesi ve geliştirmesi için bir dizi becerilerin gerektiğini ileri sürmüş ve aşağıda belirtilen beceri ve tutumları önermişlerdir:

**Kültürel İnanç ve Değerleri Bilme:** Bir kültürün günlük yaşam tarzı, tarihi, kurumları ve dini törenleri hakkındaki bilgi ve bunların farkındalığını ile dini konular, siyasi politikalar ve grup üyeleri arasındaki günlük etkileşimleri yöneten kuralları bilmeyi kapsar.

**Her İki Gruba Karşı Olumlu Tutum:** İki kültür grupları arasındaki hiyerarşik ilişkilere uyarak her iki gruba olumlu bir şekilde yaklaşmayı kapsamaktadır.

**Çift Kültürlü Yeterlilik:** İki kültür içindeki kişilerarası ilişkileri etkin bir şekilde sürdürüp ve geliştirebileceği inancına sahip olmayı kapsar. Başka bir ifadeyle bireyin her iki grup içerisinde kişinin kültürel kimliği kaybetmeden tatmin edici ve etkin bir şekilde yaşayabileceği inancı, düşüncesi veya güvenidir. d) Her iki kültürle iletişim becerisi: bir bireyin adapte olduğu yeni kültür üyeleri ile fikir ve duyguları ile hem sözlü hem de sözsüz iletişim kurmayı kapsar. Dolayısıyla dil yetkinliği, iki kültürlü yetkinlikte önemli bir yapı taşı olmaktadır.

**Rol Repartuarı:** Her iki kültüre uygun davranma yeteneği veya iki kültür arasında bireylerin uygun davranış ve roller geliştirilmesini içerir.

**Gerçekçi (Topraklı) Olma:** Her bir kültürle gereken güvenli sosyal ağın kurulmasını kapsar. Çift kültürlülüğü yönetmede başarılı olan bir birey, her iki kültürde istikrarlı sosyal ağlar kurabilmektedir.

Yukarıdaki beceriler arasında rasyonel bir ilişki olabilmektedir. Bir veya daha fazla beceriler tek ve çift kültürlülük arasında kilit rol üstlenebilirler. LaFromboise vd. (1993) bu beceriler arasındaki ilişkilere dayandırılarak; beceriler arasında doğrusal olmayan, hiyerarşik ilişkilerin olduğu “çift kültürlü yetkinlik varsayımı” modeli geliştirmişlerdir. Bu model bir bireyin hem yeni kültürde etkili olma hem de kendi öz kültür yetkinliğini başarılı bir şekilde sürdürebilmesi için ihtiyaç duyduğu beceri yeteneklerine odaklanmaktadır (Tablo 1.3).

**Tablo 1.3. İkinci Kültür Edinmede İki Kültürlü Yetkinlik Becerilerinin Etki Dereceleri**

Model	1	2	3	4	5	6
Asimilasyon	Düşük	Düşük	Düşük	Düşük	Düşük	Düşük
Kültürlenme	Düşük	Düşük	Orta	Orta	Düşük	Düşük
Değişimli Olma	Yüksek	Yüksek	Yüksek	Yüksek	Yüksek	Yüksek
Çoklu kültür	Orta	Orta	Orta	Orta	Orta	Orta
Kaynaşma	Orta	Orta	Orta	Düşük	Düşük	Orta

1:Kültürel değer ve inanç bilgisi; 2:Her iki gruba karşı olumlu tutum; 3: İki kültürlü yeterlilik, 4:iletişim yetkinliği; 5:Rol repartuarı; 6:gerçekçi (topraklı olma duygusu)

Tablo 1.3 incelendiğinde ikinci kültür edinmedeki 5 modele, becerilerin ne derecede etki ettiği gösterilmiştir. Değişimli Olma (Alternation) modelinin bu becerilerin kazanılmasını kolaylaştıran model olduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle çift kültürlü yetkinliğin alternation modelinin gelişmesinden ortaya çıktığı söylenebilir. Literatürdeki araştırmalar iki kültürlü ortamda yaşayan bireylerin, tek kültürlü yaşam tarzından daha faydalı olduğu deneyimleri bulduğunu ortaya koymuştur. Burada iyi bir refah düzeyinin anahtarı her iki kültürdeki yetkinliği sürdürmek ve geliştirme becerisidir. LaFromboise vd. (1993) iki kültürlü yetkinliğin gelişmesinde bireylerin demografik özelliklerinin (kişisel ve kültürel kimliği, yaş ve yaşam döngüsü, cinsiyet ve ekonomik durumu) etkili olabileceğini ileri sürmüştür.

Basilio (2014), iki farklı kültür içinde yaşamak zorunda kalan bireylerin, her iki kültürün yaşam stillerine, değerlerine, inançlarına ile örf ve adetlerine uyum sağlayabilmesi ve her iki kültür yapısını yönetebilmesi için bazı özelliklerinin olması gerektiğini ifade etmiş ve üç temel özellik sıralamıştır. Bunlardan birincisi çift kültürlü yapıya sahip bireylerin yukarıda belirtilen çift kültürlü yetkinliğe sahip olmaları gerekliliğidir. İkincisi bireylerin çevredeki belirtilere bir tepki olarak yeni bir kültürel çevreye geçiş yapabilme yeteneği olan çevreye uyum sağlayabilmesidir. Çift kültürlü bireyler çevrelerine adapte olabilmek için duygusal ipuçlarına güvenmek zorundadırlar. Verkuyten ve Poulasia (2006) kültürel değer ve öz algıları kullanarak kültürel çift kültürlülüğe geçiş sürecini Hollanda'da yaşayan Yunanlılar üzerinde incelemişlerdir. İki kültürlü katılımcıları inceleyerek ve tek kültürlü bireyleri (Yunan ve Hollanda) karşılaştırarak, iki kültürlü yapıdaki bireylerin algı ve değerlendirmelerinin kültürel çerçeveden etkilendiklerini ortaya koymuşlardır. Çift kültürlü bireylerin belirleyici özelliklerinden üçüncüsü ise bütünleyici karmaşıklığıdır. Bütünleyici karmaşıklık, çift kültürlü yapıya sahip bireylerin bir konu hakkında farklı kültürel bakış açılarını kabul etmesini ve bunları günlük yaşamlarına entegre edebilmelerine olanak sağlamasıdır.

## **1.5. Göç ve Göçtürkler**

### **1.5.1. Göç**

Birçok ülkenin ve milyonlarca insanın dahil olduğu dünya genelinde bir olgu (Berry vd., 2006) olan, bir ülkenin işgücünün yenilenmesinde önemli bir strateji haline gelen (Tirone ve Goodberry, 2011) ve dünyadaki birçok ulusu etkileyen (Stodolska ve Yi, 2003) göç ekonomik, siyasi, ekolojik veya bireysel sebeplerden dolayı, bir yerden başka bir yere yapılan ve kısa veya uzun vadeli geriye dönüş veya sürekli yerleşim hedefi güden coğrafî, toplumsal ve kültürel bir yer değiştirme hareketidir (Yalçın, 2004: 13; aktaran Özdemir vd., 2009). Göç kısaca, ekonomik, sosyal ve siyasi sebeplerden dolayı bireylerin yer değiştirme eylemi olarak

tanımlanabilir. Göç, daha iyi yaşam koşulları sağlamak amacıyla kendi istekleriyle yeni bir ülkeye gelen bireylerin yaşam kalitesi ve refah düzeyi için stresli ve zorlu süreçleri kapsar (Stack ve Iwasaki, 2009). Ekonomik veya toplumsal nedenlerle yapılan göç, zorunlu veya gönüllü olarak, ülke sınırları içinde veya ülkeler arasında gerçekleştirilmektedir. Bugün artık küreselleşen dünyada göç olgusunun önemi artmıştır (Aksoy, 2012).

Göç, ulusal sınırlar içinde olabileceği gibi ulusal sınırların ötesine, hatta kıtalar ötesine de taşabilmektedir. Göçler her durumda yerleşik kültürden ayrılma, yeni kültürle karşılaşma olduğu için (Özdemir, 1988) bireylerin kendi iç dünyalarında ve kültürel yapılarında bazı değişimlere neden olabilmektedir. Ayrıca göçler farklı kültürlerin birbiriyle karşılaşmasına sebep olduğundan farklı kültürlerden gelen bireylerin bir arada hayatlarını devam ettirme zorunluluğu, uyum ve adaptasyon ile ilgili bir takım çatışma ve sorunları da gündeme getirmektedir (Aksoy, 2012). Göç, bireyler ve gruplar arasında etkileşimden dolayı kültürlenmeye ve kültürlenme sonucunda da, kültürel olarak çok kültürlü toplumların ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Berry vd., 2016).

Uluslararası boyutta en önemli göç hareketi, 1950 ve 60'lı yıllarda Almanya'ya istihdam ihtiyacını karşılamak üzere doğudan batıya gerçekleştirilen göçtür. 1950'lerden sonra başta Almanya olmak üzere Batı Avrupa ülkelerine doğru kitlesel göç hareketi yaşayan Türkiye nüfusunun % 6'sı dünyanın farklı ülkelerine yerleşmiştir (Aksoy, 2012). Bir başka ülkeye yerleşmek ve yeni bir kültüre uyum sağlamak, iyi oluşu olumlu ve olumsuz yönde etkileyebilen önemli bir yaşam olayıdır. Yaşamdaki pek çok geçiş sürecinde olduğu gibi göç süreci de yeni kültürle etkileşim içinde olma, geleneklerini sürdürme veya bazı değerlerinden ödün verme, ev sahibi kültürün dilini öğrenme, sosyal ağlar oluşturma gibi pek çok zorluğu ve aynı zamanda gelişim fırsatını beraberinde getirir (Koydemir ve Schütz, 2014). Diğer taraftan göçmenler dil problemi, maddi sıkıntı ve bilgi eksikliği gibi bazı kısıtlayıcı ve sorunlarla da karşılaşabilirler (Yu ve Berryman, 1996; Stodolska, 1998) ve ev sahibi toplum üyeleri tarafından önyargı ve ayrımcılık ile karşılaşabilirler (Berry, 1997). Göç ettikleri yerlere kendi kültürünün norm, değer ve uygulama zenginliklerini getiren (Stroink ve Lalonde, 2009) göçmenler yerleştikleri yerlerdeki toplumların hem yapısını değiştirme (Kağıtçıbaşı, 2014) hem de tek kültürlü olan yapıları çift kültürlü yapıya doğru yönelim gösterebilmektedirler.

### **1.5.2. Almanya'da Yaşayan Türkler**

İkinci dünya savaşından sonra Avrupa göçmen rejimi, komşu ülkelerin işgücü talebine dayanmıştır. Bunun gibi dış talepler Türkiye'nin kalkınma stratejisine dâhil edilmiş ve ilk beş yıllık kalkınma planında (1962-1967) işsizlikle mücadele ve fazla işgücü ihracatı yer almıştır

(Korfalı, 2014). Elinde iş gücü fazlası bulunan Türkiye, Batı Avrupa ülkelerine, özellikle Federal Almanya'ya iş gücü gönderilmesine razı olmuş (Özdemir, 1988) ve ilk ikili işgücü istihdam sözleşmesini Federal Almanya ile imzalamıştır. Daha sonra Avusturya, Hollanda ve Belçika ile 1964 yılında; Fransa ile 1965 yılında; İsveç ve Avustralya ile 1967 yılında anlaşma yapılmıştır. Avrupa'ya giden işçi sayısı 1961 yılından sonra hızlı bir şekilde artmaya başlamış, 1964 yılında 66.000 çıkış ile zirve yapmıştır. Resmi rakamlar 1961-1974 yılları arasında işçi bulma kurumu aracılığı ile 800000 göçmen işçinin Avrupa'ya gittiğini ortaya koymaktadır (Korfalı, 2014). 1975 yılında batı ülkeleri işçi alımını durdurmasına rağmen Batı Avrupada ikamet eden Türk vatandaşlarının sayısı daha da artmaya başlamıştır. Başka bir ifadeyle kurulan göç kültürü ve ağlar içinde sığınma başvuruları, aile evlilikleri ve gizli işgücü göçü ile Avrupa ülkelerine göç devam etmiştir. Sonuç olarak Batı Avrupa Türk göçmenler için hedef olarak kalmıştır. Avrupa'da yaşayan Türk sayısı 1980'lerde yaklaşık olarak 2 milyon, 1990'larda ise 2,9 milyona ulaşmıştır. Bu sayı 2000'lerde 2,7 milyona düşmüş ve 2000'li yıllardan sonra da sabit kalmıştır. Bu düşüşün sebebi yaşadıkları ülkelerin vatandaşlığına geçen Türk göçmenlerdir (Korfalı, 2014). Günümüz itibarı ile Almanya'da yaşayan Türkler bu ülkedeki en geniş göçmen grubunu oluşturmaktadır (Koydemir ve Schütz, 2014).

Avrupa'ya göç eden Türk göçmenler, ilk başlarda bu göçü geçici olarak algılamışlar ve azami ekonomik tasarruf ile ülkelere geri dönmeyi düşünmüşlerdir. Bu süreçte düşünüldüğü gibi geri dönüşler olmuş, ancak Türk göçmenlerin büyük bir çoğunluğu geri dönmemiş, gittikleri ülkelerde kalmayı tercih etmişlerdir. Türk işçileri son yıllarda yatırımlarını buldukları ülkelere yapmaya başlamışlar ve çalıştıkları ülkelerde kalıcı olma, hatta o ülkenin vatandaşı olma yolunu seçmişlerdir. Özellikle yaşadıkları ülkelerde doğup büyüyen ve o ülkenin vatandaşı olma hakkını kazananlarda bu durum daha da açıktır. Ancak, bu vatandaşlarımızın büyük kısmı bir yandan o ülkelerin kültürel ve sosyal yapısına gittikçe uyum sağlamakla birlikte, kendi kültürel değerlerini benimseyip bunu korumak istemektedirler. Kendi kültürlerinden, dil ve dinlerinden farklı bir ülkede yaşayan Türkler doğal olarak birçok sorun yaşamaktadırlar. Avrupa'da özellikle de Almanya'da yaşayan Türk vatandaşlarının sosyal, ekonomik ve kültürel sorunları bulunmaktadır. Bireyleri sosyalleştirme, değerler kazandırma, mesleki bilgi ve beceriler ile donatma gibi amaçları olan eğitim kurumlarında da birçok sorunla karşılaşmaktadır. Bu sorunlar; eğitim problemleri, almanca yetersizliği, Alman eğitim sisteminin yapısı, Türklere karşı tutum ve davranışlar, mesleki yeterlilikler ve istihdam sorunları olarak sıralanabilir (Özdemir vd., 2009).

Almanyada yaşayan Türklerin kültürel yaşamlarını biçimlendirirken Alman kültüründen etkilendikleri aşikârdır. Gerek yaşadığı çevreden gerekse ailesinden almış olduğu geleneksel örf ve adetlere sahip olan Türkler, Almanya’da uzun süre kalmaları ve oradaki çevreyle etkileşim kurmalarıyla kendi örf ve adetlerine bağlı kalmak koşuluyla farklı kültürün örf ve adetleri ile karşılaşır. Kendi kültürel özellikleri ile yaşamış olduğu ülkenin kültürel özelliklerini karşılaştırma olanağı bulmuş olurlar. Her iki kültürün özelliklerini karşılaştıran bireyler kendilerine göre doğru olanları alarak yeni bir kültürel özelliklere sahip olacaklardır. Çift kültürlülük adı verilen bu yapıdaki bireylerin davranışlarında da bazı değişimler yaşanması söz konusu olacaktır (Gül ve Kolb, 2009).

Farklı kültür ortamlardan gelip birlikte veya yan yana bulunan insanların yaşadığı Almanya’daki durum açısından değerlendirildiğinde, kültürün önemi ve toplumsal işlevinin toplumun gelişmesi için, iki kültürlü bir ortamda birlikte yaşamının taleplerini yerine getirecek biçimde belirlenmesi gereklidir. Kültürün demokratikleştirilmesini tehlikeye atmak için, kültürün sundukları ve gelişim eğilimleri, çift kültürlülüğün gereklilikleri ile uyum içinde olmalıdır (Kula, 2012: 47). Almanya’da yaşayan Türklerin kültürel gelişimlerine etki eden faktörler şu şekilde sıralanabilir (Kula, 2012: 140):

- Etnik ve ev sahibi kültür arasındaki çatışmalar,
- Konut ve yerleşim koşulları,
- Çalışma koşulları,
- Sendika ve işyeri temsilcileri,
- Gelir durumu,
- Türklerin toplumsal konumu,
- Yabancılar yasası ve Türklerin politik ve kültürel etkinlik olanakları,

Berlin’de 30 yıl önce yapılan bir araştırmada, Almanya’da yaşayan Türklerin boş zamanlarını biçimlendirmede geldikleri ülkenin alışkanlıklarını sürdürdükleri, bunun yanı sıra buldukları ülkedeki göçmenlik koşullarının kendine özgü devinimin belirleyici olduğu saptanmıştır. Yine aynı çalışmada, Almanya’da yaşayan Türklerin boş zaman faaliyetlerinin önceden planlamadan, kendiliğinden gelişen, dışlanmalarından ve Almancalarının yetersiz olmasından dolayı daha çok kendi aralarındaki iletişim olarak gerçekleştiği; ailelerinin ve içinde buldukları grubun özelliklerini yansıttığı belirtilmiştir (Ayyıldız, 1983: 78 aktaran Kula, 2012: 118).



## **1.6. Çift Kültürlülük ve Turistik Davranışlar Arasındaki İlişkiler**

Kültürün tüketici davranışları üzerinde etkisi olduğu yukarıda açıklanmıştır. Kültürün turistik davranışlar üzerinde etkilerinin olduğu da yapılan çeşitli çalışmalarda ortaya konulmuştur (Chen, 2000; Chen ve Gürsoy, 2000; Mattila, 2000; Pizam ve Mansfeld, 1999; Richardson ve Crompton, 1988; Hudson vd., 2001). Kültürün bilişsel bir davranış olduğundan yola çıkarak, günümüzde insanların boş zamanlarını genel olarak benzer şekilde değerlendirmelerine rağmen; kültüre bağlı olarak algı, tercih, perspektif, karar verme ve satın alma davranışlarında değişimler olabilmektedir. Burada kültürün bireylerin boş zaman faaliyetlerine olumlu veya olumsuz etkileri söz konusudur (Gürbüz ve Henderson, 2014). Başka bir ifadeyle kültürün bireylerin tatil davranışları desteklediği gibi kısıtlayıcı etkileri de olabileceği söylenebilir.

### **1.6.1. Çift Kültürlülük ve Boş Zaman Tercihleri Arasındaki İlişkiler**

İnsanların hem kendi kültürü hem de yaşadığı ülkenin/bölgenin kültürü, tatil için gidecekleri destinasyon bölgesi, kaç gün tatil yapacağı, ne tür bir yerde konaklama yapacağı, ne tür bir tatil yapacağı gibi birçok seyahat davranışına etki etmektedir (Batman, 2013). Boş zaman faaliyetlerinde çift kültürlülüğün etkileri, literatürde göçmenler üzerinde yapılan çalışmalarda incelenmiştir. Tirone ve Goodberry (2011), boş zaman faaliyetlerinin iki farklı kültür arasındaki mesafeyi birleştirmede önemli rol oynadığını, Kanada'da yaşayan Güney Asyalı göçmenler üzerinde yaptıkları çalışmalarında ortaya koymuştur. Stack ve Iwasaki (2009) Kanada'da yaşayan Afgan göçmenlerin Kanada'ya adaptasyon sürecinde boş zaman faaliyetlerini değerlendirdiği çalışmalarında; eğlence amaçlı yapılan etkileşimlerin, Afgan göçmenlerin ikinci bir kültüre alışma döneminde kültürel bir güç olarak yardımcı olabileceğini ortaya koymuşlardır. Yine benzer şekilde Kim vd. (2015), boş zaman aktivitelerinin Amerika'da yaşayan Koreli göçmenlerin ev sahibi kültüre uyum sağlamalarında etkili olduğunu tespit etmişlerdir.

Stodolska (2003) Amerika'da yaşayan Meksikalı, Koreli ve Polonyalı göçmenler üzerinde boş zaman davranışlarını incelediği çalışmasında; göç sonrasında göçmenler üzerinde oluşan etnik kimliğin boş zaman faaliyetleri üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuştur. Benzer şekilde Juniu (2000) Güney Amerika'da yaşayan göçmenler üzerindeki çalışmasında; göçmenlerin yaşam tarzlarında göç sonrası değişimlerin olduğunu tespit etmiş ve bu değişimlerin de göçmenlerin boş zaman tercihleri ve rekreasyon faaliyetlerine katılımlarında etkisinin olduğunu ortaya koymuştur. Richardson ve Crompton (1988) ile Sussman ve Rashcovsky (1997) Kanada'da ikamet eden İngiliz ve Fransız göçmenlerin tatil

yeri seçiminde kültürel farklılıkların etkilerini incelemiş ve anlamlı ilişkiler bulmuşlardır. Richardson ve Crompton (1988), bu farklılıkların kültüre bağlı olarak ortaya çıktığını tespit ederlerken, Sussmann ve Rashcovsky (1997) kültürün tek başına belirleyici bir faktör olmadığını ileri sürmüşlerdir. Richardson ve Crompton (1988) yaş, eğitim ve gelir gibi demografik değişkenlerin de etkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Kloeze (2001) Hollanda'da yaşayan Türkler üzerinde yapmış olduğu çalışmada, çift kültürlü yapıya sahip Türklerin güçlü bir şekilde kendi kültürel gelenek, değerler ve yaşam biçimlerine bağlı olduğunu ve boş zamanlarında genellikle aile üyeleriyle beraber zaman geçirdiklerini ve komşu ya da memleketleri olan Türkiye'ye aile ziyareti için geldiklerini tespit etmiştir. Höglhammer vd. (2015) Avusturya'da yaşayan çift kültürlü yapıya sahip Türk'ler üzerinde çalışmalarında etnik grupların rekreasyonel davranışlar üzerinde etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Lee ve Sparks (2007) Avusturya'da yaşayan Koreliler ile Koreli vatandaşların seyahat davranış farklılıklarını inceledikleri çalışmalarında; Kore'ye göç eden bireylerin daha uzun süreli tatil yaptıkları, seyahat danışmanı olmadan seyahat düzenledikleri ve grup seyahatlerinden sakındıklarını ortaya koyarak, çift kültürlüğe sahip bireylerin seyahat davranışlarında birçok yönden farklılık gösterdiğini tespit etmişlerdir. Deng vd. (2005) İngiliz ve Çinli göçmenler üzerinde yaptıkları çalışmalarında etnik yapının boş zaman tercihleri üzerinde etkilerini ortaya koymuşlardır.

İkinci kültür edinim modellerinden asimilasyon ve kültürlenme düzeyleri ile boş zaman faaliyetleri arasındaki ilişkiler bazı araştırmacılar tarafından incelenmiştir. Yu ve Berryman (1996) New York'ta yaşayan ve kültürlenme düzeyi yüksek olan Çinli göçmenlerin kültürlenme düzeyi düşük olanlara göre boş zaman aktivitelerine daha fazla katılım gösterdiklerini tespit etmişlerdir. Shaull ve Gramann'ın (1998) Amerikalı İspanyollar üzerinde çift kültürlülüğün açık alan rekreasyon faaliyetleri üzerinde etkilerini incelemişlerdir. Katılımcılar, "düşük düzeyde asimilasyona sahip olanlar", "orta düzeyde asimilasyona sahip olanlar" ve "yüksek düzeyde asimilasyona sahip olanlar" olarak 3 gruba ayrılmış ve Amerika'da yaşayan İngiliz göçmenlerle karşılaştırılmıştır. Çalışma sonucunda asimilasyon düzeyi arttıkça göçmenlerin rekreasyon faaliyetlerine ilgisinin ve katılımın arttığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde Floyd ve Gramann (1993) kültürlenme ve asimilasyonun açık alan rekreasyon faaliyetleri üzerindeki etkilerini inceledikleri çalışmalarında; yüksek düzeyde asimilasyona sahip bireylerin davranışları, ev sahibi toplumda yaşayan bireylerin davranışları ile benzerlik gösterdiğini ortaya koymuşlar, asimilasyonun yeni yer görme ziyaretleri üzerinde; kültürlenmenin de aktivitelere katılım üzerinde etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Juniu (2000) Güney Amerika'daki göçmenlerin kültürlenmeleri sonucunda davranış değişikliklerinin olduğunu ve bu değişikliklerin de göçmenlerin rekreasyon aktivitelerine

katılımları üzerinde etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Deng vd. (2005) İngiliz ve Çinli göçmenlerin boş zaman tercihlerini karşılaştırdıkları çalışmalarında; genel olarak kültürlenmenin boş zaman aktiviteleri üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Lee ve Sparks (2007) göç sonucunda bireylerin seyahat tercihlerinde farklılıkların olabileceğini ortaya koymuştur.

### **1.6.2. Çift Kültürlülük ve Boş Zaman Kısıtlayıcıları Arasındaki İlişkiler**

Kültür ile boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcıları arasındaki ilişkiler Walker vd. (2007) tarafından Çin ve Kanada'da incelenmiş ve önerilen hiyerarşik modelin her iki kültürde de geçerliliği test edilerek kültürün kısıtlayıcılar üzerinde etkisi olduğu ortaya koyulmuştur. Çift kültürlülüğün boş zaman faaliyetlerine katılımında olduğu gibi boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcıları arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalar da literatürde mevcuttur. Bu çalışmalarda örneklem grubu olarak kendi ülkelerinden başka ülkelere göç etmiş göçmenler ele alınmıştır. Juniu (2000) bireylerde kültürlenme veya asimilasyon sonrasındaki değişimlerin, bireylerin rekreasyon faaliyetleri tercihlerinde olduğu gibi ve boş zaman kısıtlayıcıları üzerinde bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Stodolska (2002) da, Polonyalı göçmenler üzerinde yaptığı çalışmasında bireylerin boş zaman faaliyetlerine katılımını kısıtlayan, zaman, çevresel farklılıklar ve maddi imkânsızlık olmak üzere 3 faktör ortaya koymuş ve bunlardan zaman ile maddi imkansızlık boyutları bireylerin aktivitelere katılımını engelleyen en önemli faktörler olarak tespit etmiştir.

Chick ve Dong (2004) hiyerarşik kısıtlayıcılar modelin kültürler arası alanda geçerliliğini Kuzey Amerika'da yaşayan Çin ve Japon göçmenler üzerinde test ederek geçerliliğini ortaya koymuşlardır. Ayrıca kültür kişisel, dışsal ve yapısal boyutlarda kolayca sınıflandırılmayan bir kısıtlayıcı olarak görülmüş, kişisel ve dışsal boyutların kültürden etkilendiği tespit edilmiştir. Araştırmacılar boş zaman kısıtlayıcılar kategorilerinin kültürler arası araştırma temelinde düzeltilmesi gerektiğini ve hiyerarşik modele yeni kısıtlayıcı kategorisi olarak kültürün ilave edilmesi gerektiğini ileri sürmüşlerdir. Tsai (2000) Avustralya'daki Çin'li göçmenler üzerinde kültürlenmenin boş zaman aktiviteleri kısıtlayıcıları üzerindeki etkilerini incelediği çalışmasında; kültürlenme düzeyi ile algılanan kısıtlayıcılar arasında anlamlı ilişkiler bulmuş, kültürlenme düzeyi düşük olanların kısıtlayıcılara daha duyarlı oldukları ortaya koymuştur. Hudson vd. (2010) Kanada'da yaşayan ve çift kültürlü yapıya sahip Çin ve İngiliz göçmenler üzerinde boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcılarını karşılaştırmak amacıyla yaptıkları çalışmalarında; Çinli göçmenlerin kişisel boyutta, İngiliz göçmenlerin ise yapısal boyutta kısıtlandıklarını ortaya

koymuştur. Ayrıca göçmenlerin kısıtlayıcıları aşabilmek için; indirimli paket tur aradıklarını, zaman ve ulaşım gibi engellerin üstesinden gelmek için uğraştıklarını tespit etmişlerdir. Scott vd. (2006) Amerika’da yaşayan Koreli göçmenlerin kültürlenme ve boş zaman faaliyetleri katılım kısıtlayıcıları arasındaki ilişkileri inceledikleri çalışmalarında; zaman boyutunu en fazla kısıtlanan faktör olarak tespit etmişler ve sektör yöneticilerine zaman kısıtının azaltılması için bazı özel stratejiler geliştirmelerini ve tatil programları ile bilgi içeren kaliteli web sitesi geliştirmelerini önermişlerdir. Diğer taraftan dil eksikliği ve ayrımcılık korkusu ise en az kısıtlanan faktör olarak bulmuşlar ve bu iki kısıtlayıcı boyutunun kültürlenme düzeyine göre değişkenlik gösterebileceğini ileri sürmüşlerdir.

Matias (2010), Kanada’da göçmen bireyler üzerinde ülkenin politika uygulamaları ile boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcıları arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik yaptığı çalışmada, uygulanan politikalarda önemli bir ideoloji haline gelen neo liberalizmin, sosyo-kültürel ve ekonomik geçişler yaşayan göçmenlerin rekreasyon faaliyetlerine katılımını engellediğini ortaya koymuştur. Tüm bu bulguların aksine Stodolska (1998) Kanada’da yaşayan ve çift kültürlü yapıya sahip Polonyalı göçmenlerin asimilasyon ile ilgili özellikleri ve boş zaman kısıtlayıcıları arasındaki ilişkileri incelemeye yönelik yaptıkları çalışmalarında; göçmenleri kültürlenme düzeylerine göre gruplandırmışlar ve genel olarak grupların kısıtlanmadıklarını tespit etmişlerdir. Buna benzer bir çalışmayı Golob ve Giles (2011) Kanada’da yaşayan göçmenler üzerinde yapmış ve çalışma sonucunda boş zaman aktivitelere katılımın tamamen sınırlanmadığını tespit etmişlerdir.

## İKİNCİ BÖLÜM

### TATİL TURİZMİ KISITLAYICILARI

#### 2.1. Tatil Turizmi Kısıtlayıcıları Kavramı

“Kısıtlayıcılar” kelimesi kısaca sınırlama veya daraltma olarak ifade edilebilir (Kimmm, 2012). Tatil turizmine katılım kısıtlayıcıları kavramı literatürde “leisure constraints (boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcıları)” ve “travel constraints (seyahat kısıtlayıcıları)” olmak üzere iki kategoride ele alınmıştır. Boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcıları bireyler tarafından algılanan ve boş zaman faaliyetlerine katılıma mani olan faktörler olarak tanımlanabilir (Albayrak vd., 2007). Raymore vd. (1993) boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcılarının, bireylerin aktivitelere katılımını bazı durumlarda engellediğini, bazı durumlarda ise sınırlandırdığını belirtmiştir. Kowalski vd. (2012) de bu kavramı, bireylerin aktivitelere katılımının neden engellendiği veya neden sınırlandırıldığının sebepleri olarak; Cho vd. (2014) dünya turizm pazarının gelişimini engelleyen ve dolayısıyla potansiyel turizm destinasyonlarının gelişimini sınırlayan seyahat faktörleri olarak tanımlamıştır. Hung ve Petrick (2010) boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcılarını, bireylerin eğlence aktivitelere arzu ettiği sıklıkta katılmasını engelleyen faktörler olarak tanımlamıştır. Jackson ve Scott (1999; aktaran Hung ve Petrick, 2010) daha önceki çalışmaları inceleyerek, boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcılarını, aktivitelere katılımın devamlılığının sağlanmaması, önceden katılım yapılan etkinliklere tekrar katılmaması, kamu eğlence hizmetlerinin kullanılmaması ve mevcut aktivitelere zevk alınmaması olmak üzere 4 gruba ayırmış ve kısıtlayıcıları eğlence faaliyetleri üzerinde olumsuz etkilere neden olan, aktivitelere katılma devamlılığının sürdürülmesine engel olan, yeni aktivitelere katılmaya mani olan ve eğlence hizmetlerinin devamlılığını engelleyen faktörler olarak tanımlamışlardır. Tüm bu tanımlardan yola çıkarak bu çalışmada incelenecek olan tatil turizmine katılım kısıtlayıcıları kavramı; insanların tatil yapma hevesi veya isteği olmasına rağmen, tatil yapmasına mani olan, tatile çıkma sıklığını / olasılığını azaltan veya tatil yapma kararına engel olan nedenler olarak ele alınmıştır.

Boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcıları ile ilgili ilk çalışmalar, Açık Alan Rekreasyon Kaynakları İnceleme Komisyona'na göre 1960'lı yıllara dayanmaktadır (Crawford vd., 1993). Bu çalışmalarda kısıtlayıcılar genellikle Kuzey Amerika'da yer alan park ve rekreasyon alanlarında bireylerin çeşitli aktivitelere katılımını engelleyen unsurlar olarak ele alınmış (Zhang, 2009), bazı kişilerin neden boş zaman aktivitelere katılmadıkları, hatta istekli olmalarına rağmen hangi faktörlerin bu kişileri aktivitelere katılmaktan

alıkoyduğu ile ilgili araştırmalar gerçekleştirilmiştir (Caber ve Albayrak, 2006). İlgili dönemde yapılan araştırmalar sonucunda kısıtlayıcılar kavramı bireylerin rekreasyon aktivitelerine katılamamaları ile sonuçlanan “boş zaman faaliyetlerine katılım engelleri” (barriers on leisure participation) olarak tanımlanmıştır (Dong ve Chick, 2012). Boş zaman faaliyetlerine katılım engelleri kavramını, Crawford ve Godbey (1987) ise bireylerin herhangi bir aktiviteye yönelik tercihleri ile bu aktiviteye katılımları arasına giren bir faktör olarak tanımlamıştır. Zamanla, boş zaman faaliyetlerine katılım engellerinin, her durumda bireylerin aktivitelere katılımını engellemediği, bazı bireylerin bu faktörlerle mücadele ederek aktivitelere katılmaya devam edebildiğine yönelik bulgular ortaya konulmuş, bu sebeple terim “boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcıları” (constraints on leisure participation) olarak güncellenmiştir (Hubbard ve Mannell, 2001).

## **2.2. Boş Zaman Faaliyetlerine Katılım Kısıtlayıcılarına Yönelik Yapılan İlk alışmalar**

Literatürde, boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcıları ile ilgili çalışmaların ilk olarak 1960 yılından itibaren gerçekleştirilmeye başlandığı (Crawford vd., 1993), 1980’li yılların başında yoğunlaştığı ve 1990’lı yıllara kadar oğunluğlukla Amerika, Kanada, İngiltere ve Hollanda’da yöresel ve bölgesel düzeyde 28 ampirik çalışmanın yapıldığı görülmektedir (Jackson, 1993). 1980’li yıllarda Kuzey Amerika’da yapılan çalışmalarda, boş zaman faaliyetlerine katılmanın faydaları ve katılım kısıtlayıcıları olmak üzere iki konu üzerinde durulmuştur. Boş zaman faaliyetlerine katılım faydalarına yönelik yapılan çalışmalarda; çoğunlukla “neden insanlar boş zaman faaliyetlerini değerli bulurlar?” konusu üzerinde durulurken, boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcıları araştırmalarında ise “neden bazı insanlar istekli olmalarına rağmen boş zaman faaliyetlerine katılmıyorlar?” sorusu gündeme gelmiştir. Araştırmacılar “İnsanları yılın belli dönemlerinde boş zaman faaliyetlerine katılım veya seyahatten alıkoyan nedenler nelerdir?” sorusuna odaklanarak insanların boş zaman faaliyetlerine katılmasına veya seyahat etmesine engel olan faktörlerin neler olduğunu ortaya koymaya çalışmışlardır (Hinch ve Jackson, 2000).

1980’li yıllarda boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcılarına yönelik çalışmalar, herhangi bir teoriye dayanmadan sadece bireylerin boş zaman faaliyetlerine katılımına engel olan faktörleri araştırmaya ve bu faktörler ile demografik değişkenler arasındaki ilişkileri incelenmeye yönelmiştir (Crawford ve Godbey, 1987; Henderson vd., 1988). Bu araştırmalarda; genellikle aktivitelere katılıma isteksiz olanlar ve aktivitelere katılma isteği olmasına karşın bazı nedenlerden dolayı bunlara katılamayanlar olmak üzere iki farklı grup üzerinde odaklanılmıştır (Henderson vd., 1988). İlgili çalışmalarda bireylerin boş zaman

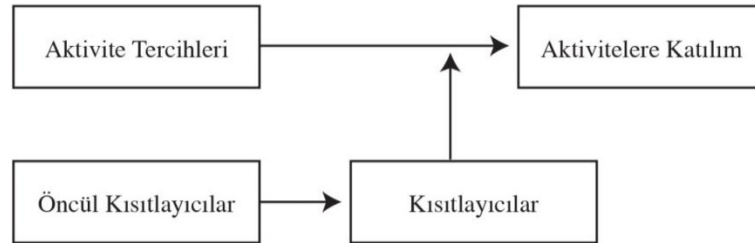
faaliyetlerine katılımını kısıtlayan, sayıları 4 ile 55 arasında değişen etken ortaya konulmuştur (Jackson, 1993). Romsa ve Hoffman (1980), Witt ve Goodale (1981), Boothby vd. (1981), Franken ve Van Raaij (1981), Howard ve Crompton (1981), Rose ve Graesser (1981), Jackson (1983), McGuire (1984), Scanlan ve Darkenwald (1984), Saerle ve Jackson (1985), Henderson ve arkadaşları (1988), Jackson (1993), Shaw ve arkadaşları (1991), Wright ve Goodale (1991), 1980 -1993 yılları arasında alanla ilgili yapmış oldukları çalışmalarda bireylerin rekreasyon ve boş zaman faaliyetlerine katılımlarını sınırlayan çeşitli kısıtlayıcıları tespit etmişlerdir (Tablo 2.1).

**Tablo 2.1. Literatürde Yer Alan Rekreasyon ve Boş Zaman Kısıtlayıcıları (1980 – 1993)**

Yazar	Yıl	Kısıtlayıcılar
Romsa ve Hoffman	1980	4 kısıtlayıcı: zaman, ilgisizlik, imkânsızlık ve maliyet
Witt ve Goodale	1981	Zaman, imkânsızlık, beceri eksikliği ve maliyetin dâhil olduğu 18 kısıtlayıcı
Boothby vd.	1981	6 kısıtlayıcı: ilgisizlik, ekipman eksikliği, fiziksel engellilik, aktivite sahasına uzaklık, zaman ve spor faaliyetlerini bırakma
Franken ve Van Raaij (aktaran Henderson vd., 1988)	1981	2 ana kısıtlayıcı: İçsel (kişisel bilgi, beceri, ilgi, yetenek ve sağlık problemleri) ve Dışsal (zaman, maliyet, aktivite yetersizliği ve ulaşım problemleri) olmak üzere
Howard ve Crompton (aktaran Blazey, 1987)	1981	4 kısıtlayıcı: zaman, evde kalmayı tercih etme, ilgisizlik ve maliyet
Rose ve Graesser (aktaran Blazey, 1987)	1981	4 kısıtlayıcı: zaman, maliyet, sağlık sorunları ve aile bağılıkları
Jackson	1983	5 kısıtlayıcı: iş yoğunluğu, yakınlarda aktivite olmaması, faaliyetlerin aşırı kalabalık olması, ekipman yetersizliği ve partner eksikliği
McGuire	1984	5 kısıtlayıcı: dışsal nedenler, zaman, beğenme, sosyal beceriklilik ve fiziksel refah
Scanlan ve Darkenwald (aktaran Blazey, 1987)	1984	6 kısıtlayıcı: aktivite ile bağının kesilmesi, kalitesiz olması, ailesel sebepler, maliyet, aktiviteye katılmanın yeterince faydalı olmaması ve iş yoğunluğu
Saerle ve Jackson	1985	3 kısıtlayıcı: işe bağımlılık, partner eksikliği ve aktivitelerin aşırı kalabalık olması
Henderson vd.	1988	10 kısıtlayıcı: zaman, maliyet, imkânsızlık, ailesel nedenler, farkında olmama, ilgisizlik, kararsızlık, beden imajı, beceriler ve sosyal uygunsuzluk
Shaw vd.	1991	11 kısıtlayıcı: iş yoğunluğu, yakınlarda herhangi bir aktivitenin olmaması, zaman, düşük enerji, aşırı öz disiplin gerektirmesi, maliyet, fiziksel engellilik, sağlık sorunları, beceri eksikliği, mevcut aktivitelerin yetersiz olması ve yönlendirecek birinin olmaması
Jackson	1993	6 kısıtlayıcı: sosyal dışlanma, kolaylıkla ulaşım eksikliği, kişisel nedenler, maliyet, zaman ve imkânsızlıklar

Tablo 2.1 incelendiğinde bireylerin rekreasyon ve boş zaman faaliyetlerine katılımını çoğunlukla yeterince zamanının olmaması, aktiviteye ilgi duyulmaması, aktivitenin maliyetli olması, sağlık sorunları ve fiziksel engellilik, iş yoğunluğu ve ailevi sebepler gibi kısıtlayıcıların etkilediği görülmektedir. Godbey (1985; aktaran Blazey, 1987) ise tüm bu sonuçlara ilave olarak “farkında olmama” boyutunu da ortaya koymuştur. Shaw vd. (1991) kısıtlayıcılarla aktivitelere katılım arasındaki ilişkileri inceleyerek, kısıtlayıcı düzeyinin artması halinde bireylerin aktivitelere katılımının azalmayacağını, aynı zamanda kısıtlayıcının etkisinin azaltılması halinde de bireylerin aktivitelere katılımının artmayacağını ileri

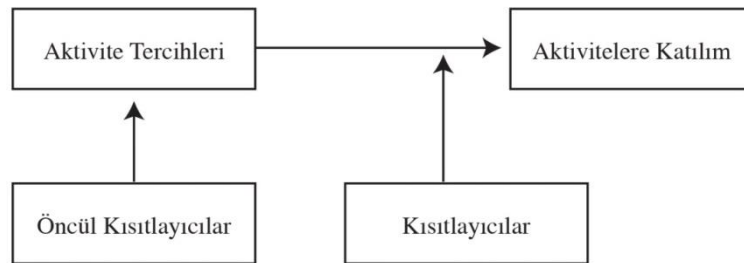
sürmüştür. Bu görüşe paralel olarak Wright ve Goodale (1991) herhangi bir kısıtlayıcının bireyin aktiviteye katılmasına engel olamayacağını, sadece aktiviteye katılım sayısını azaltabileceğini belirtmiştir. Hultsman (1995) çalışmasında Jackson'ın (1993) çalışmasını destekleyerek bireylerin boş zaman faaliyetlerine katılımını kısıtlayan 4 ana faktör (ulaşılabilirlik, kişisel nedenler, maliyet ve imkânlar) ortaya koymuş ve herhangi bir kısıtlayıcının bireyin boş zaman faaliyetlerine katılımında tek başına belirleyici olamayacağını ileri sürmüştür. Iso-Ahola ve Mannell (1985), boş zaman faaliyetlerine katılımında en önemli etkenin bilgi eksikliği olduğunu tespit etmişlerdir. McGuire ve arkadaşları (1986), rekreasyon faaliyetlerine katılım engellerini genelde aktivitelere katılım engelleri (genel düzeyde) ve belli bir aktiviteye katılım engelleri (özel aktivite) olmak üzere iki açıdan incelemiştir. Henderson vd. (1988), kısıtlayıcıları öncül ve normal kısıtlayıcılar olmak üzere ikiye kategoriye ayırarak, öncül kısıtlayıcıların bireylerin karşısına ilk adımda çıktığını ileri sürmüştür (Şekil 2.1).



**Şekil 2.1. Öncül Kısıtlayıcılar**

**Kaynak:** Henderson vd., 1988

Jackson (1990) çalışmasında Henderson vd.'nin (1988) ortaya koymuş olduğu öncül kısıtlayıcılar modelini test etmiş ve öncül kısıtlayıcıların aktivitelere katılımı engellemekten ziyade aktivite tercihleri üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olabileceğini ileri sürmüştür. Önerdikleri alternatif model Şekil 2.2'de gösterilmiştir.



**Şekil 2.2. Öncül Kısıtlayıcılar**

**Kaynak:** Jackson, 1990

1990'lı yıllarda gerçekleştirilen bazı araştırmalarda, boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcılarının sadece içsel ve psikolojik düzeyde değil, aynı zamanda dışsal ve sosyal düzeydeki boyutları da ele alınmıştır. Yine bu dönemde yapılan çalışmalar, bireylerin daha



önce katıldıkları faaliyetlere “neden bir daha katılmadıklarını” araştırmaya odaklanmış ve bu araştırmalarda genellikle boş zaman faaliyetlerine katılmayan örneklem grupları üzerinde çalışmalar yapılmıştır (Scott, 1991). Jackson vd.’e (1993) göre 1980’li yıllardan sonra yapılan çalışmaların kavramsal, kuramsal ve metodolojik bakış açıları hemen hemen aynıdır ve bu dönemdeki en önemli gelişme, bireylerin karar verme davranışında kısıtlayıcıların nasıl rol oynadığına dair bazı modellerin önerilmesi ve bunun sonucunda da sadece ampirik belli bir teoriye dayanmayan çalışmalardan uzaklaşılmasıdır. Araştırmacılar aynı zamanda çalışmalardaki boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcılarının aşılabilir engeller olarak değerlendirildiğini de dile getirmiştir.

Jackson ve Searle (1985; aktaran Alexandris ve Carroll, 1997a) kısıtlayıcıları; engelleyen ve sınırlayan olmak üzere iki kategoriye ayırmışlardır. Engelleyen kısıtlayıcılar, bireylerin aktivitelere katılımına kesinlikle mani olurken, sınırlayan kısıtlayıcılar, koşullara bağlı olarak küçük veya büyük ölçüde katılma yeteneğini sınırlamaktadır. Jackson ve Dunn (1988), kısıtlayıcıların boş zaman faaliyetleri ile ilgili davranışların bir alt kümesinde yer aldığını belirtmişler ve Kanada’da yapmış oldukları çalışmalarında; aktivitelere katılmayanlar, farklı aktiviteye yönelenler, yeni bir aktiviteye katılanlar ve aynı aktiviteye katılanlar üzerinde boş zaman faaliyetleri davranış modelini geliştirmişlerdir. Searle vd. (1993) bu dört kategorili modelin geçerliliğini teyit etmişlerdir. Dört grubu birbirinden ayıran değişkenleri; eğitim süresi, boş zaman faaliyetleri tutumu, boş zaman faaliyetlerinden memnuniyet ve boş zaman faaliyetleri katılım sayısı olarak tespit etmişlerdir. Jackson (1991) 1980 ve 1990 yılları arasında bu konu ile ilgili yapılan çalışmaları eleştirerek, ortaya koyulan varsayımların ve seçilen değişkenlerin boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcılarıyla ilişkilendirilmesinde bir tutarlılık bulunmadığını; nitel ve nicel verilerin birbirini tamamlamadığını; yapılan bazı ölçümlerin kısıtlayıcılarla ilgisinin olmadığını; yanlış seçilen örneklem gruplarının olduğunu ileri sürmüştür. Jackson ve Dunn (1991) ise, boş zaman faaliyetleri katılım kısıtlayıcılarının iç homejenlik (internal homogeneity) gösterdiğini ortaya koymuşlardır. Buna göre her bir kısıtlayıcı birey açısından göreceli bir öneme sahiptir. Hultmans (1993) iç homejenlik konusunun geçerliliğini genç bir örneklem grubu üzerinde test etmiştir.

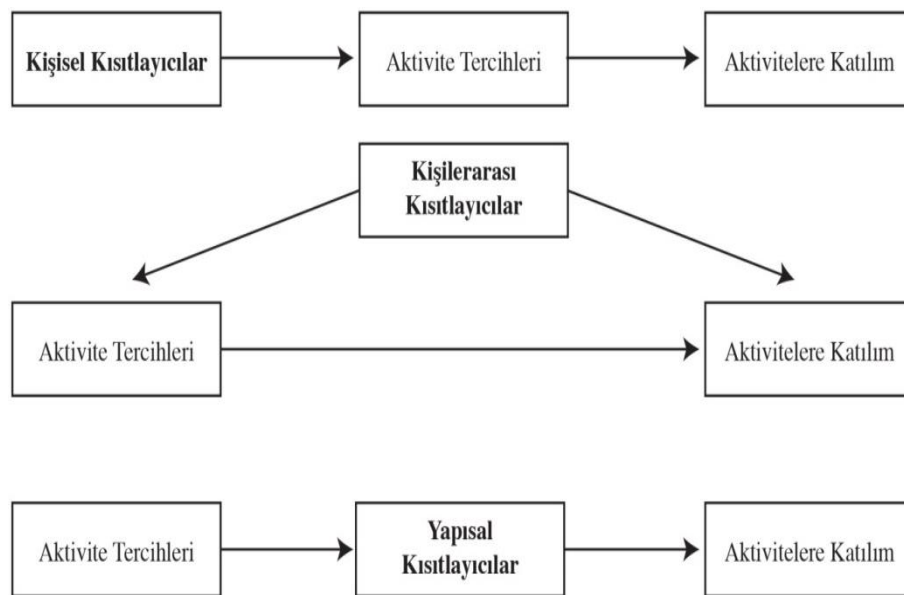
Jackson ve Scott (1999) bu dönemde (1980 – 1990) gerçekleştirilen araştırmaları ön engelleyici aşama, deneysel aşama, varsayım odaklı aşama ve teori odaklı aşama olmak üzere 4 aşama altında toplayarak sınıflandırmıştır. İlk aşamada araştırmacılar bireylerin rekreasyon ve boş zaman faaliyetlerine katılmama nedenleri hakkında varsayımlarda bulunmuşlardır. İkinci aşamada araştırmacılar özel problemlere cevap sağlamaya eğilim göstermişlerdir. Üçüncü aşamada, araştırmacılar iki önemli varsayım üzerine odaklanmıştır: a) kısıtlayıcının,

aktivite tercihi sonrasında katılımı engelleyen bir fonksiyonu olması, b) boş zaman faaliyetlerine katılmama ile kısıtlayıcılar arasında pozitif yönlü bir ilişkinin varlığı. Dördüncü aşama ise kısıtlayıcılarla müzakere kavramının geliştirilmesi olmuştur (Hung ve Petrick, 2010).

## 2.3. Boş Zaman Faaliyetlerine Katılım Kısıtları ile İlgili Ortaya Koyulan Modeller

### 2.3.1. Kavramsal Üç Boyutlu Model

1980 yılı ve sonrası yapılan çalışmalarla boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcıları ile ilgili literatür kısıtlayıcılar kavramının anlaşılması, aktivitelere katılım kısıtlayıcılarının çok yönlü incelenmesi, kısıtlayıcılar arasındaki değişkenlerin incelenmesi ve teorik çerçeve yapısı ve modellerin incelenmesi sayesinde gelişme göstermiştir (Jackson, 1993; Gilbert ve Hudson, 2000). Ancak bu olumlu gelişmelere karşın boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcıları ile ilgili herhangi bir model ortaya koyulmamıştır. 1987 yılında Crawford ve Godbey'in yaptığı çalışma boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcıları üzerinde yapılan çalışmaların dönüm noktası olmuş, sonraki yıllarda yapılan çalışmaların da yönünü değiştirmiştir. Araştırmacılar, 1980 yılı sonrası yapılan çalışmalarda; bireylerin boş zaman faaliyetleri tercihleri ve katılımları arasındaki ilişkiler ile bireylerin aktivitelere katılım sayılarına yoğunlaştığını, bazı çalışmalarda bireylerin boş zaman kısıtlayıcılarına değinilse de, bunun kavramsal teoriden öteye gitmediğini belirtmişlerdir. İlgili araştırmacılar tarafından boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcılarının yapısını açıklamak ve bu yapıyı kavramsallaştırmak amacıyla bir model ortaya konulmuştur. (Şekil 2.3).



Şekil 2.3. Boş Zaman Faaliyetlerine Katılım Kısıtlarının Üç Boyutlu Modeli

Kaynak: Crawford ve Godbey, 1987

Bireylerin boş zaman faaliyetleri tercihi ve katılımı arasındaki ilişkileri yansıtan Şekil 2.3'deki modele göre, bireylerin boş zaman aktivitelerine katılımına 3 kısıtlayıcı faktör etki etmektedir. Bunlar: kişisel faktörler, kişilerarası faktörler ve yapısal faktörlerdir. Kişisel faktörler, bireylerin aktivitelere katılamamaları veya katılmama nedenlerinden ziyade aktivite tercihlerini etkileyen nitelikleri ve bireylerin psikolojik durumlarını ifade etmektedir. Başka bir ifadeyle bireylerin boş zaman aktivite tercihleri ile etkileşimleri sonucu oluşan psikolojik durum ve tutumlar bu faktörlerde yer almaktadır (Crawford ve Godbey, 1987). Kişisel kısıtlayıcılar, bireylerin aktivite tercihlerini sınırlayan karakter yapısını veya durumunu ifade etmektedir (Palen vd., 2010). Henderson vd. (1988) kişisel kısıtlayıcıların, bireylerin kişilik ihtiyaçları, sosyalleşme, yetenek ve algıladıkları referans grup tutumlarının bir sonucu olarak, boş zaman faaliyetlerine katılamamaya yol açtığını öne sürmüşlerdir. Kişisel faktörlere örnek olarak, stres, depresyon, endişe, dindarlık, akrabalık ve akraba olmayan grup tutumları, belirli eğlence faaliyetlerine yönelik önceden kazanılan alışkanlıklar, algılanan öz-beceri, aktivitelere ilgi duymama ve çeşitli boş zaman aktivitelerinin kullanılabilirliği verilebilir. Bu boyut içinde yer alan kısıtlayıcılar değişken bir yapıda olup, zaman içinde değişebilirler (Crawford ve Godbey, 1987).

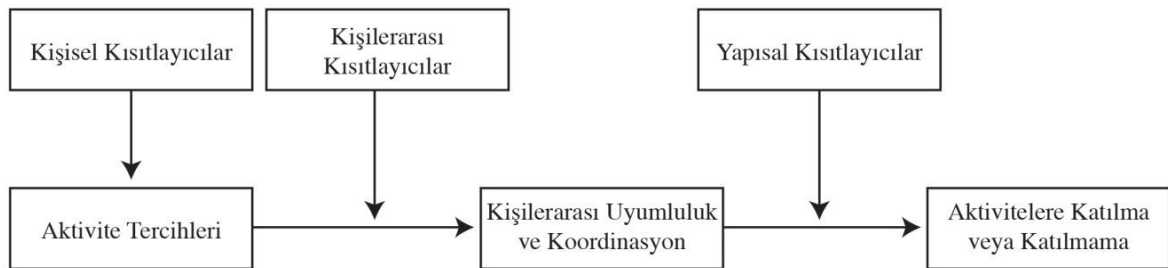
Kişilerarası faktörler, bireylerin karakteristik özellikleri arasındaki ilişki veya kişilerarası etkileşimin sonucu ortaya çıkmakla beraber bireylerin eş, akraba veya arkadaşları arasındaki ilişkilerinden de etkilenmektedirler (Crawford ve Godbey, 1987). Başka bir ifadeyle bu faktörler, en az bir eşliğin gerektirdiği aktivitelere bir bireyin katılımını engelleyen veya diğer insanların bulunmamasından doğan kısıtlayıcılardır. Bireyler ilgi duyduğu aktivitelere katılmak için bir arkadaş veya bir aile üyesi bulamadığı zamanlarda bu kısıtlayıcılarla karşılaşmaktadır. Kişisel kısıtlayıcıların aksine kişilerarası kısıtlayıcılar, hem aktivite tercihi hem de aktivitelere katılıma etkide bulunurlar. Bu tür kısıtlayıcıların, yaşamın tüm evrelerinde değişkenlik gösterme olasılığı bulunmakta, ancak genelde aktivitelerin türü, ailenin büyüklüğü ve medeni duruma bağlı olmaktadır (Nyaupane ve Andereck, 2007). Örneğin evli çiftlerde cinsiyetin rolü eğlence aktivitelerine katılımı etkileyebilir. Bu tür faktörler aynı zamanda aile içindeki aile-çocuk ilişkileri için de geçerlidir (Crawford ve Godbey, 1987). Aile sorumlulukları, arkadaş eksikliği, fiziksel aktivite eksikliği ve ailenin onaylamaması gibi etkenler de bu kapsamdadır (Palen vd., 2010).

Crawford ve Godbey (1987) yapısal faktörleri, aktivite tercihi ve aktivite katılımı arasındaki aracı etkenler olarak belirtmiştir. Bu araştırmacılar yapısal faktörlere örnek olarak, aile yaşam döngüsü evreleri, ailenin maddi durumu, sektörün mevsimselliği, iklim, çalışma zamanının planlanması ve yeterli bilgiye sahip olunmamasını vermiştir. Literatürde en çok

yapısal faktörler üzerinde durulmuştur. Örneğin Scott (1991) yapısal faktörler içinde yer alan zaman kısıtlayıcısının bireylerin boş zaman faaliyetlerine katılımı kısıtlayan en önemli etken olduğunu, zaman kısıtlayıcılarının insanın yaşam döngüsü içinde değişkenlik gösteren bir etken olmasına karşın, boş zaman faaliyetlerine katılmayı kısıtlayan en önemli etkenlerden biri olarak kalacağını öne sürmüştür. Chen vd. (2014) evcil hayvan sahiplerinin turizm faaliyetleri; Adam vd. (2015) üniversite öğrencileri; Keshkar vd. (2012) İran’da kadınlar; Javonoviç vd. (2013) Sırbistan’da deniz turizmi; Lai vd. (2013) Çin’e gelen Amerikalı turistler; Daniels vd. (2005) İngiltere’de fiziksel engelliler; Hung ve Petrick (2010) Amerika’da kruvaziyer turizmi üzerinde yaptıkları çalışmalarda kavramsal üç boyutlu yapının geçerliliğini ortaya koymuşlardır.

### 2.3.2. Kısıtlayıcıların Hiyerarşik Yapı Modeli

Crawford vd. (1991), Crawford ve Godbey’in (1987) ortaya koymuş olduğu modeli inceleyerek kavramsal olarak bazı bağlantısızlıklar olduğunu ve bireylerin aktivite tercihlerine katılım kısıtlayıcılarının nasıl bir süreçten geçtiği konusunda bazı noksanların bulunduğunu belirterek, bu sorunları çözecek ve boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcılarını hiyerarşik olarak yapılandıracak bir model geliştirmişlerdir (Şekil 2.4).



**Şekil 2.4. Boş Zaman Faaliyetlerine Katılım Kısıtlayıcılarının Hiyerarşik Yapısı**

**Kaynak:** Crawford vd., 1991

Şekil 2.4’de yer alan ve Crawford vd.’nin (1991) geliştirmiş olduğu bu yeni modele göre; boş zaman faaliyetlerine katılım büyük ölçüde ard arda sıralanmış birçok faktörün uyumuna bağlıdır. Ard arda sıralanmış bu kısıtlayıcı faktörler hiyerarşik önem sıralamasına tabidir. Boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcılarını oluşturan faktörler bu modelde hiyerarşik bir yapıda sıralanmakta ve her bir kısıtlayıcı faktör belli bir sırayla bireylerin karşısına çıkmaktadır. Bu modele göre, her bir kısıtlayıcı boyut seviyesinin bir sonraki boyut seviyesi ile karşılaşması için bireyin o kısıtlayıcı boyutu aşması gerekmektedir. Başka bir ifadeyle herhangi bir aktiviteye katılmak isteyen bireylerin karşısına, ilk olarak kişisel kısıtlayıcılar çıkmaktadır. Kişisel kısıtlayıcılarla mücadele eden bireyin, bu kısıtlayıcıları

aşması durumunda, aktivitelere katılımında kendisine eşlik edecek birisini veya birilerini bulması ve yakın çevresinden kaynaklanan sosyal bir isteğe sahip olması gerekmektedir. Yani ilerleyen süreçte kişilerarası kısıtlayıcılarla karşılaşmaktadır. Bu kısıtlayıcıları da başarı ile aşan birey, yapısal faktörü oluşturan kısıtlayıcılar ile mücadeleye girmek zorundadır. Yapısal kısıtlayıcıları da aşan bireyin ilgili aktiviteye katılımı gerçekleşecek veya yapısal kısıtlayıcıların güçlü olması durumunda aktiviteye katılmama söz konusu olacaktır.

Crawford ve arkadaşları'nın (1991) ortaya koydukları modelin geçerliliği ve güvenilirliği birçok araştırmacı tarafından test edilmiştir. İlk olarak Raymore vd.'nin (1993) Kanada'da, Alexandris ve Carroll'ın (1997a) Yunanistan'da yapmış oldukları çalışmalarda, Crawford vd.'nin (1991) ortaya koymuş oldukları boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcılarına ait hiyerarşik modelinin geçerliliği teyit edilmiş, gelecek araştırmalarda da bu modelin kullanılabileceği belirtilmiştir. Raymore vd. (1993), bireylerin kısıt algılarında kişisel, kişilerarası ve yapısal kısıtlayıcılar arası farklılıkları analiz etmiş ve bireylerin boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcılarında kişisel faktörlerin daha etkili olduğunu tespit etmiştir. Alexandris ve Carroll (1997a) ise bireylerin aktivitelere katılımını en fazla zaman ve aktivite ile ilgili problemlerin etkilediğini, aktivitelere katılmayanların katılanlara göre kişisel boyutta daha fazla kısıtlandıklarını ortaya koymuştur. Diğer bir bulgu ise zamanın en önemli kısıtlayıcı faktör olduğu, aktiviteye ilgi duymamanın ise en önemsiz kısıtlayıcı faktör olduğudur. Hawkins vd. (1999) de hiyerarşik modeli destekler sonuçlar elde etmiş, bireylerin kişisel faktörlerden ziyade kişilerarası ve yapısal faktörlerden dolayı kısıtlandıklarını tespit etmiştir. Crawford vd.'nin öne sürdüğü modelin Türkiye'de geçerliliğini Albayrak vd. (2007) macera turizmi ile ilgili bir çalışmada test ederek ortaya koymuştur.

Hinch ve Jackson (2000) kısıtlayıcılarla ilgili araştırmaların karmaşıklığına ve boş zaman faaliyetleri ile turizm araştırmaları arasında yaşanan koordinasyon eksikliğine dikkat çekmiş, turizmde mevsimsellik ile ilgili araştırmaların kısıtlayıcılar çerçevesinden incelenmesi gerektiğini belirterek, Crawford vd.'nin (1991) önde sürdüğü hiyerarşik modelin turizmde mevsimsellik ile ilgili araştırmalarda da uygulanabileceğini savunmuşlardır. Aynı zamanda kısıtlayıcılara yönelik bakış açısının, turizmde mevsimselliğin daha iyi anlaşılabilmesi açısından önemli bir avantaj sunacağını belirtmişlerdir. Diğer taraftan boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcıları ile ilgili yapılan çalışmalarda, bazı kısıtlayıcıların kalıcı, bazılarının ise geçici bir yapıda olduğunu tespit etmişlerdir. Zaman içerisinde değişebilen kısıtlayıcıları da mikro ölçekli değişkenlik gösteren (saatlik veya gün içinde değişkenlik gösteren) ve makro ölçekli değişkenlik gösteren (yaşam döngüsünün belli dönemlerinde değişkenlik gösteren) olmak üzere ikiye ayırmışlardır.

Hubbard ve Mannell (2001) ile Pennington ve Kerstetter (2002) Kanada’da rekreasyon faaliyetleri; Kazemina vd. (2013) yaşlılar; Caber ve Albayrak (2006) Türkiye’de doğa turizmi ile ilgili yapmış oldukları çalışmalarda; Crawford vd.’nin (1991) geliştirmiş olduğu hiyerarşik modeli kullanmış ve modelin geçerliliğini teyit etmişlerdir. Nyaupane vd. (2004) de doğa turizmine yönelik yaptıkları çalışmalarda Crawford vd.’nin hiyerarşik modelini kullanmış ve her ne kadar bazı maddeleri modele dâhil edemeseler de modelin geçerliliğini göstermişlerdir.

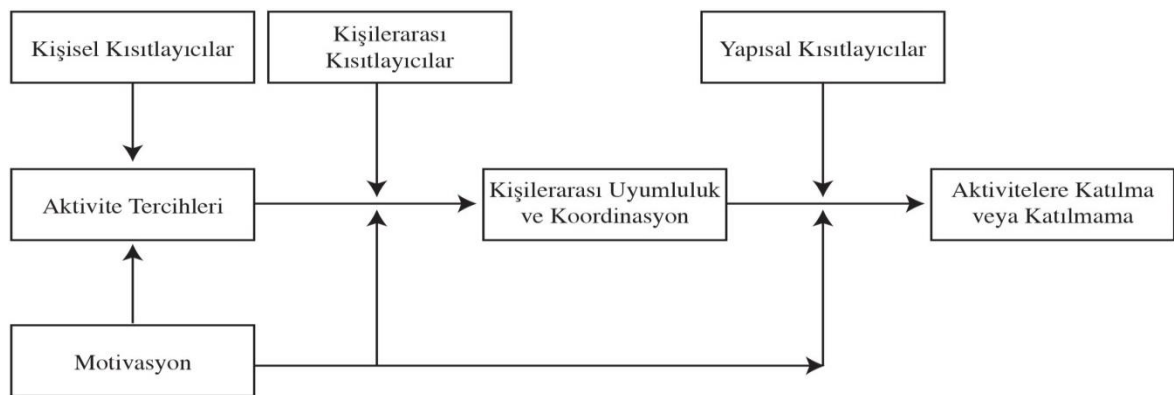
### **2.3.3. Kısıtlayıcılarla Müzakere Modeli**

1980’li yıllardan sonra yapılan çalışmalarda, ‘kısıtlayıcı’ kavramının ‘engelleyici’ kavramı ile aynı anlamda kullanılmasından dolayı, boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcıları, aşılmaz engeller olarak görülmüş ve bu nedenle bir bireyin herhangi bir kısıtlayıcı ile karşılaştığında sonucun aktiviteye katılmama ile sonuçlanacağı kabul edilmiştir. Buna karşılık, Scott (1991) bireylerin davranışlarını değiştirerek, aktivitelere katılım tutumlarını sürdürebileceklerini öne sürmüştür. Jackson vd. (1993) de boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcıları ile ilgili yapılan çalışmaların kavramsal bir çerçeveye dayandığını, ilgili çalışmalarda ortaya konulan kısıtlayıcı faktörlerin aşılmaz engeller olarak görüldüğünü belirterek; esasen boş zaman faaliyetlerine katılımın kısıtlayıcılara bağlı olmadığını ve bireylerin kısıtlayıcılarla mücadele ederek aktivitelere katılımlarının mümkün olabileceğini ileri sürmüşlerdir. Bu araştırmacılar aynı zamanda, ‘müzakere’ ve ‘denge’ kavramları üzerinde durarak, boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcılarının motivasyon ve kısıtlayıcılar arasında bir denge veya etkileşimin fonksiyonu olarak düşünülebileceğini belirtmişlerdir. Jackson vd. (1993) müzakere kavramını, bireylerin aktivitelere katılımını etkileyen kısıtlayıcıların etkisini azaltmak için uygulanan bir strateji olarak tanımlamışlardır. Kimmm (2012) ise müzakere kavramını, boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcılarının yönetilmesi olarak ifade etmiş ve bu kavramı bireylerin algıladıkları kısıtlara rağmen boş zaman faaliyetlerine katılabilmek için geliştirdikleri davranışsal ve bilişsel stratejileri kullanma çaba olarak nitelendirmiştir. Bireylerin kısıtlayıcılarla müzakeresi aynı zamanda zaman yönetimi, deneyim kazanma, kişilerarası işbirliği, finansal kaynak yönetimi ve stratejilerini de kapsamaktadır (Nyaupane ve Andereck, 2007).

Boş zaman aktivitelerine katılım kısıtlayıcılarının müzakere ile aşılabileceğinin ilk kanıtı, Scott’un (1991) çalışmasında ortaya koyulmuştur. Araştırmacı briç oyununa katılım üzerine yapmış olduğu nitel çalışmada, grup içindeki bireylerin grupla ilişkili engelleri çeşitli stratejiler geliştirerek aşmaya çalıştıklarını gözlemlemiş ve bu bireylerin çoğu zaman başarısız olsalar da, bazı durumlarda başarı sağladıklarını tespit etmiştir. Kısıtlayıcıların müzakere ile

aşılabilirliğinin ikinci kanıtı Kay ve Jackson'dan (1991) gelmiştir. Kay ve Jackson (1991), kısıtlayıcıların sürekli olarak bireylerin aktivitelere katılmasına engel olmayabileceğini; çünkü bireylerin bu faaliyetlere katılımlarını sürdürebilmek için bazı davranış değişiklikleri gösterdiklerini ortaya koymuşlardır. Başka bir ifadeyle bireylerin aktivitelere katılabilmek için çeşitli stratejiler kullanarak kısıtlayıcılarla mücadele ettiklerini belirtmişlerdir. Araştırmacılar aynı zamanda bireyleri, birbirini takip eden üç kategoride gruplandırmışlardır. Bunlar; arzu ettikleri aktivitelere katılmayan bireyler (reaktif tepki), kısıtlayıcı faktöre sahip olmalarına rağmen katılım isteği azalmayan ya da katılımını değiştiren bireyler (başarılı proaktif tepki) ve davranışlarını değiştirerek bir şekilde aktivitelere katılan bireyler (kısmen başarılı proaktif tepki).

Tüm bu gelişmelere paralel olarak Jackson vd. (1993), kısıtlayıcıların bireylerin aktivitelere katılmalarına engel teşkil eden faktörler olmaktan ziyade, aktivitelere katılım şekillerini değiştiren faktörler olarak kabul edilmesi gerektiğini belirterek, “kısıtlayıcılarla müzakere modeli” adı altında farklı bir model geliştirmişlerdir. Bu model, kısıtlayıcılara karşı proaktif tepki olarak müzakere stratejisini benimseyen bireyleri sınıflandırmaktadır. Modele göre, bireylerin uyguladıkları müzakere stratejilerinin tümünün başarılı olması mümkün değildir. Dolayısıyla, proaktif tepki gösteren bireyler başarılılar ve kısmen başarılılar olmak üzere iki gruba ayrılırlar. Bunun yanısıra araştırmacılar ilgili modele motivasyon unusu da ilave etmişlerdir. Çünkü literatürdeki çalışmalar motivasyonla kısıtlayıcılar arasında negatif yönlü bir ilişki olduğunu, başka bir ifadeyle motivasyonun bireylerin aktivitelere katılma niyetlerini arttırdığını, kısıtlayıcıların ise azalttığını göstermiştir (Harman, 2014). Dolayısıyla boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcılarına yönelik tepkinin sonucu, kısıtlayıcılar ve motivasyon arasındaki etkileşimin ve dengenin bir fonksiyonu olarak görülebilir (Şekil 2.5).



**Şekil 2.5. Kısıtlayıcılarla Mücadele/Müzakere Modeli (Motivasyon ve Kısıtlar Arasındaki Etkileşim Sonucu Aktivitelere Katılım)**

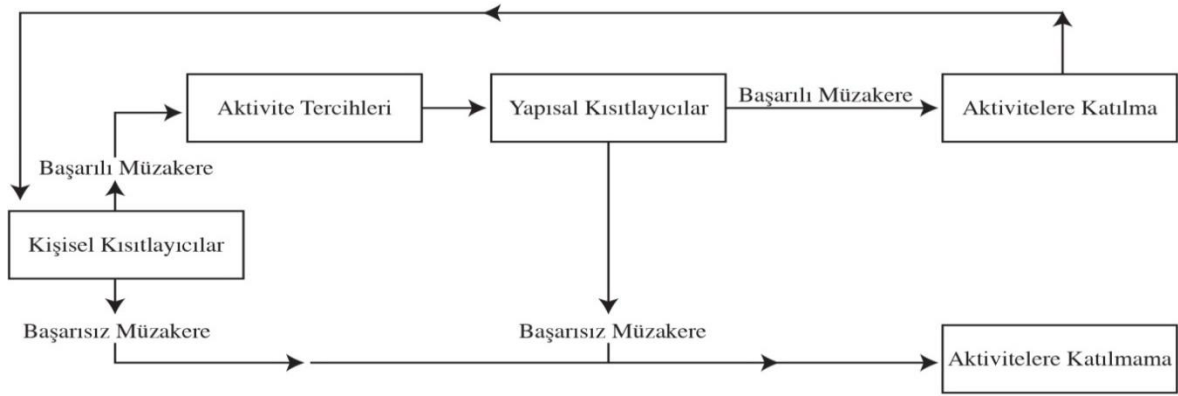
**Kaynak:** Jackson vd., 1993

Jackson ve Rucks'ın (1995) bireylerin kısıtlayıcılarla müzakere stratejilerinin belirlenmesine yönelik yaptıkları çalışmaya göre, bilişsel ve davranışsal olmak üzere iki ana strateji çeşiti bulunmaktadır. Davranışsal stratejiler, zamanın etkin kullanımı, beceri kazanımı, kişilerarası ilişkilerin düzenlenmesi, gelir durumunun iyileştirilmesi, fiziksel terapi, aktivite tercihlerinin değişimi gibi hususlardan oluşurken; bilişsel stratejiler genellikle bireyin kendi ruhi ve psikolojik durumunu kontrol etmesi ile ilgilidir. McQuire ve Jackson (1996), çalışmalarında davranışsal ve bilişsel stratejilerin yanı sıra, bireyin kısıtlayıcılar karşısında davranışlarını değiştirebildiğini de ileri sürmüş, Jackson vd. (1993)'nin geliştirdiği modeli destekler sonuçlar elde etmişlerdir. Benzer bir şekilde Nadirova ve Jackson (1999), Kanada'nın Alberta eyaletinde yaptıkları çalışmada kısıtlayıcılarla müzakere modelini destekleyici bulgular ortaya koymuşlardır. Palen vd. (2010) ise yaptıkları çalışmada bireylerin müzakere stratejileri ile kişilerarası ve yapısal boyutların üstesinden geldiklerini, kişisel boyutta ise başarılı olamadıklarını ortaya koymuşlardır.

#### **2.3.4. Kısıtlayıcılara Yönelik Önerilen Diğer Modeller**

1980'li yılların sonu ve 1990'lı yılların başında yeni ufuklar açan ve yukarıda ayrıntıları verilen 3 modelin (Kavramsal Model, Hiyerarşik Model ve Müzakere Modeli) ortaya çıkması boş zaman faaliyet kısıtlayıcılarına ait araştırmaların yönünü değiştirmiştir (Hung ve Petrick, 2010). Özellikle Jackson vd.'nin (1993) ortaya koymuş olduğu Müzakere Modeli, sonraki araştırmalarda ilgi görmeye başlamıştır. Samdahl ve Jekubovich (1997) ile Jackson ve Rucks'ın (1995) çalışmalarında Jackson ve vd.'nin ortaya koymuş olduğu Müzakere Modeli'ni destekleyici sonuçlar elde edilmesine rağmen Gilbert ve Hudson'ın (2000) İngiltere'de kış sporlarına yönelik yapmış olduğu çalışmada, Jackson vd.'nin önerdikleri yeni Hiyerarşik Müzakere Modeli desteklenmemiştir. Çalışmada, Model'de yer alan kişilerarası faktör ortaya koyulmamıştır. Başka bir ifadeyle, kişisel kısıtlayıcılarla karşılaşan bireylerin, bu kısıtlayıcıların üstesinden geldikten sonra kişilerarası kısıtlayıcılarla karşılaşmadan yapısal kısıtlayıcılarla karşılaştıkları tespit edilmiş ve bu bulgular doğrultusunda farklı bir model önerilmiştir (Şekil 2.6)



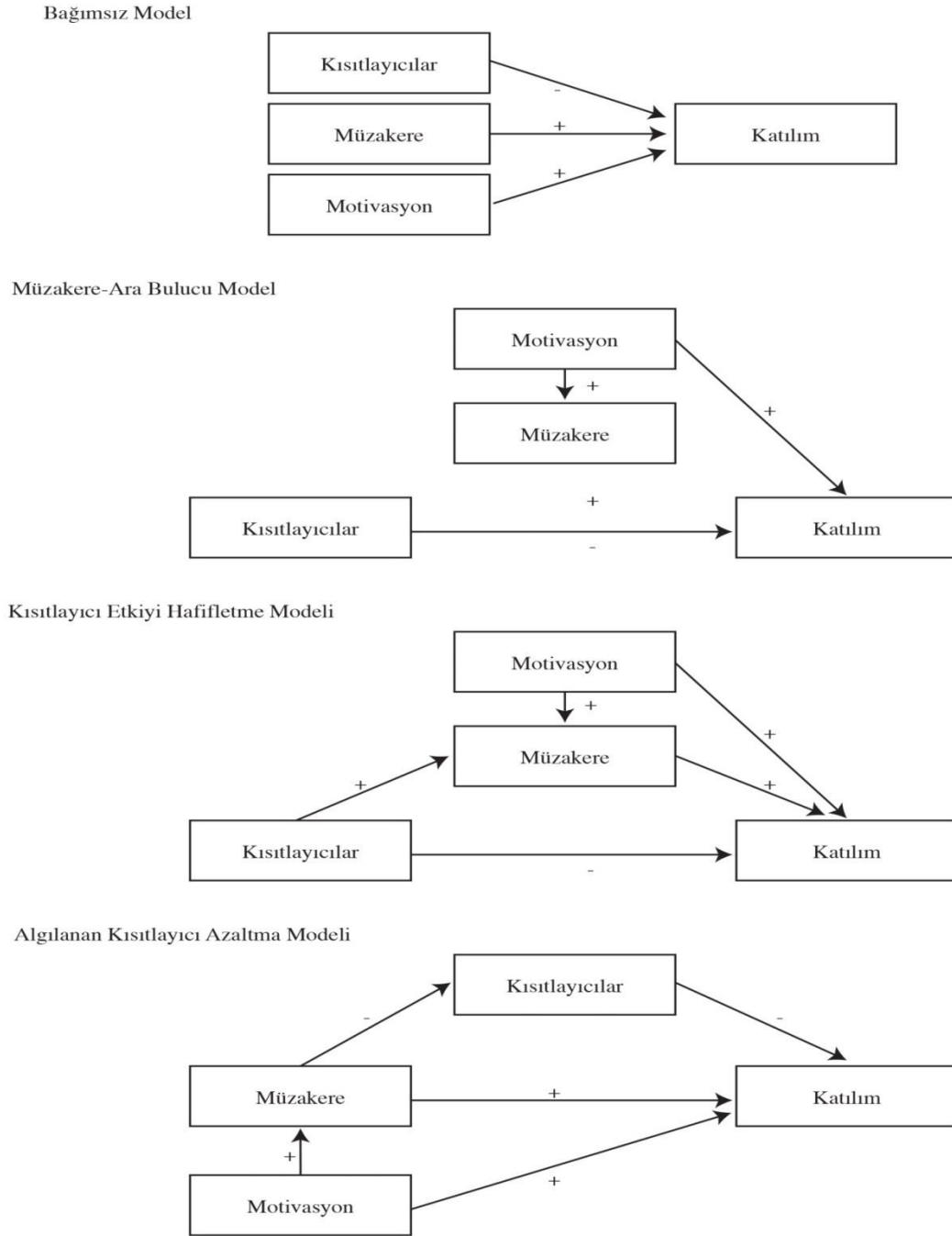


**Şekil 2.6. Boş Zaman Kısıtlayıcılarına Yönelik Yeni Model**

**Kaynak:** Gilbert ve Hudson, 2000

Kayak turizmi üzerinde yapılan çalışma sonuçlarına göre geliştirilen bu Model, kişisel kısıtlayıcılardan sonra veya yapısal kısıtlayıcılardan önce karşılaşılan kişilerarası kısıtlayıcıların olmamasına dayanmaktadır. Gilbert ve Hudson, bu çalışma sonuçlarıyla birlikte, Müzakere Modeli'ni destekleyen Raymore vd.'nin çalışmalarını da eleştirmiştir. Araştırmacılar, Raymore vd.'nin (1993) yetişkinler üzerinde araştırma yapmadıklarını, ortaya koydukları 3 kısıtlayıcı faktörün sadece yedi madde ile ölçüldüğünü ve modelin sadece farklı aktivitelere ilk kez katılan kişiler üzerinde yapıldığını belirtmişlerdir.

Hubbard ve Mannell (2001), bundan önceki çalışmalarda motivasyonla kısıtlayıcılar arasında tespit edilen negatif yönlü ilişkiden yola çıkarak, boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcılarıyla müzakere sürecinde, motivasyonun önemli bir unsur olabileceği öne sürmüştür; motivasyon, kısıtlayıcılar ve müzakere arasındaki ilişkileri açıklayan ve kendi aralarında rekabet eden 4 farklı model ortaya koymuşlardır (Şekil 2.7).



**Şekil 2.7. Kısıtlarla Müzakere Sürecine Ait Dört Model**

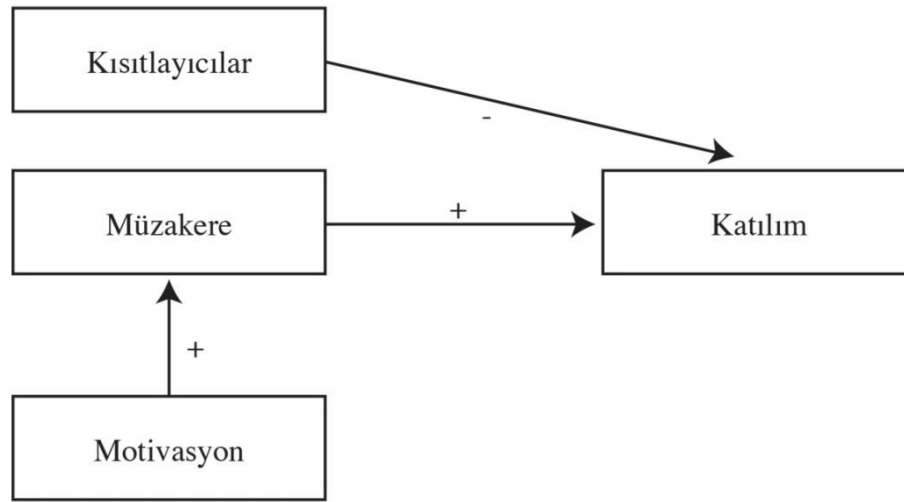
**Kaynak:** Hubbart ve Manell, 2001

İlk model Bağımsız Model olarak adlandırılmış olup 3 faktörün (motivasyon, müzakere ve kısıtlayıcı) bireylerin boş zaman faaliyetlere katılımını birbirinden bağımsız olarak etkilediğini göstermektedir. Bu modelde kısıtlayıcılar katılımı olumsuz yönde; motivasyon ve müzakere ise olumlu yönde etkilemektedir. İkinci model Müzakere-Ara Bulucu Model olup, bu modelde müzakere boş zaman faaliyetlerine katılımı doğrudan etkilememektedir. Burada müzakere moderatör rolündedir ve boş zaman faaliyetlere katılımı kısıtlayıcıların olumsuz etkilerini azaltmaktadır. Motivasyon da, hem boş zaman faaliyetlerine

katılım hem müzakere sürecinde olumlu etkiye sahiptir. Üçüncü ve Dördüncü model olan Kısıtlayıcı Etkiyi Hafifletme ve Algılanan Kısıtlayıcı Azaltma Modelleri, Müzakere-Ara Bulucu Modelinin alternatifidir. Bağımsız Modelde olduğu gibi aktivitelere katılımı kısıtlayıcı olumsuz, müzakere ise olumlu yönde etkilemektedir. Kısıtlayıcı Etkiyi Hafifletme ve Algılanan Kısıtlayıcı Azaltma Modelleri arasındaki temel fark kısıtlayıcı-müzakere ilişkisinin yapısında görülmektedir. Bu ilişki, kısıtlayıcının müzakereyi olumlu yönde etkileyip etkilemediği veya müzakerenin algılanan kısıt düzeyini azaltıp azaltmadığına, bağlı olarak olumlu veya olumsuz yönde olabilmektedir.

Hubbard ve Mannell'in (2001), ortaya koymuş olduğu modelde, bireylerin boş zaman faaliyetlerine katılma sıklığı incelenmiş ve Raymore vd.'nin (1993) ortaya koymuş olduğu hiyerarşik modelde yer alan kişisel, kişilerarası ve yapısal boyutlara yeni maddeler ilave edilerek yeni bir model geliştirilmişlerdir. Araştırmacılar bu yeni modelde, dört müzakere türünü işlevselleştirmiştir. Bunlar; zaman yönetimi (arzu edilen aktivitenin yerine uygun etkinlik), beceri edinimi (ders alma), finansal stratejiler (para biriktirme) ve kişilerarası koordinasyondur (aynı aktivitelere ilgi duyan kişilerle toplantı).

Son vd. (2008), Hubbard ve Mannell'in (2001) ortaya koymuş olduğu Boş Zaman Faaliyetlerine Katılım Kısıtlayıcı Müzakere Süreci Model'ini orta yaşlı ve yaşlı bireyler üzerinde test etmiş ve Bağımsız ve Kısıtlayıcı Etkiyi Azaltma Modelleri'ni destekleyen sonuçlar elde etmişlerdir. Diğer iki model ise (Algılanan Kısıtlayıcı Azaltma ve Müzakere Ara Bulucu Modelleri) desteklenmemiştir. Son vd., Hubbard ve Mannell'in modelini geliştirerek Çift Kanallı Kısıtlayıcı Müzakere Modeli'ni (İkili Kanal Modeli) önermiştir. Bu modele göre, boş zaman faaliyetlerine katılma kısıtlayıcılarının olumsuz etkisi, müzakere stratejilerinin olumlu etkisiyle neredeyse tamamen birbirini dengelemektedir. Motivasyonun olumlu etkisine boş zaman faaliyetlerine katılma müzakere faktörü aracılık etmektedir (Şekil 2.8).

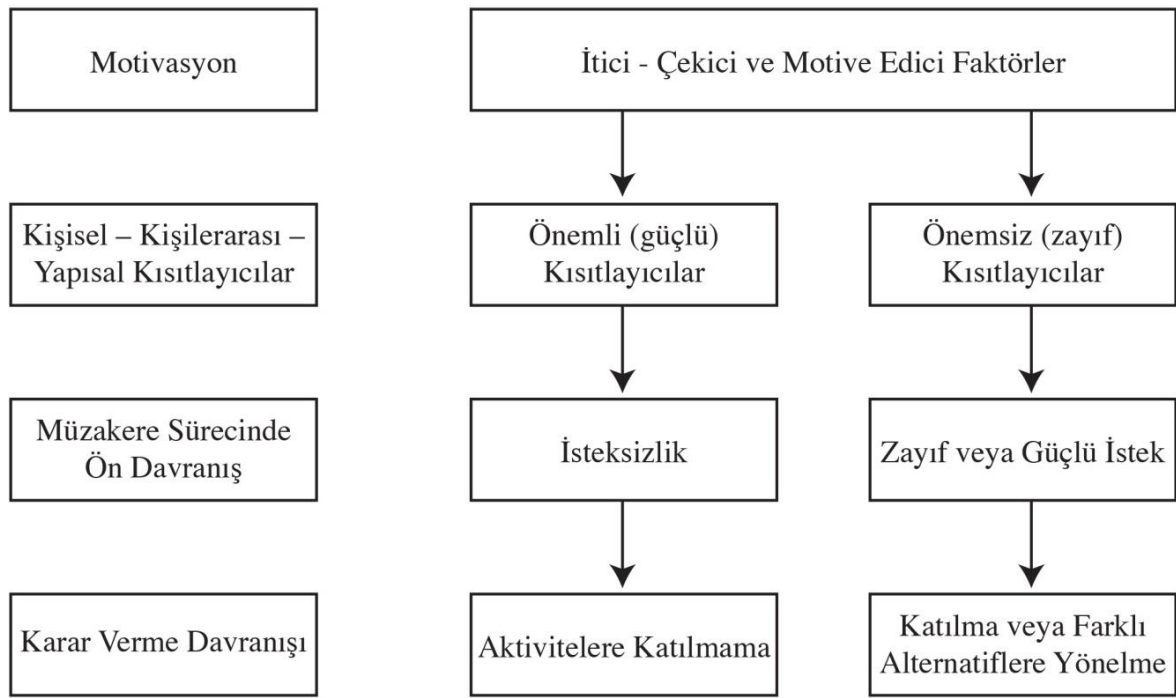


**Şekil 2.8. Kısıtlayıcı-Müzakere İkili Kanal Modeli**

**Kaynak:** Son vd., 2008

Hung ve Petrick (2013) Amerika’da yapmış oldukları çalışmada Hubbard ve Mannell’in ortaya koymuş olduğu dört rekabetçi modelden biri olan Kısıtlayıcı Hafifletme Modeli’ni hem nitel hem de nicel verileri derleyerek test etmişler ve modelin uygunluğunu ortaya koymuşlardır. Araştırmacılar bu modeli kullanarak, bireylerin seyahat etme niyetlerinde olumlu veya olumsuz etkilerin olabileceğini belirtmişlerdir. Nitekim turizm yetkililerine sehayat kısıtlayıcılarının etkilerini ortadan kaldırmanın yanı sıra, seyahat motivasyonunun yükseltilmesi gerektiğini önerisini getirmişlerdir. Diğer taraftan Hubbard ve Mannell’in aksine, bireylerin algıladıkları kısıtlayıcı düzeyi yükseldikçe, müzakere stratejilerinin muhtemelen daha az kullanılacağını tespit etmişlerdir. Hubbard ve Mannell’in modelini test eden araştırmacılar arasında White (2008) da bulunmaktadır. Araştırmacı bir çalışmada Hubbard ve Mannell (2001) modelini destekleyen sonuçlar elde etmiştir. İlgili çalışmada motivasyonun, müzakere sürecinde merkez rol oynadığı, hem boş zaman faaliyetlerine katılımı güçlü bir şekilde teşvik ettiği, hem de müzakere stratejilerini olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca geleneksel teorik model (kişisel – kişilerarası – yapısal) de desteklenmiş, kısıtlayıcıların açık alan rekreasyon faaliyetlerine katılımı olumsuz yönde, müzakereyi ise olumlu yönde etkilediği ortaya koyulmuştur.

Kısıtlayıcılarla müzakere sürecine yönelik bir çalışma da 2012 yılında Kimmm tarafından Kore’de üniversite öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Çalışmada, bireylerin boş zaman faaliyetlerine katılımını sağlayan en önemli faktörün motivasyon olduğu ve 3 tür motive edici faktörün bulunduğu ortaya koyulmuştur. Bunlar; itici faktör, çekici faktör ve motive edici faktördür. Araştırmacı boş zaman aktivitelerine katılım kısıtları müzakere sürecini açıklayan bir diyagram geliştirmiştir. (Şekil 2.9)



**Şekil 2.9. Boş Zaman Kısıtlayıcıları Müzakere Süreci**

**Kaynak:** Kimmm, 2012

Diyagrama göre, bireyler ya güçlü ya da zayıf kısıtlayıcılarla yüzleşmektedir. Güçlü kısıtlayıcıların üstesinden gelemeyen bireyler, boş zaman faaliyetlerine katılım isteksizliği geliştirmekte ve bunun sonucunda faaliyete katılmama söz konusu olmaktadır. Zayıf kısıtlayıcılar ise, kısıtlayıcı düzeyine göre ya yüksek ya da düşük arzu oluşturmakta ve bunun sonucunda faaliyetlere katılma veya farklı faaliyetlere yönelme söz konusu olmaktadır. Burada, bireylerin arzu düzeyi önemlidir (Kimmm, 2012).

#### **2.4. Boş Zaman Faaliyetlerine Katılım Kısıtlarına Yönelik Yapılan Diğer Çalışmalar**

1980’li yılların sonu ve 1990’lı yılların başında boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcılarına yönelik ortaya koyulan 3 model, alanla ilgili yapılan çalışmaların temelini oluşturmuştur. Çeşitli çalışmalarda ortaya koyulan bu modeller, sonraki çalışmalarda da test edilmiştir. Gilbert ve Hudson (2000), daha önceki çalışmalardan yola çıkarak 3 tür sınıflama yapmanın zorunlu hale geldiğini belirtmiştir. Bunlar; mevcut katılımcıların karşı karşıya kaldığı kısıtlayıcılar, katılmayanların karşı karşıya kaldığı kısıtlayıcılar ve aktivitelere katılımın sonlandırılmasıdır. Bu araştırmacıların kayak yapanlar üzerinde yaptıkları ve hem nitel hem de nicel verileri kullandıkları çalışmalarda öne sürdükleri yeni modelin işlevselliğini inceledikleri görülmektedir. Adı geçen araştırmacılar kayak yapanlar ve yapmayanların sınırlayıcı faktörlerini incelemişler, sonuç olarak kayak yapmayanların kişisel faktörlerden kısıtlandığını; kayak yapanların ise zaman, ailesel ve ekonomik faktörlerden dolayı

kısıtlandıklarını ortaya koymuşlardır. Ekonomik faktörler her iki grup için de kısıtlayıcı faktördür. Genel olarak bakıldığında yapılan çalışmanın bulguları yeni hiyerarşik modeli desteklememektedir.

Caber ve Albayrak'ın (2006) doğa turizmine yönelik yaptıkları çalışmada, daha önce aktivitelere katılanların kısıt algıları daha önce aktiviteye katılmayanlara göre daha düşük olarak tespit edilmiştir. Doğa turizmine yönelik yapılan başka bir çalışma da Nyaupane vd. (2004) tarafından Amerika'nın 14 farklı eyaletinde son iki yıldır doğa turizmine (rafting, binicilik ve kano) katılmamış bireyler üzerinde gerçekleştirilmiş, sonuçlar kişisel faktörlerin en önemli kısıt olduğunu göstermiştir.

Schneider ve Stanis (2007), boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcı müzakere stratejileri ile ilgili çalışmaların genellikle devşirme ölçeklere dayandığını, kapsamlı bir çerçeve geliştirilemediğini belirtmiştir. Araştırmacılar, önerilen kısıtlayıcı ve müzakere süreci modellerinin aynı olduğunu; Lazarus ve Folkman'ın (1984) ortaya koymuş olduğu ve bireylerin stresle başa çıkma yöntemlerini içeren bilişsel değerlendirme modeliyle, kısıtlayıcı müzakere modellerinin daha iyi anlaşılabilceğini ileri sürmüştür. Schneider ve Stanis'in (2007) ileri sürdüğü bu modele Samdahl (2007) karşı çıkmış, araştırmacıların boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcılarını stresli durumlara benzettiğini ve bu yüzden kısıtlayıcılarla müzakere süreci ile stresle başa çıkma sürecinin benzerliğini ortaya koymuşlardır. Samdahl (2007), stresin daima çözülmesi gereken bir durum olduğunu, fakat kısıtlayıcıların bireylerin alternatiflerini daha az sayıya düşürebileceğini ve dolayısıyla Schneider ve Stanis'in kuramının red edilerek, stresle başa çıkma modeli ile kısıtlayıcı müzakere modelinin farklı kabul edilmesi gerektiğini ifade etmiştir. Araştırmacı, aynı zamanda kısıtlayıcılarla müzakere sürecinin sadece stresi azaltma ile ilgili olmadığını, aksine motivasyon ve istekle ilgili olduğunu ileri sürmüştür.

Hudson ve Gilbert'in (2000) İngiltere'de kayakçılar üzerinde yapmış olduğu çalışmada, kayak yapmayanların kişisel faktörlerden, kayak yapanların zaman ve ekonomik faktörlerden etkilendikleri belirlenmiştir. Badia vd. (2011) İspanya'da gelişim geriliği yaşayan (engelli) insanlar üzerinde yaptıkları çalışmada, bireylerin boş zaman faaliyetlerine katılmasını, bedensel engellerle ilgili faktörlerden ziyade kişisel faktörlerin ve algılanan engellerin etkilediği tespit edilmiştir. Aslan (2002), Türkiye'de iki farklı üniversitede öğrenim gören öğrenciler üzerinde yapmış olduğu çalışmada öğrencilerin boş zaman faaliyetlerine katılmamanın ilgili aktivitelerin olmayışı, zaman ve para gibi kısıtların sonucu olduğunu belirtmiştir. Palen vd. (2010) bireylerin geçmiş deneyimlerinin Amerika'yı ziyaret etme niyetlerini olumsuz yönde etkilediğini ve yapısal kısıt boyutları içerisinde, zaman, mesafe,

güvenlik, vize alma zorlukları ve maddi durum gibi konuların ön plana çıktığını ortaya koymuştur.

White (2008), Arizona bölgesindeki çalışmasında önceki çalışmaları genişleterek kavramsal model olan kısıtlayıcılarla müzakere modelini test ederek desteklemiş ve kısıtlayıcılarla müzakere stratejilerinin dış rekreasyon faaliyetlerine katılımında önemli bir katkısı olduğunu ortaya koymuştur. Araştırmacının geliştirdiği modele göre, motivasyon, kısıtlayıcıların olumsuz etkilerini dengelemektedir.

Palen vd.'nin (2010) Güney Afrika'nın Cape Town şehrinde yapmış oldukları çalışmada, yeni bir faktör elde edilmiştir. Mevcut olan faktörlere (kişisel - kişilerarası ve yapısal) ilaveten “doğaya zarar verme riski” maddesiyle sosyo kültürel faktör ortaya koyulmuştur. Haidong ve Walker (2011) ise Çin’de yaptığı çalışmada kişinin kendi itibarının kısıtlayıcılar üzerindeki etkilerini incelemiştir. Çalışmanın sonucunda bireylerin kendi itibarı ile toplum içindeki itibarı kısıtlayıcıları kişisel faktörün yeni kısıtlayıcıları olarak ortaya koyulmuştur. Diğer taraftan eğitim düzeyi düşük olan grupların bu iki kısıt türünden kısıtlandıkları da tespit edilmiştir.

Jun ve Kyle’ın (2011) golf turizmi örneğinde bireylerin kısıtlayıcıları ve müzakere stratejileri üzerinde yaptıkları çalışmada yedi kısıtlayıcı faktör (kişilerarası, sağlık sorunları, beceri eksikliği, kendine güvenmeme, maliyet, hava şartları ve zaman) ortaya koyulmuştur. Araştırmacılar, bireylerin kimlik çatışmasının kısıtlayıcılar üzerinde olumsuz, müzakere stratejileri üzerinde ise olumlu etkisinin olduğunu göstermiştir. Dong ve Chick’in (2012) Çin’in altı büyük şehrinde (Hangzhou, Chengdu, Beijing, Shanghai, Qingdao, Shenzhen) 772 kişi üzerinde yapmış olduğu çalışmada, boş zaman faaliyetlerine katılımı kısıtlayan 8 faktör elde edilmiştir. Bunlar; zaman, maddiyat, stres, düşük hizmet kalitesi, ulaşım yetersizlikleri, yaşam sorunları, kişisel sorunlar ve ailesel sorunlardır. Araştırmacılar buldukları bu 8 faktörden stres ve kişisel sorunların kişisel kısıt boyutunda; yaşam sorunları ile ailesel sorunların kişilerarası kısıt boyutunda; maddiyat, servis kalitesi, zaman ve ulaşım yetersizliklerinin ise yapısal kısıt boyutunda değerlendirebileceğini belirtmişlerdir. Çalışma sonuçlarına göre, diğer birçok çalışmada olduğu gibi, zaman ve maddiyat en önemli kısıtlayıcılar konumundadır. Kowalski vd. (2012), Kanada’nın kuzeybatı bölgesindeki 14 toplum üzerinde 1545 kişi üzerinde yapmış oldukları çalışmada, boş zaman faaliyetlerine katılımı kısıtlayan üç önemli boyut ortaya koymuştur. Bunlar; sosyal/fiziksel kısıtlayıcılar, kişisel kısıtlayıcılar ve program kısıtlayıcılarıdır. Çalışma sonuçları, Boş Zaman Faaliyetlerine Katılım Kısıtlayıcıları Hiyerarşik Modeli’nin tekrar gözden geçirilmesi gerektiğini, yapısal kısıtlayıcıların en önemli kısıt olarak ön plana çıktığını, Müzakere

Hiyerarşi Modeli'ndeki kişisel – kişiler arası – yapısal kısıtlar sıralamasının her zaman gerçekleşmeyebileceğini, dolayısıyla bireylerin kısıtlayıcılarla müzakerelerini eş zamanlı bir şekilde de yapabileceklerini ortaya koymuştur. Keshkar vd. (2012) İran'ın başkenti Tahran'da bayanların spor aktiviteleri kısıtlayıcılarına yönelik yapmış oldukları çalışma ile kavramsal 3 boyutlu modelin geçerliliğini ve güvenilirliğini desteklemişler, kadınların en fazla yapısal kısıt boyutundan etkilendiklerini tespit etmişlerdir.

Lee ve Lee (2014), Kore'den yurtdışı tatiline giden bireyler üzerinde yapmış oldukları ve nitel ve nicel verileri irdeledikleri çalışmada, zaman kısıtlayıcı ölçeğini geliştirmişlerdir. Çalışma sonucunda, zaman kısıtlayıcılarını etkileyen üç boyut ortaya koymuşlardır. Bu boyutlar; seyahat programı ile ilgili zaman kısıtlayıcıları, tatil süresi ile ilgili zaman kısıtlayıcıları ve zaman verimliliği ile ilgili zaman kısıtlayıcılarıdır. Bireylerin sadece tatil süresinin kısalığından değil, aynı zamanda tatil planı öncesinde yeterli zamanları olmadığından destinasyon ile ilgili bilgi arayışında bulunamadıklarını ortaya koymuşlardır. Cho vd. (2014), Hung ve Petrick'in (2010) kruvaziyer turizmine yönelik geleneksel ölçeğini Amerika'da şarap turizmi kısıtlarına uyarlayarak, beş kısıtlayıcı faktör ortaya koymuşlardır. Bu faktörler; şaraplara ilgisizlik, bilgi eksikliği, maddiyat ve zaman, ulaşım zorluğu ve aile programı eksikliğidir. Otoo (2014), Gana'da gönüllü turistler üzerinde yapmış olduğu çalışmada, bireylerin turizme katılımını kısıtlayan dört faktör ortaya koymuştur. Bunlar; örgütsel, yapısal, kişilerarası ve işle ilgili faktörlerdir. Nishio (2014), Japonya'daki sporseverlerin uluslararası spor faaliyetlerine katılım kısıtlarını belirlemeye yönelik gerçekleştirdiği çalışmada, başlıca kısıtların alternatif boş zaman etkinlikleri, güvenlik, turist çekiciliği eksikliği, kültürel farklılık, eşlikçi eksikliği ve uzaklık(mesafe) olduğunu göstermiştir.

Bonn ve Cho (2013), şarap turizmine katılım kısıtlayıcılarına yönelik yaptığı çalışmada, beş faktör (ilgisizlik, bilgi eksikliği, para ve zaman, ulaşılabilirlik ve sosyal kısıtlayıcılar olmak üzere) belirlemiş, bunlar arasında zaman, maliyet ve ilgi eksikliği ile duygusal motivasyon eksikliğinin başlıca kısıtlayıcılar olduğunu göstermiştir. Ayrıca bireyleri; (1) yüksek düzeyde kısıtlananlar, (2) yetersiz para ve zaman boyutunda kısıtlananlar, (3) aile sorumlulukları boyutunda kısıtlananlar, (4) en az düzeyde kısıtlananlar ve (5) duygusal motivasyon eksikliği boyutunda kısıtlananlar olmak üzere beş gruba ayırmışlardır. Priporas vd. (2014) Yunanistan'da kış sporlarına katılım kısıtlayıcılarının belirlenmesine yönelik yaptıkları çalışmada hiyerarşik modeli kısmen desteklemişler, başlıca kısıtlayıcıları ise kişisel, finansal maliyet, arkadaş ve aile ile kış sporları kısıtlayıcıları olmak üzere dört başlıkta toplamışlardır. Diğer taraftan turistleri kış sporlarına yönelik davranışlarına



bağlı olarak beş gruba ayırmışlardır. Bunlar; genel kısıta sahip olan turistler, maliyetle ilgili kısıtlananlar, arkadaş veya ailesel açıdan kısıtlananlar, en az düzeyde kısıta sahip olanlar ve kış sporları tutkunlarıdır. Gürbüz ve Henderson'nun (2014) Türkiye'deki öğrencilerin boş zaman faaliyetlerine ait kısıtlayıcılar üzerinde yaptıkları çalışmada ilgi eksikliği, zaman, eşlikçi eksikliği, kişisel, sosyal bilgi ve erişilebilirlik faktörleri ortaya konmuştur. Erişilebilirlik bunlar arasında en önemli kısıtlayıcıdır.

Adam vd. (2015) Gana'da 1160 öğrenci üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada kavramsal üç boyutlu model desteklenmiş, kişilerarası kısıt boyutu en önemli faktör olarak yer almıştır. Diğer taraftan Hayes'in (2004) Kostarika'da kırsal turizme katılım örneğinde yaptığı araştırmada yapısal kısıtlayıcılar boyutunun güvenilirliğini sağlayamamıştır. Kuo vd. (2011) ise Tayvan'ı ziyaret eden turistler üzerinde yaptıkları çalışmada, kişisel ve kişilerarası kısıt boyutunun tek faktör altında toplayarak, kavramsal modelden farklı bir sonuç elde etmişlerdir. Müderrisoğlu vd. (2005), Türkiye'de üniversite öğrencilerinin kırsal faaliyetlerini kısıtlayan unsurlar üzerine yapmış oldukları araştırmada, fizyolojik özelliklerin, arkadaşların, ekonomik durumun, kendine olan güveninin, alan yetersizliğinin, kişisel nedenlerin ve zaman faktörlerinin başlıca kısıtlayıcı faktörler olduğunu göstermişlerdir. Godbey vd. (2010) 20 yıl önce ortaya koyulan temel modeller (kavramsal 3 boyutlu model, hiyerarşik model ve kısıtlayıcılarla müzakere modeli) üzerinde yapılan çalışmaları sentezleyerek; modelin kültürlerarası kullanıma uygun olduğunu, günümüze kadar yapılan çalışmalarda her ne kadar temel teşkil etse de, boş zaman kısıtlar teorisinin farklı davranışları incelemek için önemli bir potansiyele sahip olduğunu belirtmişlerdir.

## **2.5. Seyahat Kısıtlayıcılarına Yönelik Yapılan Çalışmalar**

Kısıtlayıcılarla ilgili yapılan çalışmalar ilk dönemlerde çoğunlukla rekreasyon ve boş zaman faaliyetlerine yöneliktir. 2000'li yıllardan sonra, bireylerin seyahat engellerine yönelik çalışmalar da gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Bu çalışmalar genellikle uluslararası seyahatlere yoğunlaşmış, seyahatçilerin vize sorunları, destinasyon bölgesine olan uzaklık, iklim ve mevsimsellik, konaklama ve ulaşım zorlukları, güvenlik ve emniyet sorunları ve turizm tanıtım eksiklikleri gibi arz yönlü konular ile yaş, cinsiyet, etnik köken, ailevi gelir seviyesi ve medeni durum gibi sosyo- demografik kısıtlara da odaklanılmıştır.

Nyaupane ve Andereck (2007), Arizona bölgesinde seyahat edemeyen bireyler üzerine yaptıkları çalışmada, Crawford vd.'nin hiyerarşik modelini baz almışlar, yapısal boyutun üç alt boyutta incelenebileceğini öne sürmüşlerdir. Bu alt boyutları; yapısal zaman, yapısal maliyet ve yapısal yer olarak adlandırmışlardır. Bu tez çalışmasında da Nyaupane ve

Andereck'in (2007) seyahat kısıtlayıcılarına yönelik geliştirmiş oldukları ölçek, tatil turizmi kısıtlayıcılarına uyarlanarak test edilmiştir.

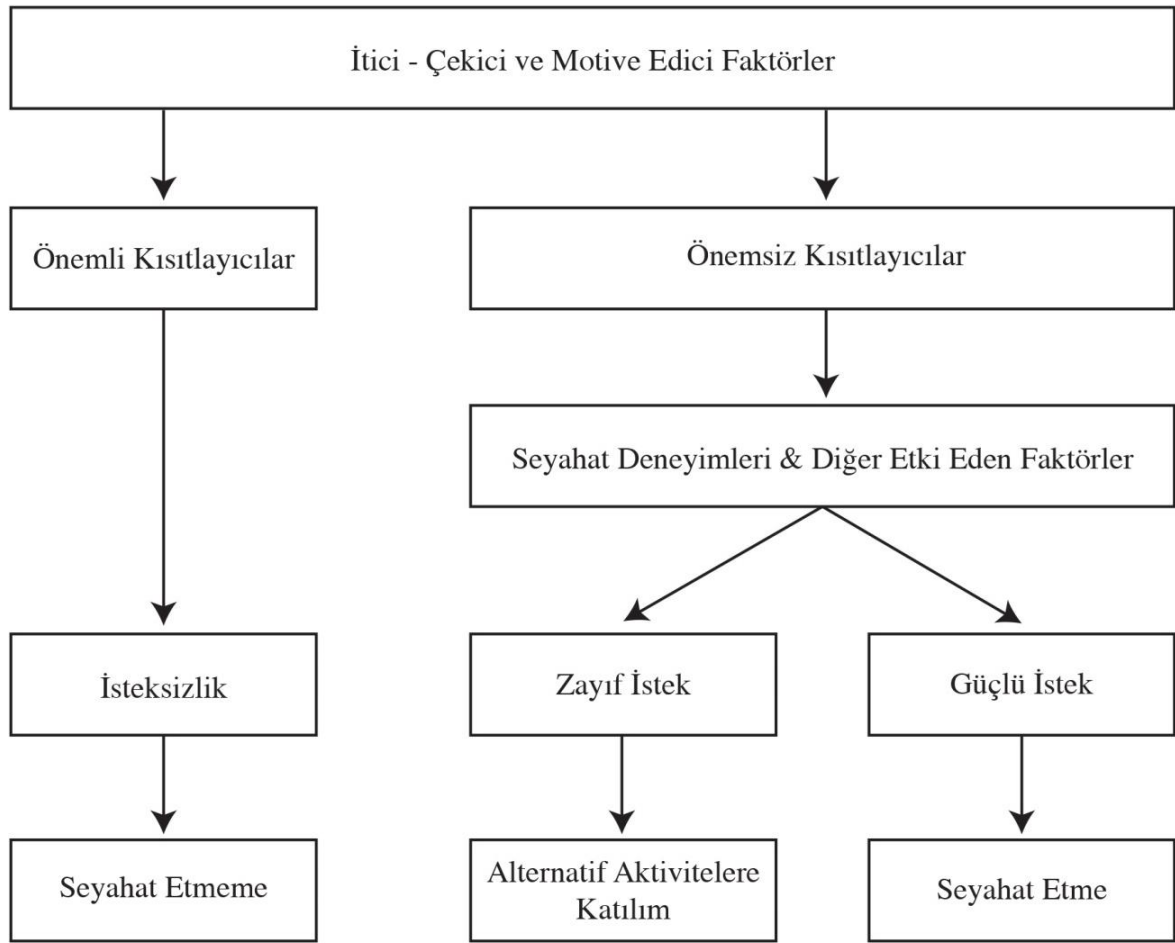
Hung ve Petrick (2010) boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcılarına yönelik çalışmalarda kullanılan ölçeklerin benzerlik gösterdiğini, genellikle dört ana istatistiki yöntemin (bire bir madde analizi, toplam kısıtlayıcı dereceleri, faktör ve kümeleme analizi) kullanıldığını öne sürmüştür. Geçmiş çalışmalara istinaden, seyahat kısıtlayıcılarının yapısının ve ölçek maddelerinin farklı olabileceğini; seyahat kısıtlayıcılarının farklı aktivite ve gruplarda farklılık gösterebileceğini ve dolayısıyla belli bir aktivite veya belli bir gruba bağlı olarak seyahat kısıtlayıcılarının değişebileceğini belirtmişlerdir. Mevcut literatürde kısıtlayıcılarla ilgili birçok çalışmada ölçeklerin doğrudan kullanıldığı, seyahat ve boş zaman faaliyet kısıtları arasındaki farklar göz önüne alındığında, kullanılan bu tür ölçeklerin, geçerliliğinin ortaya konulmaması sebebiyle, kendilerinin kruvaziyer turizmi bağlamında seyahat kısıtlayıcıları için yeni bir ölçek geliştirdiklerini belirtmişlerdir. Bu araştırmacıların Amerika'da kruvaziyer turizmine katılanlar ve katılmayanlar üzerinde yapmış oldukları çalışma sonuçlarına göre, kruvaziyer turizmine katılmayanlar katılanlara kıyasla kişisel ve kişilerarası kısıt boyutlarından daha fazla etkilenirken, kruvaziyer turizmine katılanların kısıtlayıcı algıları yapısal boyutta daha yüksektir. Elde edilen bu sonuç, insanların yapısal kısıtlardan önce kişisel ve kişilerarası kısıtlarla karşılaşabileceğini ortaya koymaktadır. Bu bulgu aynı zamanda Crawford vd.'nin (1991) hiyerşik modelini desteklemektedir. Diğer taraftan çalışmada dört kısıt faktörü bulunmuştur. Bunlar; kişisel, kişilerarası, yapısal ve seçeneğin (seçme olasılığı) olmamasıdır. Bu da, seyahat kısıtlayıcılarının boş zaman faaliyet kısıtlarına göre farklılık gösterebileceğini ortaya koymaktadır. Crawford vd.'nin modelini destekleyen bir sonucu da Daniels vd.'nin (2005) İngiltere'de fiziksel engellilerin seyahat kısıtlayıcılarına yönelik yapmış olduğu çalışma ortaya koymuştur.

Li vd. (2011)'nin, Çin'den yurtdışına seyahat eden bireyler üzerinde yapmış olduğu araştırma, başlıca dört seyahat kısıtlayıcısının olduğunu göstermiştir. Bu faktörler; yapısal, kültürel, bilgi (information) temelli ve bilgilendirilme (knowledge, dil bilmeme, broşür bulamama) temelli kısıtlayıcılardır. Çalışmada, yurt dışı seyahatler açısından dil bilmeme faktörünün önemli bir etkiye sahip olduğu gösterilmiştir. Otoo (2014), Li vd.'nin (2011) bulgularını destekleyici sonuçlar elde etmiş olmasına karşın, Lai vd. (2013) elde ettiği sonuçlar dil bilmemenin önemli bir kısıtlayıcı olmadığını göstermiştir. Lai vd. (2013), Çin'in üç büyük kentinde (Beijing, Shanghai ve Guangzhou) yaşayan bireylerin gelecek beş yıl içerisinde Amerika'ya seyahat etme niyetlerini inceledikleri çalışmada, kavramsal modeli

destekleyici (kişisel – kişilerarası - yapısal) sonuçlar elde etmiş, kişisel ve yapısal kısıt faktörlerinin daha fazla etkiye sahip olduğunu göstermişlerdir.

Chen vd. (2013a) Güney Asya'nın Brunei şehrinde 328 öğrencinin katılımı ile seyahat kısıtlayıcıları ile destinasyon arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Elde ettikleri sonuçlara göre önceki çalışmalarda ortaya koyulan üç faktöre (kavramsal model) ilave olarak “bilinmeyen kültürel kısıtlamalar” adı altında dördüncü faktör söz konusudur. Araştırmacılar, seyahat kısıtlayıcılarının, karar verme sürecinde destinasyon imajının oluşumuna etki ettiğini de tespit etmişlerdir. Chen vd. (2013b) ise, Çin'de destinasyon imajının seyahat kısıtlayıcılarına olan etkisini inceledikleri çalışmada, destinasyon imajına yönelik yeni bir model önermişlerdir. Bu modele göre seyahat kısıtlayıcıları bireylerin seyahat etme niyetine doğrudan etki etmemekte, destinasyon imajı ise seyahat etme niyeti ve seyahat kısıtlayıcıları arasında aracı etkiye sahip bulunmaktadır. Başka bir ifadeyle destinasyon imajı, kısıtlayıcıların seyahat etme niyeti üzerindeki olumsuz etkilerini azaltan özgün bir arabulucudur. Ayrıca bireylerin seyahat kısıtlayıcılarını etkileyen dört faktör söz konusudur. Bu faktörler; çevresel, kişisel, yapısal ve politik kısıtlayıcılardır.

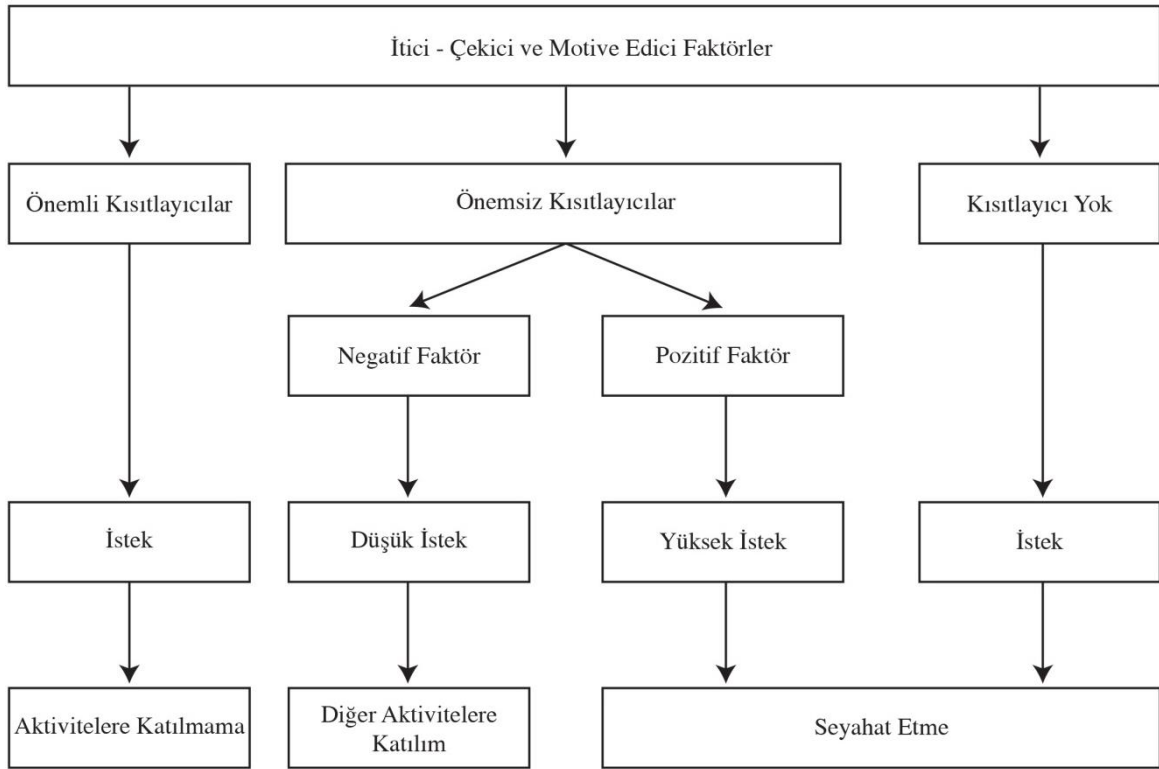
Kimmm (2012), Kore'de gerçekleştirdiği çalışmada, seyahat kısıtlayıcılarının üstesinden gelme yöntemlerini açıklayan bir model önermiştir. Buna göre, bireyleri seyahate yönelten itici, çekici ve motive edici faktörler söz konusu iken, seyahate çıkmayı engelleyen iki tür kısıtlayıcı bulunmaktadır. Bu kısıtlayıcılar; önemli ve önemsiz (tartışılabilir, müzakere edilebilir) kısıtlayıcılar olabilir. Önemli kısıtlayıcılar, kişilerin seyahat etme niyetini olumsuz yönde etkilemekte ve sonuçta seyahat etmemeye yol açmaktadırlar. Önemsiz kısıtlayıcılar ise olumlu veya olumsuz faktörler tarafından etkilenen istek düzeyine bağlı olarak seyahate katılma ya da farklı aktivitelere katılım ile sonuçlanmaktadır (Şekil 2.10).



**Şekil 2.10. Seyahat Kısıtları Yönetim Süreci I**

**Kaynak:** Kimmm, 2012

Kimmm (2012) yarı-yapılandırılmış bir çalışma gerçekleştirerek, bir model önerisinde bulunmuştur (Şekil 2.11). Önerdiği modele göre, yüksek düzeyde kısıtlanan bireyler seyahate katılamazken, düşük düzeyde kısıtlananlar olumsuz veya olumlu faktörlerle karşılaşabilirler. Olumsuz faktörlerle (kötü bir seyahat deneyimi) karşılaşanlar, düşük arzuya sahip olmakta, sonuç olarak alternatif aktiviteleri tercih etmektedir. Olumlu faktörlerle (güzel bir seyahat deneyimi) karşılaşanlarda ise yüksek arzu ve seyahata katılım söz konusudur. Son olarak herhangi bir kısıtlayıcı algısına sahip olmayan bireyler, doğrudan seyahata katılmaktadır.



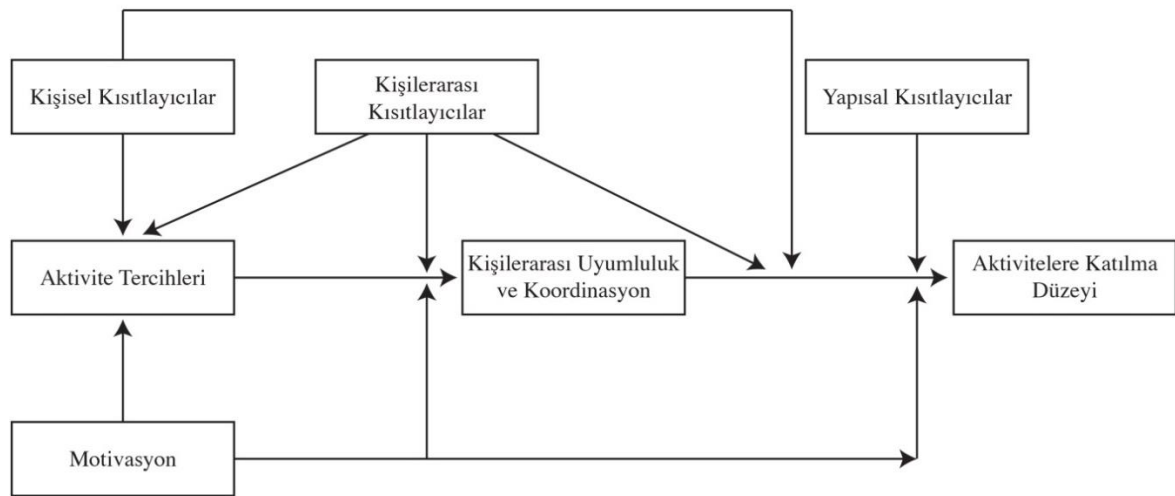
**Şekil 2.11. Seyahat Kısıtları Yönetim Süreci II**

**Kaynak:** Kimmm, 2012

Kimmm (2012), ayrıca seyahat kısıtlayıcılarıyla müzakere stratejilerini de inceleyerek, bu kısıtlayıcılarla nasıl baş edilebileceğine dair çeşitli öneriler ortaya koymuştur. Mali kısıtlayıcılar açısından; para biriktirmek, boş zamanlarda kısmı zamanlı çalışmak veya seyahat esnasında asgari düzeyde para harcamak gibi öneriler söz konusu iken; zaman kısıtlayıcıları açısından; izin günlerinde diğer faaliyetlerden fedakârlık ederek seyahate zaman ayırmak bir çözüm yolu olabilmektedir. Diğer öneriler arasında; gidilecek destinasyon bölgesinin dilini veya kültürünü öğrenmek, seyahat planlarını erken yapmak, sağlığa dikkat etmek, istek veya arzuyu kontrol etmek (olumsuz strateji) ve seyahati ertelemek (olumsuz strateji) sayılabilir.

Kazemina vd.'nin (2013) yaşlılar üzerinde yaptıkları çalışmada, Hiyerarşik Yapı Modeli'nin geçerliliği teyit edilmiş ve model geliştirilmiştir (Şekil 2.12). Bu gelişmiş modele göre kişisel kısıtlayıcılar (özellikle duygusal bir tehdit, endişe ve depresyon gibi) birey için öncelikli hususlar olup, seyahat kararı ve katılımında önemli etkiye sahiptirler. Başka bir ifadeyle kişisel kısıtlayıcılar, bireyin seyahate çıkmasına doğrudan olumsuz etki yapmaktadır. Diğer taraftan kişilerarası kısıtlayıcılar hiyerarşik yapıda her zaman bireylerin karşısına çıkabilmektedir. Yapısal kısıtlayıcılar ise en son aşamada bireylerin karşısına çıkmaktadır. He vd.'nin (2014) Japon'ların Amerika'ya yönelik seyahatlerinde rol oynayan kısıtlayıcılara

yönelik yaptıkları çalışmada, kişisel tercihlerin, psikolojik kaygıların, mali konuların ve erişebilirlik sorunlarının etkili olduğunu göstermişlerdir.



**Şekil 2.12. Geliştirilen Hiyarşi Modeli**

**Kaynak:** Kazemina vd., 2013

## 2.6. Kısıtlayıcılar ile Demografik Özellikler Arasındaki İlişkiler

Boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcılarına yönelik yapılan çalışmaların bazılarında yeni modeller ortaya koyulurken, bazılarında ortaya koyulan bu modeller test edilmiştir. Birçok çalışmada, kısıtlayıcılar ile bireylerin cinsiyeti, ekonomik durumu, yaşı (yaşam döngüsü evresi), aktivitelere ilgi duyup duymaması, aktivitelere katılıp katılmaması, medeni durumu, ırkı ve eğitim düzeyi gibi özellikleri arasındaki ilişki ele alınmıştır.

### 2.6.1. Yaş Grupları ve Kısıtlayıcılar Arasındaki İlişkiler

Literatürde en çok incelenen demografik özelliklerden birisi olan yaş değişkeninin boş zaman faaliyetlerine katılımında önemli bir unsur olduğu tespit edilmiştir (Pennington ve Kerstetter 2002). Fleischer ve Pizzam (2002) İsraili yaşlıların (55 yaş ve üstü) tatil turizmine katılma kısıtlayıcıları üzerinde yapmış olduğu çalışmada, 65 yaş altı bireylerin 65 yaş üstü bireylere göre zaman boyutunda daha fazla kısıtlandıklarını belirtmişlerdir. Lee ve Tideswell (2005) Kore’li yaşlıların seyahat kısıtlayıcıları üzerinde yapmış oldukları çalışmada, başlıca nedenlerin, seyahat etmek için çok yaşlı olma ile aile ve arkadaşlardan uzaklaşmak istememe olduğunu ortaya koymuşlardır. Pennington ve Kerstetter (2002) de, 30 yaş altı ve 31-40 yaş grubunun 71 yaş ve üstü yaş grubuna göre yapısal boyutta daha fazla kısıtlandıklarını tespit etmişlerdir. Nyaupane ve Andereck (2007), kişilerarası ve yapısal boyut içinde yer alan destinasyon konusunda yaşlıların (71 yaş ve üstü) diğer yaş gruplarına göre; maliyet konusunda, genç (30 yaş altı) ve yaşlıların (71 yaş ve üstü) orta yaş (30-70 arası) grubuna

göre daha fazla kısıtlandıklarını ortaya koymuşlardır. Zaman konusunda ise katılımcıların en az kısıtlandıkları boyut olduğu da kanıtlanmıştır.

Buchanon ve Allen (1985) de, Amerika'nın Chicago eyaletinde ailelerin yaşam döngüsünü (çocuk sonrası, emeklilik ve emeklilik sonrası olmak üzere) esas alarak yaptıkları çalışmada birkaç kısıtlayıcının bireylerin yaşam döngüsü aşamaları boyunca nispeten sabit kaldığını, diğer kısıtlayıcıların ise bireylerin yaşam döngüleri ile paralel olarak değiştiğini ortaya koymuşlardır. Buna göre, bireylerin yaşam döngüsü aşamalarına bağlı olarak boş zaman faaliyetlerine katılımlarını engelleyen kısıtlayıcılar; suç korkusu, zaman yetersizliği ve sağlık problemleridir. He vd. (2014) yaşlıların erişebilirlik sorunları boyutunda gençlere nazaran daha fazla kısıtlandıkları, maliyet boyutunda ise daha az kısıtlandıklarını tespit ederken; kişisel tercihler ve psikolojik kaygılar boyutu ile yaş grupları arasında herhangi bir farklılığın olmadığını ortaya koymuşlardır. Hayes (2004) Kostarika'da kırsal turizme yönelik yapmış olduğu tez çalışmasında genç yaş (18-25 yaş arası) grubun diğer yaş gruplarına göre kişisel ve kişilerarası boyutlarda daha fazla kısıtlandığını göstermiştir. Bu sonuçlara rağmen, Tsai ve Coleman (1999), Gilbert ve Hudson (2000) ve Javanoviç vd.'nin (2013) yapmış oldukları çalışmalarda yaş değişkeninin boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcıları üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

### **2.6.2. Gelir Düzeyi ve Kısıtlayıcılar Arasındaki İlişkiler**

Bireylerin gelir düzeyi, diğer bir ifade ile sosyo-ekonomik düzeylerinin boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcıları üzerindeki etkisi yapılan çalışmalar sonucunda ortaya koyulmuştur. Godbey (1985; aktaran Pennington ve Kerstetter, 2002) sosyo-ekonomik düzeyi düşük olan kişilerin boş zaman aktivitelerine daha az ilgi duyduğunu, bunun da bireylerin bazı aktivitelere katılma olasılığını azalttığını belirtmiştir. Raymore vd. (1993) genç yaş grubunda algılanan sosyo-ekonomik düzeyin kişisel kısıtlayıcı boyutu ile olumsuz yönlü bir ilişkiye sahip olduğunu; sosyo-ekonomik düzeyi düşük olan bireylerin kişisel boyutta kısıtlandıklarını tespit etmişlerdir. Sosyo-ekonomik düzeyi düşük olan bireylerin boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcına yönelik algılarının yüksek olduğu sonucuna varan araştırmalar arasında Fleischer ve Pizzam (2002), He vd. (2014), Hudson ve Gilbert (2000), Adam vd. (2015), Shores vd. (2007)'nin çalışmaları yer almaktadır. Javanoviç vd. (2013) de literatürde ortaya koyulduğu gibi gelir düzeyi düşük olan grupların kısıtlayıcı algılarının yüksek olduğunu kanıtlamışlardır. Diğer taraftan Tsai ve Coleman (1999) bireylerin gelirleri ve algıladıkları kısıtlayıcılar arasında herhangi bir farklılığın olmadığını belirtmişlerdir

### 2.6.3. Cinsiyet ve Kısıtlayıcılar Arasındaki İlişkiler

Boş zaman faaliyetlerine katılım kısıtlayıcılarının cinsiyet ile olan ilişkisine bakıldığında, genellikle kadınların erkeklere göre daha fazla kısıtlandıkları görülmektedir (Jackson ve Henderson, 1995). Shaw vd. (1991) çalışmalarında iş yoğunluğu ve zaman boyutlarında erkeklerin kadınlara göre daha fazla kısıtlandıklarını tespit etmişlerdir. Hudson (2000) İngiltere’de kayakçılar üzerinde yapmış olduğu çalışmada, kadınların kişisel boyutta (kayağın kadınlar için tehlikeli bir spor olabileceği gerekçesiyle), erkeklerin ise kişilerarası boyutta (beraber kayak yapabilecek bir eşlikçi bulamamaları sebebiyle) kısıtlandıklarını ortaya koymuştur. Yapısal boyutta her iki grup özellikle maliyette kısıtlanmaktadır. Adam vd.’nin (2015) Gana’da üniversite öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışma kız öğrencilerin erkek öğrencilere kıyasla kişilerarası boyutta daha fazla kısıtlandıklarını göstermiştir.

Shores vd. (2007) kadınların kısıtlayıcı algılarının literatürde ortaya koyulduğu kadar güçlü olmadığını ortaya koymuşlardır. Aynı zamanda zaman kısıtlayıcısının, sosyo-ekonomik düzeyi düşük yaşlı, kadın ve azınlık gruplar için en önemli faktör olduğunu tespit etmişlerdir. Alexandris ve Carroll (1997b) Yunanistan’da spor turizmine, Hayes (2004) Kostarika’da kırsal turizme, Albayrak vd. (2007) Türkiye’de macera turizmine, Nyaupane ve Andereck ise (2007) doğa turizmine yönelik yapmış oldukları çalışmalarda, kadınların erkeklere göre daha fazla kısıtlandıklarını ortaya koymuşlardır. Tsai ve Coleman (1999), Javanoviç vd. (2013), Otoo (2014) ve He vd. (2014) ise literatürdeki birçok çalışmada cinsiyet değişkeninin kısıtlayıcılara yönelik etkisinin ortaya koyulmuş olmasına rağmen, kendi çalışmalarında bu etkinin doğrulanmadığını belirtmişlerdir.

### 2.6.4. Eğitim Düzeyi ve Kısıtlayıcılar Arasındaki İlişkiler

Bireylerin eğitim düzeylerinin de kısıtlayıcılar üzerinde etkili olduğu yapılan çalışmalarda tespit edilmiştir. Javanoviç vd. (2013) ile Hayes (2004) eğitim düzeyi düşük olan grupların kişisel ve yapısal boyutlarda; Alexandris ve Carroll (1997b) eğitim düzeyi düşük grupların tüm boyutlarda daha fazla kısıtlandıklarını, Haidong ve Walker (2011) kişisel kısıtlayıcı boyutta eğitim düzeyi düşük olanların daha fazla kısıtlandıklarını, Otoo (2014) ise yüksekokul mezunu bireylerin işle ilgili kısıtlayıcı boyutta daha fazla kısıtlandıklarını ortaya koymuşlardır. Tsai ve Coleman (1999) Çin’de yaşayan göçmenler üzerinde yaptıkları çalışmada erişim, duygusal ve sosyo-kültürel boyutlarda eğitim düzeyi düşük bireylerin daha fazla kısıtlandıklarını ifade etmişlerdir. Diğer taraftan He vd. (2014) eğitim düzeyinin kısıtlayıcılar üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığını tespit etmişlerdir.



### **2.6.5. Medeni Durum ve Kısıtlayıcılar Arasındaki İlişkiler**

Medeni durumun kısıtlayıcılar üzerindeki etkisi literatürdeki çalışmalarla gösterilmiştir. Nyaupane ve Andereck (2007) bekârların evlilere göre, zaman konusunda daha az kısıtlandıklarını; He vd. (2014) psikolojik sorunlarda bekârların evlilere göre daha fazla kısıtlandıklarını; Kuo vd. (2011) ulaşım konusunda bekârların evlilere nazaran daha fazla kısıtlandıklarını; Alexandris ve Carroll (1997b) zaman konusunda evlilerin bekarlara göre daha fazla kısıtlandıklarını ortaya koymuşlardır. Nyaupane ve Andereck (2007), Hayes (2004) ile He vd. (2014) çocuğu olan ailelerin, çocuğu olmayan ailelere göre daha fazla kısıtlandıklarını belirlemiştir. Diğer taraftan Otoo (2014) medeni durum ile kısıtlayıcılar arasında farklılığın olmadığını ortaya koymuştur.

### **2.6.6. Diğer Demografik Özellikler ve Kısıtlayıcılar Arasındaki İlişkiler**

Shinew vd. (2004) Amerika'da yaşayan Afrika kökenli siyahlarla beyazlar üzerinde yapmış olduğu çalışmada, siyahların beyazlara göre daha az kısıta sahip olduklarını ortaya koymuşlardır. Çalışmada ölçekte yer alan 19 kısıtlayıcı maddenin 10'unda beyazların siyahlara göre daha fazla kısıtlandıkları belirlenmiştir. Shinew vd.'nin aksine Nyaupane ve Andeck (2007) ile Palen vd. (2010) kısıtlarla bireylerin ırkları arasında herhangi ilişki bulunmadığını göstermişlerdir. Otoo (2014) bir destinasyona devamlı gelen ziyaretçilerin kişilerarası boyutta daha fazla kısıt algısına sahip olduklarını; ilk kez gelen ziyaretçilerin ise yaptıkları işle ilgili daha fazla kısıta sahip olduklarını tespit etmişlerdir.

### **2.7. Tatil Turizmi Kısıtlayıcılarına Yönelik Yapılan Çalışmalar**

Haukeland (1990) Norveç'te tatil turizmine katılmayanlar üzerinde yapmış olduğu çalışmasında; bireylerin yaşam koşullarının tatil turizmine katılımı etkilediğini, buna göre refah düzeyi düşük olanların tatil turizmine daha az katılım gösterdiklerini ortaya koymuştur. Diğer taraftan tatil turizmine katılmayanları; a) sosyal durumlarından memnun olan ve kendi istekleri doğrultusunda tatil turizmine katılmayıp evde kalmayı tercih edenler, b) sosyal refah düzeyinden memnun olan fakat zorunlu olarak tatil turizmine katılamayanlar, c) sosyal refah düzeyi problemlerinden tatil turizmine katılamayanlar ve d) tatil turizmine katılma isteği olup ta herhangi bir kısıtlayıcı nedeniyle katılamayanlar olmak üzere dört grupta sınıflandırmıştır. Diğer taraftan bireylerin neden tatil yapmadıklarına yönelik dokuz kısıtlayıcı faktör tespit etmiştir. Bunlar: tatilin yorucu olması, kısa süreli seyahat tercihleri, iş yoğunluğu, maddi imkansızlık, tatile çıkacak birinin olmaması, sağlık sorunları, hasta birilerine bakma zorunluluğunun olması, evde veya başka bir yerde yapılması zorunlu işler ve tatili evde geçirmeyi tercih etme.

Fleischer ve Pizzam'ın (2002) İsraili yaşlıların (55 yaş ve üstü) tatil seyahatleri ile ilgili yapmış oldukları çalışmada en önemli seyahat kısıtlayıcılarının gelir ve sağlık durumu olduğunu, tatil yapma süresinin yaşa göre değiştiğini belirlemişlerdir. 55-60 yaş grubunun daha çok boş zamana sahip olduğu ve gelir yükseldikçe tatil yapma süresinin de arttığı; 65 yaş ve üzeri grubun sağlık sorunlarından dolayı tatil yapma sürelerinin azaldığıda tespit edilmiştir.

Norman vd. (1991) Amerika'nın bazı eyaletlerinde yaptıkları çalışmalarda bireylerin tatil turizmi katılımlarına olumsuz etki eden 9 etken (aile bağları, maliyet, zaman, seyahat eşlikçisinin olmaması, destinasyon bölgesi ile ilgili olumsuz durumlar, tatil imkanları hakkındaki bilgisizlik, seyahat etmenin olumsuz tarafları, tatil planlarının zorluğu ve sosyal statü ile ilgili durumlar) ortaya koymuşlar, aynı zamanda Crawford ve Godbey'in (1987) kavramsal modelini (kişisel, kişilerarası ve yapısal kısıtlar) desteklemişlerdir. Bireylerin tatil turizmine katılımındaki en önemli belirleyicilerin tatil turizmine katılım seviyesi ve geçmiş tatil deneyimleri olduğunu da ortaya koymuşlardır.

Turizm literatüründe, tatil turizmi kısıtlayıcıları ile ilgili uluslararası çalışmaların az sayıda olduğu, ulusal çaplı bir çalışmanın ise bulunmadığı görülmektedir. Uluslararası çalışmalarda tatil turizmi kısıtlayıcıları ile çift kültürlülük arasındaki ilişkileri inceleyen bir çalışma ise bulunmamaktadır. Bu tez çalışması ile iki kültürlülüğün bireylerin tatil turizmi kısıtlayıcıları üzerindeki etkileri incelenecek olup, ortaya konulacak sonuçlar ile ilgili literatüre katkı sağlanacaktır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TATİL TURİZMİ TERCİHLERİ VE PAZAR BÖLÜMLENDİRME

#### 3.1. Tatil Turizmi Tercihleri

##### 3.1.1. Boş Zaman<sup>1</sup> ve Tatil Turizmi

Günümüzde turizm ve seyahat, seyahatçilerin boş zamanlarında, birtakım kısıtlamalardan uzak biçimde psikolojik özgürlük duygusunu elde ettiği önemli eğlence faaliyetleri haline gelmiştir. Turizm faaliyetlerinde bulunan bireyler yenilikler yaşamak, günlük rutin yaşamdan, iş yaşamlarındaki stresli ortamdan ve kişisel sorunlarından uzaklaşmak gibi bir takım faydalar elde etmektedirler (Andriotis vd., 2007). Başka bir ifadeyle, turizm aktiviteleri turistlere fiziksel, zihinsel ve psikolojik fırsatlar sunarken genel hayat memnuniyetlerini de yükseltmektedir (Ross ve Iso-Ahola, 1991). Genellikle turizm ve seyahat ile bir arada kullanılan boş zaman terimi, bireylerin hayatlarındaki bütün kısıtlardan (bağlayıcı ve zorunluluk) uzak bir biçimde, tercih özgürlüğü elde ettikleri, işten arda kalan zamanlarında ve sosyal sorumluluklarını yerine getirdikten sonra kendileri için ayırabildikleri zaman aralığı olarak tanımlanabilir (Tordkildsen, 2005: 3). Boş zaman, bireylerin kendi istekleri ile tercih ettikleri bir faaliyetle uğraştıkları ve iş zamanı dışında kalan zaman dilimidir (Hacıoğlu vd., 2003: 16). Bu zaman dilimi, bireyin özgür iradesiyle, kendi isteğiyle kullanacağı, tasarrufta bulunacağı bir boş zamandır.

Boş zamanın, son yıllarda kayda değer miktarda artışı, farklı sektörler arasında rekabete neden olmaktadır. Örneğin; turizm, spor, oyun, hobi, dinlence ve eğlence gibi alanlarda, boş zaman üzerinde hâkimiyet mücadelesi veren sektörel faaliyetlerde yoğunlaşma görülmektedir. Bu faaliyetler bir bütün olarak boş zaman endüstrisinin doğmasını beraberinde getirmiştir (Aytaç, 2002). Boş zaman faaliyetleri ise bireylerin boş zamanlarında gezmek, dinlenmek veya hoşça vakit geçirmek için yaptıkları çeşitli etkinlikler olarak tanımlanabilir. Tordkildsen (2005: 3) boş zaman faaliyetlerinin bireylerin kaliteli bir yaşama sahip olmaları için önem arz ettiğini ve boş zamanın farklı insanlarda ve farklı kültürlerde farklı anlamlar taşıyabileceğini ileri sürmüştür.

Boş zaman faaliyetleri gruplara, amaçlara veya yapılaş yerlerine bağlı olarak çeşitli şekillerde sınıflandırılabilir. En yaygın sınıflama türü sürelerine göre olup, bu tür boş zaman faaliyetleri iki grupta sınıflandırılmaktadır (Hacıoğlu vd., 2003: 27):

---

<sup>1</sup> Literatürde “serbest zaman” olarak geçen “boş zaman”, iş ve gerekli kişisel faaliyetler dışında geçirilen zaman dilimidir. Bu çalışmada kullanılan modelin, boş zaman ile özdeşmiş olmasından dolayı “serbest zaman” yerine “boş zaman” teriminin tercih edilmiştir

1. Uzun Süreli Boş Zamanlar
  - Çocukluk dönemi boş zamanları
  - Yıllık izin boş zamanları
  - Emeklilik dönemi boş zamanları
2. Kısa Süreli Boş Zamanlar
  - İşgünü sonu boş zamanları
  - Hafta sonları
  - Kısa süreli tatiller

Walker ve Walker (2011) boş zaman turizm türlerini aşağıdaki şekilde sınıflandırmıştır (Tablo 3.1).

**Tablo 3.1. Boş Zaman Turizm Türleri**

<b>Eğlence Türü</b>	<b>Turistik Yerler</b>	<b>Eğlence</b>	<b>Diğer</b>
Doğa turizmi	Lunapark	Festivaller	Eko turizm
Spor turizmi	Eğlenceli oyunlar	Performans sanatı	Arkadaş-aile ziyareti
Macera turizmi	Hayvanlı gezi yerler	Alışveriş	
Dini turizm	Miras turizmi	Etkinlikler	
Sağlık turizmi	Kültür turizmi		

**Kaynak:** Walker ve Walker, 2011: 39

Son yüzyılda önemli bir faaliyet haline gelen tatil turizmi, ikamet edilen yerlerden başka bir yere belli bir zaman dilimi içinde gerçekleştirilmiş olan geçici yer değiştirme hareketlerini veya seyahatlerini ifade etmektedir. Tatil turizmi bazı bireyler için yaşamın vazgeçilmez bir parçası iken bazı bireyler için genel yaşam tarzında çok da önemli bir fark yaratmayan bir unsur olarak görülmektedir. Tatil seyahatleri bireylerin toplum içinde kaybolan refah düzeyinin yükselmesini sağlayarak yaşam kalitelerinin artmasına katkıda bulunur. Tatil seyahati fiziksel ve mental yorgunluk yaşayan aile üyeleri için önemli bir motivasyon kaynağıdır (Haukeland, 1990; Walker ve Walker, 2011: 39).

Bireyler tatil turizmi faaliyetleri içerisinde; deniz-kum-güneş, sağlık, kültür, din (inanç), aile veya arkadaş ziyareti gibi nedenlerden dolayı yer alabilirler. Günümüzde en fazla tercih edilen tatil turizm türünün deniz-kum-güneş olduğu bilinmektedir. Eachus (2004) deniz-kum-güneş tatil turizm türünü en fazla ailelerin tercih ettiğini ortaya koymuştur.

### **3.1.2. Tatil Turizmi Tercihleri**

Tatil turizmi, bireylerin ikamet ettikleri yerden çoğunlukla dinlenme ve eğlenme amaçlı olarak başka bir yere ve en az 4 gece konaklama yapmak üzere ayrılmalarını (Haukeland, 1990) ifade etmekte olup; tatil yerinin seçimi, bireylerin niyeti, tutumu, bilgi

arama yöntemi, motivasyonu, tercih ettiği seyahat türü, seyahatin maliyeti ve önceki tatil deneyimleri gibi faktörlerden oluşan karmaşık bir süreçtir (Heung vd., 2001). Tatil turizmi soyut ve bir konaklama işletmesi bünyesinde üretilen ve tüketilen üründür. Tatil turizmi artan boş zaman, gelir ve teknolojik unsurların bir sonucu olarak en çok tercih edilen turizm türleri içinde yer almaktadır (Heung vd., 2001). Tatil turizmine katılan bireyler, tatil süresi boyunca çeşitli aktivitelere katılmaktadırlar. Weaver (2001; aktaran Andriotis vd., 2007) bu aktiviteleri; hem alışveriş yapmak, sörf yapmak, kuş gözlemciliği, bisiklet gibi türlere göre; hem de etkinliklerin aktif veya pasif olma durumlarına göre sınıflandırmıştır. Aktif turist konumunda olanlar, tatil süreci boyunca ana amacın yanında çeşitli aktivitelere katılmakta, pasif turistler ise deniz-kum-güneş odaklı aktivitelere katılmaktadırlar.

Plog (1974: 57; aktaran Andriotis vd., 2007) turistleri dinlenmek ve eğlenmek için deniz-kum-güneş destinasyonlarını tercih edenler ve yeni kültürleri keşfetmek veya tanımak için bu tür olanaklara sahip destinasyonları tercih edenler olarak sınıflandırarak allocentrism/psychocentrism modelini ortaya koymuştur. Fiske ve Maddi (1961; aktaran Nickerson ve Ellis, 1991) aktivitelerin çeşitli düzeylerine göre bireysel farklılıkların olabileceğini öne sürerek aktivasyon teorisini önermişlerdir. Bu teoriye göre; aktivasyon düzeyi yüksek olan bireyler aktivitelere katılmak için motive olanlar, aktivasyon düzeyi düşük olanlar ise aktivitelere katılmaya motive olmayanlar olmak üzere iki gruba ayrılmakta; bu iki grup aynı zamanda anlamlılık, çeşitlilik, içsellik ve pasiflik durumlarına göre alt gruplara da ayrılmaktadır. Nickerson ve Ellis (1991) Plog (1974)'un allocentrism/psychocentrism modeli ile Fiske ve Maddi (1961) aktivasyon modelini karşılaştırarak aktivite tercihlerini bireylerin kişilik özelliklerine göre sınıflandırmıştır. Bu araştırmacılar kişilik tiplerinin bireylerin tatil yeri tercihi, seyahat arkadaşları ve yerel kültürle etkileşimleri ile ilgili aktivitelere katılım düzeyi üzerinde etkili olabileceğini tespit etmişlerdir. Merritt (2012) tez çalışmasında Plog (1974) modeline dayanarak bireylerin tatil tercihleri ve kişilikleri arasındaki ilişkileri incelemiş; yaptığı çalışma sonucunda Plog'un modelinin günümüzde hala geçerliliğini koruduğunu, bireylerin psikografik özellikleri ile tatil tercihleri arasında bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur.

Tatil planı yapan bireyler genellikle aynı anda birçok karar verme kriterlerini değerlendirmektedirler (Özdipçiner vd., 2012). Örneğin tatile ne zaman çıkılacağı, ne tür bir tatil yapılacağı, nereye gidileceği, kimlerle gidileceği, hangi bilgi kaynaklarından faydalanılacağı, kaç gün tatil yapılacağı, ne tarz bir tesiste konaklanılacağı ve tatil için ne kadar bütçe ayrılacağı gibi konular değerlendirilmek durumundadır. Tatil turizmi tercihlerinin bireylerin demografik özelliklerinden etkilendiği birçok çalışmada ortaya konulmuştur (Crask,

1981; Ross, 1993; Bir, 1999; Peterson ve Lampert, 2003; Andriotis vd., 2007; Özdiçiner vd., 2012). Özdiçiner (2012) ve Ross (1993) eğitim düzeyinin, Andriotis vd. (2007) ve Crask (1981) yaş gruplarının, Bir (1999) ve Peterson ve Lampert (2003) ise gelir düzeyinin tatil turizmi tercihleri üzerindeki etkilerini göstermiştir.

Andriotis vd. (2007) tatil turizmi tercihlerinin belirlenmesinde tatil türü, destinasyon bölgesi, konaklama türü, kişi sayısı ve tatil sürelerinin rol oynayabileceğini ortaya koymuştur. İlgili araştırmacıların Yunanistan'a gelen turistler üzerinde yaptığı çalışma sonuçları; genellikle 5 ve 4 yıldızlı otel işletmelerinin tercih edildiğini, 4-7 gün arası ve aile bireyleriyle tatil yapıldığını, arkadaş tavsiyelerinin karar vermede önem taşıdığını, bisiklet, golf, at biniciliği ve sörf gibi spor aktivitelerinin gerçekleştirildiğini göstermiştir.

Andriotis vd. (2007) bireylerin bulunduğu yaşın tatil tercihlerinde belirleyici bir rol oynadığını tespit ederlerken, Debbage (1991) konaklama süresi ve tesis türünün tatil tercihlerinde en önemli belirleyici unsur olduğunu ortaya koymuştur. Debbage (1991) aynı zamanda ilk kez destinasyona gelenler ve sürekli ziyaretçiler gibi aşinalık düzeyi farklı bireylerde gelir, eğitim, yaş ve meslek gibi demografik özelliklerin, paket tur ve bağımsız seyahat gibi tatil türlerinin tercihinde, bir etkisi olmadığını belirlemiştir. Bir (1999) Alanya'da yerli turistler üzerinde yapmış olduğu tez çalışmasında, katılımcıların çoğunluğunun yılda 1 kez tatile çıktıklarını, 3 yıldızlı otelleri tercih ettiklerini, 7-10 gün arası ve aile bireyleriyle tatil yaptıklarını ortaya koymuştur. Aynı çalışmada gelir düzeyinin tatil davranışları üzerinde önemli bir etkisinin olduğu ve gelir yükseldikçe tatile çıkma sıklığının ve tatil süresinin arttığı da tespit edilmiştir. Fodness ve Murray (1997), arkadaş ve akraba ziyaretlerinin destinasyon seçimini; geçmiş tatil deneyimlerinin ise gelecek tatil planları üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuşlardır.

Tatil turizmi tercihleri ile ilgili bir karşılaştırmalı çalışma yapan Ryan ve Huyton (2000), Kuzey Avustralya'da yerli turistlerin doğa ve macera turizmine yönelik ilgisinin yüksek olduğunu, kültür turizmine ise düşük bir ilgi gösterildiğini belirlemiştir. Heung vd.'nin (2001) Japon turistlerin tatil güdülleri üzerine yaptığı çalışmada, yeni yerler keşfetme, hayallerini gerçekleştirme, beklenen faydalar, kozmopolit(ünlü) şehir algısı, turistik çekicilikler ve iklim olmak üzere 5 tatil motivasyonu unsuru tespit edilmiş olup; bunlar içerisinde beklenen faydaların, tatil tercihini en belirleyici faktör olduğu görülmüştür. Crask (1981) yaşam tarzlarına göre bireyleri: turistik yerleri görmek isteyenler, tatil maliyetini düşünenler, kamp tatilini tercih edenler, alışveriş ve temalı park tercih edenler ve spor aktiviteleri tercih edenler olmak üzere 5 grupta sınıflandırmıştır. Araştırmacı, katılımcıların büyük çoğunluğunun tatil planlarını önceden yaptığını, genellikle 12-18 gün arası

konakladıklarını, 25-34 yaş grubunda tatil maliyetinin tatil tercihleri üzerinde etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Ross (1993), Kuzey Avustralya'daki yerli turistler üzerinde yaptığı çalışmada, katılımcıların nadiren tatile çıktıklarını, % 83'ünün daha önce gittikleri destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetinde olduklarını tespit etmiştir.

Bireylerin tatil turizmi tercihlerinin belirlenmesi için yararlanılan bilgi kaynaklarının da göz önüne alınması gerekmektedir. Tatil yapmak için ne tür fırsatların olduğu ve bunların nasıl bulunabileceği, gidilecek yerlerin ne tür özellikleri olduğu, konaklama imkânları ve konaklama işletmelerinin hizmet türleri ile fiyatların ne seviyede olacağı gibi konularda önceden bilgi edinme isteği, bireylerin risk algısını azaltmaktadır. Başka bir ifadeyle bireyler çeşitli bilgi kaynaklarını kullanarak, tatil planlarındaki bir takım belirsizlikleri azaltmaya ve tatil kalitelerini arttırmayı istemektedirler (Fodness ve Murray, 1997). En bilinen bilgi kaynakları arasında bireylerin geçmiş tatil deneyimleri, seyahat acentalarının yönlendirmeleri, akraba-arkadaş tavsiyeleri, seyahatlerle ilgili broşür-katalog-dergiler, seyahat danışmanları, TV-Radyo ilanları yer almaktadır. Meric ve Hunt (1988), turistlerin başlıca 5 bilgi kaynağının: geçmiş seyahat deneyimleri, seyahat kitap ve dergileri, tavsiyeler, turist büroları ve telefon bilgi danışma hatları olduğunu tespit etmiş ve bunlar arasında geçmiş tatil deneyimlerinin en önemli etken olduğunu ortaya koymuşlardır. Bir (1999), çalışmada bireylerin seyahat bilgi kaynağı olarak en fazla seyahat acentelerini kullandıklarını belirlemiştir. Doğan vd. (2010) Alanya'ya gelen turistlerin tatil turizmi tercihleri üzerinde yaptıkları çalışmada, tatil ile ilgili karar verme aşamasında başvurulan bilgi kaynağı olarak seyahat acentalarının ve internetin öne çıktığını belirlemişlerdir.

Türkiye turizmi için yüksek talep potansiyeline sahip olan Avrupa'da yaşayan Türkler, genel olarak yaz aylarında Türkiye'yi ziyaret etmektedir. Türk-Alman Eğitimi ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı (TAVAK) tarafından 10 Ağustos-10 Eylül 2015 tarihleri arasında (750 Almanya'da, 250 Fransa'da, 250 Hollanda'da ve 200 Avusturya'da yaşayan Türk olmak üzere toplam 1450 kişi üzerinde) yapılan bir araştırmaya göre, Avrupa'da yaşayan Türklerin Türkiye'ye yaptığı ziyaretlerde, geceleme ve harcama tutarlarında önceki yıllara kıyasla önemli düşüşler olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonucuna göre; 2014 yılında Türkiye'ye tatil amacıyla gelen Avrupa ülkelerinde yerleşik yaşayan Türklerin sayısı 2,7 milyon iken 2015 yılında bu sayı 1,9 milyona düşmüştür. Geçmiş yıllarda Türkiye'de ortalama 28-30 gün arasında kalış yapılırken, 2015 yılında bu ortalama 24 güne düşmüştür. Bu değişimin başlıca nedeni, Avrupa'da yaşayan Türklerin yaz tatillerini başka ülkelerde geçirmeyi tercih etmeye başlamalarıdır. Almanya'daki Türk seyahat acentelerinden alınan bilgilere İbiza, Mallorca destinasyonları ile İtalya ve Amerika Birleşik Devletleri gibi ülkeler gösterilen talep açısından

öne çıkmaktadır. (<http://turizmuncel.com/haber/'avrupa'da-yasayan-turkler-turizm-acisindan-turkiye'ye-sirt-cevirdiler'-h25401.html>. erişim tarihi: 24.08.2016).

Diğer taraftan Avrupa’da yaşayan, yaş ortalamaları yüksek ve genellikle emekli olan Türkler ekonomik nedenlerle tatil seyahatlerinin sayısını ve süresini azaltmak zorunda kalmışlardır. Almanya’da yaşayan Türk kökenli göçmenlerin % 4’ünün fakirlik sınırının altında yaşadığı, işsizlik oranlarının % 32’ye çıkmış olduğu belirtilmektedir. Ekonomik kısıtlar nedeniyle özellikle üst yaş grubundaki Türklerin tatil yapamadıkları görülmektedir. Bunun dışında belirli bir kitle, tatillerinin yarısını Türkiye’de yarısını da Almanya’da geçirmektedir. Türkiye’de yaşanan güncel politik ve güvenlik sorunları nedeniyle belirli bir kitle ülkeye gelmemeyi tercih ederken, bir kısım kitle ise “ülkem de olsa tatilimi orada geçirmek istemiyorum” yaklaşımı geliştirmiştir. Buna karşılık ülkeye gelen Avrupa’da yaşayan Türkler akrabalarını ziyaret etmekten ziyade, başta İstanbul olmak üzere Bodrum, Antalya, Marmaris ve Çeşme gibi turistik merkezlere gitmektedirler. 2010 ve 2011 yıllarında ortalama 1200 € harcayan bu turistler 2012 yılında ekonomik krizin de etkisiyle harcamalarını ortalama 1100 € seviyesine düşürmüşlerdir. 2013 yılına ait harcamalara bakıldığı zaman kişi başına ortalama harcamanın 1170 € olduğu görülmektedir. 2014 yılında ortalama kişi başına harcamalarda yükselme yaşanmış ve 1320 Euro seviyesine çıkmıştır. 2015 yılında ise gelen Avrupalı Türk sayısının düşüşü ve ekonomik krizin etkisiyle harcama ortalaması 980 Euro olmuştur. (<http://turizmuncel.com/haber/'avrupa'da-yasayan-turkler-turizm-acisindan-turkiye'ye-sirt-cevirdiler'-h25401.html>., erişim tarihi: 24.08.2016).

**Tablo 3.2. Avrupa’da Yaşayan Türk Turistlerin Kişi Başı Ortalama Harcamaları**

Yıl	Ortalama Harcama miktarı
2010	1200 Euro
2011	1200 Euro
2012	1100 Euro
2013	1170 Euro
2014	1320 Euro
2015	980 Euro

**Kaynak:** TAVAK 2015 Araştırması

Batman (2013) Almanya’da yaşayan Türklerin tatil tercihleri üzerine yapmış olduğu çalışmada; katılımcıların tatil tercihlerinde öncelikle kültürel yatkınlık ve dini görüşlerin, sonrasında ise tesisin politikası, plan ve programlar ile yerel ürünlerin çekicilik unsuru olarak kullanılıp kullanılmadığının etkili olduğunu ortaya koymuştur. Bir diğer sonuç, Almanya’da yaşayan Türklerin tatil yeri tercihlerinde kendi kültürlerine benzeyen destinasyonları tercih ettikleridir. Araştırmada aynı zamanda Almanya’da yaşayan Türklerin genellikle yaz aylarında ve yılda 1 kez tatile çıktığı ortaya konmuştur.



## 3.2. Pazar Bölümlendirme

### 3.2.1. Pazar Bölümlendirme Kavramı ve Önemi

1956 yılından itibaren değişen ve gelişen bir kavram olan ve genel olarak tüketici davranışlarına odaklanan pazar bölümlendirme, tüketicilerin ihtiyaçlarına dayanarak ürünler geliştirmeyi hedef almaktadır (Smith, 1956; aktaran Patricia, 2006: 159). Kısaca stratejik pazarlama aracı olarak da bilinen pazar bölümlendirme, benzer özellikleri taşıyan tüketici grupları arasındaki farklılıkları tanımlamaya ve bunları avantaja dönüştürmeye çalışmak şeklinde tanımlanabilir (Nakip vd., 2012: 37). Pazar bölümlendirme potansiyel müşterilerin davranışsal tercihleri, psikolojik yönelimleri, demografik özellikleri ve coğrafik kökenleri gibi özelliklerine göre gruplara ayrılması ve bu gruplar arasındaki önemli farklılıkların neler olduğunun belirlenmesidir (Walker ve Walker, 2011: 81). Tüketici farkındalığının geliştirildiği ilk adım olan pazar bölümlendirme (Patricia, 2006: 159), bireylerin zevkleri, ihtiyaçları, tutumları, yaşam tarzları, aile büyüklükleri ve yapı farklılıklarına göre ayırt edilmesidir (Middleton vd., 2009: 97). Başka bir tanıma göre pazar bölümlendirme, pazarın farklı ürün veya pazarlama karmasına ihtiyaç duyulabilen, farklı ihtiyaç, özellik veya davranışa sahip olan tüketici gruplarına ayrılmasıdır (Dalrymple ve Parsons, 1995; aktaran Uygur, 2007: 201). Genel olarak pazar bölümlendirme, işletme açısından hedef pazarın seçebilmesine, tüketici açısından ihtiyaçların daha iyi karşılanabilmesine olanak sağlamaktadır (Nakip vd., 2012: 37). Pazar bölümlendirme, hedef grupların ihtiyaçlarına yönelik ürünleri daha uygun maliyetle pazarlamayı mümkün kılan bir yöntemdir. Başka bir ifadeyle, pazarlama sürecinde maliyetlerin daha da azaltılması ve talep yaratılıp karşılanması için ürün arzında daha fazla verimlilik elde etme gereğiyle bu yöntem önemlidir (Middleton vd., 2009: 101).

Günümüz çağdaş pazarlama anlayışının temelinde tüketici ihtiyaçlarının karşılanması olduğu için, pazar bölümlendirme bu amaca hizmet eden en iyi araç olarak kabul edilebilir. Bu yönüyle pazar bölümlendirme, müşteri odaklı anlayışın doğal bir sonucudur (Nakip vd., 2012: 37). Bir pazarı oluşturan tüketicilerin ihtiyaçları, tutumları ve satın alma davranışları farklılık gösterebilmektedir. Her bir tüketici kendine has ihtiyaca sahiptir ve bu nedenle her bir tüketici ayrı bir potansiyel pazardır. İşletmelerin heterojen bir pazarda her tüketicinin ihtiyacını karşılayacak pazarlama programını geliştirmesi oldukça güçtür. Bundan dolayı işletmeler, ürünlerini satın alacağını düşündükleri ve bu yönleriyle diğerlerinden ayrılan tüketicileri gruplama yoluna gitmektedir (Uygur, 2007: 201).

Bir veya daha fazla yönden farklılık taşıyan satın alıcılardan oluşan bir pazarda, gerek ihtiyaçların, satın alma tutumlarının ve satın alma uygulamalarının farklılık göstermesi, gerekse tüm pazar grubuna hitap etmenin yüksek maliyetli olması nedeniyle işletme

yöneticileri ihtiyaç ve satın alma yöntemleri bakımından farklılık gösteren tüketicileri sınıflandırma yoluna giderler (Kotler vd., 2006: 263). Bu şekilde ürünleri satın alan önemli müşterilerini belirleyerek, hedef pazarlarını oluşturarak, satış ve karlılıklarını artırabilirler (Reid ve Bojanic, 2010: 128). Pazarlama yöneticilerinin en önemli görevlerinden biri, ürünlerin sunulacağı hedef pazar veya pazarların belirlenmesidir. Bir pazar birden fazla bölümden oluşabilir. İşletmeler pazarı bölümlendirmeden tüm pazarı hedef pazar olarak seçebileceği gibi, pazarı bölümlendirerek hedef pazar bölümlerine de yönelebilirler (Rızaoğlu, 2007: 209). Pazar bölümlendirme işletmelerin sadece yeni pazarlara açılmasını sağlamaz, aynı zamanda mevcut pazarlarda yeni ürün geliştirmesine de olanak sağlar (İçöz, 2001: 163).

Pazar bölümlendirmede birbirini izleyen iki aşama söz konusudur: Birincisi, pazar bölümlendirme değişkenlerinin kullanılarak pazarın aynı özelliklere sahip gruplara ayrılmasıdır. İkincisi ise bölümlenme ölçütleri kullanılarak en faydalı pazar grubunun seçilmesidir (Rızaoğlu, 2007: 209). Başka bir ifadeyle işletmeler heterojen pazarı homojen bölümlere ayırdıktan sonra; başarılı olabilecekleri bir veya daha fazla bölümünü kendisine hedef pazar olarak seçmekte ve her bir pazar dilimi için ayrı pazarlama karması geliştirmektedir. Pazar bölümlendirme ve hedef pazarların belirlenmesiyle işletmeler daha iyi pazar fırsatları bulabileceği gibi, tüketici ihtiyaçlarını daha iyi karşılama şansına da sahip olabilmektedir. En cazip pazara yönelen işletmeler pazarlama araçlarını daha etkin ve verimli kullanmakta, dolayısıyla maliyet tasarrufu sağlamaktadır (Uygur, 2007: 201).

Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin ürün çeşitliliğinin ve turistlerin ihtiyaçlarının farklı olmasından dolayı pazarın bölümlendirilmesi turizm işletmeleri açısından faydalıdır. Farklı istek veya satın alma davranışları olan turistler istek, tercih ve satın alma davranışları benzer olan birçok alt bölümlere ayrılabilirler.

Literatürde turizm pazarı; satın alma gücü, demografik, psikografik, devamlı gelen veya ilk kez gelen, seyahat motivasyonu gibi değişkenlere bağlı olarak bir takım şekillerde bölümlendirilmiştir (Merritt, 2013: 14). Örneğin evli ve çocuk sahibi ailelerin bekârlara göre farklı ihtiyaçları vardır. Bu nedenle bazı otel işletmeleri çocuklu ve çocuksuz ailelere farklı hizmet anlayışı geliştirmektedir. Günümüz rekabet ortamında turizm sektöründe rekabet avantajının kazanılması ve sürdürülmesi çok zordur. Yoğun rekabet ortamında rekabet avantajı sağlamak isteyen turizm işletmeleri ve yöneticileri, hedef pazarlarındaki tüketicilerin demografik özellikleri ve tatil tercihlerinin neler olduğunu tespit etmeli ve üretecekleri ürünleri hedef pazarlarının profilleri ve tatil tercihleri çerçevesinde şekillendirmelidir (Harman, 2013). Başka bir ifadeyle turizm pazarlamacıları, milliyet, yaş, kültür, cinsiyet,

geçmiş tatil davranışları gibi kriterlere göre pazar bölümlendirmesi yaparak, her pazar bölümüne özel ve doğru pazarlama stratejileri oluşturmalarıdır (Field, 1999).

### 3.2.2. Pazar Bölümlendirmenin Avantajları

Pazar bölümlendirmenin amacı, birbirinden farklı ve değişken özelliklere sahip tüketicileri daha yakından tanımak ve işletme stratejilerini bu özelliklere göre planlamaktır. Pazar bölümlendirmenin işletmelere sağladığı faydalar aşağıdaki gibi sıralanabilir (İçöz, 2001: 166; Rızaoğlu, 2007: 211-212; Nakip vd., 2012: 43):

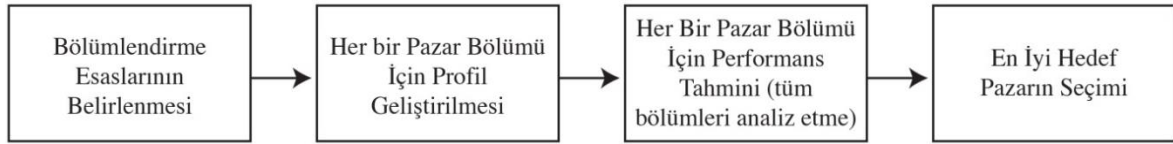
- Pazar bölümlendirme ile işletmeler, uygulayacakları stratejileri pazardaki tüm kitleye değil, belirlenmiş gruplara göre planlama fırsatına sahip olurlar. Bu durumda tüketicilerin ihtiyaçları daha iyi belirlenir ve daha iyi karşılanır.
- Pazarlama stratejileri belirli gruplara göre planlandığından pazarlama kararları için örnek alınabilecek referans gruplarına sahip olabilirler.
- Pazar bölümlendirme, işletmelere en yüksek kazanç sağlayabilecek pazar bölümlerini belirleme olanağını sağlar.
- Pazarların analiz edilme sürecinde daha önce gözden kaçırılmış olan bazı pazar dilimlerinin tespit edilmesi mümkün olabilir.
- Yeni pazar fırsatları yakalanır.
- Rekabet üstünlüğü elde edilir.
- Kaynaklar ve beceriler daha etkin kullanılır.
- Maliyet tasarrufu sağlanır.
- Daha kesin pazarlama amaçları geliştirilir.
- Seçilen pazar bölümlerine daha etkin ve uygun pazarlama karması geliştirilebilir.
- Pazar fırsatlarının ve risklerinin hangi pazar bölümlerinde olduğu tespit edilir.
- Pazarlama yöneticilerinin daha doğru ve rasyonel kararlar alması sağlanır.

Pazar bölümlendirmenin ürünlerin standartlaştırılmasına engel olması, bölümlendirmede hangi değişkenlerin kullanılacağına belirlenmesinin zor olması, pazarın bölümlenmesiyle bir bakıma küçülmeye gidilmesi ve bunun maliyetli olması gibi bazı olumsuzlukları da bulunmaktadır (Nakip vd., 2012: 43).

### 3.2.3. Pazar Bölümlendirme Aşamaları

Pazar bölümlendirme sürecinde işletmeler, ilk olarak farklı yapıdaki tüketicileri benzer özelliklere göre gruplandırır. Daha sonra her bir grubun profilli geliştirilir ve büyüklüğü, potansiyel karlılığı ve erişebilirliğine dayanılarak tüm grupların analizi yapılır. Son olarak

hangi grubun hedefleneceği veya hangisinin hedeflenmeyeceği belirlenir (Walker ve Walker, 2011: 81). Şekil 3.1’de pazar bölümlendirmenin aşamaları görülmektedir (Reid ve Bojanic, 2010: 140).



**Şekil 3.1. Pazar Bölümlendirme Karar Süreci.**

**Kaynak:** Reid ve Bojanic, 2010: 140

**Bölümlendirme Esaslarının Belirlenmesi:** Bu ilk adımda hedef pazarların bir veya daha fazla özelliği belirlenir. Bunun için daha önce kullanılan bölümlendirme kriterleri baz alınabilir. İşletmelerin pazarlama iletişimine ve stratejilerine benzer tepkiler veren tüketicilerden oluşan homojen pazar bölümlerine göre her bir pazarın özelliği tanımlanır.

**Her Bir Pazar Bölümü İçin Profil Geliştirilmesi:** Her bir hedef pazarın özelliklerinin tanımlanmasının ardından hedef pazar bölümü içinde yer alan tüketicilerin profilinin belirlenmesi gerekir. Bu noktada tüketicilerin ihtiyaçları önem arz eder. Çeşitli pazar bölümleri arasındaki benzerlik ve farklılıklar belirlenir. Aynı hedef pazar bölümü içinde yer alan tüketiciler benzer özellik taşırlar ve değişen pazarlama programlarına benzer tepkiler verirler. Pazar bölümlerinin profili geliştirilirken çeşitli bölümlendirme değişkenleri kullanılır.

**Her Bir Pazar Bölümü İçin Performans Tahmini:** Pazarlamacılar için herhangi bir pazara giriş kararını almak ve potansiyel satış tahminlerinde bulunmak gerçekten zor bir görevdir. Burada en önemli nokta hata payını (tahmini satış ile gerçekleşen satış arasındaki fark) minimum düzeyde tutabilmektir. Bundan dolayı pazarlama yöneticileri kısa ve uzun vadeli planlar yapmak için pazar talep düzeyi ve öngörülen talep hakkında bazı bilgilere sahip olmalıdırlar.

Ayrıca pazar talebini etkileyen değişkenlerin de bilinmesi gerekir. Pazar talebi, potansiyel müşterilerin motivasyona ve satın alma gücüne sahip olması olarak tanımlanabilir. Her bir pazar bölümü için toplam pazar talebinin belirlenmesi önemli bir pazarlama fonksiyonudur. Turizm pazarlama yöneticileri turizm talebi için en iyi tahminde bulunabilmeli ve sınırlılıklarını iyi anlayabilmelidir. Örneğin aynı bölgede faaliyet gösteren toplantı otelleri, büyük bir kongre organizasyonunda ortak hareket edebilirler.

Öngörülen talep, toplam pazar talebinin pazar payı ile çarpımı ile hesaplanmaktadır. Öngörülen talebin kesin olarak bilinmesi oldukça zordur. Bunun için; pazarda faaliyet gösteren tüm işletmelerin kullandıkları pazarlama stratejilerini, rekabet ortamını ve kapasitelerini tam ve objektif bir şekilde değerlendirmeleri gerekmektedir.

**En İyi Hedef Pazarın Seçimi:** Önceki aşamaların tamamlanmasından sonra işletmeler her bir pazar bölümü için strateji geliştirir ve işletmenin hedef ve amaçlarına uygun olarak en iyi pazar bölümünü seçerler. Karar verilirken, verilerin dikkatli bir şekilde analiz edilmesine, öngörülen talep ve pazar payının belirlenmesine çalışılmalıdır. Diğer taraftan pazarlama yöneticilerinin, hedef pazara yapılacak yatırımın geri dönüşünü (öngörülen karlılık) incelemeleri de zorunludur.

### 3.2.4. Pazar Bölümlendirmenin Kriterleri

Pazar bölümlenmede her işletmenin kendine ait kaynaklara, rakiplerine ve kendi hizmet türüne göre değişkenler belirlenmekle beraber, kullanılabilecek bazı ortak ölçütler de vardır. Bunlar şu şekilde sıralanmaktadır (İçöz, 2001: 164; Kotler vd., 2006: 276; Rızaoğlu, 2007: 212; Reid ve Bojanic, 2010: 129; Nakip vd., 2012: 37):

**Belirlenebilirlik:** Bir pazar bölümü diğerlerinden kolaylıkla ayırt edilebilen özellikler taşımalıdır. Örneğin 3. yaş grubunun en belirgin özelliği, genellikle 65 yaş üzeri, emekli ve çocuksuz ailelerden oluşmasıdır.

**Büyüklik ve Karlılık:** Belirlenen pazarın satın alma gücü ve hacmi bir pazarlama stratejisini bu pazara yöneltmeye değecek kadar karlı ve yeteri kadar büyük olmalıdır. İşletme amaçlarına ulaşılması ve pazar ihtiyaçlarının karşılanması için pazarın yeterince büyük olması gerekmektedir.

**Ölçülebilirlik:** Pazarın çeşitli değişken ve özelliklere göre sayısal olarak ölçülebilmesi gerekir. Tüketici özellikleri ile ilgili var olan veya elde edilebilir bilgi düzeyinin yükselmesi oranında bu özelliklerin ölçülebilirliği de artırmaktadır. Ölçülebilirlik iki açıdan değerlendirilmelidir. Bunlar: hedef pazarın genel olarak büyüklüğü ve tahmin edilen toplam talep veya hedeflenen pazar bölümünün satın alma gücüdür. Her bir pazar bölümünün büyüklüğü ve tahmin edilen talebi asgari puana göre kurulmalıdır. Pazar dilimi içindeki müşteri sayısı ve tahmin edilen talep bu öngörülen puanın altına düşerse, pazar bölümleri basitçe birleştirilebilir.

**Tepkisellik:** Pazar bölümlerinin çeşitli pazar etmenlerine karşı tepkileri bilinmelidir. Örneğin tüketicilerin fiyatlara, reklamlara ve satış geliştirme çabalarına karşı duyarlılığı olup olmadığı belirlenebilmelidir. Pazar tepkilerinin ölçümü dolaylı ve dolaysız yollarla yapılabilir.

**Eylemsellik:** Pazar bölümleri için pazarlama programları uygulanabilir ve sonuç alınabilir bir özellik taşımalıdır. Başka bir ifadeyle bu kriter pazar bölümlendirmenin etkinliğini değerlendirmek için kullanılmalıdır. Aynı pazar bölümü içinde yer alan müşterilerin uygulanan pazarlama programlarına benzer tepkiler vermeleri gerekmektedir.

**Ulaşılabilirlik:** Son olarak belirlenen pazarlara reklam, tanıtım gibi çeşitli araçlarla ulaşılabilir olması gerekir. Diğer taraftan pazar bölümüne ulaşmak için herhangi bir hukuki ve benzeri engelin olmaması gerekir. Tüketicilere ulaşabilme olanakları arttıkça, hem onlar daha fazla bilgilendirilebilir hem de onlarla ilgili bilgiler daha kolay elde edilebilir. Hedeflenen pazar bölümlerine çeşitli pazarlama iletişim çabaları ile ulaşılabilirlik olmalıdır. Pazarlama iletişimi reklam, promosyon, doğrudan pazarlama, tele pazarlama ve kişisel pazarlamanın dahil olduğu çeşitli yaklaşımları kapsar. Herhangi bir pazar bölümüne ulaşılabilirlik olmazsa hedeflenen pazar bölümünün değeri çok düşüktür.

Yukarıdaki temel ölçütlerin yanında pazar dilimini değerlendirmeye katkıda bulunan iki ölçüt daha vardır. Bunlardan ilki pazar diliminin uzun süre varlığını sürdürebilmesidir. Başka bir ifadeyle hedeflenen pazar bölümü, belirli tüketici davranışları ve değişen pazar koşulları ile ilgili değişkenler bakımından süreklilik göstermelidir. İkincisi pazar bölümleri, bu pazar bölümlerini işletmeye çekmek ve onlara hizmet sunmak için uygulanacak olan pazarlama stratejileri bakımından savunulabilir olmalıdır (İçöz, 2001: 165).

### **3.2.5. Pazar Bölümlendirme Değişkenleri**

Literatürde birçok pazar bölümlendirme yöntemi olmasına rağmen hepsi aynı derecede etkiye sahip değildir (Kotler vd., 2006: 27). Pazar bölümlendirmede farklı pazarlama değişkenleri kullanılmaktadır. Tablo 3.3'de tüketici pazarının bölümlenmesinde kullanılan başlıca değişkenler verilmiştir.

**Tablo 3.3. Başlıca Pazar Bölümleme Değişkenleri**

Değişkenler	Açıklama
<b>Coğrafi</b>	
Bölge	Akdeniz, Karadeniz, Marmara, Doğu Anadolu, İç Anadolu, Ege bölgesi gibi
Yerleşim yeri ve büyüklüğü	5000 kişi altı; 5000-20000; 20000-50000; 50000-100000; 100000-500000 arası gibi
Yoğunluk	Köy, kasaba, şehir, büyükşehir gibi
İklim	Karasal iklim, ılıman iklim gibi
<b>Demografik</b>	
Yaş	6 yaş altı; 6-11; 12-19; 20-34; 35-49; 50-64; 65 ve üstü gibi
Cinsiyet	Erkek, kadın
Aile büyüklüğü	1-2; 3-4; 5 ve üstü
Aile yaşam döngüsü	Genç bekar; genç evli ve çocuk yok; genç evli ve 6 yaş altı çocuk var; genç evli ve 6 yaş üstü çocuk var; yaşlı evli ve çocuklu; yaşlı bekar; diğer
Gelir	1300 TL ve altı; 1300-2000 TL; 2001-3000 TL; 3001-4000 TL; 4001-5000 TL; 5001 TL ve üstü
Meslek	Profesyonel tekniker; yöneticiler çalışanlar ve girişimciler; zanaatkarlar ve ustabaşılar; çiftçiler; emekliler; öğrenciler; en hanımları; işsizler
Eğitim	İlkokul, lise, lisans, ön lisans, lisans üstü
Din	Müslüman, , Hristiyan, Diğer
İrk	Siyah, Avrupalı, Asyalı
Milliyet	Türk, İngiliz, Amerikan, Alman, Fransız
<b>Psikografik</b>	
Sosyal sınıf	Alt tabaka, orta tabaka, üst tabaka, çalışanlar grubu
Yaşam tarzı	Klasik, hareketli, entelektüel
Kişilik	Zorlayıcı, sosyal, otoriter, hırslı
<b>Davranışsal</b>	
Satın alma nedeni	Sıradan veya özel neden
Fayda	Kalite, hizmet, ekonomiklik, hız
Kullanıcı durumu	Hiç kullanmamış, eski kullanıcı, potansiyel kullanıcı, ilk kez kullanmış, düzenli kullananlar
Kullanım oranı	Az kullanım, orta düzeyde kullanım, çok kullanım
Bağlılık durumu	Hiç, orta düzey, güçlü
Hazırlık aşaması	Farkında değil, farkında, bilgili, ilgili, istekli, satın alma niyetinde
Ürüne olan tutum	Heyecanlı, olumlu, ilgisiz, olumsuz, düşmanca

**Kaynak:** Kotler, Bowen ve Makens, 2006: 264-265

Tüketici pazarında müşteri sayısının çok ve değişik olması bölümleme açısından önemli bir husustur. Bu sebeple tüketici pazarının bölümlenmesi rasyonel esaslardan çok soyut olgulara dayanmaktadır (Nakip vd., 2012: 41). Literatürde tüketici pazarını bölümlemede kullanılacak değişkenler dört grupta toplanmaktadır. Bunlar:

- Coğrafi
- Demografik
- Psikografik ve
- Davranışsal değişkenlerdir

İlk iki kriter olan coğrafi ve demografi esaslara göre bölümlendirme; elle tutulur, daha yaygın, bazen zorunlu, ya hiç değişmeyen veya uzun zaman dilimlerinde değişebilen ve bölümler arası geçirgenliği yok denecek kadar az olan tekniklerdir. Psikografik ve davranışsal bölümleme kriteri ise, işletmeye özel, sık değişebilen, bazen zorunlu olmayan yapıdadır.

Pazar bölümlenmede sadece bir kriter kullanılır şeklinde bir kural olmadığından birkaç kriterin bir arada kullanılması mümkündür (Nakip vd., 2012: 41).

### 3.2.5.1. Coğrafi Bölümlendirme

En çok bilinen ve kullanılan pazar bölümlendirme kriterlerinden biri olan coğrafi bölümlenmede, bir pazar; bölge, devlet, şehir, iklim, bölgesel nüfus yoğunluğu ve büyüklüğü, bölgesel nüfus artışı gibi kriterlere göre bölümlendirilir (Nakip vd., 2012: 43-44). Başka bir ifadeyle pazarın aynı yaşam yerini paylaşan tüketici gruplarına göre bölümlenmesi söz konusudur (Rızaoğlu, 2007: 214). Coğrafi bölümlenmede, tüketicilerin ikamet alanı ile ilgili coğrafi bölgelere odaklanılır (Reid ve Bojanic, 2010: 130-131; Walker ve Walker, 2011: 81). Coğrafi bölümlendirme aynı zamanda politik sınırlara göre, nüfus yoğunluğuna göre, posta kodlarına göre, ticari bölgelere göre ve medya araçlarının ulaştığı bölgelere göre de yapılabilir (İçöz, 2001: 169). Coğrafi bölümlendirme ile işletmeler, coğrafi farklılıklardaki ihtiyaç ve isteklere dikkat ederek, bir veya birden fazla coğrafi alanı hedef pazar olarak belirlemeye karar verebilirler (Kotler vd., 2006: 265). Coğrafi bölümlendirmenin en büyük avantajı, pazar bir kere bölümlendirildiğinde tekrar bir bölümlenmeye gerek olmamasıdır (Nakip vd., 2012: 44).

Coğrafi bölümlenme, çoğu zaman tek başına kullanıldığında yeterli olmaz (Nakip vd., 2012: 44). Çünkü aynı yerleşim yerlerinde yaşayan tüketicilerin aynı ihtiyaçlara sahip olduğu ve bu alanlara yönelik tutundurma programlarının geliştirilmesinin doğru olacağı varsayımı yeterlilik taşımaz. Tüketicilerin ürün tercihlerinin aynı olmaması sebebiyle, bu tekniğin demografik veya davranışsal bölümlendirme ile birlikte kullanılması daha faydalı olabilir (Rızaoğlu, 2007: 215). İşletmelerin coğrafi olarak tüketici satın alma tercih ve davranışlarındaki farklılıkları belirlemesinde veri tabanlarını kullanma yeteneğine sahip olması gerekmektedir (Kotler vd., 2006: 265).

Kullanılmasının kolay olması, birçok iletişim araçlarının coğrafi alanlara yönelik hizmet vermesi, coğrafi alanların kolay tanımlanabilir olması gibi nedenlerden dolayı coğrafi bölümlendirme turizm sektöründe yaygın olarak kullanılmaktadır (Rızaoğlu, 2007: 215). Aynı zamanda coğrafi bölümlendirme pazarlamanın talep analizi için en faydalı başlangıç noktasıdır (İçöz, 2001: 169). Özellikle küresel pazarlamanın büyük önem arz ettiği turizm sektöründe pazar, daha büyük ölçekli bölgelere de ayrılabilir (Nakip vd., 2012: 44). Örneğin bir konaklama işletmesi için pazar, Avrupa pazarı, Rus pazarı, İskandinav pazarı, Orta-Doğu pazarı gibi bölgelere ayrılabilir. Coğrafi olarak tüketici tercihlerinin bilinmesi, turizm işletmelerinin ürün sunumlarını değiştirebilir. Bu özellikle farklı ülkelerde yaşayan ve çok farklı ürün tercihleri olan göçmenler için de önem arz edebilir. Örneğin Müslüman camiasına



yönelik bir coğrafi bölümlendirmeyi seçen turizm işletmeleri, tesislerinde mescit oluşturabilir veya her bir pazar bölümü için yöresel yemek hizmeti sunabilirler (Kotler vd., 2006: 265).

### 3.2.5.2. Demografik Bölümlendirme

Demografik bölümlendirme, milliyet, ırk, din, eğitim, meslek, gelir cinsiyet, yaşam döngüsü ve yaş gibi demografik değişkenlere dayalı olarak pazarın bölümlere ayrılmasıdır (Kotler vd., 2006: 266; Walker ve Walker, 2011: 81; Reid ve Bojanic, 2010: 132). Demografik değişkenler, tüketici grupları arasında bölümlendirme yapmak için en fazla kullanılan kriterlerden birisidir. Çünkü tüketici ihtiyaç, ürün tercihleri ile demografik değişkenler arasında oldukça yoğun bir ilişki vardır. Örneğin 35-44 yaş arası gruplar seyahate daha çok eğilimlidir ve konaklama hizmetlerini daha fazla kullanırlar (İçöz, 2001: 169).

Demografik değişkenler, pazar bölümlendirmede en yaygın kullanılan kriterlerdir. Bunun bir nedeni, demografik değişkenlerin ölçümünün kolay olması, diğeri ise tüketici tercihlerinin ve kullanım sıklıklarının demografik değişkenlere göre farklılık göstermesidir. Pazar bölümlendirme kişilik veya davranışsal boyutlarda tanımlansa dahi, pazarın büyüklüğünü değerlendirmek ve pazara etkili bir şekilde ulaşmak için demografik özelliklerin bilinmesi gereklidir (Kotler vd., 2006: 266).

Coğrafi bölümlendirme gibi eski ve yaygın bir yöntem olan demografik bölümlendirmenin uygulaması da kolaydır. Çünkü demografik istatistiklere erişim zor değildir (İçöz, 2001: 170). Bu pazar bölümlenme yönteminin coğrafi bölümlenmeden tek farkı; coğrafi bölümlenme hemen hemen hiç değişmezken, demografik bölümlenmenin belirli zaman aralıklarında değişim gösterebilmesidir (Nakip, 2012: 44). Diğer taraftan demografik bölümlendirme tüketicilerin davranışsal özelliklerini ve değerlerini yansıtmaz (İçöz, 2001: 170). Coğrafi bölümlendirmede olduğu gibi demografik bölümlendirme de tek başına çok fazla bilgi ve fayda sağlamaz. Diğer yöntemlerle beraber kullanıldığında daha başarılı ve etkin sonuçlar elde edilebilir (Rızaoğlu, 2007: 214).

Turizm sektöründe demografik bölümlendirme en çok yaş, yaşam döngüsü, gelir ve meslek gibi değişkenler dikkate alınarak yapılmaktadır (Rızaoğlu, 2007: 214). Tüketicilerin ihtiyaçları, yaşlarına ve yaşam döngülerine göre değiştiğinden bazı turizm işletmeleri, değişik yaş ve yaşam döngülerine odaklanarak farklı ürün ve stratejiler geliştirmektedirler. Örneğin yaşa bağlı olarak turistler; genç, orta yaş ve üçüncü yaş turist gruplarına ayrılabilir. Yaşam döngülerine göre turistler; genç bekârlar, genç evliler, küçük çocuklu genç evliler, orta yaşlı evliler, orta yaşlı evliler, yaşlı bekârlar gibi bölümlere ayrılabilirken, mesleklerine göre memur, özel sektör çalışanı, çiftçi, serbest meslek, işyeri sahibi, emekli, ev hanımı ve öğrenci

gibi bölümlere ayrılabilir. Benzer şekilde cinsiyet, milliyet, din ve eğitim durumlarına göre de turistler bölümlere ayrılabilir (Uygur, 2007: 206-207).

### 3.2.5.3. Psikografik Bölümlendirme

Psikografik pazar bölümlendirmesi, tüketicilerin sosyal sınıf, kişilik özellikleri ve yaşam tarzlarına dayalı olarak bölümlendirilmesidir (Kotler vd., 2006: 270-271). İşletmeler genellikle yaşam tarzı, değerler, tutumlar, kişilik ve sadakat gibi değişkenleri kullanarak pazarı bölümlendirirler (Patricia, 2006: 169). Bu yöntem psikolojik, sosyolojik ve antropolojik faktörlere, benlik kavramına ve hayat tarzına bağlı olarak pazar içerisinde yer alan grupların benzer eğilimlerine ve bu eğilimlerin sebeplerine göre nasıl bölümlendirileceğine karar verilirken kullanılmaktadır.

Psikografik bölümlendirmede hayat tarzı ve kişilik özellikleri gibi faktörlerin tüketicilerin tüketim kalıplarını belirlemede etkili olduğu varsayılmaktadır. Hayat tarzı, kişiliği tamamlayan bir özellik olup, bireylerin davranışlarını, fikir ve görüşlerini kapsamaktadır. Bireylerin hobileri, tatil yapma şekli, eğlence anlayışı, yeme-içme tarzı bu kategoriye girebilir (Nakip vd., 2012: 48). Tüketicileri kişilik değişkenlerine göre duygulu, duygusuz, titiz, otoriter ve babacan gibi bölümlere; yaşam tarzlarına göre klasik, hareketli, entelektüel gibi bölümlere; sosyal sınıflara göre de altın altı, altın üstü, orta sınıf, ortanın üstü, üstün altı ve üstün üstü gibi bölümlere ayırmak mümkün olmaktadır (Uygur, 2007: 207).

Psikografik bölümlendirme aşağıdaki özelliklere sahiptir (Reid ve Bojanic, 2010: 136):

- Genel olarak psikografik bölümlendirmeye dayalı pazar araştırmaları davranış ve sosyal bilim uygulamalarına dayalıdır.
- Psikografik bölümlendirme tüketici davranışlarının açıklanmasında yeterli olmayan demografik ve coğrafi bölümlendirme yöntemlerinin desteklenmesinde kullanılır.
- Ürün, paketleme, reklam ve promosyon çabalarının etkili olduğu tüketicilerin başlıca özelliklerinin belirlenmesinde kullanılmaktadır.

Psikografik bölümlendirme coğrafi ve demografik bölümlendirmeye göre daha karmaşık bir yapıya sahip olmasına rağmen, tüketici davranışının anlaşılmasında oldukça etkindir. Psikografik bölümlendirmenin geliştirilen ölçeklerin bireylerin kişilik özelliklerini net olarak ölçememesinden dolayı güvenilirlik ve geçerliliklerinin düşük olması, psikolojik etmenlerin doğru olarak ölçülmesinin güç olması, tek başına kullanılamaması ve maliyetli olması gibi olumsuz yönleri vardır (Nakip vd., 2012: 48).

Turizm sektörü açısından bakıldığında psikografik bölümlendirme çalışmalarında sosyal değerlerine ve yaşam tarzlarına bağlı olarak turist tutumları üzerine odaklanıldığı görülmektedir. Örneğin turistlerin aile değerlerine, risk ve teknolojiye yönelik tutumlarına dayanarak bölümlendirildikleri görülmektedir (Walker ve Walker, 2011: 81). Eğer turizm yöneticileri, hangi grubun ne tür tatili tercih edeceğini veya hangi grubun ne tür kısıtlayıcılar ile karşılaştığını bilirlerse, buna göre turizm ürünleri geliştirilebilirler. Benzer şekilde pazarlamacılar turistlerin kişilik değişkenlerini kullanarak, tüketicilerin kişilik yapılarına uygun ürün geliştirebilirler (Kotler vd., 2006: 270-271). Sonuç olarak turizm sektörü açısından psikografik bölümlendirme, turistlerin yaşam biçimlerine dayalı psikolojik ölçülerin ve psikolojik profilinin geliştiren ve turistlerin tutumlarını ile psikografik yapılarını ölçmek için kullanılan bir yöntemdir. Turistlerin boş zaman ve konaklama ile ilgili olarak yaşam tarzları, kişisel özellikleri, ilgileri, tercihleri gibi ölçütlere göre gruplandırılmaları amaçlanır. Psikografik veriler demografik verilere göre daha zengin ve daha açıklayıcıdır (İçöz, 2001: 174).

#### **3.2.5.4. Davranışsal Bölümlendirme**

Temelde tüketici davranışlarına odaklanan davranışsal pazar bölümlendirme, tüketicilerin davranış biçimlerinden hareketle pazarın bölümlenmesidir (Nakip vd., 2012: 51). Davranışsal bölümlendirmeyi Kotler vd. (2006: 272) bu yöntemi tüketicilerin ürüne verdikleri tepkilerine, ürünü kullandıklarına, ürüne karşı tutumlarına ve bilgilerine dayanarak gruplara ayrılması olarak tanımlamış, davranışsal değişkenlerin pazar bölümlendirme için en iyi başlangıç noktası olduğunu ileri sürmüşlerdir. Yazarlar davranışsal bölümlendirme kriterlerini turizm sektörü açısından ele alarak aşağıdaki şekilde çeşitlendirmişlerdir:

- Davranışsal bölümlendirme, turistlerin özel günlerine yönelik bölümlendirme, üründen beklenen faydalar, ürünlerin kullanım durumu, ürüne olan sadakatleri, ürünleri satın alma aşamaları gibi değişkenlere göre benzer tüketim davranışları esas alınarak gruplandırılmasıdır. Örneğin turistlerin özel günlerine yönelik gruplandırılmasında, balayı çiftleri konaklama işletmeleri için büyük bir potansiyel pazardır. Dolayısıyla birçok konaklama işletmesi balayı çiftlerine yönelik özel konseptler geliştirebilirler. Ülkemizde milli ve dini bayramlar nedeniyle turizm işletmeleri özel paket turlar hazırlamakta ve satmaktadırlar.
- Turistlerin ürünlerden bekledikleri faydalara göre pazar bölümlendirilebilir. Örneğin turistler aileleri ile beraber olmak için seyahat edenler, macera veya eğitim için seyahat edenler, kumar ve eğlence için seyahat edenler olmak üzere

gruplandırabilir. Ayrıca tatil turizmine katılanlar, iş amaçlı seyahat edenler, kültür amaçlı seyahat edenler gibi bölümlere de ayrılmaları mümkündür.

- Pazar, turistlerin ürünleri satın almaya hazır bulunmalarına göre bölümlendirilebilir. Turistler ürünlerin farkında olanlar, ürünlerin farkında olmayanlar, ürün hakkında bilgilendirilenler, ürünü satın almaya istekli olanlar ve ürünü satın alma niyetinde olanlar olarak gruplandırılabilir. Pazarlama yöneticileri turistlerin her bir aşamadaki durumuna göre pazarlama programları hazırlayarak, farklı stratejiler geliştirebilir.
- Pazar, turistlerin sadakat temeline dayandırılarak bölümlendirilebilir. Endüstriyel işletmeler ürünlerini satın alan tüketicilerle iletişim konusunda eksik kalırken, birçok turizm işletmesi müşterileriyle direkt ve yakın iletişim kurabilmektedir. Bu turizm işletmeleri müşteri veri tabanı oluşturarak, müşteri bilgilerini kullanarak onlarla yakın iletişim kurabilirler. Dolayısıyla turistlerde markaya bağlılık oluşabilir veya turizm işletmeleri ilişkisel pazarlama ile marka bağlılığı yaratmaya çalışabilir.

Walker ve Walker (2011: 81) turizm pazarında, sürekli yeni yerler ziyaret etme isteğinde olanlar, özel fırsatlar nedeniyle seyahati tercih edenler, uzak yerlere gitme isteğinde olanlar gibi benzer tüketim davranışları olan bireylerin gruplandırılabilceğini belirtmişlerdir. Uygur (2007: 208) ürünü kullanım durumuna göre, daha önce otelde konaklamamış olanlar, ilk kez konaklayanlar, birkaç kez konaklayanlar ve sürekli konaklayanlar; ürünü kullanım sıklığına göre, yaz aylarında tatil yapanlar, kış aylarında tatil yapanlar veya özel günlerde tatil yapanlar; ürünü satın alma dönemlerine göre, altı ay öncesinde satın alanlar, üç ay öncesinde satın alanlar veya son dakika satın alanlar olmak üzere pazar dilimlerine ayrılabilceğini ileri sürmüştür.

Yukarıda açıklanan davranışsal bölümlendirme kriterleri daha fazla çeşitlendirilebilir. Literatürde satın almanın yapıldığı ortam, satın alma şekli, satın almanın kaç kişi için yapıldığı, fiyat, ulaşım aracı, turizme katılma süresi, konaklanan tesis türü, seyahatçilerin beslenme ve sağlık durumları gibi kriterler dikkate alınarak da bölümlendirme yapıldığı görülmektedir (Uygur, 2007: 209).

### **3.2.6. Pazar Bölümlerinin Değerlendirilmesi**

Pazar bölümlendirme işletmelerin pazar bölümlerine dair fırsatları ortaya koymasına yardımcı olmaktadır. İşletmeler çeşitli pazar bölümlerini değerlendirerek hangi hedef pazar veya pazarlara yöneleceklerine karar vererek, farklı pazarlama stratejileri geliştirebilirler

(Kotler vd., 2006: 276). Bu aşamada işletmelerin pazar bölümlerini çok iyi değerlendirip analiz etmeleri gerekmektedir.

Kotler vd. (2006: 276-277) işletmelerin farklı pazar bölümlerini değerlendirirken üç faktörü göz önünde bulundurmaları gerektiğini ileri sürmüştür:

- Pazar Bölümünün Büyüklüğü ve Gelişimi
- Pazar Bölümünün Yapısal Çekiciliği
- İşletmenin Amaçları ve Kaynakları

**Pazar Bölümünün Büyüklüğü ve Gelişimi:** İşletmeler her bir pazar bölümünün mevcut satışları, beklenen karlılığı ve büyüme hızı ile ilgili verileri toplayarak, analiz etmelidir. Her bir pazar bölümünün yeterli büyüklüğe ve büyüme hızına sahip olması beklenir, fakat bu durum işletmeden işletmeye göre değişebilir. Örneğin büyük işletmeler büyük pazarları hedeflerken, küçük işletmeler için pazarın büyük olması ve hızlı büyüyen bir pazar olması uygun olmayabilir. Dolayısıyla bu tür küçük işletmelerin, daha küçük ve rekabetin daha az olduğu pazar bölümlerini hedef seçmesi daha karlı olabilmektedir (Kotler vd., 2006: 276-277).

**Pazar Bölümünün Yapısal Çekiciliği:** İşletmeler pazar bölümlerini değerlendirirken her bir pazar bölümünün çekiciliğini etkileyen birçok yapısal faktörü göz önünde bulundurmalıdır. Örneğin bir pazar bölümünde güçlü ve girişken rakipler varsa o pazarın çekiciliği düşük düzeydedir. Veya bir pazar bölümünde birçok mevcut ve potansiyel ikame ürünün olması, o pazar bölümünün fiyat toleransını ve karlılığını sınırlandıracaktır (Kotler vd., 2006: 277). Dolayısıyla işletmeler her bir pazar bölümünün yapısal özelliklerini iyi analiz ederek, kendileri için çekiciliği yüksek olan pazar bölümlerini hedef pazar olarak seçmelidir.

**İşletmenin Amaçları ve Kaynakları:** Bir pazar bölümü yeterli büyüklükte ve yüksek büyüme hızına sahip, aynı zamanda yapısal çekiciliğe sahip olsa da, işletmenin amaçları ve kaynakları açısından uygun olmayabilir. Dolayısıyla hedeflenen pazar bölümünün işletmenin amaçlarına ve sahip olduğu kaynaklara uyumlu olması gerekmektedir. Ayrıca işletmeler rekabet üstünlüğü sağlayabilecekleri pazar bölümlerine girmelidirler (Kotler vd., 2006: 277).

### 3.3. Hedef Pazar Seçimi

Pazar hedefleme, pazarı bölümlerinin belirlenip, her bir bölümün potansiyeli analiz edildikten sonra, hangi bölüm veya bölümlere yönelineceği aşamasına, başka bir ifadeyle uygun hedef pazar bölümlerinin saptanmasıdır (Yükselen, 2015: 169). Bu aşamada iki unsurun göz önünde bulundurulması gerekmektedir. İlki pazar bölümünün çekiciliği, ikincisi ise işletmenin amaçları ve sahip olduğu kaynaklardır. Rekabet koşulları, pazar talebi ve

karlılık gibi faktörler o pazar bölümünün çekiciliğini belirler. Ayrıca ilgili pazar bölümüne yönelik pazarlama çalışmaları yürütmenin turizm işletmelerinin veya destinasyon bölgesi yönetiminin amaçlarına uygunluğu ve kaynakların elverişli olup olmadığı da incelenir. Belirlenen Pazar bölümünün çekici ve uzun dönemli amaçlara uygun olması gerekliliğinin yanı sıra, turizm işletmesinin veya turizm bölgesinin kaynakları yeterli değil ise o pazar bölümü o dönem için değerlendirilmeyecektir (Kozak, 2014: 118-119).

İşletmelerin pazar bölümlendirme işlemini yaptıktan sonra bu pazar bölümlerinden hangisi veya hangilerine ve nasıl gireceğini karar vermesi gerekmektedir. Başka bir ifadeyle hedef pazar veya pazarların belirlenmesi gerekmektedir. İşletmeler hedef pazarı belirlemede beş farklı strateji kullanırlar (Kozak, 2014: 119-120; Yükselen, 2015: 170-171):

**Tek Pazar Bölümüne Yoğunlaşma:** Belirlenen pazar bölümlerinin sadece birine yoğunlaşılmasıdır. Kaynaklarını sadece bu pazarda kullanan işletmeler, daha etkin pazarlama karması geliştirebilirler ve kaynaklarını daha etkin kullanabilirler. Pazar liderliğini ele geçirdiğinde uzun dönemde büyük üstünlük elde etme şansına sahip olurken, tüketicilerin davranış ve beklentilerinin değişikliğe uğradığı durumlarda riskli bir seçim olabilmektedir. Örneğin, Akdeniz bölgesinde konaklama işletmelerinin deniz-kum-güneş turizmüne yönelik çalışmaları, tek bir pazar bölümünde yoğunlaşmaya örnek verilebilir.

**Seçimlik Uzmanlaşma:** Bu stratejide işletmeler amaç ve kaynaklarına uygun birkaç pazar bölümünü seçer ve her biri için ayrı pazarlama karması geliştirir. Yoğunlaşılacak pazarlardan biri zaman içerisinde çekiciliğini ve önemini yitirmiş olsa bile, diğer bölümlerdeki talep sebebiyle işletme önemli bir sorunla karşılaşmaz, kayıplarını telafi edebilir.

**Üründe Yoğunlaşma:** İşletmeler bir ürün üzerinde yoğunlaşarak belirlenen pazarlar üzerinde pazarlama faaliyetlerini yürütürler. Turizm üründe yoğunlaşılması uygulamasına örnek olarak kültür turizmde uzmanlaşan tur operatörü ve seyahat acenteleri verilebilir. Kültür turizmde yoğunlaşılması ile bu turizm ürününün potansiyel Pazar bölümü için bütün kesimlere yönelik olarak çalışmaları yürütebilirler.

**Pazarda Uzmanlaşma:** Bu tür stratejide, belirli bir pazar bölümünün bütün ihtiyaçları karşılanması amaçlanır. Örnek olarak İskandinav pazarına yönelik çalışan bir tur operatörü, İskandinavlıların deniz-kum-güneş, kültür, sağlık, dağ, nehir ve diğer turizm ürünlerini sağlamaya yönelik olarak örgütlenebilirler.

**Tüm Pazarı Kapsama:** Bu pazar stratejisinde, pazarın bütününde tüm ürünleriyle pazarlama faaliyetlerini yürütürler. Tüm pazarı kapsama hedeflemesi genellikle büyük ölçekli turizm işletmeleri veya bölgeleri için geçerli olmaktadır. Bu konuda “farklılaştırılmamış pazarlama” ve “farklılaştırılmış pazarlama” olmak üzere iki tür hareket tarzı benimsenebilir.

*Farklılaştırılmamış Pazarlama*, Pazarı tek parça ve homojen kabul etme halidir. Bu pazarlara sunulan ürünler standart olup, çeşidi yoktur. Tek bir pazarlama karması ile pazara hitap edilir. Dolayısıyla tüketicilerin farklı ihtiyaçları üzerinde durulmaz. O nedenle turizm ürünlerine yönelik pazarlama programları mümkün olduğu kadar çok sayıda alıcıyı çekecek şekilde geliştirilmeye çalışılır

*Farklılaştırılmış Pazarlamada* ise, ürün her pazar bölümü için farklı özelliklerde üretilmektedir. Örneğin turistik bir yörede demografik pazar bölümlenmesine uygun bir şekilde gençler, orta yaşlılar ve üçüncü yaş grubuna giren turistler için pazarlama çabaları yürütülür.

### **3.4. Pazar Konumlandırma**

Pazar bölümlenmesi ile başlayan sürecin son aşamasıdır. Hedef pazara nasıl yerleşilmesi gerektiğini gösterir. Konumlandırma bir strateji olmayıp bir işlemdir. Konumlandırmada amaç ürünün özelliklerini göstermek değildir (Nakip vd., 2012: 58). Konumlandırma, bir ürünün doğrudan doğruya rakip ürünlere ve işletmenin kendi ürettiği diğer ürünlere karşı kendi imajının geliştirilmesi ifade etmektedir (Yükselen, 2015: 172).

Turizm pazarlaması açısından bakıldığında, nesnel ve öznel olmak üzere iki tür konumlandırma söz konusudur. Nesnel konumlandırmada, turizm işletmesinin veya turizm bölgesinin yeri, olanakları, dekorasyonu, peysajı, lobisi, binaları, genel alanları veya kendine farklı özellik katan herhangi bir özelliği olabilmektedir. Öznel konumlandırmada ise, daha çok tüketicilerin turizm işletmesini veya turizm bölgesini, sunulan hizmetleri ve hizmet sunum sürecini nasıl algıladıkları ile ilgilidir ve yürütülen çalışmalar sonucunda tüketicilerin zihninde yaratılan imajdır (Kozak, 2014: 121).

Turizm işletmeciliğinde yürütülecek olan konumlandırma çalışmalarında üç unsura dikkat edilmesi gerekmektedir. Bunlar: imaj, algılanan fayda ve farkındalıktır. Bu faktörlerden imaj önemli olmakla birlikte, tüketicilerin turizm işletmesini veya turizm bölgesini tercih etmelerinde tek başına etkili olmamaktadır. Yürütülen konumlandırma çalışmaları, tüketicilerin zihninde işletmeyi rakipler karşısında birinci sıraya oturabilecek bir imaj yaratmalıdır. Çünkü daha alt sıralardaki turizm işletmelerinin veya turizm bölgelerinin tercih edilme olasılıkları azalacaktır. Bu nedenle, seçilen pazar bölümlerinin gereksinme ve isteklerini tatmin edecek kalitede hizmet sunmak, sürekli yenilik yapmak, yeni hizmet türleri geliştirmek, pazar bölümlerini çok iyi tanımak, pazar bölümlerinin ihtiyaçlarını bilmek ve ihtiyaçların rakiplerce karşılanmadığını belirlemek gerekir (Kozak, 2014: 122).

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### TEK VE ÇİFT KÜLTÜRLÜ TÜKETİCİLERİN TATİL TURİZMİ TERCİHLERİ VE KISITLAYICILARINA YÖNELİK UYGULAMA

#### 4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

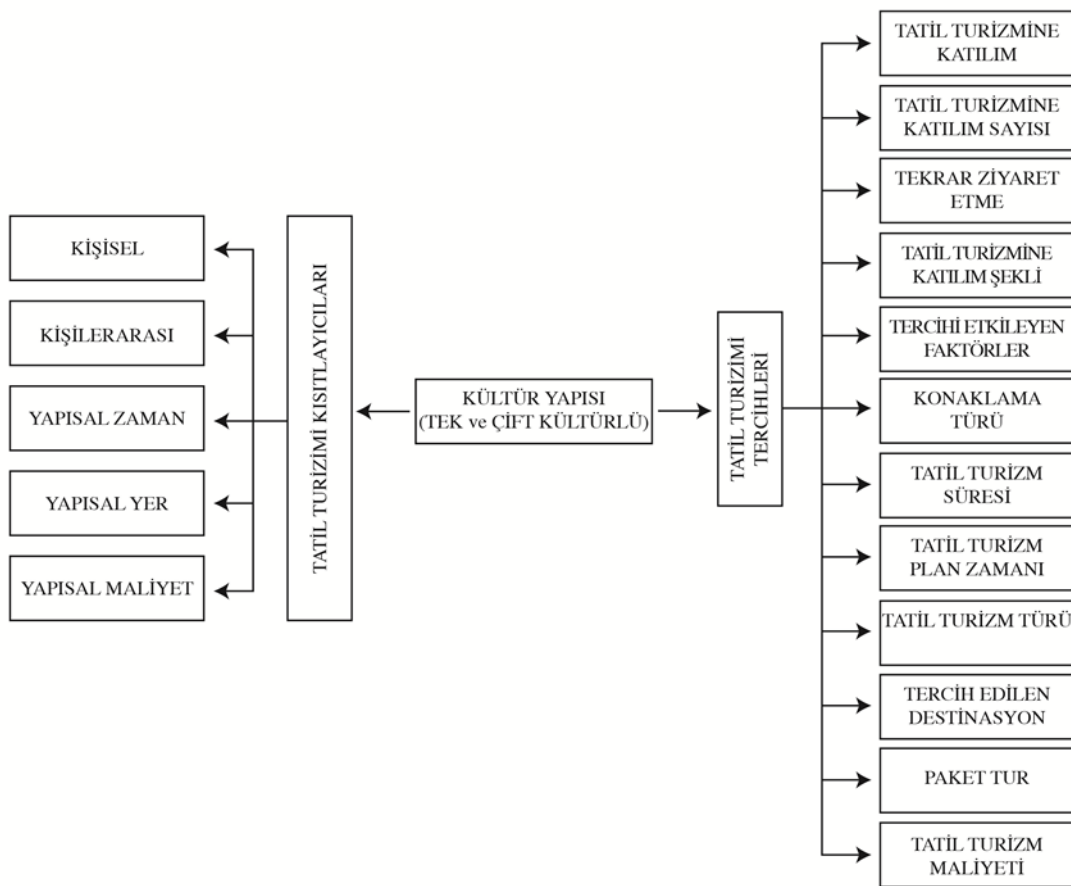
Tüketicilerin ürün tercihi ve satın alma davranışlarını etkileyen faktörler literatürde; psikolojik faktörler (tutumlar, inançlar, motivasyon, algılama, öğrenme ve yaşam tarzı), sosyo-kültürel faktörler (gruplar, aile, roller ve statüler, kültür ve alt kültür, sosyal sınıf), pazarlama çabaları (ürün, fiyat, tutundurma, dağıtım), durumsal ve kişisel faktörler (demografik özellikler, tercih erteleme vb.) olmak üzere 4 ana grupta incelenmektedir (Nakip vd., 2012: 97-98). Tüketici davranışlarına etki eden psikolojik ve sosyo-kültürel faktörlerin tümünün kültürden etkilendiği söylenebilir (Öztürk, 2015: 38). Bir ülkenin kültürü, o ülkede üretilen ürünlerin belirlenmesine ve tüketime de etki etmektedir. Dolayısıyla insanların her davranışında olduğu gibi tüketim davranışları üzerinde de kültürün etkisi bulunmaktadır. Başka bir ifadeyle tüketici davranışını etkileyen faktörlerden biri olan kültür ile tüketici davranışı arasında bir ilişki söz konusudur (Belber, 2009). Turizm literatüründe kültürlerarası turist davranışlarını inceleyen bazı çalışmalar (Richardson ve Crompton, 1988; Pizam ve Mansfeld, 1999; Chen, 2000; Chen ve Gürsoy, 2000; Juniu, 2000; Mattila, 2000; Hudson vd., 2001; Özdipçiner vd., 2012; Horenberg, 2015), kültürün turist davranışları üzerinde etkisi olduğunu ortaya koymuştur.

Post-modern dünyada kültürel yaşam, bireylerin tatil turizmine katılıp katılmamalarında önemli rol oynamaktadır. Bireylerin tatil turizmi tercihleri ve kültürel kimlik arayışları giderek önem kazanmış ve tatil seyahatleri yaşam tarzının ana göstergelerinden biri haline gelmiştir (Haukeland, 1990). Turistik davranışlar bağlamında tatil turizmi, mevcut turizm türleri içerisinde en fazla talep görendir (Eachus, 2004). Her yıl dünya çapında turizme katılan kişi sayısının artmasına paralel olarak tatil turizminin de gelişim göstermesine rağmen, ülkemizde iç turizmin hak ettiği yerde olduğunu söylemek mümkün değildir (Güzel, 2011). Bu duruma yol açan nedenlerle ilgili olarak ülke vatandaşlarının ve iç turizm pazarı için büyük bir potansiyel oluşturan yurtdışında yaşayan Türkler'in mağruz kaldıkları kısıtlayıcıları, aynı zamanda tatil turizmine katılım gösteren bireylerin tatil tercihlerini belirlemeye yönelik bir çalışmanın ulusal yazında yer almadığı görülmektedir. Diğer taraftan kültürün bir diğer boyutu olan ve bireyin kendi kültürel kimliklerini kaybetmeden ikinci bir kültür üzerinde de yetkinlik kazanması olarak tanımlanan "çift



kültürlülük” ile tatil turizmi tercihleri ve kısıtlayıcıları arasındaki ilişkileri ele alan bir çalışmaya turizm ile ilgili literatürde rastlanılmamıştır.

Bu çalışma ile tek ve çift kültürlülüğe sahip tüketicilerin, tatil turizmine katılım tercihleri ve tatil turizmine katılmayanların başlıca kısıtlayıcıları arasındaki farklılıkların ve benzerliklerin ortaya koyarak ilgili literatüre katkı sağlanması amaçlanmıştır. Bu bağlamda, yurtiçinde yerleşik ve tek kültürlü Türk vatandaşları ile Almanya’da yaşayan ve çift kültürlü yapıya sahip oldukları varsayılan Türk vatandaşlarının tatil tercihleri ve tatil kısıtlayıcıları arasındaki ilişkiler ele alınmıştır. Bunun yanı sıra her iki grubunun tatil turizmine yönelik davranışları arasındaki ilişkilerin irdelenmesi, demografik özellikleri ile tatil turizmi kısıtlayıcıları arasındaki ilişkilerin incelenmesi ve tatil turizmine katılmayan bireylerin kısıtlandıkları düzeye göre gruplandırılması çalışmanın alt amaçlarını oluşturmaktadır. Bu amaçlar doğrultusunda araştırmanın simgesel modeli Şekil 4.1’de gösterilmiştir.



Şekil 4.1. Araştırmanın Simgesel Modeli

Araştırmanın simgesel modelinden yola çıkarak cevapları aranan araştırma soruları aşağıdaki belirtilmiştir.

1. Tek ve çift kültürlülük ile tatil turizmi tercihleri arasında bir ilişki var mıdır?

2. Tek ve çift kültürlülük ile tatil turizmi kısıtlayıcıları arasında bir farklılık var mıdır?
3. Tüketicilerin tatil turizmine katılımını engelleyen faktörler, onların demografik özelliklerine göre farklılaşmakta mıdır?

Kültürün tüketici davranışı üzerindeki etkisi kapsamında, farklı kültürel yapıya sahip iki örneklemin tatil turizmi yaklaşımları ve tatil turizmi kısıtlayıcıları arasındaki ilişki literatürde ilk defa ele alınmıştır. Türkiye iç turizm pazarı için büyük bir potansiyel ve öneme sahip yurtiçinde yerleşik halk ile yurtdışında yaşayan Türklerin tatil tercihleri ve kısıtlayıcılarının kapsamlı bir biçimde ele alınarak ilgili literatüre katkı sağlayacaktır.

Son yıllarda ülkemizdeki yaşanan ekonomik ve siyasi krizlerden dolayı, turizm sektörünün gelişimi olumsuz yönde etkilenmiş olup; sektörel canlanma açısından yerli turistlerin ve yurt dışında yaşayan Türklerin iç pazar için önemi daha fazla öne çıkmıştır. Potansiyel bu pazardaki tüketicilerin tatil eğilimlerinin belirlenmesi ve tatil yapamayan tüketicilerin başlıca kısıtlayıcıların ortaya konması, turizm yöneticileri ve pazarlamacılarının bu pazara yönelik pazarlama program ve strateji geliştirmelerine olanak sağlayacaktır. Özellikle tatil turizmine katılımı engelleyen başlıca nedenlerin bilinmesiyle, tüketicilerin kısıtlayıcıların üstesinden gelebilmesine yönelik stratejilerin geliştirilmesi, onları tatil turizmine katılıma teşvik edecektir. Diğer taraftan tüketicilerin kısıtlanma düzeylerine göre gruplandırılmasıyla da, turizm işletmeleri her bir pazar bölümünü analiz ederek amaçlarına uygun hedef pazarı belirleyebileceklerdir.

## **4.2. Araştırma Yöntemi**

### **4.2.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi**

Araştırmanın temel amacı tek ve çift kültürlü tüketicilerin tatil turizmi kısıtlayıcıları ve tatil turizmi tercihleri arasındaki ilişkileri belirlemek olduğundan, çalışmanın evrenini Türkiye’de yaşayan yerel halk ve yurtdışında yaşayan Türkler oluşturmaktadır. Dolayısıyla her iki yapıya sahip iki kitle hedeflenmiştir. Çift kültürlü yapıyı temsil ettiği varsayılan Almanya’da yaşayan Türkler, hem kendi kültürleri hem de Alman kültürü ile etkileşimde bulunarak çift kültürlü yapıya sahip olabilecekleri varsayıldığından ilk hedef kitle olarak seçilmiştir. İkinci hedef kitle, yurtiçinde yaşayan ve tek kültürlü yapıya sahip olan Isparta ve Burdur halkıdır.

Almanya İstatistik Ofisi’nin (Destatis) 2015 yılı verilerine göre Almanya’da yaşayan Türk sayısı 1.527.118’dir (<http://www.sabah.com.tr/dunya/2015/03/16/almanyadaki-turk-sayisi-sasirtti>. erişim tarihi:12.10.2015). Türkiye nüfusu ise Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)

verilerine göre 77.695.904'dir. Bu çalışmada, hem hedef kitlelerin geniş olması hem de coğrafik dağılım sebebiyle evrenin tamamına ulaşılması imkânsız olduğundan, örneklem alma yoluna gidilerek tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme tercih edilmiştir. Almanya'da Berlin, Köln, Frankfurt ve Düsseldorf şehirleri; ülkemizde ise Batı Akdeniz bölgesinde bulunan Burdur ve Isparta şehirleri örneklem kapsamına alınmıştır. Berlin, Köln, Frankfurt ve Düsseldorf şehirlerinin tercih edilmesinin nedeni Almanya'daki Türklerin daha çok bu şehirlerde yoğunlaşmasıdır. Diğer taraftan araştırmacının Isparta'da yaşaması nedeniyle Burdur ve Isparta şehirlerindeki yerleşik halka kolay ulaşılabilir olması tercih edilme nedenini oluşturmuştur.

#### 4.2.2. Ölçüm Aracı

Araştırmada ilk olarak tüketicilerin tatil kısıtlayıcıları, tatil tercihleri ve tatil alışkanlıklarına yönelik çalışmalar ve bu çalışmalarda kullanılan ölçekler araştırılmıştır. Özellikle Nyaupane vd.'nin (2004) ve Alvarez'in (2003) çalışmaları ile kullanılan ölçekler detaylı bir incelemeye alınmıştır. Yapılan incelemeler sonucunda Alvarez'in (2003) çalışmasında kullandığı sorular seyahatçilerin tatil tercihlerinin ortaya konulması için tercih edilmiştir. Seçilen bu soruların çalışmaya katılacak olan yerel halkın tatil turizmi tercihlerine yönelik uyumluluğu irdelenmiş ve danışman öğretim üyesinin de görüşleri alınarak bazı sorular anketten çıkarılmış, geri kalanların da yapısı değiştirilmiştir. Sonuçta yerel halkın tatil turizmi tercihlerine yönelik 11 soru oluşturulmuştur. Diğer taraftan Nyaupane vd.'nin (2004) seyahat etme kısıtlayıcılarının belirlenmesine yönelik önerdikleri 13 maddeden oluşan ölçek çalışmaya adapte edilmiştir. Anketi dolduracak olan katılımcıların kişisel özelliklerini ölçmeye yönelik 12 soru da ilave edilerek, çalışmada uygulanacak soru formu oluşturulmuştur (Ek – 1, Pilot Çalışma 1).

Bu şekilde oluşturulan soru formunun test edilmesi amacıyla bir pilot uygulama yapılmıştır. Pilot uygulama 2014 yılı Haziran ayında Isparta ilinde ikamet eden 31 yerleşik kişi ve Isparta iline yıllık izinleri için gelmiş, çift kültürlülüğe sahip ve Almanya'da yerleşik 29 kişi olmak üzere toplam 60 kişi üzerinde uygulanmıştır. Elde edilen veriler sosyal bilimler için geliştirilmiş bir istatistik paket programı ile güvenilirlik analizine tabi tutulmuş, tatil kısıtlayıcıları ölçeğinin güvenilirliği (Cronbach alfa değeri)  $\alpha = ,614$  olarak tespit edilmiştir. Bu seviye kabul edilebilir olmasına karşın, tatil kısıtlayıcılarına yönelik 13 madde için yapılan faktör analizi sonucunda istenilen faktör boyutları elde edilememiştir.

Bu çalışmada kullanılan ölçüm aracının güvenilirliğini artırmak ve istenilen faktör boyutlarının elde edilebilmek için analizler tekrarlanmıştır. Nyaupane vd.'nin (2004)

çalışmasında yer alan seyahat kısıtlarına ait 13 madde çıkarılarak, yerine Nyaupane ve Andreck'in (2007) seyahatçiler üzerinde yaptıkları çalışmalarında kullandıkları 19 madde kullanılmıştır (Tablo 4.1).

**Tablo 4.1. Kısıtlayıcılar Ölçeğinde Yer Alan İfadeler**

Soru	Orijinal İfadeler	Uyarlanan İfadeler
S-1	Seyahat edecek zamanım yok	Tatile çıkacak zamanım yok
S-2	Aile bağlarım seyahat etmeme engeldir	Ailevi sorumluluklar tatile çıkmama engeldir
S-3	Seyahat etmek çok pahalıdır	Tatil yapmak çok pahalıdır
S-4	Yapmayı düşündüğüm seyahat pahalıdır	Yapmayı düşündüğüm tatil çok pahalıdır
S-5	Seyahat edecek maddi gücüm yok	Tatil yapacak maddi imkânım yok
S-6	Seyahat edeceğim yer ve aktiviteler hakkında bilgim yok	Tatil yapabileceğim yer hakkında herhangi bir bilgim yok
S-7	Yaşadığım yerin çevresinde seyahat edebileceğim bir yer yok	Yakınlarımda tatil yapabileceğim bir yer yok
S-8	Seyahat edeceğim yerin hava şartları kötü	Tatil yapmayı düşündüğüm yerin hava şartları elverişli değildir
S-9	Seyahat edeceğim yerde trafik yoğunluğu var	Tatil yapmayı düşündüğüm yerin trafiği çok yoğundur
S-10	Seyahat edeceğim yer yaşadığım yere çok uzaktır	Tatil yapmayı düşündüğüm yer, bulunduğum yere çok uzaktır
S-11	Seyahat edebileceğim biri yok	Tatile çıkabileceğim birisi yok
S-12	Ailem ve arkadaşlarım seyahat etmekten hoşlanmazlar	Ailem veya arkadaşlarımdan tatil yapma kültürü yoktur
S-13	Tek başıma seyahat etmek eğlenceli değil	Kendi başıma tatil yapmak eğlenceli değil
S-14	Seyahat edeceğim yerde aile ve arkadaşım yok	Tatil yapacağım yerde kalabileceğim bir akrabam / arkadaşım yok
S-15	Seyahat etmek çok risklidir	Tatile çıkmak çok yüksek riskli bir faaliyettir
S-16	Seyahat edeceğim yerdeki aktivitelere ilgi duymuyorum	Tatile çıkmayı düşündüğüm yerdeki aktivitelere ilgi duymuyorum
S-17	Seyahatle ilgilenmiyorum	Tatile çıkmakla ilgilenmiyorum
S-18	Arabayla seyahat edemem	Tatile çıkmayı düşündüğüm yere karayolu ile gidemem
S-19	Sağlık sorunlarımdan dolayı seyahat edemiyorum	Sağlık durumum tatil yapmama engeldir.

İki öğretim üyesinin görüşleri doğrultusunda, katılımcıların tatil turizmi tercihlerine yönelik 11 soru aynı zamanda katılımcıların geçmişte yaşadığı tatil deneyimine yönelik olarak uyarlanarak, ölçüm aracına eklenmiştir. Aynı uzmanların görüşleri doğrultusunda, katılımcıların demografik özelliklerine yönelik sorularda yer alan “Ömrünüzün en fazla geçtiği yer” sorusu çıkarılarak, yerine “Son iki yıldır tatile çıktınız mı?” ve “Cevabınız evet ise son iki yılda kaç defa tatile çıktınız?” soruları ilave edilmiştir (Ek – 2, Pilot Çalışma 2). Katılımcıların gelir düzeylerinin belirlenmesinde; Almanya’da yaşayan Türkler için Euro, ülkemizde yerleşik halk için TL para cinsi kullanılmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçüm aracı dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili 13 soru, ikinci bölümde katılımcıların tatil deneyimlerine yönelik 11 soru ve üçüncü bölümde katılımcıların tatil tercihlerine yönelik 11 soru yer almaktadır. Dördüncü bölümde ise katılımcıların tatil turizmine katılımını engelleyen

veya kısıtlayan faktörlerin belirlenmesine yönelik 19 madde yer almaktadır. Tatil kısıtlayıcıları ile ilgili maddeler toplam dereceleme ölçeği (1: Kesinlikle katılmıyorum ..... 7: Kesinlikle katılıyorum) ile tespit edilirken, diğer bölümlerdeki (demografik özellikler, tatil deneyimi ve tatil tercihi) soruların bir kısmı açık uçlu bir kısmı da kapalı uçlu sorularla ölçülmüştür. Katılımcılara, ölçeğin ilk iki bölümünü (demografik özellikler ve tatil deneyimi) doldurduktan sonra “2015 yılında tatil yapmayı düşünüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiş, evet olarak belirtenlerden tatil turizmi tercihleri ile ilgili bölüme geçmeleri; hayır olarak belirtenlerden ise tatil kısıtlayıcıları ile ilgili bölüme geçmeleri istenmiştir.

Ölçüm aracının geçerliliğini test etmek amacıyla ikinci kez pilot uygulama yapılmıştır. İkinci pilot çalışma 2014 yılı Temmuz ayında Isparta ili sınırları içinde ikamet eden 33 kişi üzerinde uygulanmıştır. İkinci pilot çalışma sonucunda istenilen faktör boyutları elde edilmiş ve ölçeğin bir bütün olarak güvenilirliği (Cronbach alfa değeri)  $\alpha = ,773$  olarak bulunmuştur.

#### 4.2.3. Nihai Uygulama

Araştırmanın amaçlarına ulaşmak için çift kültürlü yapıya sahip Almanya’da yaşayan Türklerden 500, tek kültürlü yapıya sahip Batı Akdeniz Bölgesi’nde bulunan Burdur ve Isparta illerinde yaşayan yerleşik halktan 1000 olmak üzere toplam 1500 adet anket toplanmasına karar verilmiştir. Almanya’da 8, Burdur ve Isparta’da ise 2 kişi anketör olarak görevlendirilmiş ve kendilerine gerekli eğitimler verilmiştir. Araştırmanın amaçlarından bir diğeri katılımcıların tatil turizmi tercihlerine yönelik davranışlarının ortaya koyulması olduğundan uygulama kış döneminde yapılmıştır. Veri toplama 2014 yılı Ekim ayında başlamış, 2015 yılı Mart ayında tamamlanmıştır.

2014 Yılı Ekim ayında Almanya’da görevli anketörlere 1000, Burdur ve Isparta illerinde görevli anketörlere 2000 adet anket ulaştırılmıştır. Uygulamada yüz yüze anket yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Uygulamada; Almanya’da yaşayan Türklerden 543, Burdur ve Isparta illerinden 1411 olmak üzere toplam 1954 anket geri dönüşü sağlanmıştır. Tamamlanan anketlerden 202 tanesi yeterli veri ve anlamlılığa sahip olmadığından değerlendirmeye alınmamıştır. Geri kalan 1752 veri analizlerde kullanılmıştır. Değerlendirmeye alınan bu anketlerin 369 adedi Burdur, 939 adedi Isparta’dan olmak üzere toplam 1308 tek kültürlü yapıyı temsil eden yerleşik halktan elde edilmiştir. Köln’den 131, Berlin’den 90, Frankfurt’tan 166 ve Düsseldorf’tan 107 anket olmak üzere toplam 444 anket ise çift kültürlü yapıyı temsil ettiği varsayılan ve Almanya’da yaşayan Türklerden elde edilmiştir.

#### 4.2.4. Verilerin Analizi

Araştırmada yer alan katılımcıların vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda elde edilen veriler, sosyal bilimler için geliştirilmiş olan bir istatistik paket programına girilmiştir. Analizlerine geçilmeden önce ölçeğin güvenilirliği (Cronbach alfa katsayısı ile) test edilmiştir. İstatiksel olarak veriler tanımlayıcı ve çıkarımsal istatistik kapsamında ele alınmıştır. Çalışmada öncelikle her iki kültürlü yapıyı temsil eden katılımcıların demografik özelliklerinin belirlendiği frekans dağılımları elde edilmiştir. Daha sonra her iki kültürel yapının (tek kültürlü ve çift kültürlü) tatil turizmine (geçmiş tatil turizmi deneyimi ve 2015 yılı tatil turizmi planları) yönelik davranışlar üzerindeki etkileri karşılaştırılmıştır.

Her iki kültür yapısına ait (tek kültürlü ve çift kültürlü) tatil turizmi kısıtlayıcılarının boyutlu yapısını tespit etmek amacıyla açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Elde edilen faktör boyutları ile her iki yapıdaki katılımcıların demografik özellikleri arasındaki farklılıkları belirlemek için t testi ve tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Çalışmanın son bölümünde ise tatil turizmine katılmayan her iki kültür yapısındaki bireylerin kısıtlanma düzeylerine göre gruplandırılması amacıyla kümeleme analizinden faydalanılmıştır.

### 4.3. Araştırma Bulguları

#### 4.3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırmanın amacı, daha önce de belirtildiği gibi çift kültürlü yapıya sahip olduğu varsayılan Almanya’da yaşayan Türkler ile tek kültürlü yapıya sahip ülkemiz Batı Akdeniz Bölgesi’nde (Burdur ve Isparta) yaşayan yerleşik halkın tatil turizmine yönelik tercihlerinin ve tatil kısıtlayıcılarının karşılaştırılarak farklılıkların ortaya koyulmasıdır. Bu bağlamda demografik özelliklerin belirlenmesine yönelik yapılan analiz sonuçları ile ilgili elde edilen bulgular her iki grup için ayrı ayrı verilecektir.

Katılımcıların kültür yapılarına göre dağılımları ve toplam içerisindeki payları Tablo 4.2’de gösterilmiştir. Tablo incelendiğinde katılımcıların % 74,7’sini tek kültürlü yapıyı temsil eden Batı Akdeniz Bölgesi’nde (Burdur ve Isparta) yerleşik halkın, % 25,3’ünü ise çift kültürlü yapıyı temsil ettiği varsayılan Almanya’da yaşayan Türklerin oluşturduğu görülmektedir.

**Tablo 4.2. Katılımcıların Kültür Yapısı**

Kültür Yapısı	n	%
Tek Kültürlü	1308	74,7
Çift Kültürlü	444	25,3
<b>Genel</b>	<b>1752</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılanların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik olarak cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek, gelir ve çocuk sayısı gibi sorular yöneltilmiştir. Tanımlayıcı istatistik kapsamında elde edilen bulgular aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.3. Kültür Yapılarına Göre Cinsiyet Dağılımları**

Kültür Yapısı		Erkek	Kadın	Toplam
Tek Kültürlü	n	759	549	1308
	%	58	42	100
Çift Kültürlü	n	253	191	444
	%	57	43	100
Genel	n	1012	740	1752
	%	57,8	42,2	100

Tablo 4.3'te yer alan kültür yapılarına bağlı olarak katılımcıların cinsiyet dağılımı, her iki kültür yapısında da erkeklerin kadınlardan sayıca fazla olduğunu göstermektedir.

**Tablo 4.4. Kültür Yapılarına Göre Yaş Dağılımları**

Kültür Yapısı		20 Yaş Altı	20-29 Arası	30-39 Arası	40-49 Arası	50-59 Arası	60 ve Üstü	Toplam
Tek Kültürlü	n	73	335	355	350	146	49	1308
	%	5,6	25,6	27,1	26,8	11,2	3,7	100
Çift Kültürlü	n	17	114	126	121	47	19	444
	%	3,8	25,7	28,4	27,3	10,6	4,3	100
Genel	n	90	449	481	471	193	68	1752
	%	5,1	25,6	27,5	26,9	11	3,9	100

Tablo 4.4'te, 20-49 yaş arası kişilerin toplam katılımcıların % 80'ini oluşturduğu görülmektedir. Kültür yapılarına bağlı olarak katılımcıların yaş grupları incelendiğinde; her iki kültür yapısında da 20-49 yaş aralığının diğer yaş gruplarından (20 yaş altı ve 50 yaş üstü) fazla olduğu belirlenmiştir. Diğer taraftan her iki kültür yapısında da, 20 yaş altı ve 50 yaş üstü kişilerin diğer yaş gruplarından az olduğu görülmektedir.

**Tablo 4.5. Kültür Yapılarına Göre Medeni Durumları**

Kültür Yapısı		Evli	Bekâr	Toplam
Tek Kültürlü	n	906	402	1308
	%	69,3	30,7	100
Çift Kültürlü	n	319	125	444
	%	71,8	28,2	100
Genel	n	1225	527	1752
	%	69,9	30,1	100

Kültür yapılarına bağlı olarak katılımcıların medeni durumlarının dağılımı incelendiğinde, her iki kültür yapısında da evlilerin bekârlardan (tek kültürlü yapıda % 69,3; çift kültürlü yapıda (% 71,8) fazla olduğu görülmektedir (Tablo 4.5).

**Tablo 4.6. Kültür Yapılarına Göre Çocuk Sahipliği**

Kültür Yapısı		Çocuk Var	Çocuk Yok	Toplam
Tek Kültürlü	n	866	441	1307
	%	66,3	33,7	100
Çift Kültürlü	n	288	156	444
	%	64,9	35,1	100
Genel	n	1154	597	1751
	%	65,9	34,1	100

Tablo 4.6’da katılımcıların çocuk sahibi olup olmadıklarına göre, Tablo 4.7’de sahip oldukları çocuk sayılarına göre dağılımları verilmiştir.

**Tablo 4.7. Kültür Yapılarına Göre Çocuk Sayıları**

Kültür Yapısı		1 Çocuk	2 Çocuk	3 Çocuk	4 Çocuk	5 ve üstü	Toplam
Tek Kültürlü	n	173	419	185	59	33	869
	%	19,9	48,2	21,3	6,8	3,8	100
Çift Kültürlü	n	42	103	89	38	17	289
	%	14,5	35,6	30,8	13,1	5,9	100
Genel	n	215	522	274	97	50	1158
	%	18,6	45,1	23,7	8,4	4,3	100

Tablolar incelendiğinde her iki kültür yapısında çocuk sahibi olanların çocuk sahibi olmayanlara (tek kültürlü yapıda % 66,3; çift kültürlü yapıda % 64,9) göre çoğunlukta oldukları görülmektedir. Diğer taraftan her iki kültür yapısında 2 çocuklu katılımcıların diğer gruplara göre daha fazla olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 4.8. Kültür Yapılarına Göre Eğitim Seviyeleri**

Kültür Yapısı		İlköğretim	Lise	Lisans	Lisans Üstü	Toplam
Tek Kültürlü	n	340	439	421	100	1300
	%	26,2	33,7	32,4	7,7	100
Çift Kültürlü	n	95	209	101	37	442
	%	21,5	47,3	22,8	8,4	100
Genel	n	435	648	522	137	1742
	%	25	37,2	30	7,8	100

Kültür yapılarına bağlı olarak katılımcıların eğitim düzeyleri incelendiğinde, her iki kültür yapısında da lise mezunlarının (tek kültürlü yapıda % 33,7; çift kültürlü yapıda % 47,3) fazla olduğu görülmektedir. Lisans mezunları her iki kültür yapısında da ikinci sırada yer almaktadır (Tablo 4.8).



**Tablo 4.9. Kültür Yapılarına Göre Meslek Grupları**

Meslek Grupları		Tek Kültürlü	Çift Kültürlü	Toplam
Memur	n	160	15	175
	%	12,3	3,4	10,1
Özel Sektör Çalışanı	n	259	77	336
	%	19,9	17,5	19,3
Emekli	n	101	14	115
	%	7,8	3,2	6,6
Öğretmen	n	91	12	103
	%	7	2,7	5,9
Ev Hanımı	n	169	65	234
	%	13	14,8	13,4
İşyeri Sahibi	n	126	40	166
	%	9,7	9,1	9,5
İşçi	n	147	143	290
	%	11,3	32,5	16,7
Öğrenci	n	98	47	145
	%	7,5	10,7	8,3
Doktor	n	16	8	24
	%	1,2	1,8	1,4
Mühendis	n	24	11	35
	%	1,8	2,5	2
Serbest Meslek	n	50	0	50
	%	3,8	0	2,9
Diğer	n	59	8	67
	%	4,5	1,8	3,9
<b>Genel</b>	n	1300	440	1740
	%	100	100	100

Kültür yapılarına bağlı olarak katılımcıların meslek dağılımları incelendiğinde, tek kültürlülerde çoğunluğu özel sektör çalışanlarının (% 19,9), çift kültürlülerde ise işçilerin (% 32,5) oluşturduğu görülmektedir (Tablo 4.9).

**Tablo 4.10. Kültür Yapılarına Göre Gelir Düzeyleri**

Tek Kültürlü			Çift Kültürlü		
Gelir Düzeyi	n	%	Gelir Düzeyi	n	%
1000 TL altı	275	21,3	500 € altı	19	4,4
1001-1500 TL	298	23,1	501-1000 €	29	6,7
1501-2000 TL	185	14,3	1001-1500 €	64	14,7
2001-2500 TL	177	13,7	1501-2000 €	95	21,8
2501-3000 TL	164	12,7	2001-2500 €	107	24,6
3001 TL ve üstü	193	14,9	2501 € ve üstü	121	27,8
<b>Genel</b>	1292	100	<b>Genel</b>	435	100

Kültür yapılarına bağlı olarak katılımcıların gelir dağılımları incelendiğinde, tek kültürlülerin 1001-1500 TL arası (% 23,1), çift kültürlülerin ise 2500 Euro ve üstü (% 27,8) gelir aralığında diğer gruplara göre çoğunlukta oldukları görülmektedir. Ayrıca çift kültürlü yapıdaki katılımcıların gelir düzeylerinin tek kültürlü yapıdaki katılımcıların gelir düzeylerinden yüksek olduğu gözle çarpılmaktadır (Tablo 4.10).

**Tablo 4.11. Kültür Yapılarına Göre İkamet Edilen Yerdeki Yaşam Süresi**

Kültür Yapısı		1 Yılda	1-5 Yıl	6-10 Yıl	11-15 Yıl	16-20 Yıl	21 Yıl ve	Toplam
		Az	Arası	Arası	Arası	Arası	Üstü	
Tek Kültürlü	n	37	160	131	104	172	697	1301
	%	2,8	12,3	10,1	8	13,2	53,6	100
Çift Kültürlü	n	5	14	24	34	78	288	443
	%	1,1	3,2	5,4	7,7	17,6	65	100
Genel	n	42	174	155	138	250	985	1744
	%	2,4	10	8,9	7,9	14,3	56,5	100

Kültür yapılarına bağlı olarak katılımcıların ikamet ettikleri yerlerdeki yaşam süreleri incelendiğinde, her iki kültür yapısında da 21 yıl ve üstü grupların diğer gruplara göre (tek kültürlü yapıda % 53,6; çift kültürlü yapıda % 65) çoğunlukta oldukları görülmektedir (Tablo 4.11).

**Tablo 4.12. Kültür Yapılarına Göre Kullanılan Yıllık İzin Süreleri**

Kültür Yapısı		1 Hafta	2 Hafta	3 Hafta	4 Hafta	5 Hafta	Toplam
		n	32	99	276	21	501
%	3,4	10,7	29,7	2,3	53,9	100	
Çift Kültürlü	n	0	4	30	82	294	410
	%	0	1	7,3	20	71,7	100
Genel	n	32	103	306	103	795	1339
	%	2,4	7,7	22,9	7,7	59,4	100

Kültür yapılarına bağlı olarak katılımcıların kullandıkları yıllık izin sürelerinin dağılımı incelendiğinde, her iki kültür yapısında da 5 haftalık yıllık izin süresinin (tek kültürlü yapıda % 53,9; çift kültürlü yapıda % 71,7) çoğunlukla olduğu görülmektedir (Tablo 4.12).

#### 4.4. Kısıtlayıcılar Ölçeğine Ait Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

##### 4.4.1. Güvenilirlik Analizleri

Güvenilirlik, bir testte veya ölçekte yer alan değişkenlerin çoklu ölçümleri arasındaki tutarlılık derecesinin değerlendirilmesidir (Hair vd., 2010: 125). Başka bir ifadeyle bir test veya ölçekte yer alan soruların birbirleri ile olan tutarlılığını ve kullanılan ölçeğin ilgilenilen sorunu ne derece yansıttığını belirtmekle beraber, elde edilen ölçümler üzerindeki yorumlar ve daha sonra ortaya çıkabilecek analizler için de bir temel teşkil etmektedir (Kalaycı, 2010: 406). Güvenilir bir test veya ölçek, benzeri şartlarda tekrar uygulandığında benzeri sonuçlar verir (Altunışık vd., 2010: 122). Ancak ölçmede (her ölçümde değeri değişmeyen) sabit hata varsa, art arda yapılan ölçüm sonuçları yine benzer çıkacaktır. Bu nedenle, güvenilirliğin en genel tanımını “ölçmenin hatalardan arınmış olması” şeklinde yapılabilir (Can, 2013: 339).

Bir ölçeğin güvenilir olması, ölçekte yer alan soruların gerekli bilgiyi elde etmeye elverişli olması demektir. Yani, sorulara verilmiş cevaplar içtenlikle ve doğru verilmiş

cevaplardır (İslamoğlu, 2011: 134). Bir ölçeğin güvenilirliğini ölçmede çeşitli yaklaşımlar kullanılmaktadır. Bu yaklaşımlar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Büyüköztürk, 2015: 182-183):

**Test-Tekrar Test Güvenilirliği:** Bir testin aynı gruba belli aralıklarla iki kez uygulanmasıyla elde edilen puanlar arasındaki korelasyon ile ifade edilir. İki test puanı arasındaki ilişkinin derecesi, varsayımlar karşılandığı durumda Pearson korelasyon katsayısı kullanılarak hesaplanır.

**Paralel (Eşdeğer) Form Güvenilirliği:** Aynı özelliği ölçmeye yönelik hazırlanan iki eşdeğer formun bir gruba aynı zamanda veya iki farklı zamanda uygulanmasıyla elde edilen test puanları arasındaki korelasyonla açıklanır. İki eşdeğer formdan elde edilen puanlar arasındaki ilişki, varsayımları karşılanıyorsa Pearson korelasyon katsayısı ile hesaplanır.

**İki Yarı Test Güvenilirliği:** Test veya ölçek maddelerinin tek-çift, ilkyarı-sonyarı veya yansız olarak iki eş yarıya ayrılarak testin iki yarısı arasındaki ilişkiden hareketle Spearman Brown formülü kullanılarak testin tamamı için hesaplanan korelasyon katsayısı ile açıklanır. Testi yarılama yöntemi olarak da bilinen iki yarı test güvenilirliği, elde edilen test puanları arasındaki tutarlılığı gösterir.

**Kuder Richardson-20 (KR-20) ve Cronbach Alfa Güvenilirliği:** KR-20, aynı zamanda elde edilen test puanları arasındaki iç tutarlılığı incelemek amacıyla kullanılır. Test maddelerinin ölçtüğü özelliklerin, örneklediği davranışların benzeşik olması bu tür güvenilirliği yükseltmektedir. Test ifadelerine verilecek cevapların doğru/yanlış, evet/hayır gibi iki seçeneqli olması durumunda KR-20; pek çok kişilik testlerinde olduğu gibi üç veya daha fazla olması durumunda Cronbach tarafından geliştirilmiş olan Alfa ( $\alpha$ ) katsayısı kullanılmaktadır. Cronbach alfa katsayısı, istatistiki değerleri tutarlı tüm maddeler dikkate alınarak hesaplandığından, genel güvenilirlik yapısını diğer katsayılarla göre en iyi yansıtan katsayı özelliğini taşımaktadır.

Alfa katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği aşağıdaki gibi yorumlanır (Kalaycı, 2010, s.405):

- $0.00 < \alpha < 0.40$  ise ölçek güvenilir değildir,
- $0.40 < \alpha < 0.60$  ise ölçeğin güvenilirliği düşük,
- $0.60 < \alpha < 0.80$  ise ölçek oldukça güvenilir,
- $0.80 < \alpha < 1.00$  ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir.

**Madde-Toplam Puan Korelasyonu:** Test veya ölçek maddelerinden alınan puanlar ile testin veya ölçeğin toplam puan arasındaki ilişkiyi açıklar. Madde-toplam korelasyonunun pozitif ve yüksek olması, maddelerin benzer davranışları örneklediğini gösterir ve test veya ölçeğin iç

tutarlılığının yüksek olduğunu gösterir. Likert tipi derecelendirme ölçeklerinin kullanıldığı bir test veya ölçekte madde-toplam korelasyonu, Pearson korelasyon katsayısı ile hesaplanır.

Bu çalışmada güvenilirlik, hem araştırmanın örneklem sayısının yüksek olması hem de uygulamada kolaylık sağlaması nedeniyle iç tutarlılığı gösteren Cronbach alfa katsayısı yardımıyla hesaplanmaya çalışılmıştır. Diğer yöntemler daha çok kontrollü ve nispeten daha sınırlı sayıda gruplara uygulanabilir olduğundan, araştırmanın örneklem sayısının yüksekliği ve coğrafi dağılımının oldukça farklı olması nedeniyle tercih edilmemiştir.

#### 4.4.1.1. Tatil Kısıtlayıcıları Ölçeğine Ait Güvenilirlik Analizi

Ölçeğin güvenilirlik düzeyi Cronbach alfa katsayısı ile belirlenmiş ve ,736 olarak tespit edilmiştir. Bulunan bu değer ölçeğin güvenilirliğinin iyi olduğunu ortaya koymaktadır. Tablo 4.13'te görüldüğü gibi, maddelerin herhangi birinin silinmesi halinde ölçeğin güvenilirliği ,736'dan daha büyük bir değer almayacaktır. Dolayısıyla kısıtlayıcılar ölçeğindeki herhangi bir maddenin güvenilirlik katsayısını artırmak amacıyla silinmemesi gerektiği öngörülmüştür.

**Tablo 4.13. Tatil Kısıtlayıcıları Ölçeğine Ait İfade-Boyut İstatistikleri**

İfade	İfade Elendiğinde Ölçek Ortalaması	İfade Elendiğinde Ölçek Varyansı	Düzeltilmiş Madde-Boyut Korelasyonu	Çoklu Korelasyon Karesi	Madde Elendiğinde Cronbach's Alfa
S1	59,0370	262,801	,113	,139	,733
S2	59,3806	253,452	,249	,191	,731
S3	58,1972	252,483	,314	,531	,725
S4	58,3498	251,509	,333	,554	,723
S5	58,5655	252,153	,299	,484	,726
S6	59,8398	248,561	,352	,233	,721
S7	60,2589	247,800	,379	,288	,719
S8	60,8166	255,693	,333	,292	,724
S9	60,2018	254,522	,304	,256	,726
S10	59,9245	255,446	,236	,278	,731
S11	61,0878	255,654	,311	,182	,725
S12	60,1710	247,966	,344	,257	,722
S13	59,0385	251,299	,252	,172	,731
S14	59,9908	246,620	,363	,235	,720
S15	60,0431	242,992	,436	,279	,714
S16	60,2773	249,941	,368	,301	,720
S17	60,2558	247,928	,379	,311	,719
S18	60,7519	258,557	,233	,213	,731
S19	60,8074	255,653	,261	,197	,729

Cronbach Alfa = 0,736

Ölçeği oluşturan toplam 19 maddenin korelasyon değerleri Tablo 4.14'de gösterilmiştir.

**Tablo 4.14. Kısıtlayıcılar Ölçeğini Oluşturan İfadeler Arasındaki Korelasyon Katsayıları**

	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19
S1	1																		
S2	,314**	1																	
S3	,127**	,251**	1																
S4	,114**	,244**	,684**	1															
S5	,101**	,251**	,591**	,619**	1														
S6	,108**	,151**	,183**	,173**	,224**	1													
S7	,045	,055	,085*	,133**	,057	,343**	1												
S8	,056	,015	,041	,085*	,069	,262**	,401**	1											
S9	,025	,086*	,044	,047	,013	,104**	,243**	,347**	1										
S10	-,078*	,012	,006	,019	-,081*	,083*	,288**	,287**	,404**	1									
S11	,010	,021	,037	,029	,031	,072	,194**	,216**	,148**	,083*	1								
S12	,052	,042	,035	,034	,124**	,199**	,119**	,078*	,060	,058	,278**	1							
S13	-,017	,035	-,030	-,036	-,018	,070	,101**	,024	,129**	,158**	,102**	,220**	1						
S14	,023	,091*	,032	,038	,102**	,166**	,180**	,138**	,175**	,074	,255**	,268**	,307**	1					
S15	,019	,145**	,199**	,142**	,126**	,154**	,120**	,081*	,138**	,172**	,161**	,274**	,199**	,215**	1				
S16	,001	,020	,047	,043	,029	,067	,119**	,116**	,126**	,062	,231**	,265**	,209**	,223**	,312**	1			
S17	,087*	,038	,055	,077*	,080*	,142**	,161**	,130**	,087*	,049	,176**	,352**	,194**	,134**	,339**	,446**	1		
S18	-,072	,047	-,074	-,042	-,114**	,110**	,163**	,104**	,095*	,198**	,186**	,064	,095*	,200**	,160**	,237**	,140**	1	
S19	-,054	,043	,003	,045	,025	,017	,122**	,135**	,063	,139**	,175**	,100*	,119**	,085*	,295**	,211**	,206**	,328**	1

\* p<0,05; \*\* p<0,01

#### 4.4.2. Geçerlilik Analizleri

Geçerlilik, bir testin ölçülmek istenen özelliği ne derece doğru ölçtüğü ile ilgili bir kavramdır (Büyüköztürk, 2015: 179). Başka bir ifadeyle ölçüm değerlerindeki gözlenen farklılığın, sistematik veya tesadüfi hatadan kaynaklanmaktan ziyade, ölçülen özellikler açısından nesnelere arasındaki gerçek farklılığı yansıtmaya derecesi olarak da tanımlanabilir (Altunışık, 2010: 121).

Geçerlilik teknikleri ile ilgili olarak literatürde değişik sınıflandırmalardan bahsedilmektedir. Bu sınıflandırmalar içinde en fazla tercih edilenler aşağıda verilmiştir (Büyüköztürk, 2015: 179-180):

**Kapsam Geçerliliği**, test veya ölçeği oluşturan maddelerin, ölçülmek istenen davranışı ölçmede nicelik ve nitelik olarak yeterli olup olmadığının göstergesidir. Bu geçerliliği test etmede kullanılan yollardan biri uzman görüşüne başvurulmasıdır. Test veya ölçekte yer alan maddeler, uzman görüş ve önerilerine göre düzeltmeler yapılarak ölçekte tutulabilir.

**Yapı Geçerliliği**, testin veya ölçeğin ölçülmek istenen davranış bağlamında soyut bir kavramı (faktörü) doğru bir şekilde ölçebilme derecesini gösterir. Bu geçerliliği test etmede; faktör analizi, küme analizi, iç tutarlılık analizi ve hipotez testi tekniklerinden faydalanılabilir.

**Ölçüt Bağımlı Geçerliliği**, test veya ölçek puanlarının belirlenen bir veya birkaç dış ölçüt ile ilişkisini inceler. Bu geçerlilik tekniği eşzaman geçerliliği ve yordama geçerliliği olmak üzere ikiye ayrılır. Eşzaman geçerliliğinde, katılımcıların geliştirmek istenen test veya ölçekten aldıkları puanlarla aynı kişilerin, a) aynı davranışı ölçen eski bir test, b) ilişkili bir başka davranışı ölçen bir testten aldıkları puanlarla olan korelasyonuna bakılır. Yordama geçerliliğinde, test veya ölçek puanı ile gelecekte ölçülecek davranış arasındaki ilişki incelenerek, test sonuçlarının gelecekteki davranışı ne ölçüde yordadığı araştırılır. Bu geçerlilikte dış ölçüt gelecekte ölçülecek (gözlenecek) davranıştır.

**Görünüş Geçerliliği**, testin ismi, açıklamalar, soruların ve testin düzeni gibi faktörler, cevaplayıcının testin genel olarak geçerliliğine ilişkin bir görüş geliştirmesine sahip olur. Testin görünümü ile ilgili olan bu geçerlilik türü uzman görüşü ile değerlendirilir.

##### 4.4.2.1. Tatil Kısıtlayıcıları Ölçeğine Ait Geçerlilik Analizi

Bu bölümde katılımcıların tatil turizmi kısıtlayıcılarını ölçmeye yönelik ölçeğin geçerliliğini test etmek için kapsam ve yapı geçerliliği yöntemleri kullanılmıştır. Ölçeğin kapsam geçerliliğinin sağlanması amacıyla başta danışman öğretim üyesi olma üzere, konuyla ilgili alanında uzman iki öğretim üyesi ve turizm sektörü yöneticisinden görüş ve öneri alınmıştır. Alınan bu görüş ve öneriler doğrultusunda ölçek incelenmiş ve gerekli düzeltmeler

yapılarak ön testlerin uygulanmasına karar verilmiştir. Bu doğrultuda; ölçeğin kapsam geçerliliğini sağlandığı sonucuna varılmıştır.

Katılımcıların tatil turizmine katılımlarını kısıtlayan faktörlerin tespitine yönelik ölçeğinin yapı geçerliliğini sağlamak amacıyla açıklayıcı faktör analizinden faydalanılmış, elde edilen sonuçlar Tablo 4.15'te gösterilmiştir. Elde edilen değerler (KMO: 0,725 ve Bartlett Küresellik Testi: 0,000) doğrultusunda ölçeğin yapı geçerliliği sağlanmıştır.

**Tablo 4.15. Tatil Kısıtlayıcılarına Ait Faktör Analizi Sonuçları**

Boyutlar	Faktör Yüklü	Ortalama	Varyans Açıklama Oranı (%)	Özdeğer	Güvenilirlik
<b>FAKTÖR 1: YAPISAL MALİYET</b>		4,80	18,42	2,95	,836
Yapmayı düşündüğüm tatil çok pahalıdır	,871				
Tatil yapmak çok pahalıdır	,860				
Tatil yapacak maddi imkânım yok	,836				
<b>FAKTÖR 2: YAPISAL YER</b>		2,86	14,57	2,33	,658
Tatil yapmayı düşündüğüm yerin hava şartları elverişli değildir	,748				
Tatil yapmayı düşündüğüm yerin trafiği çok yoğundur	,704				
Tatil yapmayı düşündüğüm yer, bulunduğum yere çok uzaktır	,663				
Yakınlarımda tatil yapabileceğim bir yer yok	,651				
<b>FAKTÖR 3: KİŞİLERARASI NEDENLER</b>		3,08	9,21	1,47	,552
Ailem veya arkadaşlarımda tatil yapma kültürü yoktur	,746				
Tatil yapacağım yerde kalabileceğim bir akrabam/arkadaş yok	,681				
Kendi başıma tatil yapmak eğlenceli değil	,569				
Tatile birlikte çıkabileceğim birisi yok	,537				
<b>FAKTÖR 4: KİŞİSEL NEDENLER</b>		2,63	7,58	1,21	,513
Sağlık durumun tatil yapmama engeldir	,777				
Tatile çıkmayı düşündüğüm yere karayoluyla gidemem	,699				
Tatile çıkmak yüksek riskli bir faaliyettir	,516				
<b>FAKTÖR 5: YAPISAL ZAMAN</b>		3,95	6,99	1,12	,478
Tatil yapacak zamanım yok	,835				
Ailevi sorumluluklar tatile çıkmamı engeller	,758				

KMO = ,725 ; Bartlett's Küresellik Testi= 1976,867 (p= ,000)

İlk olarak, verilerin faktör analizi için uygun olup olmadığını test etmek için KMO (Kaiser\_Meyer\_Olkin) analizinden faydalanılmış ve değer ,725 olarak bulunmuştur. Bu değer, örneklem sayısının yeterliliğini göstermektedir. Faktör analizinin ön şartlarından olan maddeler arasında anlamlı ilişkilerin varlığı olup, bu husus Bartlett Küresellik Testi sonucunda ortaya konmuştur (p = 0,000). Anket katılımcılarının tatil kısıtlayıcılarını belirlemek için kullanılan 19 madde faktör analizine dâhil edilmiştir. Eşkökenliliği (communality) ,50'nin altında olan 3 maddenin elenmesi sonucu toplam varyansın % 56,76'sını açıklayan ve özdeğeri 1'in üstünde olan beş faktör elde edilmiştir.

Birinci faktör toplam varyansın % 18,42'sini açıklamakta olup, "Yapısal Maliyet" olarak isimlendirilen 3 madde ile temsil edilmektedir. Bu maddeler; "Yapmayı düşündüğüm tatil çok pahalıdır", "Tatil yapmak çok pahalıdır" ve "Tatil yapacak maddi imkânım yok"

şeklindedir. “Yapısal Yer” olarak isimlendirilen ikinci faktör toplam varyansın % 14,57’sini açıklamakta olup, 4 maddeden oluşmuştur. Bu faktörü oluşturan maddeler; “Tatil yapmayı düşündüğüm yerin hava şartları elverişli değildir”, “Tatil yapmayı düşündüğüm yerin trafiği çok yoğundur”, “Tatil yapmayı düşündüğüm yer, bulunduğum yere çok uzaktır” ve “Yakınlarımda tatil yapabileceğim bir yer yok” maddelerinden oluşmaktadır. Üçüncü faktör “Kişilerarası Nedenler” olarak isimlendirilen beş maddeden oluşmuştur. Toplam varyansın % 9,21’i açıklanmaktadır. “Ailem veya arkadaşlarımda tatil yapma kültürü yoktur”, “Tatil yapacağım yerde kalabileceğim bir akrabam/arkadaş yok”, “Kendi başıma tatil yapmak eğlenceli değil” ve “Tatile birlikte çıkabileceğim birisi yok” maddeleri bu faktörü oluşturan ifadelerdir. Toplam varyansın % 7,58’ini açıklayan dördüncü faktör 3 maddeden oluşmuş ve “Kişisel Nedenler” olarak isimlendirilmiştir. Bu faktörü oluşturan maddeler; “Sağlık durumun tatil yapmama engeldir”, “Tatile çıkmayı düşündüğüm yere karayoluyla gidemem” ve “Tatile çıkmak yüksek riskli bir faaliyettir” şeklindedir. Son faktör ise toplam varyansın % 6,99’unu açıklamakta olup, “Yapısal Zaman” olarak isimlendirilmiştir. Bu faktör “Tatil yapacak zamanım yok” ve “Ailevi sorumluluklar tatile çıkmamı engeller” maddeleri ile temsil edilmektedir.

Elde edilen faktörlere güvenilirlik analizi uygulanmış ve her faktör için güvenilirlik değeri (Cronbach alfa katsayısı) bulunmuştur (Yapısal Maliyet: ,836; Yapısal Yer: ,658; Kişilerarası Nedenler: ,552; Kişisel Nedenler: ,513 ve Yapısal Zaman: ,478). Her ne kadar yapısal zaman boyutunun güvenilirliği düşük çıkmış olsa da, değerler kabul edilebilir sınırlar içerisinde (Kalaycı, 2010: 405).

#### **4.5. Katılımcıların Tatil Tercihlerinin Karşılaştırılması**

Bu bölümde katılımcıların kültür yapıları ile tatil turizmi tercihleri arasında bir ilişkinin olup olmadığını belirlemek için İki Yönlü Ki-kare testi uygulanmıştır. Ki-kare testi ( $X^2$ ) iki sınıflamalı (kategorik) değişken arasında ilişki olup olmadığını incelemek için kullanılır (Kalaycı, 2010: 90). Başka bir ifadeyle iki sınıflamalı değişkenin düzeylerine (sıra sayısı x sütun sayısı) göre oluşan gözlemlenilen sayılarla/değerlerle, beklenen sayıların/değerlerin birbirlerinden anlamlı bir şekilde farklılık gösterip göstermediğini test eder. Ki-kare testinde; serbestlik derecesi 1 ( $df=1$ ) ise  $2 \times 2$ ’lik veya serbestlik derecesi 1’den büyük ( $df > 1$ ) ise  $A \times B$ ’lik çapraz tablo söz konusudur (Büyüköztürk, 2015: 158).  $2 \times 2$ ’lik Tabloda ( $df=1$ ) hücrelerin birinde beklenen değer 5’ten büyük olması gerekir. Serbestlik derecesinin 1’den büyük olduğu ( $df > 1$ ) durumda, beklenen değeri 5’in altında kalan hücre sayısı, çapraz tablodaki toplam hücre sayısının % 20’sini aşmamalıdır. Ki-kare testinde



değişkenler arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını ortaya koymakla beraber, bu ilişkinin gücünü ya da derecesi de tespit edilebilir. Eğer  $df = 1$  ( $2 \times 2$ 'lik bir durumda) ise ilişkinin gücü  $F_i$  ( $\Phi$ ) sayısı ile, bunun dışındaki durumlarda durumsallık (contingency) katsayısı ile hesaplanır.  $F_i$  katsayısı  $2 \times 2$ 'lik tablolarda Pearson korelasyon katsayısına eşittir ve  $-1$  ile  $+1$  arası değer alabilir. Durumsallık katsayısı, ki-kare test sonucuna bağlı olan ilişkinin derecesinin bir ölçüsüdür ve  $0$  ile  $1$  arasında değer alır. Sıfır değeri satır ve sütunlar arası hiç ilişkinin olmadığı,  $1$ 'e yakınlığı da yüksek derecede ilişkinin olduğunu gösterir (Can, 2013: 324).

Tatil turizmi tercihleri kapsamında katılımcıların en son katıldıkları tatil ile 2015 yılında planladıkları tatil ele alınmıştır. Dolayısıyla her iki ölçüm için ayrı ayrı iki yönlü ki-kare testi yapılmış ve sonuçlar değerlendirilmiştir. Kültür yapılarına bağlı olarak katılımcıların son iki yıl içinde tatile çıkma durumları arasında bir ilişkinin veya farklılığın olup olmadığına yönelik yapılan Ki-kare test sonuçlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Analiz sonuçları Tablo 4.16'da gösterilmiştir.

**Tablo 4.16. Son 2 Yılda Tatil Turizmine Katılım**

Kültür Yapısı		Tatil Yaptım	Tatil Yapmadım	Toplam
Tek Kültürlü	n	779	525	1304
	%	59,7	40,3	100
Çift Kültürlü	n	348	95	443
	%	78,6	21,4	100
<b>Toplam</b>	n	1127	620	1747
	%	64,5	35,5	100

$X^2=51,135$ ;  $df= 1$ ;  $\Phi= ,171$ ;  $p< 0,01$

Tablo 4.16 incelendiğinde tek kültürlülerin yaklaşık % 60'ının son iki yıl içerisinde tatile çıktıklarını; % 40'ının tatile çıkmadığını, çift kültürlülerin yaklaşık % 79'unun son iki yıl içinde tatile çıktıkları; % 21'inin ise çıkmadığını göstermektedir. Diğer taraftan  $F_i$  ( $\Phi=,171$ ) değeri kültür yapıları ile son iki yıl içinde tatile katılım arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişkinin olduğunu göstermektedir.

Kültür yapılarına bağlı olarak katılımcıların 2015 yılında tatile katılma planları arasında ilişkinin olup olmadığına yönelik yapılan Ki-kare test sonuçlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Sonuçlar Tablo 4.17'de gösterilmiştir.

**Tablo 4.17. 2015 Yılında Tatil Turizmine Katılma Planları**

Kültür Yapısı		Tatil Yapacağım	Tatil Yapmayacağım	Toplam
Tek Kültürlü	n	787	521	1308
	%	60,2	39,8	100
Çift Kültürlü	n	301	143	444
	%	67,8	32,2	100
<b>Toplam</b>	n	1088	664	1752
	%	62,1	37,9	100

$X^2=8,188$ ;  $df= 1$ ;  $\phi= ,068$ ;  $p< 0,05$

Tablo 4.17 incelendiğinde tek kültürlü yapıdaki bireylerin % 60'ının 2015 yılında tatile çıkacakları % 40'ının ise tatile çıkmayacağı görülmektedir. Bu bulgular tek kültürlülerin son katıldıkları tatil deneyimlerindeki bulgular (Tablo 4.16) ile benzerdir. Çift kültürlü yapıdaki bireylerin % 67,8'inin 2015 yılında tatile katılmayı planladığı, % 32,2'sinin ise katılmayı düşünmedikleri görülmektedir. 0,068 Fi değeri, kültür yapıları ile 2015 yılında tatile katılım planları arasında çok zayıf da olsa doğru yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Tablo 4.17'deki bulgular, çift kültürlü yapının son tatil deneyimleri ile karşılaştırıldığında (Tablo 4.16) tatil yapma oranlarında bir düşüş olduğunu; ancak çift kültürlülerin tek kültürlülere göre daha fazla tatile katılma eğiliminde olduklarını göstermektedir.

Kültür yapılarına bağlı olarak son iki yıl içinde tatile çıkma sayıları arasında ilişkinin olup olmadığına yönelik yapılan Ki-kare test sonuçlarına göre değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuş ve Tablo 4.18'de gösterilmiştir.

**Tablo 4.18. Son 2 Yılda Tatil Turizmine Katılma Sayısı**

Kültür Yapısı		1 Defa	2 Defa	3 Defa	4 Defa	5 ve üstü	Toplam
Tek Kültürlü	n	227	295	84	94	86	786
	%	28,9	37,5	10,7	12	10,9	100
Çift Kültürlü	n	126	156	29	20	13	344
	%	36,6	45,3	8,4	5,8	3,8	100
<b>Toplam</b>	n	353	451	113	114	99	1130
	%	31,2	39,9	10	10,1	8,8	100

$X^2=32,448$ ;  $df= 4$ ; Durumsallık katsayısı= ,167;  $p< 0,01$

Tablo 4.18 incelendiğinde son iki yılda 1 defa (% 36,6) ve 2 defa (% 45,3) tatile çıkma konusunda çift kültürlü yapının ön planda olduğu görülmektedir. 3 ve daha fazla (3 defa= %10,7; 4 defa= %12; 5 ve üstü= %10,9) tatile katılım sayılarında ise küçük bir oranda da olsa tek kültürlü yapının ön planda olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak bakıldığında çift kültürlü yapının daha çok tatile katıldığı söylenebilir. Durumsallık (,167) değeri, kültür yapıları ile son iki yıl içinde tatile çıkma sayısı arasında zayıf da olsa doğru yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların kültür yapıları ile son iki yıl içinde katıldıkları tatil sayısı arasındaki ilişki Ki-kare test ile incelenmiş, sonuçlar Tablo 4.19'da gösterilmiştir.

**Tablo 4.19. Ziyaret Edilen Destinasyon Bölgesini Tekrar Ziyaret Etme Durumu**

Kültür Yapısı		Evet	Hayır	Toplam
Tek Kültürlü	n	629	289	918
	%	68,5	31,5	100
Çift Kültürlü	n	324	100	424
	%	76,4	23,6	100
<b>Toplam</b>	n	953	389	1342
	%	71	29	100

$X^2=8,786$ ;  $df= 1$ ;  $\phi= ,081$ ;  $p< 0,05$

Tablo 4.19 incelendiğinde her iki kültür yapısındaki katılımcıların tatil için tercih ettikleri destinasyonu daha önce ziyaret ettikleri görülmektedir.  $F_i$  ( $\phi=,081$ ) değeri de, kültür yapıları ile son iki yıl içinde tatil için gidilen destinasyon arasında zayıf da olsa doğru yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların kültür yapıları ile 2015 yılında planladıkları tatil için gitmeyi düşündükleri destinasyonu daha önce ziyaret etme durumları arasında ilişki vardır. Yapılan Ki-kare test sonuçları Tablo 4.20’de gösterilmiştir.

**Tablo 4.20. Ziyaret Edilen Destinasyon Bölgesini Tekrar Ziyaret Etme Niyeti**

Kültür Yapısı		Evet	Hayır	Toplam
Tek Kültürlü	n	438	335	773
	%	56,7	43,3	100
Çift Kültürlü	n	195	94	289
	%	67,5	32,5	100
<b>Toplam</b>	n	633	429	1062
	%	59,6	40,4	100

$X^2=10,212$ ;  $df= 1$ ;  $\phi= ,098$ ;  $p< 0,01$

Tablo 4.20 incelendiğinde her iki kültür yapısındaki katılımcıların çoğunluğunun tatil için tercih ettikleri destinasyonu daha önce ziyaret ettikleri görülmektedir. Bu bulgu Ross (1993) çalışmasını da desteklemektedir.  $F_i$  ( $\phi=,098$ ) değeri, kültür yapıları ile 2015 yılında planlanan tatilde tercih edilen destinasyon arasında zayıf da olsa doğru yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Her iki kültür yapısı karşılaştırıldığında ise çift kültürlü yapıdaki katılımcıların tek kültürlü yapıdaki katılımcılara göre gidilen/planlanan destinasyona tekrar gitme eğilimlerinin yüksek olduğu söylenebilir.

Katılımcıların kültür yapıları ile son iki yıl içinde katıldıkları tatil turizmine kimlerle gittikleri arasında ilişkinin olup olmadığına yönelik yapılan Ki-kare test sonuçlarına göre değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuş ve Tablo 4.21’de gösterilmiştir.

**Tablo 4.21. Son Yapılan Tatil Seyahatine Kimlerle Gidildiği Durumları**

<b>Kültür Yapısı</b>		<b>Yalnız</b>	<b>Aile Üyeleri</b>	<b>Arkadaş</b>	<b>Toplam</b>
Tek Kültürlü	n	68	644	209	921
	%	7,4	69,9	22,7	100
Çift Kültürlü	n	19	337	73	429
	%	4,4	78,6	17	100
<b>Toplam</b>	n	87	981	282	1350
	%	6,4	72,7	20,9	100

$X^2=11,479$ ;  $df= 2$ ; Durumsallık katsayısı= ,092  $p< 0,05$

Tablo 4.21 incelendiğinde, tek ve çift kültürlü katılımcıların son katıldıkları tatile aile üyeleri ile gittikleri görülmektedir. Bu bulgu Bir (1999) ve Andriotis vd.'nin (2007) çalışmalarını desteklemektedir. Durumsallık (,092) değeri de, kültür yapıları ile en son yapılan tatil turizmüne kimlerle gidildiği durumu arasında zayıf da olsa doğru yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Genel olarak bireysel olarak yapılan tatillerin az sayıda olduğu söylenebilir.

Katılımcıların kültür yapıları ile 2015 yılında planladıkları tatile kimlerle gitmeyi düşündükleri arasında bir ilişkinin olup olmadığına yönelik yapılan Ki-kare test sonuçlarına göre değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunamamıştır (Tablo 4.22).

**Tablo 4.22. 2015 Yılında Tatil Turizmüne Kimlerle Gidileceği Planları**

<b>Kültür Yapısı</b>		<b>Yalnız</b>	<b>Aile Üyeleri</b>	<b>Arkadaş</b>	<b>Toplam</b>
Tek Kültürlü	n	58	528	199	785
	%	7,4	67,3	25,4	100
Çift Kültürlü	n	23	220	58	301
	%	7,6	73,1	19,3	100
<b>Toplam</b>	n	81	748	257	1086
	%	7,5	68,9	23,7	100

$X^2=4,492$ ;  $df= 2$ ; Durumsallık katsayısı= ,064 ;  $p= ,106$

Katılımcıların kültür yapılarına göre son iki yıl içinde katıldıkları ve 2015 yılında katılmayı planladıkları tatil için hangi bilgi kaynaklarından faydalandıklarını belirlemek amacıyla yapılan analiz sonuçları Tablo 4.23 ve Tablo 4.24'de gösterilmiştir.

**Tablo 4.23. Son 2 Yılda Yapılan Tatil Seyahatinde Tercih Edilen Bilgi Kaynakları**

Bilgi Kaynakları		Tek Kültürlü	Çift Kültürlü
Arkadaş Tavsiyesi	n	653	192
	%	70,7	44,7
TV, Radyo, Gazete İlanı	n	41	26
	%	4,4	6
İşletmelerin Web Sayfası	n	163	65
	%	17,7	15,1
Online Yorumlar	n	120	78
	%	13	18,1
Seyahat ve Rehber Kitaplar	n	29	14
	%	3,1	3,3
Acente Satış Elemanı	n	36	36
	%	3,9	8,4
Acente Katalog ve Broşür	n	46	21
	%	3,5	4,9

**Tablo 4.24. Planlanan Tatil Turizmi İçin Tercih Edilen Bilgi Kaynakları**

Bilgi Kaynakları		Tek Kültürlü	Çift Kültürlü
Arkadaş Tavsiyesi	n	554	141
	%	70,4	46,8
TV, Radyo, Gazete İlanı	n	53	23
	%	6,7	7,6
İşletmelerin Web Sayfası	n	179	70
	%	22,7	23,3
Online Yorumlar	n	151	84
	%	19,2	27,9
Seyahat ve Rehber Kitaplar	n	53	20
	%	6,7	6,6
Acente Satış Elemanı	n	35	23
	%	4,4	7,6
Acente Katalog ve Broşür	n	48	25
	%	6,1	8,3

Tablo 4.23 ve Tablo 4.24 incelendiğinde, literatürde ağızdan ağza iletişim olarak da nitelendirilen arkadaş veya tanıdık tavsiyesinin, tek kültürlü yapıdaki bireyleri çift kültürlü yapıdaki bireylere göre daha fazla etkilediği görülmektedir. Diğer taraftan son yıllarda etkisi ortaya koyulan ve literatürde elektronik ağızdan ağza iletişim olarak nitelendirilen online yorumlardan çift kültürlü yapıdaki katılımcıların, tek kültürlü yapıdaki katılımcılara kıyasla daha fazla faydalandıkları tespit edilmiştir. Diğer bilgi kaynaklarının (Gazete TV Reklamları, Seyahat ve Rehber Kitaplar, Acente Satış Elemanları, Acente Katalog ve Broşür) tatil tercihlerine fazla bir etkisinin olmadığı da ortaya koyulmuştur.

Katılımcıların kültür yapıları ile tatillerini ne kadar zaman önce satın aldıkları arasında bir ilişkinin olup olmadığına yönelik yapılan Ki-kare test sonuçlarına göre değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuş ve Tablo 4.25’de gösterilmiştir.

**Tablo 4.25. Son Yapılan Tatil Seyahatinin Ne Kadar Önce Satın Alındığı**

<b>Kültür Yapısı</b>		<b>1 Hafta</b>	<b>2 Hafta</b>	<b>3 Hafta</b>	<b>4 Hafta ve üstü</b>	<b>Toplam</b>
Tek Kültürlü	n	265	160	149	325	899
	%	29,5	17,8	16,6	36,2	100
Çift Kültürlü	n	19	24	23	339	405
	%	4,7	5,9	5,7	83,7	100
<b>Toplam</b>	n	284	184	172	664	1304
	%	21,8	14,1	13,2	50,9	100

$X^2=255,766$ ;  $df= 3$ ; Durumsallık katsayısı= ,405;  $p< 0,01$

Tablo 4.25 incelendiğinde çift kültürlü yapıdaki katılımcıların büyük bir çoğunluğunun (% 83,7) son yaptıkları tatil paketini 4 hafta ve üstü süre öncesinde satın aldıkları görülürken, tek kültürlü yapıdaki katılımcıların % 36,2'sinin 4 hafta ve üstü, % 29,5'inin 1 hafta önce satın alım yaptıkları tespit edilmiştir. Durumsallık (,405) değeri, kültür yapıları ile son tatil paketinin satın alınma süresi arasında orta düzeyde doğru yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların kültür yapıları ile 2015 yılında yapmayı planladıkları tatillerini ne zaman satın almayı düşündükleri arasında ilişkinin olup olmadığına yönelik yapılan Ki-kare test sonuçlarına göre değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuş ve Tablo 4.26'da gösterilmiştir.

**Tablo 4.26. Planlanan Tatil Turizminin Ne Zaman Satın Alınacağı**

<b>Kültür Yapısı</b>		<b>1 Hafta</b>	<b>2 Hafta</b>	<b>3 Hafta</b>	<b>4 Hafta ve üstü</b>	<b>Toplam</b>
Tek Kültürlü	n	200	138	112	313	763
	%	26,2	18,1	14,7	41	100
Çift Kültürlü	n	10	14	19	249	292
	%	3,4	4,8	6,5	85,3	100
<b>Toplam</b>	n	210	152	131	562	1055
	%	19,9	14,4	12,4	53,3	100

$X^2=169,977$ ;  $df= 3$ ; Durumsallık katsayısı= ,373;  $p< 0,01$

Tablo 4.26 incelendiğinde çift kültürlü yapıdaki katılımcıların büyük bir çoğunluğunun (% 85,3) 2015 yılında planladıkları tatil paketini 4 hafta ve üstü süre öncesinde satın almayı düşündüklerini ortaya koyulurken, tek kültürlü yapıdaki katılımcıların % 41'inin 4 hafta ve üstü, % 26'sının 1 hafta öncesinde satın almayı düşündükleri tespit edilmiştir. Durumsallık (,373) değeri de, kültür yapıları ile 2015 yılında planlanan tatilin ne kadar zaman önce satın alınacağı arasında orta düzeyde doğru yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Genel olarak bakıldığında çift kültürlülerin erken rezervasyona yüksek bir ilgi gösterdikleri söylenebilir.

Katılımcıların kültür yapıları ile son katıldıkları tatil turizminde ne tarz bir yerde konakladıkları arasında ilişkinin olup olmadığına yönelik yapılan Ki-kare test sonuçlarına

göre değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuş ve Tablo 4.27’de gösterilmiştir.

**Tablo 4.27. Son Yapılan Tatil Seyahatinde Konaklanan Tesis Türü**

Kültür Yapısı		5 veya 4 Yıldızlı Otel	3 veya 2 Yıldızlı Otel	2 Yıldızlıdan Az Otel veya Pansiyon	Kamping Yeri	Kiralık Apart	Arkadaş veya Aile Evi	Kendi Yazlığımız	Toplam
Tek Kültürlü	n	301	99	52	46	92	299	33	922
	%	32,6	10,7	5,6	5	10	32,4	3,6	100
Çift Kültürlü	n	128	29	13	11	25	174	49	429
	%	29,8	6,8	3	2,6	5,8	40,6	11,4	100
<b>Toplam</b>	n	429	128	65	57	117	473	82	1351
	%	31,8	9,5	4,8	4,2	8,7	35	6,1	100

$X^2=54,863$ ;  $df=6$ ; Durumsallık katsayısı= ,198;  $p<0,01$

Tablo 4.27 incelendiğinde, son katıldıkları tatilde çift kültürlü yapıdaki katılımcıların konaklamalarını çoğunlukla arkadaş veya aile evlerinde yaptıkları, tek kültürlü yapıdaki katılımcıların arkadaş veya aile evinin yanı sıra 5 veya 4 yıldızlı otelleri tercih ettikleri görülmektedir. Bunun çift kültürlü yapıdaki bireylerin tatillerini özlem duydukları aile ve akrabalarının yanında geçirmeyi tercih etmelerinden kaynaklandığı tahmin edilebilir. Diğer taraftan çift kültürlü bireylerin 2 yıldızlıdan az otel veya pansiyon türü ile kamping yerlerine çok az ilgi gösterdikleri tespit edilmiştir. Durumsallık (,198) değeri, kültür yapıları ile en son yapılan tatilde konaklanılan tesisi türü arasında zayıf da olsa doğru yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların kültür yapıları ile 2015 yılında planladıkları tatilde ne tarz bir konaklama tesisinde konaklayacakları arasında ilişkinin olup olmadığına yönelik yapılan Ki-kare test sonuçlarına göre değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuş ve Tablo 4.28’de gösterilmiştir.

**Tablo 4.28. 2015 Yılında Planlanan Tatil Turizminde Konaklanılacak Tesis Türü**

Kültür Yapısı		5 veya 4 Yıldızlı Otel	3 veya 2 Yıldızlı Otel	2 Yıldızlıdan Az Otel veya Pansiyon	Kamping Yeri	Kiralık Apart	Arkadaş veya Aile Evi	Kendi Yazlığımız	Toplam
Tek Kültürlü	n	304	94	55	42	92	183	17	787
	%	38,6	11,9	7	5,3	11,7	23,3	2,2	100
Çift Kültürlü	n	120	18	12	4	16	95	36	301
	%	39,9	6	4	1,3	5,3	31,6	12	100
<b>Toplam</b>	n	424	112	67	46	108	278	53	1088
	%	39	10,3	6,2	4,2	9,9	25,6	4,9	100

$X^2=76,787$ ;  $df=6$ ; Durumsallık katsayısı= ,257;  $p<0,01$

Tablo 4.28 incelendiğinde, 2015 yılında planlanan tatile göre hem tek kültürlü hem de çift kültürlü yapıdaki katılımcıların sırasıyla; 5 veya 4 yıldızlı otel işletmeleri ile arkadaş veya aile evlerini tercih ettikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların son katıldıkları tatil ile kıyaslandığında (Tablo 4.27) çift kültürlü yapıdaki bireylerin farklı davranış gösterdiği görülmektedir. Buna göre son yapılan tatilde daha çok aile veya akraba evi tercih edilirken, 2015 yılında planlanan tatilde 5 veya 4 yıldızlı otel işletmelerinin tercih edileceği tespit edilmiştir. Bu bulgu Andriotis vd.'nin (2007) çalışma sonuçları ile paralellik göstermekle beraber, Bir (1999)'in çalışmasını (katılımcıların daha çok 3 yıldızlı otelleri tercih ettikleri) desteklememektedir. Diğer taraftan son yapılan tatile paralel olarak çift kültürlü yapıdaki katılımcıların çok az bir kısmının 3 veya 2 yıldızlı otel işletmelerini (% 6), 2 yıldızlıdan az otel veya pansiyon işletmelerini (% 4), kamping yerlerini (% 1,3) ve kiralık apartları (% 5,3) tercih ettikleri de ortaya koyulmuştur. Durumsallık (,257) değeri, kültür yapıları ile 2015 yılında planlanan tatilde tercih edilen konaklama tesisi arasında zayıf da olsa doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların kültür yapıları ile son yaptıkları tatillerinde kaç gün konakladıkları arasında ilişkinin olup olmadığına yönelik yapılan Ki-kare test sonuçlarına göre değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuş ve Tablo 4.29'da gösterilmiştir.

**Tablo 4.29. Son Yapılan Tatil Seyahatinde Konaklama Süresi**

Kültür Yapısı		1-7 gün arası	8-14 gün arası	15-28 gün arası	29 gün ve üzeri	Toplam
Tek Kültürlü	n	620	175	96	30	921
	%	67,3	19	10,4	3,3	100
Çift Kültürlü	n	88	129	133	78	428
	%	20,6	30,1	31,1	18,2	100
<b>Toplam</b>	n	708	304	229	108	1349
	%	52,5	22,5	17	8	100

$\chi^2=292,984$ ;  $df=3$ ; Durumsallık katsayısı= ,422;  $p<0,01$

Tablo 4.29 incelendiğinde tek kültürlü yapıdaki katılımcıların büyük bir çoğunluğunun (% 67,3) 1-7 gün arası, çift kültürlü yapıdaki katılımcıların ise (% 79,4) 8-28 gün arası konakladıkları görülmektedir. Durumsallık (,422) değeri de, kültür yapıları ile son yapılan tatilde konaklanılan gün sayısı arasında orta düzeyde doğru yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların kültür yapıları ile 2015 yılında planladıkları tatil turizminde kaç gün konaklayacakları arasında ilişkinin olup olmadığına yönelik yapılan Ki-kare test sonuçlarına göre değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuş ve Tablo 4.30'da gösterilmiştir.



**Tablo 4.30. Planlanan Tatil Turizminde Konaklama Süresi**

Kültür Yapısı		1-7 gün arası	8-14 gün arası	15-28 gün arası	29 gün ve üzeri	Toplam
Tek Kültürlü	n	490	180	83	27	780
	%	62,8	23,1	10,6	3,5	100
Çift Kültürlü	n	46	104	97	53	300
	%	15,3	34,7	32,3	17,7	100
<b>Toplam</b>	n	536	284	180	80	1080
	%	49,6	26,3	16,7	7,4	100

$X^2=229,709$ ;  $df= 3$ ; Durumsallık katsayısı= ,419;  $p< 0,01$

Tablo 4.30 incelendiğinde Tablo 4.29'daki bulgulara paralel şekilde tek kültürlü yapıdaki katılımcıların büyük bir çoğunluğu (% 62,8) 1-7 gün arası konaklama yaparken, çift kültürlü yapıdaki katılımcıların büyük çoğunluğunun (% 84,7) 8-28 gün arası konakladıkları görülmektedir. Tek kültürlü yapıya ait bulgular Andriotis vd.'nin (2007) çalışma sonuçları ile paralellik göstermesine rağmen, Bir (1999) ve Crask'ın (1981) çalışmalarını desteklememektedir. Durumsallık (,422) değeri de, kültür yapıları ile 2015 yılında planlanan tatilde konaklama süresi arasında orta düzeyde doğru yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Genel olarak bakıldığında çift kültürlü yapıdaki katılımcıların tek kültürlü katılımcılara kıyasla daha uzun süreli konaklama yaptıkları söylenebilir.

Katılımcıların kültür yapıları ile son seyahatlerinde ne tür bir tatili tercih ettikleri Ki-kare testi ile incelenmiş, elde edilen sonuçlar değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğunu göstermiştir. Sonuçlar Tablo 4.31'de gösterilmiştir.

**Tablo 4.31. Son Yapılan Tatil Seyahatinin Türü**

Kültür Yapısı		Deniz Kum Güneş	Kültürel Amaçlı	Aile veya Arkadaş Ziyareti	Dini Amaçlı	Sağlık Amaçlı	Diğer	Toplam
Tek Kültürlü	n	565	91	187	15	42	21	921
	%	61,3	9,9	20,3	1,6	4,6	2,3	100
Çift Kültürlü	n	146	48	197	9	10	20	430
	%	34	11,2	45,8	2,1	2,3	4,7	100
<b>Toplam</b>	n	711	139	384	24	52	41	1351
	%	52,6	10,3	28,4	1,8	3,8	3	100

$X^2=118,968$ ;  $df= 5$ ; Durumsallık katsayısı= ,284;  $p< 0,01$

Tablo 4.31 incelendiğinde tek kültürlü yapıdaki bireylerin büyük bir çoğunluğunun (% 61,3) deniz kum güneş amaçlı, çift kültürlü yapıdaki bireylerin çoğunluğunun (% 45,8) ise aile veya arkadaş ziyareti amaçlı seyahat ettikleri görülmektedir. Durumsallık (,284) değeri de, kültür yapıları ile son yapılan tatil turizminde ne tarz tesislerde konaklanıldığı arasında düşük seviyede doğrusal yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların kültür yapıları ile 2015 yılında planlanan tatil turizminde ne tür bir tatil yapacakları arasında ilişkinin olup olmadığına yönelik yapılan Ki-kare test sonuçlarına göre

değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuş ve Tablo 4.32’de gösterilmiştir.

**Tablo 4.32. Planlanan Tatil Seyahatinin Türü**

Kültür Yapısı		Deniz Kum Güneş	Kültürel Amaç	Aile veya Arkadaş Ziyareti	Dini Amaç	Sağlık Amaç	Diğer	Toplam
Tek Kültürlü	n	446	153	110	24	38	15	786
	%	56,7	19,5	14	3,1	4,8	1,9	100
Çift Kültürlü	n	138	38	112	2	2	9	301
	%	45,8	12,6	37,2	0,7	0,7	3	100
<b>Toplam</b>	n	584	191	222	26	40	24	1087
	%	53,7	17,6	20,4	2,4	3,7	2,2	100

$\chi^2=84,670$ ;  $df= 5$ ; Durumsallık katsayısı= ,269;  $p< 0,01$

Tablo 4.32 incelendiğinde hem tek kültürlü yapıdaki hem de çift kültürlü yapıdaki bireylerin çoğunluğu deniz kum güneş amaçlı tatil yapmaktadır. Diğer taraftan her iki kültür yapısında da kültür, dini ve sağlık amaçlı tatil ilgi görmemektedir. Ryan ve Huyton (2000) da çalışmalarında kültür turizmine yönelik tatil seyahatlerinin az olduğu sonucunu elde etmişlerdir. Durumsallık (,269) değeri de, kültür yapıları ile 2015 yılında planlanan tatil turizminde ne tarz yerde konaklayacakları durumu arasında zayıf da olsa doğru yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu arada diğer seçeneği içerisinde balayı, iş amaçlı, kayak, spor amaçlı tatil türleri yer almaktadır.

Katılımcıların kültür yapıları ile son katıldıkları tatil turizminde tercih ettikleri destinasyon ilişkisini ele alan Ki-kare test sonuçlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuş ve bunlar Tablo 4.33’de gösterilmiştir.

**Tablo 4.33. Son Yapılan Tatil Seyahatinde Tercih Edilen Destinasyon**

Kültür Yapısı		Akdeniz Bölgesi	Ege Bölgesi	Karadeniz	Marmara Bölgesi	Doğu ve G.Doğu Böl.	İç Anadolu Bölgesi	Yurtdışı	Toplam
Tek Kültürlü	n	494	182	20	59	23	72	63	913
	%	54,1	19,9	2,2	6,5	2,5	7,9	6,9	100
Çift Kültürlü	n	124	80	40	52	35	39	52	422
	%	29,4	19	9,5	12,3	8,3	9,2	12,3	100
<b>Toplam</b>	n	618	262	60	111	58	111	115	1335
	%	46,3	19,6	4,5	8,3	4,3	8,3	8,6	100

$\chi^2=116,915$ ;  $df= 6$ ; Durumsallık katsayısı= ,284;  $p< 0,01$

Tablo 4.33 incelendiğinde her iki kültür yapısındaki katılımcıların çoğunluğunun tatil seyahatlerinde Akdeniz Bölgesi’ni tercih ettikleri görülmektedir. Bunu Ege Bölgesi takip etmekte olup; en az tercih edilen bölgeler tek kültürlü yapıda Karadeniz, çift kültürlü yapıda Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi’dir. Tek kültürlülerin % 6,9’u seyahatlerinde yurt

dışını tercih ederken, bu oran çift kültürlü yapıda % 12,3'tür. Durumsallık (,284) değeri, kültür yapıları ile son yapılan tatil turizminde tercih edilen destinasyon arasında düşük düzeyde doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların kültür yapıları ile 2015 yılında planladıkları tatil turizminde hangi destinasyon bölgesini tercih edecekleri arasında ilişkinin olup olmadığına yönelik yapılan Ki-kare test sonuçlarına göre değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuş Tablo 4.34'de gösterilmiştir.

**Tablo 4.34. Planlanan Tatil Seyahatinde Tercih Edilen Destinasyon**

Kültür Yapısı		Akdeniz Bölgesi	Ege Bölgesi	Karadeniz	Marmara Bölgesi	Doğu ve G.Doğu Böl.	İç Anadolu Bölgesi	Yurtdışı	Toplam
Tek Kültürlü	n	303	217	44	52	22	52	80	770
	%	39,4	28,2	5,7	6,8	2,9	6,8	10,4	100
Çift Kültürlü	n	85	70	17	26	19	27	43	287
	%	29,6	24,4	5,9	9,1	6,6	9,4	15	100
<b>Toplam</b>	n	388	287	61	78	41	79	123	1057
	%	36,7	27,2	5,8	7,4	3,9	7,5	11,6	100

$X^2=116,915$ ;  $df=6$ ; Durumsallık katsayısı= ,141  $p<0,01$

Tablo 4.34 incelendiğinde Tablo 4.33'de bulgulara benzer şekilde her iki kültür yapısındaki katılımcıların Akdeniz Bölgesi'ni tatil amaçlı olarak tercih ettikleri, bunu Ege Bölgesi'nin takip ettiği görülmektedir. Karadeniz ile Doğu ve Güneydoğu Anadolu en az tercih edilen bölgeler olarak ortaya çıkmaktadır. Yurt dışını tercih etme oranları ise tek kültürlü yapıda % 10,4; çift kültürlü yapıda % 15'tir. Durumsallık (,141) değeri de, kültür yapıları ile 2015 yılında planlanan tatilde destinasyon tercihi arasında zayıf da olsa doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların kültür yapıları ile son yaptıkları tatil turizmine paket tur ile katılım durumları arasında ilişkinin olup olmadığına yönelik yapılan Ki-kare test sonuçlarına göre değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuş ve Tablo 4.35'de gösterilmiştir.

**Tablo 4.35. Son Yapılan Tatil Seyahatinde Paket Tur Tercihi**

Kültür Yapısı		Paket Turla	Paket Tursuz	Toplam
Tek Kültürlü	n	94	825	919
	%	10,2	89,8	100
Çift Kültürlü	n	77	350	427
	%	18	82	100
<b>Toplam</b>	n	171	1175	1346
	%	12,7	87,3	100

$X^2=16,011$ ;  $df=1$ ;  $\phi=,109$ ;  $p<0,05$

Tablo 4.35 incelendiğinde her iki kültür yapısındaki katılımcıların paket tur ile seyahati tercih etmedikleri görülmektedir. Gruplar karşılaştırıldığında çift kültürlü yapıdaki katılımcıların (% 18) tek kültürlü yapıdaki katılımcılara (% 10,2) göre paket turu daha fazla tercih ettikleri tespit edilmiştir.  $F_i (\emptyset=,109)$  değeri de, kültür yapıları ile son yaptıkları tatil turizmine paket tur ile katılım durumları arasında zayıf da olsa doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların kültür yapıları ile 2015 yılında planladıkları tatil seyahatine paket tur ile katılım eğilimleri arasındaki ilişkiyi ele alan Ki-kare test sonuçlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar vardır ve bunlar Tablo 4.36'da gösterilmiştir.

**Tablo 4.36. Planlanan Tatil Seyahatinde Paket Tur Tercihi**

Kültür Yapısı		Paket Turla	Paket Tursuz	Toplam
Tek Kültürlü	n	128	649	777
	%	16,5	83,5	100
Çift Kültürlü	n	68	230	298
	%	22,8	77,2	100
<b>Toplam</b>	n	196	879	1075
	%	18,2	81,8	100

$$X^2=5,817; \quad df= 1; \quad \emptyset= ,074; \quad p< 0,0$$

Tablo 4.36 incelendiğinde 2015 yılında planlanan tatil turizminde, her iki kültür yapısındaki katılımcıların paket turu tercih etmeyi düşünmedikleri görülmektedir. Kültür yapıları karşılaştırıldığında, çift kültürlü yapıdaki katılımcıların (% 22,8) tek kültürlü yapıdaki katılımcılara (% 16,5) göre paket turu daha fazla tercih ettikleri tespit edilmiştir.  $F_i (\emptyset=,074)$  değeri de, kültür yapıları ile 2015 yılında planladıkları tatil turizmine paket tur ile katılım durumları arasında zayıf da olsa doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların son katıldıkları tatil turizmi için ne kadar harcama yaptıklarının belirlenmesine yönelik analiz sonuçları Tablo 4.37'de gösterilmiştir.

**Tablo 4.37. Son Yapılan Tatilde Yapılan Harcamaların Dağılımı**

Tek Kültürlü			Çift Kültürlü		
Miktar	n	%	Miktar	n	%
500 TL ve altı	160	17,3	250 € ve altı	3	0,7
500-1000 TL	263	28,4	251-500 €	31	7,2
1001-1500 TL	178	19,2	501-750 €	53	12,4
1501-2000 TL	102	11	751-1000 €	43	10
2001-2500 TL	55	5,9	1001-1250 €	31	7,2
2501-3000 TL	58	6,3	1251-1500 €	37	8,6
3001-3500 TL	44	4,8	1501-2000 €	81	18,9
3501 TL ve üzeri	65	7	2001 € ve üzeri	149	34,8
<b>Toplam</b>	<b>925</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>428</b>	<b>100</b>

Tablo 4.37 incelendiğinde her iki kültür yapısında tatil turizmi için yapılan harcamalarda farklılıklar görülmektedir. Buna göre çift kültürlü yapıdaki katılımcıların büyük çoğunluğunun (% 53,7) toplam harcaması 1501 € ve üzerindeyken (yaklaşık 5000 TL ve üzeri), tek kültürlü yapıdaki bireylerin büyük çoğunluğunun (% 75,9) toplam harcaması 1500 TL ve altında kalmıştır.

Katılımcıların 2015 yılında planladıkları tatil turizmi için ne kadar bütçe ayırdıklarının belirlenmesine yönelik yapılan frekans analizi sonuçları Tablo 4.38’de gösterilmiştir.

**Tablo 4.38. Planlanan Tatile Ayrılan Bütçenin Dağılımı**

Tek Kültürlü			Çift Kültürlü		
Miktar	n	%	Miktar	n	%
500 TL ve altı	75	9,5	250 € ve altı	1	0,3
500-1000 TL	200	25,4	251-500 €	11	3,7
1001-1500 TL	154	19,6	501-750 €	25	8,3
1501-2000 TL	95	12,1	751-1000 €	23	7,7
2001-2500 TL	58	7,4	1001-1250 €	21	7
2501-3000 TL	54	6,9	1251-1500 €	35	11,7
3001-3500 TL	71	9	1501-2000 €	57	19
3501 TL ve üzeri	80	10,2	2001 € ve üzeri	127	42,3
Toplam	787	100	Toplam	300	100

Tablo 4.38 incelendiğinde Tablo 4-29a’daki bulgulara benzer şekilde her iki kültür yapısında da 2015 yılında planlanan tatil turizmi için ayrılan bütçede farklılıklar görülmektedir. Buna göre çift kültürlü yapıdaki katılımcıların % 73’ü 1251 € ve üstü (yaklaşık 4250 TL ve üzeri) bütçe ayırmayı düşünürken, tek kültürlü yapıdaki bireylerin % 66,6’sının ayırmayı düşündüğü bütçe 1500 TL ve altıdır.

Çalışmanın birinci sorusu olan katılımcıların kültür yapıları ile tatil tercihleri arasındaki ilişkiler incelendiğinde; genel olarak çift kültürlülerin tatil turizmine katılım, katılım sayısı, aynı destinasyon bölgesini tekrar ziyaret etme, konaklanılan gün sayısı ve ayrılan bütçe bakımından daha olumlu bir eğilime sahip oldukları tespit edilmiştir. Dolayısıyla tatil turizmi tercihleri üzerinde çift kültürlülüğün bir etkisi olduğu söylenebilir.

#### **4.6. Katılımcıların Tatil Turizmi Kısıtlayıcılarının Karşılaştırılması**

Katılımcıların tatil turizmine katılımlarını engelleyen veya sınırlayan kısıtlayıcılar ve çift kültürlülüğün kısıtlayıcılar üzerindeki etkileri de çalışmanın amaçlarından biridir. Bu maksatla tek ve çift kültürlülüğe sahip katılımcıların tatil turizmine katılım kısıtlayıcılarını ölçmek için kullanılan maddelere ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 4.39 ve Tablo 4.40’da gösterilmiştir.

**Tablo 4.39. Kısıtlayıcılara Ait Tanımlayıcı İstatistikler (Tek Kültürlü)**

İfade	n	Ort.*	S.S.	Varyans
S-1 Tatile çıkacak zamanım yok	521	4,36	2,375	5,643
S-2 Ailevi sorumluluklar tatile çıkmama engeldir	520	3,83	2,323	5,400
S-3 Tatil yapmak çok pahalıdır	521	<b>5,01</b>	2,054	4,223
S-4 Yapmayı düşündüğüm tatil çok pahalıdır	520	<b>4,93</b>	2,034	4,138
S-5 Tatil yapacak maddi imkânım yok	521	<b>4,79</b>	2,101	4,416
S-6 Tatil yapabileceğim yer hakkında herhangi bir bilgim yok	519	3,50	2,166	4,694
S-7 Yakınlarımda tatil yapabileceğim bir yer yok	518	2,92	2,077	4,316
S-8 Tatil yapmayı düşündüğüm yerin hava şartları elverişli değildir	521	2,32	1,716	2,948
S-9 Tatil yapmayı düşündüğüm yerin trafiği çok yoğunur	519	2,84	1,917	3,675
S-10 Tatil yapmayı düşündüğüm yer, bulunduğum yere çok uzaktır	521	2,97	2,117	4,484
S-11 Tatile çıkabileceğim birisi yok	520	<b>2,07</b>	1,845	3,405
S-12 Ailem veya arkadaşlarımda tatil yapma kültürü yoktur	521	3,26	2,291	5,253
S-13 Kendi başıma tatil yapmak eğlenceli değil	521	4,11	2,496	6,233
S-14Tatil yapacağım yerde kalabileceğim bir akrabam/arkadaşım yok	520	3,17	2,236	5,001
S-15 Tatile çıkmak çok yüksek riskli bir faaliyettir	520	3,17	2,227	4,960
S-16 Tatile çıkmayı düşündüğüm yerdeki aktivitelere ilgi duymuyorum	521	2,92	2,030	4,122
S-17 Tatile çıkmakla ilgilenmiyorum	520	3,03	2,134	4,558
S-18 Tatile çıkmayı düşündüğüm yere karayolu ile gidemem	521	<b>2,21</b>	1,803	3,251
S-19 Sağlık durumum tatil yapmama engeldir.	520	<b>2,25</b>	2,007	4,030

\*1= Kesinlikle Katılmıyorum ..... 7= Kesinlikle Katılıyorum

**Tablo 4.40. Kısıtlayıcılara Ait Tanımlayıcı İstatistikler (Çift Kültürlü)**

İfade	n	Ort.*	S.S.	Varyans
S-1 Tatile çıkacak zamanım yok	143	3,20	2,352	5,535
S-2 Ailevi sorumluluklar tatile çıkmama engeldir	143	3,58	2,298	5,285
S-3 Tatil yapmak çok pahalıdır	143	<b>4,79</b>	2,032	4,132
S-4 Yapmayı düşündüğüm tatil çok pahalıdır	143	<b>4,47</b>	2,013	4,055
S-5 Tatil yapacak maddi imkânım yok	143	3,85	2,120	4,498
S-6 Tatil yapabileceğim yer hakkında herhangi bir bilgim yok	142	2,73	2,143	4,597
S-7 Yakınlarımda tatil yapabileceğim bir yer yok	143	2,81	2,070	4,288
S-8 Tatil yapmayı düşündüğüm yerin hava şartları elverişli değildir	143	2,44	1,724	2,974
S-9 Tatil yapmayı düşündüğüm yerin trafiği çok yoğunur	143	3,28	1,918	3,680
S-10 Tatil yapmayı düşündüğüm yer, bulunduğum yere çok uzaktır	143	<b>4,18</b>	2,205	4,864
S-11 Tatile çıkabileceğim birisi yok	143	<b>2,10</b>	1,811	3,282
S-12 Ailem veya arkadaşlarımda tatil yapma kültürü yoktur	143	<b>1,97</b>	2,220	4,932
S-13 Kendi başıma tatil yapmak eğlenceli değil	143	4,04	2,459	6,047
S-14Tatil yapacağım yerde kalabileceğim bir akrabam/arkadaşım yok	143	3,02	2,216	4,912
S-15 Tatile çıkmak çok yüksek riskli bir faaliyettir	143	2,86	2,151	4,630
S-16 Tatile çıkmayı düşündüğüm yerdeki aktivitelere ilgi duymuyorum	141	2,70	1,983	3,934
S-17 Tatile çıkmakla ilgilenmiyorum	143	<b>2,43</b>	2,072	4,295
S-18 Tatile çıkmayı düşündüğüm yere karayolu ile gidemem	143	3,18	1,948	3,795
S-19 Sağlık durumum tatil yapmama engeldir.	143	2,74	2,051	4,211

\*1= Kesinlikle Katılmıyorum ..... 7= Kesinlikle Katılıyorum

Tek ve çift kültürlülüğe sahip katılımcıların tatil turizmine katılım kısıtlayıcılarının boyut yapısı Tablo 4.15’de belirtildiği gibi Yapısal Maliyet, Yapısal Yer, Kişilerarası, Kişisel ve Yapısal Zaman olarak tespit edilmiştir. Elde edilen bu faktörler, Crawford ve Godbey (1987)’in ortaya koymuş olduğu “boş zaman kısıtlar modeli”ni kısmen desteklemektedir. Kavramsal modeldeki Yapısal Boyut, bu çalışmada Yapısal Maliyet, Yapısal Yer ve Yapısal Zaman olmak üzere üç alt boyut olarak ortaya koyulmuştur. Bu bulgu Nyaupane ve Andreck (2007)’in seyahat kısıtlayıcıları üzerinde yaptığı çalışma sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

Kültür yapılarına bağlı olarak 2015 yılında tatil turizmine katılmayacak katılımcıların başlıca kısıtlayıcıları ve aralarındaki farklılıklar incelenmiştir. Bu maksatla yapılan t testi analizlerine göre hazırlanan Tablo 4.41’de maddelere yönelik karşılaştırma sonuçları, Tablo 4.42’de ise faktör boyutlarına yönelik karşılaştırma sonuçları verilmiştir.

**Tablo 4.41. Kısıtlayıcılara Ait İfade Ortalamalarının Kültür Yapılarına Göre Farklılığı**

İfadeler	Tek Kültürlü		Çift Kültürlü		t	p
	Ort.	S.S	Ort.	S.S		
S1	4,36	2,375	3,20	2,029	-5,816	,000**
S2	3,83	2,323	3,58	2,202	-1,189	,235
S3	5,01	2,054	4,79	1,945	-1,194	,233
S4	4,93	2,034	4,47	1,901	-2,403	,017*
S5	4,79	2,101	3,85	2,031	-4,883	,000**
S6	3,50	2,166	2,73	1,949	-4,072	,000**
S7	2,92	2,077	2,81	2,077	-,554	,580
S8	2,32	1,716	2,44	1,754	,690	,491
S9	2,84	1,917	3,28	1,890	2,442	,015*
S10	2,97	2,117	4,18	2,266	5,728	,000**
S11	2,07	1,845	2,10	1,689	,186	,853
S12	3,26	2,291	1,97	1,576	-7,759	,000**
S13	4,11	2,49	4,04	2,325	-,328	,743
S14	3,17	2,236	3,02	2,145	-,684	,494
S15	3,17	2,227	2,86	1,837	-1,751	,081
S16	2,92	2,030	2,70	1,795	-1,195	,232
S17	3,03	2,134	2,43	1,754	-3,453	,001*
S18	2,21	1,803	3,18	2,248	4,794	,000**
S19	2,25	2,007	2,74	2,170	2,432	,016*

\* p<0,05; \*\* p<0,01

Tablo 4.41 incelendiğinde tek kültürlü ve çift kültürlü yapıdaki katılımcıların S1, S4, S5, S6, S9, S10, S12, S17, S18 ve S19 kodlu maddelerine yönelik değerlendirmelerinde istatistiki açıdan anlamlı farklılar tespit edilmiştir. S1: “Tatile çıkacak zamanım yok”; S4: “Yapmayı düşündüğüm tatil çok pahalıdır”; S5: “Tatil yapacak maddi imkânım yok”; S6: “Tatil yapabileceğim yer hakkında herhangi bir bilgim yok”; s12: “Ailem veya arkadaşlarımın tatil yapma kültürü yoktur” ve S17: “Tatile çıkmakla ilgilenmiyorum” maddelerinde tek kültürlü yapıdaki katılımcıların çift kültürlü yapıdaki katılımcılara nazaran tatil turizmine katılımında daha fazla kısıtlandıkları görülmektedir. Diğer taraftan S9: “Tatil yapmayı düşündüğüm yerin trafiği çok yoğundur”; S10: “Tatil yapmayı düşündüğüm yer, bulunduğum yere çok uzaktır”; S18: “Tatile çıkmayı düşündüğüm yere karayoluyla gidemem” ve S19: “Sağlık durumum tatil yapmama engeldir” maddelerinde ise çift kültürlü yapıdaki katılımcıların tek kültürlü yapıdaki katılımcılara nazaran daha fazla kısıtlandıkları görülmektedir.

**Tablo 4.42. Kısıtlayıcılara Ait Faktörlerin Kültür Yapılarına Göre Karşılaştırılması**

Faktörler	Tek Kültürlü		Çift Kültürlü		t	p
	Ort.	S.S	Ort.	S.S		
Yapısal Maliyet	4,92	1,805	4,37	1,627	-3,278	,001*
Yapısal Yer	2,77	1,397	3,18	1,339	3,161	,002*
Kişilerarası	3,16	1,464	2,78	1,263	-3,007	,003*
Kişisel	2,55	1,485	2,93	1,334	2,776	,006*
Yapısal Zaman	4,10	1,920	3,39	1,636	-4,043	,000**

\* p<0,05; \*\* p<0,01

Tablo 4.42 incelendiğinde katılımcıların kültür yapıları ile tatil turizmine katılım kısıtlayıcılarına ait tüm faktör boyutları arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar tespit edildiği görülmektedir. Buna göre çift kültürlü yapıdaki katılımcıların yapısal maliyet, kişilerarası ve yapısal zaman boyutlarında daha az, yapısal yer ve kişisel boyutlarda ise daha çok kısıtlandıkları tespit edilmiştir. Çalışmanın ikinci sorusuna olarak cevap olarak, tatil kısıtlayıcı faktörlerinin kültür yapılarına göre farklılaştığı ve buna göre çift kültürlü yapıdaki bireylerin tek kültürlü yapıdaki bireylere nazaran daha az kısıtlandıkları söylenebilir.

Literatür kısmında da belirtildiği gibi tatil turizmi kısıtlayıcıları, demografik özelliklerden etkilenmektedir. Dolayısıyla her iki kültür yapısındaki katılımcıların demografik özellikleri ile tatil turizmi katılım kısıtlayıcıları arasındaki farklılıklara yönelik karşılaştırmalar yapılmıştır. Bu farklılıkları incelemek için t testi ve tek yönlü varyans analizlerinden faydalanılmıştır.

İlk olarak her iki kültür yapısındaki katılımcıların cinsiyetleri ile tatil turizm kısıtlayıcıları arasındaki farklılıklar incelenmiş ve analiz sonuçları Tablo 4.43 ve Tablo 4.44'te gösterilmiştir.

**Tablo 4.43. Kısıtlayıcı Boyutlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması (Tek Kültürlü)**

Faktörler	Erkek		Kadın		t	p
	Ort.	S.S	Ort.	S.S		
Yapısal Maliyet	4,86	1,794	5,01	1,826	-,890	,374
Yapısal Yer	2,73	1,333	2,82	1,509	-,687	,493
Kişilerarası	3,07	1,415	3,30	1,541	-1,689	,092
Kişisel	2,48	1,427	2,67	1,579	-1,414	,158
Yapısal Zaman	3,95	1,864	4,35	1,995	-2,274	,023*

\* p<0,05

**Tablo 4.44. Kısıtlayıcı Boyutlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması (Çift Kültürlü)**

Faktörler	Erkek		Kadın		t	p
	Ort.	S.S	Ort.	S.S		
Yapısal Maliyet	4,20	1,604	4,66	1,641	-1,630	,105
Yapısal Yer	3,08	1,338	3,33	1,338	-1,082	,281
Kişilerarası	2,78	1,214	2,78	1,354	,005	,996
Kişisel	2,70	1,270	3,32	1,359	-2,778	,006*
Yapısal Zaman	3,18	1,549	3,74	1,731	-2,005	,047*

\* p<0,05



Tablo 4.43 ve Tablo 4.44 incelendiğinde tek kültürlü yapıda sadece yapısal zaman boyutunda çift kültürlü yapıda kişisel ve yapısal zaman boyutlarında istatistiki açıdan anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Buna göre her iki kültür yapısında yapısal zaman boyutunda, çift kültürlü yapıda kişisel boyutta, kadınlar erkeklere nazaran daha fazla kısıtlandıkları ortaya koyulmuştur.

Her iki kültür yapısındaki katılımcıların yaşları ile tatil turizm kısıtlayıcıları arasındaki farklılıkların analiz sonuçları Tablo 4.45 ve Tablo 4.46’da gösterilmiştir.

**Tablo 4.45. Kısıtlayıcı Boyutlarının Yaşa Göre Karşılaştırılması (Tek Kültürlü)**

Faktörler	Yaş Grupları			F	p
	< 30	30-49	50 <		
Yapısal Maliyet	4,82	4,93	5,02	,365	,694
Yapısal Yer	2,82	2,72	2,82	,347	,707
Kişilerarası	3,26	3,10	3,15	,543	,581
Kişisel	2,36	2,48	3,00	5,964	,003*
Yapısal Zaman	3,94	4,35	3,61	6,023	,003*

\* p<0,05

**Tablo 4.46. Kısıtlayıcı Boyutlarının Yaşa Göre Karşılaştırılması (Çift Kültürlü)**

Faktörler	Yaş Grupları			F	p
	< 30	30-49	50 <		
Yapısal Maliyet	4,41	4,14	5,00	2,765	,066
Yapısal Yer	3,01	3,24	3,24	,407	,666
Kişilerarası	3,08	2,67	2,69	1,440	,240
Kişisel	3,07	2,81	3,10	,743	,478
Yapısal Zaman	3,28	3,27	3,88	1,453	,237

Her iki kültür yapısındaki katılımcıların yaşları ile tatil turizm kısıtlayıcıları arasındaki farklılıkları incelemek için yapılan tek yönlü varyans analiz sonuçlarına göre tek kültürlü yapıda kişisel ve yapısal zaman boyutlarında istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir (Tablo 4.45). Bu farklılıkların hangi yaş gruplarından kaynaklandığını tespit etmek amacıyla “Post-hoc” yöntemlerinden “Scheffe” ileri düzey analizinden faydalanılmıştır. Analiz sonucunda kişisel boyutta; yaşlıların (50 yaş ve üstü grubun) diğer iki gruba (orta ve geç yaş grubuna) göre daha fazla kısıtlandıkları ortaya koyulmuştur. Başka bir ifadeyle tek kültürlü yapıda yaş arttıkça kısıtlanma da artmaktadır. Yapısal zaman boyutunda ise; yaşlıların (50 yaş üstü grubun) orta yaş (30-49 yaş) grubuna göre daha az kısıtlandıkları ortaya koyulmuştur. Çift kültürlü yapıda yaş grupları ile kısıtlayıcılar arasında herhangi bir farklılık bulunmamaktadır. (Tablo 4.46).

Her iki kültür yapısındaki katılımcıların medeni durumları ile tatil turizm kısıtlayıcıları arasındaki farklılıkların analiz sonuçları Tablo 4.47 ve Tablo 4.48’de gösterilmiştir.

**Tablo 4.47. Kısıtlayıcı Boyutlarının Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması (Tek Kültürlü)**

Faktörler	Evli		Bekâr		t	p
	Ort.	S.S	Ort.	S.S		
Yapısal Maliyet	5,00	1,767	4,66	1,903	1,845	,066
Yapısal Yer	2,72	1,330	2,88	1,583	-1,033	,303
Kişilerarası	3,10	1,381	3,31	1,686	-1,292	,198
Kişisel	2,54	1,468	2,56	1,541	-,131	,896
Yapısal Zaman	4,18	1,902	3,86	1,963	1,603	,110

\* p&lt;0,05

**Tablo 4.48. Kısıtlayıcı Boyutlarının Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması (Çift Kültürlü)**

Faktörler	Evli		Bekâr		t	p
	Ort.	S.S	Ort.	S.S		
Yapısal Maliyet	4,31	1,628	4,54	1,637	-,709	,479
Yapısal Yer	3,11	1,392	3,38	1,152	-1,037	,302
Kişilerarası	2,56	1,114	3,46	1,462	-3,320	,002*
Kişisel	2,77	1,341	3,41	1,202	-2,530	,013*
Yapısal Zaman	3,49	1,619	3,07	1,667	1,336	,184

\* p&lt;0,05

Her iki kültür yapısındaki katılımcıların medeni durumları ile tatil kısıtlayıcıları arasındaki farklılıkları incelemek için yapılan t testi sonuçlarına göre çift kültürlü yapıda kişilerarası ve kişisel boyutlarda istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar bulunmuştur (Tablo 4.48). Buna göre her iki boyutta da bekârların evlilere göre daha fazla kısıtlandıkları ortaya koyulmuştur. Tek kültürlü yapıda medeni durumun kısıtlayıcılar üzerinde herhangi bir etkisi bulunmamaktadır. (Tablo 4.47).

Her iki kültür yapısındaki katılımcıların çocuk sahibi olup olmama durumu ile tatil turizm kısıtlayıcıları arasındaki farklılıkları ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 4.49 ve Tablo 4.50'de gösterilmiştir.

**Tablo 4.49. Kısıtlayıcı Boyutlarının Çocuk Sahipliğine Göre Karşılaştırılması (Tek Kültürlü)**

Faktörler	Çocuk Var		Çocuk Yok		t	p
	Ort.	S.S	Ort.	S.S		
Yapısal Maliyet	4,97	1,793	4,76	1,836	1,184	,237
Yapısal Yer	2,73	1,338	2,84	1,547	-,709	,479
Kişilerarası	3,10	1,398	3,31	1,622	-1,367	,173
Kişisel	2,62	1,527	2,36	1,356	1,743	,082
Yapısal Zaman	4,16	1,895	3,93	1,984	1,236	,217

\* p&lt;0,05

**Tablo 4.50. Kısıtlayıcı Boyutlarının Çocuk Sahipliğine Göre Karşılaştırılması (Çift Kültürlü)**

Faktörler	Çocuk Var		Çocuk Yok		t	p
	Ort.	S.S	Ort.	S.S		
Yapısal Maliyet	4,51	1,521	4,09	1,801	1,403	,165
Yapısal Yer	3,16	1,411	3,21	1,195	-,234	,816
Kişilerarası	2,63	1,173	3,09	1,389	-2,077	,040*
Kişisel	2,80	1,354	3,18	1,269	,279	,114
Yapısal Zaman	3,35	1,594	3,46	1,730	,365	,690

\* p&lt;0,05

Her iki kültür yapısındaki katılımcıların çocuk sahibi olup olmama durumları ile tatil turizm kısıtlayıcıları arasındaki farklılıkları incelemek için yapılan t testi sonuçlarına göre çift kültürlülerin kişilerarası boyutunda istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar bulunmuştur (Tablo 4.50). Buna göre çocuk sahibi olmayanların, çocuk sahibi olanlara göre daha fazla kısıtlandıkları görülmektedir. Tek kültürlü yapıda çocuk sahipliğinin kısıtlayıcılar üzerinde herhangi bir etkisi bulunmamaktadır. (Tablo 4.49).

Her iki kültür yapısındaki katılımcıların eğitim durumları ile tatil turizm kısıtlayıcıları arasındaki farklılıklara yönelik analiz sonuçları Tablo 4.51 ve Tablo 4.52’de gösterilmiştir.

**Tablo 4.51. Kısıtlayıcı Boyutlarının Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması (Tek Kültürlü)**

Faktörler	Eğitim Durumu			F	p
	İlköğretim	Lise	Lisans ve üstü		
Yapısal Maliyet	5,39	4,86	4,32	15,611	,000*
Yapısal Yer	2,77	2,71	2,81	,184	,832
Kişilerarası	3,27	3,01	3,16	1,470	,231
Kişisel	2,74	2,44	2,39	3,004	,050
Yapısal Zaman	4,21	4,21	3,81	2,300	,101

\* p&lt;0,05

**Tablo 4.52. Kısıtlayıcı Boyutlarının Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması (Çift Kültürlü)**

Faktörler	Eğitim Durumu			F	p
	İlköğretim	Lise	Lisans ve üstü		
Yapısal Maliyet	4,69	4,41	4,01	1,802	,169
Yapısal Yer	3,14	3,13	3,28	,178	,837
Kişilerarası	2,76	2,70	2,93	,418	,659
Kişisel	3,25	2,83	2,77	1,617	,202
Yapısal Zaman	3,82	3,04	3,51	2,963	,055

Her iki kültür yapısındaki katılımcıların eğitim durumları ile tatil turizm kısıtlayıcıları arasındaki farklılıkları incelemek için tek yönlü varyans analizinden yararlanılmıştır. Sonuçlara göre tek kültürlülerin yapısal maliyet boyutunda istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar bulunmuştur (Tablo 4.51). Bu farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla “Post-hoc” yöntemlerinden “Scheffe” ileri düzey analizinden faydalanılmıştır. Analiz sonucunda, eğitim düzeyi arttıkça kısıtlanma seviyesinin azaldığı

ortaya koyulmuştur. Başka bir ifadeyle eğitim düzeyi ile tatil turizmi katılım kısıtlayıcıları arasında ters yönlü bir ilişkinin olduğu söylenebilir. Çift kültürlü yapıda eğitim durumu ile kısıtlayıcılar arasında anlamlı farklılık bulunmamaktadır. (Tablo 4.52).

Her iki kültür yapısındaki katılımcıların gelir düzeyleri ile tatil turizm kısıtlayıcıları arasındaki farklılıkların analiz sonuçları Tablo 4.53 ve Tablo 4.54’de gösterilmiştir.

**Tablo 4.53. Kısıtlayıcı Boyutlarının Gelir Düzeyine Göre Karşılaştırılması (Tek Kültürlü)**

Faktörler	Gelir Düzeyi			F	p
	<1500 TL	1501-2000	2501 TL<		
Yapısal Maliyet	5,34	4,46	3,95	26,102	,000**
Yapısal Yer	2,81	2,73	2,63	,530	,589
Kişilerarası	3,24	3,05	2,98	1,372	,255
Kişisel	2,61	2,37	2,46	1,335	,264
Yapısal Zaman	4,29	3,90	3,64	4,652	,010*

\* p<0,05

**Tablo 4.54. Kısıtlayıcı Boyutlarının Gelir Düzeyine Göre Karşılaştırılması (Çift Kültürlü)**

Faktörler	Gelir Düzeyi			F	p
	<1000 €	1001-2000	2001 €<		
Yapısal Maliyet	4,88	4,45	4,14	1,737	,180
Yapısal Yer	3,46	3,33	2,92	2,017	,137
Kişilerarası	3,09	3,01	2,46	3,640	,029*
Kişisel	3,36	3,02	2,67	2,391	,095
Yapısal Zaman	3,35	3,29	3,49	,227	,798

Her iki kültür yapısındaki katılımcıların gelir düzeyleri ile tatil turizm kısıtlayıcıları arasındaki farklılıklarını incelemek için yapılan tek yönlü varyans analiz sonuçlarına göre tek kültürlü yapıda yapısal maliyet ve yapısal zaman boyutlarında istatistiki açıdan anlamlı farklılık bulunmuştur (Tablo 4.53). Bu farklılıkların hangi gelir gruplarından kaynaklandığını tespit etmek amacıyla “Post-hoc” yöntemlerinden “Scheffe” ileri düzey analizinden faydalanılmıştır. Analiz sonucunda, her iki boyutta da gelir düzeyi arttıkça kısıtlanma düzeyinin azaldığı ortaya koyulmuştur. Başka bir ifadeyle gelir düzeyi ile tatil turizmi katılım kısıtlayıcıları arasında ters yönlü bir ilişkinin olduğu söylenebilir. Çift kültürlü yapıdaki analiz sonuçlarında ise kişilerarası boyutta istatistiki açıdan anlamlı farklılık tespit edilmiş olup (Tablo 4.54), gelir düzeyi 2001 € ve üstü olan katılımcıların gelir düzeyi 1001-2000 € olan katılımcılara nazaran daha az kısıtlandıkları ortaya koyulmuştur. Tüm bu sonuçlara göre; çalışmanın üçüncü sorusuna cevap olarak, tatil turizmi kısıtlayıcılarının demografik özelliklere göre farklılaştığı söylenebilir.

#### 4.7. Katılımcıların Algıladıkları Kısıtlayıcılara Göre Gruplandırılması

Kültür yapılarına ve algıladıkları kısıtlayıcılara göre katılımcıların gruplandırılması için kümeleme analizinden faydalanılmıştır. Çok değişkenli analiz tekniklerinden biri olan kümeleme analizi, bireyleri veya nesnelere sahip oldukları özelliklere göre gruplandırma istatistiksel bir yöntemdir (Hair vd., s.508). Başka bir ifadeyle, birimleri ölçülen tüm değişkenler üzerindeki değerler hesaplanarak homojen gruplara bölmek amacıyla kullanılan çok değişkenli yöntemlerden biridir (Kalaycı, 2010, s.349). Kümeleme analizi sonunda oluşan farklı gruplar kendi içlerinde homojen, gruplar arasında ise heterojendir (İslamoğlu, 2011: 247).

Her iki kültür yapısındaki katılımcıların algıladıkları kısıtlayıcı düzeyine göre gruplandırılmaları için hiyerarşik olmayan kümeleme yöntemlerinden k-ortalama kümesi yöntemi kullanılmıştır. Fakat öncesinde nihai küme sayısını belirlemek amacıyla hiyerarşik kümeleme analizi uygulanmış ve elde edilen dendrograma (ağaç diyagramı) göre her iki kültür yapısında da 4 kümeli çözümün en uygun alternatif olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların tatil turizmine katılımlarını kısıtlayan faktörler, hiyerarşik olmayan kümeleme analizinde değişken olarak kullanılmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre elde edilen gruplar ve ortalamaları Tablo 4.55 ve Tablo 4.56'da verilmiştir. Tablolar incelendiğinde her iki kültür yapısında da katılımcıların tatil turizmi kısıtlayıcılarına göre 4 kümede gruplandıkları görülmektedir. Yapılan tek yönlü varyans analizi ile gruplar ve beş kısıtlayıcı faktör arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ( $p < 0,01$ ).

Tek kültürlü yapıdaki katılımcılara yönelik yapılan kümeleme analizi sonucu elde edilen 4 grubun özellikleri aşağıdaki şekilde ortaya çıkmıştır (Tablo 4.55):

**Grup 1 (Maliyet, Kişilerarası ve Zamanla Kısıtlananlar):** Bu grup örneklemin % 25'ini oluşturmaktadır olup yapısal maliyet, kişilerarası ve yapısal zaman boyutlarında yapısal yer ve kişisel boyutlarına göre daha yüksek düzeyde kısıtlanmaktadır. Dolayısıyla bu grup "Maliyet, Kişilerarası ve Zamanla Kısıtlananlar" olarak isimlendirilmiştir.

**Grup 2 (Maliyetle Kısıtlananlar):** Bu grup örneklemin % 24'ünü oluşturmuş ve Yapısal Maliyet boyutundan diğer boyutlara göre (Yapısal yer, Kişilerarası, Kişisel nedenler, Yapısal zaman) oldukça yüksek düzeyde kısıtlanmaktadır. Dolayısıyla bu grup "Maliyetle Kısıtlananlar" olarak isimlendirilmiştir.

**Grup 3 (Maliyet ve Zamanla Kısıtlananlar):** Bu grup örneklemin % 27'sini oluşturmaktadır olup hem yapısal maliyet hem de yapısal zaman boyutlarında diğer boyutlara nazaran oldukça yüksek düzeyde kısıtlanmaktadır. Dolayısıyla bu grup "Maliyet ve Zamanla Kısıtlananlar" olarak isimlendirilmiştir.

**Grup 4 (Düşük Düzeyde Kısıtlananlar):** Bu grup örneklemin % 24'ünü oluşturmakta olup tüm tatil turizmi katılım kısıtlayıcı faktörler arasında düşük ortalama puanları ile diğer gruplardan ayrılmaktadırlar. Dolayısı ile bu grup “Düşük Düzeyde Kısıtlananlar” olarak isimlendirilmiştir.

**Tablo 4.55. Algılanan Kısıtlayıcı Seviyesine Göre Gruplar (Tek Kültürlü)**

	Grup 1 (n=127; 25 )	Grup 2 (n=122; 24 )	Grup 3 (n=137; 27 )	Grup 4 (n=125; 24 )		
<b>Boyutlar</b>	Maliyet, Kişilerarası ve Zamanla Kısıtlananlar	Maliyetle Kısıtlananlar	Maliyet ve Zamanla Kısıtlananlar	Düşük Düzeyde Kısıtlananlar		
					F	p
Yapısal Maliyet	5,97	5,58	5,77	2,26	402,494	,000*
Yapısal Yer	3,62	2,79	2,12	2,59	30,539	,000*
Kişilerarası	4,43	2,89	2,40	2,98	62,315	,000*
Kişisel	3,72	2,37	1,66	2,46	58,244	,000*
Yapısal Zaman	5,44	1,19	5,51	3,30	270,820	,000*

\* p<0,01

Çift kültürlü yapıdaki katılımcılar için yapılan kümeleme analizi sonucu elde edilen 4 grubun özellikleri aşağıdaki gibidir (Tablo 4.56):

**Grup 1 (Maliyetle Kısıtlananlar):** Bu grup örneklemin % 27'sini oluşturmakta olup Yapısal Maliyet boyutundan diğer boyutlara göre (Yapısal yer, Kişilerarası, Kişisel nedenler, Yapısal zaman) oldukça yüksek düzeyde kısıtlanmaktadır. Dolayısıyla bu grup “Maliyetle Kısıtlananlar” olarak isimlendirilmiştir.

**Grup 2 (Düşük Düzeyde Kısıtlananlar):** Bu grup örneklemin % 19'unu oluşturmakta olup tüm tatil turizmi katılım kısıtlayıcı faktörler arasında düşük ortalama puanları ile diğer gruplardan ayrılmaktadırlar. Dolayısı ile bu grup “Düşük Düzeyde Kısıtlananlar” olarak isimlendirilmiştir.

**Grup 3 (Maliyet, Yer ve Zamanla Kısıtlananlar):** Bu grup örneklemin % 33'ünü oluşturmakta olup yapısal maliyet, yapısal yer ve yapısal zaman boyutlarında kişilerarası ve kişisel boyutlara göre daha yüksek düzeyde kısıtlanmaktadır. Dolayısı ile bu grup “Maliyet, Yer ve Zamanla Kısıtlananlar” olarak isimlendirilmiştir.

**Grup 4 (Zamanla Kısıtlananlar):** Bu grup örneklemin % 21'ini oluşturmakta olup yapısal zaman boyutundan diğer boyutlara (Yapısal yer, Kişilerarası, Kişisel nedenler, Yapısal maliyet) nazaran oldukça yüksek düzeyde kısıtlanmaktadır. Dolayısıyla bu grup “Zamanla Kısıtlananlar” olarak isimlendirilmiştir.

**Tablo 4.56. Algılanan Kısıtlayıcı Seviyesine Göre Gruplar (Çift Kültürlü)**

Boyutlar	Grup 1 (n=39; 27 %)	Grup 2 (n=27; 19 %)	Grup 3 (n=47; 33 %)	Grup 4 (n=30; 21 %)	F	p
	Maliyetle Kısıtlananlar	Düşük Düzeyde Kısıtlananlar	Maliyet, Yer ve Zamanla Kısıtlananlar	Zamanla Kısıtlananlar		
Yapısal Maliyet	5,58	2,35	5,22	3,30	78,175	,000*
Yapısal Yer	2,26	3,04	4,38	2,63	35,689	,000*
Kişilerarası	2,48	3,41	3,02	2,28	5,580	,001*
Kişisel	2,54	2,65	3,83	2,29	13,924	,000*
Yapısal Zaman	2,12	1,91	4,56	4,55	69,344	,000*

\* p&lt;0,01

Literatürde Bonn ve Cho (2013), bireyleri şarap turizmine yönelik kısıtlayıcılarına göre yüksek düzeyde kısıtlananlar, yetersiz para ve zamanla kısıtlananlar, aile sorumluluklarıyla kısıtlananlar, en az düzeyde kısıtlananlar ve duygusal motivasyon eksikliğiyle kısıtlananlar olmak üzere; Priporas vd. (2014) ise çalışmalarında turistleri genel kısıta sahip olanlar, maliyetle kısıtlananlar, arkadaş veya ailesel açıdan kısıtlananlar, en az düzeyde kısıta sahip olanlar ve kış sporları tutkunları olmak üzere beş grupta sınıflandırmışlardır. Bu çalışmada literatürden farklı olarak bireyler, yüksek düzeyde kısıtlananlar, yapısal maliyetle kısıtlananlar, yapısal maliyet ve zamanla kısıtlananlar ve düşük düzeyde kısıtlananlar olmak üzere dört grupta sınıflandırılmıştır.

Her iki kültür yapısına yönelik kümeleme analizi sonucu elde edilen dört grubun demografik dağılımları Tablo 4.57 ve Tablo 4.58’de gösterilmiştir.

**Tablo 4.57. Gruplara Göre Demografik Özellikler (Tek Kültürlü)**

Değişken	Maliyet, Kişilerarası ve Zamanla Kısıtlananlar		Maliyetle Kısıtlananlar		Maliyet ve Zamanla Kısıtlananlar		Düşük Düzeyde Kısıtlananlar		X <sup>2</sup>	df	p
	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)					
Cinsiyet	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	8,163	3	,043*		
	Erkek	69 (%54)	85 (%70)	94 (%69)	81 (%65)						
	Kadın	58 (%46)	37 (%30)	43 (%31)	44 (%35)						
Yaş	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	12,645	6	,049*		
	< 30	39 (%31)	35 (%29)	28 (%20)	38 (%30)						
	30-49	66 (%52)	56 (%46)	89 (%65)	66 (%53)						
	50 <	22 (%17)	31 (%25)	20 (%15)	21 (%17)						
Eğitim	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	29,572	6	,000**		
	İlköğretim	65 (%51)	48 (%40)	57 (%42)	32 (%26)						
	Lise	36 (%28)	38 (%31)	54 (%39)	39 (%31)						
	Lisans ve üstü	26 (%21)	35 (%29)	26 (%19)	53 (%43)						
Gelir	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	37,387	6	,000**		
	< 1500 TL	93 (%75)	71 (%59)	90 (%66)	49 (%40)						
	1501-2500 TL	19 (%15)	30 (%25)	33 (%24)	43 (%34)						
	2501 TL <	12 (%10)	20 (%16)	14 (%10)	32 (%26)						
Medeni Hal	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	10,100	3	,018*		
	Evli	92 (%72)	89 (%73)	116 (%85)	86 (%69)						
	Bekâr	35 (%28)	33 (%27)	21 (%15)	39 (%31)						

\* p&lt;0,05; \*\* p&lt;0,01

**Tablo 4.58. Gruplara Göre Demografik Özellikler (Çift Kültürlü)**

Değişken	Maliyetle Kısıtlananlar	Düşük Düzeyde Kısıtlananlar	Maliyet, Yer ve Zamanla Kısıtlananlar	Zamanla Kısıtlananlar	X <sup>2</sup>	df	p
Cinsiyet	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	5,624	3	,131
Erkek	26 (%67)	21 (%78)	24 (%51)	19 (%63)			
Kadın	13 (%33)	6 (%22)	23 (%49)	11 (%37)			
Yaş	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	8,452	6	,207
< 30	13 (%33)	9 (%33)	9 (%19)	7 (%23)			
30-49	21 (%54)	16 (%59)	24 (%51)	18 (%60)			
50 <	5 (%13)	2 (%8)	14 (%30)	5 (%17)			
Eğitim	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	6,976	6	,323
İlköğretim	8 (%20)	5 (%18)	18 (%38)	8 (%26)			
Lise	21 (%54)	14 (%52)	16 (%34)	11 (%37)			
Lisans ve üstü	10 (%26)	8 (%30)	13 (%28)	11 (%37)			
Gelir	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	3,660	6	,723
<1000 €	7 (%18)	4 (%15)	8 (%17)	2 (%7)			
1001-2000 €	15 (%38)	13 (%48)	21 (%45)	11 (%38)			
2001 €<	17 (%44)	10 (%37)	18 (%38)	16 (%55)			
Medeni Hal	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	4,377	3	,223
Evli	29 (%74)	17 (%63)	36 (%77)	26 (%87)			
Bekâr	10 (%26)	10 (%37)	11 (%23)	4 (%13)			

Tek kültürlü yapıdaki katılımcıların gruplara göre dağılımını gösteren Tablo 4.57 incelendiğinde her bir gruptaki katılımcıların benzer özelliklere sahip olduğu görülmektedir. Buna göre her grubun çoğunluğunu erkek, orta yaş grubunda (30-49 yaş arası), 1500 TL ve altı gelir düzeyine sahip ve evli kişiler oluşturmaktadır. Sadece düşük düzeyde kısıtlananlar kümesinde ilköğretim mezunları yerine lisans ve üstü mezunlar çoğunluğu oluşturmaktadır.

Çift kültürlü yapıdaki katılımcıların gruplara göre dağılımını gösteren Tablo 4.58 incelendiğinde ise gruplar birbirine benzer özelliklere sahip olmasına karşın, bazı farklılıkların da olduğu görülmektedir. Buna göre maliyetle kısıtlananlar grubunun çoğunluğunu erkek, orta yaş grubunda (30-49 yaş arası), lise mezunu ve gelir düzeyi 2001 € ve üzerinde olan evli kişiler oluşturmaktadır. Düşük düzeyde kısıtlananlar grubunu erkek, orta yaş grubunda (30-49 yaş arası), lise mezunu, gelir düzeyi 1001-2000 € arası evli kişiler oluşturmaktadır. Maliyet, yer ve zamanla kısıtlananlar grubunu erkek, orta yaş grubunda (30-49 yaş arası), ilköğretim mezunu, gelir düzeyi 1001-2000 € arası evli kişiler oluşturmaktadır. Son olarak zamanla kısıtlananlar grubunda erkek, orta yaş grubunda (30-49 yaş arası), lise ile lisans ve üstü eğitime sahip, gelir düzeyi 2001 € ve üstü evli kişiler oluşturmaktadır.

Her iki kültür yapısına göre elde edilen ve yukarıda özellikleri belirtilen gruplar karşılaştırıldığında; genel olarak tüm kümelerde tüketicilerin eğitim düzeyi ile gelir düzeyi bakımından farklılık gösterdiği görülmektedir. Buna göre tek kültürlü yapının tüm



kümelerinde eğitim ve gelir düzeyi düşük tüketicilerin yoğunluğu dikkat çekerken, çift kültürlü yapının tüm kümelerinde çoğunluk eğitim ve gelir düzeyi yüksek tüketicilerden oluşmaktadır.

## SONUÇ

Bu araştırma tek ve çift kültürlü tüketicilerin, tatil turizmine katılım tercihleri ve tatil turizmine katılmayanların başlıca kısıtlayıcıları arasındaki farklılıkların ve benzerliklerin ortaya konulması amacıyla gerçekleştirilmiştir. Literatürde çift kültürlülük ile turistik davranışlar arasındaki ilişkileri ele alan çalışmalar çoğunlukla rekreasyon, seyahat ve boş zaman faaliyet tercihleri ile tatile çıkış kısıtlayıcıları üzerine odaklanmış, çift kültürlülüğün tatil turizmi tercihleri ve tatil turizmi kısıtlayıcıları arasındaki ilişkileri ele alan herhangi çalışmanın yapılmadığı görülmüştür. Araştırmanın temelini oluşturan bu ihtiyaç ve literatürdeki boşluğu doldurmak amacıyla Alvarez'in (2003) çalışmasında kullandığı seyahat planlarına yönelik sorular ile Nyaupane ve Andereck (2007)'in çalışmalarında kullanmış olduğu seyahat kısıtlayıcılarına ait ölçek, tatil turizmi kısıtlayıcılarına uyarlanarak kullanılmıştır. Elde edilen veriler analiz edilerek, çift kültürlü yapıyı temsil ettiği varsayılan Almanya'da yaşayan Türkler ile tek kültürlü yapıyı temsil eden Batı Akdeniz Bölgesi'nde yaşayan yerleşik halkın tatil turizmine yönelik davranışları karşılaştırılmış ve çift kültürlülük ile tatil turizmi davranışları (tatil tercihleri ve kısıtlayıcıları) arasındaki ilişki ve farklılıklar incelenmiştir.

İlk olarak her iki grubunun tatil tercihleri arasındaki ilişkiler incelenmiş, gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre, genel olarak çift kültürlülerin tek kültürlülere kıyasla tatil yapma eğilimlerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Tatile katılım sayıları, daha önce ziyaret edilen destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti, konaklanılan gün sayısı ve ayrılan bütçe gibi değişkenlerin çift kültürlüler ve tek kültürlüler arasında farklılık gösterdiği ve bu hususlara ait oranların çift kültürlülerde daha yüksek olduğu ortaya konmuştur. Başka bir ifadeyle çift kültürlü bireylerin tatil turizmi davranışlarının diğer gruba göre birçok yönden farklılık gösterdiği ve bu grubun tatil turizmi faaliyetlerine daha fazla önem verdikleri görülmüştür. Uzun yıllar farklı bir kültür ile içi içe yaşayan bireylerin hem kendi kültürleri hem de yaşadıkları ülkenin kültürü ile etkileşimleri, tatile katılım sayısı, tatil yapılan gün sayısı ve ayrılan bütçe gibi turistik davranışlara etki etmektedir. Elde edilen sonuçlar, çift kültürlülüğün tatil tercihleri üzerinde olumlu bir etkisinin olduğunu göstermektedir. Literatürde çift kültürlülüğün boş zaman faaliyetleri üzerindeki etkilerini ortaya koyan Stodolska (2003), Juniu (2000), Richardson ve Crompton (1988), Sussman ve Rashcovsky (1997), Höglhammer vd. (2015), Lee ve Sparks (2007) ve Deng vd. (2005)'nin çalışmaları da bu bulguları ile desteklemektedir.

Tatil tercihlerini tespit etmek amacıyla kullanılan ankete yer alan diğer değişkenlere yönelik analizler sonucunda da gruplar arası farklılıklar elde edilmiştir. “Tatil turizm paketinin ne kadar zaman önce satın alındığı” ile ilgili olarak çift kültürlü katılımcıların büyük bir çoğunluğunun 1 ay ve daha fazla zaman önce tatil paketi satın aldıkları; tek kültürlü yapıdaki katılımcıların ise genellikle 1 hafta öncesinde satın alma yaptıkları tespit edilmiştir. Bu durum çift kültürlü katılımcıların erken rezervasyon imkânlarını daha çok kullandıklarını göstermektedir. “Paket turla tatile çıkma” tercihinde, her iki kültür yapısındaki katılımcıların çoğunluğunun paket turu tercih etmedikleri belirlenmiştir. Ancak iki grup karşılaştırıldığında, düşük oranda da olsa çift kültürlülerin tek kültürlülere kıyasla paket turları daha sıklıkla kullandıkları belirlenmiştir.

“Tatil turizminde ne tür bir konaklama tesisin tercih edildiği” ve “Ne tür bir tatilin yapıldığı” incelendiğinde, iki kültür yapısındaki katılımcıların benzer davranışlar gösterdikleri ortaya koyulmuştur. Her iki grupta da, tercih edilen konaklama tesisleri “5 veya 4 yıldızlı otel işletmeleri” ile “Arkadaş veya aile evi” iken; tercih edilen tatil türü “Deniz-kum-güneş” ile “Aile veya arkadaş ziyareti” dir. Her iki grup karşılaştırıldığında, çift kültürlülerin tek kültürlülere göre “Aile veya arkadaş ziyareti” ve “Arkadaş veya aile evi”ni daha fazla tercih ettikleri görülmüştür. Bu sonucun, aile veya arkadaşlarından uzak kalan çift kültürlü katılımcıları temsil eden ve Almanya’da yaşayan Türklerin öncelikli olarak bu kişileri ziyaret etme isteklerinden kaynaklandığı söylenebilir. Bir diğer sonuç, her iki kültür yapısındaki katılımcıların, dini ve sağlık amaçlı turizme yönelik ilgilerinin düşük olmasıdır. “Tatilde tercih edilen destinasyon” konusunda her iki grubun Akdeniz ve Ege Bölgeleri’nin tercih ettikleri tespit edilmiştir. Diğer taraftan çift kültürlülerin, tek kültürlülere göre yeni destinasyonları keşfetme eğilimlerinin düşük olduğu belirlenmiştir. Bunun, çift kültürlü yapıdaki katılımcıların tatillerinde genellikle Türkiye’yi tercih etmeleri, başka bir ifadeyle tatillerinde memleket ve aile ziyaretlerini tercih etmelerinden kaynaklandığı söylenebilir. Tatil için ayrılan bütçe açısından çift kültürlülerin daha yüksek miktara sahip oldukları görülmektedir. Bu durum, iki grup arasındaki gelir farklılığından kaynaklanmaktadır. Kişi başına düşen ortalama aylık gelir düzeyi yüksek olan Almanya’da yerleşik Türk katılımcıların tatil bütçeleri de buna paralel olarak artmaktadır. Buna karşılık ülkemizde gelir düzeyi azaldıkça tatil için ayrılan bütçe miktarı da kısıtlanmaktadır.

Bu çalışmada katılımcıların tatil paketlerini satın alırken hangi bilgi kaynaklarından yararlandıkları da araştırılmıştır. Yapılan analizler sonucunda her iki kültür yapısındaki katılımcıların arkadaş tavsiyesini tercih ettikleri belirlenmiştir. Bu bulgu Andriotis vd.’nin (2007) çalışması ile paralellik göstermesine rağmen, Meric ve Hunt (1988) ve Bir’in (1999)

çalışmaları ile çelişmektedir. İki grup karşılaştırıldığında, tek kültürlülerin “arkadaş tavsiyesi” bilgi kaynakları arasında öne çıkarken, çift kültürlülerde “Online yorumlar” daha fazla tercih edilmektedir. Her iki grup için de, “işletmelerin web sayfası” bilgi kaynağı olarak eşit oranda tercih edilmektedir. Diğer bilgi kaynakları (Gazete-TV Reklamları, Seyahat ve Rehber Kitaplar, Acente Satış Elemanları, Acente Katalog ve Broşürleri) ise her iki grup tarafından nadiren kullanılmaktadır.

İzleyen aşamalarda, her iki gruba ait tatil kısıtlayıcıları ve aralarındaki farklılıklar incelenmiştir. Kısıtlayıcılara ait ölçeğin boyut yapısını tespit etmek amacıyla yapılan faktör analizi sonucunda, Yapısal Maliyet, Yapısal Yer, Kişilerarası, Kişisel ve Yapısal Zaman olmak üzere beş faktör elde edilmiştir. Bu sonuç Nyaupane ve Andereck’in (2007) modeli ile örtüşmekle beraber, Crawford ve Godbey’in (1987) ortaya koyduğu ve Crawford vd. (1991) tarafından geliştirilen kavramsal üç boyutlu model ile kısmen benzeşmektedir. Orijinal modeldeki Yapısal boyut faktörü, bu çalışmada Yapısal Maliyet, Yapısal Yer ve Yapısal Zaman olmak üzere üç alt boyutta ortaya konulmuştur. Elde edilen faktörler ile katılımcıların kültür yapıları arasındaki farklılıkları belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda, gruplararası istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Buna göre; çift kültürlü yapıdaki katılımcıların Yapısal Maliyet, Kişilerarası ve Yapısal Zaman faktörlerinden dolayı daha az, Yapısal Yer ve Kişisel boyutlarda ise daha fazla kısıtlandıkları tespit edilmiştir. Genel olarak bakıldığında çift kültürlülerin Yapısal Yer faktöründen dolayı daha fazla kısıtlanmalarının sebebi, tatil merkezlerine uzak konumda olmaları, tek kültürlülerin ise Antalya gibi popüler turizm merkezlerine göreceli olarak daha yakın konumda olmalarından kaynaklanmış olabilir. Kişisel faktör ise çift kültürlülerin tatil merkezlerine uzak olmaları sebebiyle özellikle karayolu ile ulaşım imkânlarının düşük olması ve daha fazla sağlık sorunu yaşamalarından dolayı daha fazla kısıtlandıklarını göstermektedir. Diğer faktörlerde (Yapısal Maliyet, Yapısal Zaman ve Kişilerarası) çift kültürlülerin tek kültürlülere kıyasla daha az kısıtlandıkları ve ortalamalarının yüksek olduğu görülmektedir. Tüm bu sonuçlara göre, çift kültürlülerin tatil kısıtlayıcılarının üstesinden gelebilme konusunda daha başarılı oldukları söylenebilir.

Çalışmanın alt amaçlarından biri olan demografik özelliklerin tatil kısıtlayıcıları üzerinde etkisi, yapılan analizler sonucunda ortaya konulmuştur. Cinsiyet ile tek kültürlülerin Yapısal kısıt faktöründen; çift kültürlülerin ise Kişisel ve Yapısal Zaman faktörlerinden daha fazla etkilendikleri istatistiki açıdan tespit edilmiştir. Buna göre, tüm kısıt faktörleri için kadınlar erkeklere göre daha fazla kısıtlanmaktadır. Bu sonuç, literatürdeki birçok çalışma (Alexandris ve Carroll, 1997b; Hudson, 2000; Hayes, 2004; Albayrak vd., 2007; Nyaupane ve

Andereck, 2007) ile benzerlik göstermesine rağmen Shaw vd.'nin (1991) çalışmaları ile çelişmektedir. Tsai ve Coleman (1999), Javanovic vd. (2013), Otoo (2014) ve He vd. (2014) ise kısıtlayıcı faktörlerin cinsiyete göre farklılaşmadığını ortaya koymuşlardır. Yaş ile tek kültürlülerin Kişisel ve Yapısal Zaman faktörleri arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Sonuçlara göre yaşlı katılımcıların orta yaş grubundakilere göre Yapısal kısıt faktöründen daha fazla etkilendikleri; Yapısal Zaman faktöründen dolayı ise daha düşük seviyede bir kısıtlamanın olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç, Nyaupane ve Andereck (2007) çalışması ile paralellik göstermesine rağmen, Pennington ve Kerstetter'in (2002) çalışması ile çelişmektedir. Tsai ve Coleman (1999), Gilbert ve Hudson (2000) ve Javanovic vd. (2013) de kısıtlayıcı faktörlerin yaş gruplarına göre farklılaşmadığını ortaya koymuşlardır. Medeni durum açısından çift kültürlülerin Kişisel ve Kişilerarası faktörlerden bekârlara kıyasla daha fazla kısıtlandıkları görülmüştür. Bu sonuç ta He vd. (2014) ve Kuo vd.'nin (2011) çalışmaları ile paralellik gösterirken, Nyaupane ve Andereck (2007) ve Alexandris ve Carroll'un (1997b) çalışma sonuçları ile farklılaşmaktadır. Diğer taraftan Otoo (2014) kısıtlayıcı faktörlerinin medeni duruma göre farklılık göstermediğini tespit etmiştir. Tek kültürlülerin Yapısal Maliyet faktörü ile eğitim düzeyleri arasında istatikselsel olarak ters yönlü bir ilişki tespit edilmiş, eğitim düzeyi arttıkça kısıtlanma düzeyinin azaldığı ortaya konulmuştur. Bu sonuç ta, literatürdeki birçok çalışma (Javanovic vd., 2013; Haidong ve Walker, 2011; Hayes, 2004; Alexandris ve Carroll, 1997b; Tsai ve Coleman, 1999) ile paralellik göstermesine rağmen Otoo (2014)'nun çalışma sonucu ile çelişmektedir. Diğer taraftan He vd. (2014) kısıtlayıcı faktörlerinin eğitim düzeyine göre farklılık göstermediğini tespit etmişlerdir. Benzer şekilde tek kültürlülerin Yapısal Maliyet ve Yapısal Zaman faktörleri, çift kültürlülerin Kişilerarası faktör ile gelir düzeyleri arasında ters yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Buna göre her iki kültür yapısında da gelir düzeyi arttıkça kısıtlanma düzeyinin azaldığı söylenebilir. Bu sonuçlarda Fleischer ve Pizzam (2002), He vd. (2014), Hudson ve Gilbert (2000), Adam vd. (2015), Shores vd. (2007) ve Javanovic vd.'nin (2013) çalışma sonuçları ile paralellik göstermektedir. Diğer taraftan Tsai ve Coleman (1999) kısıtlayıcı faktörlerin gelire göre farklılaşmadığını tespit etmiştir. Son olarak çocuk sahibi olup olmama ile çift kültürlülerin Kişilerarası kısıt faktörü arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilmiş, çocuk sahibi olmayan ailelerin çocuk sahibi olan ailelere kıyasla daha fazla kısıtlandıkları ortaya konulmuştur. Bu sonuç, çocuğu olan ailelerin, çocuğu olmayan ailelere göre daha fazla kısıtlandıklarını tespit eden Nyaupane ve Andereck (2007), Hayes (2004) ve He vd.'nin (2014) çalışmalarıyla çelişmektedir. Tüm bu sonuçlar doğrultusunda, tatil turizmi kısıtlayıcı faktörlerinin demografik özelliklere farklılaştığını söylemek mümkündür.

Çalışmanın son bölümünde araştırmanın alt amacı doğrultusunda, kültür yapılarına bağlı olarak katılımcılar kısıtlanma düzeylerine göre gruplandırılmıştır. Yapılan kümeleme analizi sonucunda, katılımcıların tek kültürlü yapıda, ‘Maliyet, Kişilerarası ve Zamanla Kısıtlananlar’, ‘Maliyetle Kısıtlananlar’, ‘Maliyet ve Zamanla Kısıtlananlar’ ve ‘Düşük Düzeyde Kısıtlananlar’; çift kültürlü yapıda “Maliyetle Kısıtlananlar”, “Düşük Düzeyde Kısıtlananlar”, “Maliyet, Yer ve Zamanla Kısıtlananlar” ve “Zamanla Kısıtlananlar” olmak üzere dört gruba ayrıldıkları görülmüştür.

Çalışmanın genel sonuçlarına bakıldığında, çift kültürlülüğün hem tatil tercihleri hem de tatil kısıtlayıcıları üzerinde olumlu yönde etkisinin olduğu dikkat çekmektedir. Yani çift kültürlü katılımcıların tatile katılım eğilimleri yüksek ve kısıtlayıcıları daha azdır. Dolayısıyla çift kültürlü yapıyı temsil ettiği varsayılan ve yurt dışında yaşayan Türklerden oluşan grup, Türkiye turizminin gelişimi açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Sargut (2001: 137), farklı kültürlerde yaşayan bireylerin benzer koşullar altında, aynı hususla ilgili olarak farklı davranışlar gösterdiğini belirtmiştir. Kendi öz kültürü ile birlikte farklı bir kültürle etkileşimde bulunan bireylerin, farklı turistik davranışlar sergilemeleri olasıdır. Başka bir ifadeyle çift kültürlü yapıdaki bireylerin hizmet algıları ve tatilden beklentileri farklı olabilir. Dolayısıyla turizm işletmeleri, potansiyel pazar bölümlerinin ülke geleneklerini, göreneklerini, tutumlarını, tatil davranışlarını, alışkanlıklarını, sosyal değerlerini ve normlarını anlamaya çalışmalı, değişimleri yakından takip etmelidir. Çift kültürlü yapıdaki pazarları hedefleyen turizm pazarlamacıları, önce kendi öz kültürlerini, daha sonra da hedef ülke kültürlerini, ülkelerarası kültürel benzerlikleri ve farklılıkları analiz etmeli, çift kültürlü yapıdaki bireylerin davranışlarındaki kültürel etkileri anlamaya çalışarak, kültürel değerlere yönelik stratejileri uygun hale getirmelidir.

Çift kültürlülere kıyasla tatile yönelik eğilimleri düşük ve tatil kısıtlayıcıları fazla olan tek kültürlü yapıyı temsil eden yerleşik halkın iç pazar potansiyeli söz konusudur. Çalışma sonucunda tek kültürlü yapıdaki bireylerin tatile katılım eğilimleri, katılım sayıları, tatil yapma süreleri, tatil için ayırdıkları bütçenin düşük olduğu, Zaman ve Maliyet faktörlerinden dolayı yüksek oranda kısıtlandıkları tespit edilmiştir. Aynı zamanda demografik özelliklerin de kısıtlayıcılar üzerindeki etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla turizm pazarlamacılarının iç pazardaki orta ve düşük gelir gruplarında yer alan bireylerin tatil yapma ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla özel gün ve haftalarda uygun fiyatla satış önerileri geliştirmeleri, bu tür bireylerin turizm faaliyetlerine katılımını teşvik edecektir. İç turizm pazarına yönelik paket turlar sunan seyahat acentelerine uygun fiyatlı turlar sunabilmeleri amacıyla devlet desteği sağlanması gerekmektedir. Toplum içerisinde eğitim ve gelir düzeyi

düşük kesimlere hitap eden uygun kalite ve fiyata sahip turistik ürün alternatiflerinin sunulması iç turizm hareketliliğini arttıracaktır.

Ülkemizdeki iç turizm pazarı alternatif bir turizm pazarı değil, hedef bir pazar olarak ele alınmalıdır. Bu çalışmada kümeleme analizi sonucunda Türkiye’de yerleşik tek kültürlü katılımcıların ‘Maliyet, Kişilerarası ve Zamanla Kısıtlananlar’, ‘Maliyetle Kısıtlananlar’, ‘Maliyet ve Zamanla Kısıtlananlar’ ve ‘Düşük Düzeyde Kısıtlananlar’ olmak üzere dört gruba ayrıldığı görülmüştür. Belirlenen bu kümeler, eğitim seviyesi ve geliri düşük orya yaş grubundaki tüketicilerden oluşmaktadır. Turizm pazarlamacıları her bir pazar bölümünü analiz ederek değerlendirmeli ve her bir pazardaki tüketicilerin karşılaştıkları kısıt türlerinin üstesinden gelebilmelerine yönelik uygun zaman ve uygun fiyatta tatil paket programları geliştirmelidirler. Böylece daha fazla sayıda yerli turistin turizm faaliyetlerine katılımını sağlamalıdır. Maliyetle kısıtlanan pazar bölümü için, kaliteli hizmet anlayışına dayanan fiyat indirimleri (7 gün kal 6 gün öde, 14 gün kal 12 gün öde gibi) uygulanabilir. Seyahat acenteleri ise erken rezervasyon sistemini öne çıkararak, iç turizme yönelik tatil paketleri geliştirebilir. Diğer taraftan yerli turistlerde “herşey dâhil” sistemiyle faaliyet gösteren konaklama tesislerinin kendilerine yabancı turistlere kıyasla daha yüksek fiyat uyguladıkları yönünde bir ön yargıları bulunmaktadır. Çalışma sonucuna göre Türkiye’ye çoğunlukla aile ziyareti amacı ile geldiği tespit edilen çift kültürlü tüketicilere, turizm pazarlamacılarının, onların Türkiye’de yaşayan aile veya akrabalarını da kapsayacak, paket tur programları geliştirmeleri, hem iç pazar için olumsuz imajın ortadan kaldırılmasına katkı sağlayacak hem de içi turizmi daha da hareketlendirecektir.

Bu çalışma ile tek ve çift kültürlü yapıya sahip tüketicilerin tatil turizmi tercihleri ve kısıtlayıcıları arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Çalışma, turizm literatüründe ele alınan ilk konu olması ve Crawford ve Godbey’in (1987) boş zaman kısıtlayıcılar modelinden farklı olarak beş kısıtlayıcı faktör ortaya konulması bakımından literatüre katkı sağlayacaktır. Diğer taraftan iç pazar için büyük bir potansiyel oluşturan tek ve çift kültürlü tüketicilerin, tatil tercihlerine yönelik tutum ve davranışları ile tatil yapmalarına mani olan etkenlerin tespit edilmesi turizm sektörüne için yol gösterici bilgiler sunmaktadır. Turizm yöneticileri ve pazarlamacıları tüketicilerin tatil yapmasına engel olan faktörlerin neler olduğunu bilecek ve tüketicilere bu engellerin üstesinden gelmesine yardımcı olabilecek tatil paketleri geliştirebileceklerdir. Diğer taraftan tatil yapanların tutum ve davranışlarının bilinmesiyle de, turizm pazarlamacıları onlara yönelik farklı ürün geliştirerek mevcut pazar payının korunmasını sağlayacaktır

Son olarak bu araştırmanın başlıca sınırlılıklarından bahsetmek gerekmektedir. Öncelikle çift kültürlü yapıyı temsil ettiği varsayılan ve Almanya’da yaşayan Türkler ile tek kültürlü yapıyı temsil eden Batı Akdeniz (Burdur ve Isparta) Bölgesi’nde yerleşik halkın ele alınmış olması elde edilen sonuçların genellenmesini sınırlamaktadır. Ayrıca anket uygulamasında katılımcıların son yaptıkları tatil ve 2015 yılında planladıkları tatile yönelik tercihleri üzerinde odaklanması, buna karşılık geçmiş tatil deneyimlerine yönelik tutum ve davranış farklılıklarının ölçülememiş olması bir sınırlılık olarak sayılabilir. İleride yapılacak olan araştırmalarda bu hususların dikkate alınarak, her iki yapıyı temsil eden farklı gruplar (Örneğin çift kültürlü yapı için ülkemizde yaşayan yerleşik yabancılar, tek kültürlü yapı için İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyükşehirde veya İç Anadolu’da kırsal kesimlerde yaşayan yerleşik halk gibi) üzerinde çalışmaların yapılması daha genellenebilir sonuçların elde edilmesine olanak sağlayacaktır.



## KAYNAKÇA

- Adam I., Hiamey E. S. ve Afenyo E. A. (2015). "Leisure Constraints in the University Setting in Ghana". *Annals of Leisure Research*, 18(1): 145-158.
- Aksoy Z. (2012). "Uluslararası Göç ve Kültürlerarası İletişim". *Uluslararası Sosyal Araştırmaları Dergisi*, 20(5): 292-303.
- Aksu, A. A. ve Ehtiyar, R. V. (2007). *Turizm İşletmelerinde Çağdaş Yönetim Teknikleri*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Aktuğlu, K. I. ve Eğinli, A. T. (2010). "Küresel Reklam Stratejilerinin Belirlenmesinde Kültürel Farklılıkların Önemi". *Selçuk İletişim*, 6(3): 167-183.
- Albayrak, T., Caber, M. ve Crawford D. (2007). "Leisure Constraints and the Pursuit of Adventure Activities in Turkey". *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 18(2): 243-254.
- Alexandris, K. ve Carroll, B. (1997a) "An Analysis of Leisure Constraints Based On Different Recreational Sport Participation Levels: Result From A Study in Greece". *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 19(1): 1-15.
- Alexandris, K. ve Carroll, B. (1997b). "Demographic Differences in the Perception of Constraints on Recreational Sport Participation:Result From A Study in Greece". *Leisure Studies*, 16(2): 107-125.
- Al-Riyami, S. M. (2014). *The Effects of Biculturalism, Bicultural Identity Integration, And Emotional Ambivalence On Attitudes Towards Diversity*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. The University of Texas, At El Paso.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu S. ve Yıldırım E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri-Spss Uygulamalı*. Sakarya Yayıncılık, Sakarya.
- Alvarez, M. (2003). *Online and Offline Information Sources in Choosing Leisure Travel: A Study of Turkish Travellers*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Andriotis, K., Agiomirgianakis, G. ve Mihiotis A. (2007). "Tourist Vacation Preferences: The Case of Mass Tourists to Crete". *Tourism Analysis*, 12: 51-63.
- Arends-Toth, J. ve Van De Vijver, J. R. F. (2006). *Issues in the Conceptualization and Assessment of Acculturation*. Bornstein M. H. and Cote L. R. (ed.), *Acculturation and Parent-Child Relationships*, (33-62), Mahwah, NJ:Erlbaum.
- Aslan, N. (2002). "The Impact of Leisure Constraints on Leisure Participation". *Ege Eğitim Dergisi*, 1(2): 11-24.

- Aytaç, Ö. (2002). “Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar”. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1): 231-260.
- Backman, S. J. ve Crompton, J. L. (1989). “Discriminating Between Continuers and Discontinuers of Two Public Leisure Services” *Journal of Park and Recreation Administration*, 7(4): 56-71.
- Badia, M., Begona O. M., Verdugo, A., Ullam, M. A. ve Martinez M. (2011). “Personal Factors and Perceived Barriers to Participation in Leisure Activities for Young and Adults with Developmental Disabilities”. *Research in Developmental Disabilities*, 32: 2055-2063.
- Basilio, D. C. (2014). *Biculturalism, Mental Health and the Cultural Environment: A Longitudinal Approach to Examining the Person-Environment Fit Hypothesis*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Arizona State University.
- Batman, O. (2013). “Kültürün Turist Tercihleri Üzerine Etkileri: Almanya’da Yaşayan Türkler Üzerine Bir Araştırma”. *Sakarya Üniversitesi İşletme Bilimi Dergisi*, 1(1): 1-15.
- Baymur, F. (1984). *Genel Psikoloji*. İnkılap Yayınevi ve Aka Ofset, 6. Baskı.
- Belber, G. B. (2009). “Tatil Turizminde Turistlerin Konaklama İşletmesi Tercihinde Kültürün Etkisi”. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 34 (Temmuz-Aralık): 91-116.
- Berry, J. W. (1992). “Acculturation and Adoption in a New Society”. *International Migration*, 30(1): 69-85.
- Berry, J. W. (1997). “Immigration, Acculturation, and Adaptation”. *Applied Psychology: An International Review*, 46(1): 5-68.
- Berry, J. W. (2005). “Acculturation: Living Successfully in Two Cultures”. *International Journal of Intercultural Relations*, 29: 697-712.
- Berry, J. W., Kim, U., Power, S., Young, M. ve Bujaki, M. (1989). “Acculturation Attitudes in Plural Societies”. *Applied Psychology: An International Review*, 38(2): 185-206.
- Berry, J. W., Phinney, S. J., Sam, L. D. ve Vedder, P. (2006). “Immigrant Youth: Acculturation, Identity, and Adaptation”. *Applied Psychology: An International Review*, 55(3): 303-332.
- Bir, E. (1999) *Turizmde Tüketici Davranışı ve Tatil Yeri Seçimine Yönelik Bir Anket Çalışması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Birman, D. (1998). "Biculturalism and Perceived Competence of Latino Immigrant Adolescents". *American Journal of Community Psychology*, 26 (3): 335-354.
- Blazey, M. A. (1987). "The Differences Between Participants and Non-participants in a Senior Travel Program". *Journal of Travel Research*, 26(1): 7-12.
- Bonn, M. A. ve Cho, M. (2013). "Constraints Segmentation and Wine Tourism: Selecting Target Markets Based Upon Consumers' Attitudes and Behavioral Similarities Related to Their Intent to Visit Wine Destinations". *Academyofwinebusiness.com*.
- Boothby, J., Tungatt, F. M. ve Townsend, R. A. (1981). "Ceasing Participation in Sports Activity: Reported Reasons and Their Implications". *Journal of Leisure Research*, 13(1): 1-14.
- Buchanan, T. ve Allen, L. R. (1985). "Barriers to Recreation Participation in the Life Cycle Stages". *Therapeutic Recreation Journal*, 19(3): 39-50.
- Burnam, M. A., Telles, C. A., Karno, M., Hough, L. R. ve Escobar, I. J. (1987). "Measurement of Acculturation in a Community Population of Mexican Americans". *Hispanic Journal of Behavioral Sciences*, 9(2): 105-130.
- Büyüköztürk, Ş. (2015). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Pegem Akademi 21. Baskı, Ankara.
- Caber, M. ve Albayrak, T. (2006). "Testing the Hierarchical Leisure Constraints Model in Nature-Based Tourism in Turkey". *Geotour Perspectives of Rural Tourism in the New Europe Conference*, Kosice-Slovakya, 134-140.
- Can, A. (2013). *SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi*. Pegem Akademi, Ankara.
- Chen, J. H., Chen, J. P. ve Okumuş, F. (2013a). "The Relationship Between Travel Constraints and Destination Image: A Case Study of Brunei". *Tourism Management*, 35: 198-208.
- Chen, J. P., Hua, N. ve Wang, Y. (2013b). "Mediating Perceived Travel Constraints: The Role of Destination Image". *Journal of Travel&Tourism Marketing*, 30: 201-221.
- Chen, S. J. (2000). "Cross-Cultural Differences in Travel Information Acquisition Among Tourist From Three Pasific-Rim Countries". *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 24(2): 239-251.
- Chen, S. J. ve Gursoy, D. (2000). "Cross-Cultural Comparison of the Information Sources Used by First Time and Repeat Travellers and Its Marketing Implications". *International Journal of Hospitality Management*", 19(2): 191-203.

- Chen, X. S. (2015). "Toward A Social Psychology of Bilingualism and Biculturalism". *Asian Journal of Social Psychology*, 18: 1-11.
- Chen, X. S., Benet-Martinez, V. ve Bond, M. H. (2008). "Bicultural Identity, Bilingualism, and Psychological Adjustment in Multicultural Societies: Immigration-Based and Globalization-Based Acculturation", *Journal of Personality*, 76(4): 803-838.
- Chick, G. ve Dong, E. (2004). "Possibility Of Refining The Hierarchical Model Of Leisure Constraints Through Cross-Cultural Research". *Proceeding Of The 2003 Northeastern Recreation Research Symposium*, Gen.Tech.Rep.NE-317, 338- 344.
- Cho, M., Bonn, A. M. ve Brymer, A. R. (2014). "A Constraint-Based Approach to Wine Tourism Market Segmentation". *Journal of Hospitality&Tourism Research*, 1-30.
- Crask, R. M. (1981). "Segmenting The Vacationer Market: Identifying The Vacation Preferences, Demographics, and Magazine Readership Of Each Group". *Journal of Travel Research*, 20(2): 29-34.
- Crawford, W. D. ve Godbey, G. (1987). "Reconceptualizing Barriers to Family Leisure". *Leisure Sciences*, 9: 119-127.
- Crawford, W. D., Jackson, L. E. ve Godbey, G. (1991). "A Hierarchical Model of Leisure Constraints". *Leisure Sciences*, 13: 309-320.
- Daniels, J. M., Rodgers, B. E. ve Wiggins, P. B. (2005). "Travel Tales: An Interpretive Analysis of Constraints and Negotiations to Pleasure Travel as Experienced by Persons With Physical Disabilities". *Tourism Management*, 26: 919-930.
- Dau, L. A. (2016). "Biculturalism, Team Performance, and Cultural-Faultline Bridges". *Journal of International Management*, 22: 48-62.
- Debbage, G. K. (1991). "Spatial Behavior In A Bahamian Resort". *Annals of Tourism Research*, 18: 251-268.
- Deng, J., Walker, J. G. ve Swinnerton, G. (2005). "Leisure Attitudes: A Comparison Between Chinese in Canada and Anglo-Canadians". *Leisure/Loisir*, 29(2): 239-273.
- Doğan, H., Üngüren, E. ve Yelgen, E. "Alanya Turist Profiline Yönelik Bir Araştırma". *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3): 79-100.
- Dong, E. ve Chick, G. (2012). "Leisure Constraints in Six Chinese Cities". *Leisure Sciences*, 34: 417-435.
- Dört Yol, T. İ. (2012). *Ulusal Kültürün Algılanan Hizmet Kalitesi ve Algılanan Müşteri Değeri Üzerindeki Etkisi: Turizm Sektöründe Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Eachus, P. (2004). "Using Brief Sensation Seeking Scale (BSSS) to Predict Holiday Preferences". *Personality and Individual Differences*, 36: 141-153.
- Feliciano, C. (2001). "The Benefits of Biculturalism: Exposure to Immigrant Culture and Dropping Out Of School Among Asian and Latino Youths". *Social Science Quarterly*, 82(4): 865 – 879.
- Field, M. A. (1999). "The College Student Market Segment: A Comparative Study of Travel Behaviors of International and Domestic Students at a Southeastern University". *Journal of Travel Research*, 37: 375-381.
- Fleischer, A. ve Pizam, A. (2002). "Tourism Constraints Among Israeli Seniors". *Annals of Tourism Research*, 29(1): 106-123.
- Floyd, F. M. ve Gramann, H. J. (1993). "Effects of Acculturation and Structural Assimilation in Resource-Based Recreation: The Case of Mexican Americans". *Journal of Leisure Research*, 25(1): 6-21.
- Fodness, D. ve Murray, B. (1997). "Tourist Information Search". *Annals of Tourism Research*, 24(3): 503-523.
- Gilbert, D. ve Hudson, S. (2000). "Tourism Demand Constraints: A Skiing Participation". *Annals of Tourism Research*, 27(4): 906-925.
- Godbey, G., Crawford, D. W. ve Shen, S. X. (2010). "Assessing Hierarchical Leisure Constraints Theory After Two Decades". *Journal of Leisure Research*, 42(1): 111-134.
- Golob, M. ve Giles, A. R. (2011). "Canadian Multicultural Citizenship: Constraints on Immigrant's Leisure Pursuits". *World Leisure Journal*, 53(4): 312-321.
- Gudykunst, W. B. (2010). *Farklılıklar Arasında Köprü Kurmak: Gruplararası Etkili İletişim*. (çev. K. Asar), Kırmızı Yayınları, İstanbul.
- Gül, V., ve Kolb, S. (2009). "Almanya'da Yaşayan Genç Türk Hastalarda Kültürel Uyum, İki Kültürlülük ve Psikiyatrik Bozukluklar". *Türk Psikiyatri Dergisi*, 20(2): 138-143.
- Güngör, D. (2014). "İkinci Kuşak Avrupalı Türklerde Psikolojik Entegrasyon ve Uyum: Çift Boyutlu Kültürleşme Temelinde Karşılaştırmalı Bir Derleme". *Türk Psikoloji Yazıları*, 17(34): 16-31.
- Gürbüz, B. ve Henderson, K. A. (2014). "Leisure Activity Preferences and Constraints: Perspectives From Turkey". *World Leisure Journal*, 56(4): 300-316.
- Güvenç, B. (1999). *İnsan ve Kültür*. Remzi Kitapevi, 8. Basım, İstanbul.

- Güzel, Ö. (2011). “Türkiye’de İç Turizm Pazarı Analizi ve Pazarı Canlandırmaya Yönelik Alternatif Turizm Olanakları”. Mustafa Kemal Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(8): 127-144.
- Hacıoğlu, N., Gökdeniz, A. ve Dinç, Y. (2003). *Boş Zaman & Rekreasyon Yönetimi*. (Ed. Ayhan Gökdeniz), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Haidong, L. ve Walker, J. G. (2011). “Does ‘face’ Constrain Mainland Chinese People From Starting New Leisure Activities”. *Leisure/Loisir*, 35(2): 211-225.
- Hair, F. J., Black, C. W., Babin, J. B. ve Anderson, E. R. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. 7th Edition, Prentice Hall.
- Harman, S. (2013). “Bağımsız Seyahat Eden Yerli Gezginlerin Profili ve Seyahat Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma”. *Turkish Studies International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish*, 8(6): 279-297.
- Harman, S. (2014). “Yurtdışı Seyahat Kısıtlayıcıları: Bağımsız Seyahat Eden Yerli Gezginler Üzerinde Yapılan Bir Araştırma”. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 6(1): 63-78.
- Haukeland, V. J. (1990). “Non-Travellers: The Flip Side of Motivation”. *Annals of Tourism Research*, 17: 172-184.
- Hawkins, B. A., Peng, J., Hsieh, C. ve Eklung, S. J. (1999). “Leisure Constraints: A Replication and Extension of Construct Development”. *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 21(3): 179-192.
- Hawkins, D. I. ve Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategy*. 11th Edition, McGraw-Hill, New York.
- Hayes, M. A. (2004). *The Understanding of Motivations, Preferences and Constraints of Recreation in a Rural Costarican Community: La Zona De Monteverde*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. University of Florida.
- He, L., Li, X., Harrill, R. ve Cardon, P. W. (2014). “Examining Japanese Tourists’ US-Bound Travel Constraints”. *Current Issues In Tourism*, 17(8): 705-722.
- Henderson, A. K., Stalnaker, D. ve Taylor, G. (1988). “The Relationship Between Barriers to Recreation and Gender-Role Personality Traits for Women”. *Journal of Leisure Research*, 20(1): 69-80.
- Heung, C. S. V., Qu, H. ve Chu, R. (2001). “The Relationship Between Vacation Factors and Socio – Demographic And Travelling Characteristics: The Case of Japanese Leisure Travellers”. *Tourism Management*, 22: 259-269.

- Hinch, D. T. ve Jackson, L. E. (2000). "Leisure Constraints Research: Its Value As A Framework for Understanding Tourism Seasonability". *Current Issues in Tourism*, 3(2): 87-106.
- Hofstede, G. (1981). "Culture and Organization". *International Studies of Management & Organization*, 10(4): 15-41.
- Hong, Y. (2001). "Cultural Identity and Dynamic Construction of the Self: Collective Duties and Individual Rights in Chinese and American Cultures". *Social Cognition*, 19(3): 251-268.
- Hong, Y., Morris, W. M., Chiu, C. ve Benet-Matinez, V. (2000). "Multicultural Minds: A Dynamic Constructivist Approach to Culture and Cognition". *American Psychological Association*, 55(7): 709-720.
- Horenberg, G. H. F. (2015). *Tourism Advertising: Comparing The Effects Of Push & Pull Factors In Advertising: A Cross-Cultural Perspective*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. University Of Twente.
- Höglhammer, A., Muhar, A. ve Schauppenlehner, T. (2015). *Outdoor Recreation of Turkish Immigrants in the Wienerwald Biosphere Park, Austria*. Landscape Culture – Culturing Landscapes, D. Bruns, O. Kühne, A. Schönwald and S. Theile (ed.), 127-147.
- Hubbard, J. ve Mannell, C. R. (2001). "Testing Competing Models of the Leisure Constraint Negotiation Process in a Corporate Employee Recreation Setting". *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 23(3): 145-163.
- Hudson, S. (2000). "The Segmentation of Potential Tourist: Constraints Differences Between Men and Women". *Journal of Travel Research*, 38: 363-368.
- Hudson, S. ve Gilbert, D. (2000). "Tourism Constraints: The Neglected Dimension in Consumer Behaviour Research" *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 8(4): 69-78.
- Hudson, S. ve Ritchie, B. R. J. (2001). "Cross-Cultural Tourist Behavior: An Analysis of Tourist Attitudes Towards the Environment". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 10 (2-3): 1-22.
- Hudson, S., Hinch, T., Walker, G. ve Simpson, B. (2010). "Constraints to Sport Tourism: A Cross-Cultural Analysis". *Journal of Sport&Tourism*, 15(1): 71-88.
- Hudson, S., Walker, G. J., Simpson, B. ve Hinch, T. (2013). "The Influence of Ethnicity and Self-Construal on Leisure Constraints". *Leisure Sciences:An Interdisciplinary Journal*, 35(2): 145-166.
- Hultsman, Z. W. (1993). "Is Constrained Leisure An Internally Homogeneous Concept? An Extension". *Journal of Leisure Research*, 25(4): 319-334.

- Hung, K. ve Petrick, F. J. (2010). "Developing A Measurement Scale For Constraints to Cruising". *Annals of Tourism Reserach*, 37(1): 206-228.
- Hung, K. ve Petrick, F. J. (2012). "Comparing Constraints to Cruising Between Cruisers and Non-Cruisers: A Test of the Constraints-Effects-Mitigation Model". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(3): 242-262.
- Iso-Ahola, S. ve Mannell, R. (1985). "Social and Psychological Constraints on Leisure". *Constraints on Leisure*, ed. Wade M.G., 1985, 111-151.
- İçöz, O. (2001). *Turizm İşletmelerinde Pazarlama: İlkeler ve Uygulama*. Turhan Kitapevi, Ankara.
- İslamoğlu, H. A. (2011). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. BetaYayıncılık, İstanbul.
- İslamoğlu, H. A. ve Altunışık, R. (2013). *Tüketici Davranışları*, Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., 4. Baskı, İstanbul.
- Jackson, L. E. (1983). "Activity-specific Barriers to Recreation Participation". *Leisure Sciences*, 6: 47-60.
- Jackson, L. E. (1990). "Variations in the Desire to Begin a Leisure Activity: Evidence of Antecedent Constraints?". *Journal of Leisure Research*, 22(1): 55-70.
- Jackson, L. E. (1991). "Leisure Constraints/Constrained Leisure: Special Issue Introduction". *Journal of Leisure Research*, 23(4): 279-285.
- Jackson, L. E. (1993). "Recognizing Patterns of Leisure Constraints: Result From Alternative Analyses". *Journal of Leisure Research*, 25(2): 129-149.
- Jackson, L. E. ve Dunn, E. (1988). "Integrating Ceasing Participation With Other Aspects of Leisure Behavior". *Journal of Leisure Research*, 20(2): 31-45.
- Jackson, L. E. ve Dunn, E. (1991). "Constrained Leisure An Internally Homogeneous Concept?". *Journal of Leisure Research*, 13(4): 167-184.
- Jackson, L. E. ve Henderson, K. A. (1995). "Gender-Based Analysis of Leisure Constraints". *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 17(1): 31-51.
- Jackson, L. E. ve Rucks, G. V. (1995). "Negotiation of Leisure Constraints by Junior-High and High School Students: An Exploratory Study", *Journal of Leisure Research*, 27 (1): 85-105.
- Jackson, L. E., Crawford, W. D. ve Godbey, G. (1993). "Negotiation of Leisure Constraints". *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 15(1): 1-11.
- Jamal, A. (1996). "Acculturation: The Symbolism of Ethnic Among Contemporary British Consumers". *British Food Journal*, 98(10): 12-26.



- Jovanović, T., Dragin, A., Armenski, T., Pavić, D. ve Davidović, N. (2013). "What Demotivates the Tourists? Constraining Factors of Nautical Tourism". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(8): 858-872.
- Jun, J. ve Kyle, T. G. (2011). "The Effect Identity Conflict/Facilitation on the Experience of Constraints to Leisure and Constraints Negotiation". *Journal of Leisure Research*, 43 (2): 176-204.
- Juniu, S. (2000). "The Impact of Immigration: Leisure Experience in the Lives of South American Immigrants". *Journal of Leisure Research*, 32(3): 358-381.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2014). "Kültürleşme ve Aile İlişkileri". *Türk Psikolojik Yazıları*, 17(34): 120-127.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kartarı, A. (2001). *Farklılıklarla Yaşamak: Kültürlerarası İletişim*. Ürün Yayınları, Ankara.
- Kay, T. ve Jackson, G. (1991). "Leisure Despite Constraints: The Impact of Leisure Constraints on Leisure Participation". *Journal of Leisure Research*, 23(4): 301-313.
- Kazemian, A., Chiappa, D. G. ve Jafari, J. (2013). "Senior's Travel Constraints and Their Coping Strategies". *Journal of Travel Research*, 20(10): 1-14.
- Keefe, E. S. ve Padilla, M. A. (1987). *Chicano Ethnicity*. Albuquerque NM, University of New Mexico Press.
- Keshkar, S., Ehsani, M., Koozechian, H., Ghasemi, H. ve Mohammadi, S. (2012). "Examining the Hierarchical Model of Leisure Constraints Model Among Women in Tehran Regarding Sports Participation". *International Journal of Sport Studies*, 2(11): 561-570.
- Kim, J., Heo, J. ve Lee, C. (2015). "Exploring The Relationship Between Types of Leisure Activities and Acculturation Among Korean Immigrants". *Leisure Studies*, 35(1): 113-127.
- Kimmm, J. (2012). "How do Pleasure Travelers Manage Their Travel Constraints". *Tourism Review*, 67(3): 30-40.
- Kloeze, W. J. (2001). "Integration Through Leisure? Leisure Time Activities and the Integration of Turkish Families in Arnhem and Enschede in the Netherlands" *World Leisure Journal*, 43(1): 52-61.
- Korfalı, K. D., Üstübcü, A. ve De Clerck, H. (2014). *Turkey: Country and Research Areas Report*, *MİReKoç Project Reports 2/2014 EUMAGINE*. Migration Research Center at Koç University, İstanbul.

- Kotler, P., Bowen, T. J. ve Makens, C. J. (2006). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson International Edition, Fourth Edition.
- Kowalski, L. C., Grybovych, O., Lankford, S. ve Neal, L. (2012). "Examining Constraints to Leisure and Recreation for Residents in Remote and Isolated Communities: An Analysis of 14 Communities in the Northwest Territories of Canada". *World Leisure Journal*, 54(4): 322-336.
- Koydemir, S. ve Schütz, A. (2014). "Almanya'daki Türk Göçmenlerde Yaşam Doyumu: Kültürel Kimlik ve Benlik Kurgularının Rolü". *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 42(5): 208-220.
- Kozak N. (2014). *Turizm Pazarlaması*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kula, B. K. (2012). *Almanya'da Türk Kültürü: Çok Kültürlülük ve Kültürlerarası Eğitim*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Kuo, C., Yung, Y., Hou, Y. ve Chang, F. (2011). "Elucidating Leisure Constraints and Experience, Satisfaction and Revisiting Willingness Among Tourists to Dong-Shi Fisherman's Wharf in Taiwan" *African Journal of Business Management*, 5(15): 6309-6317.
- Lafromboise, T., Coleman, H. ve Gerton, J. (1993). "Psychological Impact of Biculturalism: Evidence and Theory". *Psychological Bulletin*, 114(3): 395-412.
- Lai, C., Xiang, L. ve Harrill, R. (2013). "Chinese Outbound Tourists' Perceived Constraints to Visiting The United States". *Tourism Management*, 37: 136-146.
- Lee, H. S. ve Sparks, B. (2007). "Cultural Influences on Travel Lifestyle: A Comparison of Korean Australians and Koreans in Korea". *Tourism Management*, 28: 505-518.
- Lee, H. S. ve Tideswell, C. (2005). "Understanding Attitudes Towards Leisure Travel and the Constraints faced by Senior Koreans". *Journal of Vacation Marketing*", 11(3): 249-263.
- Lee, S. Y. ve Lee, J. H. (2014). "Time Constraints Scale in Overseas Tour: A Case from South Korea". *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 1-24.
- Li, M., Zhang, H., Mao, I. ve Deng, C. (2011). "Segmenting Chinese Outbound Tourist by Perceived Constraints". *Journal of Travel&Tourism Marketing*, 28(6): 629-643.
- Maffini, S. C. ve Wong, J. Y. (2012). *Psychology of Biculturalism*. G. R. Hayes ve M. H. Bryant "Psychology of Culture (ed.) Library of Congress Cataloging in Publication Data, Nova Science Publishers, New York.

- Martinez-Benet, V., Leu, J., Lee, F. ve Morris, W. M. (2002). "Negotiating Biculturalism: Cultural Frame Switching in Biculturals With Oppositional Versus Compatible Cultural Identities". *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 33(5): 492-516.
- Master, H. ve Prideaux, B. (2000). "Culture and Vacation Satisfaction: A Study of Taiwanese Tourists in South East Queensland". *Tourism Management*, 21: 445-449.
- Matias, G. (2010). "Correlations Between Policy Discourse and Leisure Constraints Among Ethnic Minorities: A Case Study of Recent Arrivals to Canada". *Annals of Leisure Research*, 13(1-2): 27-45.
- Mattila, S. A. (2000). "The Impact of Culture and Gender on Customer Evaluations of Service Encounters". *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 24(2): 263-273.
- McAvoy L. (1979). "The Leisure Preferences, Problems, and Needs of the Elderly". *Journal of Leisure Research*, 11(1): 40-47.
- McGuire, F. A. (1984). "A Factor Analytic Study of Leisure Constraints in Advanced Adulthood". *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 6(3): 313-326.
- McGuire, F. A., Dottavio, D. ve O'Leary, T. J. (1986). "Constraints to Participation in Outdoor Recreation Across the Life Span: A Nationwide Study of Limitors and Prohibitors". *The Gerontologist*, 26(5): 538-544.
- McQuarrie, F. ve Jackson, L. E. (1996). "Connections Between Negotiation of Leisure Constraints and Serious Leisure: An Exploratory Study of Adult Amateur Ice Skaters". *Society and Leisure*, 19(2): 459-483.
- Meric, J. H. ve Hunt, J. (1998). "Ecotourists' Motivational and Demographic Characteristics: A Case of North Carolina Travelers". *Journal of Travel Research*, 36: 57-61.
- Merritt, T. R. (2013). *Destination Recreation: A Generational Exploration of Psychographic Characteristics Related to Vacation Recreation Activity Preferences*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Presented to the Faculty of the Department of the Graduate Scholl, East Carolina University.
- Middleton, V., Fyall, A. ve Morgan, M. (2009). *Marketing in Travel and Tourism*. Elsevier Ltd, Fourth Edition.
- Müderrisoğlu, H., Kutay, L. E. ve Eşen, Ö. S. (2005). "Kırsal Rekreatyoneel Faaliyetlerde Kısıtlayıcılar". *Tarım Bilimleri Dergisi*, 11(1): 40-44.
- Nadirova, A. ve Jackson, E. L. (1999). "How Do People Negotiate Constraints to Their Leisure? Result From Empirical Study". *Ninth Canadian Congress on Leisure Research*, May 12-15, 1999.

- Nakip, M., Varinli, İ. ve Gülmez, M. (2012). *Güncel Pazarlama Yönetimi*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Nickerson, P. N. ve Ellis, D. G. (1991). "Traveler Types And Activation Theory: A Comparison Of Two Models". *Journal of Travel Research*, 29(3): 26-31.
- Nishio, T. (2014). "The Constraint Factors of Potential International Sports Fan Tourists". *Journal of Vacation Marketing*, 20(2): 137-147.
- Norman, B., Sylvester, C. ve Caldwell, L. (1991). "The Influence of Constraints on the Generic Decision of Whether or Not to Take A Summer Vacation Trip". *Abstracts of the Proceedings of the 1991 National Congress for Recreation and Parks*, October 17-20, Baltimore, Maryland, p.59.
- Nyaupane, P. G., Morais, B. D. ve Graefe, R. A. (2004). "Nature Tourism Constraints: A Cross-Activity Comparison". *Annals Tourism Research*, 31(3): 540-555.
- Nyaupane, P. G. ve Andereck, K. (2007). "Understanding Travel Constraints: Application and Extension of a Leisure Constraints Model". *Journal of Travel Research*.
- Nyuguen, A. A. D. ve Benet-Martinez, V. (2012). "Biculturalism and Adjustment: A Meta-Analysis". *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 20(10): 1-38.
- Odabaşı, Y. (1998). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri*. Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, 2. Baskı, Eskişehir.
- Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2002). *Tüketici Davranışı*. Kapital Medya Hizmetleri, MediaCat Kitapları, 9. Baskı, İstanbul.
- Oetting, R. E. ve Beauvais, F. (1991). "Orthogonal Cultural Identification Theory: The Cultural Identification of Minority Adolescents". *International Journal of the Addictions*, 25(5): 655-685.
- Okumuş, A. (2013). *Tüketici Davranışları: Teorik ve Uygulamalı Bir Yaklaşım*. Türkmen Kitapevi, İstanbul.
- Otoo, E. F. (2014). "Constraints of International Volunteering: A Study of Volunteer Tourists to Ghana". *Tourism Management Perspectives*, 12: 15-22.
- Özdemir, M. Ç. (1988). *Federal Almanya'daki Türk İşçi Çocuklarının Eğitim Sorunları Açısından İki Dillilik ve İki Kültürlülük ile İlgili Eğitim Modelleri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdemir, S. M., Benzer, H. ve Akbaş, O. (2009). "Almanya'da Yaşayan 15-19 Yaş Türk Gençlerinin Eğitim Sorunlarına İlişkin Bir İnceleme". *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(1): 23-40.

- Özdipçiner, S. N. (2009). "Turistlerin Satın Alma Kararlarındaki Kültürel Farklılıklar Türk-Alman Karşılaştırması". *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 9(4): 1295-1311.
- Özdipçiner, S. N., Xiangping, L. ve Uysal, M. (2012). "Cross-Cultural Differences In Purchase Decision-Making Criteria". *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 6(1): 34-43.
- Öztürk, B. E. (2015). *Tüketici Davranışları*. Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.
- Palen, L., Patrick, E. M., Gleeson, L. S., Caldwell, L. L., Smith, A. E. ve Wegner, L. (2010). "Leisure Constraints for Adolescents in Cape Town, South Africa: A Qualitative Study". *Leisure Sciences*, 32: 434-452.
- Patricia, C. J. (2006). *Marketing in Leisure ve Tourism: Reaching New Heights*. Venture Publishing Inc.
- Pennington-Gray, L. ve Kerstetter, L. D. (2002). "Testing A Constraints Model Within the Context of Nature-Based Tourism". *Journal of Travel Research*, 40: 416-423.
- Peterson, M. ve Lampert, L. S. (2003). "A Demographic Perspective on U.S. Consumers' Out-of-Town Vacationing and Commercial Lodging Usage While on Vacation". *Journal of Travel Research*, 42: 116-124.
- Pizam, A. ve Mansfeld, Y. (1999). *Consumer Behavior in Travel and Tourism*. The Haworth Hospitality Press, Routledge Taylor & Francis Group, New York.
- Priporas, C. V., Vassiliadis, C. A., Bellou, V. ve Andronikidis, A. C. (2014). "Exploring The Constraint Profile of Winter Sports Resort Tourist Segments". *Journal of Travel Research*, 1-13.
- Raymore, L., Godbey, G., Crawford, D. ve Eye, A. (1993). "Nature and Process of Leisure Constraints: An Empirical Test". *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 15(2): 99-113.
- Reid, D. R. ve Bojanic, C. D. (2010). *Hospitality Marketing Management*. Fifth Edition, John Wiley&Sons Inc.
- Reisinger, Y. (2009). *International Tourism: Cultures and Behavior*. Elsevier.
- Rızaoğlu, B. (2007). *Turizm Pazarlaması*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Richardson, L. S. ve Crompton, L. J. (1988). "Latent Demand for Vacation Travel: A Cross-Cultural Analysis of French and English Speaking Residents of Ontario and Quebec". *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 10(1): 17-26.
- Romsa, G. ve Hoffman, W. (1980). "An Application of Non-Participation Data in Recreation Research: Testing the Opportunity Theory". *Journal of Leisure Research*, 12(4): 321-328.

- Ross, D. L. E. ve Iso-Ahola, E. S. (1991). "Sightseeing Tourist's Motivation and Satisfaction". *Annals of Tourism Research*, 18: 226-237.
- Ross, F. G. (1993). Destination Evaluation and Vacation Preferences. *Annals of Tourism Research*, 20: 477-489.
- Ryan, C. ve Huyton, J. (2000). "Who is Interested in Aboriginal Tourism in the Northern Territory, Australia? A Cluster Analysis". *Journal of Sustainable Tourism*, 8(1): 53-88.
- Saerle, S. M. ve Jackson, E. L. (1985). "Socioeconomic Variations in Perceived Barriers to Recreation Participation Among Would-Be Participants". *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 7(2): 227-249.
- Samdahl, M. D. (2007). "Similarities Are Not Enough: A Response to Schneider and Wilhelm Stanis About Coping and Leisure Constraints Negotiation". *Leisure Sciences*, 29(4): 409-413.
- Samdahl, M. D. ve Jekubovich, J. N. (1997). "A Critique of Leisure Constraints: Comparative Analyses and Understandings". *Journal of Leisure Research*, 29(4): 430-452.
- Sargut, S. (2001). *Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim*. İmge Kitapevi, Ankara.
- Saydan, R. ve Kanıbir, H. (2007). "Global Pazarlamada Toplumsal Kültür Farklılıklarının Önemi: Çokuluslu Şirket ve Yerel Kültür Örnekleri". *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(6): 74-89.
- Schneider, E. I. ve Stanis, W. S. (2007). "Coping: An Alternative Conceptualization for Constraint Negotiation and Accommodation". *Leisure Sciences*, 29(4): 391-401.
- Scott, D. (1991). "The Problematic Nature of Participation in Contract Bridge: A Qualitative Study of Group-Related Constraints", *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 1991, 13(4): 321-336.
- Scott, D., Lee, S., Lee, J. Y. ve Kim, C. (2006). "Leisure Constraints and Acculturation Among Korean Immigrants". *Journal of Park and Recreation Administration*, 24(2): 63-86.
- Searle, S. M., Mactavish, B. J. ve Brayley, E. R. (1993). "Integrating Ceasing Participation with Other Aspects of Leisure Behavior: A Replication and Extension". *Journal of Leisure Research*, 25(4): 389-404.
- Shaull, S. L. ve Gramann H. J. (1998). "The Effect of Cultural Assimilation on the Importance of Family-Related and Nature-Related Recreation Among Hispanic Americans". *Journal of Leisure Research*, 30(1): 47-63.

- Shaw, S. M., Bonen, A. ve McCabe, F. J. (1991). "Do More Constraints Mean Less Leisure? Examining the Relationship Between Constraints and Participation". *Journal of Leisure Research*, 23(4): 286-300.
- Shinew, J. K., Floyd, F. M. ve Parry, D. (2004). "Understanding the Relationship Between Race and Leisure Activities and Constraints: Exploring An Alternative Framework". *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 26(2): 181-199.
- Shores, A. K., Scott, D. ve Floyd, F. M. (2007). "Constraints to Outdoor Recreation: A Multiple Hierarchy Stratification Perspective". *Leisure Sciences*, 29: 227-246.
- Smither, R. (1982). "Human Migration and the Acculturation of Minorities". *Human Relations*, 35(1): 57-68.
- Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S. ve Hogg, K. M. (2010). *Consumer Behaviour: A European Perspective*. Prentice Hall, Pearson Education, Fourth Edition.
- Son, S. J., Moven, J. A. ve Kerstetter, L. D. (2008). "Testing Alternative Leisure Constraint Negotiation Models: An Extension of Hubbard and Mannell's Study". *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 30(3): 198-216.
- Stack, J. A. ve Iwasaki, Y. (2009). "The Role of Leisure Pursuits in Adaptation Processes Among Afghan Refugees Who Have Immigrated to Winnipeg, Canada". *Leisure Studies*, 28(3): 239-259.
- Stodolska, M. (1998). "Assimilation and Leisure Constraints: Dynamics of Constraints on Leisure in Immigrant Populations". *Journal of Leisure Research*, 30(4): 521-551.
- Stodolska, M. (2002). "Ceasing Participation in Leisure Activities After Immigration: Eastern Europeans and Their Leisure Behavior". *Society and Leisure*, 25(1): 79-117.
- Stodolska, M. ve Yi, J. (2003). "Impacts of Immigration on Ethnic Identity and Leisure Behavior of Adolescent Immigrants From Korea, Mexico and Poland". *Journal of Leisure Research*, 35(1): 49-79.
- Stroink, L. M. ve Lalonde, R. N. (2009). "Bicultural Identity Conflict in Second-Generation Asian Canadians". *The Journal of Social Psychology*, 149(1): 44-65.
- Sussmann, S. ve Rashcovsky, C. (1997). "A Cross-Cultural Analysis of English and French Canadians' Vacation Travel Patterns". *Int.J.Hospitality Management*, 16(2): 191-208.
- Tadmor, C. T. ve Tetlock, E. P. (2006). "A Model of the Effect of Second-Culture Exposure on Acculturation and Integrative Complexity". *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 37(2): 173-190.
- Tirone, S. ve Goodberry, A (2011)., "Leisure, Biculturalism, and Second-Generation Canadians". *Journal of Leisure Research*, 43(3): 427-444.

- Tordkildsen, G. (2005). *Leisure and Recreation Management*. Fifth Edition, Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York.
- Triandis, C. H. (1994). *Culture and Social Behaviour*. New York: McGraw-Hill, 1994.
- Tsai, H. E. (2000). "The Influence of Acculturation on Perception of Leisure Constraints of Chinese Immigrants". *World Leisure Journal*, 42(4): 33-42.
- Tsai, H. E. ve Coleman, J. D. (1999). "Leisure Constraints Of Chinese Immigrants: An Exploratory Study". *Society and Leisure*, 22(1): 243-264.
- Turan, K. (1997). *Almanya'da Türk Olmak*. T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı Yayınları, Ankara.
- Uygur, U. M. (2007). *Turizm Pazarlaması*. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Verkuyten, M. ve Pouliasi K. (2006). "Biculturalism And Group Identification: The Mediating Role of Identification in Cultural Frame Switching". *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 37(3): 312-326.
- Walker, G. J, Jackson, L. E. ve Deng, J. (2008). "The Role of Self-Construal as an Intervening Variable Between Culture and Leisure Constraints: A Comparison of Canadian and Mainland Chinese University Students". *Journal of Leisure Research, First Quarter*, 40(1): 90-109.
- Walker, G. J., Jackson, L. E. ve Deng, J. (2007). "Culture and Leisure Constraints: A Comparison of Canadian and Mainland Chinese University Students". *Journal of Leisure Research*, 39(4): 567-590.
- Walker, R. J. ve Walker, T. J. (2011). *Tourism: Concepts and Practices*. Prentice Hall, Pearson Education Inc.
- White, D. D. (2008). "A Structural Model of Leisure Constraints Negotiation in Outdoor Recreation". *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 30(4): 342-359.
- Wright, A. B. ve Goodale, L. T. (1991). "Beyond Non-Participation: Validation of Interest and Frequency of Participation Categories in Constraints Research. *Journal of Leisure Research*, 23(4): 314-331.
- Yamada, A. ve Singelis, T. (1999). "Biculturalism and Self-Construal". *Int.J.Intercultural Rel.*, 23(5): 697-709.
- Yel, S. (2011). *16. Y.Y Başlarından 21. Y.Y. Başlarına Kadar Devam Eden Türk-Alman İlişkilerinin Nihai Sonucu: İki Dilli İki Kültürlü Olmak*", *Göçtürkler: Türklerin Almaya'da 50. Yılı*. (Ed. Latif Çelik), Kültür Tarih ve Entegrasyon Araştırmaları Enstitüsü.



- Yu, P. ve Berryman, L. D. (1996). “The Relationship Among Self-Esteem, Acculturation, and Recreation Participation of Recently Arrived Chinese Immigrant Adolescents”. *Journal of Leisure Research*, 28(4): 251-273.
- Yükselen C. (2015). *Pazarlama, İlkeler-Yönetim-Örnek Olaylar*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Zhang, W. (2009). The Motivations, Constraints and Decision-making of Beijing Outbond Tourists. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. University of Waikato.

### **İnternet Kaynakları**

- <https://davranisbilimlerineiris.wordpress.com/2010/03/22/kultur-ve-toplumsallasma/>. (erişim tarihi: 15.04.2016).
- <http://notoku.com/kulturun-ozellikleri/>. (erişim tarihi: 23.10.2015).
- [http://tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.561038f2849076.96487322](http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.561038f2849076.96487322). (erişim tarihi: 03.10.2015).
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/Gelenek>. (erişim tarihi: 18.04.2016).
- <http://turizmuncel.com/haber/'avrupa'da-yasayan-turkler-turizm-acisindan-turkiye'ye-sirt-cevirdiler'-h25401.html>. (erişim tarihi: 24.08.2016)
- <http://www.wikiturk.net/Madde/10361/cogulcu-toplum-pluralist-society>. (erişim tarihi: 26.04.2016).

## EK 1- PİLOT ÇALIŞMASI 1

### ANKET FORMU

Bu anket formu Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesinde yürütülmekte olan “ Yerel Halk ve Yurt Dışında Yaşayan Türklerin Tatil Tercihleri ve Kısıtlarının Karşılaştırılması” doktora tezi ile ilgilidir. Araştırmanın değeri ve başarısı sizin katılımınıza ve içtenliğinize bağlıdır. Elde edilen bilgiler yalnızca bilimsel çalışma için kullanılacak ve gizli tutulacak olup, anketin doldurulması yaklaşık 5 dakikanızı alacaktır.

Çok değerli katkılarınız için teşekkürlerimizi sunar, sağlıklı ve huzurlu günler dileriz.

Öğr.Gör.Özgür DAVRAS

Doç.Dr.Meltem CABER

#### A. KİŞİSEL ÖZELLİKLERİNİZ

<b><u>CİNSİYETİNİZ:</u></b>	<input type="radio"/> Erkek	<input type="radio"/> Kadın		
<b><u>YASINIZ:</u></b>	: .....			
<b><u>MEDENİ HALİNİZ:</u></b>	<input type="radio"/> Evli	<input type="radio"/> Bekar		
<b><u>EVLİ İSENİZ ÇOCUĞUNUZ VAR MI?:</u></b>	<input type="radio"/> Evet	<input type="radio"/> Hayır		
<b><u>ÇOCUK SAYINIZ:</u></b>	: .....			
<b><u>EĞİTİM SEVİYENİZ:</u></b>	<input type="radio"/> İlköğretim	<input type="radio"/> Lise/Meslek Lisesi	<input type="radio"/> Lisans	<input type="radio"/> Lisans üstü
<b><u>MESLEĞİNİZ:</u></b>	<input type="radio"/> Memur	<input type="radio"/> Özel Sektör Çalışanı	<input type="radio"/> Emekli	<input type="radio"/> Öğretmen
	<input type="radio"/> Ev hanımı	<input type="radio"/> İşyeri Sahibi	<input type="radio"/> İşçi	<input type="radio"/> Öğrenci
	<input type="radio"/> Doktor	<input type="radio"/> Mühendis	<input type="radio"/> Diğer .....	
<b><u>GELİRİNİZ:</u></b>	<input type="radio"/> 1000 TL altı	<input type="radio"/> 1001-1500 TL	<input type="radio"/> 1501-2000 TL	
	<input type="radio"/> 2001-2500 TL	<input type="radio"/> 2501-3000 TL	<input type="radio"/> 3001 TL üstü	
<b><u>ÖMRÜNÜZÜN EN FAZLA GEÇTİĞİ YER (YETİŞTİĞİNİZ ÇEVRE):</u></b>	<input type="radio"/> Büyükşehir			
	<input type="radio"/> İl Merkezi	<input type="radio"/> İlçe Merkezi	<input type="radio"/> Kasaba	<input type="radio"/> Köy
<b><u>HALEN YAŞAMAKTA OLDUĞUNUZ ÜLKE VE ŞEHİR:</u></b>	: .....			
<b><u>KAÇ SENEDEN BERİ BU ŞEHİRDE YAŞIYORSUNUZ:</u></b>	: .....			
<b><u>YILLIK İZİN SÜRENİZ</u></b>	: .....			

**BU YIL TATİL YAPMAYI DÜŞÜNÜYORMUSUNUZ?**

EVET  HAYIR

**EĞER CEVABINIZ; EVET İSE SADECE B GRUBU SORULARINI, HAYIR İSE SADECE C GRUBU SORULARINI CEVAPLAYINIZ.**

## B. TATİL TERCİHLERİNİZ NELERDİR?

Tatilinizde nereye gitmeyi düşünüyorsunuz? Ülke ..... Kent .....
Tatilinize paket turla mı çıkacaksınız ? <input type="radio"/> Evet <input type="radio"/> Hayır
Tatilinizde kimlerle seyahat edeceksiniz? <input type="radio"/> Yalnız <input type="radio"/> Aile üyeleriyle <input type="radio"/> Arkadaş/lar <input type="radio"/> Diğer.....
Tatil satın alımınızı, varış tarihinizden yaklaşık kaç gün önce yapmayı planlıyorsunuz? .....
Kaç gün tatil yapmayı düşünüyorsunuz? .....
Tatil yapacağınız yere ulaşmak için hangi ulaşım aracını kullanacaksınız?(Birden fazla seçenek işaretlenebilir) <input type="radio"/> Uçak <input type="radio"/> Araba <input type="radio"/> Otobüs <input type="radio"/> Gemi <input type="radio"/> Tren <input type="radio"/> Diğer .....
Tatilinizde ne tarz bir yerde kalmayı düşünüyorsunuz? <input type="radio"/> 5 veya 4 yıldızlı tatil köyü veya otel <input type="radio"/> 3 veya 2 yıldızlı tatil köyü veya otel <input type="radio"/> 2 yıldızlıdan az otel veya pansiyon <input type="radio"/> Kamping yeri <input type="radio"/> Kiralık apart <input type="radio"/> Arkadaşınızın veya ailenizin evi <input type="radio"/> Kendi yazlığınız <input type="radio"/> Diğer .....
Tatilinizi geçirmeyi planladığınız yere daha önce gittiniz mi? <input type="radio"/> Evet <input type="radio"/> Hayır
Tatil türü tercihiniz nedir? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz) <input type="radio"/> Deniz, kum ve güneş <input type="radio"/> Kültürel amaçlı <input type="radio"/> Aile veya arkadaş ziyareti <input type="radio"/> İnanç (Dini) amaçlı <input type="radio"/> Sportif amaçlı <input type="radio"/> Diğer .....
Tatilinizi planlarken hangi bilgi kaynaklarından faydalanırsınız? (Birden fazla seçenek işaretlenebilir) <input type="radio"/> Arkadaş/tanıdık tavsiyesi <input type="radio"/> Televizyon, radyo veya gazete ilanı <input type="radio"/> İşletmelerin internette sağladığı bilgiler <input type="radio"/> İnternetteki yorumlar <input type="radio"/> Seyahat kitapları veya rehber kitaplar <input type="radio"/> Seyahat acentesinin satış elemanı <input type="radio"/> Seyahat acentesinin basılı katalog veya broşürleri <input type="radio"/> Diğer .....
Tatilinize toplam ne kadar bütçe ayırdınız? (ulaşım ve otel dahil) <input type="radio"/> 500 TL ve altı <input type="radio"/> 500-1000 TL <input type="radio"/> 1001-1500 TL <input type="radio"/> 1501-2000 TL <input type="radio"/> 2001-2500 TL <input type="radio"/> 2501-3000 TL <input type="radio"/> 3001-3500 TL <input type="radio"/> 3501 TL ve üzeri

## C. TATİLE ÇIKMANIZI ENGELLEYEN NEDENLER NELERDİR?

Tatil yapmanıza engel olabilecek aşağıdaki maddelere ait düşüncenizi ( X ) işareti koymak suretiyle cevaplandırınız.

1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kısmen Katılmıyorum, 4=Kararsızım, 5=Kısmen Katılıyorum, 6=Katılıyorum, 7=Kesinlikle Katılıyorum

	Kesinlikle Katılmıyorum ← → Kesinlikle Katılıyorum						
	1	2	3	4	5	6	7
Tatile çıkmak bende fiziksel olarak yorgunluk yaratır							
Tatile çıkmamanın çok riskli olacağını düşünüyorum							
Tatil yapmayı sevmem							
Tatilden ne beklediğimi bilmiyorum							
Tatile birlikte çıkabileceğim birisi yok							
Ailem veya arkadaşlarım tatile çıkmakla ilgilenmezler							
Yakınlarımda tatile gidebileceğim bir yer yok							
Tatile çıkmak çok maliyetlidir							
Tatile çıkacak zamanım yok							
Aileme bağlılığım tatile çıkmama engel teşkil eder							
İş yoğunluğum tatile çıkmama engel teşkil eder							
Tatilde dinlenemiyorum							
Ne zaman tatile çıksam kendimi hasta gibi hissedirim							

**EK 2- PİLOT ÇALIŞMASI 2****ANKET FORMU**

Bu anket formu Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesinde yürütülmekte olan “ Yerel Halk ve Yurt Dışında Yaşayan Türklerin Tatil Tercihleri ve Kısıtlarının Karşılaştırılması” doktora tezi ile ilgilidir. Araştırmanın değeri ve başarısı sizin katılımınıza ve içtenliğinize bağlıdır. Elde edilen bilgiler yalnızca bilimsel çalışma için kullanılacak ve gizli tutulacak olup, anketin doldurulması yaklaşık 5 dakikanızı alacaktır.

Çok değerli katkılarınız için teşekkürlerimizi sunar, sağlıklı ve huzurlu günler dileriz.

Öğr.Gör.Özgür DAVRAS

Doç.Dr.Meltem CABER

**A. KİŞİSEL ÖZELLİKLERİNİZ**

1. CİNSİYETİNİZ:	<input type="radio"/> Erkek <input type="radio"/> Kadın
2. YAŞINIZ:	: .....
3. MEDENİ HALİNİZ:	<input type="radio"/> Evli <input type="radio"/> Bekar
4. EVLİ İSENİZ ÇOCUĞUNUZ VAR MI?:	<input type="radio"/> Evet <input type="radio"/> Hayır
5. ÇOCUK SAYINIZ:	: .....
6. EĞİTİM SEVİYESİNİZ:	<input checked="" type="radio"/> İlköğretim <input type="radio"/> Lise/Meslek Lisesi <input type="radio"/> Lisans <input type="radio"/> Lisans üstü
7. MESLEĞİNİZ:	<input type="radio"/> Memur <input type="radio"/> Özel Sektör Çalışanı <input type="radio"/> Emekli <input type="radio"/> Öğretmen <input type="radio"/> Ev hanımı <input type="radio"/> İşyeri Sahibi <input type="radio"/> İşçi <input type="radio"/> Öğrenci <input type="radio"/> Doktor <input type="radio"/> Mühendis <input type="radio"/> Diğer .....
8. AYLIK HANEHALKI GELİRİNİZ:	<input type="radio"/> 1000 TL ve altı <input type="radio"/> 1001-1500 TL <input type="radio"/> 1501-2000 TL <input type="radio"/> 2001-2500 TL <input type="radio"/> 2501-3000 TL <input type="radio"/> 3001 TL ve üstü
9. HALEN YAŞAMAKTA OLDUĞUNUZ ÜLKE VE ŞEHİR:	.....
10. KAÇ SENEDEN BERİ BU ŞEHİRDE YAŞIYORSUNUZ:	.....(yıl)
11. YILLIK İZİN SÜRENİZ	: .....(gün)
12. SON 2 YILDIR TATİLE ÇIKTINIZ MI?	<input type="radio"/> Evet <input type="radio"/> Hayır
13. CEVABINIZ EVET İSE SON 2 YILDA TOPLAM KAÇ DEFA TATİLE ÇIKTINIZ?	..... (defa)

## B. TATİL DENEYİMİNİZ

Aşağıdaki sorular belli bir tatil ile ilgilidir. Lütfen **EN SON GİTTİĞİNİZ TATİLİ GÖZ ÖNÜNE ALARAK**, aşağıdaki soruları cevaplayınız

<b>1. Tatilinizde nereye gittiniz?</b> Ülke .....				Kent .....			
<b>2. Tatilinizde gittiğiniz yeri daha önce ziyaret ettiniz mi?</b>				<input type="radio"/> Evet		<input type="radio"/> Hayır	
<b>3. Tatilinize kimlerle gittiniz ?</b>							
<input type="radio"/> Yalnız		<input type="radio"/> Aile üyeleriyle		<input type="radio"/> Arkadaş/lar		<input type="radio"/> Diğer.....	
<b>4. Tatilinizi planlarken hangi bilgi kaynaklarından faydalandınız? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)</b>							
<input type="radio"/> Arkadaş/tanıdık tavsiyesi		<input type="radio"/> Televizyon, radyo veya gazete ilanı		<input type="radio"/> İşletmelerin internette sağladığı bilgiler		<input type="radio"/> İnternetteki yorumlar	
<input type="radio"/> Seyahat kitapları veya rehber kitaplar		<input type="radio"/> Seyahat acentesinin satış elemanı		<input type="radio"/> Seyahat acentesinin basılı katalog veya broşürleri		<input type="radio"/> Diğer .....	
<b>5. Tatilinizi kaç gün önce planlamaya başladınız?</b> ..... (gün)							
<b>6. Tatilinizde ne tarz bir yerde kaldınız? (Sadece bir tane seçiniz)</b>							
<input type="radio"/> 5 veya 4 yıldızlı tatil köyü veya otel		<input type="radio"/> 3 veya 2 yıldızlı tatil köyü veya otel		<input type="radio"/> 2 yıldızlıdan az otel veya pansiyon		<input type="radio"/> Kamping yeri	
<input type="radio"/> Kiralık apart		<input type="radio"/> Arkadaşınızın veya ailenizin evi		<input type="radio"/> Kendi yazlığınız		<input type="radio"/> Diğer .....	
<b>7. Kaç gün tatil yaptınız?</b> ..... (gün)							
<b>8. Yapmış olduğunuz tatil türünü aşağıdakilerden hangisi en iyi tanımlar? (Sadece bir tane seçiniz)</b>							
<input type="radio"/> Deniz, kum ve güneş		<input type="radio"/> Kültürel amaçlı		<input type="radio"/> Aile veya arkadaş ziyareti		<input type="radio"/> Diğer .....	
<input type="radio"/> İnanç (Dini) amaçlı		<input type="radio"/> Sağlık amaçlı		<input type="radio"/> Diğer .....		<input type="radio"/> Diğer .....	
<b>9. Tatilinize paket turla mı çıktınız?</b> <input type="radio"/> Evet <input type="radio"/> Hayır							
<b>10. Tatilinizde toplam ne kadar harcadınız? (Ulaşım ve konaklama dahil)</b>							
<input type="radio"/> 500 TL ve altı		<input type="radio"/> 500-1000 TL		<input type="radio"/> 1001-1500 TL		<input type="radio"/> 1501-2000 TL	
<input type="radio"/> 2001-2500 TL		<input type="radio"/> 2501-3000 TL		<input type="radio"/> 3001-3500 TL		<input type="radio"/> 3501 TL ve üzeri	

## 2015 YILINDA TATİL YAPMAYI DÜŞÜNÜYORMUSUNUZ?

EVET  HAYIR

Eğer cevabınız; **EVET İSE SADECE C GRUBU** sorularını, **HAYIR İSE SADECE D GRUBU** sorularını cevaplayınız.

### C. TATİL TERCİHLERİNİZ NELERDİR?

<b>1. Tatilinizde nereye gitmeyi düşünüyorsunuz?</b> Ülke ..... Kent .....			
<b>2. Tatilinizi planlamayı düşündüğünüz yere daha önce gittiniz mi?</b> <input type="radio"/> Evet <input type="radio"/> Hayır			
<b>3. Tatilinize kimlerle gideceksiniz ?</b> <input type="radio"/> Yalnız <input type="radio"/> Aile üyeleriyle <input type="radio"/> Arkadaş/lar <input type="radio"/> Diğer.....			
<b>4. Tatilinizi planlarken hangi bilgi kaynaklarından faydalanırsınız? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)</b> <input type="radio"/> Arkadaş/tanıdık tavsiyesi <input type="radio"/> Televizyon, radyo veya gazete ilanı <input type="radio"/> İşletmelerin internette sağladığı bilgiler <input type="radio"/> İnternetteki yorumlar <input type="radio"/> Seyahat kitapları veya rehber kitaplar <input type="radio"/> Seyahat acentesinin satış elemanı <input type="radio"/> Seyahat acentesinin basılı katalog veya broşürleri <input type="radio"/> Diğer .....			
<b>5. Tatil satın alımınızı, varış tarihinden yaklaşık kaç gün önce yapmayı planlıyorsunuz?</b> ..... (gün)			
<b>6. Tatilinizde ne tarz bir yerde kalmayı düşünüyorsunuz? (Sadece bir tane seçiniz)</b> <input type="radio"/> 5 veya 4 yıldızlı tatil köyü veya otel <input type="radio"/> 3 veya 2 yıldızlı tatil köyü veya otel <input type="radio"/> 2 yıldızlıdan az otel veya pansiyon <input type="radio"/> Kamping yeri <input type="radio"/> Kiralık apart <input type="radio"/> Arkadaşınızın veya ailenizin evi <input type="radio"/> Kendi yazlığınız <input type="radio"/> Diğer .....			
<b>7. Kaç gün tatil yapmayı düşünüyorsunuz?</b> ..... (gün)			
<b>8. Ne tür bir tatil yapmayı düşünüyorsunuz? (Sadece bir tane seçiniz)</b> <input type="radio"/> Deniz, kum ve güneş <input type="radio"/> Kültürel amaçlı <input type="radio"/> Aile veya arkadaş ziyareti <input type="radio"/> İnanç (Dini) amaçlı <input type="radio"/> Sağlık amaçlı <input type="radio"/> Diğer .....			
<b>9. Tatilinize paket turla mı çıkacaksınız?</b> <input type="radio"/> Evet <input type="radio"/> Hayır			
<b>10. Tatilinize toplam ne kadar bütçe ayırdınız? (Ulaşım ve konaklama dahil)</b> <input type="radio"/> 500 TL ve altı <input type="radio"/> 500-1000 TL <input type="radio"/> 1001-1500 TL <input type="radio"/> 1501-2000 TL <input type="radio"/> 2001-2500 TL <input type="radio"/> 2501-3000 TL <input type="radio"/> 3001-3500 TL <input type="radio"/> 3501 TL ve üzeri			

## D. TATİLE ÇIKMANIZI ENGELLEYEN NEDENLER NELERDİR?

Tatil yapmanıza engel olabilecek aşağıdaki maddelere ait düşüncenizi ( X ) işareti koymak suretiyle cevaplandırınız.

1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kısmen Katılmıyorum, 4=Kararsızım, 5=Kısmen Katılıyorum, 6=Katılıyorum, 7=Kesinlikle Katılıyorum

	Kesinlikle Katılmıyorum ← → Kesinlikle Katılıyorum						
	1	2	3	4	5	6	7
<b>YAPISAL NEDENLER</b>							
1.Tatile çıkacak zamanım yok							
2.Ailevi sorumluluklar tatile çıkmamı engeller							
3.Tatil yapmak çok pahalıdır							
4.Yapmayı düşündüğüm tatil çok pahalıdır							
5.Tatil yapacak maddi imkanım yok							
6.Tatil yapabileceğim yer hakkında herhangi bir bilgim yok							
7.Yakınlarımda tatil yapabileceğim bir yer yok							
8.Tatil yapmayı düşündüğüm yerin hava şartları elverişli değildir							
9.Tatil yapmayı düşündüğüm yerin trafiği çok yoğundur							
10.Tatil yapmayı düşündüğüm yer, bulunduğum yere çok uzaktır							
<b>KİŞİLERARASI NEDENLER</b>							
1.Tatile birlikte çıkabileceğim birisi yok							
2.Ailem veya arkadaşlarımda tatil yapma kültürü yoktur							
3.Kendi başıma tatil yapmak eğlenceli değil							
4.Tatil yapacağım yerde konaklayabileceğim bir akrabam veya arkadaşım yok							
<b>KİŞİSEL NEDENLER</b>							
1.Tatile çıkmak çok yüksek riskli bir faaliyettir							
2.Tatile çıkmayı düşündüğüm yerdeki aktivitelere ilgi duymuyorum							
3.Tatile çıkmakla ilgilenmiyorum							
4.Tatile çıkmayı düşündüğüm yere karayoluyla gidemem							
5.Sağlık durumum tatil yapmamı engeldir							

**EK 3- ANKET FORMU****ANKET FORMU**

Bu anket formu Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesinde yürütülmekte olan “ Yerel Halk ve Yurt Dışında Yaşayan Türklerin Tatil Tercihleri ve Kısıtlarının Karşılaştırılması” doktora tezi ile ilgilidir. Araştırmanın değeri ve başarısı sizin katılımınıza ve içtenliğinize bağlıdır. Elde edilen bilgiler yalnızca bilimsel çalışma için kullanılacak ve gizli tutulacak olup, anketin doldurulması yaklaşık 5 dakikanızı alacaktır.

Çok değerli katkılarınız için teşekkürlerimizi sunar, sağlıklı ve huzurlu günler dileriz...

Öğr.Gör.Özgür DAVRAS

Doç.Dr.Meltem CABER

**A. KİŞİSEL ÖZELLİKLERİNİZ**

<b>14. CİNSİYETİNİZ:</b>	<input type="radio"/> Erkek <input type="radio"/> Kadın
<b>15. YAŞINIZ:</b>	: .....
<b>16. MEDENİ HALİNİZ:</b>	<input type="radio"/> Evli <input type="radio"/> Bekar
<b>17. EVLİ İSENİZ ÇOCUĞUNUZ VAR MI?:</b>	<input type="radio"/> Evet <input type="radio"/> Hayır
<b>18. ÇOCUK SAYINIZ:</b>	: .....
<b>19. EĞİTİM SEVİYESİNİZ:</b>	<input type="radio"/> İlköğretim <input type="radio"/> Lise/Meslek Lisesi <input type="radio"/> Lisans <input type="radio"/> Lisans üstü
<b>20. MESLEĞİNİZ:</b>	<input type="radio"/> Memur <input type="radio"/> Özel Sektör Çalışanı <input type="radio"/> Emekli <input type="radio"/> Öğretmen <input type="radio"/> Ev hanımı <input type="radio"/> İşyeri Sahibi <input type="radio"/> İşçi <input type="radio"/> Öğrenci <input type="radio"/> Doktor <input type="radio"/> Mühendis <input type="radio"/> Diğer .....
<b>21. AYLIK HANEHALKI GELİRİNİZ:</b>	<input type="radio"/> 1000 TL ve altı <input type="radio"/> 1001-1500 TL <input type="radio"/> 1501-2000 TL <input type="radio"/> 2001-2500 TL <input type="radio"/> 2501-3000 TL <input type="radio"/> 3001 TL ve üstü
<b>22. HALEN YAŞAMAKTA OLDUĞUNUZ ŞEHİR:</b>	.....
<b>23. KAÇ SENEDEN BERİ BU ŞEHİRDE YAŞIYORSUNUZ:</b>	.....(yıl)
<b>24. SON 2 YILDIR TATİLE ÇIKTINIZ MI?</b>	<input type="radio"/> Evet <input type="radio"/> Hayır
<b>25. CEVABINIZ EVET İSE SON 2 YILDA TOPLAM KAÇ DEFA TATİLE ÇIKTINIZ?</b>	..... (defa)
<b>26. YILLIK İZİN SÜRENİZ :</b>	.....(gün)



## B. TATİL DENEYİMİNİZ

Aşağıdaki sorular belli bir tatil ile ilgilidir. Lütfen **EN SON GİTTİĞİNİZ TATİLİ GÖZ ÖNÜNE ALARAK**, aşağıdaki soruları cevaplayınız

<b>11. Tatilinizde nereye gittiniz?</b>	Ülke .....	Kent .....	
<b>12. Tatilinizde gittiğiniz yeri daha önce ziyaret ettiniz mi?</b>	<input type="radio"/> Evet	<input type="radio"/> Hayır	
<b>13. Tatilinize kimlerle gittiniz ?</b>	<input type="radio"/> Yalnız	<input type="radio"/> Aile üyeleriyle	
	<input type="radio"/> Arkadaş/lar	<input type="radio"/> Diğer.....	
<b>14. Tatilinizi planlarken hangi bilgi kaynaklarından faydalandınız? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)</b>			
<input type="radio"/> Arkadaş/tanıdık tavsiyesi	<input type="radio"/> Televizyon, radyo veya gazete ilanı		
<input type="radio"/> İşletmelerin internette sağladığı bilgiler	<input type="radio"/> İnternetteki yorumlar		
<input type="radio"/> Seyahat kitapları veya rehber kitaplar	<input type="radio"/> Seyahat acentesinin satış elemanı		
<input type="radio"/> Seyahat acentesinin basılı katalog veya broşürleri	<input type="radio"/> Diğer .....		
<b>15. Tatilinizi kaç gün önce planlamaya başladınız?</b> ..... (gün)			
<b>16. Tatilinizde ne tarz bir yerde kaldınız? (Sadece bir tane seçiniz)</b>			
<input type="radio"/> 5 veya 4 yıldızlı tatil köyü veya otel	<input type="radio"/> 3 veya 2 yıldızlı tatil köyü veya otel		
<input type="radio"/> 2 yıldızlıdan az otel veya pansiyon	<input type="radio"/> Kamping yeri		
<input type="radio"/> Kiralık apart	<input type="radio"/> Arkadaşınızın veya ailenizin evi		
<input type="radio"/> Kendi yazlığınız	<input type="radio"/> Diğer .....		
<b>17. Kaç gün tatil yaptınız?</b> ..... (gün)			
<b>18. Yapmış olduğunuz tatil türünü aşağıdakilerden hangisi en iyi tanımlar? (Sadece bir tane seçiniz)</b>			
<input type="radio"/> Deniz, kum ve güneş	<input type="radio"/> Kültürel amaçlı	<input type="radio"/> Aile veya arkadaş ziyareti	
<input type="radio"/> İnanç (Dini) amaçlı	<input type="radio"/> Sağlık amaçlı	<input type="radio"/> Diğer .....	
<b>19. Tatilinize paket turla mı çıktınız?</b> <input type="radio"/> Evet <input type="radio"/> Hayır			
<b>20. Tatilinizde toplam ne kadar harcadınız? (Ulaşım ve konaklama dahil)</b>			
<input type="radio"/> 500 TL ve altı	<input type="radio"/> 500-1000 TL	<input type="radio"/> 1001-1500 TL	<input type="radio"/> 1501-2000 TL
<input type="radio"/> 2001-2500 TL	<input type="radio"/> 2501-3000 TL	<input type="radio"/> 3001-3500 TL	<input type="radio"/> 3501 TL ve üzeri

**2015 YILINDA TATİL YAPMAYI DÜŞÜNÜYORMUSUNUZ?**

EVET  HAYIR

Eğer cevabınız; **EVET İSE SADECE C GRUBU** sorularını, **HAYIR İSE SADECE D GRUBU** sorularını cevaplayınız.

### C. TATİL TERCİHLERİNİZ NELERDİR?

<b>1. Tatilinizde nereye gitmeyi düşünüyorsunuz?</b> Ülke ..... Kent .....			
<b>2. Tatilinizi planlamayı düşündüğünüz yere daha önce gittiniz mi?</b> <input type="radio"/> Evet <input type="radio"/> Hayır			
<b>3. Tatilinize kimlerle gideceksiniz ?</b> <input type="radio"/> Yalnız <input type="radio"/> Aile üyeleriyle <input type="radio"/> Arkadaş/lar <input type="radio"/> Diğer.....			
<b>4. Tatilinizi planlarken hangi bilgi kaynaklarından faydalanırsınız? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)</b> <input type="radio"/> Arkadaş/tanıdık tavsiyesi <input type="radio"/> Televizyon, radyo veya gazete ilanı <input type="radio"/> İşletmelerin internette sağladığı bilgiler <input type="radio"/> İnternetteki yorumlar <input type="radio"/> Seyahat kitapları veya rehber kitaplar <input type="radio"/> Seyahat acentesinin satış elemanı <input type="radio"/> Seyahat acentesinin basılı katalog veya broşürleri <input type="radio"/> Diğer .....			
<b>5. Tatil satın alımınızı, varış tarihinden yaklaşık kaç gün önce yapmayı planlıyorsunuz?</b> ..... (gün)			
<b>6. Tatilinizde ne tarz bir yerde kalmayı düşünüyorsunuz? (Sadece bir tane seçiniz)</b> <input type="radio"/> 5 veya 4 yıldızlı tatil köyü veya otel <input type="radio"/> 3 veya 2 yıldızlı tatil köyü veya otel <input type="radio"/> 2 yıldızlıdan az otel veya pansiyon <input type="radio"/> Kamping yeri <input type="radio"/> Kiralık apart <input type="radio"/> Arkadaşınızın veya ailenizin evi <input type="radio"/> Kendi yazlığımız <input type="radio"/> Diğer .....			
<b>7. Kaç gün tatil yapmayı düşünüyorsunuz?</b> ..... (gün)			
<b>8. Ne tür bir tatil yapmayı düşünüyorsunuz? (Sadece bir tane seçiniz)</b> <input type="radio"/> Deniz, kum ve güneş <input type="radio"/> Kültürel amaçlı <input type="radio"/> Aile veya arkadaş ziyareti <input type="radio"/> İnanç (Dini) amaçlı <input type="radio"/> Sağlık amaçlı <input type="radio"/> Diğer .....			
<b>9. Tatilinize paket turla mı çıkacaksınız?</b> <input type="radio"/> Evet <input type="radio"/> Hayır			
<b>10. Tatilinize toplam ne kadar bütçe ayırdınız? (Ulaşım ve konaklama dahil)</b> <input type="radio"/> 500 TL ve altı <input type="radio"/> 500-1000 TL <input type="radio"/> 1001-1500 TL <input type="radio"/> 1501-2000 TL <input type="radio"/> 2001-2500 TL <input type="radio"/> 2501-3000 TL <input type="radio"/> 3001-3500 TL <input type="radio"/> 3501 TL ve üzeri			

## D. TATİLE ÇIKMANIZI ENGELLEYEN NEDENLER NELERDİR?

Tatil yapmanıza engel olabilecek aşağıdaki maddelere ait düşüncenizi ( X ) işareti koymak suretiyle cevaplandırınız.

1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kısmen Katılmıyorum, 4=Kararsızım, 5=Kısmen Katılıyorum, 6=Katılıyorum, 7=Kesinlikle Katılıyorum

	Kesinlikle Katılmıyorum ←————→ Kesinlikle Katılıyorum						
	1	2	3	4	5	6	7
<b>YAPISAL NEDENLER</b>							
1. Tatile çıkacak zamanım yok							
2. Ailevi sorumluluklar tatile çıkmamı engeller							
3. Tatil yapmak çok pahalıdır							
4. Yapmayı düşündüğüm tatil çok pahalıdır							
5. Tatil yapacak maddi imkanım yok							
6. Tatil yapabileceğim yer hakkında herhangi bir bilgim yok							
7. Yakınlarımda tatil yapabileceğim bir yer yok							
8. Tatil yapmayı düşündüğüm yerin hava şartları elverişli değildir							
9. Tatil yapmayı düşündüğüm yerin trafiği çok yoğundur							
10. Tatil yapmayı düşündüğüm yer, bulunduğum yere çok uzaktır							
<b>KİŞİLERARASI NEDENLER</b>							
1. Tatile birlikte çıkabileceğim birisi yok							
2. Ailem veya arkadaşlarımda tatil yapma kültürü yoktur							
3. Tek başıma tatil yapmak eğlenceli değil							
4. Tatil yapacağım yerde konaklayabileceğim bir akrabam veya arkadaşım yok							
<b>KİŞİSEL NEDENLER</b>							
1. Tatile çıkmak çok yüksek riskli bir faaliyettir							
2. Tatile çıkmayı düşündüğüm yerdeki aktivitelere ilgi duymuyorum							
3. Tatile çıkmakla ilgilenmiyorum							
4. Tatile çıkmayı düşündüğüm yere karayoluyla gidemem							
5. Sağlık durumum tatil yapmama engeldir							

## ÖZGEÇMİŞ

**Adı ve SOYADI** : Özgür DAVRAS

### **Eğitim Durumu**

**Mezun Olduğu Lise** : Milas Lisesi, Muğla, 1994

**Lisans Diploması** : Akdeniz Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Antalya, 1999

### **Yüksek**

**Lisans Diploması** : Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Antalya, 2013

**Tez Konusu** : Otel İşletmelerinde Çalışanlarının Memnuniyet Düzeyinin Belirlenmesi

**Doktora Diploması** : Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Antalya, 2017

**Tez Konusu** : Tek ve Çift Kültürlü Tüketicilerin Tatil Turizmi Tercihleri ve Kısıtlayıcıları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma

**Yabancı Dil** : İngilizce

### **Bilimsel Faaliyetler**

#### **Bildiriler**

- Davras G. ve Davras Ö. Otel İşletmelerinde Esnek Zamanlı Çalışma Sisteminin Personel Verimliliğine Etkisi, I. Uluslararası IV. Ulusal Turizm Sempozyumu ve Göller Bölgesi Değerleri Çalıştayı, Eğirdir, 1 – 4 Aralık 2011.
- Bideci Ç. ve Davras Ö. İnsan Kaynakları Uygulamalarında Benchmarking Yönetimine Turizm Alanında Uygulamalı Bir Bakış, III. Turizmde İnsan Kaynakları Gelişimi Sempozyumu, Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi, 10 - 11 Mayıs 2012.
- Davras G. ve Davras Ö. Önlisans Düzeyindeki Turizm Öğrencilerinin Sektörde Staj Eğitimini Değerlendirmeleri: Süleyman Demirel Üniversitesi Örneği, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm Eğitimi Konferansı, 17 – 19 Ekim 2012.
- Davras Ö. ve Göksu H. A Study of Identification of Impact of Online Hotel Reviews on Hotel Choices, I. International Conference on Tourism Dynamics and Trends, 4-7 Mayıs 2016, Antalya

- Davras Ö. Hiyerarşik Boş Zaman Kısıtlar Modelinin Tatil Turizmi Üzerinde Test Edilmesi: Isparta Örneği, Internatinonal Conference of Strategic Research in Social Science and Education, 14-16 Ekim 2016.

### **Makaleler**

- Davras Ö. ve Gülmez M. (2013). Otel İşletmelerinde Çalışan Memnuniyetine Etki Eden Faktörler: Kemer-Lara-Belek-Side-Alanya Bölgelerinde Bir Çalışma, Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, 24(2): 167-184.
- Gülmez M., Uslu A., Davras Ö. ve Ajanoviç E. (2014) The Preferences of Settled Foreigners Towards Domestic and Foreign Branded Products: The Case Study of Antalya and Fethiye Region, Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, 1: 98-114.
- Davras G. ve Davras Ö. (2015). Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Öğrencilerinin Turizm Sektöründe Cinsiyet Ayrımcılığıyla İlgili Düşünceleri, Journal of Tourism Theory and Research, 1(2): 116-130.

### **İş Deneyimi**

1998 – 2000 : Sol Belvil Otel, Resepsiyonist  
 2001 – 2005 : Papillon Zeugma Hotel, Shift Leader  
 2005- 2008 : Papillon Ayscha Hotel, Önbüro Müdürü  
 2008 – Devam Ediyor: Süleyman Demirel Üniversitesi, Öğretim Görevlisi

**E-Posta** : ozgurdavras@sdu.edu.tr