

T.C.

AKSARAY ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANABİLİM DALI

TURİSTLERİN SAKİN ŞEHİRLERİ TERCİH NEDENLERİ, MEMNUNİYET DÜZEYLERİ VE TEKRAR ZİYARET ETME NİYETLERİ: TÜRKİYE'DEKİ SAKİN ŞEHİRLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

DOKTORA TEZİ

YUSUF ACAR

DANIŞMAN

PROF. DR. TÜLAY YENİÇERİ

AĞUSTOS 2016

AKSARAY



T.C.

AKSARAY ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANABİLİM DALI

TURİSTLERİN SAKİN ŞEHİRLERİ TERCİH NEDENLERİ, MEMNUNİYET DÜZEYLERİ VE TEKRAR ZİYARET ETME NİYETLERİ: TÜRKİYE'DEKİ SAKİN ŞEHİRLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

DOKTORA TEZİ

YUSUF ACAR

DANIŞMAN

PROF. DR. TÜLAY YENİÇERİ

AĞUSTOS 2016

AKSARAY

TELİF HAKKI VE TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU

Bu tezin tüm hakları saklıdır. Kaynak göstermek koşuluyla tezin teslim tarihinden itibaren altı (6) ay sonra tezden fotokopi çekilebilir.

YAZARIN

Adı : Yusuf

Soyadı : Acar

Bölümü : İşletme Anabilim Dalı

İmza :

Teslim tarihi : 18/08/2016

TEZİN

Türkçe Adı : Turistlerin Sakin Şehirleri Tercih Nedenleri, Memnuniyet Düzeyleri ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetleri: Türkiye'deki Sakin Şehirlerin Değerlendirilmesi

İngilizce Adı : The Reasons for Prefer Cittaslows, Satisfaction Levels and Revisit Intensions of Tourists': Evaluation of Cittaslows In Turkey

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Tez yazma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyduğumu, yararlandığım tüm kaynakları kaynak gösterme ilkelerine uygun olarak kaynakçada belirttiğimi ve bu bölümler dışındaki tüm ifadelerin şahsıma ait olduğunu beyan ederim.

Yazar Adı Soyadı: Yusuf Acar

İmza: ……..

Jüri onay sayfası

T.C.

AKSARAY ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

JÜRİ ONAY SAYFASI

Yusuf ACAR tarafından hazırlanan "Turistlerin Sakin Şehirleri Tercih Nedenleri, Memnuniyet Düzeyleri ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetleri: Türkiye'deki Sakin Şehirlerin Değerlendirilmesi" başlıklı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği / ~~oy çokluğu~~ ile AksarayÜniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman: **PROF. DR. TÜLAY YENİÇERİ**

İŞLETME A.B.D./AKSARAYÜNİVERSİTESİ

Üye: **PROF. DR. KURTULUŞ KARAMUSTAFA**

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ A.B.D. /ERCİYES ÜNİVERSİTESİ

Üye: **DOÇ. DR. KENAN GÜLLÜ**

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ A.B.D. /ERCİYES ÜNİVERSİTESİ

Üye: **DOÇ. DR. ZELİHA SEÇKİN**

İŞLETME A.B.D./AKSARAYÜNİVERSİTESİ

Üye: **YRD. DOÇ. DR. DİLEK ARZU AKOLAŞ**

İŞLETME A.B.D./AKSARAYÜNİVERSİTESİ

Tez Savunma Tarihi: 25/07/2016

Sosyal bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun .....25.08.2016.....tarih ve 2016/41-02..... sayılı kararı ile onaylanmıştır.

Yusuf ACAR

vi

Yrd.Doç.Dr.
Sevilay USLU DİVANOĞLU
Müdür

TEŞEKKÜR

Doktora sürecimin başlangıcından itibaren yanımda olan ve kıymetli desteklerini esirgemeyen çok değerli tez danışmanım Sn. Prof. Dr. Tülay Yeniçeri hocama, tez izleme komite ve jürisinde bulunan Sn. Prof. Dr. Kurtuluş Karamustafa hocama, ayrıca tezimin hazirlanma sürecinde sürekli desteğini ve yardımını aldığım tezin hazırlanmasında büyük emeği geçen tez izleme komitemde bulunan özel sebebinden dolayı tez savunma sınavına katılamayan Sn. Doç. Dr. Eyüp Akın hocama, eğitim hayatımın başlangıcından itibaren sürekli yanımda bulunan sevgili aileme, eşime ve arkadaşlarıma degerli katkılarından ve desteklerinden dolayi çok teşekkur ederim...

TURİSTLERİN SAKİN ŞEHİRLERİ TERCİH NEDENLERİ, MEMNUNİYET DÜZEYLERİ VE TEKRAR ZİYARET ETME NİYETLERİ: TÜRKİYE'DEKİ SAKİN ŞEHİRLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

(Doktora tezi)

Yusuf Acar

AKSARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER
ENSTİTÜSÜ

ÖZET

Bu tez çalışmasının temel amacı, Türkiye'deki sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin sakin şehir tercih nedenleri ve memnuniyet düzeyleri ile tatil deneyiminin yaşandığı destinasyonu ya da salyangoz logosu taşıyan farklı bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkinin ortaya konulmasıdır. Araştırma kapsamında sakin şehir yaklaşımının Türkiye'deki uygulanış şekli ve mevcut durumun belirlenmesine yönelik sakin şehir temsilcilerinin değerlendirmelerine de yer verilmiştir. Bu anlamda araştırmada Türkiye'de Sakin Şehir Birliği'nde yer alan bütün sakin şehirler, ziyaretçi ve yönetici bakış açısından ele alınarak incelenmiştir. Bu amaçlar doğrultusunda, Türkiye'de Sakin Şehir Birliği'nde yer alan sakin şehirler ile ilgili kapsamlı bilgiler sunularak, elde edilen araştırma verilerinin daha kolay analiz edilebilmesi ve sonuçların anlamlı bir şekilde yorumlanabilmesi için Türkiye'de yer alan sakin şehirler gelişmişlik düzeyi ve 2014 yılına ait ziyaretçi sayısı kriterleri dikkate alınarak üç gruba ayrılmıştır. Ayrıca sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin sosyo-demografik özelliklerindeki farklılıkların yanı sıra, çevresel duyarlılık ve küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmasının sakin şehir tercih nedenlerine yansıyıp yansımadığı da araştırma kapsamında ele alınmıştır.
Araştırma kapsamında oluşturulan temel araştırma hipotezleri korelasyon ve varyans analizleri yardımıyla test edilmiş ve uygulanan analizler sonucunda; ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyetleri ile memnuniyet düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu ve ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etme nedenleri, memnuniyet düzeyleri ve tekrar ziyaret etme niyetlerinin gruplar itibari ile farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

Bilim Kodu :

Anahtar Kelimeler : Sakin şehirler, memnuniyet düzeyi, tekrar ziyaret etme niyeti

Sayfa Adedi : 340

Danışman : Prof. Dr Tülay YENİÇERİ

THE REASONS FOR PREFER CITTASLOWS, SATISFACTION LEVELS AND REVISIT INTENSIONS OF TOURISTS': EVALUATION OF CITTASLOWS IN TURKEY

(Ph. D. Thesis)

Yusuf Acar

AKSARAY UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL OF EDUCATIONAL SCIENCES

July /2016

ABSTRACT

The main purpose of this thesis study is to examine the relations among the reasons for prefers cıttaslow's, satısfaction levels and revisit intensions where destinastion of holiday has experience occured or a different destination with snail logo of tourists who visiting cittaslow in Turkey. Also the study includes, the evaluation of cittaslow representatives about manner of implementation approach and determining the current situation of cittaslows in Turkey. In this study all cittaslows contained in cittaslow network in Turkey have been examined in terms of visitors and managerial perspective. In accordance with these purposes, easier to analyze research data and the results in a meaningful way to interpret the cittaslows located in Turkey are divided three groups according to their level of development and the number of visitors by 2014. In addition, the study discuss differences in socio-demographic characteristics as well as the environmental sensitivity and the anti-globalization features the reasons for prefer of cittaslow visitor in Turkey.
Research hypotheses are developed through mentioned purposes and tested by corelation and variation analysis and as results of the applied analysis, there is a meaningful correlation between satisfaction levels and revisit intensions of cittaslow tourists in Turkey also the reasons for prefers cittaslow's, satısfaction levels and revisit intensions varies according to three group.

Science Code :

Key Words : Cittaslows, satisfaction level, revisit intention.

Page Number : 340

Supervisor : Prof. Dr. Tülay YENİÇERİ

İÇİNDEKİLER

ÖZET ..... **viii**

ABSTRACT ..... **ix**

TABLOLAR LİSTESİ ..... **xv**

ŞEKİLLER LİSTESİ ..... **xxii**

SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ ..... **xxiii**

GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM **6**

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, YAVAŞ HAREKETİ ve SAKİN ŞEHİRLER **6**

1.1. Sürdürülebilirlik Kavramı ve Boyutları 6

1.1.1. Ekonomik Sürdürülebilirlik 8

1.1.2. Çevresel Sürdürülebilirlik 9

1.1.3. Sosyo-Kültürel Sürdürülebilirlik 9

1.2. Sürdürülebilir Turizm 10

1.2.1. Sürdürülebilir Turizm İlkeleri 12

1.2.2. Sürdürülebilir Turizmin Amaçları 14

1.2.3. Sürdürülebilir Turizm Göstergeleri 15

1.2.4. Sürdürülebilir Turizm Kriterleri 16

1.2.5. Sürdürülebilir Turizm Araçları 17

1.2.5.1. Taşıma kapasitesi: 17

1.2.5.2. Çevresel Etki Değerlendirmesi (ÇED): 19

1.3. Yavaş Hareketi ve Tarihsel Gelişimi 20

1.4. Sakin Şehir Hareketinin Tarihsel Gelişimi 28

1.5. Sakin Şehir Organizasyon Yapısı ve Üyelik Süreci.....31
1.6. Sakin Şehir Üyelik Kriterleri 34
1.7. Sakin Şehir Birliği'ne Üye Olan Ülke ve Kentler.....38
1.8. Türkiye'deki Sakin Şehirlere Genel Bir Bakış.....38
1.8.1. Sakin Şehir Seferihisar -İzmir 40
1.8.2. Sakin Şehir Akyaka-Muğla 44
1.8.3. Sakin Şehir Yenipazar-Aydın.....47
1.8.4. Sakin Şehir Gökçeada-Çanakkale 49
1.8.5. Sakin Şehir Taraklı-Sakarya.....53
1.8.6. Sakin Şehir Perşembe-Ordu 57
1.8.7. Sakin Şehir Vize-Kırklareli 59
1.8.8. Sakin Şehir Yalvaç-Isparta 63
1.8.9. Sakin Şehir Halfeti-Şanlıurfa 66
1.8.10. Sakin Şehir Şavşat-Artvin 68
İKİNCİ BÖLÜM.....72
SÜRDÜRÜLEBİLİR DESTİNASYON VE TURİZMDE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI 72
2.1. Sürdürülebilir Destinasyon Kavramı (Turistik Bir Ürün Olarak Destinasyon Kavramı) 72
2.1.1. Destinasyon Kavramı ve Özellikleri 72
2.1.2. Destinasyonların Sınıflandırılması 76
2.1.3. Sürdürülebilir Bir Destinasyon Modeli: Sakin Şehirler 77
2.2. Destinasyon İmajı.....81
2.2.1. Destinasyon İmajının Oluşumu 83
2.2.2. Destinasyon İmajının Oluşumuna Etki Eden Faktörler.....87
2.3. Sakin Şehir Hareketi, Küreselleşme Karşıtlığı ve Çevresel Duyarlılık İlişkisi 89

2.3.1. Küreselleşme ve Küreselleşme Yaklaşımları 89
2.3.2. Küreselleşme Karşıtı Hareket ve Sakin Şehirler 94
2.3.3. Çevresel Duyarlılık ve Sakin Şehir Hareketi.....96
2.4. Turizmde Tüketici Davranışları ve Turizm Amaçlı Satın Alma Karar Süreci .98
2.4.1. Turizmde Tüketici Davranışları 98
2.4.2. Turizm Amaçlı Satın Alma Karar Süreci 103
2.5. Turist Memnuniyeti.....105
2.5.1. Destinasyon Düzeyinde Turist Memnuniyetinin Belirleyicileri 108
2.5.1.1. Konaklama Yeri ve Yiyecek İçecek Hizmetleri 108
2.5.1.2. Ulaşım.....109
2.5.1.3. Hijyen ve Temizlik 109
2.5.1.4. Misafirperverlik ve İletişim 109
2.5.1.5. Aktivite ve Hizmetler 110
2.5.1.6. Fiyat 110
2.5.2. Turist Memnuniyeti İle Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Arasındaki İlişki 111
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM 114
TURİSTLERİN SAKİN ŞEHİRLERİ TERCİH NEDENLERİ, MEMNUNİYET DÜZEYLERİ VE TEKRAR ZİYARET ETME NİYETLERİ: TÜRKİYE'DEKİ SAKİN ŞEHİRLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ 114
3.1. Araştırma Problemi 114
3.2. Araştırmanın Konusu ve Önemi 115
3.3. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı 117
3.4. Araştırma Değişkenleri ve Hipotezlerine Yönelik Kavramsal Çerçeve 118
3.5. Araştırma Değişkenleri ve Hipotezlerinin Şematik Olarak Gösterilmesi 122

3.6. Araştırmanın Anakütle ve Örneklemi 125

3.7. Veri ve Bilgi Toplama Yöntemi 129

3.8. Verilerin Analizi, Araştırma Bulguları ve Hipotezlerin Testi 131

3.8.1 Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri .. 133

3.8.1.1. Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tercih Etme Nedenleri İle İlgili Ölçeğin Güvenilirlik Analizi 134

3.8.1.2. Ziyaretçilerin Çevresel Duyarlılık ve Küreselleşme Karşıtlığı İle İlgili Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi 135

3.8.1.3. Ziyaretçilerin Sakin Şehir Memnuniyet Düzeyleri İle İlgili Ölçeğin Güvenilirlik Analizi 137

3.8.1.4. Ziyaretçilerin Tekrar Ziyaret Etme Niyeti İle İlgili Ölçeğin Güvenilirlik Analizi 140

3.8.2. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Geçerlilik Analizleri 140

3.8.3. Araştırma İle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler ve Bulgular 151

3.8.3.1. Araştırmaya Katılan Sakin Şehir Ziyaretçilerinin Sosyo-Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular 152

3.8.3.2. Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Sakin Şehirler ile İlgili Deneyimlerine Yönelik Bulgular 155

3.8.3.3. Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tercih Etme Nedenlerine Yönelik İstatistiki Değerler ve Bulgular 159

3.8.3.4. Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Çevresel Duyarlılık ve Küreselleşme Karşıtlığına Yönelik İstatistiki Değerler ve Bulgular 160

3.8.3.5. Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Memnuniyet Düzeylerine Yönelik İstatistiki Değerler ve Bulgular 162

3.8.3.6. Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine Yönelik İstatistiki Değerler ve Bulgular.....164

3.8.4. Gruplara Göre Sakin Şehirler ile İlgili Tanımlayıcı İstatistikler ve Bulgular 165

3.8.5. Araştırma Hipotezlerinin Testi 205

3.9. Salyangoz Logosuna Sahip Olmanın Üye Şehirlerde Meydana Getirdiği Değişimler: Türkiye'de Sakin Şehir Ağında Yer Alan Sakin Şehir Temsilcilerinin Türkiye'deki Sakin Şehirlerin Dünü, Bugünü ve Geleceğine Yönelik Değerlendirilmeleri 232

SONUÇ VE ÖNERİLER.....260

KAYNAKÇA 290

EKLER.....305

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Sürdürülebilir Turizm Göstergeleri 16

Tablo 2: Hızlı ve Yavaş Kavramları 21

Tablo 3: Karşılaştırmalı Olarak Hızlı ve Yavaş Kavramları 22

Tablo 4: Türkiye'deki Yavaş Yemek (Convivia) Şubeleri 27

Tablo 5: 2008-2014 Yılları Arası Seferihisar İlçesi Belediye Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri 43

Tablo 6: 2008-2014 Yılları Arası Seferihisar İlçesi Turizm İşletme Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri 43

Tablo 7: 2010-2014 Yılları Arası Akyaka Beldesi Belediye Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri 46

Tablo 8: 2010-2014 Yılları Arası Akyaka Beldesi Turizm İşletme Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri 46

Tablo 9: 2010-2014 Yılları Arası Yenipazar İlçesi Belediye Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri 49

Tablo 10: 2010-2014 Yılları Arası Gökçeada İlçesi Belediye Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri 52

Tablo 11: 2010-2014 Yılları Arası Gökçeada İlçesi Turizm İşletme Belgeli Konaklama İstatistikleri 52

Tablo 12: 2010-2014 Yılları Arası Taraklı İlçesi Belediye Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri 54

Tablo 13: 2010-2014 Yılları Arası Taraklı İlçesi Turizm İşletme Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri 55

Tablo 14**:** 2011-2014 Yılları Arası Perşembe İlçesi Belediye Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri 59

Tablo 15**:** 2011-2014 Yılları Arası Perşembe İlçesi Turizm İşletme Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri. 59

Tablo 16**:** 2011-2014 Yılları Arası Vize İlçesi Belediye Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri 63

Tablo 17: 2011-2014 Yılları Arası Yalvaç İlçesi Belediye Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri 65

Tablo 18: 2011-2014 Yılları Arası Yalvaç İlçesi Turizm İşletme Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri 66

Tablo 19**:** 2012-2014 Yılları Arası Halfeti İlçesi Belediye Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri 68

Tablo 20: 2013-2014 Yılları Arası Şavşat İlçesi Belediye Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri 70

Tablo 21**:** Destinasyonu Oluşturan Unsurlar 74

Tablo 22: 1975-1990 Yılları Arasında Araştırmacılar Tarafından Kullanılan Destinasyon İmajı Özellikleri Listesi 86

Tablo 23: Tutum ve Davranışa Bağlı Olarak Müşteri Sadakat Düzeyleri 111

Tablo 24**:** Sakin Şehirleri Konu Edinen Lisansüstü Tezler 121

Tablo 25**:** 2014 Yılında Türkiye'deki Sakin Şehirleri Ziyaret Eden Toplam Ziyaretçi Sayısı 127

Tablo 26**:** Türkiye'de Yer Alan Sakin Şehirlerin Gelişmişlik Düzeyi ve 2014 Yılına Ait Ziyaretçi Sayısına Göre Gruplara Ayrılması 128

Tablo 27**:** Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tercih Etme Nedenlerini Ölçmeye Yönelik Kullanılan Ölçeğin Merkezi Eğilim Ölçüleri 134

Tablo 28**:** Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tercih Etme Nedenlerini Ölçmeye Yönelik Kullanılan Ölçeğin Güvenilirlik Analizi İle İlgili İstatistiki Değerler 135

Tablo 29: Ziyaretçilerin Çevresel Duyarlılığını Ölçmeye Yönelik Kullanılan Ölçeğin Merkezi Eğilim Ölçüleri 136

Tablo 30: Ziyaretçilerin Çevresel Duyarlılığını Ölçmeye Yönelik Kullanılan Ölçeğin Güvenilirlik Analizi İle İlgili İstatistiki Değerler 136

Tablo 31: Ziyaretçilerin Küreselleşme Karşıtlığını Ölçmeye Yönelik Kullanılan Ölçeğin Merkezi Eğilim Ölçüleri 137

Tablo 32: Ziyaretçilerin Küreselleşme Karşıtlığını Ölçmeye Yönelik Kullanılan Ölçeğin Güvenilirlik Analizi İle İlgili İstatistiki Değerler 137

Tablo 33: Ziyaretçilerin Sakin Şehir Memnuniyet Düzeylerini Ölçmeye Yönelik Kullanılan Ölçeğin Merkezi Eğilim Ölçüleri 138

Tablo 34: Ziyaretçilerin Sakin Şehir Memnuniyet Düzeylerini Ölçmeye Yönelik Kullanılan Ölçeğin Güvenilirlik Analizi İle İlgili İstatistiki Değerler 139

Tablo 35: Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tekrar Ziyaret Etme Niyetini Ölçmeye Yönelik Kullanılan Ölçeğin Merkezi Eğilim Ölçüleri 140

Tablo 36: Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tekrar Ziyaret Etme Niyetini Ölçmeye Yönelik Kullanılan Ölçeğin Güvenilirlik Analizi İle İlgili İstatistiki Değerleri 140

Tablo 37: Sakin Şehir Tercih Nedenleri Ölçeği Güvenilirlik ve Geçerlilik Değerleri 143

Tablo 38: Ziyaretçilerin Çevresel Duyarlılıkları Ölçeği Güvenilirlik ve Geçerlilik Değerleri 145

Tablo 39: Küreselleşme Karşıtlığı Ölçeği Güvenilirlik ve Geçerlilik Değerleri 146

Tablo 40: Memnuniyet Düzeyi Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları 148

Tablo 41: Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Ölçeği Güvenilirlik ve Geçerlilik Değerleri 150

Tablo 42: Araştırmada Kullanılan Ölçeklere Ait Boyutlar, Değişken Sayıları ve Güvenilirlik Katsayıları 151

Tablo 43: Ziyaretçilerinin Sosyo-Demografik Özellikleri 153

Tablo 44: Ziyaretçilerin Sakin Şehir İle İlgili Deneyimleri 156

Tablo 45: Sakin Şehirleri Ziyaret Etme Nedenlerine Yönelik Oluşturulan Boyutlara İlişkin Elde Edilen Merkezi Eğilim Ölçüleri 159

Tablo 46**:** Ziyaretçilerin Çevresel Duyarlılıklarına Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri 161

Tablo 47**:** Ziyaretçilerin Küreselleşme Karşıtlığına Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri 162

Tablo 48: Ziyaretçilerin Sakin Şehirlerdeki Memnuniyet Düzeyini Ölçmeye Yönelik Oluşturulan Boyutlara İlişkin Elde Edilen Merkezi Eğilim Ölçüleri..... 163

Tablo 49**:** Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri..... 164

Tablo 50**:** I. Grupta Yer Alan Yenipazar, Taraklı, Perşembe ve Vize'Yi Ziyaret Eden Turistlerin Sosyo-Demografik Özellikleri 166

Tablo 51**:** I. Grupta Yer Alan Yalvaç, Halfeti Ve Şavşat'ı Ziyaret Eden Turistlerin Sosyo-Demografik Özellikleri 167

Tablo 52**:** I. Grupta Yer Alan Sakin Şehirleri Ziyaret Eden Turistlerin Sosyo-Demografik Özellikleri 168

Tablo 53**:** Yenipazar, Taraklı, Perşembe ve Vize'de Bulunan Turistlerin Sakin Şehir Deneyimleri..... 171

Tablo 54: Yalvaç, Halfeti ve Şavşat'ı Ziyaret Eden Turistlerin Sakin Şehir Deneyimleri 172

Tablo 55: I. Gruptaki Sakin Şehirleri Ziyaret Eden Turistlerin Sakin Şehir Deneyimleri 173

Tablo 56**:** I. Gruptaki Şehirlerin Birinde Bulunan Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Ziyaret Etme Nedenlerine Yönelik Oluşturulan Boyutlara İlişkin Elde Edilen Merkezi Eğilim Ölçüleri 176

Tablo 57**:** I. Gruptaki Şehirlerin Birinde Bulunan Ziyaretçilerin Çevresel Duyarlılıklarına Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri 177

Tablo 58**:** I. Gruptaki Şehirlerin Birinde Bulunan Ziyaretçilerin Küreselleşme Karşıtlığına Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri 178

Tablo 59**:** I. Gruptaki Şehirlerin Birinde Bulunan Ziyaretçilerin Sakin Şehirlerdeki Memnuniyet Düzeyini Ölçmeye Yönelik Oluşturulan Boyutlara İlişkin Elde Edilen Merkezi Eğilim Ölçüleri 179

Tablo 60**:** Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri..... 180

Tablo 61**:** II. Grupta Yer Alan Akyaka ve Gökçeada Sakin Şehirlerini Ziyaret Eden Turistlerin Sosyo-Demografik Özellikleri 181

Tablo 62**:** Akyaka ve Gökçeada Sakin Şehirlerini Ziyaret Eden Turistlerin Sakin Şehir Deneyimleri..... 182

Tablo 63**:** II. Grupta Yer Alan Sakin Şehirleri Ziyaret Eden Turistlerin Sosyo Demografik Özellikleri 183

Tablo 64**:** II. Grupta Yer Alan Sakin Şehirleri Ziyaret Eden Turistlerin Sakin Şehir Deneyimleri..... 186

Tablo 65**:** II. Gruptaki Şehirlerin Birinde Bulunan Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Ziyaret Etme Nedenlerine Yönelik Oluşturulan Boyutlara İlişkin Elde Edilen Merkezi Eğilim Ölçüleri 189

Tablo 66**:** II. Gruptaki Şehirlerin Birinde Bulunan Ziyaretçilerin Çevresel Duyarlılıklarına Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri 190

Tablo 67**:** II. Gruptaki Şehirlerin Birinde Bulunan Ziyaretçilerin Küreselleşme Karşıtlığına Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri 191

Tablo 68**:** II. Gruptaki Şehirlerin Birinde Bulunan Ziyaretçilerin Sakin Şehirlerdeki Memnuniyet Düzeyini Ölçmeye Yönelik Oluşturulan Boyutlara İlişkin Elde Edilen Merkezi Eğilim Ölçüleri 192

Tablo 69**:** II. Gruptaki Sakin Şehirlerden Birinde Bulunan Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri..... 193

Tablo 70**:** III. Grupta Yer Alan Sakin Şehirleri Ziyaret Eden Turistlerin Sosyo-Demografik Özellikleri 194

Tablo 71**:** III. Grupta Yer Alan Sakin Şehirleri Ziyaret Eden Turistlerin Sakin Şehir Deneyimleri..... 197

Tablo 72**:** Seferihisar'da Bulunan Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Ziyaret Etme Nedenlerine Yönelik Oluşturulan Boyutlara İlişkin Elde Edilen Merkezi Eğilim Ölçüleri..... 200

Tablo 73**:** Seferihisar'da Bulunan Ziyaretçilerin Çevresel Duyarlılıklarına Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri..... 201

Tablo 74**:** Seferihisar'daki Ziyaretçilerin Küreselleşme Karşıtlığına Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri.....202

Tablo 75**:** Seferihisar'daki Ziyaretçilerin Memnuniyet Düzeyini Ölçmeye Yönelik Oluşturulan Boyutlara İlişkin Elde Edilen Merkezi Eğilim Ölçüleri.....203

Tablo 76**:** Seferihisar'daki Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri 204

Tablo 77: Araştırmada Kullanılan Ölçekler Arasındaki Korelasyon Katsayıları 205

Tablo 78: Gruplar İtibariyle Ziyaretçilerin Sakin Şehir Tercih Nedenlerine İlişkin Varyans Analizini Gösteren Dağılım 212

Tablo 79**:** Gruplar İtibariyle Ziyaretçilerin Sakin Şehir Tercih Nedenleri Boyutlarına İlişkin Post-Hoc Testleri Karşılaştırmalarını Gösteren Dağılım 214

Tablo 80: Gruplar İtibariyle Ziyaretçilerin Sakin Şehirlerde Sunulan İmkânlara Yönelik Memnuniyet Düzeyi Algılamalarına İlişkin Varyans Analizini Gösteren Dağılım.....217

Tablo 81**:** : Gruplar İtibariyle Ziyaretçilerin Sakin Şehirlerde Sunulan İmkânlara Yönelik Memnuniyet Düzeyi Algılamaları Boyutlarına İlişkin Post-Hoc Testleri Karşılaştırmalarını Gösteren Dağılım 219

Tablo 82**:** Ziyaretçilerin Medeni Hallerine Göre Sakin Şehirlerdeki Genel Memnuniyet Düzeyi Algılamalarına İlişkin Varyans Analizini Gösteren Dağılım 224

Tablo 83**:** Ziyaretçilerin Medeni Hallerine Göre Sakin Şehirlerdeki Genel Memnuniyet Düzeyi Algılamalarına İlişkin Games-Howell Testi Karşılaştırmasını Gösteren Dağılım 225

Tablo 84**:** Ziyaretçilerin Yaş Aralıklarına Göre Sakin Şehirlerdeki Genel Memnuniyet Düzeyi Algılamalarına İlişkin Varyans Analizini Gösteren Dağılım 225

Tablo 85**:** Ziyaretçilerin Yaş Aralıklarına Göre Sakin Şehirlerdeki Genel Memnuniyet Düzeyi Algılamalarına İlişkin Games-Howell Testi Karşılaştırmasını Gösteren Dağılım 226

Tablo 86**:** Ziyaretçilerin Öğrenim Durumlarına Göre Sakin Şehirlerdeki Genel Memnuniyet Düzeyi Algılamalarına İlişkin Varyans Analizini Gösteren Dağılım.....226

Tablo 87**:** Ziyaretçilerin Öğrenim Durumlarına Göre Sakin Şehirlerdeki Genel Memnuniyet Düzeyi Algılamalarına İlişkin Games-Howell Testi Karşılaştırmasını Gösteren Dağılım 227

Tablo 88**:** Ziyaretçilerin Tatil İçin Ayırdıkları Bütçeye Göre Sakin Şehirlerdeki Genel Memnuniyet Düzeyi Algılamalarına İlişkin Varyans Analizini Gösteren Dağılım.....227

Tablo 89**:** Ziyaretçilerin Tatil İçin Ayırdıkları Bütçeye Göre Sakin Şehirlerdeki Genel Memnuniyet Düzeyi Algılamalarına İlişkin Tukey Testi Karşılaştırmasını Gösteren Dağılım 228

Tablo 90: Gruplar İtibariyle Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizini Gösteren Dağılım 229

Tablo 91**:** Gruplar İtibariyle Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine İlişkin Games-Howell Testi Karşılaştırmasını Gösteren Dağılım 229

Tablo 92**:** Araştırma Değişkenleri ve Hipotezlerinin Gösterildiği Şemada Yer Alan Hipotezlerin Test Sonuçları 230

Tablo 93: Dünyada Sakin Şehir Birliği'ne Üye Olan Ülke ve Şehirler.....305

Tablo 94: Ziyaretçilerin Daha Öncesinde Türkiye'de Yer Alan Farklı Bir Sakin Şehri Ziyaret Etme İtibari İle Dağılımları 307

Tablo 95**:** Ziyaretçilerin Çevreci Bir Örgüte Üyeliklerine Göre Dağılımları.....308

Tablo 96: Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tercih Etme Nedenleri Boyutlarına Yönelik Frekans, Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....309

Tablo 97: Ziyaretçilerin Memnuniyet Düzeylerine Yönelik Frekans, Yüzde, Ortalama ve Standart Sapma Değerleri 310

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Yavaş yemek resmi logosu.....24
Şekil 2: Sakin şehir resmi logo ve sloganı.....30
Şekil 3: Sakin şehirler Türkiye ağı.....39
Şekil 4: Türkiye'deki sakin şehirler.....39
Şekil 5: Seferihisar Belediyesi ve Seferihisar sakin şehir logosu.....40
Şekil 6: Akyaka Belediyesi ve Akyaka sakin şehir logosu.....44
Şekil 7: Yenipazar Belediyesi ve Yenipazar sakin şehir logosu.....47
Şekil 8: Gökçeada Belediyesi ve Gökçeada sakin şehir-yavaş yemek logosu.....50
Şekil 9: Taraklı Belediyesi ve Taraklı sakin şehir logosu.....53
Şekil 10: Perşembe Belediyesi ve Perşembe sakin şehir logosu.....57
Şekil 11: Vize Belediyesi ve Vize sakin şehir logosu.....60
Şekil 12: Yalvaç Belediyesi ve Yalvaç sakin şehir logosu.....64
Şekil 13: Halfeti Belediyesi ve Halfeti sakin şehir logosu.....66
Şekil 14: Şavşat Belediyesi ve Şavşat sakin şehir logosu.....69
Şekil 15: Destinasyon İmajı Oluşum Modeli.....83
Şekil 16: Destinasyon imajının bileşenleri.....84
Şekil 17: Destinasyon imajı oluşumunu etkileyen faktörler.....88
Şekil 18: Tüketici satın alma davranışını etkileyen faktörler.....100
Şekil 19: Tüketici satın alma karar süreci.....104
Şekil 20: Oliver (1980) beklenti uyum modeli.....106
Şekil 21: Araştırma değişkenleri ve hipotezleri şeması.....123
Şekil 22: Araştırmadaki örnekleme süreci.....129

Şekil 23: Örneklem büyüklüğünün Türkiye'de yer alan sakin şehirlere göre dağılımı.....309

SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ

TÜSİAD	: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği
TEMA	: Türkiye Erezyonla Mücadele ve Ağaçlandırma Vakfı
WTO	: Dünya Turizm Örgütü (World Tourism Organization)
ÇED	: Çevresel Etki Değerlendirmesi
GDO	: Genetiği Değiştirilmiş Organizma
IUCN	: Doğal Kaynakların Korunması İçin Uluslararası Birlik (International Union for Conservation of Nature and Natural Resources)
UNWTO	: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (United Nations World Tourism Organization

GİRİŞ

Küreselleşmenin etkisiyle şehirler; yaşamın çok hızlı olduğu, kendi kendine yetemeyen, üretmekten çok tüketen, ciddi çevre sorunları ile boğuşan ve içinde yaşayan insanlar için gelecek vadetmeyen yaşam alanları haline dönüşmüş durumdadır. Şehirlerin içinde bulunduğu kaygı verici bu durum, en fazla yaşam alanlarını bilinçsizce tüketerek yaşanılamaz hale getiren insanoğlunu etkilemektedir. Sürekli koşuşturma telaşı içerisinde monoton bir şekilde devam eden tüketim odaklı yaşam tarzının beraberinde çeşitli sağlık sorunlarına sebebiyet vermesi ve insanlara mutluluk getiremeyeceğinin anlaşılması; insanların yaşadığı şehirlerin geleceği hakkında kalıcı çözümler üretmeye iterek, şehirleri doğayla barışık, küreselleşmenin etkilerinden uzak daha yaşanabilir alanlar hale getirilmesi ihtiyacının gündeme gelmesine ya da sürdürülebilirliğin kentsel ölçekte uygulanması fikrini esas alan sakin şehir (cittaslow) felsefesinin doğmasına neden olmuştur.

İtalyanca 'citta' ve İngilizce 'slow' kelimelerinin birleşiminden oluşan 'Cittaslow' kavramı, Mayer ve Knox (2006: 322), tarafından; halkın ve yerel yöneticilerin yerel tarihi önemsedikleri, daha iyi ve sürdürülebilir bir gelişme için farklı yerel kaynaklardan faydalandıkları yerler olarak tanımlamaktadır. Beatley (2005: 335), sakin şehir ağındaki destinasyonların farklı amaç güdüyor olsalar da, onları buluşturan ortak noktanın benzersiz ve ayırt edici özelliklerini koruma arzusu olduğunu belirtmektedir. Pink (2008: 97) ise sakin şehirleri; kurucularının içinde bulunduğumuz hızlı ve küresel anlamda homojenleşmiş zamana cevaben ortaya koydukları; bu nedenle küreselleşme bağlamında yerel farklılıkları vurgulayan ve yerel olarak yaşam kalitesini arttırma arayışında olan bir hareket olarak görmektedir. Sakin şehir hareketinde temel amaç; yaşanabilir şehirler yaratmaktır. Şehirlerin hangi alanlarda önemli ve özel olduklarını düşünmeleri, bu özelliklerini koruyarak gelecek nesillere aktarılması stratejisiyle hareket eden sakin şehirler; şehrin dokusunun, renginin, müziğinin, doğal, tarihi ve kültürel zenginliklerinin bir uyum içinde değerlendirilerek, şehir sakinleri ve ziyaretçilerin bu uyumu bir bütün halinde zevk alınacak bir hızda yaşaması fikrini savunmaktadır. İnsanların birbirleriyle iletişim kurabilecekleri, sosyalleşebilecekleri, kendi kendine yetebilen, sürdürülebilir, el sanatlarına, doğasına, gelenek ve göreneklerine sahip çıkan ama aynı zamanda alt yapı sorunları olmayan, yenilenebilir enerji kaynakları kullanan, teknolojinin kolaylıklarından yararlanan şehirlerin gerçekçi bir alternatif olacağı hedefiyle yola çıkan bir felsefedir. Yerel kalkınma modeli olarak doğan sakin şehir hareketi, 1999 yılında İtalya'da başlayıp

yaşam kalitesini yükseltmek amacıyla şehirlerin kendilerini değerlendirmelerini ve farklı bir kalkınma modeli ortaya koymaları fikrini ulusal boyuta taşımıştır. Sakin şehir hareketi ile bölge planlarında yer alan gelişme eksenleri çerçevesinde; şehirlerin markalaşma ve yenilikçilik kapasitelerinin artırılması, tarımsal üretim kalitesinin arttırılarak sağlıklı tarım ürünleri yetiştirilmesi, kültürel değerlerin korunarak sosyal ve kültürel altyapı gelişimi ulaşılmak istenen diğer amaçlar arasındadır. Ayrıca, sakin şehir felsefesini benimseyen şehirlerde sürekli ve dengeli kalkınmanın gerçekleştirilmesiyle; ekonomik faaliyetler, çevrenin korunması ve sosyal gelişme arasında etkin bir bağ kurulabilmesi da arzu edilmektedir. Sakin şehir hareketinin bir diğer hedefi de; doğanın korunarak teknolojinin en üst düzeyde kullanılmasıdır. Bu bağlamda güneş, rüzgar ve jeotermal gibi alternatif enerjilerden yararlanmak da sakin şehirlerde ayrıca üzerinde hassasiyetle durulan konular arasındadır (Şarman, 2011: 86). Sakin şehir felsefesi, kentlerin hangi alanlarda güçlü ve zayıf olduklarını analiz etmelerini ve sahip oldukları şartlar çerçevesinde bir strateji geliştirmelerini teşvik etmektedir. Küreselleşmenin şehirlerin dokusunu, sakinlerini ve yaşam tarzını standartlaştırmasını ve yerel özelliklerini ortadan kaldırmasını engellemek amacıyla kurulan sakin şehir ağı, küreselleşmenin yarattığı homojen mekânlardan biri olmak istemeyen, yerel kimliğini ve özelliklerini koruyarak dünya sahnesinde yer almak isteyen şehirlerin katıldığı bir birliktir. Avrupa'da başta İtalya olmak üzere; Avusturya, Danimarka, Hollanda, Kolombiya, Yeni Zelanda, KKTC, Norveç, Polonya, İspanya, İsveç ve İngiltere ile Güney Kore ve Avustralya gibi 30 ülkeden 213 kentin üyesi olduğu Sakin Şehir Birliği'ne Türkiye'den ilk katılan, İzmir'in Seferihisar ilçesi olmuştur. 2009 yılında Seferihisar'ın üye olmasının ardından bu birliğe Muğla-Akyaka, Aydın-Yenipazar, Çanakkale-Gökçeada, Sakarya-Taraklı, Isparta-Yalvaç, Kırklareli-Vize, Şanlıurfa- Halfeti, Ordu-Perşembe ve Artvin Şavşat belediyeleri kabul edilmiştir. Ayrıca 2016 yılı Mart ayında gerçekleşen sakin şehir genel kurulunda Erzurum Uzundere'de sakin şehir logosu almaya hak kazanmış ve Türkiye'deki sakin şehir sayısı on bire ulaşmıştır. Fakat araştırmayla ilgili veriler o tarih itibariyle toplandığından dolayı Uzundere ilçesi araştırmaya dâhil edilmemiştir.

Sakin şehirlerle ilgili literatür incelendiğinde, sakin şehir kavramının dünyada ve ülkemizde daha çok mimarlık, kamu yönetimi, çevre ve şehir planlamacılığı açısından ele alındığı, son dönemlerde turizm alanında sakin şehirler ile ilgili yapılan araştırmalar artış gösterse de konu ile ilgili yeterli sayıda derinlemesine araştırmanın olmadığı yani etkileri itibariyle farklı boyutlar altında incelenmesi mümkün olan sakin şehir oluşumunun

özellikle ülkemizde şimdiye kadar yapılan araştırmalarda genelde tek bir boyutta ele alındığı ve araştırmalara ülkemizde dahil olmak üzere o ülkede yer alan bütün sakin şehirlerin dahil edilmediği, bu açıdan literatürde Türkiye'de sakin şehirler ölçeğindeki bilgi birikiminin yeterli düzeyde ve güncel nitelikte olmadığı tespit edilmiştir.

Ayrıca, Türkiye'de 2009 yılında Seferihisar'ın öncülüğünde başlayarak 2016 yılı itibari ile sayısı on bire ulaşan Sakin Şehirler Birliği'ne üye olan kentlerin tamamını kapsayacak şekilde turistlerin tekrar ziyaret etme niyetini etkileyen değişkenler arasındaki ilişkileri açıklayan ve aynı zamanda sakin şehir yaklaşımının Türkiye'deki uygulanış şekli ve mevcut durumunun belirlenmesine yönelik yönetici pozisyonunda görev yapan sakin şehir temsilcilerinin sakin şehirler ile ilgili görüş ve değerlendirmelerine de yer veren bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu bağlamda araştırma problemini; Türkiye'de Sakin Şehirler Birliği'ne üye olan 10 kenti ziyaret eden turistlerin sakin şehirleri tercih nedenleri ve memnuniyetlerinin değerlendirilerek tatil deneyiminin yaşandığı destinasyonu ya da sakin şehir logosu taşıyan farklı bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerinin ölçülmesi oluşturmaktadır.

Bu çalışma; Türkiye'de yer alan sakin şehirleri ziyaretçi ve yönetici boyutları ile kapsayan ilk araştırma olması, turistlerin tatil deneyiminin yaşandığı ya da sakin şehir logosu taşıyan farklı bir sakin şehri gelecekte tekrar ziyaret etme niyetine, turistlerin sakin şehir tercih nedenlerine bağlı olarak oluşan memnuniyetin ne derecede ilişkili olduğunun tespit edilmesi ve sakin şehir temsilcilerinin sakin şehir yaklaşımının Türkiye'de uygulanış şekli hakkındaki görüş ve değerlendirmelerini de ele alması açısından sakin şehir alanındaki literatüre güncel bilgiler sunarak nitelikli bilgi eksikliğinin giderilmesi ve mevcut sakin şehir yerel yöneticilerine, sakin şehir alanında çalışan araştırmacılara ve adaylık sürecindeki yerel yöneticilere marka ve sürdürülebilir şehirler yaratma anlamında yol gösterici nitelikte bilgiler sunması açısından önem taşımaktadır Araştırmanın amacı, Türkiye'deki sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin sakin şehir tercih nedenleri ve memnuniyet düzeylerinin, tatil deneyiminin yaşandığı destinasyonu ya da sakin şehir logosu taşıyan farklı bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti ile arasındaki ilişkinin ortaya konularak ve sürdürülebilirliğin kentsel boyutta uygulanma şekli olan sakin şehirler ile ilgili ülkemizdeki mevcut durumun belirlenerek yerel bir kalkınma modeli olan sakin şehirler oluşumu ile ilgili Türkiye ölçeğindeki bilgi birikimine katkıda bulunmaktır. Ayrıca, araştırmadan elde edilecek bilgiler doğrultusunda; Türkiye'de Sakin Şehir

Birliği'nde yer alan kentleri ziyaret eden turistlerin sakin şehir tercih nedenleri tespit edilerek; mevcut durumun belirlenmesi, iyileştirilmesi, eksikliklerin giderilebilmesi ve ziyaretçilere daha kaliteli hizmet verilebilmesi için görüş bildirecek olması ve sakin şehir temsilcilerinin değerlendirmeleri doğrultusunda Sakin Şehir Birliğine üye ve aday yerel yönetimler tarafından çizilecek yeni yol haritalarının belirlenmesine katkıda bulunması araştırmanın diğer bir amacı arasında yer almaktadır.

Araştırmada nitel (kalitatif) ve nicel (kantitatif) araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Nitel araştırma kapsamında, önceden hazırlanmış sorulardan oluşan yapılandırılmış bir formla Türkiye'de sakin şehir ağında yer alan merkezlerin sakin şehir temsilcileri ile yüz yüze görüşülerek bilgiler elde edilmiştir. Nicel araştırma kapsamında, veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Türkiye'de Sakin Şehirler Birliği'ne üye olan şehirleri ziyaret eden turistlerin sakin şehirleri tercih nedenleri ve memnuniyetlerinin değerlendirilerek tatil deneyiminin yaşandığı destinasyonu ya da sakin şehir logosu taşıyan farklı bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerinin belirlenmesine yönelik yapılan nicel araştırmada, araştırma verilerinin daha kolay analiz edilebilmesi ve sonuçların anlamlı bir şekilde yorumlanabilmesi için uzman görüşleri doğrultusunda Türkiye'de yer alan sakin şehirler nicel ve nitel kriterler dikkate alınarak gruplandırılmıştır.

Araştırmada; turistlerin Türkiye'de bulunan sakin şehirleri ziyaret etmeye iten faktörler araştırılarak, bu faktörlerin ne ölçüde memnuniyete dönüştüğü ve oluşan memnuniyetin tekrar ziyaret etme niyetine dönüşüp dönüşmeyeceği tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma Türkiye'de Sakin Şehir Birliği'ne üye olan; Seferihisar, Akyaka, Gökçeada, Halfeti, Perşembe, Taraklı, Vize, Yalvaç, Yenipazar ve Şavşat ilçelerini kapsamaktadır. Sakin şehirler ile ilgili yapılan çalışmalarda bu kavramın dilimize çevrilirken yavaş şehir ifadesinin kullanıldığı görülmektedir. Fakat Türkiye'de bu birliğe katılan şehirler kendilerini sakin şehir olarak ifade ettiklerinden dolayı araştırmada cittaslowlar tanımlanırken bu kavram yerine sakin şehir ifadesi kullanılacaktır.

Araştırma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; sakin şehir felsefesi sürdürülebilirliğin tanımında yer alan kaynakların korunarak geleceğe aktarılması temeline dayandığı için sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir turizm başlıkları üzerinde durulacaktır. Ayrıca birinci bölümde sürdürülebilirliğin insanların toplu olarak yaşadığı kentler düzeyinde uygulanmasını ifade eden sakin şehir kavramı, sakin şehir hareketinin temelini

oluşturan yavaş yemek hareketi sürdürülebilirlik kapsamında ele alınarak, Türkiye'deki sakin şehir hareketi ve mevcut sakin şehirler hakkında detaylı bilgi verilmektedir.

Araştırmanın ikinci bölümünde araştırma konusu ile ilgili bağlantılı olarak sürdürülebilir destinasyon ve turizmde tüketici davranışları detaylı bir şekilde ele alınmaktadır. İkinci bölüm içerisinde; sakin şehir hareketini de kapsayan küreselleşme karşıtı yaklaşım ve çevresel duyarlılık ile sakin şehir hareketi arasındaki ilişki de değerlendirilmektedir. Ayrıca bu bölümde, turizmin öznesi konumunda olan turistlerin satın alma davranışları, turist memnuniyeti ile tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişki ve destinasyon imajı da ayrıntılı bir şekilde incelenmektedir.

Araştırmanın üçüncü bölümünü; Türkiye'de Sakin Şehirler Birliği'nde yer alan merkezleri ziyaret eden turistlerin sakin şehir tercih nedenleri ve memnuniyetlerinin değerlendirilerek tatil deneyiminin gerçekleştiği ya da sakin şehir logolu başka bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerini ölçmeyi amaçlayan nicel araştırma ve Türkiye'de Sakin Şehir Birliği'nde yer alan merkezlerin sakin şehir temsilcileri ile mülakat yöntemi kullanılarak sakin şehir logo ve markasının yöneticiliklerini yaptıkları sakin şehirlerde meydana getirdiği olgusal değişiklikler hakkında bireysel bir şekilde yüz yüze görüşülerek elde edilen bilgi ve değerlendirmelerden oluşan nitel araştırmadan oluşmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, YAVAŞ HAREKETİ ve SAKİN ŞEHİRLER

Araştırmanın birinci bölümünde; sürdürülebilirlik kavramı incelenerek, sürdürülebilirliğin insanların toplu olarak yaşadığı kentler düzeyinde uygulanmasını ifade eden sakin şehir kavramı ve sakin şehir hareketinin temelini oluşturan yavaş yemek hareketi ele alınarak, Türkiye'deki sakin şehir hareketi ve mevcut sakin şehirler hakkında detaylı bilgi verilmektedir

1.1. Sürdürülebilirlik Kavramı ve Boyutları

Sürdürülebilirlik kavramı, son yıllarda birçok alanda üzerinde önemle durulan konuların başında gelmektedir. Sürdürülebilirlik kavramının özünü, sahip olunan kaynakların korunarak gelecek nesillere aktarılması fikri oluşturmaktadır. 1970'li yılların başında ortaya çıkan sürdürülebilirlik kavramı, belirli bir ekosistemin ya da sürekliliği olan herhangi bir sistemin kesintisiz, bozulmadan, aşırı kullanımla tüketilmeden ve ana kaynaklara aşırı yüklenmeden sürdürülebilme yetkinliği olarak bilinmektedir (Kaypak, 2010: 98). Başka bir tanımda ise insan faaliyetlerinin çevresel kaynaklar üzerindeki etkilerinden doğan sürdürülebilirlik kavramı; uzun dönemde ekonomik, sosyal ve çevresel amaçlar arasındaki dengenin yeniden kurulmasını ifade etmektedir (Coccosis, 1996: 2).

Sürdürülebilirliğin sağlanması için kaynaklar sürekli olarak değerlendirilmeli, bu değerlendirme çerçevesinde kaynaklar korunurken, koruma bilinci ön planda tutulmalıdır. Günümüzde yaşanan ekolojik sorunların temelinde, dünyayı mekanik bir biçimde algılayan modernist dünya görüşünün olduğu bilinmektedir. Bu görüş, iktisadi büyüme biçimlerinin birçoğunda; doğal kaynakları gelecek nesilleri dikkate almadan savurganca kullanan yöntemler benimseyerek çevreden sürekli daha fazla beklenti içerisinde olan bir politika izlemiştir (Marshall, 1999: 706). Gelecek kuşakların yaşam alanlarını riske eden modernist dünya görüşü başta çevre sorunları olmak üzere dünyada artan yoksulluk ve işsizlik, yetersiz ve dengesiz beslenme gibi insanoğlunun geleceğini tehdit eden sorunların farklı bir bakış açısı ile tekrar ele alınarak gerekli tedbirlerin alınması ihtiyacını doğurmuştur. Sürdürülebilirlik kavramı, ilk olarak İsveç'in Stockholm kentinde 1972 yılında yapılan Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansı'nda ele alınmıştır. Konferansın sonuç bildirgesinde, sürdürülebilirlik ile ilgili kaynak kullanımında kuşaklararası hakkaniyeti

gözeten, kalkınma ile çevrenin birlikteliğini vurgulayan prensipler ortaya konmuştur. (Emrealp, 2005: 13). Sürdürülebilirlik kavramı, sürdürülebilir kalkınma kavramıyla çok yakından ilgilidir. Sürdürülebilir kalkınma kavramı ilk olarak Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından 1987 yılında hazırlanan "Ortak Geleceğimiz" başlıklı raporda yer almaktadır. Brundtland Raporu olarak da bilinen bu raporda sürdürülebilir kalkınma, "gelecek kuşakların kendi ihtiyaçlarını karşılayabilmelerini tehlikeye sokmaksızın bugünün kuşaklarının ihtiyaçlarını karşılayabilecek kalkınma" olarak tanımlanmaktadır (WTO, 1998: 20). Bu raporda, görünüşte birbirinden farklı olan ekonomik büyüme ve çevresel koruma kavramları ilk defa bir arada kullanılmıştır. 1991 yılında Birleşmiş Milletler Çevre ve Gelişim Konferansı'nın Rio'da düzenlediği Dünya Çevre Zirvesinde, 1997 yılında iklimin korunmasına yönelik Japonya'da düzenlenen Kyoto Protokolü ve 2001 yılındaki Johannesburg Dünya Zirvesi Toplantılarında sürdürülebilir kalkınma ve çevrenin korunmasına yönelik, çevrenin doğal konumunun korunması, toprak, hava ve su kalitesinin bozulmasının önlenmesi, doğal kaynakların verimli kullanımı, geri dönüşümün artırılması, sera gazlarının emisyon oranlarının ve atıkların azaltılarak güvenli bir biçimde bertaraf edilmesi gibi konuları karara bağlanmıştır (Kaypak, 2010: 99). 1999'da İtalya'da çevreye duyarlı ve küreselleşme karşıtı yerel bir hareket olarak ortaya çıkan sakin şehir hareketinin yayınladığı ilk manifesto olan sakin şehir manifestosunda, sakin şehir üyelik kriterleri başlığı altında yer alan ve birliğe üye olmak isteyen yerel yönetimlerin yerine getirmesi gereken kriterler tamamıyla sürdürülebilir kalkınma başlığı altında yer alan konulardan esinlenerek hazırlanmıştır. Bu sebepten dolayı, sakin şehirler sürdürülebilirlik ilkelerinin kentsel ölçekte uygulama alanları olarak kabul edilmektedir. Kaynakların korunarak gelecek kuşaklara aktarılması olarak ifade edilen sürdürülebilirlik kavramı yedi temel ilkeden oluşmaktadır. Bu ilkeler (Coşar, 2013: 10):

1. **Gelecek kaygısı:** Dünya üzerindeki gelişmelerin olası olumlu ve olumsuz sonuçlarının politikacıların ve iş dünyasının öngörülerinden daha kapsamlı bir şekilde gelecek kuşaklarında ihtiyaçlarının düşünülerek ele alınmasıdır.
2. **Kuşaklararası eşitlik:** Günümüz kuşaklarının gelecek kuşakların haklarını engellemeden mevcut kaynakların dengeli kullanımının sağlanması ve kaynakların kuşaktan kuşağa aktarılmasıdır
3. **Katılım:** Tüm toplumsal ve siyasi grupların, gelişmeler ile ilgili konularda tartışma ve karar alma süreçlerinde yer almalarıdır

4. **Ekonomik ve çevresel etkenlerin dengesi:** Mevcut kaynaklar ile ilgili kararların ekonomik etkenlerden daha geniş bir boyutta ele alınarak çevresel etkenlerin de gelişmenin temel etkenleri arasına dâhil edilmesidir
5. **Çevresel kapasiteler:** Bütün çevresel etkilerin, ekolojik dengeyi bozmayacak şekilde değerlendirilmesidir.
6. **Niceliksel unsurlar kadar niteliksel unsurlara da dikkat edilmesi:** Mevcut kaynaklar ile ilgili kararlar alınmasında düşük maliyet ilkesine değil uzun vadede en az çevresel zarar ilkesine dikkat edilmesidir.
7. **Yerel ekosistemlerin dikkate alınması:** Gelişmelerde yerel, toplumsal, ekolojik, siyasi ve tarımsal sistemlerin sürdürülebilirliğine önem verilmesidir.

Sürdürülebilirlikle ilgili yukarıda sayılan yedi ilkenin dışında sürdürülebilirlik kavramı, beş farklı amacı içine alacak biçimde incelenmektedir. Bu amaçlar; var olan kaynakların korunması, insan tarafından oluşturulmuş yapay çevre, çevresel kalite, sosyal eşitlik ve siyasi katılımdır (Schively, 2008: 770).

Sürdürülebilirlik kavramı; ekonomik sürdürülebilirlik, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyo-kültürel sürdürülebilirlik olmak üzere üç temel boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlardan ekonomik sürdürülebilirlik; adil paylaşımı, sosyo-kültürel sürdürülebilirlik; katılımı, çevresel sürdürülebilirlik de doğal kaynakların korunmasını ifade etmektedir. Sürdürülebilir gelişmenin inşa edilerek hedeflerine ulaşabilmesi ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel boyutların dengeli bir şekilde planlanıp uygulanabilmelerine bağlıdır (Haştemoğlu, 2006: 9). Sürdürülebilirlik kavramının yukarıda sayılan boyutları ikinci bölümde detaylı olarak ele alınacak olan ve 'yavaş' olarak adlandırılan hareketin de dayanak noktasını oluşturmaktadır.

1.1.1. Ekonomik Sürdürülebilirlik

Ekonomik sürdürülebilirlik, bir toplumun bireylerinin tüm ihtiyaçlarının ya da en azından zorunlu ihtiyaçlarının karşılanarak gelecek kuşakların ihtiyaçlarını da dikkate alacak bir ekonomik yapının oluşturulması olarak ifade edilmektedir. Ekonomik sürdürülebilirlik ile bireylerin mevcut hayat standartlarının yükseltilerek refah seviyelerinin arttırılması ve gelir dağılımındaki adaletsizliğin ortadan kaldırılarak fakirliğin azaltılması, buna paralel olarak insanlar arasındaki eşitsizliğin ortadan kaldırılması hedeflenmektedir (Doğan, 2014: 10). Ayrıca toprak, su ve ormanlar gibi doğal kaynakların kısıtlı olduğunun göz önünde bulundurulması gerekliliğine işaret ederek dikkatli bir şekilde kullanılmaları fikrine

dayanan ekonomik sürdürülebilirliğin hayata geçirilebilmesi için, şimdiki kuşakların tükettiklerinden daha fazla üretmesi ve gelecek kuşakların ihtiyaçlarının karşılanarak yeterli tüketim seviyelerine ulaşabilmeleri için de ihtiyaç duyulan yatırımların ve gerekli tedbirlerin bugünden planlanması görüşünü savunmaktadır (Keskin, 2010: 13).

1.1.2. Çevresel Sürdürülebilirlik

Çevresel sürdürülebilirlik, insanoğlunun doğal kaynakları tüketim hızının doğal sistemin kendini yenileme hızını ve doğaya bırakılan atıkların hava, su ve toprak tarafından emilme ve çözülme kapasitelerini aşmaması olarak ifade edilmektedir. Çevresel sürdürülebilirlik, biyolojik çeşitlilik ve insan sağlığının korunmasının yanı sıra; hava, su ve toprak kalitesinin belirli standartlara uygunluğunu da hedeflemektedir. Mevcut kaynakların özellikle de yenilenebilen kaynakların korunarak değerlendirilmeleri ve sürekli bir şekilde kendilerini yenileme sınırları aşılmadan kalkınmaya destek olabilmeleri çevresel sürdürülebilirliğin temelini oluşturmaktadır. Çevresel sürdürülebilirlik ilkesinin uygulanabilmesi gerekli görülen sürdürülebilir üretimle birlikte tüketimin de sürdürülebilir hale getirilmesine bağlıdır. Çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması ve geliştirilmesi için gerekli kurallar şu şekilde sıralanmaktadır (Doğan, 2014: 8):

- Yenilenebilir doğal kaynaklar için sürdürülebilir kullanım oranı mevcut kaynakların yenilenme oranından fazla olmamalıdır,
- Yenilenemeyen doğal kaynaklar için sürdürülebilir kullanım oranı yenilenemeyen doğal kaynağın yerine kullanılacak olan yenilenebilir doğal kaynağın yenilenme oranından fazla olmamalıdır,
- Gelecek kuşakların şimdiki kuşaklar ile eşit düzeyde yaşam kalitesine sahip olabilmesi doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımına bağlıdır.

Yukarıda sayılan maddelerin yanında çevresel olarak sürdürülebilir bir sistem; ekonomik kaynak olarak sınıflandırılmayan biyolojik çeşitlilik, atmosfer dengesi ve diğer ekosistem fonksiyonlarının korunmasını ve geliştirilmesini de içermelidir (Ekincek, 2014: 51).

1.1.3. Sosyo-Kültürel Sürdürülebilirlik

Sosyal sürdürülebilirlik, temel insan ihtiyaçlarının karşılanmasının yanı sıra sosyal adalet ve en üst düzeyde katılımın gerçekleşebilmesi için gerekli ortamın hazırlanmasını ifade etmektedir. Sosyal sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi; kaliteli eğitim, bilgiye erişim, uygun barınma, güvenli iş, temel insan ihtiyaçlarının karşılanabileceği bir ücret düzeyi ve sağlık

hizmetlerinden yararlanma gibi olanakların sosyal adalet ilkesi temel alınarak toplumun tamamına ulaştırılması fikrine dayanmaktadır. Sosyal sürdürülebilirlik uygulamalarının dayanak noktasını oluşturan sosyal adalet ilkesi çevre koruma bilinci ile bütünleştirilmelidir (http://www.uoregon.edu/Social_Equity_Capacity/10.03.2015).

Bir toplumda kültürel faaliyetlerin devamlılığı toplumun öğrendiği bilgileri gelecek kuşaklara başarılı bir şekilde aktarma kapasitesine bağlıdır. Bu nedenle kültürel sürdürülebilirlik, kültürün gelecek nesillere aktarılmak istenen yanlarının korunup geliştirilmesini kapsamaktadır. Sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için; ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel süreçler arasındaki ilişkiler bütün olarak değerlendirilmeli ve karar alma aşamasında amaçların bu boyutlarla uyumlu bir yapıda olmasına dikkat edilmelidir (http://www.bayindirlik.gov.tr/10.03.2015).

1.2. Sürdürülebilir Turizm

1970'lerden itibaren çevre ile ilgili hassasiyetlerin artması ve çevre konusunun uluslararası kamuoyunda tartışılmaya başlanması ile birlikte sürdürülebilirlik kavramı birçok alanda olduğu gibi turizm alanında yapılan araştırmalar da üzerinde önemle durulan konu başlıklarından biri haline gelmiştir. Turizm faaliyetlerinin çevre, sosyal yapı ve kültürel kaynaklar üzerindeki olumsuz etkilerinin turizmin kendi geleceğini de tehlikeye attığının anlaşılmaya başlanması turizm ve sürdürülebilirlik kavramlarının bir arada ele alınmasını kaçınılmaz hale getirmiştir (Uzun, 2012: 48).

Sürdürülebilir gelişme kavramı; turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo- kültürel etkilerinin bir arada değerlendirilmesi gereğini ortaya koymuştur. Turizmin sürdürülebilirlik kavramıyla birlikte kullanılması, turizm ile fiziksel ve sosyo-kültürel çevre arasındaki ilişkinin doğru ve olumlu bir biçimde yürütülmesi ile yakından ilgilidir (Balanlı, 1999: 142).

Sürdürülebilir turizm kavramı, herhangi bir destinasyonun gelecekteki gelişmelere duyarlı olabilmesi ve bu gelişmelerin olumsuz etkilerinden korunabilmesi yönünde turizmin sağlıklı gelişimi için bir dizi ilkeyi, politikayı, yönergeyi ve yönetim metotlarını içermektedir (Hunter, 1997: 851). Sürdürülebilir turizm kavramının özünü, destinasyonun sahip olduğu mevcut kaynakların korunarak turizmin gelişimi açısından en az tahriple gelecek kuşaklara aktarılması oluşturmaktadır. Sürdürülebilir turizm, ekonomik olarak uygun; ancak turizmin geleceğinin bağlı olduğu fiziksel çevreyle ve ev sahibi toplumun

sosyo-kültürel yapısıyla ilgili kaynaklara zarar vermeyen bir turizm düşüncesi olarak da ifade edilmektedir (Saarinen, 2006, 1124). Bir başka tanıma göre ise sürdürülebilir turizm, bir bölgede turizmin geliştirilirken o bölgedeki tüm kaynakların korunması, yaşam kalitesinin yükseltilmesi ve ülkenin kültürel bütünlüğüne saygı gösterilmesidir. Yani, turizm faaliyetleri sonucu ekonomik kalkınmanın, fiziki çevre ve sosyo-kültürel kaynakların korunması ve geliştirilmesi, sürdürülebilir turizmin gelişmesinde ulaşılmak istenen amaçlar arasında sayılmaktadır (Ceylan, 2001: 170). Sürdürülebilir turizm kavramının özünde, turizm alanında hizmet sunan işletmelerin turizm ile ilgili faaliyetleri yerine getirirken ortaya çıkan çevresel sorunları azaltma düşüncesi yatmaktadır. Bu yüzden, sürdürülebilir turizmin başarılı bir biçimde uygulanması, kamu, özel sektör, konaklama işletmeleri, ulaştırma işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, turistik çekicilikler, ev sahibi toplum ve turistler gibi farklı paydaşların geniş çapta iş birliğini gerektirmektedir (Vernon, Essex, Pinter ve Curry, 2005: 326). Araştırmanın uygulama alanını oluşturan sakin şehirler sahip olunan mevcut kaynakların koruma bilinci ile gelecek nesillere aktarılması fikrinin destinasyon bazında benimsenmesi bakımından sürdürülebilir turizm açısından büyük önem taşımaktadır. Ayrıca turizm alanında sürdürülebilirliğin gerçekleşebilmesi için, turizm endüstrisinin; ortaklıklar, bütünleşme, toplumsal katılım ve çevresel yönetim gibi daha güncel konuları daha hassas bir şekilde takip etmesi gerekmektedir (Godfrey, 1998: 213).

Sürdürülebilir turizm yaklaşımı genel olarak üç bileşene dayandırılmaktadır. Bu bileşenler; ekonomik, sosyal ve çevresel bileşenler olarak adlandırılmaktadır. Ekonomik açıdan sürdürülebilir turizm kavramı bazı prensipleri içermektedir. Bu prensipler, turizmden kaynaklanan zarar ve maliyetleri en aza indirirken, faydanın en yüksek durumda olması, yerel halkın özellikle düşük sosyo-ekonomik düzeye sahip toplumlarda, turizmin yararlarından eşit düzeyde yararlanması, yerel toplumdaki yerel ekonomilerin desteklenmesi şeklinde özetlemektedir (Butler, 1999: 10). Çevresel sürdürülebilirlik genel olarak sadece turizmin sürdürülebilirliği için değil aynı zamanda yaşamın devamlılığı için gerekli olan çevrenin korunmasını içermektedir. Sosyal bileşenler ise sürdürülebilir turizm tartışmalarında en az dikkati çeken bölümdür. Sürdürülebilir turizmin sosyo-kültürel etkileri çoğunlukla soyuttur ve daha yavaş bir şekilde gerçekleşmektedir. Sosyo-kültürel sürdürülebilirlik, genel olarak toplumun kültür fabrikası konumundaki yerel halkı kapsamaktadır. Sürdürülebilir turizmin gelişiminde, bu üç sürdürülebilirlik önerisinin birleşimi; çevresel olarak duyarlı, ekonomik olarak geçerli ve sosyal olarak eşitlikçi

olmalıdır. Bunlar arasındaki temel hedef, sinerji oluşturabilmek için bu üç bileşenin aralarında bir denge kurmaktır (Uzun, 2012: 53).

1.2.1. Sürdürülebilir Turizm İlkeleri

Sürdürülebilir turizm; çevreye, topluma, doğal varlıklara ve kültürel mirasa zarar vermeden, kaynakların korunması ve bölgesel gelişmeyi sağlayarak yaşam kalitesini artırmayı amaçlayan bir yaklaşımdır. Bu bağlamda sakin şehirler sürdürülebilir turizm ilkelerinin kentsel ölçekte uygulama alanları olarak öne çıkan destinasyonlardır. Bir destinasyonda doğal kaynaklar ve çevre üzerindeki baskıların en aza indirgenmesi, yöre halkının ekonomik refahının arttırılmasının sağlanması, sürdürülebilir turizm ilkelerinin o destinasyonda etkin bir şekilde uygulanması ile mümkündür. Garrod ve Fyall (2002) tarafından sürdürülebilir turizmle ilgili belirlenen on ilke şu şekildedir:

1) Kaynakların sürdürülebilir kullanımı: Doğal, sosyal ve kültürel kaynakların korunarak sürdürülebilir kullanımının gelecek kuşaklar açısından hayati bir öneme sahip olmasıdır.

2) Aşırı tüketimin ve atıkların azaltılması: Uzun vadede çevresel zararların giderilmesiyle ilgili maliyetlerden kaçınmak ve bir destinasyonda turizm faaliyetlerinin kalitesini arttırmak için aşırı tüketimin ve atıkların azaltılmasıdır.

3) Çeşitliliğin korunması: Doğal, sosyal ve kültürel çeşitliliğin koruma bilinci ile geleceğe aktarılması ve bu faaliyetlerin desteklenmesinin uzun dönemde sürdürülebilir turizm açısından önemini ifade etmektedir.

4) Turizmin planlamayla bütünleştirilmesi: Turizmin, ulusal ve yerel stratejik planlama ile çevresel etki değerlendirmesi çerçevesinde ele alınarak turizmin sürdürülebilir olabilmesi için uzun vadeli planlamalardır.

5) Yerel ekonomilerin desteklenmesi: Yerel ekonomik faaliyetleri destekleyen, çevresel maliyetleri ve değerleri de dikkate alan sürdürülebilir turizm anlayışı ile yerel ekonomileri koruma ve oluşabilecek çevresel zararları asgari düzeyde tutma çabalarıdır.

6) Yerel halkları kapsaması: Yerel halkın turizm sektörünün önemli paydaşlarından biri olması ve uzun vadeli planlamalara dahil edilmesi; hem sektöre

ve çevreye yarar sağlamakta hem de yerel halkın turizm deneyimlerinin kalitesini arttırmaktadır.

7) Halka ve karar vericilere danışılması: Turizm sektörü karar vericileri ile yerel halkların, organizasyonların ve kurumların uzun süre beraber çalışabilmeleri ve olası sorunları çözebilmeleri için ilgili konularda fikir alış verişinde bulunmaları sürdürülebilir turizm açısından son derece önemlidir.

8) Personelin eğitilmesi: Her düzeyde ihtiyaç duyulan, yerel halkı da kapsayan ve sürdürülebilir turizmle bütünleşmiş bir personel eğitimi, turistik ürünlerin ve deneyimlerin kalitesini arttırmaktadır.

9) Sorumlu bir turizm pazarlamasının yapılması: Turizme yeterli ve düzenli bilgi akışı sağlayan turizm pazarlama anlayışı; destinasyonun doğal, sosyal ve kültürel çevresinin saygınlığını ve aynı zamanda ziyaretçilerin de memnuniyetini arttırmaktadır.

10) Araştırma girişimi: Etkili veri toplama yöntemleri ile sürekli olarak yapılan ve sektör tarafından izlenen araştırmalar, sorunların çözülmesine yardımcı olmakla beraber destinasyonlara, sektöre ve ziyaretçilere katkı sağlamaktadır.

Bu ilkelere ek olarak, Dünya Turizm Örgütü'ne göre, sürdürülebilir turizm için üç temel ilkeden söz edilebilmektedir. Bu ilkeler şu şekilde sıralanmaktadır (Sharpley, 2009: 51):

1) Gerekli ekolojik sürecin korunarak devamının sağlanması: Ekolojik süreçlerin korunması; doğal, kültürel mirasın ve biyolojik çeşitliliğin korunmasına yardımcı olmakta, ayrıca turizm gelişiminde önemli bir unsur olan çevresel kaynakların optimal düzeyde kullanılmasını sağlayarak sürdürülebilirliğe katkıda bulunmaktadır.

2) Yerel halkın sosyo-kültürel değerlerine saygılı olmak: Yerel halkın hassasiyetlerini dikkate alan sürdürülebilir turizm anlayışı var olan kültürel mirası ve geleneksel değerleri koruyarak, kültürel değerlerin anlaşılması ve bu değerlere hoşgörülü yaklaşılmasına katkıda bulunmaktadır.

3) Ekonomik açıdan sürekliliğin sağlamak: Uzun dönemli ekonomik çalışmaları kapsayan sürdürülebilir turizm anlayışının adil bir şekilde tüm paydaşlara sosyo-ekonomik faydalar sağlayarak yerel halka sosyal hizmetler sağlama ve yoksullukla

mücadelede yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmesine yönelik katkıda bulunmaktadır.

Sürdürülebilir turizm ilkeleri incelendiğinde, sakin şehir felsefesinin dayanak noktası olarak, sürdürülebilirliğin tanımına ve felsefesine uygun bir şekilde; çevreye zarar vermeyen, uzun vadeli planlardan oluşan, kültürel değerlere sahip çıkan, bölgeler arası eşitliği benimseyen, yerel toplumların gelişmesine katkıda bulunan, kaynakların korunup gelecek nesillere aktarılmasını hedefleyen bir turizm anlayışının benimsendiği görülmektedir.

1.2.2. Sürdürülebilir Turizmin Amaçları

Sürdürülebilir turizm; çevreye, topluma, tarihsel değerlere, doğal yapıya ve kültürel varlıklara zarar vermeden kaynakların gelecek kuşaklara korunarak aktarılmasını yerel dinamikleri gözeterek sağlayan ve bu eksen doğrultusunda yaşam kalitesini artırmayı amaçlayan bir yaklaşımdır. TÜSİAD'ın (2012) Sürdürülebilir Turizm Raporu'nda sürdürülebilir turizmin amaçları şu şekilde belirlenmiştir:

1) Ekonomik süreklilik: Turizm destinasyonlarının ve işletmelerinin uzun vadede fayda sağlayarak büyümeye devam edebilmesi için sürekliliklerini sağlayarak rekabet güçlerini arttırmak.

2) Yerel refah: Ziyaretçilerin yerel harcama oranını arttırmak da dâhil olmak üzere turizmin destinasyona olan katkısını azamiye çıkarmak.

3) İstihdam kalitesi: Irk, cinsiyet, engellilik durumu gibi konularda ayrımcılığa mahal vermeden ücret ve hizmet kalitesinin arttırılması da dâhil olmak üzere turizm tarafından yaratılan yerel istihdam miktarını ve kalitesini arttırmak.

4) Sosyal eşitlik: Yoksullara sunulan fırsatların, gelirin ve hizmetlerin iyileştirilmesi de dâhil olmak üzere turizmden elde edilen ekonomik ve sosyal faydanın genele adil bir şekilde dağılımını gözetmek.

5) Ziyaretçi memnuniyeti: Irk, cinsiyet gibi konularda ayrımcılık yapmadan bütün ziyaretçilere güvenli ve tatmin edici bir deneyim sunmak.

6) Yerel kontrol: Turizmin diğer paydaşları ile organize bir biçimde planlama, yönetim ve bölgesel turizmin gelişimi konusunda yerel yönetimleri süreçlere dâhil etmek ve yetkilerini arttırmak.

7) Toplumsal refah: Sosyal bozulma ve istismara yol açmadan sosyal yapı ve kaynakları etkin bir biçimde kullanarak yerel halkın yaşam kalitesini iyileştirmek.

8) Kültürel zenginlik: Yerel toplumlara özgü kültür, gelenek ve kültürel mirasa saygı duymak ve güçlendirmek.

9) Fiziki bütünlük: Kentsel ve kırsal alanların kalitesini muhafaza ederek güçlendirmek ve çevrenin fiziki bakımdan bozulmasını engellemek.

10) Biyolojik çeşitlilik: Doğal alanların ve yaban hayatının korunmasını destekleyerek olası zararı asgariye indirmek.

11) Kaynak verimliliği: Turizm işletme ve hizmetlerinde sınırlı ve yenilenemeyen kaynakların kullanımını asgariye indirmek.

12) Çevresel saflık: Turizm işletmelerinden ve ziyaretçilerden kaynaklanan çevre kirliliğini ve atık üretimini asgariye indirmek.

TÜSİAD'ın (2012) Sürdürülebilir Turizm Raporu'nda yer alan sürdürülebilir turizm amaçları ile ilgili başlıklar; destinasyonlar ile ilgili bütün dinamikleri gözeterek karar vericilere, yerel halka, turizm hizmeti sunan işletmelere destinasyonun sahip olduğu mevcut kaynakların korunarak geleceğe aktarılması açısından rehberlik etmektedir.

1.2.3. Sürdürülebilir Turizm Göstergeleri

Dünya Turizm Örgütü (WTO), herhangi bir destinasyonun sürdürülebilirlik performansını ölçmeyi sağlayacak, uluslararası kabul gören kriterler belirlemiştir. Bu kriterler, alanda çalışan karar vericilere, yöneticilere ve işletmecilere yardımcı olmak, yol göstermek; sürdürülebilirlik açısından destinasyonların karşılaştırılmasını ve kıyı bölgeler, dağlık alanlar, doğal yaşam alanları ve parklar, kentsel çevreler ve küçük adalar gibi çeşitli bölgelerin sürdürülebilirlik açısından değerlendirilmesini sağlamak amacıyla belirlenmiştir. Dünya Turizm Örgütü tarafından belirlenen ve Tablo 1'de yer alan on bir gösterge (UNWTO 2004) yayınlandıktan sonra birçok araştırma, uygulama ve akademik çalışma tarafından da temel alınmıştır.

Tablo 1: Sürdürülebilir Turizm Göstergeleri

No	Göstergeler	Temel Alınan Ölçüler
1	Alan-Bölge Muhafazası	Bölgenin Uluslararası Doğa Koruma Birliğinin (IUCN) kategorilerine göre muhafazası
2	Stres Faktörü	Bir destinasyonu ziyaret eden turist sayısı (Yıllık ve yüksek sezonlarda)
3	Yoğunluk (Alan Kullanımı)	Yüksek sezonlardaki metrekare cinsinden kişi başına düşen alan
4	Sosyal Etki	Turistlerin destinasyonda yaşayan yerel halka oranı
5	Gelişme Kontrolü	Bölgede çevresel inceleme denetim prosedürlerinin uygulanması
6	Atık Yönetim Mekanizması	Destinasyondan alınan kanalizasyonun arıtılma yüzdesi
7	Planlama Süreci	Turizm için organize edilmiş bölgesel ve destinasyon düzeyinde planların varlığı
8	Ekosistemler	Nadir bulunan ve risk altındaki türlerin sayısı
9	Ziyaretçi Memnuniyeti	Ziyaretçilerin tatmin düzeyleri
10	Yerel Memnuniyet	Yerel halkın tatmin düzeyleri
11	Turizmin Yerel Ekonomiye Katkısı	Turizm tarafından oluşturulan toplam ekonomik faaliyetlerin payı, miktarı

Kaynak: UNWTO Core Indicators of Sustainable Tourism, Guidebook 2004

Destinasyonun sürdürülebilir hale getirilmesinde sürecin nasıl ve kimler tarafından yürütüleceği son derece hassas bir konudur. Konu ile ilgili yapılan araştırma ve uygulamalar, sürdürülebilir turizmi başarıya götürecek katılımcı yöntem ve yönetim anlayışlarının tartışılması ve geliştirilmesinin önünü açmaktadır.

1.2.4. Sürdürülebilir Turizm Kriterleri

Turizmin sürdürülebilirliğini ölçmek amacıyla gerçekleştirilmiş olan çeşitli araştırmalar olmakla birlikte mevcut araştırmalarda geçerliliği kesin olarak kabul edilmiş kriterler bulunmamaktadır. Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi (Global Sustainable Tourism Council) bünyesinde kamu, özel ve sivil toplum kuruluşlarından 27 organizasyon bir araya gelerek; sürdürülebilir turizm kriterleri konusunda dünyanın her yerinde kabul edilebilir genel bir çerçeve oluşturabilmek amacıyla en iyi sürdürülebilir turizm uygulamalarını incelemişlerdir. Bu başlıkların içerikleri; sürdürülebilir alan yönetiminin sağlanması; yerel halk için sosyal ve ekonomik yararları en üst seviyeye çıkarmak, olumsuz etkileri en düşük seviyeye indirgemek; toplum, ziyaretçiler ve kültürel miras için yararları en üst seviyeye çıkarmak, olumsuz etkileri en düşük seviyeye indirgemek; çevre için yararları en üst seviyeye çıkarmak, olumsuz etkileri en düşük seviyeye indirgemek şeklindedir. Bu dört ana başlığın altında toplamda 45 maddeden oluşan alt kriterler bulunmaktadır. Küresel

Sürdürülebilir Turizm Konseyi tarafından hazırlanan sürdürülebilir turizm kriterleri turizm alanları ve işletmeler için ayrı uygulama esasları içermektedir. Sürdürülebilir turizm kriterleri ve bu kriterlerin değerlendirilmesinde kullanılabilecek göstergeler aşağıda sıralanmaktadır (Global Sustainable Tourism Council, 2012):

Toplumsal refah: Sürdürülebilir turizmin gelişimi, destinasyonda yaşayan yerel halkın ekonomik, sosyal ve kültürel olarak gelişimini destekler. Bu temel kritere ait alt kriterler, gelir düzeyinin artışından yerel geleneklerin gelişimine kadar bir dizi süreci kapsamaktadır.

Doğal ve kültürel çevrenin korunması: Sürdürülebilir turizm ekonomik kazanç için doğal ve kültürel kaynakların kullanımına izin verirken aynı zamanda bu kaynakların bozulmaması ve yok edilmemesini de garanti etmektedir.

Ürün kalitesi ve turist memnuniyeti: Bir bölgede sunulan ürün kalitesi turizmin ekonomik başarısı için anahtar faktör konumundadır. Bu kalite sadece ulaşım kalitesi, konaklama ve yeme-içme gibi somut kriterlerle değil aynı zamanda yerel halkın misafirperverliği ve turist deneyiminin kalitesi gibi soyut kriterlerle de değerlendirilmektedir.

Yönetim ve izleme: Yukarıda sayılan üç kriterin yerine getirilebilmesi için gerekli yönetim ve izleme sisteminin oluşturulması çabalarını içermektedir. Yönetim ve izleme sistemi olmadan da sürdürülebilir turizmin başarılabileceği düşünülse de uygulamada bu imkânsızdır. Bu sebeple, yönetim ve izleme sistemi belirtilen hedeflere ulaşmak için anahtar rol üstlenmektedir.

1.2.5. Sürdürülebilir Turizm Araçları

Sürdürülebilir turizmin başarıya ulaşabilmesi için ekolojik çevrenin, doğal kaynakların tarihi ve kültürel mirasın korunması büyük önem taşımaktadır. Sürdürülebilir turizmin gelişimi için taşıma kapasitesi, çevresel etki değerlendirmesi ve ekolojik ayak izi her destinasyona göre belirlenmeli ve bu bağlamda denetimler periyodik olarak yapılmalıdır.

1.2.5.1. Taşıma kapasitesi:

Taşıma kapasitesi, turizm faaliyetlerine olan talep artışlarıyla, kullanılan kaynakların doyum noktasına ulaştığı (fiziksel kapasite); çevrenin bozulmaya başladığı (çevresel kapasite); ya da ziyaretçilerin artık destinasyondan zevk almayı yitirdikleri (kavramsal ya

da psikolojik kapasite) aşamaları şeklinde ifade edilir. Başka bir tanıma göre ise turizm açısından taşıma kapasitesi, destinasyonun ne büyüklükte bir turizm faaliyetini kaldırabileceğinin sınırlarının önceden ortaya konmasıdır. Turizm gelişiminin sınırlandırılması, aşırı kullanımdan doğan baskıların ve destinasyondaki doğal kaynakların ve kültürel mirasın sömürülmesinin önlenebilmesi için gerekli bir yöntemdir (Kahraman ve Türkay, 2012: 59). Taşıma kapasitesi, çevrenin korunması ve sürdürülebilir turizmin temel prensiplerinden biridir. Turizm taşıma kapasitesi, turizmin sürdürülebilir gelişmesine fırsat sağlaması bakımından, kaynakların kıt olması nedeniyle turizmdeki gelişmenin de bir sınırı olduğunu ifade etmektedir. Diğer bir deyişle taşıma kapasitesi ulusal, bölgesel ya da yerel ölçekte turizmin, geri dönüşü olumlu bir ürün haline nasıl getirilebileceğini ve onun olumsuzluklarından nasıl sakınılabileceğini ifade eden bir kavramdır (Eser, 2011: 23).

Turizmde taşıma kapasitesinin türleri farklı şekillerde ele alan çalışmalar mevcuttur. Taşıma kapasitesi; fiziksel taşıma kapasitesi, ekolojik taşıma kapasitesi, psikolojik taşıma kapasitesi, sosyal taşıma kapasitesi ve ekonomik taşıma kapasitesi olmak üzere beş farklı türe ayrılabilir. Fiziksel taşıma kapasitesi, bir bölgeyi ziyaret eden en çok konaklama yapılabilecek turist sayısını ve bir turistin fiziksel olarak kaplayabileceği en az boşluğa işaret etmektedir. Ekolojik taşıma kapasitesi, turizmin doğal çevreye olan etkisini ve doğal kaynakların uzun dönem yaşayabilirliği ile bağlantılıdır. Psikolojik taşıma kapasitesi, farklı turist tiplerinin, tatil ve bölgelere göre değişiklik gösteren algı ve memnuniyeti ile ilgilidir. Sosyal taşıma kapasitesi, turizmin yerel halkın turizme karşı tutumunu etkileyecek olan sosyo-kültürel etkilerini içermektedir. Ekonomik taşıma kapasitesi ise, turizmin gelişiminin karlılık ve fırsat maliyeti açısından değerlendirilmesidir (Sonuç, 2014: 27).

Turizm açısından taşıma kapasitesi kavramının kullanımı; çevre kalitesinin korunması, kaynakların sürekli ve dengeli kullanımı, aşırı tüketimin azaltılması, bölge halkının turizmden elde edecekleri faydalardan sürekliliğinin sağlanması, ziyaretçilerin tatmin olma düzeylerinin artırılması ve işletmelerin karlılığı açısından önemlidir. Bu nedenle taşıma kapasitesi aşağıda belirtilen boyutlar ile ele alınmalıdır (Cömert, 2012: 14):

- Yerel halkın ne kadar turist kabul edebileceği açısından rahatsızlık durumları,
- Ziyaretçilerin deneyimleri açısından tatmin düzeyleri,
- Fiziksel ve ekolojik çevre açısından taşıma kapasitesi,
- İşletmeciler açısından tesislerin kullanım oranı.

Taşıma kapasitesi türleri, turizmin sürdürülebilirliği açısından farklı uygulamaları içermektedir. Taşıma kapasitelerinin aşılması bölgenin çekicilik değerini kaybetmesine yol açarak turizm talebinin olumsuz yönde etkilenmesine neden olacaktır.

1.2.5.2. Çevresel Etki Değerlendirmesi (ÇED):

Sürdürülebilir turizm ile çevre arasındaki ilişkide üzerinde durulması gereken önemli konulardan biri de çevresel etki değerlendirmesidir. Çevresel etki değerlendirmesi (ÇED), bir bölgenin turizme açılmadan ya da turistik yatırımların daha yatırım kararı aşamasında iken yapılması gereken, sürdürülebilirliğin sağlanmasındaki en önemli araçlardan birisidir. Taşıma kapasitesi analizleri bölgenin ne büyüklükte bir turizm faaliyetini kaldıracağını ve kapasite sınırlarını belirlemede sürdürülebilir turizmin önemli araçlarından biri olmasına rağmen bir bölgenin turizme açılmadan ya da turistik yatırımların planlama ve karar aşamasında çevresel, sosyal, ekonomik değerlendirme ve kontrol işlevini yerine getirememektedir (Demir ve Çevirgen, 2006: 167). Bu aşamada sürdürülebilirliğin sağlanmasındaki en önemli araçlardan biri çevresel etki değerlendirmesidir. Bu bağlamda 16.12.2003 gün ve 25318 sayılı resmi gazetede yayınlanan ÇED Yönetmeliğinin ana ilkeleri:

- Çevresel değerlendirme sürecinin planlamayla bütünleştirilmesinin sağlanması,
- ÇED sürecinin, yapımı planlanan projenin ilk aşamalarına uygulanmasının sağlanması,
- Proje sahibinin, çevresel hedeflerle ilgili kuruluşlarla işbirliği yapmasının sağlanması,
- Proje ile ilgili karar vericilere, proje ve ÇED raporunun bir arada sunulması ile daha sağlıklı karar sürecinin oluşturulmasının sağlanması,
- Projenin ÇED süreci içerisinde değerlendirilmesi sırasında halkın ve ilgili tarafların katılımının sağlanması şeklinde ifade edilmektedir.

Çevre değerlerini ekonomik ve sosyal politikalar karşısında korumak, ÇED'in esas amacını oluşturmaktadır. Çevreyi koruma amacı ile yatırımların proje aşamasında veya bir bölgenin gelişim projelerinin hazırlanması sırasında gerekli olan ÇED raporu, bu yolla yapılması düşünülen yatırımların tüm çevre değerlerine zarar vermeksizin gerçekleştirilmesini olanaklı kılmaktadır (Kahraman ve Türkay, 2006: 59). Dolayısıyla turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde ilgili faaliyetlerle alakalı ÇED raporu hazırlamak ve ilgili

makamların görüşüne göre hareket etmek gerekmektedir. ÇED raporu, turizm işletmeleri açısından zaman alıcı ve yüksek maliyetli bir süreç olabilmektedir. Ancak uzun dönemli bir karlılığın yöre halkına ve yerel ekonomiye katkıları dikkate alındığında ÇED sürdürülebilirlik açısından son derece önemli hale gelmektedir.

1.3. Yavaş Hareketi ve Tarihsel Gelişimi

James Watt'ın 1765 yılında buharlı makineyi icadı ile başlayan; teknolojinin, endüstriyel üretimin özellikle Amerika ve Avrupa'da yoğunlaşan demir yolu ağlarına bağlı olarak ulaşım imkânlarının gelişmesi ile üretim, kültür, sanat, ekonomi, mimarlık gibi birçok alanda köklü değişimlerin ve yeni yaklaşımların ortaya çıkması olarak tanımlanan endüstri devrimi, 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren toplumların sosyal ve ekonomik yapılarında önemli değişimlere yol açmıştır. Endüstri devrimi sonrası endüstriyel eylemler belirli merkezlerde toplanarak, kırsal bölgelerden sürekli göç alan ve hızlı gelişimin yaşandığı kalabalık yeni şehirler kurulmasına neden olmuştur. Aşırı göçlere hazırlıksız yakalanan bu şehirlerde artan nüfusa bağlı olarak; tarım arazilerindeki bilinçsiz yapılaşma, çevre sorunları ve doğal kaynakların aşırı tüketimindeki artış yirmibirinci yüzyılın ortalarından itibaren tehlikeli bir boyuta ulaşarak yerel yöneticileri mevcut tehlikeler karşısında yeni önlemler almaya itmiştir (Oktay, 208: 38; Özkan, 2011: 7.)

1996 yılında George Ritzer'in 'McDonaldization of Society' ve 2009 yılında Knox ve Mayer'in 'Small Town Sustainability' adlı kitaplarında; küreselleşme ve kapitalizmin günümüz tüketim alışkanlıkları üzerine olan olumsuz etkileri ile toplumların sahip olduğu kültürel değerlerin yozlaşma süreci ele alınarak, küreselleşmenin yıkıcı etkilerinden korunma yolları ve kültürel değerlerin gelecek nesillere aktarılması için yapılması gerekenler etkili bir dille anlatılmaktadır.

Endüstri devrimi ile birlikte batı dünyasında başlayan ve teknolojik alanda gerçekleşen yeniliklerle sınır tanımadan tüm dünyayı etkisi altına alan küreselleşme, geri dönüşümü olmayan tüketim temelli hızlı yaşamın doğmasına neden olmuştur (Knox, 2005:4). Küreselleşmenin olumsuz etkileri ile dünya üzerinde nüfus belirli şehirlerde yoğunlaşarak, şehir nüfuslarının toplam dünya nüfusu içerisindeki yeri tahmin edilemez bir biçimde artış göstermiştir. Bu durum birbirine daha çok benzeyen, sosyal yaşamın ve kendine özgü değerlerin önemini kaybettiği tek tip şehirlerin oluşmasını hızlandırırken, yerel yöneticilerin de şehir planlaması konusunda izledikleri politikaları ve iyileştirme çabalarını da küreselleşme karşısında çaresiz bırakmıştır (Radstrom, 2001: 90).

Küreselleşmenin sonucu ortaya çıkan tüketim temelli hızlı yaşam, üretici ve tüketici olarak insanları doğrudan ilgilendirmekle beraber hız ve yavaş kavramlarının da gündeme getirilmesine yol açmıştır. Carl Honore (2004) imzalı 'Yavaşlığa Övgü' adlı kitapta hız ve yavaş kavramları üzerinde durularak yavaş hareketi ile ilgili birçok kavram detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Yavaş hareketi içerisinde geçen yavaşlık kavramı, her şeyin salyangoz hızıyla yapılmasının aksine insanların günlük yaşamları içerisindeki aktivitelerin tatmin edici bir hızda, geçiştirilmeyerek dikkatli bir şekilde ve keyif alınarak yapılması anlamı taşımaktadır (Honore, 2014: 15). Yavaşlık, çağdaş toplumlarda günlük yaşamın bir parçası olan hızlı yaşam stiline tepki olarak doğan ve denge esaslı felsefi bir yaklaşımdır. Carl Honore'nin (2008) 'Yavaş Hareketi' adlı kitabında hızlı ve yavaş kavramlarına ait bazı özellikler Tablo 2'de ele alınmaktadır.

Tablo 2: Hızlı ve Yavaş Kavramları

Hızlı	**Yavaş**
Meşgul	Sakin
Stresli	Sabırlı
Aceleci	Dikkatli
Yüzeysel	Sezgisel
Miktara önem veren	Kaliteye önem veren

Kaynak: Honore, 2008:16 'dan yararlanılarak hazırlanmıştır

Zaman kavramı, küresel nitelik taşıyan günümüz ekonomik sistemi içerisinde önemli bir maliyet unsuru olarak görülmektedir (Yurtseven, Kaya ve Harman, 2010: 2). Yavaş hareketi küreselleşmenin olumsuz sonuçlarından hız kavramına karşı alternatif bir yaklaşım olup, zamanın insanlar için önem taşıyan uğraşılar için kullanılmasını tavsiye etmektedir. Yavaş hareketi küreselleşme karşıtı diğer yaklaşımlarda olduğu gibi küreselliği yerel kültürlerin karşısındaki en büyük tehdit olarak görmektedir. Bu hareketin çıkış noktasını, kültürel farklılıkların öneminin vurgulanması ve yerel kültürlerin özgünlüklerinin korunarak yaşatılması oluşturmaktadır. Karşılaştırmalı olarak hızlı ve yavaş kavramlarına ait bazı temel özellikler Tablo 3' de gösterilmektedir (Knox ve Mayer, 2009: 35).

Tablo 3: Karşılaştırmalı Olarak Hızlı ve Yavaş Kavramları

Yaklaşım	Hızlı	Yavaş
Özellikler	Homojen	Kişiye Has
	Eşit Olmayan	Eşit
	Endüstriyel	El İşi
	Standart	Özel
	Kurumsal	Yerel destekli
	Sürdürülemez	Sürdürülebilir
	Taklit edilebilir	Özgün
	Seri üretime uygun	Kişiye özel
	Tarih ve kültüre duyarsız	Tarihe kültüre duyarlı
Örnekler	Metropol projeleri	Toplu ekonomik büyüme
	Kalabalık şehirler	Sakin şehirler
	Endüstriyel gıda üretimi	Yavaş yemek

Kaynak: Knox ve Mayer, 2009:35 'ten yararlanılarak hazırlanmıştır.

Küreselleşmenin insan yaşamına olan olumsuz etkileri şehirlerin gelecek vaat etmeyen sağlıksız ve tek tip yapılardan oluşmasına zemin hazırlayarak uzun dönemde yavaş hareketini çekici bir alternatif olarak ortaya çıkarmıştır. Yavaş hareketi esasında küreselleşmenin neden olduğu olumsuz değişimlere karşı yerelliğe önem veren, hızlı ve tüketime dayalı modern hayatı eleştiren ve toplumların kendine özgü değerlerini savunarak bu değerleri geleceğe taşıma kaygısı güden küreselleşme ve hızlı yaşam karşıtı toplumsal bir harekettir (Sezgin ve Ünüvar, 2011:107-108).

Küreselleşme karşıtı bir hareket olarak ortaya çıkan ve 'yavaşlık' olarak nitelendirilen bütün kavramlar 1986 yılında İtalya'nın Roma şehrinde Carlo Petrini önderliğindeki bir grup İtalya'nın Amerikan tarzı hızlı ve sağlıksız beslenmenin dünyada vücut bulmuş hali olarak işaret edilen McDonald's a ait bir şubenin açılış töreninde tabaklar dolusu İtalyan makarnasının fırlatılması ile başlayan 'yavaş yemek' (slow food) hareketinin izlerini taşımaktadır. Bu yüzden 'yavaş' felsefesinin anlaşılabilmesi için 'yavaş yemek' hareketinin çok iyi bir şekilde analiz edilmesi gerekmektedir. Çünkü, Carlo Petrini önderliğindeki bir grup İtalya'nın başlattığı bu eylem dünyanın farklı bölgelerinde de kabul görerek farklı alanlarda yavaş hareketine dönüşmüştür.

Yavaş yemek (slow food) hareketi, 1986 yılında İtalya'nın başkenti Roma'da Amerikan tarzı hızlı yiyecek (fast food) zincirlerinin açılmasına bir tepki olarak ortaya çıkmıştır. Bu tepkinin esas sebebi, küresel ölçekteki şirketlerin toplumların sahip olduğu yerel yemek kültürlerini göz ardı ederek, yerel sofra kültürlerinin unutulmasına neden olacak nitelikte ürünler sunmasıdır. McDonald's, KFC gibi küreselliğin sembolü haline gelmiş uluslararası şirketlerin yaymaya çalıştığı kültürel ve ekonomik standardizasyonla mücadele ve yerel tatların korunarak geleceğe aktarılması yavaş yemek hareketinin en önemli amaçlarından biridir (Knox, 2005:6). İtalya'nın Barolo kentinde başlayan ve 1989'da Paris'te yirmi ülke temsilcisinin katılımı ile uluslararası kimlik kazanan yavaş yemek hareketi, günümüzde 150 ülkeden 100.000'den fazla üyesi bulunan uluslararası bir birlik haline dönüşmüş bulunmaktadır. İnsanlar arasındaki iletişimi, duygu paylaşımını, huzuru ve haz almayı gitgide azaltan hızlı yaşam ve hızlı yaşamın bir öğesi olan hızlı yiyecek akımına karşı oluşturulan bu birliğin merkezi İtalya'da Bra isimli küçük bir kasabadır. Küreselleşme karşıtı bir hareket olarak İtalya'da doğan yavaş yemek hareketi; küçüklük, basitlik ve sürdürülebilirlik ilkeleri ışığında yöresel gıda üretimini ve biyolojik çeşitliliği korumayı hedeflemektedir.

Yavaş yemek birliği kurulduğu andan itibaren yöresel yemek kültürü ve geleneklerin korunması bilinci ile hareket eden hızlı yaşam sonucu oluşan hızlı yemek kültürüne karşı gönüllüler tarafından kurulmuş kar amacı gütmeyen eko-gastronomik bir organizasyondur (http://www.slowfood.com/international/1/about-us).

Yavaş yemek hareketi, 1989 yılında Yavaş Yemek Manifestosu'nun imzalanması ile ana hatlarına kavuşmuş ve 2007 yılındaki 5. Yavaş Yemek Kongresinde onaylanan Declaration of Puebla ile genişletilerek bugünkü halini almıştır. Bu hareket, yavaş yemek kalite bildirisinde yer alan ve kuruluş felsefesini oluşturan 'iyi, temiz, adil gıda' prensibiyle endüstriyel gıdalara ve hızlı beslenme kültürüne karşı mücadele vererek unutulmaya yüz tutmuş yeme içme geleneklerinin, yöresel tatların, ürünleri yetiştirme yöntemlerinin ve biyolojik çeşitliliğin korunmasına hizmet etmektedir. Gıdanın 'iyi' olması, gerçek bir tada, sağlığa uygun kaliteye ve cezbedici bir görünüşe sahip olması ile ilgilidir. Gıdanın 'temiz' olması, ekolojik sisteme ve çevreye zarar vermeyen üretim yöntemleriyle yetiştirilip, insan sağlığı için güvenli olması ile ilgilidir. Gıdanın 'adil' olması ise, fiyatların tüketicilerin alım gücünü aşmayacak ve üreticilerin emeğinin karşılığını alacak şekilde düzenlenmesini ifade etmektedir (http://www.slowfood.com/about-us/our-philosophy/).

Yavaş yemek hareketinin ilkeleri şu şekilde belirtilmektedir (Yurtseven ve diğ, 2002: 18):

- Yöresel ürün ve üretim tekniklerinin sürdürülebilirliği
- Yöresel pişirme ve geleneklerin sürdürülebilirliği
- Yavaş yemek mesajının yayılması
- Bilinçli tüketim ve zevk alma

Yavaş yemek hareketi logo olarak salyangozu kullanmaktadır. Hareketin logo olarak salyangozu tercih etmesinin nedeni; hayatın zevk alınabilecek bir hızda yaşanması gerekliliğinin vurgulanarak salyangozun hayat içinde sürekli yiyerek ağır, temkinli bir şekilde ilerleyip geçtiği yerde iz bırakmasıdır (http://www.slowfoodanadolu.com/baskanin-mesaji/slow-food-carlo-petrini-bilinc-ve-sorumluluk/).



Şekil 1**:** Yavaş yemek resmi logosu
Kaynak: www.slowfood.com

Yavaş yemek hareketi yerellik felsefesinden hareketle yerel tatların ve biyo çeşitliliğin korunması amacıyla 2003 yılında 'Slow Food Foundation for Biodiversity', 2004 yılında 'Terra Made Foundation' ve 2004 yılında 'University of Gastronomic Science' kuruluşunu faaliyete geçirmiştir. Yavaş yemek felsefesini yaymak ve pratiğe dökmek için kurulan üniversite ve vakıflar tarafından büyük çaplı ve ses getiren projeler gerçekleştirilmektedir. Bu projeler, yöresel yemek kültürünün ve biyo çeşitliliğin korunması, yerel üreticilerin desteklenmesi gibi amaçlar gütmektedir. 'Presidia, The Ark of Taste, Terra Madre, Earth Markets, The Alliance of Chefs, 10.000 Gardens in Africa' bu projeler içerisinde en önemli olanlardır (http://www.slowfood.com/what-we-do/)

Presidia, 'The Ark of Taste' nin bir çalışma kolu olarak 1999 yılında başlayan belirli bir bölgede yöreye has belirli bir ürünü üreten küçük bir gruptan oluşan üreticiler üzerine odaklanarak ürüne özgü pazarlama tekniklerinin geliştirilmesi ve ekonomik anlamda verimlilik hedefleyen yerel projelere verilen addır. Organizasyon her yıl düzenli olarak dünya üzerinde yöresel çapta 13.000 küçük üreticinin katıldığı 450 Presidia faaliyeti gerçekleştirmektedir. İtalya Torino'da küçük üreticileri buluşturan Salone del Gusto en

önemli Presidia projelerinden biridir (http://www.fondazioneslowfood.com/en/what-we-do/slow-food-presidia/the-project/).

Lezzet sandığı anlamına gelen 'The Ark of Taste' projesi, dünya üzerinde yok olma riski ile karşı karşıya kalan ürünlerin tespit edilip kataloglanması faaliyetlerinden oluşmaktadır. Bu proje Presidia faaliyetlerinin alt yapısını oluşturmakla beraber faaliyete geçtiği günden beri 10.000'den fazla yok olma tehlikesiyle karşı karşıya olan yerel ürünün tanıtılıp kataloglanmasını sağlamıştır (http://www.fondazioneslowfood.com/en/publications/ark-of-taste-publication/). Bir ürünün 'The Ark of Taste' kataloğunda yer alabilmesi için; yerel olması, küçük üreticiler tarafından sınırlı miktarda üretilmesi ve yok olma riski taşıması gerekmektedir (Mayer ve Knox, 2006: 327).

'Terra Madre' (toprak ana) projesi ise 2003 yılından itibaren dünyanın farklı bölgelerindeki küçük üreticileri bir araya getirerek bu üreticileri çeşitli eğitim programlarıyla destekleyen, bilgi alış verişi sayesinde yerel üretimlere verilecek önem ile insanoğlunun toprağa daha fazla yaklaşacağı anlayışını savunan bir projedir. Terra Madre ağı kurulduğu günden itibaren 2000 den fazla yerel yiyecek grubuyla 1500'ü aşkın etkinlik gerçekleştirmiştir (http://slowfood.com/international/125/terra-madre-day).

Earth Markets (yeryüzü pazarı), 2006 yılından itibaren İtalya'nın 100 farklı yerinde çiftçi pazarlarının kurulmasıyla başlayan ve yavaş yemek felsefesine uygun olarak aracıların ortadan kalktığı; iyi, temiz, adil ilkesine uygun olarak topraktan sofralara taşınmak üzere yetiştirilen ürünlerin bulunduğu, üretici ve tüketiciyi bir araya getiren buluşma noktası olarak kendini ifade etmektedir (http://www.earthmarkets.net/pagine).

'10.000 Gardens in Africa', Afrika'nın okul bahçelerini de kapsayacak şekilde farklı bölgelerinde yöreye uygun, kendi tohumlarının ürünü olan, biyolojik çeşitliliği vurgulayan ve orada yaşayan gençlere topraklarında iyi, temiz ve adil gıdaların üretilmesinin kıtanın geleceği olduğu bilincini aşılamak üzere hazırlanan bir projedir. (http://www.fondazioneslowfood.com/en/what-we-do/10-000-gardens-in africa/#.UyM9tRaKijY).

The Alliance of Chefs, 2009 yılında kurulan yerel yiyecek kültürü ve kültürel biyoçeşitliliği koruma felsefesiyle hareket eden; iyi, temiz ve adil gıdayı savunan, mesleğinde uzman aşçılardan oluşan bir birliktir. Bu birliğin üyeleri yavaş yemek hareketinin düzenlediği bütün organizasyonlarla koordineli bir biçimde hareket ederek

katılımcılar için oluşturulan programlarda 1000'den fazla aşçı ve 500 akademisyen ile dünyanın farklı yerlerinde etnik mutfakları tanıtan eğitim ve seminer çalışmaları düzenlemektedirler (http://www.fondazioneslowfood.com/en/what-we-do/slow-food-chefs-alliance/alliance-menus/).

2004 yılında kurulan Gastronomik Bilimler Üniversitesi (University of Gastronomic Sciences), hızlı yeme içme kültürünün gıdaları ve yemekleri standartlaştırması sonucuna tepki olarak yöresel lezzet farklılıklarının korunmasına yönelik çalışmalar yapan bir kuruluş olarak faaliyetlerini sürdürmektedir. Kuruluş faaliyetlerinin odak noktasını toplumlara has yiyecek içecek kültürünün korunarak bilinçli bir çaba ve eğitim ile gelecek nesillere aktarılması oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Gastronomik Bilimler Üniversitesi'nde yerel lezzetler üzerine eğitimler verilerek yöresel tatların korunması amaçlanmaktadır. Bununla birlikte; yetki düzenlemeleri bakımından Avrupa standartlarını takip eden kuruluş; satış noktaları, farklı tarımsal, endüstri ve iş alanları (üretim, pazarlama, dağıtım, iletişim, eğitim, medya, turizm vb.) arasında değişik iş profilleri yaratacak nitelikli işgücü oluşturma bilinci ile hareket etmektedir (Yurtseven ve diğ, 2010: 22).

Yavaş yemek hareketi yerel örgütlenmelere çok önem vermektedir ve yerel örgütlenmeler 'ziyafet sofrası' olarak dilimize çevrilen 'convivia' adı verilen şubelerden oluşmaktadır. Her şubenin 'covivium' adı verilen liderleri bulunmakta ve dünya çapında 1500'ü aşan sayısı ile bu şubeler yavaş yemek mesajını yaymak, yerel yemek kültürünü korumak ve yaygınlaştırmak için çeşitli etkinlikler düzenlemektedirler. Yavaş Yemek hareketinin ülkemizde 25 adet convivia adı verilen şubesi Tablo 4'te gösterilmektedir. (http://www.slowfood.com/international/4/where-we-are?session=slowfoodstorecom: C2745172031aa1E155yl1219F56A#risultati)

Tablo 4**:** Türkiye'deki Yavaş Yemek (Convivia) Şubeleri

Şube Adı	Bulunduğu Şehir/Bölge
Ankara	Ankara
Antalya-Mavi Yengeçler	Antalya
Yenipazar	Aydın/ Yenipazar
Delice	Balikesir/ Ayvalik
Hasankeyf	Batman
İzmir Bardacık	İzmir/Bornova
Fırtına Vadisi	Rize/Çamlıhenşin
Gökçeada	Çanakkale
İda	Çanakkale
Bozcaada	Çanakkale/Bozcaada
Şile, Palamut	İstanbul
Fikir Sahibi Damaklar	İstanbul
Kars	İstanbul
Yağmur Böreği	İstanbul
Göbeklitepe	İstanbul
Balkon Bahçeleri	İstanbul
İzmir Foça Zeytin Dalı	İzmir/Foça
Teos	İzmir
Keçi Karaburun Mordoğan	İzmir
Gaziantep	Gaziantep/Şehitkamil
Trakya	Kirklareli
Yavaş Gari Bodrum	Muğla/Bodrum
Halfeti	Şanlıurfa
İhsangazi	Kastamonu
Mahal	Seferihisar, İzmir

Kaynak:

(http://www.slowfood.com/international/4/where-we-are?session=slowfoodstorecom: C2745172031aa1E155yl1219F56A#risultati).

Türkiye'de yavaş yemek hareketi bünyesinde oluşturulan ziyafet sofraları adı verilen şubelere ek olarak 25 Mart 1999 tarihinde hızlı yeme içme kültürünün toplumsal sağlık ve yöresel yeme içme kültürüne verdiği zarardan hareketle kamuoyunda bilinç uyandırma adına; evde yemek pişirilmesini, geleneksel tatların korunmasını, unutulmamasını ve gelecek nesillere aktarılması fikrini savunan 'Sefertası Hareketi' başlatılmıştır. Hareketin bu ismi seçme nedeni, sefertasının koruma ve taşımayla ilgili kültürel çağrışımlarla özdeşleşmiş olmasıdır. Sivil toplum kuruluşu niteliğinde olan Sefertası Hareketi; Aşçılar Birliği, Tüketiciyi Koruma Derneği, Diyabet ve Beslenme Derneği gibi birçok

organizasyonun desteğini almakla beraber faaliyetlerini herhangi bir uluslararası organizasyon içerisinde yürütmemektedir. Hareket geleneksel tatlar eşliğinde sağlıklı beslenme kültürünü toplumun her aşamasına yerleştirmek için değişik mekânlarda etkinlikler düzenlemekle birlikte yöresel lezzetler sunan işletmelerin tanıtıldığı Sefertası adlı bir dergi çıkarmaktadır (http://webnaturel.com/slow-food-tat-alma-hakkinin-savunucusu.html).

1.4. Sakin Şehir Hareketinin Tarihsel Gelişimi

Hızlı ve tüketim odaklı yaşam tarzına tepki olarak İtalya'da 1986 yılında başlayan yavaş yemek hareketi son yıllarda hayatın farklı alanlarına da uyarlanmış ve yavaş yemek hareketinin sonucunda; yavaş yaşam, yavaş turizm, yavaş seyahat, yavaş işletmecilik, yavaş ticaret, yavaş para, yavaş tasarım ve sakin şehir gibi yeni kavramlar ortaya çıkmıştır (http://www.slowmovement.com, Yurtseven ve diğ, 2010: 1). Araştırmanın uygulama kısmını Türkiye'de yer alan sakin şehirler oluşturduğu için diğer yavaş kavramları üzerinde durulmayacak ve sakin şehir konusu detaylı bir şekilde ele alınacaktır.

Sakin şehir kavramı da diğer tüm yavaş hareketleri gibi yavaş yemek hareketinin izlerini taşımaktadır. Sakin şehir hareketi, İtalyanca şehir anlamına gelen 'Citta' ve İngilizce yavaş anlamına gelen 'Slow' kelimelerinin birleşmesinden oluşan ve yavaş şehir ya da sakin şehir anlamında kullanılan bir ifadedir. Cittaslow ile ilgili yapılan çalışmalarda bu kavramın dilimize çevrilirken yavaş şehir ifadesinin kullanıldığı görülmektedir. Fakat Türkiye'de bu ağa katılan şehirler kendilerini sakin şehir olarak ifade ettiklerinden dolayı çalışmada cittaslowlar tanımlanırken bu kavram yerine sakin şehir ifadesi kullanılacaktır.

İtalya'nın Chianti bölgesinde 15 Ocak 1999 tarihinde Greve kenti Orvieto tiyatrosunda yavaş yemek felsefesini benimsemiş dört küçük kasabanın (Greve in Chanti, Orvieto, Bra, Positano) belediye başkanları ve yavaş yemek hareketi lideri Carlo Petrini'nin yavaşlık ilkelerini kentsel düzeyde uygulamak istemeleriyle Sakin Şehir Manifestosu'nu (Manifesto of Cittaslow) hazırlayarak Sakin Şehir Birliği'ni kurmuşlardır. Birlik ilk bildirgesinde küreselleşmenin insanlar arasındaki iletişimi, kaynaşmayı ve değişimi kolaylaştırmasına karşılık farklılıkların törpülenerek tek bir model insan oluşturmaya doğru gidildiği ve sonunda sıradanlığın hakim olacağı bir düzenin oluşabileceği konusunda endişelerini belirtilerek, olası sonuçları engellemek amacı ile yerel değerlere sahip çıkma ve geliştirme amacı güden bir mesaj yayınlamıştır. Sakin Şehir Manifestosu; gürültü kirliliğini

engelleme, yeşil alanları artırma, yerel üretim yapan çiftçiler ile bu ürünleri satan işletmeleri destekleme ve yerel estetik öğeleri koruma amacı güden mükemmellik koşulları olarak adlandırılan 6 başlık ve 71 adet kriterden oluşmaktadır (Günerhan ve diğ, 2012: 33, Cittaslow International Charter, 2014).

Sakin Şehirler Birliği tarafından Kasım 2014'te yayınlanan son Sakin Şehir Manifestosu; önsöz ve 6 başlık (tanımlama ve ilkeler, fon yönetimi, katılım esasları ve taahhütler, sakin şehir organları, ulusal organizasyon yapısı, ekler) altındaki 29 maddeden oluşmaktadır. Manifestoda yer alan ilkeler ve 'Ek-A' bölümünde belirtilen ifadeler doğrultusunda Sakin Şehir Birliği kendisini; kar amacı gütmeyen, gönüllülük esasına dayalı, küreselleşme karşıtı, kaliteli yaşam uygulamalarını ve yavaş yemek felsefesini destekleyerek bu uygulamaları çevresel boyutta ve kentsel ölçekte ele alan yerel bir kalkınma modeli olarak ifade etmektedir (Cittaslow International Charter, 2014).

Sakin Şehir Manifestosu; yavaş yemek manifestosunda belirtilen yöresel tatların yaşatılması gibi sadece eko-gastronomik bir anlam taşımaktan öte; yerel yaşam kalitesini arttırmaya yönelik, sürdürülebilir ve birbirine benzemeyen şehirler yaratılmasına ön ayak oluşturacak şekilde yerel yönetim hedeflerini de kapsamaktadır. Bu bakımdan sakin şehirler, yavaş yemek hareketinin kentsel düzeyde uygulanış biçimi olarak görülmektedir (Pink, 2009: 453). Yavaş yemek hareketi, yöresel yeme içme kültürü ve biyo-çeşitliliğe son derece önem vermektedir. Sakin şehirler de yöreye ait kültürel ve mimari öğelerin korunarak sürdürülebilirliğinin sağlanması amacı ile oluşturulan yaşam alanları olarak görülmektedir (Radstrom, 2011: 93). Sakin şehirler yavaş yemek hareketinin devamı niteliğinde şehirlerde doğal ve tarihi dokunun korunarak yaşayan yöre halkı ve ziyaretçiler için daha kaliteli yaşam koşullarının sağlanması felsefesi ile hareket etmektedir (Erten, 2009: 107). Mayer ve Knox (2006: 322) sakin şehirleri; halkın ve yerel yöneticilerin yerel tarihi önemsedikleri, daha iyi ve sürdürülebilir bir gelişme için farklı yerel kaynaklardan faydalandıkları yerler olarak tanımlamaktadır. Beatley (2005: 335) sakin şehir ağındaki destinasyonların farklı amaç güdüyor olsalar da, onları buluşturan ortak noktanın benzersiz ve ayırt edici özelliklerini koruma arzusu olduğunu belirtmektedir. Pink (2008: 97) ise sakin şehirleri; kurucularının, içinde bulunduğumuz hızlı ve küresel anlamda homojenleşmiş zamana cevaben ortaya koydukları; bu nedenle, küreselleşme bağlamında yerel farklılıkları vurgulayan ve yerel olarak yaşam kalitesini arttırma arayışında olan bir hareket olarak görmektedir (Baldemir ve diğ, 2013: 32). Sakin şehirler, kaliteyi bir yaşam

tarzı olarak benimseyen ve sahip olunan kültürel değerleri sürdürülebilirlik ilkeleri ışığında koruyup geleceğe aktarma kaygısı taşıyan yerler olarak kendilerini ifade etmektedirler. Bir bakıma sakin şehirler, yavaş yemek hareketinin kentsel anlamda hayat bulmuş hali olarak tanımlanabilirler. Sakin olarak kendini ifade etmek isteyen şehirlerde yerleştirilmek istenen uygulamalar şu şekilde özetlenmektedir (Sezgin ve Ünüvar, 2011: 129-130):

- Tek tipleşme yerine çeşitliliğe teşvik etmek ve bu fikri yerleştirmek,
- Yöresel kültürü korumak,
- Sağlıklı ve sürdürülebilir doğal bir çevre oluşturmak,
- Yerel üretimi destekleyici faaliyetler içerisinde olmak,
- Toplumun her kesiminde özellikle de çocuklar ve gençler arasında sağlıklı yaşam bilinci oluşturmak,
- Tüm faaliyetleri yerel toplum ekseninde gerçekleştirmek.

Sakin Şehir Birliği'nin resmi dili İtalyanca ve İngilizcedir. Sakin şehir hareketi yayınladığı manifestoda kendisine logo olarak üzerinde modern ve tarihi binaları taşıyan sol tarafa hareket eden turuncu renkli bir salyangoz tasarımını belirlemiştir. 1999 yılında yayınlanan sakin şehirler tüzüğünün (Cittaslow Charter) 4. maddesi ve Ek-D'de belirtildiği üzere, logonun kullanımı izinle mümkün olup bu hak sadece Sakin Şehirler Birliği tarafından genel kurulda üye olarak ilan edilmiş şehirlere verilmektedir. Logo ve isim hakkının kullanımı sınırlı olup sadece Sakin Şehirler Birliği tarafından onaylanmış sakin şehir dostları ve destekçileri olarak adlandırılan şehirler tarafından da kullanabilmektedirler. Sakin şehir hareketinin sloganı; İtalyanca 'Cittaslow rete internazionale delle citta del buon vivere', İngilizce 'International network of towns where quality of life is important' ve Türkçe olarak 'Sakin Şehirler Birliği: Yaşamın kolay olduğu kentlerin uluslararası ağı' şeklindedir (Cittaslow International Charter, 2014: 4, 5, 29).



Şekil 2**:** Sakin şehir resmi logo ve sloganı
Kaynak: www.cittaslow.com

Yavaş, temkinli ve kararlı bir biçimde hareket eden salyangoz, cüssesinden beklenmedik mesafeler kat etmekte; bunu yaparken de geçtiği yerlerde ince ve uzun süre etkisini bırakan bir iz bırakmaktadır (Sungur, 2013: 641, Sırım, 2012: 120).

1.5. Sakin Şehir Organizasyon Yapısı ve Üyelik Süreci

Sakin şehir organizasyon yapısı ve üyelik süreci ile ilgili mevzuat ilk olarak 1999 yılında Sakin Şehirler Birliği tarafından yayınlanan ve her yıl düzenli olarak yayınlanması gereken sakin şehirler manifestosunun 3. 4. ve 5. kısımlarını oluşturan 'birlik katılım esasları ve taahhütler, sakin şehir organları, ulusal organizasyon yapısı' başlıkları altında detaylı olarak verilmektedir. Sakin Şehirler Birliği; nüfusu 50000'in altında olan kentlerin üye olabildiği, merkezi İtalya Orvieto'da bulunan uluslararası bir birliktir. Birliğin üyeler arasında seçilen bir başkanı, başkan yardımcıları ve birliğin faaliyetlerini sürdürmekle görevli genel sekreteri bulunmaktadır. Sakin Şehirler Birliği, uluslararası genel kurul, uluslararası koordinasyon kurulu, uluslararası konsey başkanı, garantörler kurulu, uluslararası bilim kurulu ve denetmenlerden oluşmakla beraber kurulların görev süreleri üç yıl ile sınırlandırılmaktadır. Küreselleşmenin etkisi ile tehdit altında olan yerel kültür ve değerleri koruyarak geliştirmek, karakteristik mimariyi ve kültürü korumak bu birliğin ulaşmak istediği hedefler arasındadır. Sakin şehir olarak tanımlanmak istenen şehirlerin değerlendirilmesi ve birliğe kabulü sonrası gerçekleşen denetlemeler de bu merkez tarafından yapılmaktadır. Birliğin temel görevleri şu şekilde sıralanmaktadır (Cittaslow International Charter, 2014: 19):

- Temel ilkeleri içeren bir bildirge,
- Sakin şehir olarak tanımlanmak istenen şehirlerin imzalaması gereken birlik tüzüğü,
- Üye şehirlerin listesi,
- Yıllık toplantı takvimleri.

Sakin Şehirler Birliği yerinden yönetim ilkeleri çerçevesinde ulusal ağlar kurmuştur. Ulusal ağlar sakin şehirlerde yaşayan yöre halkı ve ziyaretçilerin yaşam kalitesini arttırmak için belirli amaçları gerçekleştirmek üzere hareket etmektedirler (Miele, 2008:136). Sakin Şehirler Birliği'ne bir ülkeden üç şehrin üye olması durumunda ülkenin sakin şehir ulusal ağı oluşmaktadır. Ulusal ağ oluşturan ülkeler birliğin yönetim organı olan uluslarası koordinasyon kurulunda temsil hakkı kazanır. Ülkemizde ilk sakin şehir olma özelliğini

taşıyan Seferihisar, ulusal koordinasyon komitesi başkanlığı görevini de yürütmektedir. Sakin şehir hareketinde sakin şehirler ve destekçi şehirler olmak üzere iki tip üyelik bulunmaktadır. Bir şehrin Sakin Şehir Birliği'ne üye olabilmesi için nüfusunun 50.000'in altında olması gerekmektedir. Üyeliğe kabul edilebilir bir niteliğe erişmek için aday şehirler için bir öz değerlendirme süreci bulunmaktadır. Öz değerlendirme esnasında aday şehir sakin şehir manifestosunda yer alan kriterlerin en az %50'sini gerçekleştirmek zorundadır. Sonraki aşamayı aday şehrin uluslararası sakin şehir ağına yapacağı resmi başvuruyu içermektedir. Sakin Şehir Birliği tarafından belirlenen yıllık üyelik ücretleri sakin şehir yerel yönetimleri tarafından ödenmektedir. Başvuruları kabul edilen üyelerden bir defaya mahsus olmak üzere 600 Euro sertifikasyon ücreti tahsil edilmektedir. Sakin Şehir Birliği tarafından yayınlanan Kasım 2014 bildirgesine göre sakin şehirlerin ödemesi gereken yıllık üyelik ücretleri şu şekildedir (Cittaslow International Charter, 2014: 26):

- Nüfusu 1000 ve altında olan sakin şehirler: 600 Euro
- Nüfusu 1000 ile 5000 arasında olan sakin şehirler: 750 Euro
- Nüfusu 5000 ile 15.000 arasında olan sakin şehirler: 1500 Euro
- Nüfusu 15.000 ile 30.000 arasında olan sakin şehirler: 2500 Euro
- Nüfusu 30.000 ve üzeri olan sakin şehirler: 3500 Euro

Sakin şehir destekçisi sertifikasyonu 2005 yılından itibaren uygulanmaktadır. Sakin şehir amaç ve hedeflerini destekleyen kamu kuruluşları, özel işletmeler veya kendi başına sakin şehir üyesi olmak için gerekli niteliklere sahip olamayan şehirler gerekli başvurulardan sonra Sakin Şehir Birliği tarafından uygun görüldüğü takdirde sakin şehir destekçisi unvanını alabilmektedir (http://www.womenist.net). Sakin şehir destekçisi olan şehirlerin de birliğe ödemesi gereken üyelik ücreti birlik tarafından yılda 3500 Euro ve bir defaya mahsus olmak üzere 600 Euro sertifikasyon ücreti olarak belirlenmiştir. Sakin Şehir Birliği'ne üye olmak isteyen aday şehirlerin birliğin tüzüğünde yer alan 71 kriter çerçevesinde projeler geliştirerek ve bu projeleri belgeleyerek bir başvuru dosyası haline getirmesi gerekmektedir. Aday şehirler belirlenen kriterlere uygun olarak düzenlenen faaliyetler üzerinden değerlendirilmekte ve puan almaktadırlar. Aday şehrin sakin şehir olabilmesi için ilk olarak sakin şehir felsefesine uygun hareket etmesi, nüfusunun 50.000 altında olması ve birliğe sunduğu başvuru dosyası üzerinden yapılan değerlendirmeden geçer puan alması gerekmektedir (Cittaslow International Charter, 2014: 8,23- 26).

Başvuru sürecinde aday şehirlere sakin şehir ulusal ağı ve genel merkezinden temsilciler giderek yerinde değerlendirme yapmaktadırlar. Ülkemizde uluslararası Sakin Şehir Birliği'ne başvuru sürecini Sakin Şehir Türkiye Ağı Sekretaryası ve Koordinatörlüğü yürütmektedir. Sakin Şehir Birliği'ne üyelik süreci temel olarak aşağıdaki altı adımdan oluşmaktadır (http://cittaslowturkiye.org/?page_id=1549 Erişim tarihi: 01.12.2014):

1. Aday şehir tarafından başvuru mektubunun hazırlanması,
2. Sakin Şehir Ulusal Koordinasyon Komitesi tarafından başvuru mektubunun değerlendirilmesi,
3. Sakin Şehir Ulusal Koordinasyon Komitesi ve aday şehir yerel yönetimleri ile bilgilendirme toplantısı ve değerlendirme ziyaretinin yapılması,
4. Aday şehir tarafından başvuru dosyasının hazırlanması ve ulusal koordinasyon komitesi teslimi,
5. Sakin Şehir Ulusal Koordinasyon Komitesi tarafından aday şehir başvuru dosyasının değerlendirilmesi,
6. Aday şehir başvuru dosyasının Sakin Şehir Ulusal Koordinasyon Komitesi tarafından genel merkeze gönderilmesi ve üyelik ilanı.

Nüfusu 50.000'in altında olan (nüfusun 50.000 ve üzeri olduğu kentlerde birlik kabul etme hakkını saklı tutmaktadır), bulundukları bölgede başkent statüsünde olmayan ve sakin şehir olmak isteyen kentlerin birliğe başvuru süreci ve uyması gereken kurallar, Sakin Şehir Manifestosu'nda adaylık süreci ile ilgili 8. madde ve Ek-B başlığı altında yer almaktadır. Bu maddelere göre, Sakin Şehirler Birliği'ne katılmak isteyen aday şehir belediye başkanlığı aracılığı ile ulusal koordinasyon komitesine aday şehir hakkında bilgiler veren, birliğe katılma niyetini sebepleri ile açıklayan, başvuru süreci içerisinde ve sonrasında gerçekleştirilmek istenilen projelerin yer aldığı bilgilendirme ve tanıtım dosyası ile birlikte başvurularını yapmaları gerekmektedir. Başvurularını yapan aday şehirler sürecin başında ve devamında Sakin Şehirler Birliği tarafından öne sürülecek olan bütün şartlara ve kriterlere uyacağını kabul etmekle yükümlüdürler. Aday şehirlerin ön başvuruları ulusal koordinasyon komitesi tarafından ikna edici bulunup başarılı sayıldığı takdirde süreç yapılan başvurunun sertifikasyon merkezine yönlendirilmesi ile devam etmektedir. Sertifikasyon uzmanları da adaylık dosyasını inceledikten sonra kenti ön üyelik için uygun görmeleri halinde aday kente yerinde tespit için bir ekip göndererek incelemelerde bulunmakta ve bu süreç de olumlu bir şekilde geçerse aday şehir sertifika formunu

doldurarak İtalya'da bulunan genel merkeze göndermektedir. Sertifika uzmanlarının yaptıkları incelemeler sonucu hazırladıkları final raporu ve aday şehrin değerlendirme kartlarından elde ettiği puanlamaya göre genel merkez tarafından üyeliğinin kabul edilmesine veya reddine karar verilmektedir. Aday şehrin katılım belgesiyle ödüllendirilebilmesi için genel kurul tarafından belirlenmiş 71 adet sakin şehir üyelik kriterlerinin en az %50'sini ve her gruptan en az bir kriteri sağlaması gerekmektedir. Sakin şehirler genel kurulu tarafından üyeliği ilan edilen ve katılım sertifikası ile ödüllendirilen kentler Sakin Şehir Birliği'ne katılarak sakin şehir logosu olan salyangozu kullanmaya hak kazanmakta ve sertifikasyonun devam edebilmesi için Sakin Şehir Birliği'ne bağlı organlar tarafından 5 yılda bir denetimden geçirilerek sertifikasyonun devamı veya iptali durumu gözden geçirilmektedir. Üyelik süresince verdiği vaatleri yerine getiremeyen veya sakin şehir felsefesine aykırı bir şekilde hareket ettiği belirlenen kentlerin üyeliği genel merkez tarafından iptal edilebilmektedir (Cittaslow International Charter, 2014: Madde 8, 23-26).

1.6. Sakin Şehir Üyelik Kriterleri

Belirli bir çevre politikası uygulayan, teknolojiyi çevrenin kalitesini geliştirme yönünde kullanabilen, doğal ürünleri yetiştiriciliğini destekleyen şehirler sakin şehir olarak adlandırılmakta ve bu şehirler sakin şehir tüzüğünde yer alan kriterleri hayata geçirebildikleri takdirde sakin şehir ağına katılabilmektedir (Miele, 2008: 139). İlk olarak 1999 yılında yayınlanan sakin şehir manifestosunda Ek-C'de verilen ve mükemmellik koşulları adı altında yer alan 71 adet kriter, Rönesans döneminin temel düşünceleri arasında yer alan hızlı yaşarken dikkatli olmak, gerektiğinde hızlanıp gerektiğinde yavaşlayarak arada denge kurma anlamına gelen festinalente felsefesine dayandırılmaktadır (Çiner, 2011:15; Bilgi, 2013: 46). Sakin şehir olabilmek ve salyangoz logosunu kullanabilmek için; 71 adet sakin şehir üyelik kriterlerinin en az %50'sini ve her gruptan en az bir kriterin sağlanması gerekmektedir. Mükemmellik koşulları olarak sakin şehir tüzüğünde yer alan kriterler; çevre politikaları (12 madde) altyapı politikaları (9 madde), kentsel yaşam politikaları (17 madde), tarım, turizm, esnaf ve sanatkarlara dair politikalar (10 madde), misafirperverlik, farkındalık ve eğitim için planlar (10 madde), sosyal uyum (10 madde) ve ortaklıklar (3) olmak üzere toplam 6 başlık ve 71 kriterden oluşmaktadır. Aday kentlerin ulusal koordinasyon merkezine yapılan başvuru sürecinin ilk aşamasından üyeliğe kabulü ve sonraki süreçlerde uymayı kabul ettikleri ve mükemmeliyet

koşulları olarak bilinen sakin şehir üyelik kriterleri şu alt başlıklar altında yer almaktadır. (Günerhan ve diğ, 2012:34, Cittaslow International Charter, 2014: 27-29, http://cittaslowturkiye.org/uyelik/):

Çevre politikaları

- Hava temizliğinin yasa tarafından belirtilen parametrelerde olduğunun belgelenmesi,*
- Su temizliğinin yasa tarafından belirtilen parametrelerde olduğunun belgelenmesi,*
- Halkın içme suyu tüketiminin ulusal ortalamayla karşılaştırılması,
- Kentsel katı atıkların ayrıştırılarak toplanması,*
- Endüstriyel ve evsel uyumun desteklenmesi,
- Kentsel ya da toplu kanalizasyon için atık su arıtma tesisinin bulunması,*
- Binalarda ve kamu kullanım alanlarında enerji tasarrufu,
- Kamunun yenilebilir enerji kaynaklarından enerji üretimi,
- Görsel kirliliğin ve trafik gürültüsünün azaltılması,
- Kamusal ışık kirliliğinin azaltılması,*
- Hane başına düşen elektrik enerjisi tüketimi,
- Biyoçeşitliliğin korunması.

Altyapı politikaları

- Kamu binalarına bağlı verimli bisiklet yolları,
- Mevcut bisiklet yollarının araç yollarıyla kilometre üzerinden karşılaştırılması,*
- Metro ve otobüs durakları gibi aktarma merkezlerinde bisiklet park yerleri,
- Özel taşıt kullanımına alternatif olarak eko ulaşım planlanması,*
- Engellilere yönelik mimari engellerin kaldırılması,*
- Aile hayatı ve hamile kadınlar için girişimler,*
- Sağlık hizmetlerine onaylanmış ulaşılabilirlik,
- Kent merkezlerinde ürünlerin sürdürülebilir dağıtımı,
- Şehir dışında çalışan şehir sakinlerinin oranı.*

Kentsel yaşam kalitesi politikaları

- Kentin direnci için planlama,**

- Kente ait değerlerin iyileştirilmesi, kent merkezlerinin ve kamu binalarının değerlerinin arttırılması için programlar,*
- Verimli bitkiler ve meyve ağaçları kullanılarak sosyal yeşil alanların iyileştirilmesi veya oluşturulması,**
- Kentsel yaşanabilirliğin arttırılması,
- Marjinal alanların tekrar değerlendirilip kullanılması,*
- Vatandaşlara ve turistlere yönelik interaktif hizmetlerin geliştirilmesinde bilgi ve iletişim teknolojilerinden faydalanılması,*
- Sürdürülebilir mimari için hizmet masası oluşturulması,*
- Kentin internet ağına sahip olması,*
- Kirleticilerin izlenmesi ve azaltılması,*
- Tele çalışmanın geliştirilmesi,
- Kişisel sürdürülebilir kentsel planlanmanın teşviki,*
- Sosyal altyapıyı desteklemek,
- Kamusal sürdürülebilir kentsel planlamanın teşviki,*
- Kent içindeki kullanışlı yeşil alanların verimli bitkiler ile değerlendirilmesi,**
- Yerel ürünlerin ticarileşmesi için alanların yaratılması,*
- Atölyelerin korunması ve değerlerinin arttırılması, doğal-yerel alışveriş merkezlerinin yaratılması,*
- Yeşil alanlarda kullanılan beton miktarı.

Tarım, turizm, esnaf ve sanatkarlara dair politikalar

- Agroekolojinin geliştirilmesi,**
- El yapımı ve etiketli veya markalı esnaf ürünlerinin korunması,*
- Geleneksel iş tekniklerinin ve zanaatların değerinin arttırılması,*
- Kırsal bölgede yaşayanların hizmetlere erişimini arttırarak kırsal bölgelerin değerini arttırmak,*
- Kamuya ait restoranlarda (okul kantinleri, aş evleri vb) yerel, mümkünse organik ürünlerin kullanılması,*
- Kişisel kullanımda ve yemek sektöründe tat eğitimlerinin verilmesi ve mümkünse organik yerel ürünlerin kullanılmasının teşvik edilmesi,*

- Yerel ve geleneksel kültürel etkinliklerin korunması ve değerlerinin arttırılması,*
- Otel kapasitelerin arttırılması,*
- Tarımda GDO kullanımının yasaklanması,
- Önceden tarım için kullanılmış alanların kullanımı hakkındaki imar planları için yeni fikirlerin varlığı.

Misafirperverlik, farkındalık ve eğitim için planlar

- İyi karşılama,*
- Esnafın ve operatörlerin farkındalıklarını arttırmak,*
- Yavaş güzergâhların mevcut olması,
- Önemli yönetimsel kararlara tabandan tavana katılım sürecini sağlayacak aktif tekniklerin benimsenmesi,
- Eğitimciler, yöneticiler ve çalışanların sakin şehir temaları hakkında sürekli eğitim görmesi,**
- Sağlık eğitimleri,
- Yöre halkına sakin şehrin anlamı hakkında sistematik ve kalıcı eğitim vermek,*
- Sakin şehir üzerine yerel yönetim ile çalışan derneklerin aktif varlığı,
- Sakin şehir kampanyalarının desteklenmesi,*
- Sakin şehir logosunun internet sayfasında ve antetli kağıt üzerinde kullanımı.*

Sosyal uyum

- Azınlıklara yönelik ayrımcılığa karşı çalışmalar,
- Farklı etnik kökene sahip insanların aynı mahallede yaşaması,
- Engelli kişilerin entegrasyonu,
- Çocuk bakımının desteklenmesi,
- Genç neslin istihdam durumu,
- Yoksulluk,
- Toplumsal ortaklıklar ve sivil toplum kuruluşların mevcudiyeti,
- Farklı kültürlerin entegrasyonu,
- Politikaya katılım,
- Belediyenin kamu konut yatırımı.

Ortaklıklar

- Yavaş yemek aktiviteleri ve kampanyaları için destek,
- Doğal ve geleneksel yiyecekleri yavaş yemek veya diğer kurumlar ile desteklemek,
- Eşleştirme projelerini desteklemek ve gelişmekte olan ülkelerin sakin şehir ve yavaş yemek felsefelerinin yayılmasını da sağlayacak şekilde gelişmeleri için işbirliği yapmak.

Yukarıda yer alan ve aday şehirler tarafından yerine getirilmesi gereken kriterlere ek olarak zorunlu kriterler ve perspektif kriterler denilen iki farklı kriter çeşidi daha uygulanmaktadır. Zorunlu kriterler, o konuda yapılan çalışmaların mevcudiyetinin zorunlu olduğu kriterlerdir ve kriter listesinde (*) ile belirtilmektedirler. Perspektif kriterler ise, aday şehir tarafından geleceğe yönelik daha kesin ve imtiyazlı taahhütlerin benimsendiği ve listede (**) şeklinde gösterilen kriterlerden oluşmaktadır. Perspektif kriterler, aday ve üye şehirler tarafından gerçekleştirilmeleri durumunda yer aldıkları kriter başlıklarında %15 oranında puan artışı sağlamaktadırlar (http://cittaslowturkiye.org/uyelik/).

1.7. Sakin Şehir Birliği'ne Üye Olan Ülke ve Kentler

İtalya'nın Greve in Chianti şehrinde düzenlenen uluslararası icra kurulunun ardından sakin şehir resmi internet sitesinde Mart 2016 tarihinde yayınlanan verilere göre; dünya üzerinde yaşamın yavaş olduğu 30 ülkeden 213 üye şehir bulunmaktadır. Sakin şehir sayısı başta Avrupa olmak üzere diğer kıtalardaki ülkelerde de artış göstermektedir. Hareketin başlangıç noktası İtalya olduğu için sakin şehirlerin yaklaşık yarısı İtalya'da yer almaktadır. Sakin şehir resmi internet sitesinde Mart 2016 tarihinde yayınlanan ve 11 tanesi Türkiye'de yer alan Sakin Şehirler Birliği'ne üye şehirlerin yer aldığı liste araştırmanın ekler kısmında gösterilmektedir.

1.8. Türkiye'deki Sakin Şehirlere Genel Bir Bakış

İtalya'nın Chianti bölgesi Greve kenti Orvieto tiyatrosunda 15 Ocak 1999 tarihinde yavaş yemek felsefesini benimsemiş dört küçük kasabanın (Greve in Chanti, Orvieto, Bra, Positano) belediye başkanları ve yavaş yemek hareketi lideri Carlo Petrini'nin yavaşlık ilkelerini kentsel düzeyde uygulamak istemeleriyle Sakin Şehir Manifestosu'nu (Manifesto of Cittaslow) hazırlayarak kurdukları Sakin Şehirler Birliği, 32 küçük İtalyan kentinin harekete katılmasıyla uluslararası bir nitelik kazanarak Uluslararası Sakin Şehirler Birliği (Cittaslow International Network) adıyla kısa sürede dünya çapında büyük bir

organizasyon haline dönüşmüştür. Uluslararası Sakin Şehirler Birliği, küreselleşmenin yarattığı homojen mekânlardan biri olmak istemeyen, yerel kimliğini ve özelliklerini koruyarak dünya sahnesinde yer almak isteyen özel şehirlerin katıldığı bir birliktir. Avrupa'da başta İtalya olmak üzere; Avusturya, Danimarka, Hollanda, Kolombiya, Yeni Zelanda, KKTC, Norveç, Polonya, İspanya, İsveç ve İngiltere ile Güney Kore ve Avustralya gibi 30 ülkeden 213 kentin üyesi olduğu Sakin Şehirler Birliği'ne Türkiye'den ilk katılan İzmir'in Seferihisar ilçesi olmuştur. 2009 yılında Seferihisar'ın Sakin Şehirler Birliği'ne üye olmasının ardından birliğe sırasıyla; Muğla-Akyaka, Aydın-Yenipazar, Çanakkale-Gökçeada, Sakarya-Taraklı, Isparta-Yalvaç, Kırklareli-Vize, Sakarya-Taraklı, Şanlıurfa- Halfeti, Ordu-Perşembe, Artvin Şavşat ve Erzurum Uzundere belediyeleri kabul edilmiştir. Ülkemizde ilk Sakin Şehir olma özelliğini taşıyan Seferihisar ulusal koordinasyon komitesi başkanlığı görevini de yürütmektedir (Günerhan ve diğ, 2012: 33; http://cittaslowturkiye.org/?page_id=1063 Erişim tarihi: 01.12.2014).



Şekil 3**:** Sakin şehirler Türkiye ağı

Kaynak: http://www.cittaslow.org/network/country/35



Şekil 4**:** Türkiye'deki sakin şehirler

Kaynak: http://checkin.trivago.com.tr/2015/07/15/turkiye-cittaslow-sehirler-1/

1.8.1. Sakin Şehir Seferihisar -İzmir

Seferihisar Belediye Başkanı Tunç Soyer'in 28 Kasım 2009 tarihinde sakin şehirler genel kurulunda sakin şehir logosunu almasıyla birlikte Sakin Şehirler Birliği'ne katılarak ülkemizin ilk sakin şehir olma özelliğini taşıyan Seferihisar, Ege kıyısında İzmir'in 44 km güneyinde yer almaktadır. 386 km² yüz ölçümüne sahip olan ilçe 2015 verilerine göre 35 960 nüfuslu ve 49.5 km'lik sahil şeridiyle Türkiye'nin en uzun sahil şeridine sahiptir. Ayrıca Seferihisar ilçesi Haziran 2013'te gerçekleştirilen 27 ülkeden 167 sakin şehir temsilcisinin katıldığı Uluslararası Sakin Şehir Genel Kurulu'na ev sahipliği yapmıştır (http://www.seferihisar.gov.tr/).

Seferihisar M.Ö. 2000'li yıllara dayanan tarihi ve sahip olduğu eşsiz doğal ve kültürel çekicilikleri ile dünyadaki en korunmuş sakin şehirler arasında yer almaktadır. İlçe sınırları içerisinde; Teos ve Lebedos Antik Kentleri, Sığacık Kalesi, Kasım Çelebi Medresesi, Beyler Köyü Su Kemerleri, Ulamış Hamamı, Çınar Ağacı ve Kuyu başta olmak üzere, İzmir Valiliği İl Kültür Müdürlüğü tarafından tescillenmiş çok sayıda tarihi ve kültürel miras bulunmaktadır. Ayrıca ilçe, jeotermal enerji kaynakları bakımından da son derece zengindir. Bölge içerisinde yer alan Akkum, sahip olduğu coğrafi özelliklerle dünyanın en önemli rüzgar sörfü merkezleri arasında yer almaktadır. Bölge halkının yaklaşık %85'i geçimini tarım ve hayvancılıktan sağlamaktadır. Zeytincilik, narenciye üretimi, bağcılık, enginar yetiştiriciliği en önemli tarımsal faaliyetler arasında yer almaktadır. Özellikle Sığacık yöresindeki balıkçılık faaliyetleri de ilçe ekonomisi açısından önem teşkil etmektedir. İlçede doğal olarak yetiştirilen ürünlerle hazırlanan zeytinyağlı yemekler, armola, mandalina tatlısı, tatlı tarhana ve enginar dolması gibi yöreye has lezzetler Ege mutfağının zengin mutfak kültürünü yansıtmaktadır (Seferihisar'ın Yavaş Yolları, 2011:1-9, Seferihisar'ın Yavaş Yemekleri, 2011:1-5,)



Şekil 5**:** Seferihisar Belediyesi ve Seferihisar sakin şehir logosu
Kaynak: http://www.seferihisar.bel.tr/tr/#

Seferihisar, Türkiye'nin ilk sakin şehri olmasının yanı sıra, 'Seferihisar'da Güzel Şeyler Oluyor' sloganı ile gerçekleştirdiği yavaş yemek ve sakin şehir projeleri ile de yavaş hareketinin bir yaşam tarzı haline dönüştüğü sayılı kentler arasındadır. Seferihisar'ın Sakin Şehirler Birliği'ne üye olmak için adaylık sürecinden günümüze kadar gerçekleştirdiği proje ve faaliyetleri şu şekilde sıralamak mümkündür (http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-seferihisar/, Çerçi, 2013:98-115, Sakin Şehir Seferihisar, 2012: 1-6):

- Yerel üreticiyi destekleme kriteri kapsamında Seferihisar, Sığacık Kaleiçi, Tepecik ve Ürkmez Köy pazarları kurulmuştur. Naylon poşet kullanımının yasak olduğu köy pazarlarında yöre halkı tarafından yetiştirilen organik ürünler iyi, temiz ve adil gıda ilkeleri doğrultusunda sunulmaktadır.
- Seferihisar Belediyesi desteğiyle Seferihisarlı kadınlar tarafından kurulan S.S. Hıdırlık Tarımsal Kooperatifi bünyesinde sanal ortamda hizmet veren 'SeferiPazar'da ilçede yetiştirilen bütün ürünler tüketicilerin hizmetine 7/24 sunulmaktadır.
- Yavaş Yemek projelerini destekleme kapsamında ilçe merkezinde yöresel lezzetlerin sunulduğu 'Sefertası Lokantası' farklı menü ve uygun fiyatlarla hizmete açılmıştır.
- Seferihisar, Sığacık, Akarca, Tahsin Ar, Ürkmez, Büyük Akkum, Havacılar Sitesi Önü, İz-Tur Ser-Tur ve Angora Beach Resort plajları olmak üzere ilçe sınırlarında bulunan 9 plaj Mavi Bayrak kullanımına hak kazanmıştır.
- Sanatçılar kenti olarak tarihte yerini alan Teos Kenti antik kazı çalışmaları, Ankara Üniversitesi Dil Tarih Coğrafya Fakültesi işbirliği ile yeniden başlatılmıştır.
- Teknolojiden en üst düzeyden yararlanma kriterinden hareketle E-Belediye uygulaması hayata geçirilmiştir.
- Özellikle küçük yaşlardaki bireylerde doğayı koruma bilinci oluşturmak ve çocuklara toprağı sevdirmek amacıyla 'Okul Bahçesi Projesi' hayata geçirilmiştir.
- 'Kadın Emeği Evleri' açılarak bayanların meslek edindirme faaliyetleri kapsamında sosyal ve ekonomik hayata daha fazla katkı sağlamaları amaçlanmaktadır.
- Çevre ve gürültü kirliliğini önleme amacıyla bisiklet kullanımını yaygınlaştırmak için belediye hizmet binası ve Sığacık'ta iki adet ücretsiz kullanılabilen bisiklet garajı projesi faaliyete geçirilmiştir.

- ‘Seferihisar Doğa Okulu’ projesi ile rekabet yerine işbirliğini savunan bir anlayışla doğayı incitmeden yaşayan bilinçli nesillerin yetiştirilmesi hedeflenmektedir.
- Yerel üretimi desteklemek amacıyla balıkçılık sektörünü geliştirmek için 200.000 Euro bütçeli Avrupa Birliği Projesi hayata geçirilerek yörede balıkçılık hakkında eğitimler verilerek balık mezat alanlarının iyileştirilmesi sağlanmıştır.
- Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi işbirliği ile ‘Tarladan Sofraya İyi Tarım Projesi’ kapsamında 140 üreticiye uygulamalı eğitimler verilerek, üreticilerin daha bilinçli tarım yapmaları sağlanmıştır.
- Seferihisar Belediyesi ve Seferihisar PTT Müdürlüğü tarafından yapılan ortak çalışma sonucu Seferihisar’dan gönderilen tüm yurtiçi ve yurtdışı posta gönderilerinin üzerinde Sakin Şehir simgesi logosu ve Sakin Yaşam Şehri Seferihisar yazılı pul yer almaktadır.
- 2010 yılında Seferihisar Belediyesi Tiyatro Topluluğu kurularak, bu topluluk kapsamında ücretsiz tiyatro kursları açılmış ve topluluğun üyeleri, belediyenin düzenlediği organizasyonlarda düzenli olarak oyunlar sergilemektedirler.
- ‘Sığacık Peyzaj Tasarımı’ kapsamında aromatik bitkilerin bulunduğu, güneş enerjisiyle çalışan aydınlatma sistemleri kurularak park ve bahçeler, yürüyüş yolları engelli vatandaşlar da göz önünde bulundurularak yeniden düzenlenmiştir.
- Yerli tohumların satışının yasaklanmasına dair çıkarılan yasanın ardından ‘Tokum Takas Şenlikleri’ düzenlenerek, elde edilen tohumlar Can Yücel Tohum Merkezi’nde saklanmakta ve isteyen üreticilere ücretsiz sunulmaktadır.
- Zeytin ve Mandalina Üreticilerini Destekleme projesi kapsamında Belediye Zeytin ve Mandalina tesisleri satın alarak kurulan birliklere bu işletmeleri devretmiştir. Önümüzdeki dönemler için enginar ve üzüm birliklerinin de kurularak üreticiler tarafından işletilmesi belediyenin kısa vadede gerçekleştirmeyi düşündüğü planlar arasında yer almaktadır.
- Belediye öncülüğünde Çevre Koruma ve Kontrol Müdürlüğü bünyesinde ‘Alo Atık Yağ ve Mavi Kapak Projeleri’ kapsamında müşteri hizmetleri alt yapısı oluşturularak doğaya zararlı atık yağların ve kapakların toplanması hedeflenmektedir.
- 15 Kasım 2015 tarihinde ‘16. Mandalina Şenliği’ düzenlenmiştir.

Seferihisar ilçesinde 2016 yılı itibariyle T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı 9 adet turizm işletme belgeli tesis ve 50'ye yakın sayıda belediye belgeli tesis konaklama hizmeti sunmaktadır. İlçenin sahip olduğu toplam yatak kapasitesi 4176'dır (http://seferihisar.bel.tr/tr/seferihisar-otel-rehberi.html). Tablo 5 ve Tablo 6'da; T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan, Seferihisar'ın Sakin Şehir Birliği'ne üye olmadan önceki bir yıl ve üye olduktan sonraki yıllarda belediye belgeli ve turizm işletme belgeli tesislerdeki konaklama istatistikleri yer almaktadır.

Tablo 5**:** 2008-2014 Yılları Arası Seferihisar İlçesi Belediye Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri

Yıllar	**Tesislere Geliş Sayısı**			**Geceleme**			**Ortalama Kalış Süresi**			**Doluluk Oranları**		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2008	2.245	27.746	29.991	6.357	65.592	71.949	2.8	2.4	2.4	2.09	21.51	23.60
2009	3.307	19.162	22.469	8.318	22.198	30.516	2.5	1.2	1.4	2.76	7.36	10.12
2010	1.364	20.501	21.865	3.035	35.434	38.469	2,2	17	1,8	0.75	8.76	9.51
2011	2.975	14.852	17.827	19.174	32.913	52.087	6.4	2.2	2.9	4.74	8.14	12.88
2012	5.202	44.462	49.664	16.916	59.489	76.405	3.3	1.3	1.5	4.18	14.71	18.90
2013	32.450	72.841	105.291	58.203	122.372	180.575	1.8	1.7	1.7	13.20	27.76	40.96
2014	7430	17058	24488	12316	26180	38496	1.7	1.5	1,6	2.77	5.88	8.65

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Konaklama İstatistikleri

Tablo 6**:** 2008-2014 Yılları Arası Seferihisar İlçesi Turizm İşletme Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri

Yıllar	**Tesislere Geliş Sayısı**			**Geceleme**			**Ortalama Kalış Süresi**			**Doluluk Oranları**		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2008	9.755	16.788	26.543	34.541	33.326	67.867	3.5	2.0	2.6	16.02	15.45	31.47
2009	16.985	23.950	40.935	51.315	49.185	100.500	3.0	2.1	2.5	22.41	21.48	43.89
2010	11	230	241	23	710	733	2.1	3.1	3.0	0.01	0.22	0.22
2011	23.785	7.743	31.528	158.433	14.540	172.973	6.7	1.9	5.5	72.97	6.70	79.67
2012	18.921	1.663	20.574	111.992	5.985	117.977	5.9	3.6	5.7	62.82	3.36	66.18
2013	14.069	33.910	48.079	30.642	50.685	87.327	2.2	1.7	1.8	12.93	23.91	36.84
2014	24.381	33.443	57.824	278.410	87.590	366.000	11.4	2.8	6.3	40.26	12.67	57.92

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Konaklama İstatistikleri

Seferihisar Belediyesi, Sakin Şehirler Birliği adaylık sürecinde ve birliğe kabul edildikten sonraki dönemlerde gerçekleştirdiği projelerin tanıtımına da son derece önem vererek bu çerçevede gerçekleştirilen tanıtım faaliyetlerinin bizzat takipçisi olmuş, ilçede sakin şehir felsefesi kapsamında meydana gelen değişiklikler ve gelişmeler de CNNTÜRK'te yayınlanan 'Hayat Gezince Güzel', ayrıca, Çağan Irmak 'Seferhisar Belgeseli' ve 'Yavaş Şehirler' gibi birçok görsel yapıt sayesinde ulusal ve uluslarası basında duyurularak Seferihisar'ın ülkemizde ve dünyada dikkatleri üzerine çekmesini sağlamıştır. Sakin şehir adaylık sürecinde yeniden düzenlenen ve ziyaretçilerin aktif olarak kullanabileceği 'www.seferihisar.bel.tr' adlı resmi internet sitesi Türkçe ve İngilizce dillerinde yapılan bütün organizasyonlar ve etkinlikler ile ilgili geniş çaplı bilgilere yer verilmektedir. Bu çalışmalara ek olarak, Seferihisar Belediyesi kendi tanıtımını yapabilmek adına; 'Seferihisarın Yavaş Yemekleri, Seferhisar'ın Tarihi, Sakin Şehir Seferihisar, Seferihisar Kent Rehberi, Seferihisar'ın Yavaş Yolları' gibi broşürler hazırlayarak ve ilçeyi ziyaret eden turistlere broşürleri dağıtım yoluyla tanıtım faaliyetlerini sürdürmektedir (http://www.seferihisar.bel.tr/tr/#).

1.8.2. Sakin Şehir Akyaka-Muğla

Muğla'nın Ula İlçesine bağlı bir belde olan Akyaka, Polonya'nın Lidzbark Warminski kentinde 23-26 Haziran 2011 tarihleri arasında yapılan 2011 Sakin Şehirler Genel Kurulu'nda Taraklı, Yenipazar ve Gökçeada ile birlikte sakin şehir logosu takmaya hak kazanmıştır. Özel çevre koruma alanı olarak belirlenen beldede 2015 TUİK verilerine göre 2552 kişi ikamet etmektedir. Akyaka Beldesi, sakin şehir adaylık başvuru sürecinden önce sivil toplum kuruluşları ile birlikte hareket ederek yerel halkı sakin şehir konusunda bilinçlendirmiş ve 2010 yılı Nisan ayında 911 kişinin katıldığı referandumda %95 oranında evet ile başvuruyu gerçekleştirmiştir (http://www.ula.gov.tr/default_B0.aspx?).

Şekil 6**:** Akyaka Belediyesi ve Akyaka sakin şehir logosu
Kaynak: http://www.akyaka.bel.tr/

Gökova Körfezi'nin kuzeydoğusunda yer alan ve "Doğaya saygılı, mimari yapısını koruyan, hizmet altyapısı güçlü, sürdürülebilir ve alternatif turizme odaklı, insanların birlik ve beraberlik içinde ortak hareket edebildiği Akyaka" vizyonu ile çevre kirliliği ve gürültünün olmadığı, sahip olduğu eşsiz güzellikteki doğal çekicilikleri, kültürel zenginlikleri ile dünyanın en iyi korunmuş sakin şehirleri arasında yer almaktadır. Antik İdyma Kentine ev sahipliği yapan Akyaka Beldesi, nesli tükenmekte ve koruma altına alınan türlerden olan; benekli tatlı su kaplumbağası, su samuru ve su tavuğu gibi türlere ev sahipliği yapan 1200 metre uzunluğundaki doğal akvaryum görünümünde olan Kadın Azmağı Deresi gibi koruma altındaki koy ve kumsalları, yeşil alanları, yörede yetiştirilen ürünlerden oluşan kendine has mutfağı ve ahşap oymacılığının en güzel örneklerinden olan Akyaka Evleri ile bir sakin şehrin sahip olması gereken bütün güzellikleri bünyesinde barındırmaktadır. Akyaka'da bulunan koy ve kumsallarda motorlu su sporlarının yasak olması, ayrıca yörenin coğrafi özelliklerinden ötürü; uçurtma sörfü (kitesurf), rüzgar sörfü, yamaç paraşütü, deniz kanosu, kaya tırmanışı, dağ bisikleti ve yelken gibi doğa sporlarına uygun alanlara sahip olmasından ötürü yörede yılın her mevsiminde yüzlerce sporcunun katıldığı farklı spor organizasyonları düzenlenmektedir. Gökova Özel Çevre Koruma Bölgesi, zengin flora ve faunası ile ekolojik yönden oldukça önemli bir konumda. Bölgenin farklı kuş türlerine ev sahipliği yapmasından dolayı Akyaka Kuş Atlas Çalışması başlatılarak proje kapsamında kuş gözleme noktaları oluşturulmuştur. Ayrıca bölge kıyılarında yaşayan; Akdeniz foku, su samuru, kum köpekbalığı, yunus balığı gibi nadir deniz canlılarının varlığı da yörenin deniz faunasının önemini arttırmaktadır. Unlara ek olarak, zeytincilik, bağcılık ve balıkçılık yörenin en önemli ekonomik faaliyetlerinin başında gelmektedir (Öztürk, 2012: 117, http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-akyaka/).

Akyaka beldesinde 2015 yılı itibariyle konaklama hizmeti sunan 53 adet tesis bulunmaktadır. Beldenin sahip olduğu toplam yatak kapasitesi 1731'dir (http://www.akyaka.bel.tr/akyaka_konaklama_tesisleri.html). Tablo 7 ve Tablo 8'de; T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan Akyaka beldesinin Sakin Şehir Birliği'ne üye olmadan önceki bir yıl ve üye olduktan sonraki yıllarda belediye belgeli ve turizm işletme belgeli tesislerdeki konaklama istatistikleri yer almaktadır.

Tablo 7**:** 2010-2014 Yılları Arası Akyaka Beldesi Belediye Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri

Yıllar	**Tesislere Geliş Sayısı**			**Geceleme**			**Ortalama Kalış Süresi**			**Doluluk Oranları**		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2010	976	29.587	30.563	7.136	46.784	53.920	7.3	1.6	1.8	1.43	9.37	10.80
2011	602	10.700	11.302	2.378	24.674	27.052	4.0	2.3	2.4	0.63	6.57	7.20
2012	8.349	51.707	60.056	11.218	100.121	111.339	1.3	1.9	1.9	3.16	28.24	31.40
2013	769	5.646	6.415	1.885	15.592	17.477	2.5	2.8	2.7	1.20	9.93	11.13
2014	2.450	26.699	29.149	5.990	58.549	64.539	2.4	2.2	2.2	3.81	37.28	41.09

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Konaklama İstatistikleri

Tablo 8**:** 2010-2014 Yılları Arası Akyaka Beldesi Turizm İşletme Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri

Yıllar	**Tesislere Geliş Sayısı**			**Geceleme**			**Ortalama Kalış Süresi**			**Doluluk Oranları**		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2010	2194	9.577	11.771	9.457	21.751	31.208	4.3	2.3	2.7	6.74	15.51	22.25
2011	4.106	14.555	18.661	22.260	28.591	50.851	5.4	2.0	2.7	14.50	18.62	33.12
2012	4.410	13.326	17.736	27.498	27.824	55.322	6.2	2.1	3.1	15.68	15.86	31.54
2013	4.747	13.081	17.828	21.871	23.407	45.278	4.6	1.8	2.5	9.86	10.55	20.40
2014	4.183	16.089	20.272	37.372	26.770	64.142	8.9	1.7	3.2	17.73	12.70	30.44

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım Ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Konaklama İstatistikleri

TRT 1'de yayınlanan 'Sabah Aktuel Akyaka' ve TRT TÜRK' de yayınlanan 'Yavaş Şehir Belgeseli Akkaya' tanıtım filmleriyle ulusal ve uluslararası anlamda tanıtım faaliyetlerini sürdüren ve Sakin Şehirlik adaylık sürecinden itibaren sahip olduğu doğal ve kültürel çekicilikler ile öne çıkan Akyaka Beldesi'nde, Sakin Şehir adaylığından önce başlatılan; sokak hayvanlarını koruma amaçlı oluşturulan 'Akyaka Hayvan Dostları Derneği' ve 2010 yılında Muğla Valiliği, Muğla Üniversitesi, Türkiye Bisiklet Federasyonu, Muğla Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü ve Muğla Bisiklet Topluluğu'nun ortak organizasyonu ile dördüncüsü düzenlenen 'Gökova Pedallarımın Altında' bisiklet yarışması düzenlenmiştir. 2011 yılında 1500 kişinin katılımı ile ikincisi düzenlenen 'TÜYAK Yangın ve Güvenlik Sempozyumu' ile 2012 yılında 'Kadın Azmağı Yok Olmasın' başlıklı

sempozyumlar Akyaka'da düzenlenmiştir. Akyaka Beldesi'nin Sakin Şehir Birliği üyeliğine kabul edildikten sonraki süreçte herhangi bir projenin hayata geçmediği gözlemlenmiştir. Günümüz itibariyle gelinen noktada Akyaka'nın sakin şehir kriterlerini uygulamada güçlük çektiği tespit edilmiştir ve sorunun nedenlerini açıklayabilme açısından Ulusal Koordinasyon Komitesi, Türkiye Sakin Şehirler Birliği resmi web sayfası olan http://cittaslowturkiye.org/ 'da 'Akyaka Anketi' başlığı altında bir çalışma başlatmıştır. İlki 1999'da olmak üzere her yıl düzenli olarak yayınlanan sakin şehir tüzüğüne göre, üyelik süresince verdiği vaatleri yerine getiremeyen veya sakin şehir felsefesine aykırı bir şekilde hareket ettiği belirlenen kentlerin üyeliği genel merkez tarafından iptal edilebilmektedir (http://cittaslowturkiye.org/, Cittaslow International Charter, 2014:8).

1.8.3. Sakin Şehir Yenipazar-Aydın

Ege Bölgesinde yer alan Aydın iline 40 km mesafede bulunan ve Kurtuluş Savaşı'nın efsane isimlerinden biri olan Yörük Ali Efe'nin de memleketi olan Yenipazar ilçesi, Polonya'nın Lidzbark Warminski kentinde 23-26 Haziran 2011 tarihleri arasında yapılan 2011 Sakin Şehirler Genel Kurulu'nda sakin şehir olmaya hak kazanmıştır. Tarihi M.Ö. 2000'li yıllara dayanan ilçenin yüzölçümü 180 km² ve 2015 verilerine göre nüfusu 12.963'tür (http://www.yenipazar.gov.tr/default_B0.aspx?content=193).

Şekil 7**:** Yenipazar Belediyesi ve Yenipazar sakin şehir logosu

Kaynak: http://www.yenipazar.bel.tr/

Ege Denizi'nden 100 km kadar içerde kalan Yenipazar, organik tarım yapılan verimli toprakları ve yüzyıllardır süregelen yerel sofra kültürü ile eko-gastronomi alanında önde gelen sakin şehirlerden birisidir. Ekmek dolması, ünlü Yenipazar pidesi, et lelengisi, yuvarlama, karnıbahar mücveri yörede doğal olarak yetiştirilen ürünlerle hazırlanan en önemli lezzetler arasındadır. Yöre içerisinde yer alan; Yörük Ali Efe Müzesi, Aşağı Dip Gölü Tabiat Parkı, Çamlık Piknik Alanı ve Yel Değirmeni en önemli turistik

destinasyonlardır. İlçede 27 yıldır Şubat ayının ilk Pazar günlerinde düzenlenen ve geleneksel bir eğlence olan Deve Güreşi Festivalleri ile Mayıs aylarında Geleneksel Karaçakal Yörükleri Kültür ve Tanıtım Şenliği kapsamında düzenlenen Geleneksel Yörük Şenliği her yıl bir çok yerli ve yabancı turistin ilgisini çekmektedir. Festivaller kapsamında yöre kültürü tanıtılarak, yöreye özgü ürünlerin satıldığı standlar ve sergiler açılmaktadır. Narenciye, zeytin, pamuk ve incir üretimi yörenin başlıca geçim kaynaklarındandır. Yenipazar, yerel tohumlardan ve fidelerden doğal olarak üretilen sebze yetiştiriciliğinde ve yem bitkileri üretiminde Ege Bölgesi'nin en önde gelen tarım merkezlerindendir (http://www.yenipazar.bel.tr/,http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-yenipazar/;Aydın Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları, 2014: 29)

2011 yılında sakin şehir olan organik tarım faaliyetleri ve korunmuş doğasıyla ön plana çıkan Yenipazar ilçesinde sakin şehir başvuru adaylık süresince ve birliğe kabul edildikten sonra gerçekleştirilen projeler şu şekildedir:

- İlçede hafta sonları kurulan ve yerel halkın doğal yollarla yetiştirdiği ürünlerin satıldığı üretici pazarlarının kurulması,
- İlçe merkezinde belediyenin öncülüğünde sakin yaşam alanları oluşturmak amacıyla 'Yavaş Merdivenler' adlı projenin hayata geçirilmesi.
- 2011 yılında belediye tarafından düzenlenen Yenipazar Tohum Takas Şenlikleri kapsamında yöreye has yerel tohumlar bulunup çoğaltılmakta, yetiştirilen fideler, bölge halkına ücretsiz olarak dağıtılmaktadır.
- Her yıl geleneksel olarak yapılan Deve Güreşi festivallerinde Sakin Şehir Yenipazar vurgusunun yapılmaktadır,
- 2013 yılında Yenipazar Belediyesi 'Orthosia Kültür Merkezi' nin hizmete girmesi
- Yerel Sanatçıların katıldığı ve yerel halkın ilgi gösterdiği sakinlik temalı etkinliklerin düzenlenmesi,
- Sanal ortamda Yenipazar Sakin Şehir Derneği kurularak yaklaşan organizasyon ve etkinlikler ile kamuoyuyla bilgi paylaşımı yapılması,
- 29 Eylül 2013'te 'Hepimize Sakin Pazarlar' sloganıyla Yavaş Merdivenler'de farklı aktiviteleri içeren bir etkinlik düzenlenmiştir.

Yenipazar ilçesinde 2016 yılı itibariyle konaklama hizmeti sunan küçük çaplı moteller ve öğrenci yurtları bulunmaktadır. İlçede turizm işletme belgeli tesis bulunmamaktadır. Tablo 9'da T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tarafından

yayınlanan, Yenipazar'ın Sakin Şehir Birliği'ne üye olmadan önceki bir yıl ve üye olduktan sonraki yıllarda belediye belgeli tesislerdeki konaklama istatistikleri yer almaktadır.

Tablo 9**:** 2010-2014 Yılları Arası Yenipazar İlçesi Belediye Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri

Yıllar	**Tesislere Geliş Sayısı**			**Geceleme**			**Ortalama Kalış Süresi**			**Doluluk Oranları**		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2010	0	5.362	5.362	0	8.090	8.090	0	1.5	1.5	0	27.71	27.71
2011	148	9.977	10.125	392	22.162	22.554	2.6	2.2	2.2	1.34	75.90	79.24
2012	0	2.142	2.142	0	8.081	8.081	0	3.8	3.8	0	27.60	27.60
2013	4	3.676	3.680	11	6.112	6.123	2.8	1.7	1.7	0.04	20.93	20.97
2014	867	1138	2005	8.303	1.514	9.817	9.6	1.3	4.9	28.43	5.18	33.62

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Konaklama İstatistikleri

'Cittaslow Yenipazar' ve 'Yavaş Şehirler Belgeseli Yenipazar' gibi tanıtım filmleriyle ulusal basında yer alan ilçe, hazırladığı broşür ve kitaplarla da tanıtım faaliyetlerini yürütmektedir.

1.8.4. Sakin Şehir Gökçeada-Çanakkale

Polonya'nın Lidzbark Warminski kentinde 23-26 Haziran 2011 tarihleri arasında düzenlenen Sakin Şehirler Genel Kurulu'nda, Sakin Şehirler Birliği üyesi olmaya hak kazanan Çanakkale Boğazı'nın kuzeybatısında Türkiye'nin en büyük adası olan Gökçeada, dünyanın ilk ve tek sakin adası olma ünvanını korumaktadır. Adını Çorak toprakların Bereket Tanrısı Imbrassos'tan alan Gökçeada (İmroz), 'Türkiye'de güneşin en son battığı yer' sloganıyla ve 2008 yılından bu yana gerçekleştirilen organik tarım uygulamalarıyla adından söz ettirmektedir. Adanın toplam yüz ölçümü 285 km², kıyı şeridi uzunluğu 95 km ve 2015 verilerine göre adanın toplam nüfusu 8644 kişiden oluşmaktadır (http://www.yerelnet.org.tr/belediyeler/belediye.php?belediyeid=129018,Cittaslow Gökçeada Yavaş Turizm Rehberi, 2013).

Dünyanın ilk ve tek sakin adası olan Gökçeada, sahip olduğu eşsiz kültürel zenginlikleri, doğal yaşamı, mimari yapısı, eşsiz koyları, organik ürünleri ve alternatif spor olanakları ile önemli bir turizm merkezi durumundadır. Adada Türk ve Rum nüfusu uzun süre birlikte yaşamıştır. 1960 yılı nüfus verilerine göre adada yaşayan Rum vatandaş sayısı 5487'dir.

Günümüzde bu rakam 300 civarındadır. Gökçeada'da bulunan ve kökeni yüzyıllar öncesine dayanan Zeytinli Köyü (Ayatodori), Tepeköy (Agridia), Dereköy (İskinit), Kaleköy ve Eski Bademli Rum Köyleri kentsel sit alanı ilan edilerek koruma altına alınmıştır. Aydıncık Sahili, Aydıncık Tuz Gölü, Dereköy Çınar Ağacı, Gizli Liman, Laz Koyu, Marmaros Ormanı, Marmaros Şelalesi, Kaşkaval Burnu (Peynir Kayalıkları), Tepeköy Çınar Ağacı, İskiter Kalesi, Tarihi Köy Çamaşırhaneleri, Kaya Mezarı ve Yıldız Koyu başta olmak üzere ada içerisinde çok sayıda doğal ve tarihi çekicilikler yer almaktadır. Türkiye'nin İlk Sualtı Milli Parkı'na sahip olan Gökçeada, kuş gözlemciliği, olta balıkçılığı ve rüzgâr sörfüne uygun coğrafi yapısıyla alternatif spor olanakları sunmaktadır. 2006 yılından beri Yavaş Yemek Birliği üyesi olan Gökçeada; deniz kestanesi, bamyalı levrek, ıspanaklı kalamar gibi adada yetiştirilen organik ürünlerle hazırlanan Türk ve Rum mutfaklarının etkileşimi sonucu oluşan yöresel tatlarla farklı damak zevklerine hitap etmektedir. Zeytincilik (Ladolia zeytini), bağcılık ve şarapçılık (Kalabaki üzümleri), arıcılık ve organik bal üretimi, hayvancılık (İmroz Koyunu), peynir üretimi, balıkçılık, tuz üretimi, sabun üretimi, dokumacılık, zeytin sepetçiliği adanın en önemli geçim kaynaklarını oluşturmaktadır (http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-gokceada, Cittaslow Gökçeada Yavaş Turizm Rehberi, 2013; Cittaslow Gökçeada Earth Market Projesi, 2013).

Şekil 8**:** Gökçeada Belediyesi ve Gökçeada sakin şehir-yavaş yemek logosu

Kaynak: http://www.cittaslowgokceada.com/

2006 yılından beri Yavaş Yemek Birliği üyesi ve 2011 yılında Sakin Şehirler Birliği üyesi olan Gökçeada'da gerçekleştirilen proje ve faaliyetleri şu şekildedir (Cittaslow Gökçeada Yavaş Turizm Rehberi, 2013; Cittaslow Gökçeada Earth Market Projesi, 2013; Cittaslow Gökçeada, 2013; http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-gokceada):

- 2014 yılında sektör temsilcileri ve akademisyenleri buluşturan 'Cittaslow Gökçeada I. Eko-Gastronomi Kongresi',

- 2015 yılında ‘Cittaslow Gökçeada II. Eko-Gastronomi Kongresi’,
- www.cittaslowgokceada.com adresli bir web sayfası kurularak yapılan bütün organizasyonlar ve etkinlikler ile ilgili geniş çaplı bilgilere yer verilmesi,
- Adadaki çiftçilerin organik olarak yetiştirdikleri ürünlerin satıldığı Slow Food Gökçeada Çiftçi Pazarının kurulması,
- Ada içerisinde bisiklet güzergahlarının oluşturulması,
- 2013 yılında başlatılan Gökçeada Belediyesinin iştirakçi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Gökçeada Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu’nun yürütücü ve Güney Marmara Kalkınma Ajansı’nın destekçisi olduğu Cittaslow Gökçeada Earth Market’ projesinin 2015 yılında hayata geçirilmesi. Yaklaşık 124.000 TL bütçeli dünyanın 34. Türkiye’nin İzmir Foça’dan sonra ikinci yeryüzü pazarı Gökçeada’da hizmete açılması,
- 2010 yılında Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi Gökçeada Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu’nun Balıkçılık Teknolojisi ve Gastronomi lisans programlarıyla faaliyete geçmesi,
- Cittaslow Gökçeada Film Festivali,
- Cittaslow Gökçeada Slow Food Festivali,
- Cittaslow Gökçeada Yavaş Pazar Günü,
- Hoşgörü Sofrası,
- Toprak Ana Günü.

Gökçeada’da 2016 yılı itibariyle konaklama hizmeti sunan 36 adet belediye belgeli tesis ve çok sayıda ev pansiyonculuğu yapan konaklama tesisi bulunmaktadır. Ayrıca ilçede 3 adet turizm işletme belgeli konaklama tesisi bulunmaktadır. İlçenin sahip olduğu toplam yatak kapasitesi 1500’dür. Tablo 10 ve Tablo 11’de T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan, Gökçeada’nın Sakin Şehir Birliği’ne üye olmadan önceki bir yıl ve üye olduktan sonraki yıllarda belediye belgeli ve turizm işletme belgeli tesislerdeki konaklama istatistikleri yer almaktadır.

Tablo 10**:** 2010-2014 Yılları Arası Gökçeada İlçesi Belediye Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri

Yıllar	**Tesislere Geliş Sayısı**			**Geceleme**			**Ortalama Kalış Süresi**			**Doluluk Oranları**		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2010	3.155	31.282	34.437	5.268	71.587	76.855	1.7	2.3	2.2	1.48	20.14	21.62
2011	171	6.628	6.799	513	27.636	28.149	3.0	4.2	4.1	0.20	10.53	10.73
2012	6.924	51.610	58.534	9.762	61.979	71.741	1.4	1.2	1.2	3.71	23.58	27.29
2013	11.408	40.511	51.919	14.582	70.994	85.576	1.3	1.8	1.6	6.24	30.40	36.65
2014	4.141	25.203	29.344	4.594	50.523	55.117	1.1	2.0	1.9	1.97	21.63	23.60

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım Ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Konaklama İstatistikleri

Tablo 11**:** 2010-2014 Yılları Arası Gökçeada İlçesi Turizm İşletme Belgeli Konaklama İstatistikleri

Yıllar	**Tesislere Geliş Sayısı**			**Geceleme**			**Ortalama Kalış Süresi**			**Doluluk Oranları**		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2010	649	3.806	4.457	1.242	8.578	9.820	1.9	2.3	2.2	4.43	30.62	35.05
2011	562	3.304	3.866	1.160	7.434	8.594	2.1	2.3	2.2	2.01	12.89	14.90
2012	661	4.787	5.448	1.467	10.491	11.958	2.2	2.2	2.2	3.83	27.42	31.25
2013	272	1.652	1.924	694	3.846	4.540	2.6	2.3	2.4	1.74	9.62	11.36
2014	1.029	3.471	4500	3.361	7.508	10.869	3.3	2.2	2.4	8.81	19.67	28.48

Kaynak: T.C. Kültür Ve Turizm Bakanlığı Yatırım Ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Konaklama İstatistikleri

Gökçeada Belediyesi ulusal ve uluslararası anlamdaki tanıtım faaliyetlerini; 2013 yılında iştirakçi olarak katıldığı, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Gökçeada Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu'nun yararlanıcı ve Güney Marmara Kalkınma Ajansı'nın destekçisi olduğu 'Cittaslow Gökçeada ve Eko-Gastronomi Kültürünün Ulusal-Uluslararası Alanda Tanıtılması Projesi' kapsamında hayata geçirmiştir. Proje sonunda 'Cittaslow Gökçeada, Cittaslow Gökçeada Yavaş Turizm Rehberi ve Cittasow Gökçeada Earth Market Projesi' adlı eserler Türkçe ve İngilizce dillerinde, 'Yavaş Üretici Eğitim Programı, Cittaslow Gökçeada Yerel Ürün Rehberi' adlı eserlerde Türkçe basılarak yayınlanmıştır. Ayrıca, 2014 yılında TRT TÜRK ekranlarında 'Yavaş Şehirler Belgeseli Gökçeada' adlı bir tanıtım filmi yayınlanmıştır (http://www.cittaslowgokceada.com/?page_id=2456).

1.8.5. Sakin Şehir Taraklı-Sakarya

Marmara Bölgesi'nde yer alan Sakarya'nın 64 km doğusunda bulunan Taraklı ilçesi, başkent Ankara'ya 270 km mesafededir. 23-26 Haziran 2011 tarihleri arasında Polonya'nın Lidzbark Warminski kentinde düzenlenen Sakin Şehirler Genel Kurulu'nda Sakin Şehirler Birliği'ne katılarak, sakin şehir logosunu takmaya hak kazanmıştır. Sakarya ilinin en eski yerleşim yerlerinden biri olan ve kuruluşu M.Ö. 1000 li yıllara kadar uzanan ilçenin yüz ölçümü 334 km², 2015 verilerine göre toplam nüfusu 6993'tür (http://www.yerelnet.org.tr/taraklı, http://www.tarakli.gov.tr/default_B0.asp.content=194).



Şekil 9: Taraklı Belediyesi ve Taraklı sakin şehir logosu

Kaynak: http://www.tarakli.bel.tr/

Evliya Çelebi'nin Seyahatname'sinde adı geçen ve günümüzde kendisini; doğası ve tarihi bozulmamış bir Osmanlı kasabası olarak tanıtan Taraklı; kültürel değerlerini, mimari yapısını ve geleneklerini günümüze kadar korumayı başarmış son derece önemli bir sakin şehirdir. Dünya Kültür Miras Listesi'ne aday olan ve üç katlı Osmanlı mimarisi evleriyle ünlenen Taraklı ilçesinde, sit alanı olarak kabul edilip koruma altına alınan 100 ü aşkın tescilli sivil mimarlık örneği ahşap tarihi ev, 8 adet doğal kültür varlığı bulunmaktadır. 2006 yılından itibaren yerel yönetim ve bakanlık tarafından hazırlanan proje ile bu ahşap evlerden 45 adeti doğal yapısı ve mimari bozulmadan restore edilmiş, geriye kalan ahşap tarihi evlerin de projelendirme ile restorasyon çalışmalarına özenle devam edilmektedir. Ayrıca yerel yönetimler tarafından sürdürülen restorasyon çalışmaları kapsamında, ilçe merkezinde bulunan tarihi çarşıda 64 adet dükkandan 55 adeti de onarılarak tadilat edilmiştir. İlçede yer alan 1517 yılında Mimar Sinan tarafından inşa edilen ve günümüze kadar varlığını devam ettiren Yunus Paşa Kurşunlu Camii de Osmanlı kültürünün yaşatıldığı en güzel mimari eserler arasında yer almaktadır. Taraklı, sahip olduğu doğal ve tarihi çekiciliklerle; kültür turizmi, mağara turizmi, termal turizm, yayla turizmi yamaç paraşütü açısından son derece elverişlidir. İlçe sınırları içerisinde yer alan, Yusuf Bey Mahallesinde bulunan beş asırlık çınar ağacı T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığınca yapılan

çalışmalar sonucunda doğal anıt olarak tescillenmiştir. Hacı Yakup Paşalar köyünde bulunan Bizans döneminden kalma Kil Hamamları, termal turizm kapsamında her yıl binlerce ziyaretçiyi ağırlamaktadır. Taraklı'nın 21 km doğusunda bulunan Karagöl Yaylası ve yayla evleri sahip olduğu doğal güzellikleri ile hem bir tedavi merkezi olarak hizmet vermekte hem de doğa fotoğrafçılarının ve yamaç paraşütçülerinin yoğun ilgisini çekmektedir. Yüz ölçümünün %60'ının ormanlarla kaplı olduğu ilçede yer alan Hark Kanyonu ve kanyon içerisindeki mağara doğaseverlerin ilgi odağı konumundadır. Taraklı bezleri, şimşir tarak ve tahta kaşık imalatı gibi geleneksel el sanatları üretimi günümüzde devam etmekte olup bozulmadan tarihi dokusunu korumuş ilçe merkezi içerisinde yer alan tarihi çarşıda hediyelik eşya olarak satılmaktadır. Yörede yetiştirilen ürünlerden hazırlanan keşkek, uhut tatlısı, köpük helva, yaprak sarması ve etli nohut yemekleri yöresel mutfağı oluşturan en önemli eko-gastronomik değerler arasında yer almaktadır (http://www.tarakli.bel.tr/).

Taraklı ilçesinde 2016 yılı itibariyle konaklama hizmeti sunan 5 adet belediye belgesi tesis ve bakanlık onaylı 1 adet turizm işletme belgeli tesis bulunmaktadır. İlçenin sahip olduğu toplam yatak kapasitesi 100'dür. Tablo 12 ve tablo 13'de T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan, Taraklı'nın Sakin Şehir Birliği'ne üye olmadan önceki bir yıl ve üye olduktan sonraki yıllarda belediye belgeli ve turizm işletme belgeli tesislerdeki konaklama istatistikleri yer almaktadır.

Tablo 12**:** 2010-2014 Yılları Arası Taraklı İlçesi Belediye Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri

Yıllar	**Tesislere Geliş Sayısı**			**Geceleme**			**Ortalama Kalış Süresi**			**Doluluk Oranları**		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Topl	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabnc	Yerli	Toplam
2010	0	2.140	2.140	0	2.149	2.149	0	1.0	1.0	0	12.27	12.27
2011	41	1.612	1.653	43	1912	1955	1.0	1.2	1.2	0.28	12.45	12.73
2012	216	1.676	1.892	324	1835	2.159	1.5	1.1	1.1	2.68	15.19	17.87
2013	71	3.455	3.526	106	3.724	3.830	1.5	1.1	1.1	0.48	16.71	17.19
2014	117	6.368	6.485	257	6.366	6.625	2.2	1.0	1.0	1.15	28.58	29.74

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Konaklama İstatistikleri

Tablo 13**:** 2010-2014 Yılları Arası Taraklı İlçesi Turizm İşletme Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri

Yıllar	**Tesislere Geliş Sayısı**			**Geceleme**			**Ortalama Kalış Süresi**			**Doluluk Oranları**		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2010	4	185	189	9	190	199	2.3	1.0	1.1	0.31	6.51	6.82
2011	48	1800	1848	106	1800	1906	2.3	1.0	1.0	3.70	61.64	65.34
2012	103	748	851	116	823	939	1.1	1.1	1.1	3.96	28.11	32.07
2013	145	783	928	224	1.171	1.395	1.5	1.5	1.5	7.67	40.10	47.77
2014	48	1.800	1.848	108	1.800	1.908	2.3	1.0	1.0	3.70	61.64	65.34

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Konaklama İstatistikleri

Kendisini; doğası ve tarihi bozulmamış bir Osmanlı kasabası olarak tanıtan ve sahip olduğu kültürel, tarihi ve doğal çekicilikleri günümüze kadar muhafaza ederek 2011 yılında sakin şehir olmaya hak kazanan aynı zamanda Tarihi Kentler Birliği ve Çevre Kültür Değerlerini Koruma ve Tanıtma Vakfı (ÇEKÜL) üyelikleri bulunan Taraklı'da, sakin şehir başvuru adaylık süresince ve birliğe kabul edildikten sonra gerçekleştirilen projeler şu şekildedir (http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-tarakli/, Taraklı Sakin Şehir Başvuru Dosyası, 2010):

- Belediyenin öncülüğünde sakin uygulamalarla ilgili projelerin oluşturulması ve hayata geçirilmesi amacıyla Taraklı Kent Konseyi kurulmuştur
- 2006 yılından beri yerel yönetim ve bakanlık tarafından hazırlanan projeyle ilçede yer alan ve Osmanlı mimarisini yansıtan 100'ü aşkın ahşap evden 45 adeti doğal yapısı ve mimari bozulmadan restore edilmiş, Taraklı'nın 2011 yılında sakin şehir olmasıyla birlikte projelendirme ile halen devam eden restorasyon çalışmaları hız kazanmıştır. Restore edilen 5 ahşap yapı, butik otel haline getirilerek ilçe turizmine kazandırılmıştır,
- İlçede yaşayan kişilere daha kaliteli ve doğal içme suyu sağlanması amacıyla, içme suyu hattının ve su deposunun yenilenmesi projesi gerçekleşmiştir,
- İlçe doğayı koruyarak gerçekleştirdiği ve taahhüt ettiği projelerden dolayı 2013 yılı EDEN Avrupalı Seçkin Destinasyon ödülüne laik görülmüştür,
- Türkiye'den bir bankanın tanıtım faaliyetleri kapsamında 'herşeyin mümkün olduğu bir kasaba' sloganlı reklam filmiTaraklı'da çekilmiştir,

- Belediyenin topladığı çöp ve kayı atıkların 2011 yılından itibaren ilçeye 55 km uzaklıktaki Pamukova Geri Dönüşüm Entegre Tesisi'ne düzenli olarak taşınması projesi hayata geçirilmiştir,
- Kamu kurumlarında ve evlerde çevre dostu ürünlerin kullanılması yönünde belediye tarafından gerçekleştirilen kamuyu bilinçlendirme çalışmaları yürütümektedir,
- Yavaş yemek projelerini destekleme kapsamında ilçe merkezine haftada bir kurulan ve sadece köylerde yetiştirilen ürünlerin satıldığı üretici pazarları kurulmuştur.
- Kütüphane gibi kurumsal alanlarda ücretsiz wifi bölgeleri oluşturulmuştur.
- Belediye Kültür Merkezi'nde üreticilere yönelik sağlıklı, doğal ve güvenli yiyecek üretimi ile ilgili kurslar düzenlenmiştir,
- İlçede gerçekleştirilen tarımsal faaliyetlerde GDO'lu ürün yasağı hayata geçirilmiştir,
- 2013 yılında ilçede yapılan faaliyetleri koordine etmek amacıyla Taraklı Sakin Şehir Derneği kurulmuştur,
- Yerli tohumlara sahip çıkma amacıyla düzenlenen Takas Tohum Şenlikleri ile ilgili görüşmelerde bulunmak için Türkiye Sakin Şehirler Birliğine üye olan tüm ilçe yöneticilerinin ve KKTC Yeniboğaziçi temsilcisinin katıldığı Cittaslow Türkiye 8. Koordinasyon Kurulu 2014 yılında Taraklı'nın ev sahipliğinde gerçekleştirilmiştir,
- 2014 yılında İller Bankası tarafından yapılan ihaleyle Sakin Şehir Taraklı'da kanalizasyon şebesi çalışmalarına başlanmıştır,
- Yerel yönetimler ve belediye tarafından sürdürülen restorasyon çalışmaları kapsamında, ilçe merkezinde bulunan tarihi çarşıda 64 adet dükkandan 55 adeti restore edilmiştir,
- Halk eğitim merkezlerinde başta geleneksel el sanatları olmak üzere farklı alanlarda ücretsiz kurslar açılmıştır.

'Tarihi Bozulmamış Bir Osmanlı Kasabası' sloganıyla 2011 yılından beri Sakin Şehirler üyesi olan tarihi Taraklı Belediyesi; CNN Türk'te yayınlanan 'Taraklı-Hayat Gezince Güzel', TRT TÜRK'te yayınlanan 'Yavaş Şehirler Belgeseli Taraklı' ve 'Cittaslow Taraklı' gibi yapımlarla ulusal basında yer almıştır. Ayrıca belediye, sakin şehir olduktan sonra hazırladığı broşür ve ilçe hakkında bilgiler sunan kitapçıklar ile de tanıtım faaliyetlerini yürütmektedir.

1.8.6. Sakin Şehir Perşembe-Ordu

Karadeniz Bölgesi'nde yer alan Ordu il merkezine 13 km mesafede bulunan Perşembe ilçesi, 2012 yılı haziran ayında İtalya'nın Novellara kentinde düzenlenen Sakin Şehirler Genel Kurulu'nda Sakin Şehirler Birliği'ne katılmaya hak kazanmıştır. Ordu-Samsun karayolu üzerinde 40 km uzunluğunda sahil şeridine sahip olan Perşembe ilçesinin yüz ölçümü 224 km² ve 2015 verilerine göre toplam nüfusu 31.702' dir (http://www.persembe.bel.tr/).

Şekil 10**:** Perşembe Belediyesi ve Perşembe sakin şehir logosu
Kaynak: http://www.persembe.bel.tr/

Evliya Çelebi'nin Seyahatname'sinde adı geçen, geçmişte Vona ismiyle bilinen ve 3000 yıllık tarihe sahip Perşembe ilçesi; gelenek görenekleri, gizli kalmış doğal çekicilikleri, organik tarım faaliyetleri ve yöresel lezzetleriyle adını duyurmak isteyen Karadeniz Bölgesi'nin ilk sakin şehridir. İlçe sınırları içerisinde yer alan; Belicesu, Çaka Kumsalı, Aktaş Plajı, Efirli Plajı, Medreseönü, Büyükağız, Mersin Köyü Balıkçı Barınağı, Yalancı Yason Kamp Alanı, Oçboynuzu (Kral Yolu), Yasonburunu Feneri, Çamburnu Feneri, Çeşmeönü, Kışlaönü kıyı turizmi kapsamında Türkiye'nin en güzel ve korunmuş sahil alanları arasında yer almaktadır. Perşembe ilçesi; Medreseönü Afırlı Camii, Doğanlı, Hasan Efendi Türbesi, Hoynat Adası, Anaç Tarihi Camii, Soğukpınar Tarihi Camii, Efirli Camii gibi tarihi ve kültürel değerlere sahip olmakla birlikte ayrıca; Şenyurt Şelalesi, Boğazcık Mağarası, Kurşunçal Ormanları ve Şelalesi gibi doğal çekicilikleri de bünyesinde barındırmaktadır. Fındık, ceviz, kivi, organik bal üretimi ve balıkçılık yörenin en önemli ekonomik faaliyetleridir. Perşembe kıyılarında; mezgit, kalkan, kefal, barbun, çinekop, hamsi ve palamut başta olmak üzere birçok balık türü avlanmaktadır. Perşembe yöresi mutfak kültürünü, önünde uzanan deniz ile arkasında yer alan orman ve tarım alanlarından elde edilen ürünler oluşturmaktadır. Mantardan, kiraza her türlü turşu çeşidi, dut, incir kivi

pekmezi, cevizli helva, mısır ekmeği, hamsili pilav, pancar çorbası, mısırlı pancar sarması, turşu kavurması yöre mutfağını oluşturan en önemli yiyecekler arasında yer almaktadır (Karadeniz, 2014: 90-101, http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-persembe/).

Sakin şehir adaylık süreci 2010 yılında başlayan Perşembe'de adaylık süresince ve Sakin Şehir Birliği'ne kabul edildikten sonra gerçekleştirilen projeler şu şekildedir (Karadeniz, 2014: 102; http://www.persembe.bel.tr/projeler.php?type=2&link=):

- Belediye tarafından Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansına sunulan ve kabul edilen 'Cittaslow Perşembe'nin Turizm ve Medya Araçlarının Geliştirilmesi Projesi' kapsamında Android ve İOS yazılım destekli cihazlar tarafından indirilebilen 'Perşembe Cebinizde' uygulaması ile ilçe hakkında bilgiler veren bir yazılım programı aktif olarak kullanılabilmektedir.
- 2013 yılında Bisikletli Yaşam Derneği tarafından organize edilen ve Perşembe Belediyesi öncülüğünde Bisikletliler Derneğince desteklenen 'Sakin Şehirlerde Bisikletli Yaşam Projesi' kapsamında II. Uluslararası Vona Bisiklet Festivali düzenlenmiştir.
- 2011 yılında Perşembe ilçesi Kazancılı Taflan Festivali düzenlenmiştir.
- 2013 yılında Yason Uçurtma Şenliği düzenlenmiştir.
- Yüzyıllardır devam eden ve ilçe halkı tarafından her yıl kutlanan 'Mayıs Yedisi Şenlikleri',
- Perşembe Kent Meydanı Projesi,
- İlçe merkezinde gürültü yayan oto tamircisi, ahşap atölyeleri gibi iş yerlerinin ilçe dışına taşınmasını amaçlayan ve hayata geçirilen 'Küçük Sanayi Sitesi Projesi',
- Yeni İhsaniye Camii güzelleştirme projesi,
- 'Cittaslow Perşembe Organik Gıda Pazarı Projesi' ile yörede yetiştirilen ve sadece yerli ürünlerin satılabileceği bir pazar alanı kurulması,
- 70 araç kapasiteli iki kattan oluşan ve üst katında çocuk parkı ve dinlenme alanlarını kapsayan 'Kapalı Otopark Projesi' hayata geçirilmiştir.

Perşembe 2015 yılı itibariyle konaklama hizmeti sunan Devlet Su İşleri Sosyal Tesisi, 2 adet belediye belgeli tesis ve 2 adet de turizm işletme belgeli tesis bulunmaktadır. İlçenin sahip olduğu toplam yatak kapasitesi 150'dir. Tablo 14 ve Tablo 15'de T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan, Perşembe'nin Sakin Şehir Birliği'ne üye olmadan önceki bir yıl ve üye olduktan sonraki

yıllarda belediye belgeli ve turizm işletme belgeli tesislerdeki konaklama istatistikleri yer almaktadır.

Tablo 14**:** 2011-2014 Yılları Arası Perşembe İlçesi Belediye Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri

Yıllar	**Tesislere Geliş Sayısı**			**Geceleme**			**Ortalama Kalış Süresi**			**Doluluk Oranları**		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2011	20	1.847	1.867	28	1.967	1.995	1.4	1.1	1.1	0.16	11.47	11.63
2012	43	1.238	1.281	43	1.238	1.281	1.0	1.0	1.0	0.25	7.20	7.45
2013	209	8.435	8.644	247	9.089	9.336	1.2	1.1	1.1	0.49	18.04	18.53
2014	316	9.871	10.187	656	14.870	15.526	2.1	1.6	1.6	1.30	29.52	30.82

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Konaklama İstatistikleri

Tablo 15**:** 2011-2014 Yılları Arası Perşembe İlçesi Turizm İşletme Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri.

Yıllar	**Tesislere Geliş Sayısı**			**Geceleme**			**Ortalama Kalış Süresi**			**Doluluk Oranları**		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2011	0	2.991	2.991	0	3.239	3.239	0	1.1	1.1	0	14.09	14.09
2012	0	2.587	2.587	0	2.732	2.732	0	1.1	1.1	0	11.85	11.85
2013	0	3.554	3.554	0	3.712	3.712	0	1.0	1.0	0	14.95	14.95
2014	46	4.085	4.131	61	4.377	4.438	1.3	1.1	1.1	0.31	15.37	15.58

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Konaklama İstatistikleri

Hırçın Karadeniz'in Sakin Şehri sloganıyla yola çıkan ve Sakin Şehir olduğu tarihten itibaren birçok başarılı projeye imza atan Perşembe ilçesi 'Cittaslow Perşembe', 'Yavaş Şehirler Belgeseli Perşembe' gibi tanıtım filmleri ile de ulusal ve uluslararası platformda da adını duyurmaya devam etmektedir.

1.8.7. Sakin Şehir Vize-Kırklareli

Marmara Bölgesi'nde yer alan Kırklareli'ye 54 km mesafede bulunan Vize İlçesi, 2012 yılı haziran ayında İtalya'nın Novellara kentinde düzenlenen Sakin Şehirler Genel Kurulu'nda, Sakin Şehirler Birliği'ne katılarak sakin şehir logosunu takmaya hak kazanmıştır. Osmanlı Devleti'ne başkentlik yapmış olan ve UNESCO Tarih Miras Listesi'nde yer alan İstanbul

ile UNESCO Tarih Miras Listesi'ne girmeye hazırlanan Edirne arasında yer alan ve Evliya Çelebi'nin ünlü Seyahatnamesinde de adı geçen Vize'nin yüz ölçümü 1119 km² ve 2015 verilerine göre toplam nüfusu 23.569'dur (http://www.vize.bel.tr/Cografi-Ozellikler.html).

Şekil 11**:** Vize Belediyesi ve Vize sakin şehir logosu
Kaynak: http://www.vize.bel.tr/

'Geçmişiyle Başkent, Tarihiyle Kalekent, Dokusuyla Müzekent, bozulmamış doğasıyla Doğakent unvanlarını haklı gururuyla taşıyan Vize'miz yeni unvanını almaya hazırlanıyor: Sakin Kent' söylemi ile Aralık 2010'da Sakin Şehirler Birliği'ne aday olma sürecini başlatan ve haziran 2012'de sakin şehir olan Vize, Trakya Alt Bölgesi Çevre Planı verilerine göre, kültür varlıkları açısından Trakya'nın en zengin yerleşim yeri konumundadır. İlçe sınırları içerisinde yer alan; Gazi Süleyman Paşa Camii (Küçük Ayasofya), Antik Tiyatro, Vize Kalesi, Asma Kayalar Mağara Manastırı, Tümülüsler, Ferhat Bey Hamamı, Ferhat Bey Çeşmesi, Şerbetdar Hasan Bey Camii, Sur Kapısı, Karakoçak Tepe, Osmanlı Hamamı, Su Sarnıçları, İmarethane, Ayanikola Manastırı, Poliçe Sahili, Panayır İskelesi, Çifte Kaynaklar, Yenesu Deresi, Yenesu Mağarası, Çakıllı Beldesi'ndeki 800 yıllık Anıt Çınar ve 210 yıllık Çitlembik Ağacı, Mimar Sinan Mahallesi'ndeki 135 yıllık Anıt Çınar, Kıyıköy ve Cehennem Şelaleleri gibi sayısız doğal, tarihi ve kültürel güzellikleri bünyesinde barındırmaktadır. Ayrıca Edirne Müzesi ve İstanbul Arkeoloji Müzesi'nde Vize ilçesine ait bir çok tarihi kalıntı ile Vize'de basılmış olan ve Roma dönemine ait üzerinde imparatorlarla şehrin işlendiği sikke örnekleri sergilenmektedir. Ihlamur ağacı ve yapraklarının ilçe sembolü olduğu Vize, geçmişten geleceğe yöresel lezzetlerin buluştuğu bir kavşak konumundadır. Isırgan otlu gözleme, sini mantısı, oğlak kebabı, labada boranisi, hardaliye, labada dolması, pekmezli kaçanak, ıhlamur çiçeği balı gibi bölgede yetiştirilen bitkilerle elde edilen ürünler yöreye has eko-gastronomik unsurlar arasında yer almaktadır (Cittaslow Vize Kitabı, 2014; Slowfood Trakya Vize kitabı, 2014; Vize Turizm Coğrafyası, 2014).

Kendisi ve çevresiyle uyumlu, sahip olduğu değerlerle bütünleşik, doğaya ve tarihine sahip çıkan, farkında ve bilinçli, fiziki alt yapısı güçlü, kurumsal bağlantıları ve iş birliği üst seviyede, rekabet gücü ve çevresel sürdürülebilirliği olan modernliğinin yanında 'kendine özgü' bir kimliğe bürünen kent modeli vizyonu ile tarihi ve doğal çekiciliklerini ön plana çıkaran Vize'de, sakin şehir başvuru adaylık süresince ve birliğe kabul edildikten sonra gerçekleştirilen projeler şu şekildedir (Cittaslow Vize Bilgilendirme Toplantısı, 2012; http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-vize/: http://www.vize.bel.tr/Cittaslow-Tanitim.html):

- 2014 yılında Vize Belediyesi'nin öncülüğünde, Kırklareli Üniversitesi Pınarhisar Meslek Yüksekokulu iş birliği ile Trakya Kalkınma Ajansı tarafından desteklenen 'Cittaslow Vize İlçesinin Turizm Potansiyelinin Arttırılması Projesi' hayat geçirilmiştir. Proje ile Vize'nin ulusal ve uluslararası platformda tanınırlığının arttırılması amacıyla 3 ve 12 dakikalık sürelerden oluşan 2 adet tanıtım filmi çekimi yapılarak, birliğin genel merkezi olan Orvieto kentinde yetkililere sunulmuştur. Ayrıca proje kapsamında, yerel halkı bilinçlendirme amacıyla Vizelilere Sakin Şehir kavramının turizme olan etkileri ile ilgili bilgilendirme toplantıları yapılarak, ilçe kadınları tarafından hazırlanan yöresel ürünlerin tanıtım ve satışının yapıldığı web sayfaları hazırlanmıştır. Çok geniş kapsamlı olan bu proje ile ilçeyi ziyaret eden yerli ve yabancı turistlere verilmek üzere ilçedeki doğal ve tarihi turistik alanları gösteren haritalar bastırıldı ve büyük emekler sonucu hazırlanan 'Maniler Kitabı, Boyama Kitabı, Bilmeceler Kitabı, Cittaslow Vize Kitabı, Slow Food Trakya Vize Kitabı ve Vize Turizm Coğrafyası ve Değerleri Kitapları' 6000 adet basılarak ilçe halkına dağıtılmıştır. Ayrıca Kırklareli Fotoğrafçılık ve Sanat Derneği tarafından farklı mevsimlerde ilçenin sahip olduğu güzellikler fotoğraflanarak, elde edilen fotoğraflar katalog haline dönüştürülmüştür. Proje kapsamında 1000'e yakın çocuğa ulaşılarak Sakin Şehir ve Yavaş Yemek kavramları anlatıldı. Belediyenin öncülüğünde Vize Sakin Şehir Derneği'nde el emeği ürünlerinin tekrar hayata kazandırılması ve günlük hayatın bir parçası olabilmesi için ücretsiz 'El Sanatları ve Hediyelik Eşya' kursları düzenlenmiştir.
- Vize Sakin Şehir Derneği resmi web sitesi kurularak, etkinlikler ve faaliyetler hakkında kamuoyunun bilgilendirilmesi sağlanmıştır.

- Vize Belediyesi tarafından ilçe hakkında yerli ve yabancı turistlere bilgiler sunan ayrıca belediyenin resmi internet sitesinde de yer alan Vize Gezi Rehberi hazırlanmıştır.
- 2012 yılında Vize'de sakin şehir bilgilendirme toplantısı yapılarak, gerçekleştirilen ve planlanan projeler hakkında değerlendirmelerde bulunulmuştur.
- Bisiklet Severler Pedalları Sakin Şehir Vize'de Çevirdi projesi gerçekleştirilmiştir.
- Ihlamur Gölgesinde Salyangoz Düşleri-Sakin Şehir Çocukları ile Sanat Etkinlikleri projesi gerçekleştirilmiştir.
- Geri dönüşüm malzemelerini elbiseye dönüştürme projesi gerçekleştirilmiştir.
- Sakin şehir gönüllüleri tanıtım standları kurularak yerel halkın sakin şehir uygulamaları hakkında bilgilendirilmesi amaçlanmıştır
- Bulgaristan'da yer alan Tsarevo Belediyesi ve Bulgaristan Doğal Yaşamı Koruma Vakfı ile ortaklaşa 105.328 Euroluk 'Ortak Kültürel Mirasımız- Trakya Yemek Kültürü' Avrupa Birliği projesi hayata geçirilerek proje kapsamında 27-29 Ağustos 2013 tarihleri arasında Vize Belediyesi festival alanında 'Trakya Gastronomi Festivali' düzenlenmiştir.
- Yerel yavaş yemek birliğinin kurulabilmesi kapsamında 'Trakya Yemek Kültürü Proje Faaliyetleri' hazırlanmıştır.
- Arkeolojik değerleri dünyaya tanıtabilmek için, Antik dönem Trak Köyü Projesi hazırlanmıştır.
- Oppidum üzerine dönemin tekniğine uygun ahşap kale ve iç kısmına ahşap kullanım birimleri yapılmıştır.
- Oppidum ve Arkeopark kutsal alanlarını turistlere gezdirecek uzman rehber yetiştirme merkezinin aktif hale getirilme projesi hayata geçirilmiştir.
- İlçe merkezinde yer alan Atatürk Spor Kompleksi Alanını iyileştirme çalışmaları tamamlanmıştır.
- Sağlıklı nesillerin yetiştirilmesi amacıyla Spor Aktivite Alanları oluşturulmuştur.
- Sokak sağlıklaştırma çalışmaları sürdürülmektedir.
- Görüntü kirliliği engellenme amacı ile ilçe merkezindeki elektrik hatları yer altına alınmıştır.

Vize'de 2016 yılı itibariyle konaklama hizmeti sunan 2 adet belediye belgeli tesis bulunmaktadır. İlçede turizm işletme belgeli tesis hizmet yoktur. İlçenin sahip olduğu

toplam yatak kapasitesi 60'dır. Tablo 16'da T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan, Vize'nin Sakin Şehir Birliği'ne üye olmadan önceki bir yıl ve üye olduktan sonraki yıllarda belediye belgeli tesislerdeki konaklama istatistikleri yer almaktadır

Tablo 16**:** 2011-2014 Yılları Arası Vize İlçesi Belediye Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri

Yıllar	**Tesislere Geliş Sayısı**			**Geceleme**			**Ortalama Kalış Süresi**			**Doluluk Oranları**		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2011	147	5.494	5.641	205	5.494	5.699	1.4	1.0	1.0	0.35	9.35	9.70
2012	222	7.586	7.808	271	7.730	8.001	1.2	1.0	1.0	0.35	10.06	10.41
2013	2.491	23.052	25.543	2.651	23.052	25.703	1.1	1.0	1.0	3.46	30.07	33.53
2014	254	8.820	9.074	301	8.820	9.120	1.2	1.0	1.0	0.39	11.51	11.90

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Konaklama İstatistikleri

Sakin Şehirler Birliği'ne üyelik başvuru sürecinden itibaren gerçekleştirdiği projelerle ulusal ve uluslararası alanda adından söz ettiren ve aynı zamanda Tarihi Kentler Birliği Üyesi de olan Vize'de tanıtım faaliyetleri kapsamında Trakya Kalkınma Ajansı tarafından desteklenen 'Cittaslow Vize İlçesinin Turizm Potansiyelinin Arttırılması Projesi' kapsamında; 3 ve 12 dakikalık sürelerden oluşan 2 adet tanıtım filmi çekimi yapılmıştır. Ayrıca, ilçeyi ziyaret eden yerli ve yabancı turistlere verilmek üzere ilçedeki doğal ve tarihi turistik alanları gösteren haritalar hazırlanarak, yöre hakkında bilgiler sunan 'Maniler Kitabı, Boyama Kitabı, Bilmeceler Kitabı, Cittaslow Vize Kitabı, Slow Food Trakya Vize Kitabı ve Vize Turizm Coğrafyası ve Değerleri Kitapları' 6000 adet basılarak ilçe halkına dağıtılmıştır. Ayrıca TRT TÜRK'te yayınlanan 'Yavaş Şehirler Belgeseli' ve 'Cittaslow Vize' gibi tanıtım filmleri ile de ilçenin sahip olduğu güzellikler ulusal ve uluslararası alanda ekranlara taşınmıştır.

1.8.8. Sakin Şehir Yalvaç-Isparta

Akdeniz Bölgesi'nde yer alan Isparta'nın 105 km kuzeydoğusunda bulunan Yalvaç, 2012 yılı haziran ayında İtalya'nın Novellara kentinde düzenlenen Sakin Şehirler Genel Kurulu'nda Türkiye'nin sekizinci sakin şehri olmaya hak kazanmıştır. Anadolu'nun en eski yerleşim yerlerinden birisi olan ve kuruluşu M.Ö. 3000'li yıllara kadar uzanan ilçenin yüz ölçümü 1415 km² ve 2015 verilerine göre nüfusu 48803'tür (http://www.yalvac.gov.tr)



Şekil 12**:** Yalvaç Belediyesi ve Yalvaç sakin şehir logosu
Kaynak: http://www.yalvac.bel.tr/

5000 yıllık tarihi ve kültürel dokusu ile varlığını günümüze kadar sürdüren Yalvaç, sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel çekicilikler ile Türkiye'deki sakin şehirler arasında önemli bir yere sahiptir. Yalvaç ilçesi, Psidia Antiokheia Antik Kenti, Ay Tanrısı Men Kutsal Alanı, Tarihi Su Kemerleri, Emir Ahmet Türbesi, Çınaraltı, Kaya Mezarları, Hoyran Gölü, Tıraşzade Konağı ve eski dokulu sokaklar, Osmanlı Hamamı, Ayı İni Mağarası, Geleneksel Mahalle fırınları, Yalvaç Müzesi başta olmak üzere bir çok doğal ve tarihi mekana ev sahipliği yapmaktadır. İlçenin tarihi kadar eski olan ve günümüze kadar varlığını sürdüren geleneksel el sanatları yörenin geçmişindeki kültürel zenginlikleri günümüze taşımaktadır. İlçe halkı tarih boyunca; dericilik, keçecilik, demircilik ve semercilik mesleklerini icra etmişlerdir. Yalvaç'ta zengin kültürel birikimin görüldüğü alanlardan biri de bölgeye has özellikle tahıl ürünlerinin ağırlıkta olduğu yerel mutfak kültürüdür (http://yalvac.bel.tr/).

2012 yılında sakin şehir olan geleneksel el sanatları ve tarihi çekicilikleri ile ön plana çıkan Yalvaç ilçesinde sakin şehir başvuru adaylık süresince ve birliğe kabul edildikten sonra gerçekleştirilen projeler şu şekildedir (http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-yalvac/):

- 2014 ve 2015 yıllarında 14. ve 15. Yalvaç Psidia Antiokheia Kültür Turizm ve Sanat Festivali düzenlenmiştir,
- T.C. Batı Kalkınma desteği ile 'Yalvaç Medeniyeti,1 Günde 5000 Yıl' tanıtım projesi hazırlnmıştır.
- İlçe merkezinde her Pazartesi doğal ürünlerin üretici pazarlarında satışa sunulması. Bu pazarların en önemli özelliği; alış verişten önce, geleneksel hale gelen, pazara bolluk ve bereket getireceğine inanılan belediye hoparlöründen okunan 'Pazar duası' dır. Üç farklı bölgede kurulan; sebze pazarı, yoğurt pazarı ve buğday

pazarında doğal ürünler ambalajlanmadan doğrudan üreticilerden satın alınabilmektedir.

- Belediye tarafından yıkılmaya yüz tutmuş yirmiye yakın Geleneksel Mahalle Fırını'nın restore edilerek faal hale getirilmesi projesi. Bu fırınların üzerine İlçe kadınlarının bir araya gelebilmesi ve geleneksel el sanatlarını devam ettirebilmeleri amacıyla kadın sosyal aktivite merkezleri kurulmuştur.
- Eski bir Yalvaç evinin restore edilmesi sonucu oluşturulan Keçe Evi Projesi. Geleneksel yollarla işlenen keçeler bu evde sergilenmekte ve satışa sunulmaktadır
- Kadınların günlük hayatta daha fazla yer almaları amacıyla belediyenin öncülüğünde açılan Mustafa Bilgin Kadın Sanat Evi Projesi. İçerisinde kütüphane bulunan sanat evinde kadınlara yönelik cam, seramik ve resim gibi alanlarda ücretsiz kurslar verilmekte ve sergiler düzenlenmektedir.
- Eski bir Yalvaç evinin restore edilmesi sonucu oluşturulan ve yöresel lezzetlerin uyun fiyatlara sunulduğu Geleneksel Yemek Evi Projesi.
- Belediye binasının karşısında yer alan ve Yalvaç'ın zengin tarihi ile ilgili yazılı ve görsel bilgiler sunan açık hava müze niteliğindeki Yalvaç Anlatan Meydanı Projesi.

Yalvaç'ta 2016 yılı itibariyle konaklama hizmeti sunan 3 adet belediye belgeli tesis ve 1 adet turizm işletme belgeli tesis bulunmaktadır. Ayrıca ilçede Turizm ve Otelcilik Lisesi Uygulama hoteli ve Öğretmenevi' de bulunmaktadır. İlçenin sahip olduğu toplam yatak kapasitesi 200'dür. Tablo 17 ve Tablo 18'de T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan, Yalvaç'ın Sakin Şehir Birliği'ne üye olmadan önceki bir yıl ve üye olduktan sonraki yıllarda belediye belgeli ve turizm işletme belgeli tesislerdeki konaklama istatistikleri yer almaktadır

Tablo 17: 2011-2014 Yılları Arası Yalvaç İlçesi Belediye Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri

Yıllar	**Tesislere Geliş Sayısı**			**Geceleme**			**Ortalama Kalış Süresi**			**Doluluk Oranları**		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2011	0	41.758	41.758	0	49.433	49.433	0	1.2	1.2	0	29.38	29.38
2012	0	4.569	4.569	0	4.834	4.834	0	1.1	1.1	0	29.35	29.35
2013	0	5.690	5.690	0	5.939	5.939	0	1.0	1.0	0	36.16	36.16
2014	0	5.173	5.173	0	5.457	5.457	0	1.1	1.1	0	33.22	33.22

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Konaklama İstatistikleri

Tablo 18: 2011-2014 Yılları Arası Yalvaç İlçesi Turizm İşletme Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri

Yıllar	Tesislere Geliş Sayısı			Geceleme			Ortalama Kalış Süresi			Doluluk Oranları		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2011	74	3.540	3.614	92	3.814	3.906	1.2	1.1	1.1	0.47	19.52	19.99
2012	213	11.992	12.205	266	12.863	13.131	1.3	1.1	1.1	0.61	29.05	29.66
2013	160	11.455	11.635	290	11.962	12.252	1.8	1.0	1.1	0.66	27.08	27.74
2014	128	13.285	13.413	350	13.460	13.810	2.7	1.0	1.0	0.79	30.48	31.27

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Konaklama İstatistikleri

T.C. Batı Kalkınma desteği ile hazırlanan 'Yalvaç Medeniyeti, 1 Günde 5000 Yıl' tanıtım projesi ile Yalvaç'ın sahip olduğu kültürel mirası konu edinen ve TRTTÜRK' te yayınlanan 'Yavaş Şehir Belgeseli Yalvaç' gibi tanıtım filmleriyle ulusal basında yer alan ilçe, hazırladığı broşür ve şehir rehberleri ile de tanıtım faaliyetlerini yürütmektedir.

1.8.9. Sakin Şehir Halfeti-Şanlıurfa

Güneydoğu Anadolu bölgesinde yer alan Şanlıurfa iline 120 km mesafede bulunan Halfeti İlçesi, 2013 Nisan ayında Finlandiya'nın Kiristenstad kentinde düzenlenen Sakin Şehir Uluslararası Koordinasyon Komitesi Toplantısı'nda Türkiye'nin dokuzuncu sakin şehri ilan edilerek Güneydoğu Bölgesi'nde bu unvanı taşıyan ilk ve tek sakin şehirdir. Bulunduğu topraklar üzerinde birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Halfeti ilçesinin yüzölçümü 642 km² ve 2015 verilerine göre toplam nüfusu 38.345'tir (http://www.halfeti.gov.tr/ =195, Halfeti Kent Rehberi, 2013).



Şekil 13**:** Halfeti Belediyesi ve Halfeti sakin şehir logosu

Kaynak: http://www.halfeti.bel.tr/

2000 yılında tamamlanan Birecik Baraj Gölü nedeniyle bir bölümü sular altında kalsa da Yeni Halfeti adıyla kurulan bölge; Fırat Nehri kenarında sıralanan taş evleri, Batık kenti, yerel mimarisi, sadece bu topraklarda yetişen kara gülleri, yöresel şabut balığı ve 3000 yıllık tarihiyle kültürlerin ve medeniyetlerin buluştuğu Güneydoğu'nun saklı cennetidir. İlçe sınırları içerisinde yer alan, Aziz Nerses Kilisesi, Gürkuyu Kilisesi, Rum Kale içerisindeki; Kanterma Mezrası Hanı ve Barşavma Manastırı başta gelen tarihi ve kültürel çekicilikler arasında yer almaktadır. Rum Kale ve Çekem Mahallesi gibi eşsiz doğal güzellikler tekne turları ile ziyaret edilmektedir. Ayrıca ilçede yer alan iki farklı parkurdan oluşan bölge ATV motorlarla ve profesyonel turist rehberleri eşliğinde gezilebilmektedir. Baraj gölü nedeniyle su altında kalan Ulu Camii Minaresi ve terk edilmiş tarihi yapıların bulunduğu Savaşan köyü de ilçede en çok ziyaret edilen yerler arasındadır. İlçe ekonomisi tarım ve hayvancılığa dayanmaktadır. Bağcılık, fıstık yetiştiriciliği, isot üretimi ve Akdeniz ikliminin etkisinden kaynaklanan zeytin üretimi yörenin önemli tarımsal faaliyetlerini oluşturmaktadır. Şabut balığı, patlıcan kebabı, nar ekşisi sosu, erik tavası ve kebat reçeli yöreyle özdeşleşmiş yerel yiyeceklerdir (Şanlıurfa Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları, 2013: 37; Halfeti Kent Rehberi, 2013, http://www.urfakultur.gov.tr/Eklenti/22190,halfeti.pdf?0,).

2013 yılında Güneydoğu'nun ilk sakin şehir olma unvanını taşıyan Halfeti'de sakin şehir başvuru adaylık süresince ve birliğe kabul edildikten sonra gerçekleştirilen projeler şu şekildedir:

- 2012 yılında Halfeti İlçesi Argıl Belediyesi tarafından düzenlenen 'I. Fıstık Festivali',
- 2013 yılında sadece Halfeti'de yetişen karagülün tanıtımı amacıyla düzenlenen I. Karagül Festivali,
- Halfeti Belediyesi öncülüğünde karagülün dünyaya tanıtımı amacıyla Sakin Şehir Uluslararası Koordinasyon Komitesi bünyesinde oluşturulacak olan 'Gül Birliği Projesi',
- 2014 yılında Sakin Şehir Türkiye Koordinatörü Tunç Soyer'in başkanlığında 'Cittaslow Türkiye Koordinasyon Komitesi Toplantısı, Halfeti'de gerçekleştirilmiştir,
- Halfeti Belediyesi ve Halk Eğitim Merkezi iş birliğinde kadınlara ücretsiz sedef kakma kursu çalışmaları.

Halfeti'de 2016 yılı itibariyle konaklama hizmeti sunan 50 adet konak, butik otel ve misafir evleri bulunmaktadır. İlçenin sahip olduğu toplam yatak kapasitesi 150'dir. Tablo 19'da T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan, 2012-2014 yılları arası belediye belgeli tesislerdeki konaklama istatistikleri yer almaktadır

Tablo 19**:** 2012-2014 Yılları Arası Halfeti İlçesi Belediye Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri

Yıllar	**Tesislere Geliş Sayısı**			**Geceleme**			**Ortalama Kalış Süresi**			**Doluluk Oranları**		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2012	534	5.301	5.835	855	6.982	7.837	1.6	1.3	1.3	3.71	30.28	33.99
2013	689	9.826	10.515	849	15.236	16.085	1.2	1.6	1.5	1.94	34.79	36.72
2014	1.537	5.102	6.639	2.770	10.000	12.770	1.8	2.0	1.9	6.32	22.83	29.16

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Konaklama İstatistikleri

Güneydoğu'nun saklı cenneti sloganıyla bölgenin ilk ve tek sakin şehri olan Halfeti; Fox Türkiye'de yayınlanan 'Halfeti', Kanal B'de yayınlanan 'Halfeti-Yaşayan Tarih' ve TRT TÜRK'te yayınlanan 'Yavaş Şehirler Belgeseli-Halfeti' gibi tanıtım filmleri ile ulusal basında yer alan ilçe, Şanlıurfa Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından hazırlanan broşür ve şehir rehberleri ile de tanıtım faaliyetlerini yürütmektedir.

1.8.10. Sakin Şehir Şavşat-Artvin

Karadeniz Bölgesi'nde yer alan Artvin iline 71 km mesafede bulunan Şavşat İlçesi, 19 haziran 2015 tarihinde İtalya'nın Abbiategrasso kentinde düzenlenen Sakin Şehir Genel Kurulu'nda sakin şehir sertifikasını alarak, Türkiye'de sakin şehir logosu takmaya hak kazanan onuncu belediye olmuştur. Dört tarafı dağlarla çevrili eşsiz doğal güzelliklere sahip olan Şavşat ilçesinin yüzölçümü 1.317 km² ve 2015 verilerine göre toplam nüfusu 19.024'tür (http://www.savsat.bel.tr/cografya, Artvin, 2011: 50).



Şekil 14**:** Şavşat Belediyesi ve Şavşat sakin şehir logosu

Kaynak: http://www.savsat.bel.tr/

Önemli geçit yollarında bulunan ve büyük ölçüde Karadeniz Bölgesi'nin bitki örtüsü ve ormanlarla kaplı olan Şavşat İlçesi; eşsiz doğal güzelliklere sahip yaylaları, kendine has mutfağı, halk oyunları ve yöresel müzikleri ile Türkiye'nin en doğusundaki Sakin Şehridir. Sahara Karagöl Milli Parkı içerisinde yer alan Karagöl, yeşil ile mavinin buluştuğu eşsiz güzellikte kamp ve karavan alanlarına sahiptir. İlçe sınırlarında yer alan Seyir Tepesi, Maden Köyü, Kocabey Kışlası, Papart Vadisi Çavdarlı Yaylası, Sateve Yaylası, Sahara Yaylası, Arsiyan Yaylası, Cancır Yaylası gibi doğal çekicilikler yayla turizmi ve doğa sporları açısından önemli merkezlerdir. Kocabey Camii, Tibeti Kilisesi, Mrydancık Taş Kemer Köprüsü, Papart Mevkii Sit Alanı, Küplüce Köyü Kilisesi, Satlet Kalesi, Parih Kalesi Şavşat'ta bulunan tescilli tarihi çekicilikler arasında yer almaktadır. Şavşat'da arazinin engebeli olmasından dolayı, ekonomik faaliyetler daha çok hayvancılığa dayalıdır. Yörede yetiştirilen ürünlerle hazırlanan erik yemeği, çenço, kuymak, sarma, un harşosu, kapama, kapuska, soğan sadveli, motrevli, bulama, papasela, marmelat ve pekmezler Şavşat mutfağının kendine has mutfak kültürünün en güzel örneklerindendir (Artvin Valiliği Kültür Envanteri, 2012: 219-240, Artvin, 2011:50, http://www.artvinkultur.gov.tr/) http://www.savsat.gov.tr)

Şavşat'da 2016 yılı itibariyle konaklama hizmeti sunan 2 adet belediye belgeli tesis ve konuk evleri bulunmaktadır. İlçenin sahip olduğu toplam yatak kapasitesi 50'dir. Tablo 20'de T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan, 2013-2014 yılları arası belediye belgeli tesislerdeki konaklama istatistikleri yer almaktadır.

Tablo 20: 2013-2014 Yılları Arası Şavşat İlçesi Belediye Belgeli Tesislerde Konaklama İstatistikleri

Yıllar	Tesislere Geliş Sayısı			Geceleme			Ortalama Kalış Süresi			Doluluk Oranları		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2013	1.255	23.454	24.709	3.272	26.802	30.074	2.6	1.1	1.2	3.16	25.85	29.01
2014	1.110	14.227	15.337	1.182	16.033	17.215	1.1	1.1	1.1	1.14	15.46	16.60

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Konaklama İstatistikleri.

2014 yılında Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı destekli ve Artvin Yatırım Ofisi koordinasyonunda Sakin Şehir olma yolculuğuna çıkan ve 2015 yılında Sakin Şehir olmaya hak kazanan Şavşat ilçesinde sakin şehir üyelik kriterleri çerçevesinde hayata geçirilmeyi bekleyen birçok proje Şavşat Belediyesi ve Şavşat kaymakamlığı bünyesinde oluşturulan proje yürütme komisyonu tarafından titizlikle yürütülmektedir. Başvuru sürecinden itibaren ilk olarak ilçede doğal, tarihi ve turistik mekanların yer aldığı yavaş güzergahlar oluşturulmuştur. Ayrıca ilçede Sakin Şehirler Birliği'ne üye olduktan sonra; Şavşat Belediyesi, Şavşat Kaymakamlığı ve Şavşat Kültür ve Turizm derneği tarafından 'Sahara Pancarcı Şenliği', 'Veliköy Kar Üstü Karakucak Güreşleri', 'Marioba (Yayla Çıkma) Şenlikleri', Çavdarlı Köyü Saperkule Pancarcı Şenliği' düzenlenmiştir (Dünya Kültür Köprüsü Türkiye Tanıtım Projesi, 2011-2015).

Seferihisar ülkemizin sakin şehir başkenti olmaktan ziyade gerçekleştirdiği projeler ile de kendisinden sonra sakin şehir olan belediyeler ve adaylık başvurusunda bulunan belediyeler içinde örnek Sakin Şehir olma özelliğini korumaktadır. Seferihisar'ın sakinlik konusundaki başarısının altında çevre ve kaynakların korunması konusunda son derece bilinçli olan Seferihisar halkı ve katılımcı yönetim anlayışıyla hareket eden Seferihisar yerel yönetimleri bulunmaktadır. Seferihisar Belediyesi'nin katılımıyla başlayan sakin şehir olma hareketi ülkemizde adını duyurmak isteyen diğer küçük birçok kente de ilham kaynağı olmuştur. Türkiye'de sahip olduğu doğal, tarihi, kültürel değerleri koruyarak geleceğe aktarma amacında olan ve Sakin Şehirler Birliği'ne üye olmak isteyen 60'a yakın aday kent bulunmaktadır. Bolu-Göynük, Giresun-Tirebolu, Siirt –Aydınlar başta olmak üzere birçok aday kent inceleme çalışmaları kapsamında ulusal koordinasyon komitesi

başkanlığı tarafından ziyaret edilerek sakin şehir olma kriterlerine uygunluğu değerlendirilmektedir (http://cittaslowturkiye.org/savsat).

İKİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR DESTİNASYON VE TURİZMDE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI

Araştırmanın ikinci bölümünde araştırma konusu ile ilgili bağlantılı olarak sürdürülebilir destinasyon ve turizmde tüketici davranışları detaylı bir şekilde ele alınmaktadır. İkinci bölüm içerisinde; sakin şehir hareketini de kapsayan küreselleşme karşıtı yaklaşım ve çevresel duyarlılık ile sakin şehir hareketi arasındaki ilişki de değerlendirilmektedir. Ayrıca bu bölümde, turizmin öznesi konumunda olan turistlerin satın alma davranışları, turist memnuniyeti ile tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişki ve destinasyon imajı da ayrıntılı bir şekilde incelenmektedir.

2.1. Sürdürülebilir Destinasyon Kavramı (Turistik Bir Ürün Olarak Destinasyon Kavramı)

Araştırmanın bu kısmında varış yeri (Buhalis, 2000: 97) olarak adlandırılan destinasyon kavramı sürdürülebilirlik ışığında ele alınarak, destinasyon kavramına ait literatürde yer alan farklı tanımlar, destinasyonların özellikleri ve destinasyonların sınıflandırılması ayrıntılı bir şekilde açıklanmaktadır.

2.1.1. Destinasyon Kavramı ve Özellikleri

Destinasyon kavramı, turizm sektöründe üzerinde önemle durulan kavramlardan biridir. Çünkü, turizm sektörünün yapısı gereği turizm faaliyetlerinin tamamı yani tatil deneyimi destinasyonlar içerisinde gerçekleşmektedir. Bu anlamda, turistik faaliyetlerin destinasyon yönetimi kapsamında değerlendirilmesi artık bir zorunluluk haline gelmiştir. Destinasyon yönetiminde başarılı olamayan turistik bölgeler, turizm sektöründe rakipleri karşısında avantajını yitirmektedirler. En temel anlamıyla gidilecek yer olarak tanımlanan destinasyon kavramı, turistlerin çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak için bir araya getirilmiş faaliyetlerin odak noktası konumundaki coğrafi alanlardan oluşmaktadır. Destinasyon olarak adlandırılan turizm bölgesi, turistlerin seyahat programlarına, kültürel geçmişlerine, ziyaret amaçlarına, eğitim düzeylerine veya onların geçmiş tecrübelerine dayanan algısal bir kavramdır (Buhalis, 2000: 97). Turistik faaliyetlerin gerçekleştiği destinasyonlar, günümüz yoğun rekabet ortamında daha çok turist çekebilmek için farklı pazarlama stratejileri geliştirmekle, arz edilen ürünleri ekonomik ve sosyo-kültürel boyutlarıyla

ziyaretçilerin zihninde en iyi ve diğer destinasyonlardan farklı konumlandırma yapmakla sorumludurlar (Beerli ve Martin, 2004: 623). Literatürde birçok farklı tanımı yapılan destinasyon kavramının, sahip olduğu özellikler itibari ile turistik çekicilikleri bünyesinde barındıran, turistlerin ihtiyaç duyabileceği farklı turistik ürünlere sahip, gelirlerinin önemli bir kısmını turizm aktivitelerinden elde eden, yoğun olarak turistik ziyaretlere ev sahipliği yapan, turistleri ağırlayan, turistik tesisler, mal ve hizmetler ile desteklenmiş coğrafi bir alanı temsil ettiği söylenebilir (Karamustafa, Tosun ve Çalhan, 2015: 120). Bir bakıma turistin yaşadığı yerden ayrılıp tatil ya da iş gezisi gibi nedenlerle gideceği yerler bir bütün olarak destinasyon şeklinde tanımlanabilmektedir. Destinasyonlar, turizm ürünlerinin bir karışımı niteliğinde olup, tüketicilere bütünleşmiş bir deneyim sunarlar. Bu ürünler, ilgili turizm bölgesi adı altında tecrübe edilirler. Geleneksel olarak, turizm bölgeleri çok iyi tanımlanmış coğrafi alanlardır (Bahar ve Kozak, 2012: 78).

Sürdürülebilir destinasyon da, sürdürülebilirlik ilkelerinin; sürdürülebilir turizm politika ve uygulamalarının hem bölgeyi ziyaret eden turistler hem de yerel halk ve diğer paydaşlar için ekonomik, sosyo-kültürel tatmininin hayata geçirildiği destinasyonlardır. Avrupa Komisyonu tarafından turizm alanında sürdürülebilirliği hayata geçirmek için 2009 yılında sürdürülebilir turizm eylem planı hazırlamıştır. Bu eylem planının ana hedefleri şu şekildedir (Avrupa Komisyonu, 2012):

- Ortak bir Avrupalı kimliği oluşturmak için farklı kültürlerin katkısının öneminin vurgulanması,
- Sürdürülebilir ekonomik kalkınma amacıyla kültürel turizm faktörünün vurgulanması,
- Turizmde sürdürülebilir ve sorumluluk bilincinin Avrupa Birliği ülkeleri ve komşu ülkelerde vurgulanması,
- Avrupa'nın imajının güçlendirilerek kaliteli bir destinasyon olarak vurgulanması,
- Turizm endüstrisinde faaliyet gösteren tur operatörlerinin ve küçük ölçekli işletmelerin desteklenerek yeni destinasyonların geliştirilmesinin sağlanması.

Destinasyon, başlı başına bir turistik ürün olmakla birlikte aynı zamanda birçok turistik ürünün de bir arada sunulduğu belirli bir coğrafyayı kapsayan turistik alandır. Bir bölge turistik tüketim için bir araç olduğu gibi aynı zamanda kendisi de tüketilen bir varlıktır. Destinasyon, turistler için çekim özelliği bulunan, diğer bölge ya da coğrafi alanlardan içerdiği ve sunduğu özellikler itibariyle ayırt edilebilen ve sınırları belirlenebilen

alanlardır. Destinasyonu oluşturan unsurlar, Buhalis (2000) tarafından şu şekilde ele alınmıştır.

Tablo 21**:** Destinasyonu Oluşturan Unsurlar

No	**Unsurlar**	**İçeriği**
1	Çekicilik	Doğal, insan elinden çıkmış, bir amaca hizmet için yapılmış ve miras olarak geçmiş uygarlıklardan günümüze ulaşmış eserler ile özel olayların bütünüdür.
2	Ulaşılabilirlik	Bütün toplu taşıma araçlarının, rotaların, terminallerin ve hizmetlerin bir araya gelmesiyle oluşan ulaşım sistemidir.
3	Olanaklar	Konaklama, beslenme, satın alma ve diğer turistik hizmetlerdir.
4	Uygun Paketler	Aracılar ve turizm otoriteleri tarafından önceden düzenlenmiş tur ya da gezi paketi bütünüdür.
5	Aktiviteler	Ziyaretleri sırasında turistlerin katılabileceği bütün aktiviteleri ifade eder.
6	Yardımcı Hizmetler	Turistlerin her an ihtiyaç duyabilecekleri banka, iletişim, posta, gazete büfesi, hastaneler vb. hizmetlerin genel adıdır.

Kaynak: Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management, 21: 97-116.*

Yukarıda bahsedilen özellikler turistlerin destinasyonu ziyaret etmelerini sağlamak için olması gereken unsurlardır. Bunların dışında turistik ürün olarak kabul edilen destinasyonların kendine has özellikleri de mevcuttur. Destinasyon özellikleri David ve Tözser (2009: 1427) tarafından aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır:

- Seyahat için turistler tarafından seçilen hedef bölgedir.
- Destinasyonlar hem yerel halk hem de turistler için hizmet sağlamaktadır.
- Destinasyonlar turistlerin bakış açısından tanımlanmaktadır.
- Destinasyonlar fiziksel ve coğrafi açıdan bir bölgeyi ifade etmektedir.
- Destinasyonlar en az bir gün geçirmek için gerekli turistik çekicilikler, ürünler, servisler ve diğer yardımcı hizmetleri içeren bir bölgedir.
- Destinasyonlar paydaşların işbirliğini içermektedir.
- Destinasyonların bir imajı vardır.
- Destinasyonların bir algılanması vardır (Turistlerin her birinin zihninde destinasyon hakkında öznel bir fikri vardır).

- Destinasyonlar turistler için entegre bir deneyim sunmaktadır.
- Destinasyonlarda başarılı operasyon için bir tür komple ve entegre modern turizm kontrol ve yönetim sistemleri gereklidir.

Destinasyonlar, turizm ürünü olarak ele alındığında sahip olduğu çekicilikler itibariyle farklılık arz etmeleri ve destinasyonların kendilerine has farklı özellikleri sergilemesi literatürde farklı araştırmacıların farklı destinasyon özellikleri belirlemeleri sonucunu doğurmuştur. Hsu, Kara ve Soo tarafından (2004: 121-126) belirlenen destinasyon özellikleri aşağıdaki belirtilmiştir:

- Destinasyonun entegre bir ürün olması, destinasyonda sunulan hizmetler ve olanaklar arasında ikilik durumunu ortaya çıkarmaktadır. Bu ikililik doğrultusunda destinasyon doğrudan ve dolaylı turizmle ilgili olan ürün olmak üzere farklı parçalardan oluşmaktadır.
- Turizm ürünü olarak destinasyon, turizmin öznesi konumunda olan turistlerin elde ettiği deneyimlerden oluşmaktadır. Destinasyon pazarlamacılarının turistlerin edindiği destinasyon deneyimi üzerindeki kontrol seviyesi çok düşüktür. Bu anlamda destinasyonlar her turist için farklı anlam ve önem taşıyabilmektedir.
- Turizm ürünü olarak destinasyon kaçınılmaz bir şekilde tek bir bileşenden meydana gelmektedir. Destinasyon olarak adlandırılan coğrafi alanlar yerel, bölgesel ulusal ve uluslararası bağlamda değerlendirilmeye tabi tutulurlar. Bu durum destinasyon tanımı yapılırken onu şekillendirerek bir ürün haline getiren, pazarlayan ve yönetici konumundaki kişiler ile ürünün tüketicisi konumundaki turistler arasında destinasyona yüklenen anlamsal farklılıkların doğmasına neden olmaktadır.
- Turizm ürünü olarak destinasyonlar çoklu satışa uygundurlar. Destinasyon içerisinde yer alan bir bölge farklı turist gruplarına farklı özellikleri ön plana çıkarılarak pek çok kez satılabilir.

Rekabetin yoğun olarak yaşandığı günümüzde bir destinasyonun başarısı sahip olduğu özellikleri itibariyle farklı bileşenlerin bir araya gelmesiyle mümkün olabilmektedir. Bu noktada destinasyon pazarlamacılarının ve yöneticilerinin destinasyonu diğer destinasyonlardan ayırt edecek özelliklerinin ön plana çıkarılarak bu doğrultuda doğru stratejiler belirlemesi destinasyonun rekabet avantajı elde etme açısından hayati önem taşımaktadır.

2.1.2. Destinasyonların Sınıflandırılması

Destinasyonlar çeşitli bileşenlerin toplamından oluşan bir turizm ürününü ifade etmektedir. Destinasyonun bu özelliği nedeniyle farklı destinasyon tiplerinden bahsedilmektedir. Page (1995:1) tarafından destinasyon tipleri şu şekilde sınıflandırmaktadır:

- **Başkentler ve kültürel başkentler:** Dünyadaki siyasi olaylara ve ekonomiye yön veren Washington, Moskova ve Londra gibi başkentler ile İstanbul, Atina, Paris ve Roma gibi kültürel başkentler olarak adlandırılan destinasyonlar bu sınıflandırma içerisinde yer almaktadır.
- **Metropolitan merkezler, duvarlarla örülü kentler ile küçük kale kentler:** Tokyo, Hong Kong, New York gibi metropolitan merkezler ve York gibi duvarlarla örülü destinasyonlar bu sınıflandırmanın en güzel örneklerinden birkaçını oluşturmaktadır.
- **Büyük tarihi kentler**: Venedik, Oxford, İstanbul gibi büyük tarihi kentleri bu destinasyon sınıflandırmasına tabi tutmak mümkündür.
- **İç kent alanları**: Machester, Napoli ve Paris gibi destinasyonlar sahip olduğu çekicilikler itibari ile iç kent alanlarına sahip destinasyonlar olarak sınıflandırılmaktadır.
- **Canlandırılmış deniz kıyısı alanları:** Sydney Darling Harbour, Antalya gibi destinasyonlar canlandırılmış deniz kıyısı alanlarına sahip destinasyonlar olarak adlandırılmaktadır.
- **Endüstriyel kentler:** Singapur, Wolfsburg, Manila, Tokyo gibi endüstriyel özellikleri ile ön plana çıkan merkezlerdir.
- **Turist eğlence merkezleri:** Disneyland, Las Vegas ve Lefkoşa gibi eğlence merkezlerinin yer aldığı destinasyonlardır.
- **Kültürel sanat şehirleri:** Floransa, Viyana, Paris ve İstanbul gibikültürel ve sanatsal aktivitelere başkentlik yapan şehirler bu sınıflandırılmaya tabi tutulmaktadır.

Destinasyon sınıflandırılması ile ilgili çalışmalarda destinasyon ile ilgili bir çok değişkenin olması karşımıza farklı sınıflandırmaları çıkarmaktadır. Kozak'a (2006: 45) göre destinasyonların sınıflandırılması aşağıdaki gibidir.

- **Dinlenme hizmeti sunan destinasyonlar:** Turistlere genelde dinlenmeye yönelik hizmet sunan destinasyonlardır. Bu yörelerin karakteristik özelliği genellikle deniz-kum-güneş, termal ve dağ turizmi gibi ürünleri sunmalarından kaynaklanmaktadır.
- **Kültür hizmeti sunan destinasyonlar:** Ağırlıklı olarak kültürel beklentilerine göre seyahat eden tüketicilere hizmet sunan destinasyonlardır. Sınırları içindeki müzeler, tiyatro ve opera salonları, sanat galerileri ve çeşitli etkinliklerle dikkat çeken pek çok destinasyon vardır.
- **Tarihsel içerikli hizmet sunan destinasyonlar:** Tarihi anıt, bina, ibadet yerleri ve yapıları, ören yerleri, tarihi kentler gibi özellikleri ile öne çıkan destinasyonlar bu kapsamda değerlendirilmektedir.
- **Etnik turizm hizmeti sunan destinasyonlar**: Etnik turizm, farklı kültürlerin bir arada birbirleri ile uyumlu bir şekilde yaşamlarını sürdürdüğü yörelerde ortaya çıkan turizm çeşididir.
- **Eğlence hizmeti sunan destinasyonlar:** Turizm hareketlerine eğlence ağırlıklı amaçlarla katılan tüketicilerin gereksinimlerini karşılamaya yönelik destinasyonlardır.
- **İktisadi içerikli hizmet sunan destinasyonlar:** Ekonomi bakımından taşıdıkları önem dolayısıyla özellikle iş amaçlı seyahat edenlerin sıkça gittikleri destinasyonlarıdır. Bu destinasyonlar genellikle uluslar arası iş merkezlerinin bulunduğu büyük kentler ve başkentlerdir. Sunulan mal ve hizmetler iş yapma maksadıyla gelmiş ziyaretçilerin ihtiyaçlarını gidermeye yöneliktir. Bunun dışında boş zamanların değerlendirmesi için de çeşitli hizmetler sunulmaktadır.
- **Siyasal içerikli hizmet sunan destinasyonlar:** Siyasal yönden önemli olan kentlerin oluşturduğu destinasyonlardır. Özellikle başkentler ülkelerinin politik merkezleri olduğundan dolayı lobi faaliyetleri kapsamında yerli ve yabancı birçok ziyaretçinin uğrak noktalarındandır.

2.1.3. Sürdürülebilir Bir Destinasyon Modeli: Sakin Şehirler

İtalya'da 1999 yılında 'Yaşamın kolay olduğu kentlerin uluslararası ağı' sloganı ile yavaş yemek hareketinin devamı ve kentsel düzeyde uygulanış biçimi olarak küreselleşme karşıtı ve çevreye duyarlı yerel bir kalkınma modeli olarak ortaya çıkan sakin şehirler, sürdürülebilir bir destinasyon modeli olarak sürdürülebilirlik ilkelerinin; sürdürülebilir turizm politika ve uygulamalarının hem bölgeyi ziyaret eden turistler hem de yerel halk ve

diğer paydaşlar için ekonomik, sosyo- kültürel tatmininin hayata geçirildiği destinasyonlar olarak Sakin Şehirler Birliği bünyesindeki 30 ülkeden 213 kentle faaliyetlerini sürdürmektedir. Sahip olunan kaynakların sürekli olarak değerlendirilmesi, bu değerlendirme çerçevesinde kaynakların korunurken, koruma bilinci ön planda tutularak gelecek nesillere aktarılması anlamına gelen sürdürülebilirlik kavramı (Marshall, 1999: 706), ekonomik sürdürülebilirlik, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyo-kültürel sürdürülebilirlik olmak üzere üç temel boyuttan oluşmaktadır (Haştemoğlu, 2006: 9). Sürdürülebilirliğin dayanak noktasını oluşturan bu üç temel boyut sakin şehir hareketi kapsamında değerlendirildiğin de, sakin şehirlerin sürdürülebilirliğin ekonomik boyutunda yer alan adil paylaşımı, sosyo-kültürel boyutunda yer alan katılımı ve çevresel boyutunda yer alan doğal kaynakların korunarak geleceğe aktarılmasını destekleyen sürdürülebilir bir destinasyon modeli olduğu görülmektedir. Başlangıçta sakin şehir anlayışı içerik olarak sürdürülebilirlik ilkeleri kapsamında turizm faaliyetlerinin artmasından ziyade yerel halkın yaşam kalitesini artırmaya ve şehrin sahip olduğu değerlerin korunarak geleceğe aktarılmasına yönelik bir takım uygulamalardan oluşmaktaydı. Günümüzde gelinen noktada ise sakin şehir hareketi turizm açısından da bir çekicilik olarak tanıtılmaya başlanmıştır (Ergüven, 2011: 206). Kaynakların bilinçli bir şekilde korunarak, gelecek nesillerin de kullanımına imkân verilmesi anlamına gelen sürdürülebilirlik, destinasyonların sahip olduğu özelliklerin de geleceğe aktarılması açısından önemlidir. Sürdürülebilirlik kavramı yalnızca destinasyonların sahip olduğu doğal kaynaklar için değil, aynı zamanda sosyo-kültürel kaynakların da geleceğe korunarak aktarılması için de geçerli bir kavramdır. Turizmin etkilerinin özellikle yoğun olarak hissedildiği destinasyonlarda sosyo-kültürel ya da yaşam tarzında yozlaşmalar görülmekte, doğal ve tarihi mekânlar da turist kalabalıklığından dolayı fiziksel zararda uğramaktadır. Söz konusu durum destinasyonların sürdürülebilirliğini ciddi anlamda tehlikeye atmaktadır. Destinasyonların sürdürülebilirliği açısından bu tür durumların önüne geçmek için gerekli tedbirlerin alınması ve politikaların belirlenmesi gerekmektedir (Gökçe, 2007: 4). Günümüzde sanayileşme ve plansız şehirleşmeye bağlı olarak küreselleşmenin de etkisiyle destinasyonlar sürdürülebilir olmaktan çok uzaklaşmışlardır. Yaşamın her alanında hissedilen küreselleşme süreci yerel düzeylerde dahi ekonomik ve sosyo-kültürel hayatı etkisi altına almış durumdadır. Küreselleşmenin olumsuz sonuçlarından olan tekdüzeleşmeye tepki olarak doğan sakin şehir hareketi kullandığı farklı metodlarla küreselleşmenin olumsuz sonuçlarını değiştirmek ve sürdürülebilir destinasyonlar

oluşturmak için ortaya atılmış alternatif bir modeldir (Nilsson, Svard, Widarsson ve Wirell, 2011: 373). Küreselleşme karşıtı yerel bir kalkınma modeli olarak sürdürülebilirlik ilkelerinin destinasyon bazında uygulanmasını ifade eden sakin şehir hareketi, insanların birbirleriyle iletişim kurabilecekleri, sosyalleşebilecekleri, kendi kendine yetebilen, sürdürülebilir, el sanatlarına, doğasına, gelenek ve göreneklerine sahip çıkan ama aynı zamanda alt yapı sorunları olmayan, yenilenebilir enerji kaynakları kullanan, teknolojinin kolaylıklarından yararlanan şehirlerin gerçekçi bir alternatif olacağı hedefiyle yola çıkan bir felsefedir. Sakin şehir hareketinde temel amaç, yaşanabilir ve gelecek nesillere korunarak aktarılabilen destinasyonlar yaratmaktır. Şehirlerin hangi alanlarda önemli ve özel olduklarını düşünmeleri, bu özelliklerini koruyarak gelecek nesillere aktarılması stratejisiyle hareket eden sakin şehirler; şehrin dokusunun, renginin, müziğinin, doğal, tarihi ve kültürel zenginliklerinin bir uyum içinde değerlendirilerek, şehir sakinleri ve ziyaretçilerin bu uyumu bir bütün halinde zevk alınacak bir hızda yaşaması fikrini savunmaktadır. Ayrıca, Sakin Şehir Birliği'nin yayınladığı ilk manifesto olan Sakin Şehir Manifestosu'nda, sakin şehir üyelik kriterleri başlığı altında yer alan ve birliğe üye olmak isteyen yerel yönetimlerin yerine getirmesi gereken kriterler tamamıyla sürdürülebilir kalkınma başlığı altında yer alan konulardan esinlenerek hazırlanmıştır. Bu sebepten dolayı, sakin şehirler sürdürülebilirlik ilkelerinin kentsel ölçekte uygulama alanları olan sürdürülebilir destinasyonlar olarak kabul edilmektedir (Coşar, 2013: 35).

Sakin şehir hareketi, kentlerin hangi alanlarda güçlü ve zayıf olduklarını analiz etmelerini ve sahip oldukları imkânlar çerçevesinde bir strateji geliştirmelerini teşvik etmektedir. Bu durum da sürdürülebilir destinasyon oluşturma ve küreselleşmenin olumsuz etkilerinden korunma sürecinde son derece önemli bir adımdır. Küreselleşmenin şehirlerin dokusunu, sakinlerini ve yaşam tarzını standartlaştırmasını ve yerel özelliklerini ortadan kaldırmasını engellemek amacı güden sakin şehirler küreselleşmenin yarattığı homojen mekânlardan biri olmak istemeyen, yerel kimliğini ve özelliklerini koruyarak dünya sahnesinde yer almak isteyen sürdürülebilir olma arzusunda olan destinasyonlardır (Şarman, 2011: 86).

Araştırmada destinasyon özellikleri başlığı altında ele alınan ve Avrupa Komisyonu tarafından turizm alanında sürdürülebilirliği hayata geçirmek için 2009 yılında hazırlanan sürdürülebilir turizm eylem planı incelendiğinde mevcut sakin şehirlerin sürdürülebilir turizm ilkelerinin uygulanabilirliği ve sürdürülebilir destinasyon yaratma sürecine son derece uygun coğrafi alanlar olduğu görülmektedir. Çünkü sürdürülebilir destinayon

yaratma sürecinde sakin şehirler, içinde bulunduğumuz hızlı ve küresel anlamda homojenleşmiş zamana cevaben ortaya konulan, bu nedenle küreselleşme bağlamında yerel farklılıkları vurgulayan ve yerel olarak yaşam kalitesini arttırma arayışında olan sürdürülebilir bir harekettir (Pink, 2008: 97).

Araştırmada destinasyonların sınıflandırılması başlığı altında ele alınan ve Kozak (2006: 45) tarafından yapılan destinasyonların sınıflandırılması dikkate alındığında, Sakin Şehir Birliği'nde yer alan üye şehirlerin; dinlenme hizmeti sunan, tarihsel içerikli hizmet sunan, etnik turizm hizmeti sunan ve eğlence hizmeti sunan destinasyonlar başlıkları altında toplanabileceğini söylemek mümkündür.

Sakin şehirler her nekadar sürdürülebilir destinasyonlar yaratmak için alternatif bir çözüm olsa da sakin şehirlerin de varlığını tehdit eden ve acil çözüm bekleyen bir takım sorunları mevcuttur. Bu sorunların başında sakin şehirler küreselleşme karşıtı yerel bir kalkınma modeli olarak ortaya çıkmış olsa da günümüzdeki yapısı itibari ile sınırları aşan küresel bir güç konumuna gelmiştir ve sürdürülebilirlik kapsamında oluşturulan sakin şehir olma kriterleri aday ve üye şehirler için uygulanmaya çalışılırken mevcut kriterlerin farklı ölçülerde uygulanma tehlikesi ile karşı karşıya gelinebilmektedir (Coşar, 2013: 33). Ayrıca bir ülkedeki sakin şehir başkenti konumunda olan sakin şehirlerin aday şehir başvurularında ön elemeleri değerlendirirken tarafsızlık ilkesini göz ardı edebilecek olma ihtimali diğer bir riski oluşturmaktadır. Sakin şehirleri bekleyen diğer sorunlar arasında; yöre halkının sakin şehir kriterleri kapsamındaki çalışmalara önem vermemesi ve desteklememesi, sakin şehirlerin dışarıdan bakıldığında yavaş gelişen ve çağın gereksinimlerine yavaş cevap veren yerler olarak algılanması, bunun yanında sakin şehirlerde yaşayan yöre halkının ve ziyaretçilerin gelir düzeyi yüksek elit kişilerden oluştuğu düşüncesi, üyelik sürecinden sonra turist sayılarına bağlı olarak artan talebin karşılanamaması gibi sorunlar başı çekmektedir (Ergüven, 2011: 208).

Yukarıda sıralanan sorunlar sakin şehir hareketinin gelişimi önünde bir sorun teşkil etse de; sakin şehir hareketi, şehirlerin markalaşma ve yenilikçilik kapasitelerinin artırılması, tarımsal üretim kalitesinin arttırılarak sağlıklı tarım ürünleri yetiştirilmesi, kültürel değerlerin korunarak sosyal ve kültürel altyapı gelişimi gibi hedefler ile bir çok destinasyon yöneticisinin sürdürülebilir destinasyon yaratma kapsamında üyesi olmayı arzu ettiği ayrıcalıklı bir birlik konumundadır. Ayrıca, sakin şehir felsefesini benimseyen şehirlerde sürekli ve dengeli kalkınmanın gerçekleştirilmesiyle; ekonomik faaliyetler,

çevrenin korunması ve sosyal gelişme arasında etkin bir bağ kurabilme arzusu da sürdürülebilir destinasyon yaratma sürecinde Sakin Şehir Birliği'nin gelecek nesiller için üstlendiği rolün önemini belirtmektedir (Şarman, 2011: 86).

2.2. Destinasyon İmajı

Başarılı bir destinasyon pazarlama stratejisinin ön koşulu olarak değerlendirilen destinasyon imajı, turistlerin karar verme sürecinde ve ziyaret edilen destinasyonun turistler tarafından nasıl algılandıklarının anlaşılması bakımından son derece önemli bir rol oynamaktadır (Bigne, Sanchez ve Sanchez, 2001: 607). Çünkü, bireylerin karar verme sürecinde destinasyon ile ilgili önceden sahip olunan bilgiler, izlenimler, önyargılar ve beklentilerden oluşan imaj, destinasyon tercihini doğrudan etkilemektedir (Opperman, 1996: 175). 1999 yılında İtalya'da küreselleşme karşıtı ve yaşanabilir kentler oluşturma hedefi ile yerel bir kalkınma modeli olarak ortaya çıkan sakin şehirlere yönelik ziyaretçilerin zihninde oluşan algılamalar, bu algılamalara etki eden faktörler ve sakin şehir hareketinin ziyaretçiler tarafından ne şekilde değerlendirildiğinin anlaşılması, sakin şehirlerin gelecekteki varlığını sürdürmesi ve rekabet avantajı elde etmesi açısından son derece önemlidir. Çünkü günümüzde destinasyonlar arasında yaşanan asıl rekabetin ziyaretçilerin zihninde olumlu bir yer edinme amacının taşıdığı ve destinasyon imajının bireylerin satın alma davranışları ve eğilimleri açısından önem arz ettiği anlaşılmaktadır (Matos vd. 2012: 102).

İlk olarak psikoloji alanında yapılan çalışmalara konu olan imaj kavramının, daha sonra farklı disiplinler tarafından farklı anlamlar içerecek biçimde kullanıldığı görülmektedir. Psikologlar tarafından, kişilerin duyular yoluyla elde ettikleri bilgilerin hafızalarında depolanarak, geçmiş deneyimleri sonucu oluşan farklılıklar şeklinde tanımlanan imaj; (Echtner ve Ritchie, 2003:39), Jenkins' e göre, (1999:1), zihinde görseli temsil eden bir ifade olarak tanımlanmaktadır. Turizm alanında yapılan çalışmalarda ilk olarak 1971 yılında Hunt tarafından varış yeri imajı olarak kullanılan destinasyon imajı kavramı; Crompton (1979) tarafından, bir kişinin ziyaret edilecek yer ile ilgili sahip olduğu inançlar ve fikirler bütünlüğü; Clantone vd. (1989) tarafından, turistlerin destinasyona yönelik algılamaları, Parentau (1995) tarafından, turizm ürünü veya destinasyon ile ilgili olumlu-olumsuz önyargıları, Bigne vd. (2001) tarafından, ziyaret edilen destinasyonun turistler tarafından objektif bir biçimde değerlendirilmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Martin ve Bosque, 2008: 264 ve Echtner ve Ritchie, 2003: 41).

Destinasyon imajı kavramı, son dönemlerde turizm pazarlaması çalışmalarında önemli ölçüde yer alan bir konu haline gelmiştir. Bu kavramı ele alan çalışmaların bir kısmı belirli destinasyonların turistler tarafından algılanan imajlarını ölçmeleri üzerinde yoğunlaşırken diğer bir kısım çalışmalar ise imaj algısını oluşturan faktörleri analiz edip kavramsal bir temel oluşturduktan sonra imaj algısını ölçmeye çalışmıştır. Destinasyon imajı konusunda yapılan çalışmalar özellikle 1990'lardan itibaren artmış ve aşağıdaki konularda yoğunlaşmıştır (Baloğlu ve McCleary, 1999: 869-870):

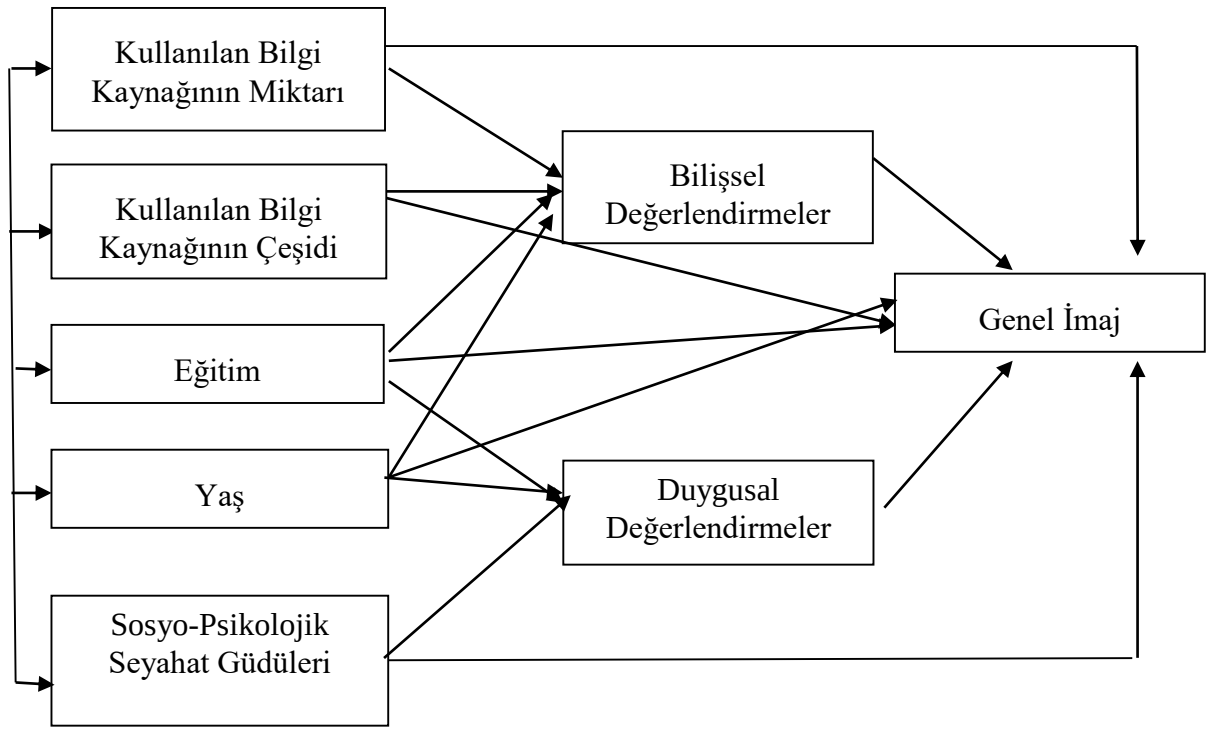
- Turistin algıladığı imaj ve destinasyonların yaymaya çalıştıkları imaj arasındaki farklar,
- Önceki ziyaretlerin güncel algılamalara etkisi,
- Turistin destinasyona uzaklığı, coğrafi konumu ve imaj ilişkisi,
- Destinasyon imajının ölçümü veya imajın derecesini etkileyen faktörler,
- İmaj değişiminde zamansal etkiler,
- İmaj ve seyahat amaçları arasındaki ilişkiler,
- Destinasyon imajı ve turistin sosyo-demografik profili arasındaki ilişkiler.

Turistler satın alma karar sürecinde, herhangi bir karar vermeden önce turistik ürün hakkında bilgi toplama ve elde edilen bilgiyi değerlendirme davranışı içerisinde yer alır. Destinasyon imajı ile ilgili şimdiye kadar yapılan araştırmalar sonucunda, eğer turistik ürün turist tarafından daha önce denenmemiş ise turist, yakın çevresinden, ticari olsun ya da olmasın çeşitli mesajlardan ve gitmeyi düşündüğü ülke ile ilgili medya kanalıyla sahip olduğu imajdan büyük oranda etkilenmektedir (Tunç, 2003: 39). Destinasyon imajı çalışmalarında temel varsayım, destinasyon imajının kişilerin seyahate karar vermelerinde önemli bir rol oynadığı ve kişileri etkilediği üzerine kurulmuştur. Destinasyon imajı; karar verme sürecinde, kişinin seyahat kararı ile ilgili tatmin ve tatminsizliği etkileyen önemli bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Seyahat kararını etkileyen tatmin ve tatminsizlikler, destinasyon hakkındaki önceden elde edilmiş imajlara ve destinasyonların kişilerin tatminine yönelik olarak yapmış olduğu faaliyetlerin performansına bağlı olarak değişmektedir (Tarakçıoğlu ve Aydın, 203:170). Bu bağlamda Matos vd. (2012:102) tarafından yapılan araştırmada; günümüzde destinasyonlar arasında yaşanan asıl rekabetin tüketicinin zihninde olumlu bir yer edinme amacını taşıdığı, çünkü destinasyon imajının bireylerin satın alma davranışları ve eğilimleri açısından önem arz ettiği belirtilmektedir. Destinasyon imajının turist davranışları üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla Bigne vd

(2001) tarafından yapılan bir diğer önemli araştırma sonuçlarına göre; destinasyon imajının, algılanan hizmet kalitesi ve turist memnuniyetini doğrudan etkileyerek, turistlerin aynı destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde de etkili olduğunu göstermiştir. Pike ve Ryan ise (2004:104), destinasyonların varlığını sürdürmedeki başarısında en önemli rekabet unsurunun, turistlerin zihninde destinasyon ile ilgili oluşan algılamalar olduğunu belirtmektedir.

2.2.1. Destinasyon İmajının Oluşumu

Destinasyon imajı alanında yapılan birçok araştırmada, destinasyon imajının genel olarak çok boyutlu bir yapıya sahip olduğu belirtilerek bu boyutlar üzerinde tam olarak genel bir fikir birliği sağlanamamıştır. Baloğlu ve McCleary (1999:870) tarafından yapılan çalışmada; destinasyon imajının bireylerin sahip olduğu özelliklere bağlı olarak, bilişsel imaj ve duygusal imaj olmak üzere iki temel boyutun bir araya gelmesinden oluşan genel imaj kavramıyla açıklanabileceği ileri sürülmektedir. Baloğlu ve McCleary (1999) tarafından geliştirilen model Şekil 15'de gösterilmektedir.

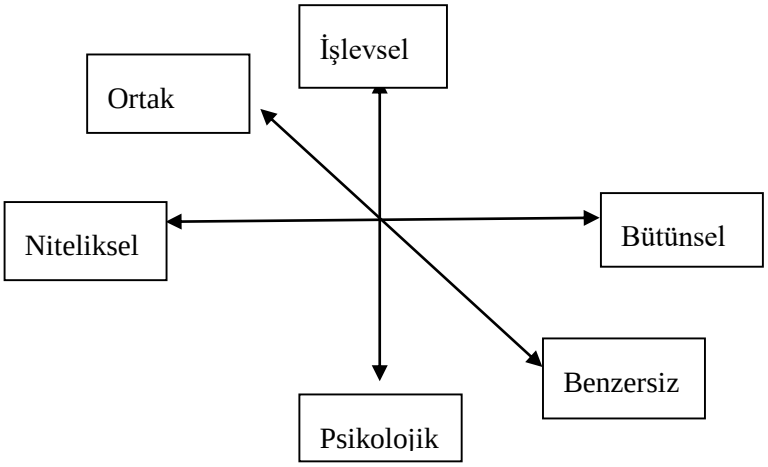


Şekil 15**:** Destinasyon İmajı Oluşum Modeli.

Kaynak: Baloğlu, Ş. & McCleary, K.W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research, 26 (4). s.* 871

Baloğlu ve McCleary (1999) tarafından ileri sürülen modelde genel imaj, kişinin bilişsel ve duygusal değerlendirmelerine ek olarak, kişi tarafından kullanılan bilgi kaynağının çeşidi ve miktarı, eğitim, yaş ve sosyo-psikolojik güdüler gibi değişkenlerden etkilenmektedir (Baloğlu ve McCleary, 1999:871). Bilişsel imaj, kişilerin bir destinasyonu daha önceden ziyaret edip etmemelerine bakmaksızın, destinasyon hakkında sahip olunan bilgilerin toplamından oluşmaktadır (Pike ve Ryan, 2004:5). Başka bir ifade ile bilişsel imaj, destinasyonun sahip olduğu çekiciliklerden dolayı turisti o destinasyonu ziyaret etmeye teşvik eden destinasyon ile ilgili özellikler toplamıdır (Beerli ve Martin, 2004:658-659). Duygusal imaj ise bireyin destinasyona karşı olan olumlu veya olumsuz hislerine bağlı olarak oluşan ve bilişsel imaj tarafından etkilenen imaj olarak ifade edilmektedir. Duygusal imaj bilişsel imajdan etkilenmekte ve bilişsel imaj hem duygusal hem de genel imajı etkilemektedir (Baloğlu ve McCleary, 1999:870). Gartner (1993:196) tarafından yapılan araştırmada ise; destinasyon imajının bilişsel ve duygusal imaja ek olarak davranışsal boyutları da içeren bir sistemden oluştuğu ileri sürülmektedir. Davranışsal imaj, bireyin destinasyon ile ilgili sahip olduğu bilgiler ve duygular üzerine kurulan niyet ya da hareket ile ilgili olan boyuttur.

Echtner ve Ritchie (2003: 45) tarafından yapılan araştırmada; destinasyon imajını konu edinen 15 çalışma detaylı bir şekilde analiz edilerek, destinasyon imajının bileşenleri işlevsel/psikolojik, niteliksel/bütünsel ve ortak/benzersiz olmak üzere üç farklı eksende Şekil 15 te gösterilmiştir.



Şekil 16**:** Destinasyon imajının bileşenleri

Kaynak: Echtner, C. M. & Ritchie, J.R. B. (2003). The meaning and measurement of destination image. *The Journal of Tourism Studies, 14 (1),* 45.

Şema 16' ya göre işlevsel imaj; çekicilikler, tesisler, fiyat gibi gözlemlenebilir ve ölçülebilen özelliklerle ilgiliyken, psikolojik imaj gözlemlenmesi ve ölçülmesi zor olan soyut özelliklere ilgilidir. Niteliksel/bütünsel çerçevede ise; konaklama hizmetlerinin kalitesi, atmosfer, çalışanların tutumu gibi destinasyon imajına ait özelliklerin bireysel ya da bir bütün olarak algılanmalarını ifade etmektedir. Son olarak, destinasyonu rakiplerinden farklı kılan ve rakip destinasyonlarda da bulunabilecek özellikler de destinasyona özgü ortak/benzersiz özellikler çerçevesinde ele alınmaktadır (Echtner ve Ritchie, 2003: 43).

Şekil 16'da gösterilen ve üç boyut dâhilinde ele alınan model çerçevesinde elde edilen sonuçlar şu şekildedir (Echtner ve Ritchie, 2003: 44):

- Destinasyon imajı destinasyonun sahip olduğu özelliklerin ayrı ayrı algılanması ve destinasyon tarafından oluşturulan genel izlenimlerin toplamından oluşmaktadır.
- Destinasyon imajı, destinasyonun sahip olduğu çekicilikler, tesisler, fiyat gibi gözlemlenebilir ve ölçülebilen somut işlevsel özellikleri ve gözlemlenmesi ve ölçülmesi zor olan soyut psikolojik özelliklerden oluşmaktadır.
- Destinasyon imajı, bütün destinasyonların birbiriyle kıyaslanabildiği ortak özellikler ve yalnızca bazı destinasyonlara özgü destinasyona has olan eşsiz ve kendine özgü özellikler aracılığı ile de incelenebilmektedir.
- Destinasyon imajını işlevselleştirebilmek için ayrı ayrı tüm destinasyon özelliklerinin yanı sıra destinasyon genel izlenimlerinin de ölçülmesi gerekmektedir.

Echtner ve Ritchie (2003) tarafından yapılan araştırmada, 1975-1990 yılları arasında destinasyon imajı konusunda yapılmış 15 çalışma analiz edilerek destinasyon imajı ölçümünde daha önce araştırmacılar tarafından kullanılan 34 özellik işlevselden psikolojik olana doğru ele alınarak en çok kullanılan özellikler Tablo 22'de gösterilmektedir.

Tablo 22: 1975-1990 Yılları Arasında Araştırmacılar Tarafından Kullanılan Destinasyon İmajı Özellikleri Listesi

İŞLEVSEL	Destinasyon İmajına Ait Özelliklerin Yer Aldığı Araştırma Sayısı
1. Manzara, doğal çekicilikler	13
2. Maliyet/fiyat düzeyi	9
3. İklim	8
4. Turistik çekicilikler/faaliyetler	8
5. Gece hayatı ve eğlence	8
6. Spor tesisleri/faaliyetleri	8
7. Doğal parklar/vahşi hayat	7
8. Yerel altyapı/ulaşım	7
9. Mimari yapı/binalar	7
10. Tarihi alanlar/müzeler	6
11. Plajlar	6
12. Alışveriş imkânları	5
13. Konaklama imkânları	5
14. Kentler	4
15. Fuarlar, sergiler, festivaller	2
16. Turizm danışma ve turlar	1
17. Kalabalık	4
18. Temizlik	4
19. Kişisel güvenlik	4
20. Ekonomik kalkınma ve refah	3
21. Erişebilirlik	2
22. Şehirleşme derecesi	1
23. Ticarileşme derecesi	2
24. Politik istikrar	1
25. Konukseverlik/dostça karşılama	11
26. Farklı gelenekler/kültürler	7
27. Farklı yiyecek ve içecek kültürleri	7
28. Rahatlatıcı, sakinleştirici etki	5
29. Atmosfer	4
30. Macera fırsatları	3
31. Öğrenme ve bilgi artırma fırsatları	2
32. Aileye uygunluk	
33. Hizmet kalitesi	
34. Ün ve itibar	
PSİKOLOJİK	

Kaynak: Echtner, C. M. & Ritchie, J.R. B. (2003). The meaning and measurement of destination image. *The Journal of Tourism Studies, 14 (1),* 48.

Echtner ve Ritchie (2003) tarafından yapılan araştırma sonuçlarına göre; manzara ve doğal çekicilikler araştırmalarda en fazla kullanılan destinasyon özelliği olurken, konukseverlik,

konaklama imkanları, iklim, alışveriş imkanları, gece hayatı, ulaşım imkanları gibi pek çok destinasyon özelliği de destinasyon imaj araştırmalarında sıklıkla kullanıldığı görülmektedir.

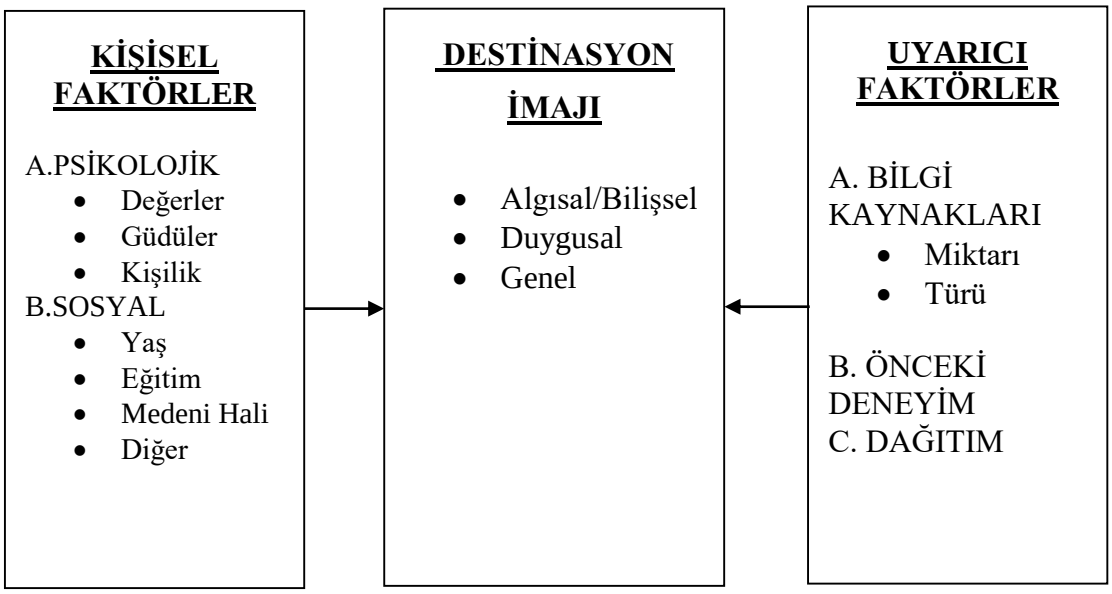
2.2.2. Destinasyon İmajının Oluşumuna Etki Eden Faktörler

İmaj, turizm pazarlamasında tursitlerin davranışını belirleyen en önemli kavramlardan biridir. Bu nedenle ülke veya bölge imajının nasıl oluştuğunu ve imajın hangi faktörlerden etkilendiğini anlamak son derece önemli bir konudur (Baloğlu ve McCleary, 1999: 871). Destinasyon imajını oluşumu açısından; organik imaj, oluşturulan (yaratılan) imaj ve karma imaj olmak üzere üç başlık altında incelemek mümkündür. Organik imaj; kasıtlı ve bilinçli olarak değil, tarihsel süreç içinde eğitim, medya, aile, kitaplar, referans grupları aracılığı ile bireylere ulaşan bilgiler sonucunda kendiliğinden oluşan imajdır. Organik imajlar uzun zamanda oluşur ve kalıcıdır, kısa zamanda değiştirilemez, bu bakımdan organik imajın tarihsel bir yönü vardır ve ülkenin veya bölgenin tanıtma çabalarının dışında olan bilgi kaynaklarından gelen bilgiler sonucunda oluşur. Organik imajın oluşumunun dışarıdan kontrol edilmesi mümkün değildir (Temizkan, 2005: 11). Oluşturulan destinasyon imajı ise; bilinçli olarak turizm işletmeleri ve ulusal turizm örgütlerinin tanıtma çabaları sonucunda ortaya çıkan imajdır. Oluşturulan imaj, daha çok satış geliştirme çabaları ile geliştirilmiş olan bir imajdır (Avcıkurt, 2005: 24). Karma imaj ise, organik imajın ve oluşturulan imajın birbiriyle etkileşmesi sonucu, bireyin destinasyonu ziyaret ederek destinasyonla ilgili kişisel deneyim sahibi olması sonucu ortaya çıkan imajdır. Organik imajın kişinin kendi deneyimlerinden daha kuvvetli ve ön planda olduğunu destekleyen çeşitli araştırmalar söz konusudur (Baloglu ve Mc Cleary, 1999: 870).

Stabler (1988) tarafından bilgi kaynaklarının destinasyon imajı oluşumundaki rolünü inceleyen çalışmada, turistlerin algıladıkları destinasyon imajını etkileyen faktörleri, arz ve talep faktörleri olmak üzere iki başlık altında incelemiştir. Destinasyon imajını etkileyen talep faktörleri; güdüler, kişinin geçmiş deneyimleri, psikolojik durumu, sosyo-ekonomik özellikleri ve çevresindeki duyumlarından oluşurken, arz faktörleri ise destinasyon ile ilgili medyada yer alan haberlerden oluşmaktadır (Jenkins, 1999:3).

Baloğlu ve McCleary, (1999) tarafında yapılan araştırmaya göre; destinasyon imajının oluşumunda etkili olan faktörler uyarıcı faktörler ve kişisel faktörler olarak ikiye

ayrılmıştır ve Şekil 17'de bu faktörlerin destinasyon imajını nasıl etkilediği gösterilmektedir.



Şekil 17**:** Destinasyon imajı oluşumunu etkileyen faktörler**.**

Kaynak: Baloğlu, Ş. & McCleary, K.W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research, 26 (4).* 870.

Şekil 17'de gösterildiği üzere imaj, bireyin bir destinasyon hakkındaki bilgi, inanış, duygu ve genel izlenimlerinin tamamından oluşmaktadır ve destinasyon imajı; algısal/bilişsel, duygusal ve genel imaj bileşenleriyle açıklanmaktadır (Baloğlu ve McCleary, 1999:870). Modele göre destinayon imajını etkileyen faktörlerden algısal/bilişsel değerlendirme, bir destinasyonun özellikleri hakkındaki bilgi veya inanışlardan oluşmaktadır. Duygusal değerlendirme ise destinasyona karşı hissedilen duyguları ifade etmektedir. Destinasyon imajının duygusal bileşeni, bireyin destinasyon seçimine yönelik güdüsü ile ilgilidir. Bu durumda imaj, destinasyonla ilgili bilişsel değerlendirmelere ve bilişsel tepkilerin bir sonucu olarak destinasyona verilen duygusal tepkilere bağlıdır. Genel imaj ise bilişsel ve duygusal bileşenlerin toplamından oluşmaktadır. Modelde yer alan uyarıcı faktörler de, dış uyarıcılar olan bilgi kaynağından ve bireylerin önceden edindiği tecrübeler kadar fiziksel objelerden de kaynaklanmaktadır. Diğer yandan kişisel faktörler, bir yeri algılayan kişinin sosyal ve psikolojik özellikleri ile ilgili olan faktörlerden oluşmaktadır (Baloğlu ve McCleary, 1999: 870).

Govers ve Go (2009: 41) tarafından yapılan araştırmada ise destinasyon imajı oluşumunu etkileyen faktörler şu şekilde sıralanmaktadır:

- Açık bir şekilde uyarılan faktörler,
- Örtülü bir şekilde uyarılan faktörler,
- Bağımsız olan faktörler,
- Doğal faktörler,
- Farklı bilgi kaynaklarından edinilen bilgiler,
- Destinasyonun kişi tarafından ziyaret edilmesi sonucu oluşan imaj.

2.3. Sakin Şehir Hareketi, Küreselleşme Karşıtlığı ve Çevresel Duyarlılık İlişkisi

1999 yılında yerel bir kalkınma modeli olarak İtalya'da başlayan sakin şehir hareketi, tüketim temelli hızlı yaşamın yarattığı homojen mekânlardan biri olmak istemeyen, sahip olunan doğal çevre ve yerel kimliğin korunarak insanların birbirleriyle iletişim kurabilecekleri, sosyalleşebilecekleri, kendine yetebilen, el sanatlarına, doğasına, gelenek ve göreneklerine sahip çıkan ama aynı zamanda alt yapı sorunları olmayan, yenilenebilir enerji kaynakları kullanan, teknolojinin kolaylıklarından yararlanan sürdürülebilir kentler yaratma hedefiyle, 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren endüstri devrimi ile birlikte batı dünyasında başlayan, teknolojik alanda gerçekleşen yeniliklerle sınır tanımadan tüm dünyayı etkisi altına alan ve küreselleşme olarak ifade edilen akıma karşı bir tepki olarak doğmuştur. Genel anlamda sakin şehir hareketi ile ilgili yapılan tanımlar ve sahip olduğu özellikler incelendiğinde; hareketin kendisini küreselleşme karşıtı, çevreye saygılı ve çevresel duyarlılığı yüksek sürdürülebilir yerel bir kalkınma modeli olarak ifade ettiği görülmektedir. Bu durum araştırma kapsamında küreselleşme, küreselleşme karşıtlığı ve çevresel duyarlılık kavramlarının detaylı bir şekilde incelenerek sakin şehir hareketi ile ilişkilendirilmesi gerekliliğini de beraberinde getirmektedir.

2.3.1. Küreselleşme ve Küreselleşme Yaklaşımları

Küreselleşme, son yıllarda farklı alanlarda etkileri itibari ile üzerinde en çok tartışma yapılan konulardan biri olmasına rağmen, tanımıyla ilgili görüş birliğine varılamayan bir kavramdır (Manning, 1999:137).

Held ve diğ. (2003, 67) küreselleşmeyi, dünyanın herhangi bir bölgesinde meydana gelen ekonomik, sosyo-kültürel ve politik faaliyetlerin ya da alınan kararların, dünyanın farklı alanlarındaki coğrafyaları ve toplumları etkilemesi olarak tanımlamaktadır.

Giddens'e (1990: 188) göre küreselleşme; herhangi bir ülkede çeşitli sebeplerden dolayı ortaya çıkan olayların farklı ülkelerdeki kişi ve toplumları etkilemesi ya da ülke sınırları dışında meydana gelen olayların etki alanının sosyal ilişkiler düzeyinde tüm dünyada yoğun bir şekilde hissedilmesi olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca Giddens (2000: 40) küreselleşmeyi, politik ve ekonomik etkilerin bir araya gelerek, dünyanın farklı kıtalarında yer alan devletlerin, uluslararası iş çevreleri ve sosyal grupların gelişimi için katkıda bulunduğu karmaşık bir süreç olarak nitelendirmektedir.

Uluslararası Çalışma Örgütü ve Dünya Bankası gibi küresel anlamda önemli etkiye sahip olan kuruluşlar tarafından da küreselleşme tanımlanması yapılmıştır. Uluslararası Çalışma Örgütü küreselleşmeyi; uluslararası ekonomik serbestliğin, sermaye ve yatırımların bilgi teknolojilerindeki değişim ve hızın kazandırdığı ivme ile bütün dünya ülkelerinde görülen ekonomik entegrasyon olarak tanımlanmaktadır (Torres, 2001: 7). Dünya Bankası tarafından 2000 yılı Mayıs ayında düzenlenen 'Küreselleşme ve Yoksullaşma' konulu forumda yapılan ve dünya üzerindeki değişimin hızının öneminin altının çizildiği tanıma göre küreselleşme; dünyada gerçekleşen ekonomik faaliyetlerdeki hızlı yükselişin artan bir kısmının, meydana geldiği ülkede değil, farklı ülkelerdeki kişi ve kuruluşlar arasında gerçekleştirilmesi olarak ifade edilmiştir (Gökdere, 2001:72).

Küreselleşmenin tanımıyla ilgili farklı çevreler tarafından görüş birliğine varılamamasına rağmen tanımın içerisinde yer alması gereken ve küreselleşmenin unsurları olarak ifade edilen hususlar şu şekildedir (Bowden, 2004: 6):

- Sermaye ve yatırımların sınırları aşacak şekilde dolaşımı,
- Sınırlar arası serbest mal ve hizmet ticareti,
- Teknolojik gelişmelerde yaşanan baş döndürücü hız,
- Yeni istihdam biçimleri ve işgücünün uluslararası serbest dolaşımı,
- Uluslararası rekabet seviyesini arttıracak yasal düzenlemeler.

Küreselleşmenin geçirdiği evreler incelendiğinde kavramın günümüzdeki halini üç ana evreden geçerek aldığını belirtmek mümkündür. Bu ana evreler; 1800'lü yılların sonlarından itibaren 1914'lere kadar olan dönem, 1914'ten itibaren 1950'lere kadar olan dönem ve 1950 sonrası dönem. 1800'lü yılların sonlarından 1914'lere kadar olan birinci evrede, küreselleşmenin özellikle ekonomik anlamda oldukça ileri düzeyde hissedildiği görülmektedir. Bu evrede, sınır ötesi ticaretin önündeki engeller minimum seviyelere

gerilemiş, uluslararası piyasaların entegrasyonu derinleşmiş, ulaşım maliyetleri ve uluslararası alanda kişilerin serbest dolaşımı önündeki kısıtlamalar en düşük seviyelere çekilmiştir. Küreselleşmenin yayılmasına neden olan bu etkenler 1914'lerden 1950'lere kadar geçen süre içerisinde ise tersine işleyen bir hal almıştır. 1914-1950 yılları arasında; I. Dünya Savaşı ile başlayan, Büyük Ekonomik Buhran ile devam eden ve II. Dünya Savaşı'nın bitmesi ile sona eren bu evre, küreselleşme ve uluslararası entegrasyonun ciddi bir biçimde sekteye uğradığı bir döneme denk gelmektedir. Politik anlamda aşırı-ulusalcılık, ekonomik anlamda korumacılık ve kendi kendine yeterlilik türündeki eğilimler bu dönemin tipik özellikleri arasında sayılmaktadır. 1950 sonrası dönemde ve özellikle 1980'li yılların sonunda ise küreselleşme büyük bir ivme kazanarak günümüzdeki haline ulaşmıştır. Ekonomik anlamda küreselleşmenin ivme kazanmasını sağlayan etkenler arasında; uluslararası yatırım ve sermaye akımlarının hacminin artması, küresel mal ve hizmet üretim süreçlerinde teknolojik gelişmelere bağlı olarak büyük bir dönüşüm yaşanması gibi faktörler kilit rol oynamıştır. Ayrıca, II. Dünya Savaşı sonrası dönemde siyasi küreselleşme büyük bir ivme kazanmıştır. Teknolojik anlamda, 1950'lerden günümüze kadar olan süreçte, dünyanın hemen her kesiminde etkileri hissedilen iletişim devrimi yaşanmıştır. 1980'li yıllar sonrasında, küreselleşmenin çevresel, demografik ve kültürel boyutları da dünya gündeminin ilk sıralarında yer almaya başlamıştır (Bayar, 2009: 26-27).

Küreselleşmeyi hızlandıran birçok etken olmasına rağmen; küreselleşmenin bu şekilde hızlı yayılmasını sağlayan en önemli etken olarak bilgi teknolojilerinde yaşanan baş döndürücü gelişmelere işaret edilmektedir. Ayrıca küreselleşme bir süreç olarak ifade edilirse küreselleşmeyi hızlandıran etkenleri şu şekilde sıralamak mümkündür (Gökdere, 2001: 77-90):

- Küresel üretim ve mal ticaretindeki gelişmeler,
- Hizmet ticaretindeki gelişmeler,
- Yabancı doğrudan yatırımlar,
- Çok uluslu şirketler,
- Özelleştirmeler,
- Teknolojik gelişmeler.

Küreselleşmenin tanımı ve geçirdiği evreler dikkate alındığında küreselleşmenin; ekonomik, siyasi, kültürel, teknolojik ve çevresel boyuttan oluşan karmaşık bir yapıya

sahip olduğu ve bu boyutların sürekli olarak etkileşimde bulunarak küreselleşme kavramını şekillendirdiği görülmektedir.

Küreselleşmenin ekonomik boyutu, daha çok gelişmekte olan ülkelerde ön plana çıkan bir eğilim olarak gözlenmektedir (Dulupçu, 2001: 22). Ekonomik anlamda küreselleşme, uluslararası sermaye ve yatırımların sınırları aşarak dünya genelinde yayılması anlamına gelmektedir (Manning, 1999: 138). Ekonomik küreselleşme, serbest piyasa ekonomisinin gelişmesini, sermayenin uluslararası anlamda serbestlik kazanmasını ve çok uluslu şirketlerin faaliyetlerinin artarak dış ticaret hacimlerinin genişlemesi gibi sonuçları beraberinde getirmiştir (Aktel, 2001: 197).

Küreselleşmenin siyasi boyutu, siyasal güç ve yönetim şekillerindeki yapısal dönüşümü ifade etmektedir. Küreselleşme ile birlikte devlet, toplum ve vatandaş arasındaki ilişkinin yeniden tanımlanması ihtiyacı ortaya çıkmış, bu bağlamda siyasi yönetimlerde vatandaşın, yerel yönetimlerin ve sivil toplumun öne çıkmaya başlaması ile birlikte ulus devletlerin hâkimiyetinin sarsıldığı bir süreci beraberinde getirmiştir (Eyılmaz, 1997: 93).

Küreselleşmenin kültürel boyutu, batı kültürünün özellikle gelişmekte olan ülke kültürlerini etkileyerek yerel kültürel farklılıkların ortadan kalkması ile sonuçlanan küresel düzeyde tek tip kültür empozesi veya Amerikan tarzı kültürün dünya çapında ihracı olarak ifade edilmektedir (Gökdere, 2001: 95). İngilizcenin dünyanın ortak dili haline gelmesi, dünyanın her tarafında Mc Donald's tarzı hazır yiyecek sunan işletmelerin hizmet vermesi, Coca Cola firmasının küresel bir güç haline gelmesi kültürel anlamda küreselleşmenin en önemli örnekleri arasında yer almaktadır.

Teknoloji üretme ve kullanabilme kabiliyeti ile bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler küreselleşmenin ivme kazanmasındaki en önemli boyut olarak değerlendirilmektedir (Zengingönül, 2005: 86). McLuhan tarafından 1962 yılında yazılan 'Gutemberg Galaxy' isimli eserde yeni dünya düzeni tanımlanırken global köy kavramı kullanılmış ve dünya üzerinde yaşayan her bireyin birbirinin kapı komşusu olarak ifade edilmesi bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ile ilişkilendirilmiştir. Başta ekonomik boyut olmak üzere diğer boyutlar üzerinde de son derece etkili olan teknolojik boyut, günümüzde bilgi ve ulaşım teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sayesinde dünya genelinde yaygınlık kazanarak uluslararası etkileşim sürecinde küresel dönüşüm hızını artırmaktadır (Giddens, 2000: 24).

Küreselleşmenin çevresel boyutu, özellikle çevreciler tarafından 1990'lı yılların başından itibaren etraflıca tartışılan konuların başında gelmektedir. Küresel ısınma, nükleer çalışmalar, doğal kaynakların bilinçsizce kullanımı, küresel şirketlerin atıklarının doğaya bırakılması ve bunun sonucunda oluşan çevresel kirlilik, küreselleşmenin beraberinde getirdiği olumsuz sonuçlar olarak değerlendirilmekte ve bu olumsuz sonuçların etkileri sadece bir ülkede değil, tüm dünyada küresel ölçekte hissedilmektedir. Çevresel düzeyde küresel ölçekte hissedilen bu olumsuz sonuçları en aza indirmek için sınırlar ötesi bir çaba gerekmekte ve bu konuda alınacak önlemler ve yasal düzenlemelerin oluşturulabilmesi için uluslararası işbirliğine ihtiyaç duyulmaktadır (Bayar, 2009: 30).

Literatürde küreselleşme üzerine olan yaklaşımlar incelendiğinde birçok araştırmacının Held ve McGrew tarafından ortaya atılan üçlü gruplandırmayı desteklediği görülmektedir. Held ve McGrew, çalışmalarında küreselleşme üzerine olan yaklaşımları şu şekilde gruplandırmıştır (Bryane, 2002: 4):

- Aşırı küreselci (Hyperglobalist) yaklaşım,
- Küreselleşme karşıtı (Kuşkucu, Anti-küresel) yaklaşım,
- Dönüşümsel (Transformationalist) yaklaşım.

Sakin Şehir hareketinin geçirdiği tarihsel süreç ve sahip olduğu özellikler incelendiğinde; Sakin Şehirler kendilerini, hızlı ve küresel anlamda homojenleşmiş zamana cevap olarak meydana gelen, küreselleşme karşıtı, yerel farklılıkları vurgulayan ve yerel olarak yaşam kalitesini arttırma arayışında olan bir hareket olarak tanımlamaktadır (Pink, 2008: 97). Bu tanımdan hareketle küreselleşme üzerine olan yaklaşımlardan aşırı küreselci ve kuşkucu yaklaşımdan kısaca bahsedilerek, Sakin Şehirler tanımında yer alan küreselleşme karşıtı yaklaşım çerçevesinde ele alınacaktır.

Küreselleşme üzerine olan yaklaşımlardan; Aşırı küreselci (Hyperglobalist) yaklaşımın temelinde, liberalizm ve 1980'lerden sonra ortaya atılan neo-liberalizm düşüncesi yer almaktadır. Bu yaklaşıma göre, ulus devletler küreselleşme sürecinde önemini yitirmiş, piyasalar ve piyasalara yön veren küresel ölçekteki şirketler geleneksel ulus devletlerinden daha güçlü hale gelmiştir. Yeni dünya düzeni olarak ifade edilen bu kavrama göre, küresel ekonominin yükselişi ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler uluslararası işbirliğini kolaylaştırmakta, ulusal sınırlar önemini kaybetmekte ve ulusal devletler yerini ortak çıkarlar etrafında birleşen dünya toplumuna bırakmaktadır (Hablemitoğlu,2004:20). Aşırı küreselci yaklaşım, neo-liberalist görüşler doğrultusunda ekonomik etkinliğin

sağlanabilmesi ve serbest piyasa ekonomisinin işlevsel olabilmesi için kamunun özelleştirmeler yoluyla ekonomiden tamamen elini çekmesi fikrini savunmaktadır (Aydın, 2002: 62).

Küreselleşme üzerine olan yaklaşımlardan; dönüşümsel (transformationalist) yaklaşım; küreselleşmeyi modernize ve post-modernize çerçevesinde ele alarak, küreselleşmenin günümüz toplumlarını ve yeni dünya düzenini şekillendiren en önemli sosyal, siyasal ve ekonomik etken olduğunu belirtmektedir (Esgin, 2001: 190). Giddens'inde içerisinde yer aldığı dönüşümcüler, küreselleşme kavramını açıklarken küreselleşme karşıtlarından ziyade aşırı küreselcilere daha yakın durmaktadırlar. Dönüşümsel yaklaşım; küreselleşme kavramını, günümüz dünyasında meydana gelen ekonomik, sosyal ve toplumsal değişimleri açıklayan bir kavram olarak ele almakla beraber, aşırı küreselcilerin ulus devletlerin sonunun geldiğini ve küreselleşme karşıtı hareketin ulus devletlerle ilgili hiçbir şey değişmedi iddiasını tamamıyla reddetmektedir. Dönüşümcülere göre, ulusal devletler modernleşme döneminin en önemli siyasal aktörleri olmakla birlikte, sahip olduğu otorite ve rollerini küreselleşme süreci içerisinde yeniden yapılandırmaktadır (Yetim, 2002: 130).

2.3.2. Küreselleşme Karşıtı Hareket ve Sakin Şehirler

Küreselleşme karşıtı hareket (anti-küreselleşme), geçtiğimiz yüzyılın en büyük toplumsal hareketlerinden biri olup uluslararası anlamda küreselleşme kaynaklı olduğuna inanılan ekonomik, siyasi, kültürel, çevresel olumsuzluklara ve sorunlara karşı ortaya çıkan uluslararası tepkinin ortak adı olarak tanımlanmaktadır (Tuna, 2005: 105).

Küreselleşme karşıtı hareket, dünya üzerinde meydana gelen büyük çaplı siyasi krizlerin, ekonomik bunalımların, Amerikan tarzı hayatın sonucu olarak ortaya çıkan kültürel yozlaşmaların ve çevresel sorunların ana nedeni olarak küreselleşmeyi işaret etmekte ve dünyanın farklı yerlerindeki tek bir merkezden yönetilmeyen örgütlenmeler ile birleştirici güç ve tek düşman olarak ilan edilen küreselleşmeye karşı çeşitli eylemlerde bulunmaktadır (Pieterse, 2001: 28).

Dünyanın farklı yerlerinde küreselleşme karşıtı hareketi destekleyen kişi ya da örgütlenmeler toplumun farklı kesimlerinden ve farklı siyasal görüşe sahip insanlardan oluşmakla beraber kendilerini içerisinde bulunduğu oluşuma bağlı olarak; teknofobik, çevreci, ilerici, devrimci, sosyal demokrat, nostaljik, liberal ve tutucu olarak tanımlamaktadırlar (Harding, 2004: 421). Hareketin içerisinde yer alanlar, küresel

kapitalizme yön veren çok uluslu şirketleri, verdikleri kararlar ile dünya piyasalarına yön veren Dünya Ticaret Örgütü, Dünya Bankası gibi kuruluşları ve dünya siyasetinde etkin rol oynayan Birleşmiş Milletler gibi uluslararası yapıları hedef almaktadır. Ayrıca, düşük ücretle işçi çalıştıran küresel çaptaki şirketler, genetiği değiştirilmiş organizmaları satan kuruluşlar, nükleer santralleri destekleyen ulus devletleri, küresel çapta faaliyet gösteren petrol üreticileri de hareket tarafından ses getiren protestolarla eleştirilmektedir (Hayduk, 2003: 28).

Küreselleşme karşıtı hareketi diğer toplumsal hareketlerden ayıran kendine has bazı özellikleri bulunmaktadır. Bunlardan birincisi; hareket özünde yerel oluşumlara dayanmasına rağmen gerçekleştirilen eylemlerin genelde küresel çapta ses getirmesidir (Juris, 2005: 195). İkinci özellik ise, küreselleşme karşıtı hareket çerçevesinde meydana gelen eylemlerin bilgisel nitelik taşımalarıdır. Eylemlerden önce küreselleşme karşıtları sanal ortamlarda bir araya gelme yolu ile ya da çalıştaylar vasıtasıyla yapılacak eylem hakkında bilgi alışverişinde bulunmaktadırlar (Korten, 2001: 313). Hareket küreselleşme ile protestolar, medya korsanlığı, kültürel bozgun, kampanyalar, boykotlar ve karşıt zirveler gibi eylem biçimleri ile mücadele etmektedir (Kalafatoğlu, 2013: 174-181).

İlk olarak 1986 yılında İtalya'nın Roma şehrinde küreselleşmenin en önemli simgelerinden Amerikan tarzı yiyecek içecek kültürünün dünyaya dayatılarak yerel sofra kültürlerinin yok edilme isteğine karşı tepki olarak doğan slow food (yavaş yemek) hareketi ve 1999 yılında slow food hareketinin devamı niteliğinde İtalya'nın Chianti bölgesinde ilk bildirgesini (Manifesto of Cittaslow) yayınlarak, küreselleşmenin insanlar arasındaki iletişimi, kaynaşmayı ve değişimi kolaylaştırmasına karşılık farklılıkların törpülenerek tek bir model insan oluşturmaya doğru gidildiği yönündeki endişesini belirten sakin şehir hareketi, esasında küreselleşme ve hızlı yaşam karşıtı toplumsal bir hareket olarak dünya sahnesinde yer almıştır. Çünkü; yavaş hareketi de diğer tüm küreselleşme karşıtı hareketler gibi küreselliği yerelliğin korunup geleceğe aktarılması karşısında en büyük tehdit ve birleştirici düşman olarak görmektedir. Günümüz toplumlarında günlük yaşamın bir parçası olan hızlı yaşam stiline tepki olarak doğan ve denge esaslı felsefi bir yaklaşım olan yavaş hareketinin çıkış noktasını, kültürel farklılıkların öneminin vurgulanarak, yerel kültürlerin özgünlüklerinin küreselleşme tehdidi karşısında korunarak yaşatılması oluşturmaktadır. Küreselleşme sonucu tüketim temeli üzerine inşa edilen çevreyi ve kaynakları sürekli tahrip eden hızlı yaşam, üretici ve tüketici olarak toplumları doğrudan

ilgilendirmekle beraber hız ve yavaş kavramlarının da gündeme getirilmesine yol açmıştır. Küreselleşme ve kapitalizmin günümüz tüketim alışkanlıkları üzerine olan olumsuz etkilerini yavaş hareketi çerçevesinde ele alan George Ritzer, Carl Honore, Knox ve Mayer gibi yazarlar eserlerinde hız ve yavaş kavramları üzerinde durarak, toplumların sahip olduğu kültürel değerlerin yozlaşma sürecini ele almakta ve küreselleşmenin yıkıcı etkilerinden korunarak kültürel değerlerin gelecek nesillere aktarılması için yapılması gerekenleri etkili bir dille anlatmaktadırlar.

2.3.3. Çevresel Duyarlılık ve Sakin Şehir Hareketi

1990'lı yılların başından itibaren özellikle çevreci gruplar tarafından etraflıca tartışılan çevre sorunları, günümüzde küresel düzeyde ilgi çeken, acil çözüm bekleyen ve insanoğlunun geleceğini ilgilendiren en önemli konuların başında yer almaktadır. Çevre sorunlarının son yıllarda sürekli olarak gündeme gelmesinin en önemli sebebi, insan hayatını tehdit edecek biçimde ciddi boyutlara ulaşmış olmasıdır. Yerel bir kalkınma modeli olan sakin şehir hareketi manifestosunda yer alan ve Sakin Şehir Birliği'ne üye ve aday kentlerin zorunlu olarak yerine getirmesi gereken ve sürdürülebilirliğin çevresel boyutu temel alınarak on iki maddeden oluşan çevre politikalarına ait kriter sakin şehirlerde çevresel sorunların minimum düzeyde tutulması amacı ile oluşturulmuş bir takım önlem ve uygulamalardan oluşmaktadır.

Özellikle endüstri devriminden sonraki süreçte ortaya çıkan; küresel ısınma, hava ve su kirliliği, doğal kaynakların bilinçsizce kullanımı, küresel şirket atıklarının doğaya bırakılması gibi çevresel felaketler küreselleşmenin beraberinde getirdiği olumsuz sonuçlar olarak değerlendirilmekte ve insanoğlunun geleceğini tehdit eden bu durum, küresel düzeyde bir çevresel tepkiyi zorunlu hale getirmiştir (Tuna, 2000: 13). Küresel ölçekte hissedilen bu olumsuz sonuçları en aza indirmek için sınırları aşan bir çaba gerekmekte, bu konuda alınacak önlemler ve yasal düzenlemelerin oluşturulabilmesi için çok taraflı uluslararası işbirliğine ihtiyaç duyulmaktadır (Bayar, 2009: 30). Sakin Şehir Birliği'ne adaylık sürecindeki ve üye kentlerin yerine getirmesi gereken çevresel politikalara ait kriterler, küresel ölçekte hissedilen çevre ile ilgili olumsuz sonuçlara verilen çevresel bir tepki olarak değerlendirilmektedir.

Günümüzde küresel düzeye ulaşan çevre sorunları, tüketicileri gün geçtikçe daha bilinçli olmaya iterek gelecek nesillerin de yaşam alanı olacak doğal çevre konusunda kaygı taşımalarını sağlamaktadır (Zinkhan ve Carlson, 1995: 1). Bu anlamda çevresel duyarlılık,

artan çevre sorunlarının toplumu oluşturan bireyler, politikacılar ve şirket yöneticileri tarafından bilinçli bir şekilde algılanarak çevresel farkındalığının oluşması ve bu farkındalığa uygun davranışlar doğrultusunda çevreyi korumaya yönelik tedbirler olarak ifade edilmektedir (Tunç, Ömür ve Düren, 2012: 230). Sakin şehir hareketinin temelinde de insani değerlere daha fazla değer veren, bu değeri de içinde yaşanılan çevreye daha fazla saygı göstererek koruma bilinci ile gelecek nesillere aktarmayı hedefleyen bir anlayış yatmaktadır (Sezgin ve Ünüvar, 2011: 133).

Çevresel duyarlılık kavramı beraberinde çevreye duyarlı tüketici ve çevreye duyarlı işletme kavramlarının da doğmasına neden olmuştur. Çevreye duyarlı tüketici, doğal çevreye zarar vermeyen ekolojik ürünleri kullanma konusunda hassasiyet gösteren, çevre konusunda bilinçli ve yaşanılan çevrenin gelecek nesillerden emanet olarak alındığı düşüncesinde olan bireyler olarak tanımlanmaktadır (Tan, Baydaş ve Bestenci, 2000: 468). Yaşanan çevre felaketleri, tüketicilerin çevre konusunda göstermiş oldukları hassasiyetin daha fazlasını işletmelerden de beklemesi ile sonuçlanmış ve tüketicilerin çevresel duyarlılıkları çevre dostu işletmelerin sayılarının artmasına neden olmuştur. Çevreye duyarlı işletmeler, ekolojik ürünleri üretme konusunda toplumun hassasiyetlerini gözeten, daha az kaynak tüketen, daha güvenli, geri dönüşümü mümkün ve çevreye daha az zarar veren üretim süreçlerini benimseyen işletmeler olarak tanımlanmaktadır. Sakin şehir hareketi yerel halkın ve ziyaretçilerin ihtiyaç duyduğu ürünlerin çevreye duyarlı doğa dostu işletmeler tarafından üretilmesini desteklemektedir. Dünya üzerinde bölgesel olarak faaliyet gösteren ulusal çapta örgütlenmeler ile Greenpeace, Earth First gibi geniş tabanlara yayılmış uluslararası çevreci örgütlerin politikacı ve küresel ölçekte faaliyet gösteren şirketler üzerinde yaptıkları baskılara, tüketicilerde artan çevre bilinci gibi faktörlerin eklenmesi, devletleri çevrenin korunmasına yönelik yasalar çıkarmaya ve ulusal şirket yöneticilerini de uzun vadede faaliyetlerini sürdürebilmeleri için çevre dostu olarak adlandırılan ekolojik ürünler üretmeye yöneltmiştir (Yılmaz, Çelik ve Yağızer, 2009: 2).

Küresel anlamda yaşanan çevre sorunlarını mümkün olduğu kadar en aza indirmeyi amaçlayan projelerin başarılı olması uluslararası ölçekte ve politik çerçevede olduğu kadar toplumu oluşturan bireyler tarafından da yerine getirilmesi gereken sorumluluklara ve duyarlılığa bağlıdır. Toplumdaki her bireyin yerine getirmesi gereken sorumluluklar, ürünleri satın alma ve kullanmanın ötesinde, tüketimden doğan atıkların doğal çevreye zarar vermeden imha edilmesi ve çevrenin korunmasına yönelik bireysel duyarlılıkları da

kapsamalıdır (Erkal, Şafak ve Yertutan, 2011: 146). Sürdürülebilir bir çevre; toplumları oluşturan bireylerin çevresel duyarlılıkları ve çevre eğitimi konularındaki bilinçlerinin artması ile çevreyi korumaya yönelik alınan tedbirlerin gerçekleştirilmesi ile mümkün olacaktır. Sakin şehir hareketi üye şehirlerden yerel halkı çevresel duyarlılık konusunda eğitecek plan ve projelerin hayata geçirilmesini önemseyerek çevreye duyarlı nesillerin yetiştirilmesini arzu etmektedir. Ulusal ve küresel ölçekte faaliyetlerine devam eden uluslararası çevre örgütleri çevresel duyarlılığın arttırılması için her fırsatta toplumsal düzeyde çevre eğitiminin önemine vurgu yapmaktadır. Toplumsal alanda çevresel duyarlılığın oluşturulması, bireyleri içinde yaşadığı doğal çevreyi korumaya teşvik etme; sürdürülebilir bir çevre yaratma ve artan çevresel sorunların çözümü için önemli bir adım niteliğindedir (Wang ve diğ, 2004: 24).

Doğal çevrenin içerisinde yer alan biyolojik zenginliği kaybetmeden gelecek nesillere aktarılabilmesi için toplumların, özellikle de genç bireylerin, çevresel duyarlılıklarının artırılarak çevre koruma bilinçlerini geliştirilecek şekilde eğitilmesi, sürdürülebilir gelişim anlayışı çerçevesinde, gelecek toplumlar için çok büyük önem taşımaktadır (Tunç, Ömür ve Düren, 2012: 229). Sakin Şehir Manifestosu'nda yer alan çevresel politikalara ait kriterlerden biyoçeşitliliğin korunması ve geleceğe taşınma ilkesi ile sakin şehir hareketinde doğal çevrenin korunması ve çevresel duyarlılığın geliştirilmesinin önemi vurgulanmaktadır.

2.4. Turizmde Tüketici Davranışları ve Turizm Amaçlı Satın Alma Karar Süreci

Araştırmanın bu kısmında; turizm faaliyetlerinin öznesi konumunda olan turistlerin herhangi bir turizm ürününü deneyimlemeden önceki, deneyimleme esnasında ve deneyimleme sonraki süreçteki davranışları ile turizm amaçlı satın alma karar sürecinin hangi aşamalardan geçtiği detaylı bir şekilde ele alınmaktadır.

2.4.1. Turizmde Tüketici Davranışları

Son dönemlerde birçok disiplin tarafından incelenerek üzerinde sıklıkla durulan tüketici davranışı kavramı kişi ya da grupların, istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri için gerekli mal ve hizmetleri nasıl belirlediklerini, mal ve hizmetleri nasıl, nerede ve ne zaman elde ettiklerini kapsayan bir süreçtir (Kotler, 2000: 160). Kotler vd. (2005: 255) tarafından yapılan araştırmada tüketici satın alma davranışı, kişisel tüketim için mal ve hizmetleri satın alan nihai tüketicilerin, satın alma sürecindeki davranışları olarak tanımlamaktadır.

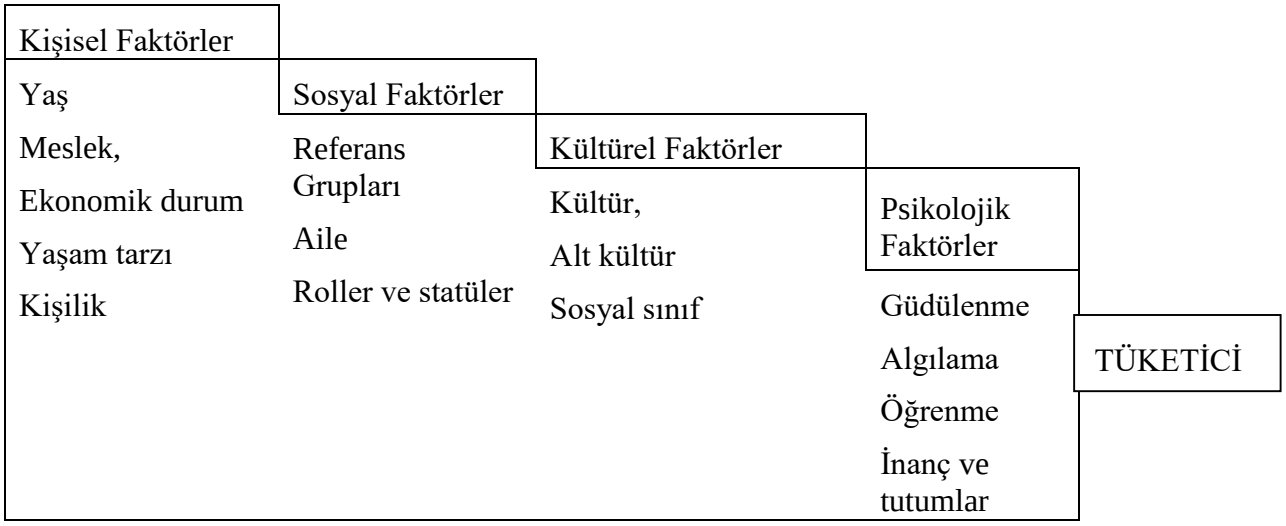
Bir başka tanıma göre tüketici davranışı, pazar yerinde tüketici davranışlarını inceleyen ve bu davranışın sebeplerini araştıran uygulamalı bir bilim dalıdır. Tüketicilerin sergiledikleri davranışları insan davranışı içerisinde incelemek gerekir fakat bu davranışların sınırlarının, kişinin tüketim ile ilgili olan davranışları kapsamında ele alınması gerekmektedir. Yani tüketici davranışı, bireylerin özellikle iktisadi değer taşıyan mal ve hizmetleri satın alma ve kullanmadaki kararları ve bir bütün olarak bu kararlarla ilgili faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır. Bu faaliyetler zihinsel, duygusal ve fiziksel nitelikte olabilir. Tüketici davranışının esas konusu, tüketicinin sahip olduğu para, zaman, enerji vs. gibi sınırlı kaynakların tüketime yönelik olarak nasıl kullanıldığı ve tüketicilerin nasıl karar verdiği üzerine yoğunlaşmaktır. Tüketici davranışının daha iyi anlaşılması için, bu alana ait yedi madde halinde sıralanan temel varsayım ve özelliklerin de incelenmesi gerekmektedir. (Odabaşı ve Barış, 2003: 16-29-30):

1. Tüketici davranışı, bir amacı gerçekleştirmek için güdülenmiş bir davranıştır. Hedeflenen amaç, karşılanmadığında gerilim yaratan istek ve ihtiyaçları tatmin etmektir.
2. Tüketici davranışı, birbirine bağlı, birbiri ile ilgili ve birbirini takip eden dinamik bir süreçtir.
3. Tüketici davranışı, satın alma öncesi, satın alma ve satın alma sonrası gibi çeşitli faaliyetlerden oluşan bir süreçtir.
4. Tüketici davranışı, zamanlama açısından farklılık gösterir ve karmaşıktır. Zamanlama açısından farklılık, kararın ne zaman alındığını ve sürecin kapsadığı süreyi ifade eder. Karmaşıklık ise, kararda etkili olan faktörlerin sayısını ve kararın zorluk derecesini ifade eder.
5. Tüketici davranışı karar verme süreci ile ilgili farklı rollerle ilgilenir. Bu roller daha çok ürünlerin kim tarafından satın alınacağı ya da kullanılacağı ile ilgilidir
6. Tüketici davranışı, kültür, aile, referans grubu gibi çevresel faktörlerin etkisi altında kalmaktadır.
7. Tüketici davranışı, farklı kişiler için farklılıklar gösterebilmektedir. Birbirinden kişisel anlamda çok farklı olan sayısız tüketicinin varlığı, tüketici davranışlarını zor anlaşılır bir hale getirmektedir.

Tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarının tespit edilerek, bu istek ve ihtiyaçların en iyi şekilde karşılanması pazarlama faaliyetlerinin temelini oluşturmaktadır. Amstrong ve Kotler

(1997: 141) tüketici davranışını etkileyen faktörleri; kişisel faktörler, sosyal faktörler kültürel faktörler ve psikolojik faktörler olmak üzere dört başlık altında incelemektedir.

Tüketici davranışını etkileyen faktörler Şekil 18'de alt başlıklar halinde sıralanmaktadır.



Şekil 18**:** Tüketici satın alma davranışını etkileyen faktörler

Kaynak: Armstrong, G. & Kotler, P. (1997). *Marketing an Introduction,* Nev Jersey: Prentice Hall International, Inc. 141.

Tüketici davranışını etkileyen kişisel faktörler; yaş, meslek, ekonomik durum, yaşam tarzı ve kişilik olarak sıralanmaktadır. Kişiler belirli yaş dönemlerinde farklı istek, ihtiyaç ve beklentiler içerisine girebilirler ve bu durum da kişinin farklı yaş gruplarında farklı satın alma davranışı sergilemesi olarak ortaya çıkmaktadır. Meslek, gelir düzeyini ve ekonomik durumu doğrudan etkilediği için, harcanabilir gelirin yüksek olduğu meslek grupları farklı satın alma davranışını gösterebilmektedir. Ayrıca, tasarruf imkanları, ekonomik anlamda kişisel yükümlülükler ve zaman gibi unsurlar da satın alma davranışlarını etkilemektedir (Kotler, 2000: 168). Kişisel faktörler altında yer alan ve benlik kavramının dışa yansıması olarak ifade edilen yaşam tarzı, bir kişinin zamanını ve elde ettiği gelirini nasıl ve nerede harcadığı ile ilgili tercihlerden oluşmaktadır. Kişilerin geçmişe ait deneyimleri, içinde bulunulan toplumun kültürü, ekonomik koşullar, demografik özellikleri yaşam tarzlarını ve satın alma davranışlarını etkilemektedir (Solomon, Bamossy, Askegaard ve Hogg, 2006: 558, Odabaşı ve Barış, 2003:219). Bireyi diğer bireylerden ayıran, onu eşsiz kılan bireyin iç (psikolojik yapı) ve dış (çevresel özellikler) özelliklerin tamamını kapsayan kendine has bir sistem olarak tanımlanan kişilik kavramı tüketici satın alma davranışını etkilemektedir (Yükselen, 2003:100). Tüketiciler, kişilik yapıları itibariyle doğru bir sınıflandırılmaya

tabii tutulduklarında ve belirli kişilik özellikleri ile ürün ve marka tercihleri arasında dengeli bir ilişki kurulduğunda, kişilik özellikleri pazarlama yöneticileri açısından tüketici davranışları analizinde önemli bir değişken haline gelebilir (Kotler, 2000: 170).

Tüketici davranışını etkileyen sosyal faktörler; referans grupları, aile, roller ve statüler olarak sıralanmaktadır. Aile bireylerinden, arkadaşlardan, rol model olarak kabul edilen kişi ya da gruplardan oluşan referans grupları, tüketici karar verme sürecinde önemli bir yere sahiptir. Satın alma karar sürecinde, kişiler marka tercihleri yaparken, herhangi bir mal veya hizmet hakkında bilgi edinirken, öncellikle referans gruplara danışarak bu grupları gözlemleme ihtiyacı duymaktadır (Mucuk, 2010: 77). Sosyal faktörler altında yer alan ve toplumu oluşturan en küçük birim olarak ifade edilen aile, tüketim kalıplarını şekillendirmede ve satın alma sürecini belirlemede en önemli rolü oynayan sosyal kurumdur. Her birey bir aile içinde doğar ve aile bireyleri çocukların, değer yargılarının, tavır ve davranışlarının oluşumunda en önemli paya sahiptir (Rızaoğlu, 2004: 94). Her birey yaşadığı toplumda belirli bir role ve bu rollerin belirlediği statülere sahiptir. Bu rol ve statüler bireyin nasıl davranması gerektiğine rehberlik etmekte ve doğrudan bireyin satın alma davranışlarını etkilemektedir (Arslan, 2003: 93).

Tüketici davranışını etkileyen kültürel faktörler; kültür, alt kültür ve sosyal sınıf olarak sıralanmaktadır. Odabaşı ve Barış'a göre (2003:113) kültür, belirli bir topumun üyeleri tarafından paylaşılan ve nesilden nesile aktarılan dil, sanat, estetik, gelenek, görenek, törenler gibi öğelerden oluşan öğrenilmiş davranışlar bütünüdür. Bir toplumun, dinsel, bölgesel, coğrafi ve ırksal gruplara göre gösterdiği farklılıklar alt kültür olarak bilinmektedir (Lake, 2009: 15). Sosyal sınıf ise toplum içindeki hiyerarşik yapı sonucu oluşan, üyelerinin benzer davranışlar sergilediği statü kalıpları şeklinde ifade edilebilir (Çabuk ve Yağcı, 2003: 86).

Tüketici davranışını etkileyen psikolojik faktörler; güdülenme, algılama, öğrenme, inanç ve tutumlar olarak sıralanmaktadır. Bir ihtiyacın karşılanmasına yönelik olarak bireyi harekete geçiren davranış olarak tanımlanan güdülenme, tüketicinin satın alma davranışını etkileyerek, davranışla ilgili amacı ortaya çıkaran ve tüketiciyi davranışa yönelten bir unsurdur. (İslamoğlu ve Altunışık, 2008: 77, Odabaşı ve Barış, 2003: 104). Tüketici davranışını etkileyen diğer bir unsur olan algılama, olaylar ve nesneler hakkında duyu organları vasıtasıyla edinilen bilgiler olarak tanımlanmaktadır. Geçmiş deneyimlere dayanan ve subjektif bir nitelik taşıyan algılama, pazarlama yöneticileri tarafından ürün

konumlandırması ve tutundurma programları hazırlanırken kullanılmaktadır (Mucuk, 2000: 85). Psikolojik faktörler içerisinde yer alan ve kişinin sahip olduğu bilgi ve geçmiş deneyimlerinden kaynaklanan kalıcı davranış değişikliği olarak tanımlanan öğrenme, tüketici satın alma davranışını etkileyen önemli bir unsurdur. Çünkü herhangi bir tüketicinin hangi malı nerden, nasıl temin edebileceği ve o ürünü ne zaman tüketebileceği gibi bilgiler kişinin geçmiş deneyimlerine bağlı olarak öğrendikleri ile ilgilidir (Mucuk, 2010: 80). İnanç, kişinin içinde bulunduğu toplumdaki çevresel nedenlerden kaynaklanan, kişinin geçmiş deneyimlerine bağlı, herhangi bir olgu ya da varlık hakkındaki tanımlayıcı düşünceleri olarak tanımlanmaktadır. Tutum ise, bir kişinin bir fikir ya da varlıkla ilgili pozitif ya da negatif değerlendirmeleridir (Uygur, 2007: 183, Karafakıoğlu, 2006: 97). Kişinin geçmiş deneyimleri sonucu oluşan inanç ve tutumlar, tüketim alışkanlıklarını etkilemekte ve yöneticilerin pazarlama yönetimi stratejileri oluşturma aşamasında, kişilerin ürünler ve fikirler ile bu ürünlere yönelik inanç ve tutumlar arasında sağlıklı iletişim kurmaya dikkat etmeleri gerekmektedir.

Turizm sektöründe tüketici satın alma davranışı, tüketicilerin herhangi bir mal satın almasındaki davranışlara göre farklılık göstermektedir. Bu farklılıkta turizm sektöründe sunulan turistik mal ve hizmetlerin yanı sıra turizm talebinin özellikleri de önemli rol oynamaktadır. Çünkü turizm ürününün kendine has dokunulamama, sahipsizlik, depolanamama, eş zamanlı üretim ve tüketim gibi özelliklere sahip olmasının yanı sıra turizm ürününün bazı tüketici gruplar tarafından kolaylıkla ikame edilebilir özellikte olması satın alma davranışları üzerinde etkili olmaktadır. Turizmde tüketicilerin satın alma davranışları; rutin (alışılmış) satın alma davranışı, karmaşık satın alma davranışı, uyumsuzluğu azaltıcı yönde satın alma davranışı ve çeşitlilik arayan satın alma davranışı olmak üzere dörde ayrılmaktadır (Kotler, 2000: 170, Kozak, 2006: 224).

Rutin (alışılmış) karar verme davranışı, markalar arasında farkların az olduğu, bilgi edinme ihtiyacının gerekmediği ve satın alma kararının çabuk verilmesi gereken turizm ürünlerinde ortaya çıkmaktadır. Tüketicinin geçmişte yaşadığı deneyimler yeterli düzeyde olduğu için bu tarz turizm ürünlerinde bilgi toplama ve değerlendirme yapma süreçlerine ihtiyaç duyulmamaktadır. Rutin (alışılmış) karar verme davranışı, turizm endüstrisinde hızlı servis ve yiyecek-içeçek sunan işletmelerin ürünlerinde söz konusu olmaktadır (Odabaşı ve Barış, 2010:276).

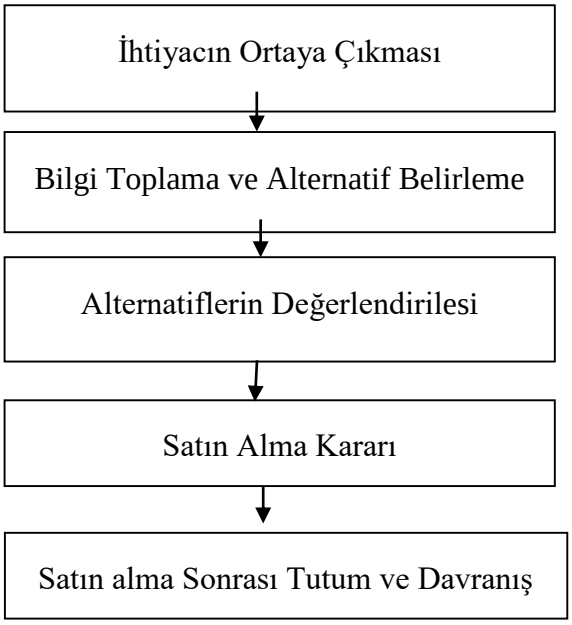
Karmaşık satın alma davranışı, genellikle yüksek fiyatlı ve kitle turizm talebinin yüksek olmadığı turizm ürünlerinde görülen satın alma davranış türüdür. Tüketiciler turizm ürünü hakkında ayrıntılı bilgiye sahipse ve sunulan turizm ürünleri arasındaki farkları bildiklerinde bu satın alma türü ortaya çıkmaktadır. Tüketici kendi deneyimleri ve turizm ürünü hakkında elde edebileceği tüm kaynaklardan detaylı bilgi toplama girişimindedir. Karmaşık satın alma davranışı, aracı ve üretici turizm işletmelerine tutundurma imkanı sağlar (Kotler, 2000: 177, Kozak, 2008: 224).

Uyumsuzluğu azaltıcı yönde satın alma davranışı, markalar arasında önemli bir farkın olmadığı, tüketicinin ilgi düzeyinin yüksek olduğu ve yüksek fiyatlı turizm ürünlerinde görülmektedir. Tüketici, turizm ürünü hakkında detaylı bilgi toplayarak ve geçmiş deneyimlerinden de faydalanarak satın alma davranışına karar verir (Baker, 2003: 133).

Çeşitlilik arayan satın alma davranışı, hızlı yiyecek ve içecek hizmeti sunan işletmelerde söz konusu olan, markalar arasındaki farklılıkların yüksek ve tüketici ilgi düzeyinin düşük, ürün üzerinde çok fazla düşünülmeden satın alınan ürünlerde ortaya çıkmaktadır. Bu satın alma türünde tüketici kullanılan üründen memnun olmasına rağmen farklı markaya ait ürünleri deneme eğiliminde olabilir. Yukarıda belirtilen tüm satın alma davranışı türlerinin ortak noktası sorun çözme yaklaşımı içerisinde olmasıdır (Uygur, 2007: 186, Yükselen, 2008: 145).

2.4.2. Turizm Amaçlı Satın Alma Karar Süreci

Turistik faaliyetlere katılma arzusunda olan kişiler, destinasyonlar arasında seçim yaparken beş aşamadan oluşan karmaşık bir satın alma sürecinden geçmektedirler. Ancak tüketiciler ürünün özelliğine göre bazen satın alma karar aşamalarını farklılaştırabilmekte ve sırasıyla ilgili değişikliklere gidebilmektedir. Kotler, Bowen ve Makens'e (2003:219) göre turizm amaçlı satın alma süreci Şekil 19'da gösterildiği gibidir. Satın alma süreci, tüketicinin bir sorunla ya da karşılanması gereken bir ihtiyacın varlığının anlaşılması ile başlayan bir süreçtir (Kotler, 2000:179). Yani satın alma sürecinin ilk adımı herhangi bir ihtiyacın belirlenerek, kişinin bu ihtiyacının farkında olmasıdır. Kişinin farkında olma düzeyleri de farklılık göstermektedir. İhtiyacın ortaya çıkması tüketicinin şimdiki durumu ile arzuladığı durum arasındaki farkın algılanmasıyla ilgilidir. Fark iki kaynaktan çıkmaktadır. Bunlardan ilki, tüketicinin şimdiki durumundaki değişmeler, ikincisi ise tüketicinin arzuladığı durumdaki değişmelerdir (Odabaşı ve Barış, 2003:350).



Şekil 19**:** Tüketici satın alma karar süreci

Kaynak: Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (2003). M*arketing for hospitaility and tourism*. New York: Prentice Hall. 219.

Tüketici satın alma karar sürecinin ikinci adımını destinasyon ile ilgili bilgi toplanması ve alternatiflerin belirlenmesi oluşturmaktadır. Tüketiciler satın almayı planladıkları turizm ürünü hakkındaki bilgileri bu aşamada toplarlar. Tüketicilerin turizm ürünü ile ilgili ihtiyaç duyduğu bilginin düzeyi; satın alma faaliyetinin kişi için taşıdığı öneme, karmaşıklığına, tatile çıkma ihtiyacının şiddetine bağlıdır (İslamoğlu ve Altunışık, 2012: 41). Tüketicilerin bilgi toplamadaki amaçlarından biri turizm ürünü ile ilgili riskleri en aza indirmektir. Bu riskler; tüketicinin destinasyona yönelik beklentisini tam olarak karşılayıp karşılayamacağı ile ilgili olan işlevsel risk, ödenecek fiyatın alınacak hizmetlere değip değmeyeceği ile ilgili olan ekonomik risk ve alınacak ürünün tüketicinin kendi özelliklerine uygunluğu ve çevresindekiler tarafından nasıl karşılanacağı ile ilgili olan psiko-sosyal risklerdir (Uygur, 2007: 191). Tüketicinin bilgi kaynakları ise; kişisel kaynaklar (aile, akraba, arkadaş, komşu), ticari kaynaklar (reklamlar, aracı işletmeler) ve kamu kaynakları (broşür, dergi, gazete) olmak üzere üç kısımda incelenmektedir (Kotler, Bowen ve Makens, 2003: 220). Turizm ürünü soyut bir nitelik taşıdığı için yani satın alınmadan önce tüketici tarafından denenme şansı olmadığı için tüketici tarafından algılanan risk düzeyi yüksektir. Tüketici en fazla bilgiyi ticari kaynaklardan elde etse de, alternatiflerin belirlenmesi aşamasında en güvenilir bilgi kaynağı kişisel bilgi kaynaklarıdır (Kotler, 2005: 281).

Tüketici satın alma karar sürecinin üçüncü adımını alternatiflerin değerlendirilmesi oluşturmaktadır. Tüketiciler bu adımda destinasyonlar ile ilgili elde ettikleri bilgileri değerlendirerek ve destinasyonları karşılaştırarak en uygun kararı vermeye çalışırlar. Tüketicinin deneyimleri, destinasyon ile ilgili bilgi ve tutumları, çevresinden alacakları olumlu ve olumsuz tepkiler bu değerlendirmede etkili olmaktadır (Mucuk, 2004: 50). Günümüz bilgi teknolojileri, alternatiflerin değerlendirilmesi aşamasında tüketicilerin belirledikleri farklı değişkenlere göre kapsamlı bilgileri karşılaştırmalı bir biçimde sunmaktadır.

Tüketici satın alma karar sürecinin dördüncü adımını satın alma kararı oluşturmaktadır. Bu aşama, özelliklerine göre sıralanan destinasyonlar arasından hangisinin tercih edileceği ile ilgili nihai kararın verileceği aşamadır. Bu noktada turizm ürününü arz edenlerin tüketiciye yönelik uyguladığı ikna edici ve bilgilendirici satış teknikleri büyük önem taşımaktadır. Tüketici, satın alma eylemini gerçekleştirirken, karar verme aşamasında destinasyona ulaşım imkanları, ürünün fayda-maliyet açısından değeri, aracı kurumlara duyulan güven, zamanın uygunluğu, ödemelerde uygunluk gibi bir çok unsurdan etkilenmektedir (Temizkan, 2005: 12).

Tüketici satın alma karar sürecinin son aşaması satın alma sonrası tutum ve davranışlardan oluşmaktadır. Bu aşama, tatil deneyimine yönelik genel değerlendirmelerden oluşmaktadır ve bu değerlendirme tekrar ziyaret etme niyetini büyük ölçüde etkileyecektir (Kozak, 2008: 223).

2.5. Turist Memnuniyeti

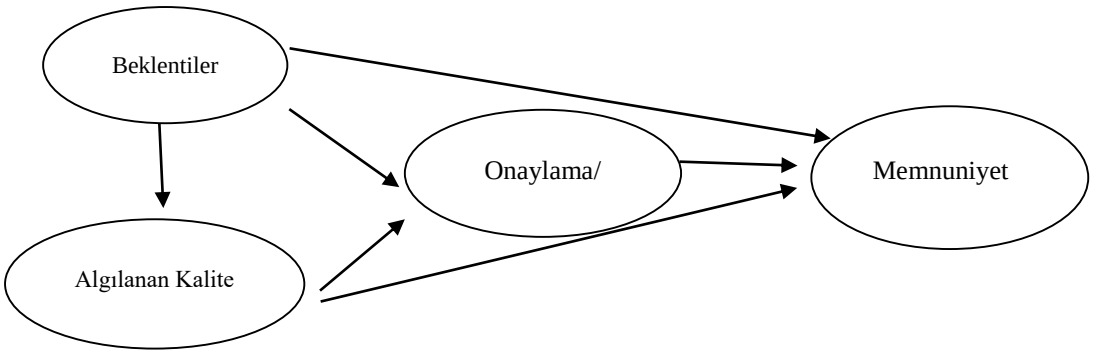
Son yıllarda destinasyon pazarlaması ve hizmet sektörü araştırmalarında en fazla üzerinde durulan konulardan biri olan memnuniyet kavramı, 1980'li yılların başlangıcından itibaren farklı araştırmacılar tarafından farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Müşteri memnuniyeti; Day (1984) tarafından, tüketimden önce ve tüketimden sonraki değer yargıları, Oliver (1997) tarafından herhangi bir ürüne yönelik yapılan bütünsel bir değerlendirme, Fornell (1992) tarafından tüketim sonrası genel yargıları içeren bir değerlendirme, Vavra (1997) tarafından tüketime ait tecrübenin genel bir sonucu olarak tanımlanmaktadır.

Turist memnuniyeti kavramı da genel memnuniyet kavramından hareketle turizm araştırmalarına uyarlanarak; turistlerin tatil deneyimi esnasındaki duygularla, seyahat öncesi beklentilerinin kıyaslanması olarak tanımlanmaktadır (Tütüncü, 2001: 142). Pizam ve Ellis (1999: 327) yaptıkları araştırmalarda turist memnuniyetini; deneyimlenen bir

turizm ürününün beklentileri karşılaması sonucu sevinç, haz gibi kavramları içeren psikolojik bir duygu olarak ifade ederken, Zhang (2007: 10) turist memnuniyetini; turistlerin seyahatleri boyunca elde ettikleri olumlu izlenimler, Baker ve Crompton (2000: 787) ise, tatil sonrası yaşanılan duygusal durum olarak tanımlamaktadır.

Turist memnuniyeti kavramı; turistlerin turizm ürününün deneyimlenmesinden önceki beklentiler ile turizm ürününün kullanımı ve sonrasında algılananların karşılaştırılması sonucu turistin zihinde oluşan olumlu fark olarak ifade edilmektedir. Tatil esnasındaki deneyimlerin beklentileri karşılaması memnuniyet ile sonuçlanacaktır. Ancak beklentilere uygun deneyimlerin elde edilememesi tüketicide memnuniyetsizlik oluşturacaktır (Kozak, 2008: 223).

Turistlerin memnuniyet seviyeleri genelde kendi beklentileri ile turizm ürününü oluşturan unsurlar arasındaki uyumla bağdaştırılmaktadır. Memnuniyet kavramı kişiye özgü bir değer taşıdığı için, belirli bir deneyimden herkesin aynı şekilde memnun kalması beklenecek bir sonuç değildir. Kişilerin geçmiş deneyimleri, olaylara bakış açısı, yaşam tarzları, beklentilerini etkileyerek farklı memnuniyet seviyeleri ortaya çıkaracaktır (Pizam ve Ellis, 1999: 328). Turistlerin seyahatleri boyunca sunulan mal ve hizmetlerden memnun olmaları, bir sonraki tatil deneyimi için aynı destinasyonu tercih etmeleri ve bu destinasyonu çevresindeki kişilere tavsiye etmeleri bakımından oldukça önemlidir (Baker ve Crompton, 2000: 787). Bunun yanı sıra, turistlerin destinasyon tercihlerinde farklı motivasyonlara sahip olacağı da gözden kaçırılmamalıdır. Bu durum, farklı memnuniyet tanımlarının yapılmasını ve konunun daha iyi anlaşılması için farklı model ve yaklaşımların geliştirilmesini kaçınılmaz kılmaktadır (Kozak ve Rimmington, 2000: 260). Bu yaklaşımlar içerisinde en çok kullanılan Şekil 5'te gösterilen Oliver'in 1980 yılında geliştirdiği beklenti uyum modelidir.



Şekil 20**:** Oliver (1980) beklenti uyum modeli.

Kaynak: Pizam, A. & Ellis, T. (1999). Customer satisfaction and its measurement in hospitality enterprises. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 11 (7),* 328.

Beklenti uyum modeline göre, bir ürünün kullanımı ve elde edilen sonuçlar beklentileri karşılayacak nitelikteyse yani beklentiler ve sonuçlar uyumlu ise onaylama durumu ortaya çıkmaktadır. Aksi bir durumun ortaya çıkması ise onaylamama olarak ifade edilmektedir. Müşteri tatmini çalışmalarına temel olan model, mal veya hizmetin tüketici beklentilerini aşması, karşılaması ve beklentileri karşılamada yetersiz kalma durumlarına göre sırasıyla; olumlu, sıfır ve olumsuz onaylamama sonuçlarının ortaya çıkacağını ifade etmektedir. Beklentiler ve ürüne ait performans ya da ürünün gerçek algı düzeyi ile ilgili ortaya çıkan sonuçlar, memnuniyeti belirleyen süreç üzerinde en önemli faktörler olarak görülmektedir (Pizam ve Ellis, 1999: 328; Yoon ve Uysal, 2005: 47).

Müşteri memnuniyetinin elde edilmesi ve geliştirilmesine yönelik araştırmalar yapan Knutson, müşteri memnuniyetinde en önemli faktörün müşteri beklentilerinin aşılması olduğunu belirterek bu kapsamda aşağıda sıralanan 10 ilke ile işletme yöneticilerine tavsiyelerde bulunmaktadır (Knutson, 1988: 14)

- İşletmeyi ziyarete gelen konuğun beklentilerinin farkına varmak,
- Konuk üzerinde olumlu bir ilk izlenim bırakmak,
- Konuğun beklentilerini yerine getirmek için çaba sarf etmek,
- Konuğun istekleri konusunda harcayacağı çabayı en aza indirmek,
- Konuğun karar verme sürecini kolaylaştırmak,
- Konuk algısına odaklanmak,
- Sunulan hizmetlerde konuğu bekletmemeye özen göstermek,
- Konuğa hatırlamak istediği anılar yaratmasına yardımcı olmak,
- Konuğun kötü anıları unutmayacağının bilincinde olmak,
- Konuğu işletmeyi güzel hatırlayacak biçimde uğurlamak.

Turist memnuniyetini etkileyen unsurlar içerisinde bireylerin turizm ürünü ile ilgili doğru ve güvenilir bilgi elde etme isteğinin satın alma davranışında turist memnuniyetini etkileyici faktörlerden birisi olduğu Gürsoy ve McCleary (2004) tarafından öne sürülmektedir. Bireyler tarafından seçilen bilgi kaynağına bağlı olarak turizm ürünü hakkında elde edilen bilginin etkisi, alternatiflerin değerlendirilmesi ve seçiminde etkili

olabilmekte ve bu durumun da turist memnuniyetini doğrudan etkilediği görülmektedir (Demir ve Kozak, 2011: 31).

Turist memnuniyeti kavramı, günümüzde destinasyonlar arası rekabetin yoğun bir şekilde yaşandığı turizm sektöründe rekabet üstünlüğü elde etmede son derece büyük bir önem arz etmektedir. Bu nedenle destinasyon pazarlamasında stratejik kararların alınmasında turist memnuniyetinin yeri ve önemi yadsınamaz bir gerçektir (Kozak ve Rimmington, 2000: 268). Turist memnuniyeti günümüzde turizm alanında faaliyetlerini sürdüren işletmeler için de üzerinde sıklıkla durulan konulardan biri haline gelmiştir. Turizm işletmelerinin turist memnuniyeti hususuna önem vermelerine neden olabilecek birçok etken bulunmaktadır. Bu etkenlerden en önemlileri şu şekilde sıralanmaktadır (Özgüven, 2007: 30):

- Yeni ziyaretçilerin turizm işletmesine çekilmesinin oldukça maliyetli olması,
- Ziyaretçinin hatırlama yeteneğinden yararlanarak müşteri tatmini sağlama yolu ile bu durumu işletmenin lehine bir pazarlama hedefi haline getirmek,
- Ziyaretçi memnuniyeti sağlamada, mal ve hizmet kalitesi turizm işletmeleri açısından önemli bir rekabet aracı olarak kullanılmaktadır.

Turist memnuniyetini turizm işletmeleri özelinde önemli kılan unsurlar; memnun olan turistin turizm ürününü tekrar deneyimleme arzusu ve deneyimlenen turizm ürünü ile ilgili yakın çevre ve tanıdıklarına olumlu tavsiyede bulunması şeklinde olmaktadır (Özer ve Günaydın, 2010).

2.5.1. Destinasyon Düzeyinde Turist Memnuniyetinin Belirleyicileri

Kozak ve Remington'a göre (2000), ziyaretçilerin bir destinasyondan memnun veya memnun olmadan ayrılmalarını etkileyen birçok neden olabilir. Destinasyona ulaşım, konaklama ve yiyecek-içecek hizmetlerinin kalitesi, eğlence imkanları, yerel halk ve esnafın davranış ve tutumlarının yanı sıra fiyat uygulamaları gibi birçok neden turistlerin destinasyon değerlendirmelerinde ve tekrar ziyaret etme niyetlerinde önemli rol oynayabilmektedir (Kozak, 2001: 392; Kozak ve Remington, 2000; 262; Duman ve Öztürk, 2005: 12).

2.5.1.1. Konaklama Yeri ve Yiyecek İçecek Hizmetleri

Konaklama işletmeleri turizm ürününü oluşturan turizm işletmeleri içerisinde ziyaretçilerin başta konaklama olmak üzere yeme içme, dinlenme eğlenme gibi ihtiyaçlarını karşılayan

işletmelerdir (Sezgin, 2001: 83). Konaklama yeri ve yiyecek içecek hizmetleri, ziyaretçilerin tatillerini geçirmek üzere geldikleri destinasyonda, tatilleri boyunca faydalandıkları en önemli hizmetler arasındadır. Bu yüzden konaklama yeri ve yiyecek içecek hizmetlerinin kalitesi, ziyaretçilere destinasyon bazında kaliteli bir hizmet sunabilme açısından ve destinasyonun tekrar ziyaret edilmesi açısından oldukça önemlidir. Ayrıca sunulan yiyecek ve içeceklerin kalitesi ve çeşitliliği de kaliteli bir hizmet için önemli faktörler arsında yer almaktadır. Bunların dışında, personelin tutum ve davranışı, odaların güvenliği, check-in ve check- out hızı, elektrik ve su kaynaklarının yeterli olması, tesisteki departmanları gösteren işaretlerin yeterliliği gibi faktörler de kaliteli bir hizmet sunabilmek için dikkate alınması gereken niteliklerdendir (Kozak, 2001: 395).

2.5.1.2. Ulaşım

Ulaşım hizmetleri, turistlerin destinasyon bazında aldıkları ilk hizmettir. Ziyaretçilerin tatilleri hakkında ilk izlenimleri ulaşım aşamasında oluşur ve bu aşamadaki olumsuzluklar ziyaretçilerin tatil boyunca alınan hizmetleri olumsuz değerlendirmelerine neden olabilir. Ulaşım hizmetlerinin kalitesini belirleyen unsurlar; konfor, ulaşım hizmetlerinin sıklığı, genel olarak destinasyona olan ulaşılabilirlik ve ulaşım hizmetlerinde görevli personelin tutum ve davranışlarıdır. Ulaşım hizmetlerinin kalitesi, genel müşteri memnuniyeti ve destinasyonun tekrar ziyaret edilmesi açısından son derece önem arz etmektedir (Duman ve Öztürk, 2005: 12).

2.5.1.3. Hijyen ve Temizlik

Destinasyonu oluşturan unsurların hijyen ve temizliği, kaliteli bir tatil hizmetinin vazgeçilmez unsurları arasındadır. Destinasyon bazında hijyen ve temizlik; genel olarak destinasyonun temizliği, konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerinin hijyen ve temizliği, denizin ve kumsalın temizliği ve destinasyondaki tarihi ve turistik mekanların temizliği ile gibi birçok bileşenden oluşmaktadır (Kozak, 2001: 398). Sunulan hizmetlerin hijyen ve temizliği genel müşteri memnuniyeti ve destinasyonun tekrar ziyaret edilmesi açısından son derece önem arz etmektedir.

2.5.1.4. Misafirperverlik ve İletişim

Destinasyon bazında hizmet kalitesini etkileyen unsurlar içerisinde misafirperverlik, diğer unsurlara oranla daha soyut bir kavramdır. Bir destinasyonda genel atmosfer, turistlerin kendilerini güvende hissetmeleri, konaklama tesisi ve konaklama tesisi dışında çalışan

personelin tutum ve davranışları, yerel esnaf ve yerel halkın tutum ve davranışları gibi konular, o destinasyondaki misafirperverlik düzeyini belirler. Turistlerin tatilleri süresince çalışanlarla, yerel halk ve esnafla olan iletişimi tatil memnuniyetinin oluşmasında önemli bir unsurdur. Aynı zamanda destinasyonun farklı bölgelerine ve turistik çekim merkezlerine ulaşımda kolaylık sağlayacak işaretlerin bulunması ve bu işaretlerin kalitesi genel memnuniyet açısından önemlidir. Destinasyona en çok sayıda gelen turist gruplarının dillerinde hazırlanmış broşürler, haritalar, mönüler vb. iletişim araçları destinasyon hizmet kalitesinin önemli bir parçası olarak düşünülebilir (Kozak, 2001: 398; Duman ve Öztürk, 2005: 13).

2.5.1.5. Aktivite ve Hizmetler

Destinasyonun niteliğine göre bir destinasyonda çok çeşitli aktiviteler sunulabilir. Genel olarak deniz, kum, güneş turizmi sunan bir destinasyonda aktivitelerin kalitesini, sahillerdeki aktivitelerin yeterliliği, destinasyondaki eğlence olanakları, gece hayatı olanakları, alışveriş yapma olanakları, sahillerde boş alan bulma imkânı, destinasyondaki sağlık hizmetlerinin yeterliliği, çocuklara yönelik aktivite ve hizmetlerin yeterliliği ve sportif aktivitelerin yeterliliği gösterilmektedir (Kozak ve Rimington 2000: 261; Duman ve Öztürk, 2005: 13).

2.5.1.6. Fiyat

Genel olarak bir destinasyonda sunulan mal ve hizmetlerin fiyatları, tatil değerlendirmesi üzerinde önemli bir yer tutmaktadır. Sunulan hizmetin fiyatı, kalitesi ile tutarlı olduğu sürece, turistlerin fiyat ile ilgili beklentileri karşılanmış olur ve turistlerin genel memnuniyet düzeyleri artar. Genel olarak bir destinasyonda fiyat değerlendirmelerini, destinasyondaki geçirilen tatilin toplam maliyeti, konaklama fiyatları, yiyecek içecek fiyatları ve eğlence fiyatları oluşturmaktadır. Çoğu zaman turistler tatillerinin toplam maliyetlerini, alternatif tatil yörelerindeki tatil maliyetlerine göre değerlendirmekte ve bu değerlendirme genel memnuniyet üzerinde etkili olmaktadır. Turizm araştırmalarında da fiyat algılarının müşteri memnuniyeti üzerinde etkili olduğu ve fiyatların hesaplı bulunmasının genel müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkilediği sonuçları görülmektedir (Kozak 2001: 398; Duman ve Öztürk, 2005: 13).

2.5.2. Turist Memnuniyeti İle Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Arasındaki İlişki

Literatürde, müşteri sadakati içerisinde araştırılan tekrar satın alma niyeti ve başkalarına tavsiye etme davranışı turizm alanında yapılan çalışmalar da destinasyon sadakati başlığı altında tekrar ziyaret etme niyeti ve başkalarına tavsiye etme olarak değerlendirilmiştir (Dick ve Basu, 1994: 100).

Temel olarak tekrar ziyaret etme ve destinasyonu tavsiye etme olarak ifade edilebilen destinasyon sadakatinin temelleri, sadakat ve müşteri sadakati konularına dayanmaktadır. Sadakat ve müşteri sadakati konuları hakkında bilgi sahibi olmak destinasyon sadakatinin daha iyi anlaşılmasına neden olacaktır. Sadakat temel olarak, bir nesneye ya da kişiye karşı duyulan içten bağlılık olarak tanımlanırken; müşteri sadakati de, herhangi bir mal veya hizmete müşteri olma sıklığı ve tekrarlanan satın alma davranışı yoluyla sahip olunan ürüne karşı sürekli olarak pozitif duygular besleme ve gelecek dönemlerde de aynı ürünü kullanma arzusu olarak tanımlanmaktadır (Dick ve Basu, 1994: 100). Müşteri sadakati; tutumsal ve davranışsal yaklaşım olmak üzere iki farklı şekilde ele alınmaktadır (Kim, Park ve Jeong, 2004: 147). Tutumsal sadakat, müşterinin işletmenin sunduğu ürünleri tekrarlı bir şekilde satın alarak işletmeye karşı uzun vadede bağlılığını ifade etmektedir. Tutumsal sadakat yaklaşımına göre, müşteri farklı işletmelerin sunacağı fiyat indirimleri ve teşviklere de duyarsız kalıp, uzun vadede sadık olduğu işletmenin ürünlerini satın alıp başkalarına da olumlu tavsiyede bulunacaktır (Shoemaker ve Levis, 1999: 347). Davranışsal yaklaşım ise; bir mal ya da hizmetin tekrar satın alınması, fakat kişiye daha iyi bir seçenek sunulduğunda tekrar satın alma davranışının görülmemesi olarak ifade edilmektedir. Davranışsal yaklaşımda, tutumsal yaklaşımda görülen psikolojik bağlılık söz konusu değildir (Bowen ve Chen, 2001: 214-215). Bazı araştırmalara göre ise müşteri sadakati incelenirken tutum ve davranışların bir arada ele alınması gerekliliği vurgulanmıştır. Tablo 23'te tutum ve davranışların müşteri sadakatini hangi yönde etkilediği gösterilmektedir.

Tablo 23: Tutum ve Davranışa Bağlı Olarak Müşteri Sadakat Düzeyleri

Tutumlar	**Satın Alma Davranışı**	
	Yüksek	Düşük
Yüksek Olumlu	Gerçek Sadakat	Gizli Sadakat
Düşük Olumlu	Sahte Sadakat	Sadakatsizlik

Kaynak: Dick ve Basu 1994: 101' den faydalanılarak hazırlanmıştır.

Destinasyon sadakati genel olarak, turistler tarafından tatil deneyiminin gerçekleştiği destinasyonu tekrar ziyaret etme ve ziyaret edilen destinasyonun çekicilikleri hakkında başkalarına olumlu duyurum yapma olarak tanımlanmaktadır (McDowall, 2010: 27). Turizm literatüründe memnuniyet ve destinasyon sadakati ile ilgili yapılan araştırmalarda (Pizam ve Ellis, 1999, Baker ve Crompton, 2000, Opperman 2000, Kozak ve Rimmington 2000, Yoon ve Uysal, 2005, Henry 2000) destinasyon sadakatinin memnuniyet duygusundan önemli ölçüde etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır. Gitelson ve Crompton tarafından yapılan çalışmalarda bir kişinin tatil deneyimini yaşadığı bir destinasyonu tekrar ziyaret etmesindeki başlıca sebepler şu şekilde sıralanmaktadır (Opperman 2000: 8-9; Croes, Shani, Walls 2010:119):

- Turistlerin risk almaktan çekinerek farklı destinasyonları tercih etmemesi ve böylece olası memnuniyetsizleri engellemek,
- Daha önce tatil deneyimi yaşadığı kişilerle tekrar bir araya gelme arzusu,
- Duygusal bağ kurulan destinasyonda benzer güzel anıları tekrar yaşamak,
- Destinasyona ait daha fazla çekicilikleri keşfetmek,
- Destinasyonu tavsiye ettiği kişilerin destinasyondan kendileri gibi memnun ayrıldıklarını görme isteği.

Müşteri memnuniyetinin tekrar ziyaret etme ve başkalarına tavsiye etme üzerindeki etkilerini inceleyen araştırmalarda; Opperman (1999) turist memnuniyetinin tek başına tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkili olamayacağını ve kişilerin yeni destinasyonları ziyaret etme eğilimlerinin daha fazla olduğunu, Petrick (1999), tekrar ziyaret etme niyetinin turist memnuniyetinden pozitif yönde etkilendiğini, Kozak (2001) İspanya ve Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin memnuniyet düzeylerinin tekrar ziyaret etme niyetini olumlu yönde etkilediğini, Wang (2004) Hong Kong'ta Çinliler üzerinde yaptığı araştırmada, bölgeyi daha önce ziyaret eden kişilerin ilk kez ziyaret eden kişilere göre çok daha fazla harcama yaptıklarını ve seyahat motivasyonlarında alışveriş faktörünün etkili olduğunu, Castro vd. (2007) Li vd. (2008) tekrar ziyaret etme niyeti ile turistlerin destinasyonla ilgili kurduğu duygusal bağın arasında güçlü bir ilişki olduğunu, McKercher ve Guilet (2010), turistleri demografik yapılarını dikkate alarak incelemiş ve yaşlıların genç insanlara göre daha fazla tekrar ziyaret etme niyetinde olduklarını; Güngör (2010) Antalya'yı ziyaret eden turistlerin genel memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğu ve

destinasyonu tekrar ziyaret etme ve başka kişilere tavsiye etme niyetinde olduklarını tespit etmişlerdir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİSTLERİN SAKİN ŞEHİRLERİ TERCİH NEDENLERİ, MEMNUNİYET DÜZEYLERİ VE TEKRAR ZİYARET ETME NİYETLERİ: TÜRKİYE'DEKİ SAKİN ŞEHİRLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırmanın üçüncü bölümünü; Türkiye'de Sakin Şehir Birliği'nde yer alan merkezleri ziyaret eden turistlerin sakin şehir tercih nedenleri ve memnuniyetlerinin değerlendirilerek tatil deneyiminin gerçekleştiği ya da sakin şehir logolu başka bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerini ölçmeyi amaçlayan nicel araştırma ve Türkiye'de Sakin Şehir Birliği'nde yer alan merkezlerin sakin şehir temsilcileri ile mülakat yöntemi kullanılarak sakin şehir logo ve markasının yöneticiliklerini yaptıkları sakin şehirlerde meydana getirdiği olgusal değişiklikler hakkında bireysel bir şekilde yüz yüze görüşülerek elde edilen bilgi ve değerlendirmelerden oluşan nitel araştırma oluşturmaktadır.

3.1. Araştırma Problemi

Sahip olduğu çekiciliklerden dolayı bir destinasyonu ziyaret eden turistlerin sergiledikleri davranış kalıplarının anlaşılarak yorumlanması hem destinasyon pazarlamacı ve yöneticileri hem de turist davranışları konusunda araştırma yapan akademisyenler açısından son derece önem arz etmektedir. Son yıllarda akademisyenler tarafından destinasyonları ziyaret eden turist davranışları üzerine yapılan araştırmalarda ciddi artış gözlense de, tekrar ziyaret etme niyeti ve ziyaret edilen destinasyonları başkalarına tavsiye etmeyi etkileyen değişkenler üzerinde tam bir fikir birliğinin sağlanmadığı açıkça görülmektedir.

1999 yılında İtalya'da hızlı ve bilinçsizce tüketen yaşam tarzına karşı yerel bir kalkınma modeli olarak ortaya çıkan, İtalyanca şehir anlamına gelen 'Citta' ve İngilizce yavaş anlamına gelen 'Slow' kelimelerinin birleşmesinden oluşan, temel amacı sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda yaşanabilir kentler oluşturmak olan ve yaşamın yaşamaktan zevk alınacak bir hızda yaşanmasını savunan Cittaslow (sakin şehir) hareketi, insanların birbirleriyle iletişim kurabilecekleri, sosyalleşebilecekleri, kendine yeten, el sanatlarına, doğasına, gelenek ve göreneklerine sahip çıkan ama aynı zamanda alt yapı sorunları olmayan, yenilenebilir enerji kaynakları kullanan, teknolojinin kolaylıklarından yararlanan

kentler oluşturma fikrini uluslararası boyuta taşıyan bir felsefedir. Sakin şehirlerle ilgili literatür incelendiğinde, sakin şehir kavramının dünyada ve ülkemizde daha çok mimarlık, kamu yönetimi, çevre ve şehir planlamacılığı açısından ele alındığı, son dönemlerde turizm alanında sakin şehirler ile ilgili yapılan araştırmalar artış gösterse de konu ile ilgili yeterli sayıda derinlemesine araştırmanın olmadığı yani etkileri itibariyle farklı boyutlar altında incelenmesi mümkün olan sakin şehir oluşumunun özellikle ülkemizde şimdiye kadar yapılan araştırmalarda genelde tek bir boyutta ele alındığı ve araştırmalara ülkemizde dahil olmak üzere o ülkede yer alan bütün sakin şehirlerin dahil edilmediği, bu açıdan literatürde Türkiye'de sakin şehirler ölçeğindeki bilgi birikiminin yeterli düzeyde ve güncel nitelikte olmadığı tespit edilmiştir.

Ayrıca, Türkiye'de 2009 yılında Seferihisar'ın öncülüğünde başlayarak 2016 yılı itibari ile sayısı on bire ulaşan Sakin Şehirler Birliği'ne üye olan kentlerin tamamını kapsayacak şekilde turistlerin tekrar ziyaret etme niyetini etkileyen değişkenler arasındaki ilişkileri açıklayan ve aynı zamanda sakin şehir yaklaşımının Türkiye'deki uygulanış şekli ve mevcut durumunun belirlenmesine yönelik yönetici pozisyonunda görev yapan sakin şehir temsilcilerinin sakin şehirler ile ilgili görüş ve değerlendirmelerine de yer veren bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu bağlamda araştırma problemini; Türkiye'de Sakin Şehirler Birliği'ne üye olan 10 kenti ziyaret eden turistlerin sakin şehirleri tercih nedenleri ve memnuniyetlerinin değerlendirilerek tatil deneyiminin yaşandığı destinasyonu ya da sakin şehir logosu taşıyan farklı bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerinin ölçülmesi oluşturmaktadır.

3.2. Araştırmanın Konusu ve Önemi

Araştırma konusunu; son dönemlerde turizm alanındaki güncel yaklaşımlardan biri olan, 1999'da İtalya'da yerel bir hareket olarak başlamış olmasına rağmen günümüzde küreselleşme yolunda önemli adımlar atarak özellikle sürdürülebilirlik kavramıyla anılan sakin şehir hareketinin Türkiye'deki uygulanış şekli ve Türkiye'deki sakin şehir merkezlerini ziyaret eden turistlerin sakin şehirleri tercih nedenleri ve memnuniyetlerinin değerlendirilerek tekrar ziyaret etme niyetlerinin ölçülmesi oluşturmaktadır. Bu bağlamda araştırma kapsamında; Türkiye'de Sakin Şehir Birliği'nde yer alan bütün sakin şehirleri, ziyaretçi ve yönetici bakış açısından ele alarak değerlendirmelerde bulunulacaktır. Özellikle sakin şehir yaklaşımının Türkiye'de uygulanış biçiminin tesbiti ve mevcut durumun belirlenebilmesi açısından sakin şehirlerde sakin şehir temsilcisi olarak görev

yapan yöneticilerin araştırmaya dâhil edilmesine karar verilmiştir. Sakin Şehir Birliği, küreselleşmenin meydana getirdiği, yaşam tarzı olarak birbirine benzeyen ve klon şehirler olarak ifade edilen homojen kentlerden biri olmak istemeyen, yerel kimliğini ve kültürel öğelerini koruyarak, ön plana çıkarmak isteyen kentlerden oluşan bir birliktir. Sakin şehir hareketi, yavaş yemek hareketinin devamı olarak yerel bir kalkınma modeli şeklinde ortaya çıkmış ve günümüzde 30 ülkeden 213 kentin üyesi olduğu uluslararası bir birlik haline gelmiştir. 213 kentin on biri ülkemizin farklı bölgelerinde yer almaktadır. Sakin şehir felsefesi, sürdürülebilir ve marka kentler oluşturulması açısından da son zamanlarda üzerinde önemle durulan kavramlardan biri olarak ele alınmaktadır. Çünkü sürdürülebilirliğin tanımında da yer alan kaynakların tahrip olmadan gelecek nesillere aktarılması düşüncesi tam olarak sakin şehir felsefesinin kentsel ölçekte uygulanmasıyla örtüşmektedir. Sakin şehirler yavaşlık felsefesinin kentsel düzeyde hayat bulmuş hali olarak tanımlandığı için, turistlerin sakin şehirleri küreselleşme karşıtı ve çevreye duyarlı bir yer olarak gördüklerinden dolayı mı ziyaret ettikleri sorusu ziyaretçi özelliklerinin ve sakin şehirler ile ilgili bilgi düzeylerinin belirlenmesi bakımından önem taşımaktadır. Bu bakımdan ziyaretçi özellikleri ve ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih nedenleri ile sakin şehirlerin misyonu ve kendilerine yüklediği anlam arasındaki uyum önem kazanmaktadır. Bu açıdan araştırma sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin farklı özelliklerinin tespiti ve sakin şehirlerden beklentilerinin anlaşılması bakımından uygulamaya farklı bir bakış açısı ile katkıda bulunmaktadır. Araştırma; Türkiye'deki bütün sakin şehirleri ziyaretçi ve yönetici boyutları ile kapsayan ilk araştırma olması, bu boyutlar itibariyle turistlerin tatil deneyiminin yaşandığı ya da sakin şehir logosu taşıyan farklı bir sakin şehri gelecekte tekrar ziyaret etme niyetine, turistlerin sakin şehir tercih nedenlerine bağlı olarak oluşan memnuniyetin ne derecede ilişkili olduğunun tespit edilmesi ve sakin şehir temsilcilerinin sakin şehir yaklaşımının Türkiye'de uygulanış şekli hakkındaki görüş ve değerlendirmelerini de ele alması açısından sakin şehir alanındaki literatüre güncel bilgiler sunarak nitelikli bilgi eksikliğinin giderilmesi ve mevcut sakin şehir yerel yöneticilerine, sakin şehir alanında çalışan araştırmacılara ve adaylık sürecindeki yerel yöneticilere marka ve sürdürülebilir şehirler yaratma anlamında yol gösterici nitelikte bilgiler sunması açısından önem taşımaktadır.

3.3. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın amacı, Türkiye'deki sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin sakin şehir tercih nedenleri ve memnuniyet düzeylerinin, tatil deneyiminin yaşandığı destinasyonu ya da sakin şehir logosu taşıyan farklı bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkinin ortaya konularak ve sürdürülebilirliğin kentsel boyutta uygulanma şekli olan sakin şehirler ile ilgili ülkemizdeki mevcut durumun belirlenerek yerel bir kalkınma modeli olan sakin şehirler oluşumu ile ilgili Türkiye ölçeğindeki bilgi birikimine katkıda bulunmaktır. Ayrıca, araştırmadan elde edilecek bilgiler doğrultusunda; Türkiye'de Sakin Şehir Birliği'nde yer alan kentleri ziyaret eden turistlerin sakin şehir tercih nedenleri tespit edilerek; mevcut durumun belirlenmesi, iyileştirilmesi, eksikliklerin giderilebilmesi ve ziyaretçilere daha kaliteli hizmet verilebilmesi için görüş bildirecek olması ve sakin şehir temsilcilerinin değerlendirmeleri doğrultusunda Sakin Şehir Birliği'ne üye ve aday yerel yönetimler tarafından çizilecek yeni yol haritalarının belirlenmesine katkıda bulunması araştırmanın diğer bir amacı arasında yer almaktadır.

Araştırmada; turistlerin Türkiye'de bulunan sakin şehirleri ziyaret etmeye iten faktörler araştırılarak, bu faktörlerin ne ölçüde memnuniyete dönüştüğü ve oluşan memnuniyetin tekrar ziyaret etme niyetine dönüşüp dönüşmeyeceği tespit edilmeye çalışılacaktır. Araştırma Türkiye'de Sakin Şehir Birliği'ne üye olan; Seferihisar, Akyaka, Gökçeada, Halfeti, Perşembe, Taraklı, Vize, Yalvaç, Yenipazar ve Şavşat ilçelerini kapsamaktadır. 2016 yılı Mart ayında gerçekleşen Sakin Şehir Genel Kurulu'nda Erzurum Uzundere'de sakin şehir logosu almaya hak kazanmış ve Türkiye'deki sakin şehir sayısı on bire ulaşmıştır. Fakat araştırmayla ilgili veriler o tarih itibariyle toplandığından dolayı Uzundere ilçesi araştırmaya dâhil edilmemiştir.

Araştırma kapsamında Türkiye'de Sakin Şehir Birliği'nde yer alan on şehri ziyaret eden turistlerin memnuniyet düzeylerinin ölçülmesinde; sakin şehirlerdeki konaklama imkânları, ulaşım imkânları, yerel yönetim hizmetleri, yöresel yiyecek içecek hizmetleri, misafirperverlik, doğal ve tarihi çekicilikler, organik yöre pazarı, sağlık hizmetleri ve dinlenme alanları boyutları kullanılmıştır. Ayrıca sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin demografik özelliklerindeki (cinsiyet, yaş, gelir, medeni hal, çocuk sayısı, öğrenim durumu, meslek, milliyet, ortalama aylık gelir ve tatil için ayrılan bütçe) farklılıkların yanı sıra, çevresel duyarlılığa ve küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmasının sakin şehir tercih nedenlerine yansıyıp yansımadığını ve memnuniyet düzeyleri ile arasındaki

ilişkinin tatil deneyiminin yaşandığı ya da sakin şehir logosu taşıyan farklı bir sakin şehri gelecekte tekrar ziyaret etme niyetine dönüşüp dönüşmeyeceği de incelenmektedir. Sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin çevresel duyarlılık ve küreselleşme karşıtı özelliklerinin araştırmaya dâhil edilmesindeki esas amaç; sakin şehirlerin kendilerine yüklediği anlam ile ziyaretçilerin sakin şehirlere yüklediği anlam arasında farkın olup olmadığının anlaşılmasıdır.

3.4. Araştırma Değişkenleri ve Hipotezlerine Yönelik Kavramsal Çerçeve

Günümüzde destinasyonlar arası rekabetin yoğun bir şekilde artmasından dolayı, destinasyonları ziyaret eden turistlerin davranışlarının anlaşılarak rekabet avantajı elde etme isteği destinasyon pazarlamacıları tarafından hayati önem taşıyan bir konu haline gelmiştir. Ayrıca turist davranışları, turizm alanında araştırma yapan birçok akademisyenin de dikkatini çekerek konu ile ilgili çok sayıda araştırma gerçekleştirilmiştir. Son yıllarda turizm alanında herhangi bir destinasyonu ziyaret eden turistlerin davranışlarını anlayabilmek ve yorumlayabilmek için yapılan araştırmalarda; turistlerin seyahat motivasyonlarına etki eden unsurlar, destinasyon imajı, hizmet kalitesi, destinasyon sadakati, turist memnuniyeti gibi konular değişik değişkenler aracılığı ile incelenmiştir.

Turizm literatürü incelendiğinde; destinasyon imajı, hizmet kalitesi, destinasyon sadakati, turist memnuniyeti, tekrar ziyaret etme ve başkalarına tavsiyede bulunma konulu araştırmalarda; Opperman (1999) turist memnuniyetinin tek başına tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkili olamayacağını ve kişilerin yeni destinasyonları ziyaret etme eğilimlerinin daha fazla olduğunu, Petrick (1999), tekrar ziyaret etme niyetinin turist memnuniyetinden pozitif yönde etkilendiğini, Baker ve Crompton (2000), destinasyon sadakatinin turistin destinasyonda algıladığı performans kalitesi ile doğru orantılı bir şekilde arttığını, Kozak ve Remington (2000), turistlerin bir destinasyondaki memnuniyet düzeylerinin belirlenmesinde; destinasyona ulaşım, konaklama ve yiyecek-içecek hizmetlerinin kalitesi, eğlence imkanları, yerel halk ve esnafın davranış ve tutumlarının yanı sıra fiyat uygulamaları gibi birçok faktörün etkili olabileceğini ve bu faktörlerin tekrar ziyaret etme niyetlerinde önemli rol oynayabileceğini, Choi ve Chu (2001), turistlerin memnuniyet düzeyi ile aynı destinasyonu tekrar ziyaret etme olasılığı arasında pozitif yönlü ve yüksek bir ilişki bulunduğunu, Kozak (2001) İspanya ve Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin memnuniyet düzeylerinin tekrar ziyaret etme niyetini olumlu yönde etkilediğini, Kozak vd (2004), turistlerin tekrar ziyaret etme niyetinin tatminden önemli ölçüde

etkilendiğini, Wang (2004) Hong Kong'ta Çinliler üzerinde yaptığı araştırmada, bölgeyi daha önce ziyaret eden kişilerin ilk kez ziyaret eden kişilere göre çok daha fazla harcama yaptıklarını ve seyahat motivasyonlarında alışveriş faktörünün etkili olduğunu, Yoon ve Uysal (2005), destinasyondan duyulan memnuniyet düzeyinin, turistik ürün tüketimi ve destinasyonu tekrar ziyaret üzerinde etkili olduğunu, Castro vd (2007), bir destinasyonu ziyaret eden turistlerin gelecekteki davranışlarının tatmin, hizmet kalitesi ve destinasyon imajından etkilendiğini, Li vd (2008) tekrar ziyaret etme niyeti ile turistlerin destinasyonla ilgili kurduğu duygusal bağın arasında güçlü bir ilişki olduğunu, McDowall (2010), destinasyonun ilk defa veya tekrar ziyaret edilmesinde kişilerin en fazla güvendiği bilgi kaynaklarının yakın çevre ve arkadaşlardan edinilen bilgilerin olduğunu, McKercher ve Guilet (2010), turistleri demografik yapılarını dikkate alarak incelemiş ve yaşlıların genç insanlara göre daha fazla tekrar ziyaret etme niyetinde olduklarını; Güngör (2010) Antalya'yı ziyaret eden turistlerin genel memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğu ve destinasyonu tekrar ziyaret etme ve başka kişilere tavsiye etme niyetinde olduklarını tespit etmişlerdir.

Sakin şehirlerle ilgili literatür incelendiğinde, sakin şehir kavramının daha çok sürdürülebilirlik kapsamında; mimarlık, kamu yönetimi, çevre ve şehir planlamacılığı kapsamında değerlendirildiği, 1986 yılında yavaş hareketinin başlamasıyla birlikte son dönemlerde turizm alanında sakin şehirler ile ilgili çalışmalar artış gösterse de konu ile ilgili yeterli sayıda araştırmanın olmadığı gözlemlenmektedir. Sakin şehirleri konu edinen yabancı ve yerli çalışmalar sırasıyla aşağıda özetlenmektedir.

Jones ve diğ. (2003) tarafından yapılan çalışmada; yavaş yemek hareketi ve bu hareketin sonucu ortaya çıkan sakin şehir kavramı ana hatlarıyla ele alınmaktadır.

Knox (2005) tarafından yapılan çalışmada; küreselleşmenin şehirler üzerindeki olumsuzluklarına dikkat çekilerek, çalışma kapsamında sakin şehir tarihçesi ve şehirler üzerindeki olumlu etkileri hakkında bilgiler sunulmaktadır.

Radstrom (2005) tarafından yapılan çalışmada; sakin şehir hareketi ve bu hareketin amaçlarından bahsedilmektedir. Ayrıca Kanada'nın Manitoba kenti sakin şehir kriterleri kapsamında değerlendirilmektedir.

Loades (2005) tarafından yapılan çalışmada; yavaş yemek ve sakin şehir hareketlerinden bahsedilerek, sakin şehir olmanın avantajları İtalya'nın Ortivero kasabası ele alarak değerlendirilmektedir.

Knox ve Mayer (2006) tarafından yapılan çalışmada; Almanya'da bulunan iki sakin şehir değerlendirilerek, sakin şehir kriterlerinin iki şehirde uygulanıp uygulanmadığı araştırılmaktadır.

Parkins ve Craig (2006) tarafından yapılan çalışmada; hız ve yavaşlık kavramları üzerinde durularak, yavaş yemek hareketi ve bu hareketin insan hayatı üzerindeki olumlu etkileri değerlendirilmektedir.

Honore (2008) tarafından yapılan çalışmada; küreselleşmenin insan hayatı üzerindeki olumsuzluklarına dikkat çekilerek, sakin şehir kavramı ve olumlu yanları hakkında detaylı bilgiler sunulmaktadır.

Miele (2008) tarafından yapılan çalışmada; İtalya'nın San Vincenzo ile Orvieto kasabaları sakin şehir konusu kapsamında değerlendirilerek, sakin şehir süreci ve Sakin Şehirler Birliği'ne katılmak için gerekli olan kriterler üzerinde durulmaktadır.

Pink (2008) tarafından yapılan çalışmada; sakin şehir hareketinin amaçları incelenerek, kentler üzerindeki olumlu etkileri ele alınmaktadır.

Petrini ve Padovani (2011) tarafından yapılan çalışmada; sakin şehir oluşumuna yerel halkın yaklaşımı incelenmiş ve yerel halkı yeni olarak kabul edilen bu kent modeline ikna etmenin zor olduğu tespit edilmiştir.

Semmens ve Freeman (2012) tarafından yapılan çalışmada; sakin şehir hareketi Yeni Zelanda ölçeğinde işlenerek, sakin şehirler hakkında yerel halkın izlenimleri değerlendirilmektedir.

Sırım (2012) tarafından yapılan 'Çevreyle Bütünleşmiş Bir Yerel Yönetim Örneği Olarak "Sakin Şehir Hareketi ve Türkiye'nin Potansiyeli' adlı çalışmada, sakin şehir tarihçesi incelenerek, sakin şehir hareketi yerel kalkınma modeli kapsamında incelenmektedir.

Günerhan, Erdem ve Günerhan (2010) tarafından yapılan 'Çevre ve Enerji Açısından Yavaş Şehir Hareketinin Gelişimi' adlı çalışmada, yavaş yemek ve sakin şehir hareketi incelenerek seferihisar ilçesi çevre ve enerji açısından ele alınmaktadır.

Baldemir, Şahin ve Kaya (2013) tarafından yapılan 'Yavaş Şehir Olma Durumunun Analitik Hiyerarşi Süreci İle Değerlendirilmesi' adlı çalışmada, Muğla Datça ilçesinin sakin şehir olma potansiyeli üzerinde durulmaktadır.

Bilgi (2013) tarafından yapılan 'Türkiye'nin Sakin Şehirlerinde Permakültürel Koruma, Planlama, Yönetim ve Eğitim Pratikleri' adlı çalışmada, Sakin Şehirlerdeki permakültürel koruma ve şehir planlamacılığı uygulamaları hakkında bilgiler sunmaktadır.

Karaahmet (2013) tarafından yapılan 'Yavaş Şehir Hareketinin Kent İmajına Katkısı: Orduperşembe Örneğinin Yerel Basın Üzerinden Analizi' adlı çalışmada, Perşembe ilçesinin Sakin Şehir olma süreci yerel basın kaynakları aracılığıyla incelenmektedir.

Sungur (2013) tarafından yapılan 'Türkiye'nin Sakin Şehirlerindeki Kadın Girişimciliğine Sosyolojik Bir Bakış' adlı çalışmada, yavaş yemek ve sakin şehir hareketi tarihsel süreç içinde incelenerek, sakin şehir uygulamalarının kadın girişimciliği açısından sahip olduğu potansiyel incelenmektedir.

Ayrıca sakin şehirleri konu edinen lisansüstü tezler yıllar itibariyle aşağıdaki şekildedir

Tablo 24**:** Sakin Şehirleri Konu Edinen Lisansüstü Tezler

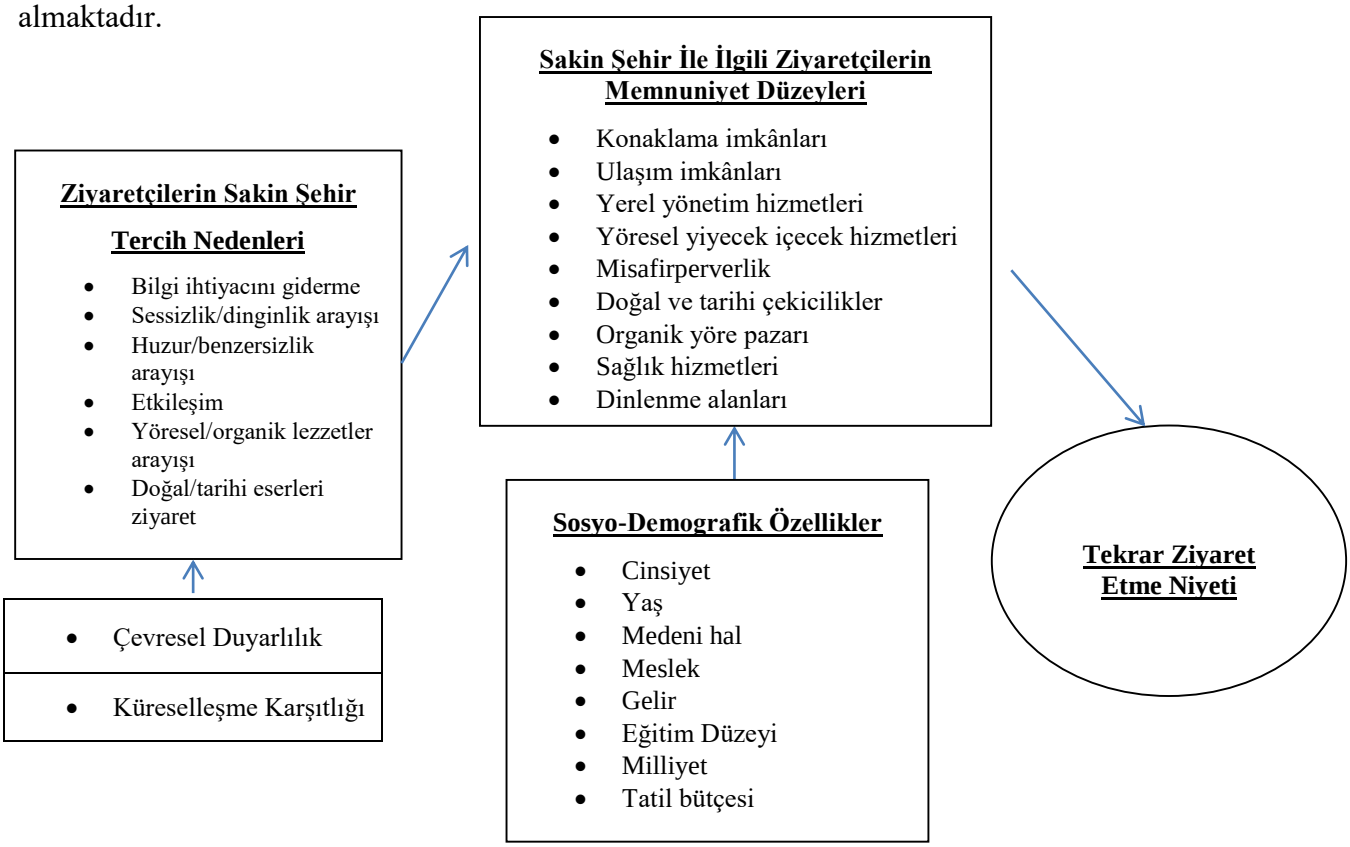
Yüksek Lisans Tezi 2012	Feriyal FARHADİ ANDARABİ	Cittaslow Markasına Sahip Şehirlerde Yerel Halkın Turizme Yaklaşımı Üzerine Bir Analiz: Seferihisar Örneği
Yüksek Lisans Tezi 2010	Gözde DOĞUTÜRK	Mimari ve Yaşam Kalitesi Bağlamında Yavaş Şehir Hareketi ve Seferihisar Örneği
Doktora Tezi 2013	Yeşim COŞAR	Yavaş Şehir (Cıttaslow) Olgusunun Turist Davranışları ve Yerel Halkın Kentsel Yaşam Kalitesi Algısına Etkiler
Yüksek Lisans Tezi 2012	Elif GÖÇKAN	İzmir İli Yavaş Şehir Seferihisar Örneğinde Doğal ve Kültürel Yapı Üzerine Araştırmalar
Yüksek Lisans Tezi 2013	Ayşegül ÇERÇİ	Destinasyon Markalama ve Yavaş Şehir Seferihisar'ın Destinasyon Marka İmajı
Yüksek Lisans Tezi 2010	Enes Battal KESKİN	Sürdürülebilir Kent Kavramına Farklı Bir Bakış Olarak Yavaş Şehirler (Cittaslow): Seferihisar Örneği
Yüksek Lisans Tezi 2011	Hakkı Can ÖZKAN	Bir Sürdürülebilir Kent Modeli: Yavaş Şehir Hareketi

Yüksek Lisans Tezi 2014	Nermin Merve BAYKAN	Farklı Ulaşım Seçeneklerinin Sakin Şehir 'Cittaslow' Ölçütleri Kapsamında Değerlendirilmesi: Seferihisar- SığacıkÖrneği
Yüksek Lisans Tezi 2014	Sema EKİNCEK	Sakin Şehir (Cittaslow) Yöneticilerinin Sakin Şehir Hareketine ve Sürdürülebilirliğe Yönelik Değerlendirmeleri
Yüksek Lisans Tezi 2012	AYÇA ÖZTÜRK	Bir Yerleşim Birimi Olarak Kent Anlayışında Yeni Politika: Yükselen Değer Olarak "Yavaş Kent "(Cıtta Slow)
Yüksek Lisans Tezi 2012	Hüseyin İhsan TOPLU	Yavaş Şehirler (Cıttaslow/Slow Cıtıes) ve Halk Sağlığı

Kaynak: YÖKTEZ resmi web sitesindeki verilerden yararlanılarak hazırlanmıştır (Erişim Tarihi: 09.12.2015).

3.5. Araştırma Değişkenleri ve Hipotezlerinin Şematik Olarak Gösterilmesi

Araştırma amacına uygun olarak hazırlanan araştırma değişkenlerini ve hipotezlerini gösteren şemada ziyaretçilerin sosyo-demografik özellikleri, sakin şehir tercih nedenleri, küreselleşme karşıtlığı ve çevresel duyarlılıkları, sakin şehirler ile ilgili memnuniyet düzeyleri ve tekrar ziyaret etme niyetlerine yönelik olarak beş değişken grubu yer almaktadır.



Şekil 21**:** Araştırma değişkenleri ve hipotezleri şeması

Araştırma kapsamında oluşturulan şemada, Türkiye'deki sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin sakin şehir tercih nedenleri ve memnuniyetlerinin, destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti ile arasındaki ilişkinin ortaya konulması amaçlamaktadır.

Araştırma şemasında yer alan sakin şehir ile ilgili ziyaretçilerin memnuniyet düzeyleri 9 boyut itibariyle ölçülmüştür. Sakin şehirlerdeki konaklama imkânları, ulaşım imkânları, yerel yönetim hizmetleri, yöresel yiyecek içecek hizmetleri, misafirperverlik, doğal ve tarihi çekicilikler, organik yöre pazarı, sağlık hizmetleri ve dinlenme alanları boyutları beşli Likert türü ölçekte hazırlanmış otuz bir yargıdan oluşmaktadır. Ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerinin ölçülmesinde kullanılan boyutlar Oliver (1980) tarafından oluşturulan ve daha sonra Opperman (1999), Petrick (1999), Baker ve Crompton (2000), Kozak ve Remington (2000), Choi ve Chu (2001), Kozak (2001) gibi farklı araştırmacılar tarafından geliştirilen modelden faydalanılarak hazırlanmıştır. Ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerini ölçmek için 'kesinlikle memnunum- kesinlikle memnun değilim' şeklinde beşli ölçek kullanılmıştır. Ayrıca ziyaretçilerin sakin şehir tercih nedenleri, küreselleşme karşıtlığı ve çevresel duyarlılık, tekrar ziyaret etme niyetlerini ölçmek için 'kesinlikle katılıyorum-kesinlikle katılmıyorum' şeklinde beşli ölçek kullanılmıştır.

Araştırma değişkenleri ve hipotezlerinin gösterildiği şemada yer alan ziyaretçilerin sakin şehir tercih nedenleri Huang (2006) tarafından turistlerin seyahat motivasyonlarını ölçmek amacı ile geliştirilen ölçeğin araştırma kapsamında turistlerin sakin şehirleri tercih etmelerinde önemli olan nedenleri tespit etmek amacı ile araştırmaya uyarlanarak bilgi ihtiyacını giderme, sessizlik/dinginlik arayışı, huzur/benzersizlik arayışı, etkileşim, yöresel/organik lezzetler arayışı, doğal/tarihi eserleri ziyaret boyutlarından oluşan 6 boyut itibari ile beşli Likert türü ölçekte oluşturulmuş yirmi üç yargı aracılığı ile ölçülmüştür.

Araştırma değişkenleri ve hipotezlerinin gösterildiği şemada yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin küreselleşme karşıtlığı ve çevresel duyarlılık ile ilgili özelliklerini ölçmeye yönelik oluşturulan değişken grubu beşli Likert türü ölçekte hazırlanmış küreselleşme karşıtlığı ile ilgili dört ve çevresel duyarlılık ile ilgili altı yargı olmak üzere toplamda on yargıdan oluşmaktadır. Sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin çevresel duyarlılık ve küreselleşme karşıtı özelliklerinin tespit edilmesindeki esas amaç; sakin şehirlerin kendilerine yüklediği anlam ile ziyaretçilerin sakin şehirlere yüklediği anlam arasında farkın olup olmadığının anlaşılmasıdır. Çünkü, felsefe olarak küreselleşme karşıtı ve

çevreye duyarlı bir hareket olarak ortaya çıkan ve 'yavaşlık' olarak nitelendirilen bütün kavramlar, esasında küreselleşmenin neden olduğu olumsuz değişimlere karşı; yerelliğe önem veren, hızlı ve tüketime dayalı modern hayatı eleştiren toplumların kendine özgü değerlerini savunması gerektiğini ifade eden sürdürülebilirlik ilkelerini benimsemiş yaklaşımlardır (Sezgin ve Ünüvar, 2011:107-108). Sakin şehirler de yavaşlık felsefesinin kentsel düzeyde hayat bulmuş hali olarak tanımlandığı için, turistlerin sakin şehirleri küreselleşme karşıtı ve çevreye duyarlı bir yer olarak gördüklerinden dolayı mı ziyaret ettikleri sorusu ziyaretçi özelliklerinin ve sakin şehirler ile ilgili bilgi düzeylerinin belirlenmesi bakımından önem taşımaktadır. Çünkü; sakin şehirler, ziyaretçilerine kalabalık olmayan caddeler, trafik sorununun olmadığı güzergahlar, sofraya konulan her şeyin doğal olduğu doğa dostu ürünler ve küreselleşmenin hiçbir şekilde uzanamadığı çevre sorunları olmayan bir kent hayatı sunmayı vadetmektedir. Bu bakımdan ziyaretçi özellikleri ve ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih nedenleri ile sakin şehirlerin misyonu ve kendilerine yüklediği anlam arasındaki uyum önem kazanmaktadır.

Araştırma değişkenleri ve hipotezlerinin gösterildiği şemada yer alan ve araştırmanın bağımlı değişkeni olan ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile ilgili değişken grubu Conner ve Sparkks (1996) tarafından geliştirilen ve sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetleri ve başkalarına tavsiye etme ile ilgili beşli Likert türü ölçekte hazırlanmış toplam altı yargıdan oluşmaktadır.

Ziyaretçilerin sosyo-demografik özelliklerine bağlı olarak sakin şehirleri tercih nedenleri, memnuniyet düzeyleri ve tekrar ziyaret etme niyetlerinin farklı olacağı beklenmektedir. Ziyaretçilerin sosyo-demografik özellikleri cinsiyet, yaş, gelir, medeni hal, çocuk sayısı, öğrenim durumu, meslek, milliyet, ortalama aylık gelir ve tatil için ayrılan bütçe değişkenleri ile çoktan seçmeli ve açık uçlu sorular yardımı ile ölçülmüştür.

Araştırma Hipotezleri

Araştırma değişkenlerinin gösterildiği şemadan hareketle araştırmanın hipotezleri şu şekilde oluşturulmuştur:

H1: Ziyaretçilerin çevresel duyarlılığa sahip olmaları ile sakin şehirleri tercih etme nedenleri arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Ziyaretçilerin küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile sakin şehirleri tercih etme nedenleri arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Sakin şehri ziyaret eden ziyaretçilerin sakin şehirlerde sunulan hizmetlere yönelik genel memnuniyet algısı ile sakin şehri tekrar ziyaret etme niyeti arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır.

H4: I. grup (Yenipazar, Taraklı, Perşembe, Vize, Yalvaç, Halfeti ve Şavşat), II. grup (Gökçeada ve Akyaka) ve III. grupta (Sefrihisar) yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin, sakin şehir tercih nedenleri istatistiki bakımdan anlamlı farklılık gösterir.

H5: I. grup (Yenipazar, Taraklı, Perşembe, Vize, Yalvaç, Halfeti ve Şavşat), II. grup (Gökçeada ve Akyaka) ve III. grupta (Sefrihisar) yer alan sakin şehirleri ziyaret eden eden turistlerin, memnıniyet düzeyleri istatistiki bakımdan anlamlı farklılık gösterir.

H6: Ziyaretçilerin genel memnuniyet düzeyi algılamaları ziyaretçilerin sosyo-demografik özelliklerinden medeni hal, yaş aralığı, öğrenim düzeyi ve tatil bütçesine göre istatistiki bakımdan birbirinden farklıdır.

H7: I. grup (Yenipazar, Taraklı, Perşembe, Vize, Yalvaç, Halfeti ve Şavşat), II. grup (Gökçeada ve Akyaka) ve III. grupta (Sefrihisar) yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin,sakin şehirleri gelecekte tekrar ziyaret etme niyetleri gruplar itibari ile istatistiki bakımdan birbirinden farklıdır.

Araştırma değişkenlerinin gösterildiği Şekil 21'den hareketle ziyaretçilerin sakin şehir tercih nedenleri ve memnuniyet düzeylerine ait boyutlar ayrı ayrı ele alınarak ilgili hipotezler altında oluşturulmuş hipotezler aracılığı ile test edilmiştir.

3.6. Araştırmanın Anakütle ve Örneklemi

Anakütle; araştırma kapsamında, önceden tespit edilen amaçlar doğrultusunda belirlenen birimler grubunun bütünü olarak ifade edilmektedir (Nakip, 2006: 196). Amprik çalışmalarda; araştırma tasarımının en önemli aşamalarından biri, araştırma probleminde cevap aranan soruya veri sağlayacak en uygun ve doğru kaynağın tespitidir (Erdoğan, 2003:166). Araştırmanın ana kütlesi; Türkiye'de Sakin Şehir Birliği'nde yer alan; Seferihisar, Akyaka, Gökçeada, Halfeti, Perşembe, Taraklı, Vize, Yalvaç, Yenipazar ve Şavşat'ı ziyaret eden yerli turistler oluşturmaktadır. Dolayısıyla araştırma birimi Türkiye'de sakin şehirleri ziyaret eden turistlerdir. Araştırma ana kütlesi içerisinde yer alan bütün araştırma birimlerine ulaşmak zor ve imkânsız olduğu için ana kütleyi temsil edecek ve ana kütlenin genel özelliklerini yansıtacak bilgilere ulaşmak daha mümkündür

(Altunışık, 2012: 122). Araştırma örneklemini ise Türkiye'deki sakin şehirleri ziyaret eden turistlerden anket formunu cevaplamayı kabul edenler oluşturmaktadır.

Araştırmada tesadüfi örnekleme yöntemlerinden oranlanmış tabakalı (katmanlı) örnekleme yöntemi ve tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemlerinden faydalanılmıştır. Tabakalı örnekleme kota örneklemesine benzemektedir. Aralarındaki en önemli fark, kota örneklemesinin tesadüfi olmayan, tabakalı örneklemenin ise tesadüfi olmasıdır. Tabakalı örnekleme, oranlanmış tabakalı örnekleme ve oranlanmamış tabakalı örnekleme olmak üzere ikiye ayrılmaktadır Oranlanmış tabakalı örneklemede, örnek hacmi ana katmanın ana kütle içindeki oranına göre belirlenmektedir (Nakip, 2006: 213). Araştırmanın örnek hacmi aşağıda yer alan formül ile belirlendikten ve 600 örneklem büyüklüğü araştırma için yeterli kabul edildikten sonra araştırmanın anakütlesi olan 2014 yılında Türkiye'de ki sakin şehirleri ziyaret eden turist sayılarından hareketle yüzdelik dağılımla oranlanmış ve bu oranlar Tablo 25'de gösterilmiştir. Daha sonra araştırma kapsamında oluşturulan anket formu kolayda örnekleme yöntemi ile sakin şehirlerde anket formunu cevaplamayı kabul eden turistlere uygulanmıştır.

Araştırmada kullanılan örnekleme formülü aşağıda yer almaktadır (Nakip, 2006: 236).

$$n = \frac{\mathrm{N(pq)Z^2}}{(N-1)E^2+\mathrm{(pq)Z^2}}$$

n: Örnek hacmi

N= Anakütle

Z= Standart hata şeklinde ifadelendirilen güven düzeyi

p: Olayın gerçekleşme olasılığı

q: Olayın gerçekleşmeme olasılığı

E= Kabul edilebilen örnekleme hatası

Genel kabul gören olayın gerçekleşme olasılık (p=0.5) ve gerçekleşmeme olasılık (q=0.5), E= 0.04değerleri ve Z=2 değerleri dikkate alındığında %95 güven düzeyinde (Yazıcıoğlu ve Erdoğan: 2004: 50) araştırmanın örnekleme hacmi şu şekilde formüle edilmektedir

$$n = \frac{239{,}868.(0{,}5).(0.5).2^2}{(239.868-1).0.04+(0.5).(0.5)2^2} = 597 \approx 600$$

Bu değerlerden hareketle araştırmanın örnekleme hacmi, Türkiye'de bulunan sakin şehirleri ziyaret eden turist sayılarına göre oranlama yapılarak toplamda 600 örnek büyüklüğü olarak belirlenmiştir.

Aşağıdaki tablo 2014 yılında Türkiye'deki sakin şehirleri ziyaret eden toplam 239.869 ziyaretçiden yola çıkılarak 600 ziyaretçinin oransal tabakalı örneklemeye göre seçimini göstermektedir.

Tablo 25**:** 2014 Yılında Türkiye'deki Sakin Şehirleri Ziyaret Eden Toplam Ziyaretçi Sayısı

SAKİN ŞEHİRLER	2014 YILI TOPLAM ZİYARETÇİ SAYILARI	TOPLAM SAKİN ŞEHİR ZİYARETÇİ SAYILARINA GÖRE YÜZDELİK DAĞILIM	ÖRNEKLEME HACMİ (600 ÖRNEK BÜYÜKLÜĞÜ)
Seferihisar	82312	%34.315	205.8924≈**206**
Akyaka	49421	%20.603	123.6≈ **124**
Yenipazar	2005	%0,835	5.0152≈ **6**
Gökçeada	33844	%14.109	84.6562 ≈**85**
Taraklı	8333	%3.473	20.8438 ≈**21**
Perşembe	14318	%5.969	35.8145 ≈**36**
Vize	9074	%3.782	22.6973 ≈**22**
Yalvaç	18586	%7.748	46.4903 ≈**46**
Halfeti	6639	%2.767	16.606 5≈**16**
Şavşat	15337	%6.393	38.3634 ≈**38**
Toplam	**239.869**	**%100**	**600**

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Konaklama İstatistikleri.

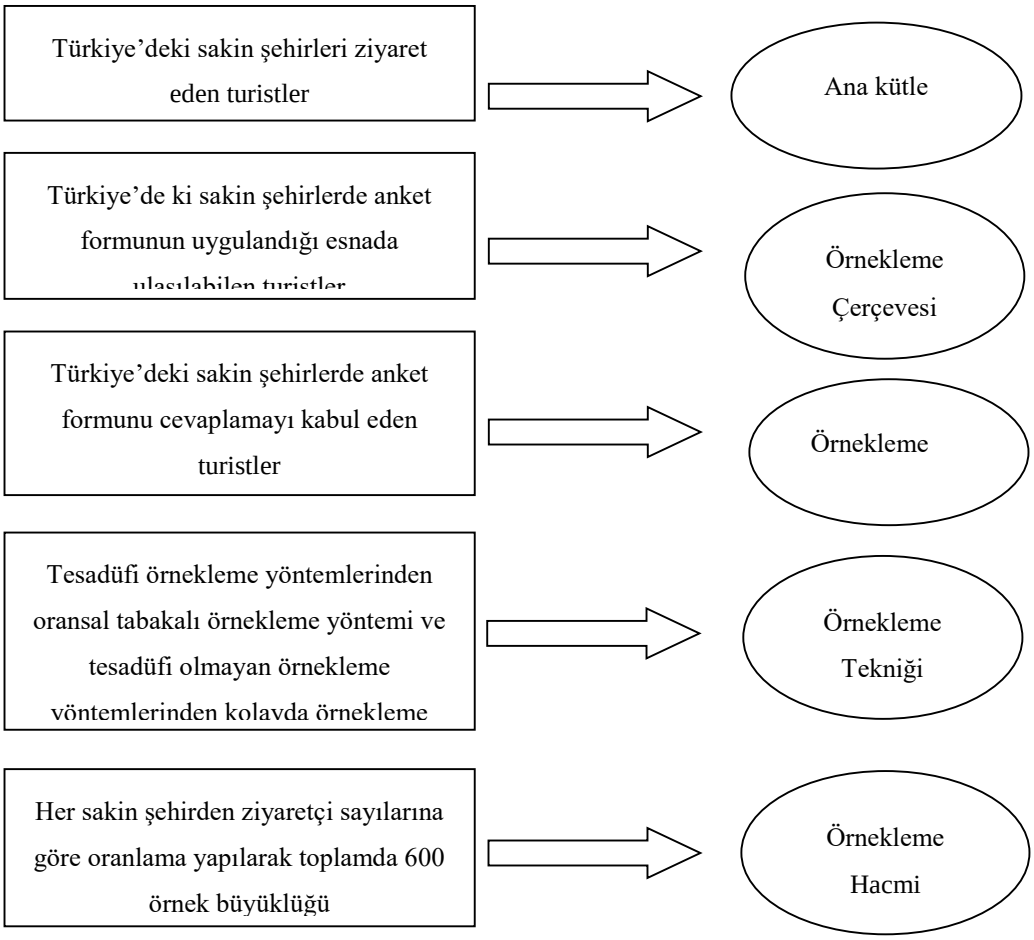
Tablo 25'deki verilerden hareketle araştırma verilerinin daha kolay analiz edilebilmesi ve sonuçların anlamlı bir şekilde yorumlanabilmesi için uzman görüşleri doğrultusunda Türkiye'de yer alan sakin şehirler nicel ve nitel kriterler dikkate alınarak gruplandırılmıştır. Araştırma kapsamındaki sakin şehirler gruplandırılırken sakin şehirlerin gelişmişlik düzeyleri ve 2014 yılındaki toplam ziyaretçi sayıları kriterleri dikkate alınarak gruplarda yer alan sakin şehirlerin ziyaretçi sayıları açısından da homojene yakın bir şekilde dağılım gösterilmesine özen gösterilmiştir. Bu doğrultuda Türkiye'de yer alan sakin şehirler gelişmişlik düzeyleri ve 2014 yılı ziyaretçi sayılarına göre 20.000 ve altı kişi tarafından ziyaret edilen sakin şehirler, 20.000-50.000 kişi tarafından ziyaret edilen sakin şehirler, 50.000 ve üzeri kişi tarafından ziyaret edilen olmak üzere üç ana gruba ayrılmıştır. Araştırma kapsamındaki analiz, değerlendirme ve yorumlar yukarıdaki kriterler dikkate alınarak oluşturulan üç grup itibariyle yapılmıştır. Gelişmişlik düzeyi ve 2014 yılına ait ziyaretçi sayısı kriterleri dikkate alınarak oluşturulan üç gruba ait değerler Tablo 26'da yer almaktadır.

Tablo 26**:** Türkiye'de Yer Alan Sakin Şehirlerin Gelişmişlik Düzeyi ve 2014 Yılına Ait Ziyaretçi Sayısına Göre Gruplara Ayrılması

			2014 yılı toplam ziyaretçi sayıları	**Örnekleme hacmi (600 örnek büyüklüğüne göre)**	**Gruplara göre örnekleme hacmi yüzdesi**
GRUPLAR	**I. GRUP**	**20.000 ve altı ziyaretçi sayısı**	74292	**185**	%30.793
		Yenipazar (2005) Taraklı (8333) Perşembe (14318) Vize (9074) Yalvaç (18586) Halfeti (6639) Şavşat (15337)			
	II. GRUP	**20.000-50.000 ziyaretçi sayısı**	83265	**209**	%34,712
		Gökçeada (33844) Akyaka (49421)			
	III.	**50.000 ve üzeri ziyaretçi sayısı**	82312	**206**	%34.315
		Seferihisar (82312)			
TOPLAM			**239.869**	**600**	**%100**

Tablo 26'dan anlaşılacağı üzere I. grup ziyaretçi sayısı 20.000 ve altında olan Yenipazar, Taraklı, Perşembe, Vize, Yalvaç, Halfeti ve Şavşat ilçelerinden, II. grup ziyaretçi sayısı 20.000 ve 50.000 arasında değişen Gökçeada ve Akyaka ilçelerinden, son olarak III. grup da ziyaretçi sayısı 50.000 ve üzeri olan Seferihisar'dan oluşmaktadır. I. grubu oluşturan sakin şehirlerdeki 2014 yılı toplam ziyaretçi sayısı 74.292, II. grubu oluşturan sakin şehirlerdeki 2014 yılı toplam ziyaretçi sayısı 83.265 ve III. grubu oluşturan sakin şehirdeki 2014 yılı toplam ziyaretçi sayısı 82.312'dir. Yukarıda formülize edilen ve toplamda 600 örnek büyüklüğüne göre oluşturulan örneklem hacminde I. grubun örnek büyüklüğü 185, II. grubun örnek büyüklüğü 209 ve III. grubun örnek büyüklüğü 206'dır. Grupların sahip oldukları örnek büyüklükleri itibari ile homojene yakın bir dağılım göstermektedir.

Araştırmanın örneklem belirleme sürecini aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür.



Şekil 22**:** Araştırmadaki örnekleme süreci

Kaynak: Nakip, M. (2006). *Pazarlama araştırmaları teknikler ve (SPSS destekli) uygulamalar*. s. 196'dan faydalanılarak hazırlanmıştır.

3.7. Veri ve Bilgi Toplama Yöntemi

Araştırmada nitel (kalitatif) ve nicel (kantitatif) araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Nitel araştırma kapsamında, önceden hazırlanmış sorulardan oluşan yapılandırılmış bir formla Türkiye'de sakin şehir ağında yer alan merkezlerin sakin şehir temsilcileri ile 01.03.2016 ve 01.05.2016 tarihleri arasında mülakat yöntemi kullanılarak sakin şehir logo ve markasının yöneticiliklerini yaptıkları sakin şehirlerde meydana getirdiği olgusal değişiklikler hakkında bireysel bir şekilde yüz yüze görüşülerek bilgiler elde edilmiştir. Nicel araştırma kapsamında, veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Türkiye'deki sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin sakin şehir tercih nedenleri ve memnuniyetleri ile tatil deneyiminin yaşandığı ya da sakin şehir logosu taşıyan farklı bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla hazırlanan anket formu;

turistlerin sakin şehir ile ilgili deneyimleri, turistlerin sakin şehirleri tercih nedenleri, memnuniyet düzeyleri, tekrar ziyaret etme niyetleri ve demografik özelliklerini de kapsayan toplam 6 bölüm, 19 soru, 70 yargı ve 4 sayfadan oluşmaktadır. Anket içerisindeki bölümler altında yer alan soru ve yargılar dikkatli bir literatür taraması sonucu konu ile ilgili daha önce yapılan çalışmalardan ve uzman görüşlerinden elde edilmiştir.

Araştırma kapsamında Türkiye'deki sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin sakin şehir tercih nedenleri ve memnuniyetleri ile tatil deneyiminin yaşandığı ya da sakin şehir logosu taşıyan farklı bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetini ölçmeye yönelik oluşturulan anket formları 14.12.2015 ile 01.05.2016 tarihleri arasında belirli bir program dâhilinde sakin şehir merkezlerinde bulunularak belirtilen tarih aralıklarında Türkiye'de sakin şehirlerde bulunan ve anket formunu cevaplamayı kabul eden ziyaretçilere uygulanmıştır.

Anketin birinci bölümünde, turistlerin sakin şehir ile ilgili deneyimlerinin tespitine yönelik çoktan seçmeli ve açık uçlu olmak üzere toplamda 10 soru yer almaktadır. Birinci bölüm kapsamında, sakin şehri ziyaret eden turistlerin sakin şehir logosu taşıyan destinasyonları bilinçli olarak mı tercih ettikleri ve ziyaret edilen destinasyonun turistler açısından sakin şehir olup olmamasının ne derece önem arz ettiğinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Anketin birinci bölümünde yer alan sorular uzman görüşü alınarak hazırlanmıştır.

Anketin ikinci bölümünde, turistlerin sakin şehirleri tercih etme nedenlerine yönelik bilgi/ilgi, sessizlik/dinginlik, huzur/benzersizlik, etkileşim, yöresel/organik lezzetler, doğal/tarihi eserler boyutlarına yönelik toplamda 23 adet yargı yer almaktadır. İkinci bölümde, Huang (2006) tarafından turistlerin seyahat motivasyonlarını ölçmek amacıyla geliştirilen ölçek, araştırma kapsamında turistlerin sakin şehirleri tercih etmelerinde önemli olan nedenleri tespit etmek amacıyla araştırmaya uyarlanmıştır.

Anketin üçüncü bölümünde, turistlerin çevresel duyarlılık ve küreselleşme karşıtlığı özelliklerini ölçmeye yönelik uzman görüşü ile hazırlanan toplam 6 yargıdan oluşturulmuştur.

Anketin dördüncü bölümünde; Oliver (1980) tarafından oluşturulan ve daha sonra Opperman (1999), Petrick (1999), Baker ve Crompton (2000), Kozak ve Remington (2000), Choi ve Chu (2001), Kozak (2001) gibi farklı araştırmacılar tarafından geliştirilerek araştırmaya uyarlanan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin memnuniyet düzeylerinin ölçülmesinde; sakin şehirlerdeki konaklama imkânları, ulaşım imkânları,

yerel yönetim hizmetleri, yöresel yiyecek içecek hizmetleri, misafirperverlik, doğal ve tarihi çekicilikler, organik yöre pazarı, sağlık hizmetleri ve dinlenme alanları boyutlarına yönelik değişkenlerden oluşan toplamda 31 yargı yer almaktadır

Anketin beşinci bölümünde, Conner ve Sparkks (1996) tarafından geliştirilen ve sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetleri ve başkalarına tavsiye etme ile ilgili yargılar araştırmaya uyarlanmıştır. Bu bölümde turistlerin ziyaret edilen sakin şehri gelecekte tekrar ziyaret etme niyetinin araştırılmasının yönelik ifadelerin yanı sıra, aynı kişilerin Sakin Şehir logolu başka destinasyonları da gelecekte ziyaret etme niyetlerinin tespitine yönelik toplamda 6 yargı yer almaktadır.

Anketin son bölümünde ise anketi cevaplayanların sosyo-demografik özelliklerini (cinsiyet, yaş, gelir, medeni hal, çocuk sayısı, öğrenim durumu, meslek, milliyet, ortalama aylık gelir ve tatil için ayrılan bütçe) belirlemeye yönelik oluşturulan toplamda dokuz açık uçlu ve çoktan seçmeli soru yer almaktadır.

3.8. Verilerin Analizi, Araştırma Bulguları ve Hipotezlerin Testi

Araştırmanın amacı ve araştırma değişkenlerinin gösterildiği şemaya yönelik oluşturulan araştırma hipotezlerini test edebilmek için SPSS (Statistical Package for Social Science) 21.0 paket programından faydalanılmıştır. Anket içerisindeki ziyaretçilerin sakin şehir ile ilgili deneyimleri, sosyo demografik özellikleri ve memnuniyet düzeylerini belirlemeye yönelik hazırlanan bölümler ile beşli likert türü ölçeklerde hazırlanan ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etme nedenleri, çevresel duyarlılık, küreselleşme karşıtlığı ve tekrar ziyaret etme niyetleri ile ilgili değişkenler bu bölümde kodlanmıştır.

Verilerin analizi kapsamında ilk olarak araştırma değişkenleri ve hipotezlerinin gösterildiği şemada yer alan ölçeklerin güvenilirliği test edilmiştir. Araştırmada sakin şehir ile ilgili ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerini ölçmeye yönelik oluşturulan ölçekteki toplam 31 değişken 9 boyutta ölçülmüştür. Bu boyutlar sakin şehirlerdeki konaklama imkânları, ulaşım imkânları, yerel yönetim hizmetleri, yöresel yiyecek içecek hizmetleri, misafirperverlik, doğal ve tarihi çekicilikler, organik yöre pazarı, sağlık hizmetleri ve dinlenme alanlarından oluşmaktadır.

Araştırma şemasında yer alan ziyaretçilerin sakin şehir tercih nedenlerini ölçmeye yönelik oluşturulan ölçekteki toplam 23 değişken 6 boyutta ölçülmüştür. Bu boyutlar; bilgi

ihtiyacını giderme, sessizlik/dinginlik arayışı, huzur/benzersizlik arayışı, etkileşim, yöresel/organik lezzetler arayışı, doğal/tarihi eserleri ziyaret boyutlarından oluşmaktadır.

Bunun yanında sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin küreselleşme karşıtlığı ve çevresel duyarlılık ile ilgili özelliklerini ölçmeye yönelik oluşturulan ölçekte küreselleşme karşıtlığı ile ilgili 4 adet değişken ve çevresel duyarlılık ile ilgili 6 adet değişen olmak üzere toplamda on adet değişken yer almaktadır. Ayrıca araştırmanın bağımlı değişkeni olan ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyetine yönelik oluşturulan ölçek toplamda 6 adet değişkenden oluşmaktadır.

Araştırmada yer alan ölçeklerin güvenilirliklerinin test edilmesinde yaygın olarak kullanılan ve ölçekte yer alan değişkenler arasındaki korelasyon değerini dikkate alan içsel tutarlılık analizi yani Cronbach alfa olarak da bilinen alfa katsayısı tercih edilmiştir. Güvenilirlik, bir ölçeğin ölçülmek istenilen şeyin tutarlı ve istikrarlı bir biçimde ölçme derecesi olarak ifade edilmektedir (Altunışık vd, 2012: 124). Alfa katsayısı, 0-1 arasında değer alan pozitif bir değerdir ve bu değerin 41-60 arası bir değer alması ölçeğin nispeten güvenilir, 61-80 arası bir katsayı ölçeğin güvenilir ve 81-100 arasında bir değer alması da ölçeğin çok güvenilir olması olarak ifade edilmektedir (Erkuş, 2005: 115). Araştırmada ölçeklerin güvenilirlikleri test edilirken alt sınır olarak kabul gören 0,70 değeri esas alınmıştır. Ölçekte yer alan değişkenlerin korelasyon katsayılarının %25'ten daha fazla olması arzulanmaktadır. Değişkenler arasındaki korelasyon ne kadar yüksek ise alfa katsayısı da o ölçüde yüksek çıkmaktadır. Korelasyon katsayıları düşük olan değişkenlerin ölçekten çıkarılması üzerine ölçeğin güvenilirliğinin de yükselmesi beklenmektedir (Nakip, 2006:145).

Araştırma değişkenleri ve hipotezlerinin gösterildiği şemada yer alan ölçeklere güvenilirlik analizi uygulandıktan sonra ölçeklerin geçerliliklerini test etmek için anket formunda yer alan soruların kuramsal olarak belirlenen yapılar altında toplanıp toplanmadığını test etmek amacı ile faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi, aralarında ilişki olduğu düşünülen değişkenlerin sayısının azaltılarak yorumunu kolaylaştırmak için çok sayıdaki değişkenin daha az sayıdaki boyuta indirerek özetlenmesidir. Faktör analizindeki temel amaçlar değişken sayısının azaltılması ve yeni yapıların ortaya konması olarak sıralanmaktadır (Özdamar, 2002: 220).

Araştırma şemasına uygun olarak geliştirilen araştırma hipotezlerini test edebilmek ve bu doğrultuda araştırmada uygun analiz türlerinin uygulanabilmesi için araştırma verilerinin

normal dağılıp dağılmadığına bakılmıştır. Araştırmada parametrik analizlerin uygulanabilmesi için verilerin normal dağılımı aranan temel şartlardan biridir. Araştırmada örneklem büyüklüğü 30'dan küçük ise parametrik olmayan analiz yöntemlerinin kullanılması gerekmektedir. Normal dağılım sürekli bir dağılım türü olup, gözlemlerin çan şeklinde ve ortalama etrafında simetrik dağılımını ifade etmektedir (Nakip, 2006: 221). Verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığını tespit etmek için Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk gibi çeşitli normallik testlerinden faydalanmak mümkündür. Normallik testleri olan Shapiro-Wilk ve Kolmogorov-Smirnov testlerinin 0.05'den büyük anlamlılık değerlerine sahip olması normal dağılımda aranan ilk şarttır. Ayrıca verilerin skewness (çarpıklık) ve kurtosis (basıklık) değerleri de normal dağılımda bakılması gereken değerlerdir. Skewness ve kurtosis değerlerine ait istatistiki değerlerin standart hatalarına bölünmesi sonucu elde edilen değer -1,5 ve 1,5 aralarında bir değere sahipse verilerin normal kabul edildiği varsayılmaktadır (Kim, 2013:52). Araştırmada kullanılan örneklem büyüklüğünün 30'dan büyük olması, kullanılan ölçeklerde metrik düzeyde (aralıklı ve oranlı) ölçüm yapılması ve verilerin skewness (çarpıklık) ve kurtosis (basıklık) değerlerine ait istatistiki değerlerin standart hatalarına bölünmesi sonucu elde edilen değerlerin -1,5 ve 1,5 aralarında bir değere sahip olmasından dolayı araştırmada parametrik analiz yöntemlerinden yararlanılmıştır.

Araştırmada kullanılan istatistiki analizler özetle aşağıda belirtilmektedir.

H1 → Korelasyon analizi
H2 → Korelasyon analizi
H3 → Korelasyon analizi
H4 → Varyans Analizi (ANOVA)
H5 → Varyans Analizi (ANOVA)
H6 → Varyans Analizi (ANOVA)
H7 → Varyans Analizi (ANOVA)

3.8.1 Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri

Araştırma kapsamında kullanılan ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etme nedenleri, ziyaretçilerin çevresel duyarlılık ve küreselleşme karşıtı özelliklerinin belirlenmesi, ziyaretçilerin sakin şehirlerde sunulan imkânlara yönelik memnuniyet algıları belirlenmesi ve ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyetlerine yönelik kullanılan ölçeklerin güvenilirlik analizleri bu bölümde detaylı bir şekilde sunulmaktadır.

3.8.1.1. Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tercih Etme Nedenleri İle İlgili Ölçeğin Güvenilirlik Analizi

Ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etme nedenlerini ölçmeye yönelik kullanılan ölçeğin merkezi eğilim ölçüleri Tablo 27'de gösterilmektedir.

Tablo 27**:** Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tercih Etme Nedenlerini Ölçmeye Yönelik Kullanılan Ölçeğin Merkezi Eğilim Ölçüleri

	Aritmetik Ortalama	**Standart Sapma**	**Örnek Sayısı**
Sakin şehirler ile ilgili bilgimi arttırmak (2.1)	1.8967	1.19933	600
Sakin şehir logosu taşıdığı için (2.2)	2.1500	1.41569	600
Farklı kültürleri tanımak için (2.3)	1.3950	.63217	600
Yöresel mutfağa ait lezzetleri tatmak (2.4)	1.9417	1.21135	600
Farklı insanlarla etkileşimde olmak (2.5)	1.9750	1,23569	600
Çevreye duyarlı insanların buluşma mekanı olarak gördüğüm için (2.6)	2.0583	1.08638	600
Monotonlukundan uzaklaşmak (2.7)	1.3100	.50760	600
Doğayla baş başa kalmak için (2.8)	1.2700	.47695	600
Sakin şehirler sessiz oldukları için (2.9)	1.2867	.49487	600
Yeni insanlarla tanışmak için (2.10)	2.3583	1.36981	600
Arkadaşlarım ve yakın çevrem tavsiye ettiği için (2.11)	2.0700	1.15643	600
Organik tarım ürünlerinin satıldığı pazardan alışveriş yapmak için (2.12)	3.1217	1.60972	600
Bana huzur verdiği için (1.13)	1.3083	.51998	600
Sevdiklerimle hoş vakit geçirmekten keyif aldığım için (2.14)	1.3150	.46848	600
Yorgunluğumu atmak için (2.15)	1.2867	.45990	600
Kalabalık olmadığı için (2.16)	1.2750	.48625	600
Temiz havada yürüyüş yapmak için (2.17)	1.4133	.62434	600
Diğer tatil merkezlerine benzemediği için (2.18)	1.3733	.50436	600
Otantik bulduğum için (2.19)	1.3717	.52024	600
Küreselleşmenin uzanamadığı bir yer olduğu için (2.20)	1.9950	.98145	600
Burada yer alan tarihi mekanları çekici bulduğum için (2.21)	1.6117	.80329	600
Korunmuş doğal çekiciliklere sahip olduğu (2.22)	1.4400	.61403	600
Düzenlenen festivaller ya da şenlikler (2.23)	2.8333	1.54040	600

Ölçek İstatistik Değerleri	Ortalama	Varyans	Standart Sapma	Değişken Sayısı
	40.0567	64.638	8.03977	23

Ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etme nedenlerini ölçmeye yönelik kullanılan ölçeğin güvenilirlik analizi ile ilgili istatistiki değerler Tablo 28'de gösterilmektedir.

Tablo 28**:** Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tercih Etme Nedenlerini Ölçmeye Yönelik Kullanılan Ölçeğin Güvenilirlik Analizi İle İlgili İstatistiki Değerler

	Değişkenler Silindiğinde Ölçek Ortalaması	**Değişkenler Silindiğinde Ölçeğin Varyansı**	**Düzeltilmiş Değişken-Toplam Korelasyon**	**Değişken Silindiğinde Ölçeğin Alfa Katsayısı**
2.1	38.1600	53.210	.571	.667
2.2	37.9067	50.616	.597	.659
2.3	38.6617	62.892	.134	.708
2.4	38.1150	58.823	.234	.704
2.5	38.0817	57,548	.297	.697
2.6	37,9983	54.583	.553	.672
2.7	38,7467	63.161	.151	.708
2.8	38.7867	63.273	.150	.708
2.9	38.7700	63.436	.121	.709
2.10	37.6983	56.688	.294	.699
2.11	37.9867	64.397	-.059	.732
2.12	36.9350	53.800	.349	.694
2.13	38.7483	62.272	.255	.703
2.14	38.7417	63.745	.090	.710
2.15	38.7700	64.164	.036	.712
2.16	38.7817	63.764	.082	.710
2.17	38.6433	62.724	.154	.707
2.18	38.6833	63.135	.156	.707
2.19	38.6850	62.573	.218	.705
2.20	38.0617	55.450	.563	.674
2.21	38.4450	61.540	.195	.705
2.22	38.6167	62.097	.224	.704
2.23	37.2233	54.267	.352	.693

Alfa Katsayısı	Değişken Sayısı	Örnek Sayısı
.710	23	600

Tablo 28'den ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etme nedenlerini ölçmeye yönelik kullanılan ölçeğin alfa katsayısının 0.71 değerine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Elde edilen değer ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.

3.8.1.2. Ziyaretçilerin Çevresel Duyarlılık ve Küreselleşme Karşıtlığı İle İlgili Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi

Ziyaretçilerin çevresel duyarlılığını ölçmeye yönelik kullanılan ölçeğin merkezi eğilim ölçüleri Tablo 29'da gösterilmektedir.

Tablo 29**:** Ziyaretçilerin Çevresel Duyarlılığını Ölçmeye Yönelik Kullanılan Ölçeğin Merkezi Eğilim Ölçüleri

	Aritmetik Ortalama	**Standart Sapma**	**Örnek Sayısı**
Benzer iki ürün arasında seçim yapacak olursam, daima çevre ve diğer insanlar için daha az zararlı olanı tercih ederim (3.1)	1.7867	.85384	600
Piyasada daha ucuzları olsa da, ambalajında geri dönüşüm işareti olan ürünleri satın alırım (3.2)	2.0950	1.10967	600
Basılı fatura yerine e-fatura kullanmayı tercih ederim (3.3)	1.3450	.66083	600
Çevre sorunları yalnızca bugünkü nesli değil, gelecek nesilleri de etkilediği kanaatindeyim (3.4)	1.2433	.44847	600
Toplumsal düzeyde çevresel duyarlılığı geliştiren faaliyetleri destekliyorum (3.5)	1.8600	.90097	600
Aile bireylerimi ve arkadaşlarımı çevreye zarar verecek ürünleri almamaları için ikna etmeye çalışırım (3.6)	1.8067	.90590	600

Ölçek İstatistik Değerleri	Ortalama	Varyans	Standart Sapma	Değişken Sayısı
	10.1367	13.714	3.70327	6

Tablo 30**:** Ziyaretçilerin Çevresel Duyarlılığını Ölçmeye Yönelik Kullanılan Ölçeğin Güvenilirlik Analizi İle İlgili İstatistiki Değerler

	Değişkenler Silindiğinde Ölçek Ortalaması	**Değişkenler Silindiğinde Ölçeğin Varyansı**	**Düzeltilmiş Değişken-Toplam Korelasyon**	**Değişken Silindiğinde Ölçeğin Alfa Katsayısı**
3.1	8.3500	9.059	.764	.767
3.2	8.4170	7.709	.775	.764
3.3	8.7917	11.551	.384	.839
3.4	8.8933	12.847	.207	.858
3.5	8.2767	9.065	.707	.779
3.6	8.3300	8.856	.749	.769

Alfa Katsayısı	Değişken Sayısı	Örnek Sayısı
.830	6	600

Tablo 30'dan ziyaretçilerin çevresel duyarlılığını ölçmeye yönelik kullanılan ölçeğin alfa katsayı değerinin 0.83 değerine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Elde edilen değer ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Ziyaretçilerin küreselleşme karşıtlığını ölçmeye yönelik kullanılan ölçeğin merkezi eğilim ölçüleri Tablo 31'de gösterilmektedir.

Tablo 31**:** Ziyaretçilerin Küreselleşme Karşıtlığını Ölçmeye Yönelik Kullanılan Ölçeğin Merkezi Eğilim Ölçüleri

	Aritmetik Ortalama	**Standart Sapma**	**Örnek Sayısı**
Küreselleşmenin yerel kültürleri yok ettiği kanaatindeyim (3.7)	1.4517	.59294	600
Küreselleşmenin oluşturmaya çalıştığı tek tip insan modeline karşıyım 3.8	1.5350	.64509	600
Küreselleşmenin ürünü olan büyük ölçekli fast food ve benzeri kuruluşları asla tercih etmem (3.9)	2.2067	1.41561	600
Dünya genelindeki küreselleşme karşıtı faaliyetleri destekliyorum (3.10)	1.9750	.94827	600

Ölçek İstatistik Değerleri	Ortalama	Varyans	Standart Sapma	Değişken Sayısı
	7.1683	7.900	2.81066	4

Tablo 32**:** Ziyaretçilerin Küreselleşme Karşıtlığını Ölçmeye Yönelik Kullanılan Ölçeğin Güvenilirlik Analizi İle İlgili İstatistiki Değerler

	Değişkenler Silindiğinde Ölçek Ortalaması	**Değişkenler Silindiğinde Ölçeğin Varyansı**	**Düzeltilmiş Değişken-Toplam Korelasyon**	**Değişken Silindiğinde Ölçeğin Alfa Katsayısı**
3.7	5.7167	6.107	.492	.685
3.8	5.6333	5.622	.609	.632
3.9	4.9617	3.286	.509	.739
3.10	5.1933	4.457	.635	.567

Alfa Katsayısı	Değişken Sayısı	Örnek Sayısı
.714	4	600

Ziyaretçilerin küreselleşme karşıtlığını ölçmeye yönelik kullanılan ölçeğin alfa katsayısının 0.71 değerine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Elde edilen değer ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.

3.8.1.3. Ziyaretçilerin Sakin Şehir Memnuniyet Düzeyleri İle İlgili Ölçeğin Güvenilirlik Analizi

Ziyaretçilerin sakin şehir memnuniyet düzeylerini ölçmeye yönelik kullanılan ölçeğin merkezi eğilim ölçüleri Tablo 33'de gösterilmektedir.

Tablo 33**:** Ziyaretçilerin Sakin Şehir Memnuniyet Düzeylerini Ölçmeye Yönelik Kullanılan Ölçeğin Merkezi Eğilim Ölçüleri

	Aritmetik Ortalama	**Standart Sapma**	**Örnek Sayısı**
Genel olarak ziyaret ettiğim sakin şehirden (4.1)	1.6217	.66779	600
Sunulan konaklama imkânlarının kalitesinden (4.2)	2.1150	.84635	600
Konaklama tesislerinin genel hijyen ve temizliğinden (4.3)	2.0850	.85771	600
Konaklama tesislerinde uygulanan fiyatlardan (4.4)	2.2350	.93161	600
Konaklama tesislerindeki personelin ilgisinden (4.5)	2.0717	.84126	600
Sunulan yöresel yemeklerin lezzetinden (4.6)	1.6333	.67798	600
Yöresel lezzetler sunan restoranların kalitesinden (4.7)	1.7167	.72613	600
Yöresel yemek sunan restoranlarda uygulanan fiyatlardan (4.8)	2.0717	1.03521	600
Yiyecek hizmeti sunan işletmelerin genel hijyen ve temizliğinden (4.9)	1.7900	.77905	600
Yiyecek hizmeti sunan işletmelerdeki personelin ilgisinden (4.10)	1.6833	.81905	600
Cadde ve sokaklarının temizliğinden (4.11)	1.8083	.91085	600
Sakin şehirdeki kaldırımların bakım ve düzeninden (4.12)	1.8283	.93291	600
Alt yapı konularında yerel yönetim hizmetlerinin yeterliliğinden (4.13)	1.9883	1.19047	600
Kentsel planlamanın doğal mimariye uygunluğundan (4.14)	1.5300	.79171	600
Yürüyüş yapılabilecek parkların sayısından (4.15)	1.8017	.77675	600
Parkların düzen ve temizliğinden (4.16)	1.8450	.78443	600
Sakin şehire ulaşım imkanlarından (4.17)	2.3283	1.66888	600
Şehir içerisinde sunulan toplu taşıma hizmetlerinin sıklığından (4.18)	2.7100	.83889	600
Sakin şehirdeki toplu ulaşım güzergâhlarının düzeninden (4.19)	2.7167	.81905	600
Şehir içerisinde sunulan toplu taşıma hizmetlerinin fiyatlarından (4.20)	2.6367	.90702	600
Sakin şehirde turistlere yönelik düzenlenen etkinliklerden (4.21)	2.1950	.91927	600
Yöre halkının turistlere karşı tutumundan (4.22)	1.3200	.57575	600
Yöre halkının misafirperverliğinden (4.23)	1.3200	.57284	600
Esnafın turistlere karşı tutumundan (4.24)	1.4883	.75552	600
Sağlık kuruluşu sayısından (4.25)	2.8750	.54148	600
Sağlık kuruluşlarının temizlik ve hijyeninden (4.26)	2.9067	.46725	600
Yöre pazarında sunulan doğal ürünlerin fiyatlarından (4.27)	2.3933	.88690	600
Yöre pazarında sunulan doğal ürünlerin hijyen ve temizliğinden (4.28)	2.3450	.89105	600
Tarihi mekânların zenginliğinden (4.29)	1.5933	.64445	600
Tarihi mekânların korunmuşluğundan (4.30)	1.6133	.67423	600
Doğal çekiciliklerin korunmuşluğundan (4.31)	1.3617	.60949	600

Ölçek İstatistik Değerleri	Ortalama	Varyans	Standart Sapma	Değişken Sayısı
	61.6283	149.065	12.20923	31

Tablo 34**:** Ziyaretçilerin Sakin Şehir Memnuniyet Düzeylerini Ölçmeye Yönelik Kullanılan Ölçeğin Güvenilirlik Analizi İle İlgili İstatistiki Değerler

	Değişkenler Silindiğinde Ölçek Ortalaması	**Değişkenler Silindiğinde Ölçeğin Varyansı**	**Düzeltilmiş Değişken-Toplam Korelasyon**	**Değişken Silindiğinde Ölçeğin Alfa Katsayısı**
4.1	60.0067	138.948	.614	.873
4.2	59.5133	137.442	.550	.873
4.3	59.5433	137.561	.535	.873
4.4	59.3933	138.954	.421	.876
4.5	59.5567	138.882	.478	.875
4.6	59.9950	144.028	.281	.879
4.7	59.9117	141.787	.390	.877
4.8	59.5567	138.531	.388	.877
4.9	59.8383	139.515	.486	.875
4.10	59.9450	140.616	.400	.876
4.11	59.8200	139.286	.416	.876
4.12	59.8000	138.508	.441	.875
4.13	59.6400	136.461	.402	.877
4.14	60.0983	140.313	.433	.876
4.15	59.8267	139.315	.499	.874
4.16	59.7833	139.342	.492	.875
4.17	59.3000	136.915	.240	.888
4.18	58.9183	140.409	.400	.876
4.19	58.9117	140.298	.417	.876
4.20	58.9917	140.359	.367	.877
4.21	59.4333	137.568	.494	.874
4.22	60.3083	142.851	.427	.876
4.23	60.3083	142.598	.449	.876
4.24	60.1400	139.052	.530	.874
4.25	58.7533	144.590	.321	.878
4.26	58.7217	144.962	.345	.878
4.27	59.2350	138.604	.463	.875
4.28	59.2833	139.359	.424	.876
4.29	60.0350	144.030	.299	.878
4.30	60.0150	141.794	.425	.876
4.31	60.2667	142.179	.448	.876

Alfa Katsayısı	Değişken Sayısı	Örnek Sayısı
.880	31	600

Ziyaretçilerin sakin şehir memnuniyet düzeylerini ölçmeye yönelik kullanılan ölçeğin alfa katsayısının 0.88 değerine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Elde edilen değer ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

3.8.1.4. Ziyaretçilerin Tekrar Ziyaret Etme Niyeti İle İlgili Ölçeğin Güvenilirlik Analizi

Ziyaretçilerin tekrar ziyaret etme niyeti ile ilgili ölçeğin merkezi eğilim ölçüleri Tablo 35'de gösterilmektedir.

Tablo 35**:** Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tekrar Ziyaret Etme Niyetini Ölçmeye Yönelik Kullanılan Ölçeğin Merkezi Eğilim Ölçüleri

	Aritmetik Ortalama	**Standart Sapma**	**Örnek Sayısı**
Sakin şehirleri arkadaşlarıma ve yakın çevreme tavsiye ederim (5.1)	1.4683	.65297	600
Sakin şehir genel anlamda beklentilerimi karşıladı (5.2)	1.5483	.68443	600
Sakin şehir gelecekteki seyahatlerimde ilk tercihim olur (5.3)	1.8200	.94291	600
Sakin şehirler hakkında olumlu şeyler söylerim (5.4)	1.4717	.66075	600
Tatil yaptığım sakin şehri gelecekte tekrar ziyaret etmek isterim(5.5)	1.5567	.93893	600
Bir sonraki tatil deneyimimde sakin şehir logolu başka bir destinasyonu ziyaret etmek isterim (5.6)	1.1400	.52997	600

Ölçek İstatistik Değerleri	Ortalama	Varyans	Standart Sapma	Değişken Sayısı
	9.0050	11.688	3.41874	6

Tablo 36**:** Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tekrar Ziyaret Etme Niyetini Ölçmeye Yönelik Kullanılan Ölçeğin Güvenilirlik Analizi İle İlgili İstatistiki Değerleri

	Değişkenler Silindiğinde Ölçek Ortalaması	**Değişkenler Silindiğinde Ölçeğin Varyansı**	**Düzeltilmiş Değişken-Toplam Korelasyon**	**Değişken Silindiğinde Ölçeğin Alfa Katsayısı**
5.1	7.5367	8.683	.670	.824
5.2	7.4567	8.389	.714	.816
5.3	7.1850	7.246	.700	.820
5.4	7.5333	8.443	.731	.814
5.5	7.4483	7.794	.575	.849
5.6	7.8650	9.579	.557	.845

Alfa Katsayısı	Değişken Sayısı	Örnek Sayısı
.853	6	600

Ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyetini ölçmeye yönelik kullanılan ölçeğin alfa katsayısının 0.85 değerine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Elde edilen değer ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

3.8.2. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Geçerlilik Analizleri

Geçerlilik, bir ölçekte ölçülmek istenen özelliğin ne derece doğru ölçüldüğüne ilişkin bir kavramdır. Yani bir ölçek ölçülmek istenen özelliği ölçebiliyor ise o ölçeğin geçerliliğinden bahsetmek mümkündür (Büyüköztürk, 2007: 167). Bir ölçeğin geçerliliği hakkında yargıya varabilmek için genellikle tahmin geçerliliği, içerik geçerliliği ve yapısal

geçerlilik olarak adlandırılan üç farklı geçerlilik yöntemi esas alınarak değerlendirilme yapılmaktadır. Tahmin geçerliliği, bir ölçeğin ölçmek istediği özellik ile gözlenen nitelik arasındaki korelasyon derecesini ifade etmektedir (Kurtuluş, 2004: 323). İçerik geçerliliği, ölçeğin ölçülmek istenen özelliği temsil etme gücüne sahip yeterli sayıda değişkenden oluşup oluşmadığından emin olmak için konu ile ilgili uzman görüşlerinin alınması yolu ile yapılmaktadır (Baş, 2001: 188). Yapısal geçerlilik ise, ölçeğin tahmin ve içerik geçerliliğine ait kuramsal alt yapısının ne derecede belirlenebileceği ile ilgilidir. Bir ölçeğe ait kuramsal alt yapının test edilmesinde kullanılan en yaygın yöntemlerden biri faktör analizidir (Tabachnick ve Fidel, 2007: 26). Faktör analizi, bir ölçekte yer alan değişkenler arasındaki ilişkilere dayanarak, çok sayıdaki değişkeni özetleyerek daha az sayıda değişkene çevirme imkânı sunan çok değişkenli bir analiz türüdür. Değişkenlerin özetlenmesindeki esas amaç değişkenler arasındaki karşılıklı bağlılığın kökeninin ortaya çıkarılmasıdır (Nakip, 2006: 423). Bu kapsamda araştırmada kullanılan anket formunda yer alan değişkenlerin kuramsal olarak belirlenen yapılar altında toplanıp toplanmadığını kontrol etmek amacı ile faktör analizi uygulanmış ve ilgili değişkenler ile korelasyon katsayısını temsil eden faktör yükleri dikkate alınmıştır (Hair, Black, Babin ve Anderson 2010: 117). Araştırmada faktör yüklerine ait alt sınır olarak 0,70 değeri esas alınmış (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2010: 194) ve değişkenlerin hangi faktör yapıları altında toplandığı temel bileşenler analizi yardımıyla tespit edilmiştir.(Tabachnick ve Fidel, 2007: 633),

Araştırmanın bu bölümünde anket formunda ikinci bölüm başlığı altında yer alan Huang (2006) tarafından turistlerin seyahat motivasyonlarını ölçmek amacı ile geliştirilen ölçek araştırma kapsamında ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etmelerinde önemli olan nedenleri tespit etmek amacı ile araştırmaya uyarlanmıştır. Ölçekte yer alan toplam 23 adet değişkene faktör analizi uygulanmıştır. Uygulanan faktör analizleri öncesinde örneklem büyüklüğünün yeterliliğini test etmek amacıyla öncelikle Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve ardından veri setinin çok değişkenli normal dağılıma sahip olup olmadığını test etmek amacıyla da Bartlett küresellik testi uygulanmıştır. Yapılan birinci faktör analizi sonucunda ‘sakin şehirleri otantik bulduğum için ziyaret ediyorum’ şeklinde oluşturulan yargı 0,50' nin altında bir faktör yüküne sahip olduğundan dolayı ölçekten çıkarılmıştır. Bu tercih etme nedeni çıkarıldıktan sonra faktör analizi yeniden yapılmıştır. Yapılan ikinci faktör analizi sonucunda ‘sakin şehirleri farklı kültürleri tanımak için ziyaret ediyorum’ şeklinde oluşturulan yargı bir faktörde tek başına kaldığı için ölçekten çıkarılmış ve faktör analizi

yeniden yapılmıştır. Yapılan üçüncü faktör analizi sonucunda ‘sakin şehirleri günlük hayatın monotonluğundan uzaklaşmak için ziyaret ediyorum’ şeklinde oluşturulan yargı 0.50' nin altında bir faktör yüküne sahip olduğundan dolayı ölçekten çıkarılmış ve analiz tekrarlanmıştır. Yapılan dördüncü faktör analizi sonucunda ‘sakin şehirleri düzenlenen festivaller ya da şenlikler için ziyaret ediyorum’ şeklinde oluşturulan yargı 0,50' nin altında bir faktör yüküne sahip olduğundan dolayı ölçekten çıkarılmış ve analiz tekrarlanmıştır. Yapılan beşinci faktör analizi sonucunda ‘sakin şehirleri arkadaşlarım ve yakın çevrem tavsiye ettiği için ziyaret ediyorum’ şeklinde oluşturulan yargı bir faktörde tek başına kaldığı için ölçekten çıkarılmış ve faktör analizi son kez yapılmıştır. Altıncı faktör analizi sonucunda Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme yeterliliği 0.741 olarak hesaplanmış ve elde edilen değer doğrultusunda örneklem büyüklüğünün faktör analizi yapılabilmesi için yeterli olduğunu göstermiştir. Ayrıca elde edilen Bartlett küresellik testi sonucunun da istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0.01$) görülmüş ve verilerin çok değişkenli normal dağılıma sahip olduğu kabul edilmiştir. Yapılan altıncı faktör analizi sonucunda öz değeri 1’in üzerinde olan 6 faktörün açıklanan varyansa yaptıkları toplam katkı %62.1’dir. Toplam açıklanan varyansın %40 ile %60 arasında bir değere sahip olması sosyal bilimler alanında yapılan çalışmalar için yeterli kabul edilmektedir (Çokluk vd., 2010: 197). Ziyaretçilerin sakin şehir tercih etme nedenlerine yönelik ölçeğe uygulanan faktör analizi sonucunda 18 değişken 6 faktör altında toplanmıştır. Bu faktörlere isim verilirken boyutun altında toplanan değişken özelliklerini temsil edebilecek isimler verilmesine dikkat edilmiştir. Ölçekte yer alan değişkenlerden sakin şehirleri ‘sakin şehirler ile ilgili bilgimi arttırmak için’, ‘sakin şehir logosu taşıdığı için’, ‘çevreye duyarlı insanların buluşma mekânı olarak gördüğüm için’ ve ‘küreselleşmenin uzanamadığı bir yer olduğu için’ ziyaret ediyorum şeklinde oluşturulan değişkenler birinci faktör olan bilgi ihtiyacını giderme faktörünü oluşturmuştur.

Ölçekte yer alan değişkenlerden sakin şehirleri ‘doğayla baş başa kalmak için’, ‘sessiz oldukları için’, ‘yorgunluğumu atmak için’ ve ‘kalabalık olmadığı için’ ziyaret ediyorum şeklinde oluşturulan değişkenler ikinci faktör olan sessizlik/dinginlik arayışı faktörünü oluşturmuştur.

Ölçekte yer alan değişkenlerden sakin şehirleri ‘bana huzur verdiği için’, ‘sevdiklerimle hoş vakit geçirmekten keyif aldığım için’, ‘temiz havada yürüyüş yapmak için’ ve ‘diğer

tatil merkezlerine benzemediği için' ziyaret ediyorum şeklinde oluşturulan değişkenler üçüncü faktör olan huzur/benzersizlik arayışı faktörünü oluşturmuştur.

Ölçekte yer alan değişkenlerden sakin şehirleri 'farklı insanlarla etkileşim içerisinde olmak için' ve 'yeni insanlarla tanışmak için' ziyaret ediyorum şeklinde oluşturulan değişkenler dördüncü faktör olan etkileşim faktörünü oluşturmuştur.

Ölçekte yer alan değişkenlerden sakin şehirleri ' yöresel mutfağa ait lezzetleri tatmak için' ve 'organik tarım ürünlerinin satıldığı pazardan alışveriş yapmak için' ziyaret ediyorum şeklinde oluşturulan değişkenler beşinci faktör olan yöresel/organik lezzetler arayışı faktörünü oluşturmuştur.

Ölçekte yer alan değişkenlerden sakin şehirleri 'burada yer alan tarihi mekanları çekici bulduğum için' ve 'korunmuş doğal çekiciliklere sahip olduğu için' ziyaret ediyorum şeklinde oluşturulan değişkenler de altıncı faktör olan doğal/tarihi eserleri ziyaret faktörünü oluşturmuşlardır. Tablo 37'de altıncı kez tekrarlanan faktör analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 37**:** Sakin Şehir Tercih Nedenleri Ölçeği Güvenilirlik ve Geçerlilik Değerleri

	Art. Ort.	Std.Sap	Cronbach Alpha	Faktör Yükleri	Var. %	Öz değer	Mod	Med
Faktör 1: Bilgi ihtiyacını giderme	**2.0250**	**.99351**	**.862**		**19.403**	**3.493**		
Sakin şehir logosu taşıdığı için	2.1500	1.41569		**.863**			1	1.000
Sakin şehirler ile ilgili bilgimi arttırmak için	1.8967	1.19933		**.813**			1	1.000
Çevreye duyarlı insanların buluşma mekanı olarak gördüğüm için	2.0583	1.08638		**.807**			1	2.000
Küreselleşmenin uzanamadığı bir yer olduğu için	1.3717	.52024		**.798**			1	2.000
Faktör2: Sessizlik/dinginlik arayışı	**1.2796**	**.33046**	**.831**		**13.690**	**2.464**		
Yorgunluğumu atmak için	1.2867	.45990		**.753**			1	1.000
Kalabalık olmadığı için	1.2750	.48625		**.737**			1	1.000
Sakin şehirler sessiz oldukları için	1.2867	.49487		**.657**			1	1.000
Doğayla baş başa kalmak için	1.2700	.47695		**.554**			1	1.000
Faktör 3: Huzur/benzersizlik arayışı	**1.3525**	**.35957**	**.802**		**8.198**	**1.476**		
Temiz havada yürüyüş yapmak için	1.4133	.62434		**.711**			1	1.000
Diğer tatil merkezlerine benzemediği için	.3750	.62852		**.654**			1	1.000
Sevdiklerimle hoş vakit geçirmekten keyif aldığım için	1.3150	.46848		**.641**			1	1.000
Bana huzur verdiği için	1.3083	.51998		**.633**			1	1.000
Faktör 4: Etkileşim	**2.1667**	**1.14466**	**.701**		**7.443**	**1.340**		
Yeni insanlarla tanışmak için	2.3583	1.36981		**.747**			2	2.000

Farklı insanlarla etkileşim içerisinde olmak için	1.9750	1.23569		**.717**			1	2.000
Faktör 5: Yöresel /organik lezzetler arayışı	**2.5317**	**1.16745**	**.711**		**6.868**	**1.236**		
Yöresel mutfağa ait lezzetleri tatmak için	1.9417	1.21135		**.798**			1	2.00
Organik tarım ürünlerinin satıldığı pazardan alışveriş yapmak için	3.1217	1.60972		**.761**			5	4.00
Faktör 6: Doğal/tarihi eserleri ziyaret	**1.3258**	**.58050**	**.783**		**6.516**	**1.173**		
Burada yer alan tarihi mekanları çekici bulduğum için	1.9950	.98145		**.813**			1	1.00
Korunmuş doğal çekiciliklere sahip olduğu için	1.6117	.80329		**.869**			1	1.00
FaktörAnalizi İstatistikleri								
Cronbach Alpha			**.798**					
Toplam Varyans %					**62.118**			
KMO				**0.741**				
Barlett testi (Barlett Test of Sphericity) Ser. Der.				**2565.02 (153)**				
P				**0.001**				

Araştırma kapsamında uygulanan anket formunda üçüncü bölüm başlığı altında yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin çevresel duyarlılık ve küreselleşme karşıtlığı ile ilgili özelliklerini ölçmeye yönelik oluşturulan ölçekteki çevresel duyarlılık ile ilgili altı ve küreselleşme karşıtlığı ile ilgili dört değişkene faktör analizi uygulanmıştır. Uygulanan faktör analizleri öncesinde örneklem büyüklüğünün yeterliliğini test etmek amacıyla öncelikle Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve ardından veri setinin çok değişkenli normal dağılıma sahip olup olmadığını test etmek amacıyla da Bartlett küresellik testi uygulanmıştır. Çevresel duyarlılık ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucunda Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme yeterliliği 0.821 olarak hesaplanmış ve elde edilen değer doğrultusunda örneklem büyüklüğünün faktör analizi yapılabilmesi için yeterli olduğunu göstermiştir. Ayrıca elde edilen Bartlett küresellik testi sonucunun da istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0.01$) görülmüş ve verilerin çok değişkenli normal dağılıma sahip olduğu kabul edilmiştir. Yapılan faktör analizi sonucunda öz değeri 1'in üzerinde olan tek faktörün açıklanan varyansa yaptıkları toplam katkı %54.6'dır. Toplam açıklanan varyansın %40 ile %60 arasında bir değere sahip olması sosyal bilimler alanında yapılan çalışmalar için yeterli kabul edilmektedir (Çokluk vd., 2010: 197). Bu faktöre isim verilirken ölçeğe verilmiş olan çevresel duyarlılık isminin değiştirilmeden kullanılmasına karar verilmiştir. Aşağıdaki tabloda çevresel duyarlılık ölçeğine yönelik faktör analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 38**:** Ziyaretçilerin Çevresel Duyarlılıkları Ölçeği Güvenilirlik ve Geçerlilik Değerleri

	Art. Ort.	Std.Sap	Cronbach Alpha	Faktör Yükleri	Var. %	Öz değer	Mod	Med
Faktör 1: Çevresel duyarlılık	**10.1367**	**3.70327**	**.830**		**54.6**	**3.276**		
Benzer iki ürün arasında seçim yapacak olursam, daima çevre ve diğer insanlar için daha az zararlı olanı tercih ederim	1,7867	.85384	.880	.839			2	2.000
Piyasada daha ucuzları olsa da, ambalajında geri dönüşüm işareti olan ürünleri satın alırım	2.0950	1.10967	.859	.826			1	2,000
Basılı fatura yerine e-fatura kullanmayı tercih ederim	1.3450	.66083	.854	.814			1	1.000
Çevre sorunları yalnızca bugünkü nesli değil, gelecek nesilleri de etkilediği kanaatindeyim	1.2433	.44847	.826	.809			1	1.000
Toplumsal düzeyde çevresel duyarlılığı geliştiren faaliyetleri destekliyorum	1.8600	.90097	.513	.794			1	2.000
Aile bireylerimi ve arkadaşlarımı çevreye zarar verecek ürünleri almamaları için ikna etmeye çalışırım.	1.8067	.90590	.504	.782			1	2.000
FaktörAnalizi İstatistikleri								
Cronbach Alpha			**.830**					
Toplam Varyans %					**54.6**			
KMO					**0.821**			
Barlett testi (Barlett Test of Sphericity) Ser. Der.					**1577.325 (15)**			
P					**0.001**			

Küreselleşme karşıtlığı ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucunda Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme yeterliliği 0.865 olarak hesaplanmış ve elde edilen değer doğrultusunda örneklem büyüklüğünün faktör analizi yapılabilmesi için yeterli olduğunu göstermiştir. Ayrıca elde edilen Bartlett küresellik testi sonucunun da istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0,01$) görülmüş ve verilerin çok değişkenli normal dağılıma sahip olduğu kabul edilmiştir. Yapılan faktör analizi sonucunda öz değeri 1'in üzerinde olan tek faktörün açıklanan varyansa yaptıkları toplam katkı %60.4'dür. Toplam açıklanan varyansın %40 ile %60 arasında bir değere sahip olması sosyal bilimler alanında yapılan çalışmalar için yeterli kabul edilmektedir (Çokluk vd., 2010: 197). Bu faktöre isim verilirken ölçeğe verilmiş olan küreselleşme karşıtlığı isminin değiştirilmeden kullanılmasına karar verilmiştir. Aşağıdaki tabloda küreselleşme karşıtlığı ölçeğine yönelik faktör analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 39**:** Küreselleşme Karşıtlığı Ölçeği Güvenilirlik ve Geçerlilik Değerleri

	Art. Ort.	Std.Sap	Cronbach Alpha	Faktör Yükleri	Var. %	Öz değer	Mod	Med
Faktör 1: Küreselleşme karşıtlığı	**1.7921**	**.70267**	**.714**		**60.4**	**2.417**		
Küreselleşmenin yerel kültürleri yok ettiği kanaatindeyim	1.4517	.59294	.880	.850			1	1.000
Küreselleşmenin oluşturmaya çalıştığı tek tip insan modeline karşıyım	1.5350	.64509	.859	.794			1	1.000
Küreselleşmenin ürünü olan büyük ölçekli fast food ve benzeri kuruluşları asla tercih etmem	2.2067	1.41561	.854	.774			1	2.000
Dünya genelindeki küreselleşme karşıtı faaliyetleri destekliyorum	1.9750	.94827	.826	.682			1	2.000
FaktörAnalizi İstatistikleri								
Cronbach Alpha			**.714**					
Toplam Varyans %					**60.4**			
KMO					**0.865**			
Barlett testi (Barlett Test of Sphericity) Ser. Der.					**794.626 (6)**			
P					**0.001**			

Ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerinin ölçülmesinde kullanılan ölçek Oliver (1980) tarafından oluşturulan ve daha sonra Opperman (1999), Petrick (1999), Baker ve Crompton (2000), Kozak ve Remington (2000), Choi ve Chu (2001), Kozak (2001) gibi farklı araştırmacılar tarafından geliştirilen modelden faydalanılarak hazırlanmıştır. Ölçekte yer alan toplam 31 adet değişkene faktör analizi uygulanmıştır. Uygulanan faktör analizleri öncesinde örneklem büyüklüğünün yeterliliğini test etmek amacıyla öncelikle Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve ardından veri setinin çok değişkenli normal dağılıma sahip olup olmadığını test etmek amacıyla da Bartlett küresellik testi uygulanmıştır. Yapılan birinci faktör analizi sonucunda 'yöresel yemek sunan restoranlarda uygulanan fiyatlardan memnunum' şeklinde oluşturulan yargı 0.50'nin altında bir faktör yüküne sahip olduğundan dolayı ölçekten çıkarılmıştır. Bu memnuniyet düzeyine ilişkin değişken çıkarıldıktan sonra faktör analizi yeniden yapılmıştır. Yapılan ikinci faktör analizi sonucunda 'genel olarak ziyaret ettiğim sakin şehirden memnunum' şeklinde oluşturulan yargı birçok faktör altında yer alması ve 0,50' nin altında bir faktör yüküne sahip olduğundan dolayı için ölçekten çıkarılmış ve faktör analizi yeniden yapılmıştır. Yapılan üçüncü faktör analizi sonucunda 'kentsel planlamanın doğal mimariye uygunluğundan memnunum' şeklinde oluşturulan yargı 0.50' nin altında bir faktör yüküne sahip olduğundan dolayı ölçekten çıkarılmış ve analiz tekrarlanmıştır. Yapılan dördüncü faktör analizi sonucunda 'sakin şehirde turistlere yönelik düzenlenen etkinliklerden memnunum'

şeklinde oluşturulan yargı birçok faktör altında yer alması ve 0.50'nin altında bir faktör yüküne sahip olduğundan dolayı için ölçekten çıkarılmış ve faktör analizi son kez yapılmıştır. Beşinci faktör analizi sonucunda Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme yeterliliği 0.769 olarak hesaplanmış ve elde edilen değer doğrultusunda örneklem büyüklüğünün faktör analizi yapılabilmesi için yeterli olduğunu göstermiştir. Ayrıca elde edilen Bartlett küresellik testi sonucunun da istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0.01$) görülmüş ve verilerin çok değişkenli normal dağılıma sahip olduğu kabul edilmiştir. Yapılan altıncı faktör analizi sonucunda öz değeri 1'in üzerinde olan 9 faktörün açıklanan varyansa yaptıkları toplam katkı %77.7'dir. Toplam açıklanan varyansın %40 ile %60 arasında bir değere sahip olması sosyal bilimler alanında yapılan çalışmalar için yeterli kabul edilmektedir (Çokluk vd., 2010: 197). Ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerine yönelik ölçeğe uygulanan faktör analizi sonucunda 28 değişken 9 faktör altında toplanmıştır. Bu faktörlere isim verilirken boyutun altında toplanan değişken özelliklerini temsil edebilecek isimler verilmesine dikkat edilmiştir. Ölçekte yer alan değişkenlerden 'sunulan konaklama imkânlarının kalitesinden memnunum', 'konaklama tesislerinin genel hijyen ve temizliğinden memnunum', 'konaklama tesislerinde uygulanan fiyatlardan memnunum' ve 'konaklama tesislerindeki personelin ilgisinden memnunum' şeklinde oluşturulan yargılar birinci faktör olan konaklama imkânları faktörünü oluşturmuştur.

Ölçekte yer alan değişkenlerden 'sakin şehire ulaşım imkânlarından memnunum', 'şehir içerisinde sunulan toplu taşıma hizmetlerinin sıklığından memnunum', 'sakin şehirdeki toplu ulaşım güzergâhlarının düzeninden memnunum' ve 'şehir içerisinde sunulan toplu taşıma hizmetlerinin fiyatlarından memnunum' şeklinde oluşturulan yargılar ikinci faktör olan ulaşım imkânları faktörünü oluşturmuştur.

Ölçekte yer alan değişkenlerden 'cadde ve sokaklarının temizliğinden memnunum', 'sakin şehirdeki kaldırımların bakım ve düzeninden memnunum' ve 'alt yapı konularında yerel yönetim hizmetlerinin yeterliliğinden memnunum' şeklinde oluşturulan yargılar üçüncü faktör olan yerel yönetim hizmetleri faktörünü oluşturmuştur.

Ölçekte yer alan değişkenlerden 'sunulan yöresel yemeklerin lezzetinden memnunum', 'yöresel lezzetler sunan restoranların kalitesinden memnunum', 'yiyecek hizmeti sunan işletmelerin genel hijyen ve temizliğinden memnunum' ve 'yiyecek hizmeti sunan işletmelerdeki personelin ilgisinden memnunum' şeklinde oluşturulan yargılar dördüncü faktör olan yöresel yiyecek içecek faktörünü oluşturmuştur.

Ölçekte yer alan değişkenlerden ‘yöre halkının turistlere karşı tutumundan memnunum’, ‘yöre halkının misafirperverliğinden memnunum’ ve ‘esnafın turistlere karşı tutumundan memnunum’ şeklinde oluşturulan yargılar beşinci faktör olan misafirperverlik faktörünü, oluşturmuştur.

Ölçekte yer alan değişkenlerden ‘tarihi mekânların zenginliğinden memnunum’, ‘tarihi mekânların korunmuşluğundan memnunum’ ve ‘doğal çekiciliklerin korunmuşluğundan memnunum şeklinde oluşturulan yargılar altıncı faktör olan doğal ve tarihi çekicilikler faktörünü oluşturmuştur.

Ölçekte yer alan değişkenlerden ‘yöre pazarında sunulan doğal ürünlerin fiyatlarından memnunum’ ve ‘yöre pazarında sunulan doğal ürünlerin hijyen ve temizliğinden memnunum’ şeklinde oluşturulan yargılar organik yöre pazarı faktörünü oluşturmuştur. Ölçekte yer alan değişkenlerden ‘sağlık kuruluşu sayısından memnunum’ ve ‘sağlık kuruluşlarının temizlik ve hijyeninden memnunum’ yargıları sağlık hizmetleri faktörünü ve ‘yürüyüş yapılabilecek parkların sayısından memnunum’, ‘parkların düzen ve temizliğinden memnunum’ şeklinde oluşturulan yargılar dinlenme alanları faktörünü oluşturmuşlardır. Tablo 40’da memnuniyet düzeyi ölçeğinin faktör analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 40**:** Memnuniyet Düzeyi Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları

	Art. Ort.	Std.Sap	Cronbach’s Alpha	Faktör Yükleri	Var. %	Öz değer	Mod	Med
Faktör 1: Konaklama imkânları	2.1267	.74728	**.882**		**23.686**	**6.395**		
Konaklama tesislerinin genel hijyen ve temizliğinden memnunum	2.0850	.85771		.868			2	2.000
Sunulan konaklama imkânlarının kalitesinden memnunum	2.1150	.84635		.860			2	2.000
Konaklama tesislerindeki personelin ilgisinden memnunum	2.0717	.84126		.824			2	2.000
Konaklama tesislerinde uygulanan fiyatlardan memnunum	2.2350	.93161		.755			2	2.000
Faktör2: Ulaşım imkânları	2.5979	.83066	**.732**		**11.247**	**3.037**		
Sakin şehirdeki toplu ulaşım güzergâhlarının düzeninden memnunum	2.7167	.81905		.928			3	3.000
Şehir içerisinde sunulan toplu taşıma hizmetlerinin sıklığından memnunum	2.7100	.83889		.927			3	3.000
Şehir içerisinde sunulan toplu taşıma hizmetlerinin fiyatlarından memnunum	2.6367	.90702		.685			3	3.000
Sakin şehire ulaşım imkanlarından memnunum	2.3283	1.6688		.584			1	1.000
Faktör 3 Yerel yönetim hizmetleri	1.8750	.90554	.866		9.563	2.582		
Sakin şehirdeki kaldırımların bakım ve düzeninden memnunum	1.8283	.93291		.903			2	2.000

Cadde ve sokaklarının temizliğinden memnunum	1.8083	.91085		.889			2	2.000
Alt yapı konularında yerel yönetim hizmetlerinin yeterliliğinden memnunum	1.9883	1.1904		.816			1	2.000
Faktör 4: Yöresel yiyecek içecek hiz.	1.7058	.59450	.799		8.346	2.253		
Sunulan yöresel yemeklerin lezzetinden memnunum	1.6333	.67798		.809			1	2.000
Yöresel lezzetler sunan restoranların kalitesinden memnunum	1.7167	.72613		.806			2	2.000
Yiyecek hizmeti sunan işletmelerdeki personelin ilgisinden memnunum	1.6833	.81905		.714			1	2.000
Yiyecek hizmeti sunan işletmelerin genel hijyen ve temizliğinden memnunum	1.7900	.77905		.689			2	2.000
Faktör 5: Misafirperverlik	1.3761	.54769	.816		6.170	1.666		
Yöre halkının misafirperverliğinden memnunum	1.3200	.57284		.907			1	1.000
Yöre halkının turistlere karşı tutumundan memnunum	1.3200	.57575		.889			1	1.000
Esnafın turistlere karşı tutumundan memnunum	1.4883	.75552		.656			1	1.000
Faktör 6:Doğal ve tarihi çekicilikler	1.4228	.55041	.817		5.329	1.439		
Tarihi mekânların korunmuşluğundan memnunum	1.6133	.67423		.901			1	2.000
Tarihi mekânların zenginliğinden memnunum	1.5933	.64445		.900			1	2.000
Doğal çekiciliklerin korunmuşluğundan memnunum	1.3617	.60949		.575			1	1.000
Faktör 7: Organik yöre pazarı	2.8692	.87057	.957		5.025	1.357		
Yöre pazarında sunulan doğal ürünlerin hijyen ve temizliğinden memnunum	2.3450	.89105		.938			3	3.000
Yöre pazarında sunulan doğal ürünlerin fiyatlarından memnunum	2.3933	.88690		.923			3	3.000
Faktör 8: Sağlık hizmetleri	2.8908	.48534	.914		4.580	1.237		
Sağlık kuruluşu sayısından memnunum	2.8750	.54148		.938			3	3.000
Sağlık kuruluşlarının temizlik ve hijyeninden memnunum	2.9067	.46725		.927			3	3.000
Faktör 9: Dinlenme alanları	1.8233	.71506	.808		3.842	1.037		1.000
Yürüyüş yapılabilecek parkların sayısından memnunum				.847				
Parkların düzen ve temizliğinden memnunum				.831				
FaktörAnalizi İstatistikleri								
Cronbach Alpha			**.857**					
Toplam Varyans %					**77,787**			
KMO					**.769**			
Barlett testi (Barlett Test of Sphericity) Ser. Der.					**10479 (193)**			
P					**0.001**			

Araştırma kapsamında uygulanan anket formunda beşinci bölüm başlığı altında yer alan Conner ve Sparkks (1996) tarafından geliştirilen ve araştırmaya uyarlanan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetleri ile ilgili altı değişkene faktör analizi uygulanmıştır. Tekrar ziyaret etme niyeti ölçeğine uygulanan faktör analizi

sonucunda Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme yeterliliği 0.871 olarak hesaplanmış ve elde edilen değer doğrultusunda örneklem büyüklüğünün faktör analizi yapılabilmesi için yeterli olduğunu göstermiştir. Ayrıca elde edilen Bartlett küresellik testi sonucunun da istatistiksel olarak anlamlı ($p< 0.01$) görülmüş ve verilerin çok değişkenli normal dağılıma sahip olduğu kabul edilmiştir. Yapılan faktör analizi sonucunda öz değeri 1'in üzerinde olan tek faktörün açıklanan varyansa yaptıkları toplam katkı %60'dır. Bu faktöre isim verilirken ölçeğe verilmiş olan tekrar ziyaret etme niyeti isminin değiştirilmeden kullanılmasına karar verilmiştir. Aşağıdaki tabloda çevresel duyarlılık ölçeğine yönelik faktör analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 41**:** Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Ölçeği Güvenilirlik ve Geçerlilik Değerleri

	Art. Ort.	Std.Sap	Cronbach Alpha	Faktör Yükleri	Var. %	Öz değer	Mod	Med
Faktör 1: Tekrar ziy. et. niyeti	**9.0050**	**3.41874**	**.853**		**60.042**	**3.603**		
Sakin şehirleri arkadaşlarıma ve yakın çevreme tavsiye ederim	1.4683	.65297		.635			1	1.000
Sakin şehir genel anlamda beklentilerimi karşıladı	1.5483	.68443		.686			1	1.000
Sakin şehir gelecekteki seyahatlerimde ilk tercihim olur	1.8200	.94291		.637			1	2.000
Sakin şehirler hakkında olumlu şeyler söylerim	1.4717	.66075		.695			1	1.000
Tatil yaptığım sakin şehri gelecekte tekrar ziyaret etmek isterim	1.5567	.93893		.473			1	1.000
Bir sonraki tatil deneyimimde sakin şehir logolu başka bir destinasyonu ziyaret etmek isterim	1.1400	.52997		.477			1	1.000
FaktörAnalizi İstatistikleri								
Cronbach Alpha			.853					
Toplam Varyans %					**60.042**			
KMO					**.871**			
Barlett testi (Barlett Test of Sphericity) Ser. Der.					**1573.073 (15)**			
P					**0.001**			

Araştırmada kullanılan ölçeklere güvenilirlik ve geçerlilik analizlerinin uygulanmasının ardından, kullanılan ölçekler içerisinde yer alan boyutlara ait değişken sayıları ve güvenilirlik katsayılarına ilişkin özet bilgiler Tablo 42'de sunulmaktadır.

Tablo 42**:** Araştırmada Kullanılan Ölçeklere Ait Boyutlar, Değişken Sayıları ve Güvenilirlik Katsayıları

Ölçekler	Değişken Sayısı	Cronbach's Alfa Değeri (α)
Sakin şehir tercih nedenleri ölçeği	18	.798
Bilgi ihtiyacını giderme	4	.862
Sessizlik/ dinginlik arayışı	4	.831
Huzur/benzersizlik arayışı	4	.802
Etkileşim	2	.701
Yöresel /organik lezzetler arayışı	2	.711
Doğal/tarihi eserler arayışı	2	.783
Çevresel duyarlılık ölçeği	6	.830
Küreselleşme karşıtlığı ölçeği	4	.714
Memnuniyet ölçeği	27	.857
Konaklama imkânları	4	.882
Ulaşım imkânları	4	.732
Yerel yönetim hizmetleri	3	.866
Yöresel yiyecek içecek	4	.799
Misafirperverlik	3	.816
Doğal ve tarihi çekicilikler	3	.817
Organik yöre pazarı	2	.957
Sağlık hizmetleri	2	.914
Dinlenme alanları	2	.808
Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Ölçeği	6	.853

Araştırmada kullanılan ve boyutları itibariyle verilen ölçeklerin tamamının Cronbach Alfa değerlerinin (α) alt sınırı olarak kabul gören 0.70 değerinin üzerinde olduğu görülmektedir. (Altunışık vd, 2012: 124).

3.8.3. Araştırma İle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler ve Bulgular

Bu bölümde araştırma kapsamında yer alan ziyaretçilerin sosyo-demografik özellikleri ve sakin şehir ile ilgili deneyimlerine yönelik sorulara ilişkin elde edilen frekans ve yüzde değerleri detaylı olarak tablolar yardımıyla sunulmuştur. Araştırmada yer alan ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etme nedenleri, çevresel duyarlılık ve küreselleşme karşıtlığı, memnuniyet düzeyleri ve tekrar ziyaret etme niyetlerine yönelik sorulara ilişkin elde edilen frekans, ortalama, standart sapma, mod ve medyan değerleri de bu bölüm içerisinde yer almaktadır.

3.8.3.1. Araştırmaya Katılan Sakin Şehir Ziyaretçilerinin Sosyo-Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular

Araştırma kapsamında Türkiye'de bulunan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin sosyo-demografik özellikleri; cinsiyet, yaş, gelir, medeni hal, çocuk sayısı, meslek, öğrenim durumu, milliyet ve tatil için ayrılan bütçe değişkenleri ile çoktan seçmeli ve açık uçlu sorular yardımı ile ölçülmüştür. Araştırmada ziyaretçilerin sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye yönelik oluşturulan cinsiyet, öğrenim durumu, meslek, ortalama aylık gelir ve tatil bütçesi ile ilgili sorular çoktan seçmeli olarak, ziyaretçilerin yaş, medeni hal ve çocuk sayılarını belirlemeye yönelik oluşturulan sorular ise açık uçlu sorular olarak yöneltilmiştir. Analizlerde kolaylık sağlanması açısından anketlerden ziyaretçilerin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin elde edilen veriler istatistik paket programına kodlanırken sürekli veri özelliği taşıyan açık uçlu sorular dönüştürülerek süreksiz veri özelliği taşıyan kapalı uçlu sorular olarak kodlanmıştır. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin frekans, yüzde dağılımları ve kümülatif yüzdeleri Tablo 43'de detaylı olarak verilmiştir.

Tablo 43**:** Ziyaretçilerinin Sosyo-Demografik Özellikleri

DEĞİŞKENLER			
Kategori	**n**	**%**	**Kümülatif Yüzde**
	CİNSİYET		
Kadın	311	51.8	51.8
Erkek	289	48.2	100.0
Toplam	**600**	**100**	
	YAŞ ARALIĞI		
19-40 yaş arası	366	61.3	61.3
41- 53 yaş arası	145	23.9	85.2
54 ve üzeri yaş grubu	89	14.8	100.0
Toplam	**600**	**100.0**	
	MEDENİ HAL		
Bekâr	277	46.2	46.2
Evli	271	45.2	91.4
Boşanmış	52	8.6	100.0
Toplam	**600**	**100,0**	
	ÇOCUK SAHİBİ OLMA		
Çocuğum yok	313	52.2	52.2
Bir çocuğum var	133	22.2	74.3
İki çocuğum var	107	17.8	92.2
Üç çocuğum var	34	5.7	97.9
Dört çocuğum var	13	2.1	100.0
Toplam	**600**	**100.0**	
	ÖĞRENİM DÜZEYİ		
İlköğretim	20	3.3	3.3
Ortaöğretim ve Lise	54	9.0	12.3
Ön lisans	126	21.0	33.3
Lisans	251	41.9	75.2
Lisansüstü	149	24.8	100.0
Toplam	**600**	**10.0**	
	MESLEK		
İşsiz	52	8.7	8.7
İşveren (Esnaf)	54	9.0	17.7
Öğrenci	58	9.7	27.3
Emekli	47	7.8	35.2
Kamu çalışanı	199	33.2	68.4
Özel sektör çalışanı	190	31.6	100.0
Toplam	**600**	**100.0**	
	ORTALAMA AYLIK GELİR		
Düzenli gelirim yok	97	16.2	16.2
Asgari ücret	2	.3	16.5
Asgari ücret-1500 TL arası	4	.7	17.2
1501 TL-2000 TL	25	4.2	21.3
2001 TL-2500 TL	46	7.7	29.0
2501 TL-3000TL	77	12.8	41.8
3001 TL-3500TL	93	15.5	57.3
3501 TL-4000 TL	72	12.0	69.3
4001 TL-4500 TL	76	12.7	82.0
4501 TL-5000TL	17	2.8	84.8
5001 TL ve üzeri	91	15.2	100.0
Toplam	**600**	**100.0**	16.2
	TATİL BÜTÇESİ		
%20 ve altı	483	80.5	80.5
%21-%40	13	2.2	82.7
%41-%60	0	0	82.7
%61-%80	0	0	82.7
%81-%100	0	0	82.7
Düzenli tatil bütçesi ayırmam	104	17.3	100.0
Toplam	**600**	**100.0**	

Tablo 43'de sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin sosyo demografik özellikleri ayrıntılı bir şekilde verilmektedir. Tablo 43'den anlaşılacağı üzere araştırmaya katılan ziyaretçilerin %51.8'lik kısmını kadınlar ve %48.2'lik kısmını da erkekler oluşturmaktadır.

Araştırmaya dahil olan katılımcılardan yaşları 19 ile 40 yaş aralığında olan katılımcılar genç yaş grubu, 41 ile 53 yaş aralığında olan katılımcılar orta yaş grubu, 54 ve üzeri yaş aralığında olan katılımcılar da yaşlı yaş grubu olarak kabul edildiğinde Tablo 43, sakin şehirleri ziyaret eden ve araştırma kapsamında hazırlanan anketi doldurmayı kabul eden turistlerin %61,3'ünün 19-40 yaş aralığında olan genç yaş grubundan oluştuğunu, %23.9'inin 41-53 yaş aralığında olan orta yaş grubundan oluştuğunu ve %14.8'inin de 53 ve üzeri yaş aralığında yaş aralığında olan yaşlı yaş grubundan oluştuğunu göstermektedir.

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %46.2'si bekâr, %45.2'i evli ve %8,6'sı boşanmıştır. Sakin şehir ziyaretçilerinin çocuk sahibi olup olmadıkları belirlemeye yönelik yöneltilen soru, araştırma formunda öncelikle çocuğunuz var mı? ve ardından cevabınız evet ise kaç çocuğunuz var? şeklinde düzenlenmiştir. Tablodan anlaşılacağı üzere araştırmaya katılan ziyaretçilerin %52.2'sinin çocuk sahibi olmadıkları, %22.2'sinin bir çocuğa sahip olduklarını, %17.8'inin iki çocuk sahibi olduklarını, %5.7'sinin üç çocuğa sahip olduklarını ve %2.1'inin de dört çocuk sahibi olduklarını göstermektedir.

Araştırmaya katılan sakin şehir ziyaretçilerinin büyük bir çoğunluğu %41.9'u lisans düzeyinde öğrenime sahip iken, %24.8'i lisansüstü düzeyde, %21'i ön lisans düzeyinde, %9'u ortaöğretim ve lise düzeyinde, %3.3'ünün de ilköğretim düzeyinde öğrenime sahip oldukları görülmektedir. Tablodan araştırmaya katılan sakin şehir ziyaretçilerinin büyük oranda lisans ve lisansüstü düzeyde öğrenim düzeyine sahip oldukları görülmektedir.

Ziyaretçilerin meslekleri itibari ile dağılımlarını gösteren kısımdan anlaşılacağı üzere katılımcıların %33.2'sini kamu çalışanları, %31.6'sını özel sektör çalışanları, %9.7'sini öğrenciler, %9'unu işverenler (esnaf), %8.7'sini herhangi bir mesleğe sahip olmayanlar ve %7.8'ini de emekliler oluşturmaktadır. Ziyaretçilerin tamamı Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarından oluşmaktadır.

Ziyaretçilerin ortalama aylık gelirlerine göre dağılımlarını gösteren kısımda katılımcıların %16.2'nin düzenli gelirlerinin olmadığı, %15.5'inin aylık gelirinin 3001 TL-3500 TL arasında olduğu ve %15.2'sinin ortalama aylık gelirinin 5001 TL ve üzerinde olduğu görülmektedir. Bu oranları sırası ile %12.8 ile 2501 TL-3000TL, %12.7 ile 4001 TL-4500

TL, %12 ile 3501 TL-4000 TL, %7.7 ile 2001 TL-2500 TL, %4.2 ile 1501 TL-2000 TL, %2.8 ile 4501 TL-5000TL, %0.7 ile asgari ücret-1500 TL arası ve %0.3 ile asgari ücretten oluşan ortalama aylık gelirler takip etmektedir. %16.2'lik düzenli gelirim yok kısmının herhangi bir mesleğe sahip olmayan kişiler ve öğrencilerden oluşan katılımcı gruplarının verdiği cevaplardan oluştuğu görülmektedir. Ziyaretçilerin yıllık gelirlerinin tatil için ayrılan bütçe miktarına göre dağılımları gösteren kısımdan anlaşılacağı üzere katılımcıların %80.5'inin ortalama yıllık gelirlerinin %20 ve altı oranındaki kısmını tatil harcamaları için ayırdıkları gözlemlenmektedir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %17.3'ünün tatil için düzenli bir bütçe ayırmadıkları ve %2.2'sinin de ortalama yıllık gelirlerinin %21 ile %40'lık kısmını tatil, eğlence ve dinlenme faaliyetleri için ayırdıkları anlaşılmaktadır.

3.8.3.2. Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Sakin Şehirler ile İlgili Deneyimlerine Yönelik Bulgular

Araştırma kapsamında ziyaretçilerin sakin şehir ile ilgili deneyimlerinin belirlenmesine yönelik çoktan seçmeli ve açık uçlu olmak üzere toplamda 10 soru yer almaktadır. Araştırmanın bölümünde yer alan sorular uzman görüşü alınarak hazırlanmıştır. Araştırmada ziyaretçilerin sakin şehir ile ilgili deneyimlerini belirlemeye yönelik oluşturulan ziyaretçilerin sakin şehir bilgi düzeyleri, nerelerde konaklama yapıldığı, daha önce herhangi bir sakin şehrin ziyaret edilip edilmediği ile ilgili sorular çoktan seçmeli olarak, ziyaretçilerin tatile çıkma sıklıkları, ziyaret edilen sakin şehirde kalış süreleri, ulusal veya uluslararası çevreci bir örgüte üyeliklerini belirlemeye yönelik oluşturulan sorular ise açık uçlu sorular olarak hazırlanmıştır. Analizlerde kolaylık sağlanması açısından anketlerden ziyaretçilerin sakin şehir ile ilgili deneyimlerine ilişkin elde edilen veriler SPSS.21 programına kodlanırken sürekli veri özelliği taşıyan açık uçlu sorular dönüştürülerek süreksiz veri özelliği taşıyan kapalı uçlu sorular olarak kodlanmıştır. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sakin şehir deneyimlerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları aşağıda yer alan tablolar aracılığı ile verilmiştir.

Tablo 44**:** Ziyaretçilerin Sakin Şehir İle İlgili Deneyimleri

Kategori	n	%	Kümülatif Yüzde
ZİYARET ÖNCESİ BİLGİ DÜZEYİ			
Herhangi bir bilgiye sahip değildim.	123	20.5	20.5
Kısmen bilgiliydim	149	24.8	45.3
Yeterli bilgiliye sahiptim.	314	52.3	97.6
Uzmanlık düzeyinde bilgiye sahiptim.	14	2.4	100.0
Toplam	**600**	**100**	
ZİYARET ÖNCESİ LOGO BİLGİSİ			
Evet	414	69.0	69.0
Hayır	186	31.0	100.0
Toplam	**600**	**100,0**	
ZİYARET EDİLEN SAKİN ŞEHRİ ZİYARET SAYISI			
İlk kez	409	68.2	68.2
İkinci kez	140	23.3	91.5
Üçüncü kez	49	8.2	99.7
Dördüncü kez	2	.3	100.0
Toplam	**600**	**100,0**	
FARKLI BİR SAKİN ŞEHRİ ZİYARET SAYISI			
Ziyaret etmedim	338	56.3	56.3
Ziyaret ettim	262	44.7	100.0
Toplam	**600**	**100.0**	
BİLGİ KAYNAĞI			
Tanıdık tavsiyesi	223	37.2	37.2
TV-internet reklamları	87	14.5	51.7
Seyahat acentası/tur operatörü	26	4.3	56.0
Daha önceki ziyaretler	103	17.2	73.2
Dergi, gazete, broşür vb.	26	4.3	77.5
Kitaplar ve filmler	95	15.8	93.3
Turizm fuar ve organizasyonları	3	.5	93.8
Destinasyon web siteleri	37	6.2	100.0
Toplam	**600**	**100.0**	
KONAKLAMA YERİ			
Otel	196	32.7	32.7
Pansiyon	91	15.2	47.8
Yerel ev	106	17.7	65.5
Çadır	13	2.2	67.7
Karavan	6	1.0	68.7
Motel	2	.3	69.0
Diğer	7	1.2	70.2
Konaklama hizmetinden faydalanmıyorum	179	29.7	100.0
Toplam	**600**	**100.0**	
KONAKLAMA SÜRESİ			
Günübirlik	179	29.8	29.8
1 gece	61	10.2	40.0
2 gece	177	29.5	69.5
3 gece	137	22.4	92.5
4 gece	31	5.2	97.7
5 gece	14	2.1	99.8
6 gece	1	.2	100.0
Toplam	**600**	**100.0**	
TATİLE ÇIKMA SIKLIĞI			
Yılda bir defa	238	39.7	39.7
Yılda iki defa	314	52.3	92.0
Yılda üç defa	48	8.0	100.0
Toplam	**600**	**100.0**	
ÇEVRE ÖRGÜTÜNE ÜYELİK			
Üyeliğim yok	429	71.5	71.5
Üyeliğim var	171	28.5	100.0
Toplam	**600**	**100.0**	
KÜRESELLEŞME KARŞITLIĞI BİLGİ DÜZEYİ			
Bilgi sahibiydim	423	70.5	705
Evet tekrar ziyaret ederdim	129	21.5	21.5
Hayır tekrar ziyaret etmezdim	48	8.0	8.0
Toplam	**600**	**100.0**	

Ziyaretçilerin sakin şehir ile ilgili deneyimlerini gösteren Tablo 44'dan anlaşılacağı üzere **z**iyaret edilen destinasyonun sakin şehir olması ile ilgili ziyaretçilerin daha önceden bilgi sahibi olma düzeylerine göre dağılımlarını gösteren araştırmaya katılan ziyaretçilerin %52.3'ünün ziyaretlerinden önce bulunulan destinasyonun sakin şehir olduğu ile ilgili yeterli bilgiye sahip oldukları, %24.8'inin kısmen bilgili oldukları, %20.5'inin herhangi bir bilgiye sahip olmadıkları ve %2.4'ünün uzmanlık düzeyinde bilgiye sahip oldukları anlaşılmaktadır. Salyangoz logosunun sadece sakin şehirler tarafından kullanılabilirliğine dair ziyaretçilerin daha önceden bilgi sahibi olma düzeylerine göre dağılımlarını gösteren kısımdan anlaşılacağı üzere ziyaretçilerin %69'unun salyangoz logosunun sadece sakin olarak adlandırılan şehirler tarafından kullanabildiğini biliyor oldukları görülmektedir. Katılımcılardan %31'inin salyangoz logosunun sakin şehirler tarafından kullanıldığını bilmedikleri anlaşılmaktadır. Tablo 44'deki sonuçlar ve anket formları incelendiğinde bir önceki sorudaki hayır cevabının ziyaret edilen yerin sakin şehir olduğu ile ilgili herhangi bir bilgiye sahip olmayan ve kısmen bilgili olan katılımcılar tarafından verildiği sonucuna varılmıştır. Ziyaretçilerin %68.2'si ziyaret edilen sakin şehirde ilk defa, %23.3'ü ikinci defa, %8.2'si üçüncü defa ve %0.3'ü de dört kez bulunmuşlardır. Tablo 44'e göre araştırma kapsamındaki katılımcıların büyük çoğunluğu bulundukları sakin şehri ilk defa ziyaret etmişlerdir.

Araştırmaya katılan sakin şehir ziyaretçilerinin daha öncesinde Türkiye'de yer alan herhangi bir sakin şehri ziyaret edip etmediklerini belirlemeye yönelik yöneltilen soru, araştırma formunda öncelikle Türkiye'de yer alan herhangi bir sakin şehri ziyaret ettiniz mi? ve ardından cevabınız evet ise hangi sakin şehri ziyaret ettiniz? şeklinde düzenlenmiştir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %56.3'ünün daha önce herhangi bir sakin şehri ziyaret etmedikleri ve %43.7'sinin de öncesinde başka sakin şehirlerde bulunduklarını göstermiştir. Daha önce başka bir sakin şehri ziyaret eden katılımcıların büyük çoğunluğunun Türkiye'de yer alan sakin şehirlerin ilki ve başkenti olan Seferihisar'ı ziyaret ettiği anlaşılmaktadır.

Ziyaretçilerin ziyaret edilen sakin şehir tercihlerinde kullandıkları bilgi kaynaklarına göre dağılımlarını gösteren kısımdan anlaşılacağı üzere araştırmaya katılan ziyaretçilerin %37.2' si tanıdık tavsiyesi ve %17.2'si de daha önceki ziyaretlerden dolayı sakin şehirleri ziyaret etmişlerdir. Tanıdık tavsiyesi ve daha önceki ziyaretlerin ardından ziyaretçilerin sakin şehir tercihlerinde kullandıkları bilgi kaynaklarını sırasıyla %15.8 kitaplar ve filmler,

%14.5 tv-internet reklamları, %6.2 destinasyon web siteleri, %4.3 seyahat acentası/tur operatörleri, %4.3 dergi, gazete, broşür vb. ve %0.5 turizm ve fuar organizasyonları takip etmektedir. Ziyaretçilerin konaklama yaptıkları yerlere göre dağılımlarını gösteren kısımdan anlaşılacağı üzere araştırmaya katılan ziyaretçiler %32.7 oranında konaklama yeri olarak otelleri tercih etmişlerdir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %29.8'i günübirlikçi oldukları için herhangi bir konaklama hizmetinden faydalanmadıklarını belirtmişlerdir. Ziyaretçilerin %17.7'si yerel evleri, %15.2'si pansiyonları, %1.2'si diğer (Devlet Su İşleri ve Karayolları Genel Müdürlüğü misafirhanesi), ve %0.3'ü de motel seçeneklerini konaklama yeri olarak tercih etmişlerdir. Ayrıca araştırmaya katılan ziyaretçilerden %2.2'si çadır ve %1'i de karavanlarda konaklama yapmışlardır.

Ziyaretçilerin ziyaret edilen sakin şehirdeki kalış sürelerine göre dağılımlarını gösteren kısımda araştırmaya katılan ziyaretçilerin %29.5'inin 2 gece, %22.8'inin 3 gece, %10.2'sinin 1 gece, %5.2'sinin 4 gece, %2.3'ünün 5 gece ve %0.2'sinin de 6 gece konaklama yaptıkları anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sakin şehirlerde kalış süresi ortalama 1.7 gece olarak hesaplanmıştır, Ziyaretçilerin %29.8'i günübirlikçi olduklarından dolayı sakin şehirlerde geceleme yapmamışlardır. Ziyaretçilerin yıllık tatile çıkma sıklığına göre dağılımlarını gösteren kısımda araştırmaya katılan ziyaretçilerin %52.3'ü yılda iki defa, %39.7'si yılda bir defa ve %8'i de yılda üç defa tatil deneyimi yaşamaktadırlar. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin çevreci bir örgüte üyeliklerinin bulunup bulunmadığını belirlemeye yönelik yöneltilen soru, anket formunda öncelikle ulusal veya uluslararası herhangi bir çevreci örgüte üyeliğiniz var mı? ve ardından cevabınız evet ise üye olduğunuz çevreci örgütü belirleyiniz şeklinde düzenlenmiştir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %71.5'inin ulusal veya uluslararası çevreci bir örgüte üyeliklerinin bulunmadığını göstermiştir. Araştırma kapsamında sakin şehirlerde bulunan ve araştırmaya katılan ziyaretçilerin %28.5'inin de çevreci örgütlere üyeliklerinin bulunduğu anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sakin şehirlerin küreselleşme karşıtı bir akımın ürünü olduğu hakkında bilgi düzeylerini ölçmeye yönelik soru, anket formunda öncelikle sakin şehirlerin küreselleşme karşıtı bir akımın ürünü olduğu hakkında bilginiz var mı? ve ardından eğer cevabınız hayır ise bu konuda bilgi sahibi olsaydınız ziyaret için sakin şehirleri tekrar tercih eder miydiniz? şeklinde iki aşamalı olarak düzenlenmiştir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %70.5'inin sakin şehirlerin küreselleşme karşıtı hareketin bir ürünü olduğu hakkında bilgi sahibi olduğunu göstermiştir. Araştırmada hayır cevabı veren %29.5'lik ziyaretçi grubuna eğer sakin şehirlerin küreselleşme karşıtı bir

akımın ürünü olduğu hakkında bilgi sahibi olsaydınız ziyaret için sakin şehirleri tekrar tercih eder miydiniz? sorusuna katılımcıların %21.5'i evet tekrar ziyaret ederdim, %8'i hayır tekrar ziyaret etmezdim şeklinde cevap vermişlerdir.

3.8.3.3. Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tercih Etme Nedenlerine Yönelik İstatistiki Değerler ve Bulgular

Araştırmada yer alan ziyaretçilerin sakin şehirleri ziyaret etme nedenlerine yönelik oluşturulan boyutlara ilişkin elde edilen merkezi eğilim ölçüleri Tablo 45'de yer almaktadır.

Tablo 45**:** Sakin Şehirleri Ziyaret Etme Nedenlerine Yönelik Oluşturulan Boyutlara İlişkin Elde Edilen Merkezi Eğilim Ölçüleri

Ölçek	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
Sakin şehir tercih nedenleri	1.7416	.34956	1	1.6957
Bilgi ihityacını giderme	2.0250	.99351	2	1.7500
Sessizlik/ dinginlik arayışı	1.2796	.33046	1	1.2500
Huzur/benzersizlik arayışı	1.3525	.35957	1	1.2500
Etkileşim boyutu	2.1667	1.14466	2	2.000
Yöresel/organik lezzetler arayışı	2.5317	1.16745	3	2.500
Doğal/tarihi eserleri ziyaret	1.3258	.58050	1	1.500

1=Kesinlikle katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3=Ne katılıyor ne katılmıyorum, 4=Katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılmıyorum

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etme nedenlerine yönelik oluşturulan boyutlara verilen cevapların ortalamalarının yer aldığı tablo incelendiğinde, katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda sessizlik/dinginlik arayışı boyutunun 1.2796 ortalama ile en yüksek katılım oranına sahip olduğu görülmektedir. Bu durumda araştırmaya katılan ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğunun Türkiye'de yer alan sakin şehirleri öncelikli olarak doğayla baş başa kalmak, yorgunluklarını atmak, sakin şehirleri sessiz buldukları ve kalabalık olmadıkları için ziyaret ettiklerini göstermektedir. Katılımcı cevaplarından elde edilen bilgiler doğrultusunda ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih nedenlerini sessizlik/dinginlik arayışı boyutunun ardından elde edilen ortalamalara göre sırası ile 'burada yer alan tarihi mekânları çekici bulduğum için ve korunmuş doğal çekiciliklere sahip olduğu için ziyaret ediyorum' yargılarından oluşan doğal/tarihi eserler boyutu (1.3258), 'bana huzur verdiği için, sevdiklerimle hoş vakit geçirmekten keyif aldığım için, temiz havada yürüyüş yapmak için ve diğer tatil merkezlerine benzemediği için ziyaret ediyorum' yargılarından oluşan huzur/benzersizlik arayışı boyutu (1.3525),

‘sakin şehirler ile ilgili bilgimi arttırmak için, sakin şehir logosu taşıdığı için, çevreye duyarlı insanların buluşma mekânı olarak gördüğüm için ve küreselleşmenin uzanamadığı bir yer olduğu için ziyaret ediyorum’ yargılarından oluşan bilgi ihtiyacını giderme boyutu (2.0250), ‘farklı insanlarla etkileşim içerisinde olmak ve yeni insanlarla tanışmak için ziyaret ediyorum’ yargılarından oluşan etkileşim boyutu (2.1667) ve son olarak ‘yöresel mutfağa ait lezzetleri tatmak için ve organik tarım ürünlerinin satıldığı pazardan alışveriş yapmak için ziyaret ediyorum’ yargılarından oluşan yöresel/organik lezzet arayışı boyutu takip etmektedir.

3.8.3.4. Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Çevresel Duyarlılık ve Küreselleşme Karşıtlığına Yönelik İstatistiki Değerler ve Bulgular

Anket formunda üçüncü bölüm başlığı altında yer alan sakin şehirleri ziyaret eden ziyaretçilerin çevresel duyarlılık ve küreselleşme karşıtlığının belirlenmesine yönelik oluşturulan değişken grubu toplamda on adet yargıdan oluşmaktadır. Ölçekte yer alan ilk altı değişken ziyaretçilerin çevresel duyarlılıklarına yönelik yargılardan ve diğer dört değişken de ziyaretçilerin küreselleşme karşıtlığına yönelik yargılardan oluşmaktadır. Analizlerin daha anlaşılır olabilmesi için anket formunda üçüncü bölüm altında yer alan çevresel duyarlılık ve küreselleşme karşıtlığına yönelik değişkenler ilk altı yargı ziyaretçilerin çevresel duyarlılığa yönelik değişkenler ve son dört değişken ziyaretçilerin küreselleşme karşıtlığına yönelik değişkenler olmak üzere farklı başlıklar altında değerlendirilmiştir. Araştırmada yer alan ziyaretçilerin çevresel duyarlılık ve küreselleşme karşıtlığına yönelik sorulara ilişkin elde edilen merkezi eğilim ölçüleri aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

Tablo 46**:** Ziyaretçilerin Çevresel Duyarlılıklarına Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri

Çevresel Duyarlılık	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Ne katılıyor ne katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum	Aritmetik ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
3.1	248	275	39	33	5	1.7867	.85384	2	2.000
3.2	230	189	82	92	7	2.0950	.10967	1	2.000
3.3	436	136	18	5	5	1.3450	.66083	1	1.000
3.4	459	136	5	0	0	1.2433	.44847	1	1.000
3.5	260	194	117	28	1	1.8600	.90097	1	2.000
3.6	280	190	97	32	1	1.8067	.90590	1	2.000

Ölçek	Genel Ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
Ziyaretçilerin Çevresel Duyarlılıkları	1.6894	.61721	1	1.666

1=Kesinlikle katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3=Ne katılıyor ne katılmıyorum, 4=Katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılmıyorum

Araştırmaya katılan sakin şehir ziyaretçilerinin çevresel duyarlılıklarını belirlemeye yönelik yargılara verilen cevapların yer aldığı tablo incelendiğinde ziyaretçilerin genel olarak 1,6894 ortalama ile sakin şehir felsefesine uygun olarak çevresel duyarlılığa sahip kişilerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Ziyaretçiler tarafından verilen cevaplar doğrultusunda ziyaretçilerin çevresel duyarlılıklarını ölçmek için kullanılan ölçekte bulunan yargılara katılım oranları incelendiğinde anket formunda 3.4 şeklinde kodlanmış olan 'çevre sorunları yalnızca bugünkü nesli değil, gelecek nesilleri de etkilediği kanaatindeyim' yargısının 1.2433 ortalama ile en yüksek katılım oranına sahip olduğu görülmektedir. Bu durumda araştırmaya katılan ziyaretçilerin çevresel sürdürülebilirliğe verdiği önemin çevresel duyarlılıkla büyük oranda bağdaştırıldığını göstermektedir. Ölçekte yer alan yargılara ziyaretçilerin katılım oranları ayrı ayrı incelendiğinde katılımcıların çevresel duyarlılıkla ilgili ifadelere büyük oranda olumlu katılım sergiledikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 47**:** Ziyaretçilerin Küreselleşme Karşıtlığına Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri

Küreselleşme Karşıtlığı	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Ne katılıyor ne katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum	Aritmetik ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
3.7	359	212	28	1	0	1.4517	.59294	1	1.000
3.8	326	230	41	3	0	1.5350	.64509	1	1.000
3.9	295	104	21	142	38	2.2067	1.41561	1	2.000
3.10	239	171	160	26	4	1.9750	.94827	1	2.000

Ölçek	Genel Ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
Ziyaretçilerin Küreselleşme Karşıtlığı	1.7921	.70267	1	1.7500

1=Kesinlikle katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3=Ne katılıyor ne katılmıyorum, 4=Katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılmıyorum

Araştırmaya katılan sakin şehir ziyaretçilerinin küreselleşme karşıtlıklarını belirlemeye yönelik yargılara verilen cevapların yer aldığı tablo incelendiğinde ziyaretçilerin genel olarak 1.7921 ortalama ile küreselleşme karşıtı hareketleri desteklediği anlaşılmaktadır. Ziyaretçiler tarafından verilen cevaplar doğrultusunda ziyaretçilerin küreselleşme karşıtlığını ölçmek için kullanılan ölçekte bulunan yargılara katılım oranları incelendiğinde anket formunda 3.7 şeklinde kodlanmış olan 'küreselleşmenin yerel kültürleri yok ettiği kanaatindeyim' yargısının 1.4517 ortalama ile en yüksek katılım oranına sahip olduğu görülmektedir. Bu durumda araştırmaya katılan ziyaretçilerin yerel kültürlerin yaşatılması ve geleceğe aktarılması önündeki en büyük tehlikenin küreselleşme olarak görüldüğünü destekler niteliktedir. Ölçekte yer alan yargılara ziyaretçilerin katılım oranları ayrı ayrı incelendiğinde katılımcıların küreselleşme karşıtı ile ilgili ifadelere büyük oranda olumlu katılım sergiledikleri anlaşılmaktadır.

3.8.3.5. Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Memnuniyet Düzeylerine Yönelik İstatistiki Değerler ve Bulgular

Araştırma kapsamında ziyaretçilerin sakin şehirlerdeki memnuniyet düzeyini ölçmeye yönelik oluşturulan boyutlara ilişkin elde edilen merkezi eğilim ölçüleri Tablo 48'de yer almaktadır.

Tablo 48: Ziyaretçilerin Sakin Şehirlerdeki Memnuniyet Düzeyini Ölçmeye Yönelik Oluşturulan Boyutlara İlişkin Elde Edilen Merkezi Eğilim Ölçüleri

Ölçek	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
Sakin şehir memnuniyet düzeyi	1.9880	.39385	2	1.935
Konaklama imkânları	2.1267	.74728	3	1.750
Ulaşım imkânları	2.5979	.83066	3	2.500
Yerel yönetim hizmetleri	1.8750	.90554	1	1.666
Yöresel yiyecek içecek	1.7058	.59450	2	1.500
Misafirperverlik	1.3761	.54769	1	1.000
Doğal ve tarihi çekicilikler	1.4228	.55041	1	1.666
Organik yöre pazarı	2.8692	.87057	3	3.000
Sağlık hizmetleri	2.8908	.48534	3	3.000
Dinlenme alanları	1.8233	.71506	2	2.000

1=Kesinlikle memnunun, 2= Memnunum, 3=Ne memnunum ne memnun değilim, 4=Memnun değilim, 5= Kesinlikle memnun değilim

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sakin şehir memnuniyet düzeylerinin ölçümüne yönelik kullanılan ölçekte oluşturulan boyutlara verilen cevapların ortalamalarının yer aldığı tablo incelendiğinde, katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda genel memnuniyet düzeylerinin 1.9880 ortalama değeri ile yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Tabloya göre misafirperverlik boyutu 1.3761 ortalama ile ziyaretçi memnuniyet düzeyinin en yüksek olduğu boyuttur. Buna göre araştırmaya katılan ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğunun Türkiye'de yer alan sakin şehirlerde bulunan yerel halk ve esnafın ziyaretçilere karşı sergiledikleri davranış ve gösterdikleri misafirperverlikten memnun kaldıklarını göstermektedir. Misafirperverlik boyutunun ardından ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerinin sahip oldukları ortalamalar itibari ile memnuniyetten memnuniyetsizliğe göre sırasıyla doğal ve tarihi çekicilikler boyutu (1.4228), yöresel yiyecek içecek hizmetler boyutu (1.7058), dinlenme alanları boyutu (1.8233), yerel yönetim hizmetleri boyutu (1.8750), konaklama imkânları boyutu (2.1267), ulaşım imkânları boyutu (2.5979), organik yöre pazarı boyutu (2.8692) ve sakin şehirlerdeki sağlık hizmetleri boyutu (2.8908) olarak

sıralanmaktadır. Boyutların sahip oldukları ortalama değerlerden hareketle ziyaretçilerin sakin şehirlerdeki misafirperverlik, doğal ve tarihi çekicilikler, yöresel yiyecek içecek hizmetleri ve yerel yönetim hizmetleri boyutları altında sıralanan değişkenlerle ilgili olarak algılanan memnuniyet düzeyinin beklenen memnuniyet düzeyinden yüksek olduğu görülmektedir. Ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etme nedenlerine bağlı olarak ortaya çıkan sonuçlara uygun olarak sakin şehirlerdeki organik yöre pazarı ve sağlık hizmetlerine yönelik imkânlar hakkında çok fazla bilgi sahibi olmadıkları anlaşılmaktadır.

3.8.3.6. Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine Yönelik İstatistiki Değerler ve Bulgular

Araştırma kapsamında sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyetlerine yönelik sorulara ilişkin elde edilen merkezi eğilim ölçüleri Tablo 49'da yer almaktadır.

Tablo 49**:** Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri

Tekrar Ziyaret Etme Niyeti	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Ne katılıyor ne katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum	Aritmetik ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
5.1	355	224	8	11	2	1.4683	.65297	1	1.000
5.2	317	255	12	14	2	1.5483	.68443	1	1.000
5.3	271	211	87	17	14	1.8200	.94291	1	2.000
5.4	356	220	11	11	2	1.4717	.66075	1	1.000
5.5	402	111	43	39	5	1.5567	.93893	1	1.000
5.6	545	40	6	4	5	1.1400	.52997	1	1.000

Ölçek	Genel Ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
Tekrar Ziyaret Etme Niyeti	1.5008	.56979	1	1.3333

1=Kesinlikle katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3=Ne katılıyor ne katılmıyorum, 4=Katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılmıyorum

Araştırmaya katılan sakin şehir ziyaretçilerinin tatil deneyiminin yaşandığı ve sakin şehir logosu taşıyan başka bir destinasyonu gelecekte tekrar ziyaret etme niyetlerini ölçmeye yönelik yargılara verilen cevapların yer aldığı tablo incelendiğinde ziyaretçilerin genel olarak 1.5008 ortalama ile gelecekte sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyetinde oldukları görülmektedir. Ölçekte yer alan yargılara ziyaretçilerin katılım oranları ayrı ayrı incelendiğinde katılımcıların tekrar ziyaret etme niyeti ile ilgili yargılara büyük oranda olumlu katılım sergiledikleri anlaşılmaktadır. Tablodaki veriler doğrultunda genel ortalamalardan hareketle Türkiye'de bulunan sakin şehirleri ziyaret eden ziyaretçilerin

büyük çoğunluğunun bir sonraki tatil deneyimlerinde sakin şehir logolu başka bir destinasyonu ziyaret etmek istedikleri (1.1400), sakin şehirler hakkında olumlu şeyler söyleyecekleri (1.4717), sakin şehirleri arkadaşlarına ve yakın çevrelerine tavsiye edecekleri (1.4683), sakin şehirlerin genel anlamda beklentilerinin karşıladığını (1.5483), bulundukları sakin şehri gelecekte tekrar ziyaret etme niyetinde oldukları (1.5567) ve sakin şehirleri gelecek seyahatlerde ilk tercih olarak değerlendirileceği (1.8200) anlaşılmaktadır.

3.8.4. Gruplara Göre Sakin Şehirler ile İlgili Tanımlayıcı İstatistikler ve Bulgular

Bu bölümde araştırmanın anakütle ve örneklemi kısmında belirtildiği üzere gelişmişlik düzeyleri ve 2014 yılı ziyaretçi sayıları kriterlerine göre üç ana gruba ayrılan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin sosyo-demografik özellikleri ve sakin şehir ile ilgili deneyimlerine yönelik sorulara ilişkin elde edilen frekans ve yüzde değerleri oluşturulan gruplar bazında ayrı ayrı detaylı olarak tablolar yardımıyla sunulmuştur. I. grup ziyaretçi sayısı 20.000 ve altında olan Yenipazar, Taraklı, Perşembe, Vize, Yalvaç, Halfeti ve Şavşat ilçelerinden, II. grup ziyaretçi sayısı 20.000 ve 50.000 arasında değişen Gökçeada ve Akyaka ilçelerinden, son olarak III. grup da ziyaretçi sayısı 50.000 ve üzeri olan Seferihisar'dan oluşmaktadır. Gruplar bazında ziyaretçilerin bulundukları sakin şehri tercih etme nedenleri, çevresel duyarlılık ve küreselleşme karşıtlığı, memnuniyet düzeyleri ve tekrar ziyaret etme niyetlerine yönelik sorulara ilişkin elde edilen frekans ve yüzde değerleri de bölüm içerisinde yer almaktadır.

3.8.4.1. I. Grup İle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler ve Bulgular

I. grup ziyaretçi sayısı 20.000 ve altında olan Yenipazar, Taraklı, Perşembe, Vize, Yalvaç, Halfeti ve Şavşat ilçelerinden oluşmaktadır. I. grubu oluşturan sakin şehirlerdeki 2014 yılı toplam ziyaretçi sayısı 74.292, örnek büyüklüğü 185 olarak belirlenmiştir. Araştırmanın yapıldığı süre içerisinde I. grubu oluşturan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin sosyo-demografik özellikleri ve sakin şehir ile ilgili deneyimlerine yönelik sorulara ilişkin elde edilen frekans ve yüzde değerleri sakin şehirler bazında ayrı ayrı detaylı olarak tablolar yardımıyla sunulmuştur. Ayrıca I. gruptaki ziyaretçilerin bulundukları sakin şehri tercih etme nedenleri, çevresel duyarlılık ve küreselleşme karşıtlığı, memnuniyet düzeyleri ve tekrar ziyaret etme niyetlerine yönelik sorulara ilişkin elde edilen ortalama, standart sapma, mod ve medyan değerleri de bölüm içerisinde yer almaktadır.

Tablo 50**:** I. Grupta Yer Alan Yenipazar, Taraklı, Perşembe ve Vize'Yi Ziyaret Eden Turistlerin Sosyo-Demografik Özellikleri

	Yenipazar		**Taraklı**		**Perşembe**		**Vize**	
	n	**%**	**n**	**%**	**n**	**%**	**n**	**%**
				CİNSİYET				
Kadın	1	16.7	8	38.1	17	47.2	8	36.4
Erkek	5	83.3	13	61.9	19	52.8	14	63.6
Toplam	**6**	**100.0**	**21**	**100.0**	**36**	**100.0**	**22**	**100.0**
				YAŞ ARALIĞI				
19-40 yaş arası	3	50	12	57.1	18	50.0	16	73
41- 53 yaş arası	2	33.3	7	33.3	13	46.7	3	13.5
54 ve üzeri yaş grubu	1	16.7	2	9.6	5	8.3	3	13.5
Toplam	**6**	**100.0**	**21**	**100.0**	**36**	**100.0**	**-**	**-**
				MEDENİ HAL				
Bekâr	2	33.3	5	23.8	17	47.2	8	36.4
Evli	4	66.7	14	66.7	11	30.6	13	59.1
Boşanmış	-	-	2	9.5	8	22.2	1	4.5
Toplam	**6**	**100,0**	**21**	**100.0**	**36**	**100.0**	**22**	**100.0**
				ÇOCUK SAHİBİ OLMA				
Çocuğum yok	2	33.3	8	38.1	17	47.2	10	45.5
Bir çocuğum var	-	-	5	23.8	13	36.1	8	36.3
İki çocuğum var	1	16.7	6	28.6	5	13.9	4	18.2
Üç çocuğum var	3	50.0	2	9.5	1	2.8	-	-
Dört çocuğum var	-	-	-	-	-	-	-	-
Toplam	**6**	**100.0**	**21**	**100.0**	**36**	**100.0**	-	-
				ÖĞRENİM DÜZEYİ				
İlköğretim	-	-	-	-	-	-	-	-
Ortaöğretim ve Lise	1	16.7	2	9.5	-	-	1	4.5
Ön lisans	-	-	-	-	4	11.1	3	13.6
Lisans	3	50.0	8	38.1	20	55.6	6	27.3
Lisansüstü	2	33.3	11	52.4	12	33.3	12	54.6
Toplam	**6**	**100.0**	**21**	**100.0**	**36**	**100.0**	**22**	**100.0**
				MESLEK				
İşsiz	1	16.7	-	-	-	-	-	-
İşveren (Esnaf)	1	16.7	3	14.3	5	13.9	2	9.1
Öğrenci	1	16.7	-	-	2	5.6	2	9.1
Emekli	-	-	-	-	1	2.8	2	9.1
Kamu çalışanı	3	50.0	11	52.4	14	38.9	13	59.1
Özel sektör çalışanı	-	-	7	33.3	14	38.9	3	13.6
Toplam	**6**	**100.0**	**21**	**100.0**	**36**	**100.0**	**22**	**100.0**
				ORTALAMA AYLIK GELİR				
Düzenli gelirim yok	2	33.3	-	-	2	5.6	2	9.1
Asgari ücret	-	-	-	-	-	-	-	-
Asgari ücret-1500 TL	-	-	-	-	-	-	-	-
1501 TL-2000 TL	-	-	-	-	1	2.8	-	-
2001 TL-2500 TL	-	-	3	14.3	3	8.3	2	9.1
2501 TL-3000TL	2	33.3	2	9.5	3	8.3	1	4.5
3001 TL-3500TL	-	-	3	14.3	5	13.9	2	9.1
3501 TL-4000 TL	1	16.7	3	14.3	5	13.9	6	27.3
4001 TL-4500 TL	1	16.7	4	19.0	3	8.3	4	18.2
4501 TL-5000TL	-	-	2	9.5	1	2.8	-	-
5001 TL ve üzeri	-	-	4	19.0	13	36.1	5	22.7
Toplam	**6**	**100.0**	**21**	**100.0**	**36**	**100.0**	**22**	**100.,0**
				TATİL BÜTÇESİ				
%20 ve altı	3	50.0	21	100.0	33	91.7	14	63.6
%21-%40	1	16.7	-	-	1	2.8	6	27.3
%41-%60	-	-	-	-	-	-	-	-
%61-%80	-	-	-	-	-	-	-	-
%81-%100	-	-	-	-	-	-	-	-
Düzenli tatil bütçesi ayırmam	2	33.3	-	-	2	5.5	2	9.1
Toplam	**6**	**100.0**	**21**	**100.0**	**36**	**100.0**	**22**	**100.0**

Tablo 51**:** I. Grupta Yer Alan Yalvaç, Halfeti Ve Şavşat'ı Ziyaret Eden Turistlerin Sosyo-Demografik Özellikleri

	Yalvaç		Halfeti		Şavşat	
	n	**%**	**n**	**%**	**n**	**%**
			CİNSİYET			
Kadın	24	52.2	8	50.0	18	47.4
Erkek	22	47.8	8	50.0	20	52.6
Toplam	**46**	**100.0**	**16**	**100.0**	**38**	**100.0**
			YAŞ ARALIĞI			
19-40 yaş arası	32	69.6	16	100.0	25	63.2
41- 53 yaş arası	9	18.5	-	-	8	2.3
54 ve üzeri yaş grubu	5	11.9	-	-	5	10.5
Toplam	**46**	**100.0**	**16**	**100.0**	**38**	**100.0**
			MEDENİ HAL			
Bekâr	22	47.8	7	43.8	14	36.8
Evli	19	41.3	9	56.2	20	52.6
Boşanmış	5	10.9	-	-	4	10.6
Toplam	**46**	**100.0**	**16**	**100.0**	**38**	**100,0**
			ÇOCUK SAHİBİ OLMA			
Çocuğum yok	23	50.0	8	50.0	16	42.1
Bir çocuğum var	10	21.7	1	6.3	12	31.6
İki çocuğum var	8	17.4	4	25.0	7	18.4
Üç çocuğum var	5	10.9	1	6.3	3	7.9
Dört çocuğum var	-	-	2	12.4	-	-
Toplam	**46**	**100.0**	**16**	**100.0**	**38**	**100.0**
			ÖĞRENİM DÜZEYİ			
İlköğretim			1	6.3	3	7.9
Ortaöğretim ve Lise	2	4.3	3	18.9	1	2.6
Ön lisans	10	21.7	4	25.0	5	13.2
Lisans	27	58.7	6	37.8	21	55.2
Lisansüstü	7	15.3	2	12.0	8	21.1
Toplam	**46**	**100.0**	**16**	**100.0**	**38**	**100.0**
			MESLEK			
İşsiz	2	4.3			3	7.9
İşveren (Esnaf)	4	8.7	2	12.5	3	7.9
Öğrenci	8	17.4	3	18.8	2	5.3
Emekli	2	4.3	-	-	2	5.3
Kamu çalışanı	14	30.4	5	31.3	14	36.8
Özel sektör çalışanı	16	34.8	6	37.4	14	36.8
Toplam	**46**	**100.0**	**16**	**100.0**	**38**	**100.0**
			ORTALAMA AYLIK GELİR			
Düzenli gelirim yok	8	17.4	3	18.9	1	2.6
Asgari ücret	-	-	1	6.3	-	-
Asgari ücret-1500 TL	-	-	1	6.3	-	-
1501 TL-2000 TL	3	6.5	1	6.3	4	10.5
2001 TL-2500 TL	3	6.5	3	18.9	2	5.3
2501 TL-3000TL	7	15.2	4	25.0	2	5.3
3001 TL-3500TL	9	19.6	1	6.3	11	28.9
3501 TL-4000 TL	5	10.9	1	6.3	3	7.9
4001 TL-4500 TL	3	6.5	-	-	3	7.9
4501 TL-5000TL	1	2.2	-	-	3	7.9
5001 TL ve üzeri	7	15.2	2	12.4	9	23.7
Toplam	**46**	**100.0**	**16**	**100.0**	**38**	**100.0**
			TATİL BÜTÇESİ			
%20 ve altı	38	82.6	12	75.0	33	86.8
%21-%40	-	-	-	-	-	-
%41-%60	-	-	-	-	-	-
%61-%80	-	-	-	-	-	-
%81-%100	-	-	-	-	-	-
Düzenli tatil bütçesi ayırmam	8	17.4	4	25.0	5	13.2
Toplam	**46**	**100.0**	**16**	**100.0**	**38**	**100.0**

Tablo 52**:** I. Grupta Yer Alan Sakin Şehirleri Ziyaret Eden Turistlerin Sosyo-Demografik Özellikleri

	Ankete katılanların ziyaretçiler		I. Grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret edenler	
	n	**%**	**n**	**%**
	CİNSİYET			
Kadın	311	51.8	84	45.4
Erkek	289	42.2	101	54.6
Toplam	**600**	**100.0**	**185**	**100.0**
	YAŞ ARALIĞI			
19-40 yaş arası	366	61.3	121	65.4
41- 53 yaş arası	145	23.9	43	23.2
54 ve üzeri yaş grubu	89	14.8	21	11.4
Toplam	**600**	**100.0**	**185**	**100.0**
	MEDENİ HAL			
Bekâr	277	46.2	75	40.5
Evli	271	45.2	90	48.6
Boşanmış	52	8.6	20	10.9
Toplam	**600**	**100.0**	**185**	**100.0**
	ÇOCUK SAHİBİ OLMA			
Çocuğum yok	313	52.2	84	45.4
Bir çocuğum var	133	22.2	49	26.5
İki çocuğum var	107	17.8	35	18.9
Üç çocuğum var	34	5.7	15	8.1
Dört çocuğum var	13	2.1	2	1.1
Toplam	**600**	**100.0**	**185**	**100,0**
	ÖĞRENİM DÜZEYİ			
İlköğretim	20	3.3	4	2.2
Ortaöğretim ve Lise	54	9.0	10	5.4
Ön lisans	126	2.0	26	14.1
Lisans	251	41.8	91	49.2
Lisansüstü	149	24.9	54	29.1
Toplam	**600**	**100.0**	**185**	**100.0**
	MESLEK			
İşsiz	52	8.7	6	3.2
İşveren (Esnaf)	54	9,0	20	10.8
Öğrenci	58	9.7	18	9.7
Emekli	47	7.8	7	3.8
Kamu çalışanı	199	33.2	74	40.0
Özel sektör çalışanı	190	31.6	60	32.5
Toplam	**600**	**100.0**	**185**	**100.0**
	ORTALAMA AYLIK GELİR			
Düzenli gelirim yok	97	16,2	18	9,7
Asgari ücret	2	.3		
Asgari ücret-1500 TL arası	4	.7	1	.5
1501 TL-2000 TL	25	4.2	1	.5
2001 TL-2500 TL	46	7.7	9	4.9
2501 TL-3000TL	77	12.8	16	8.6
3001 TL-3500TL	93	15.5	21	11.4
3501 TL-4000 TL	72	12.0	30	16.2
4001 TL-4500 TL	76	12.7	24	13.0
4501 TL-5000TL	17	2.8	18	9.7
5001 TL ve üzeri	91	15.2	7	3.8
Toplam	**600**	**100.0**	**185**	**100.0**
	TATİL BÜTÇESİ			
%20 ve altı	483	80.5	154	83.3
%21-%40	13	2.2	8	4.3
%41-%60	0	0	-	-
%61-%80	0	0	-	-
%81-%100	0	0	-	-
Düzenli tatil bütçesi ayırmam	104	17.3	23	12.4
Toplam	**600**	**100.0**	**185**	**100.0**

Tablo 52'de I grupta yer alan (ziyaretçi sayısı 20.000 ve altında olan) sakin şehir ziyaretçilerinin sosyo demografik özellikleri ayrıntılı bir şekilde verilmektedir. Tablo 52'den anlaşılacağı üzere I grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden ziyaretçilerin %45.4'lük kısmını kadınlar ve %54.6'lık kısmını da erkekler oluşturmaktadır.

I. grup kapsamında araştırmaya dahil olan katılımcılardan yaşları 19 ile 40 yaş aralığında olan katılımcılar genç yaş grubu, 41 ile 53 yaş aralığında olan katılımcılar orta yaş grubu, 54 ve üzeri yaş aralığında olan katılımcılar da yaşlı yaş grubu olarak kabul edildiğinde Tablo **52,** I grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden ve araştırma kapsamında hazırlanan anketi doldurmayı kabul eden ziyaretçilerin %65.4'ünün 19-40 yaş aralığında olan genç yaş grubundan oluştuğunu, %23.2'sinin 41-53 yaş aralığında olan orta yaş grubundan oluştuğunu ve %11.4'ünün de 53 ve üzeri yaş aralığında yaş aralığında olan yaşlı yaş grubundan oluştuğunu göstermektedir.

I grupta yer alan sakin şehirlerden birini ziyaret eden ziyaretçilerin %40,2'si bekâr, %48.2'sı evli ve %10.6'sı boşanmıştır. Sakin şehir ziyaretçilerinin çocuk sahibi olup olmadıkları belirlemeye yönelik yöneltilen soru, araştırma formunda öncelikle çocuğunuz var mı? ve ardından cevabınız evet ise kaç çocuğunuz var? şeklinde düzenlenmiştir. Tablodan anlaşılacağı üzere I grupta yer alan ziyaretçilerin %45.4'ünün çocuk sahibi olmadıkları, %26,5'inin bir çocuğa sahip olduklarını, %18.9'unun iki çocuk sahibi olduklarını, %8.1'inin üç çocuğa sahip olduklarını ve %1.1'inin de dört çocuk sahibi olduklarını göstermektedir.

Araştırmaya katılan ve I. grupta yer alan sakin şehir ziyaretçilerinin büyük bir çoğunluğu %49.2'i lisans düzeyinde öğrenime sahip iken %29.2'si lisansüstü düzeyde, %14.1'i ön lisans düzeyinde, %5.4'ü ortaöğretim ve lise düzeyinde, %2.2'sinin de ilköğretim düzeyinde öğrenime sahip oldukları görülmektedir. Tablodan I. grupta yer alan sakin şehir ziyaretçilerinin büyük oranda lisans ve lisansüstü düzeyde öğrenim düzeyine sahip oldukları görülmektedir.

I. grupta yer alan sakin şehirlerden birinde bulunan ziyaretçilerin meslekleri itibari ile dağılımlarını gösteren kısımdan anlaşılacağı üzere katılımcıların %40'ını kamu çalışanları, %32.4'ünü özel sektör çalışanları, %10.8'ini işverenler (esnaf), %9.7'sini öğrenciler, %3.8'ini emekliler ve %3.2'sini de herhangi bir mesleğe sahip olmayanlar oluşturmaktadır. I. grupta yer alan sakin şehir ziyaretçilerinin tamamı Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarından oluşmaktadır.

I. grupta yer alan sakin şehirlerden birinde bulunan ziyaretçilerin ortalama aylık gelirlerine göre dağılımlarını gösteren kısımda katılımcıların %16.2'nin 3501 TL-4000 TL ve %13'ünün 4501 TL-5000TL ve %11.4'ünün de 3001 TL-3500 TL ortalama aylık gelire sahip oldukları anlaşılmaktadır. Bu oranları sırasıyla %9.7 ile 4001 TL-4500 TL, %8.6 ile 2501 TL-3000TL, %4.9 ile 2001 TL-2500 TL, %3,8 ile 5000 TL ve üzerinden oluşan ortalama aylık gelirler takip etmektedir. Ayrıca katılımcıların %9.7'sinin düzenli bir gelire sahip olmadıkları, %0.5'inin asgari ücret düzeyinde ve aynı oranda da 1501 TL-2000 TL arasında ortalama aylık gelire sahip oldukları anlaşılmaktadır.

I. grupta yer alan sakin şehir ziyaretçilerinin yıllık gelirlerinin tatil için ayrılan bütçe miktarına göre dağılımları gösteren kısımdan anlaşılacağı üzere katılımcıların %83.2'sinin ortalama yıllık gelirlerinin %20 ve altı oranındaki kısmını tatil harcamaları için ayırdıkları gözlemlenmektedir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %12.4'ünün tatil için düzenli bir bütçe ayırmadıkları ve % 4.3'ünün de ortalama yıllık gelirlerinin %21 ile %40'lık kısmını tatil, eğlence ve dinlenme faaliyetleri için ayırdıkları anlaşılmaktadır.

Tablo 53**:** Yenipazar, Taraklı, Perşembe ve Vize'de Bulunan Turistlerin Sakin Şehir Deneyimleri

Kategori	Yenipazar		Taraklı		Perşembe		Vize	
	n	**%**	**n**	**%**	**n**	**%**	**n**	**%**
ZİYARET ÖNCESİ BİLGİ DÜZEYİ								
Herhangi bir bilgiye sahip değildim.	1	16.7	4	19.0	5	13.9	8	36.4
Kısmen bilgiliydim	1	16.7	8	38.1	10	27.8	4	18.2
Yeterli bilgiliye sahiptim.	3	50.0	6	28.6	21	58.4	9	40.9
Uzmanlık düzeyinde bilgim var	1	16.6	3	14.3	5	13.9	1	4.5
Toplam	**6**	**100.0**	21	100.0	36	100.0	22	100.0
ZİYARET ÖNCESİ LOGO BİLGİSİ								
Evet	5	83.3	12	57.1	32	88.9	14	63.6
Hayır	1	16.7	9	42.9	4	11.1	8	36.4
Toplam	6	100.0	21	100.0	36	100.0	22	100.0
ZİYARET EDİLEN SAKİN ŞEHRİ ZİYARET SAYISI								
İlk kez	4	66.7	13	61.9	31	86.1	15	68.2
İkinci kez	2	33.3	6	28.6	5	13.9	6	27.3
Üçüncü kez	-	-	2	9.5	-	-	1	4.5
Dördüncü kez	-	-	-	-	-	-	-	-
Toplam	**6**	**100.0**	-	**100.**	36	100.0	22	100.0
FARKLI BİR SAKİN ŞEHRİ ZİYARET SAYISI								
Ziyaret ettim	4	66.7	8	38.1	19	52.8	7	31.8
Ziyaret etmedim	2	33.3	13	61.9	17	47.2	15	68.2
Toplam	6	100.0	21	100.0	36	100.0	22	100.0
BİLGİ KAYNAĞI								
Tanıdık tavsiyesi	2	33.3	10	47.6	10	27.8	11	50.0
TV-internet reklamları	-	-	3	14.4	10	27.8	1	4.6
Seyahat acentası/tur operatörü	-	-	-	-	-	-	-	-
Daha önceki ziyaretler	2	33.3	4	19.0	3	8.3	7	31.8
Dergi, gazete, broşür vb.	1	16.7			5	13.9		
Kitaplar ve filmler	1	16.7	4	19.0	8	22.2	2	9.1
Turizm fuar ve organizasyonları	-	-	-	-	-	-	-	-
Destinasyon web siteleri	-	-	-	-	-	-	1	4.5
Toplam	**6**	**100.0**	**21**	**100.0**	**36**	**100.0**	**22**	**100.0**
KONAKLAMA YERİ								
Otel	1	16.7	4	19.0	15	41.7	15	68.2
Pansiyon	-	-	6	28.6	2	5.6		
Yerel ev	-	-	3	14.3	-	-	-	-
Çadır	-	-			-	-	-	-
Karavan	-	-	1	4.8	-	-	-	-
Motel	-	-	-	-	-	-	-	-
Diğer	-	-	-	-	7	19.4		
Konaklama yapmıyorum	5	83.3	7	33.3	12	33.3	7	31.8
Toplam	6	**100.0**	**21**	**100.0**	**36**	**100.0**	**22**	**100.0**
KONAKLAMA SÜRESİ								
Günübirlik	5	83.3	7	33.3	12	33.3	7	31.8
1 gece	-	-	-	-	20	55.6	2	9.1
2 gece	1	16.7	8	38.1	4	11.1	11	50.0
3 gece	-	-	5	23.8	-	-	2	9.1
4 gece	-	-	-	-	-	-	-	-
5 gece	-	-	1	4.8	-	-	-	-
6 gece	-	-			-	-	-	-
Toplam	**6**	**100.0**	**21**	**100.0**	**36**	**100.0**	**22**	**100.0**
TATİLE ÇIKMA SIKLIĞI								
Yılda bir defa	1	16.7	-	-	14	38.9	3	13.6
Yılda iki defa	3	50.0	14	66.7	19	52.8	10	45.5
Yılda üç defa	2	33.3	7	33.3	3	8.3	9	40.9
Toplam	**6**	**100.0**	**21**	**100.0**	**36**	**100.0**	**22**	**100.0**
ÇEVRE ÖRGÜTÜNE ÜYELİK								
Üyeliğim var	1	16.7	2	9.5	24	66.7	11	50.0
Üyeliğim yok	5	83.3	19	90.5	12	33,3	11	50.0
Toplam	6	100.0	21	100.0	36	100,0	22	100.0
KÜRESELLEŞME KARŞITLIĞI BİLGİ DÜZEYİ								
Bilgi sahibiydim	4	66.6	10	47.6	31	86.1	14	63.6
Evet tekrar ziyaret ederdim	1	16.7	9	42.9	4	11.1	5	22.8
Hayır tekrar ziyaret etmezdim	1	16.7	2	9.5	1	2.8	3	13.6
Toplam	**6**	**100.0**	**21**	**100.0**	**36**	**100.0**	**22**	**100.0**

Tablo 54: Yalvaç, Halfeti ve Şavşat'ı Ziyaret Eden Turistlerin Sakin Şehir Deneyimleri

Kategori	Yalvaç		Halfeti		Şavşat	
	n	%	n	%	n	%
ZİYARET ÖNCESİ BİLGİ DÜZEYİ						
Herhangi bir bilgiye sahip değildim.	8	17.4	5	31.2	7	18.4
Kısmen bilgiliydim	24	52.2	7	43.8	10	26.3
Yeterli bilgiliye sahiptim.	14	30.4	4	25.0	21	55.3
Uzmanlık düzeyinde bilgim vardı	-	-	-	-	-	-
Toplam	**46**	**100.0**	**16**	**100.0**	**38**	**100.0**
ZİYARET ÖNCESİ LOGO BİLGİSİ						
Evet	30	65.2	6	37.5	22	57.9
Hayır	16	34.8	10	62.5	16	42.1
Toplam	**46**	**100.0**	**16**	**100.0**	**38**	**100.0**
ZİYARET EDİLEN SAKİN ŞEHRİ ZİYARET SAYISI						
İlk kez	44	95.7	8	50.0	33	86.8
İkinci kez	2	4.3	4	25.0	5	13.2
Üçüncü kez	-	-	4	25.0	-	-
Dördüncü kez	-	-	-	-	-	-
Toplam	**46**	**100.0**	**16**	**100.0**	**38**	**100.0**
FARKLI BİR SAKİN ŞEHRİ ZİYARET SAYISI						
Ziyaret ettim	17	37.0			16	42.1
Ziyaret etmedim	29	63.0	16	100.0	22	57.9
Toplam	**46**	**100.0**	**16**	**100.0**	**38**	**100.0**
BİLGİ KAYNAĞI						
Tanıdık tavsiyesi	22	47.8	6	37.5	24	63.2
TV-internet reklamları	8	17.4	2	12.5	4	10.5
Seyahat acentası/tur operatörü	-	-	-	-	-	-
Daha önceki ziyaretler	2	4.3	6	37.5	3	7.9
Dergi, gazete, broşür vb.	-	-	-	-	-	-
Kitaplar ve filmler	12	26.1			7	18.4
Turizm fuar ve organizasyonları	-	-	-	-	-	-
Destinasyon web siteleri	2	4.4	2	12.5		
Toplam	**46**	**100.0**	**16**	**100.0**	**38**	**100.0**
KONAKLAMA YERİ						
Otel	21	45.7	-	-	9	23.7
Pansiyon	9	19.6	-	-		
Yerel ev	7	15.2	8	50.0	3	7.9
Çadır	-	-	8	50.0	-	-
Karavan	-	-	-	-	-	-
Motel	-	-	-	-	-	-
Diğer	-	-	-	-	-	-
Konaklama yapmıyorum	9	19.5	8	50.0	26	68.4
Toplam	**46**	**100.0**	**16**	**100.0**	**38**	**100.0**
KONAKLAMA SÜRESİ						
Günübirlik	9	19.6	8	50.0	26	68.5
1 gece	10	21.7	-	-	11	28.9
2 gece	25	54.4	6	37.5	1	2.6
3 gece	2	4.3	2	12.5	-	-
4 gece	-	-	-	-	-	-
5 gece	-	-	-	-	-	-
6 gece	-	-	-	-	-	-
Toplam	**46**	**100.0**	**16**	**100.0**	**38**	**100.0**
TATİLE ÇIKMA SIKLIĞI						
Yılda bir defa	12	26.1	11	68.8	16	42.1
Yılda iki defa	31	67.4	3	18.8	17	44.7
Yılda üç defa	3	6.5	2	12.4	5	13.2
Toplam	**46**	**100.0**	**16**	**100.0**	**38**	**100.0**
ÇEVRE ÖRGÜTÜNE ÜYELİK						
Üyeliğim var	13	28.3	1	6.3	21	55.3
Üyeliğim yok	33	71.7	15	93.7	17	44.7
Toplam	**46**	**100.0**	**16**	**100.0**	**38**	**100.0**
KÜRESELLEŞME KARŞITLIĞI BİLGİ DÜZEYİ						
Bilgi sahibiydim	28	60.9	9	56.3	21	55.3
Evet tekrar ziyaret ederdim	10	21.7	6	37.4	5	13.2
Hayır tekrar ziyaret etmezdim	8	17.4	1	6.3	12	31.5
Toplam	**46**	**100.0**	**16**	**100.0**	**38**	**100.0**

Tablo 55: I. Gruptaki Sakin Şehirleri Ziyaret Eden Turistlerin Sakin Şehir Deneyimleri

Kategori	Ankete Katılanların Ziyaretçiler		I. Grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret edenler	
	n	**%**	**n**	**%**
	ZİYARET ÖNCESİ BİLGİ DÜZEYİ			
Herhangi bir bilgiye sahip değildim.	123	20.5	38	20.5
Kısmen bilgiliydim	149	24.8	64	34.6
Yeterli bilgiliye sahiptim.	314	52.3	78	42.2
Uzmanlık düzeyinde bilgiliydim	14	2.4	5	2.7
Toplam	**600**	**100.0**	**185**	**100.0**
	ZİYARET ÖNCESİ LOGO BİLGİSİ			
Evet	414	69.0	121	65.4
Hayır	186	31.0	64	34.6
Toplam	**600**	**100.0**	**185**	**100.0**
	ZİYARET EDİLEN SAKİN ŞEHRİ ZİYARET SAYISI			
İlk kez	409	68.2	148	80.0
İkinci kez	140	23.3	30	16.2
Üçüncü kez	49	8.2	7	3.8
Dördüncü kez	2	.3		
Toplam	**600**	**100,0**	**185**	**100.0**
	FARKLI BİR SAKİN ŞEHRİ ZİYARET SAYISI			
Ziyaret ettim	262	44.7	71	38.4
Ziyaret etmedim	338	56.3	114	61.6
Toplam	**600**	**100.0**	**185**	**100.0**
	BİLGİ KAYNAĞI			
Tanıdık tavsiyesi	223	37.2	85	45.9
TV-internet reklamları	87	14.5	28	15.1
Seyahat acentası/tur operatörü	26	4.3		
Daha önceki ziyaretler	103	17.2	27	14.4
Dergi, gazete, broşür vb.	26	4.3	6	3.5
Kitaplar ve filmler	95	15.8	34	18.4
Turizm fuar ve organizasyonları	3	.5	-	-
Destinasyon web siteleri	37	6.2	5	2.7
Toplam	**600**	**100.0**	**185**	**100.0**
	KONAKLAMA YERİ			
Otel	196	32.7	65	35.1
Pansiyon	91	15.2	17	9.2
Yerel ev	106	17.7	21	11.4
Çadır	13	2.2		
Karavan	6	1.0	1	.5
Motel	2	.3		
Diğer	7	1.2	7	3.8
Konaklama yapmıyorum	179	29.7	74	40.0
Toplam	**600**	**100.0**	**185**	**100.0**
	KONAKLAMA SÜRESİ			
Günübirlik	179	29.8	74	40.0
1 gece	61	10.2	43	23.3
2 gece	177	29.5	56	30.3
3 gece	137	22.8	11	5.9
4 gece	31	5.2		
5 gece	14	2.3	1	.5
6 gece	1	.2		
Toplam	**600**	**100.0**	**185**	**100.0**
	TATİLE ÇIKMA SIKLIĞI			
Yılda bir defa	238	39.7	57	30.8
Yılda iki defa	314	52.3	97	52.4
Yılda üç defa	48	8.0	31	16.8
Toplam	**600**	**100.0**	185	100.0
	ÇEVRE ÖRGÜTÜNE ÜYELİK			
Üyeliğim var	171	28.5	73	39.5
Üyeliğim yok	429	71.5	112	60.5
Toplam	**600**	**100.0**	**185**	**100.0**
	KÜRESELLEŞME KARŞITLIĞI BİLGİ DÜZEYİ			
Bilgi sahibiydim	423	70.5	117	63.2
Evet tekrar ziyaret ederdim	129	21.5	40	21.6
Hayır tekrar ziyaret etmezdim	48	8.0	28	15.2
Toplam	**600**	**100.0**	**185**	**100.0**

I. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin sakin şehir ile ilgili deneyimlerini gösteren Tablo 55'den anlaşılacağı üzere **z**iyaret edilen destinasyonun sakin şehir olması ile ilgili daha önceden bilgi sahibi olma düzeylerine göre dağılımlarını gösteren kısımda araştırmaya katılan ziyaretçilerin %42.2'sinin ziyaretlerinden önce bulunulan destinasyonun sakin şehir olduğu ile ilgili yeterli bilgiye sahip oldukları, %34.6'sının kısmen bilgili oldukları, %20.5'inin herhangi bir bilgiye sahip olmadıkları ve %2.7'sinin uzmanlık düzeyinde bilgiye sahip oldukları anlaşılmaktadır.

Salyangoz logosunun sadece sakin şehirler tarafından kullanılabilirliğine dair I. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin daha önceden bilgi sahibi olma düzeylerine göre dağılımlarını gösteren kısımdan anlaşılacağı üzere ziyaretçilerin %65.4'ünün salyangoz logosunun sadece sakin olarak adlandırılan şehirler tarafından kullanabildiğini biliyor oldukları görülmektedir. Katılımcılardan 34.6'sının salyangoz logosunun sakin şehirler tarafından kullanıldığını bilmedikleri anlaşılmaktadır. Tablo 55'deki sonuçlar ve anket formları incelendiğinde bir önceki sorudaki hayır cevabının ziyaret edilen yerin sakin şehir olduğu ile ilgili herhangi bir bilgiye sahip olmayan ve kısmen bilgili olan katılımcılar tarafından verildiği sonucuna varılmıştır.

I. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin %80'i ziyaret edilen sakin şehri ilk defa, %16.2'si ikinci defa, %3.8'i de üçüncü defa ziyaret etmişlerdir. Tablo 55'e göre araştırma kapsamında I. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin büyük çoğunluğu bulundukları sakin şehri ilk defa ziyaret etmişlerdir.

Araştırmaya katılan sakin şehir ziyaretçilerinin daha öncesinde Türkiye'de yer alan herhangi bir sakin şehri ziyaret edip etmediklerini belirlemeye yönelik yöneltilen soru, araştırma formunda öncelikle Türkiye'de yer alan herhangi bir sakin şehri ziyaret ettiniz mi? ve ardından cevabınız evet ise hangi sakin şehri ziyaret ettiniz? şeklinde düzenlenmiştir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %61.6'sının daha önce herhangi bir sakin şehri ziyaret etmedikleri ve %38.4'ünün de öncesinde başka sakin şehirlerde bulunduklarını göstermiştir. Daha önce başka bir sakin şehri ziyaret eden katılımcıların büyük çoğunluğunun Türkiye'de yer alan sakin şehirlerin ilki ve başkenti olan Seferihisar'ı ziyaret ettiği anlaşılmaktadır.

Ziyaretçilerin ziyaret edilen sakin şehir tercihlerinde kullandıkları bilgi kaynaklarına göre dağılımlarını gösteren kısımdan anlaşılacağı üzere araştırmaya katılan ziyaretçilerin %45.9'u tanıdık tavsiyesi ve %18.4'ü de kitaplar ve filmlerden elde edinilen bilgiler ile

sakin şehirleri ziyaret etmişlerdir. Tanıdık tavsiyesi ile kitaplar ve filmlerin ardından I. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin sakin şehir tercihlerinde kullandıkları bilgi kaynaklarını sırasıyla %15.1 ile tv ve internet reklamları, %14.6 ile daha önceki ziyaretler, %3.2 ile dergi, gazete, broşür vb, %2.7 ile destinasyon web siteleri takip etmektedir.

Ziyaretçilerin konaklama yaptıkları yerlere göre dağılımlarını gösteren kısımdan anlaşılacağı üzere araştırmaya katılan ziyaretçiler %35.1 oranında konaklama yeri olarak otelleri tercih etmişlerdir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %40'ı günübirlikçi oldukları için herhangi bir konaklama hizmetinden faydalanmadıklarını belirtmişlerdir. Ziyaretçilerin %11.4'ü yerel evleri, %3.8'i diğer (Devlet Su İşleri ve Karayolları Genel Müdürlüğü misafirhanesi), ve %0.5'i de konaklama yeri olarak karavanları tercih etmişlerdir.

Ziyaretçilerin ziyaret edilen sakin şehirdeki kalış sürelerine göre dağılımlarını gösteren kısımda araştırmaya katılan ziyaretçilerin %30.3'ünün 2 gece, %23.2'sinin 1 gece, %10.2'sinin 1 gece, %5.9'unun da 3 gece konaklama yaptıkları anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sakin şehirlerde kalış süresi ortalama 1.04 gece olarak hesaplanmıştır. Ziyaretçilerin %40'ı günübirlikçi olduklarından dolayı sakin şehirlerde geceleme yapmamışlardır.

Ziyaretçilerin yıllık tatile çıkma sıklığına göre dağılımlarını gösteren kısımda araştırmaya katılan ziyaretçilerin %52.4'ü yılda iki defa, %30.8'i yılda bir defa ve %16.8'i de yılda üç defa tatil deneyimi yaşamaktadırlar.

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin çevreci bir örgüte üyeliklerinin bulunup bulunmadığını belirlemeye yönelik yöneltilen soru, anket formunda öncelikle ulusal veya uluslararası herhangi bir çevreci örgüte üyeliğiniz var mı? ve ardından cevabınız evet ise üye olduğunuz çevreci örgütü belirleyiniz şeklinde düzenlenmiştir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %60.5'inin ulusal veya uluslararası çevreci bir örgüte üyeliklerinin bulunmadığını göstermiştir. Araştırma kapsamında sakin şehirlerde bulunan ve araştırmaya katılan ziyaretçilerin %39.5'inin de çevreci örgütlere üyeliklerinin bulunduğu anlaşılmaktadır.

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sakin şehirlerin küreselleşme karşıtı bir akımın ürünü olduğu hakkında bilgi düzeylerini ölçmeye yönelik soru, anket formunda öncelikle sakin

şehirlerin küreselleşme karşıtı bir akımın ürünü olduğu hakkında bilginiz var mı? ve ardından eğer cevabınız hayır ise bu konuda bilgi sahibi olsaydınız ziyaret için sakin şehirleri tekrar tercih eder miydiniz? şeklinde iki aşamalı olarak düzenlenmiştir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %63.2'sinin sakin şehirlerin küreselleşme karşıtı hareketin bir ürünü olduğu hakkında bilgi sahibi olduğunu göstermiştir. Araştırmada hayır cevabı veren %36.8'lik ziyaretçi grubuna eğer sakin şehirlerin küreselleşme karşıtı bir akımın ürünü olduğu hakkında bilgi sahibi olsaydınız ziyaret için sakin şehirleri tekrar tercih eder miydiniz? sorusuna katılımcıların %21.6'si evet tekrar ziyaret ederdim, %15.2'si hayır tekrar ziyaret etmezdim şeklinde cevap vermişlerdir.

Araştırma kapsamında I. grupta bulunan sakin şehirlerden birini ziyaret eden turistlerin sakin şehirleri ziyaret etme nedenlerine yönelik oluşturulan boyutlara ilişkin elde edilen merkezi eğilim ölçüleri Tablo 56'da yer almaktadır.

Tablo 56**:** I. Gruptaki Şehirlerin Birinde Bulunan Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Ziyaret Etme Nedenlerine Yönelik Oluşturulan Boyutlara İlişkin Elde Edilen Merkezi Eğilim Ölçüleri

Ölçek	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
Sakin şehir tercih nedenleri	1.6294	.35932	1	1.5556
Bilgi ihtiyacını giderme	1.9081	.88331	1	1.7500
Sessizlik/ dinginlik arayışı	1.2730	.36835	1	1.2500
Huzur/benzersizlik arayışı	1.3830	.35356	1	1.2500
Etkileşim	1.8108	.78151	1	1.5000
Yöresel /organik lezzetler arayışı	2.1027	.76807	2	2.0000
Doğal/tarihi eserleri ziyaret	1.6216	.60124	1	1.500

1=Kesinlikle katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3=Ne katılıyor ne katılmıyorum, 4=Katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılmıyorum

I. gruptaki şehirlerin birinde bulunan ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etme nedenlerine yönelik oluşturulan boyutlara verilen cevapların ortalamalarının yer aldığı tablo incelendiğinde, katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda sessizlik/dinginlik arayışı boyutunun 1.2730 ortalama ile en yüksek katılım oranına sahip olduğu görülmektedir. Bu durumda araştırmaya katılan ve I. gruptaki sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğunun bulunduğu sakin şehri öncelikli olarak doğayla baş başa kalmak, yorgunluklarını atmak, sakin şehirleri sessiz buldukları ve kalabalık olmadıkları için ziyaret ettiklerini göstermektedir. Katılımcı cevaplarından elde edilen bilgiler

doğrultusunda ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih nedenlerini sessizlik/dinginlik boyutunun ardından elde edilen ortalamalara göre sırası ile 'bana huzur verdiği için, sevdiklerimle hoş vakit geçirmekten keyif aldığım için, temiz havada yürüyüş yapmak için ve diğer tatil merkezlerine benzemediği için ziyaret ediyorum' yargılarından oluşan huzur/benzersizlik arayışı boyutu (1.3830),'burada yer alan tarihi mekânları çekici bulduğum için ve korunmuş doğal çekiciliklere sahip olduğu için ziyaret ediyorum' yargılarından oluşan doğal/tarihi eserleri ziyaret boyutu (1.6216), 'farklı insanlarla etkileşim içerisinde olmak ve yeni insanlarla tanışmak için ziyaret ediyorum' yargılarından oluşan etkileşim boyutu (1.8108) 'sakin şehirler ile ilgili bilgimi arttırmak için, sakin şehir logosu taşıdığı için, çevreye duyarlı insanların buluşma mekânı olarak gördüğüm için ve küreselleşmenin uzanamadığı bir yer olduğu için ziyaret ediyorum' yargılarından oluşan bilgi ihtiyacını giderme boyutu (1.9081), ve son olarak 'yöresel mutfağa ait lezzetleri tatmak için ve organik tarım ürünlerinin satıldığı pazardan alışveriş yapmak için ziyaret ediyorum' yargılarından oluşan yöresel/organik lezzetler arayışı boyutu takip etmektedir. Araştırmada I. gruptaki sakin şehirlerin birinde bulunan ziyaretçilerin çevresel duyarlılık ve küreselleşme karşıtlığına yönelik sorulara ilişkin elde edilen merkezi eğilim ölçüleri aşağıdaki tablolarda yer almaktadır

Tablo 57**:** I. Gruptaki Şehirlerin Birinde Bulunan Ziyaretçilerin Çevresel Duyarlılıklarına Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri

Çevresel Duyarlılık	**Kesinlikle Katılıyorum**	**Katılıyorum**	**Ne katılıyor ne katılmıyorum**	**Katılmıyorum**	**Kesinlikle katılmıyorum**	**Aritmetik ortalama**	**Standart Sapma**	**Mod**	**Medyan**
3.1	100	73	7	5	0	1.5514	.69845	1	1.000
3.2	98	51	13	23	0	1.7892	1.02887	1	1.000
3.3	130	49	5	1	0	1.3351	.55766	1	1.000
3.4	144	40	1	0	0	1.2270	.43279	1	1.000
3.5	104	45	28	8	0	1.6757	.88631	1	1.000
3.6	106	44	21	14	0	1.6919	.94822	1	1.000

Ölçek	Genel Ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
Ziyaretçilerin Çevresel Duyarlılıkları	1.5450	,60499	1	1.333

1=Kesinlikle katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3=Ne katılıyor ne katılmıyorum, 4=Katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılmıyorum

Araştırmaya katılan I. grupta yer alan sakin şehir ziyaretçilerinin çevresel duyarlılıklarını belirlemeye yönelik yargılara verilen cevapların yer aldığı tablo incelendiğinde ziyaretçilerin genel olarak 1.5450 ortalama ile sakin şehir felsefesine uygun olarak çevresel duyarlılığa sahip kişilerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Ziyaretçiler tarafından verilen cevaplar doğrultusunda ziyaretçilerin çevresel duyarlılıklarını ölçmek için kullanılan ölçekte bulunan yargılara katılım oranları incelendiğinde anket formunda 3.4 şeklinde kodlanmış olan 'çevre sorunları yalnızca bugünkü nesli değil, gelecek nesilleri de etkilediği kanaatindeyim' yargısının 1.2270 ortalama ile en yüksek katılım oranına sahip olduğu görülmektedir. Bu durumda I. gruptaki sakin şehirlerde araştırmaya katılan ziyaretçilerin çevresel sürdürülebilirliğe verdiği önemin çevresel duyarlılıkla büyük oranda bağdaştırıldığını göstermektedir. Ölçekte yer alan yargılara ziyaretçilerin katılım oranları ayrı ayrı incelendiğinde katılımcıların çevresel duyarlılıkla ilgili ifadelere büyük oranda olumlu katılım sergiledikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 58**:** I. Gruptaki Şehirlerin Birinde Bulunan Ziyaretçilerin Küreselleşme Karşıtlığına Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri

Küreselleşme Karşıtlığı	**Kesinlikle Katılıyorum**	**Katılıyorum**	**Ne katılıyor ne katılmıyorum**	**Katılmıyorum**	**Kesinlikle katılmıyorum**	**Aritmetik ortalama**	**Standart Sapma**	**Mod**	**Medyan**
3.7	122	58	5	0	0	1.3676	.53672	1	1.000
3.8	102	75	8	0	0	1.4919	.58159	1	1.000
3.9	92	43	3	38	9	2.0757	1.33299	1	2.000
3.10	83	45	49	6	2	1.9135	.96857	1	2.000

Ölçek	Genel Ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
Ziyaretçilerin Küreselleşme Karşıtlığı	1.6919	.94822	1	1.0000

1=Kesinlikle katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3=Ne katılıyor ne katılmıyorum, 4=Katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılmıyorum

Araştırmaya katılan I. grupta yer alan sakin şehir ziyaretçilerinin küreselleşme karşıtlıklarını belirlemeye yönelik yargılara verilen cevapların yer aldığı tablo incelendiğinde ziyaretçilerin genel olarak 1.6919 ortalama ile küreselleşme karşıtı hareketleri desteklediği anlaşılmaktadır. Ziyaretçiler tarafından verilen cevaplar doğrultusunda ziyaretçilerin küreselleşme karşıtlığını ölçmek için kullanılan ölçekte bulunan yargılara katılım oranları incelendiğinde anket formunda 3.7 şeklinde kodlanmış olan 'küreselleşmenin yerel kültürleri yok ettiği kanaatindeyim' yargısının 1.3676 ortalama ile en yüksek katılım oranına sahip olduğu görülmektedir. Bu durumda I. gruptaki sakin şehirlerde araştırmaya katılan ziyaretçilerin yerel kültürlerin yaşatılması ve geleceğe

aktarılması önündeki en büyük tehlikenin küreselleşme olarak görüldüğünü destekler niteliktedir. Ölçekte yer alan yargılara ziyaretçilerin katılım oranları ayrı ayrı incelendiğinde katılımcıların küreselleşme karşıtı ile ilgili ifadelere büyük oranda olumlu katılım sergiledikleri anlaşılmaktadır.

Araştırma kapsamında I. gruptaki şehirlerin birinde bulunan ziyaretçilerin sakin şehirlerdeki memnuniyet düzeyini ölçmeye yönelik oluşturulan boyutlara ilişkin elde edilen ortalama, standart sapma, mod ve medyan değerleri Tablo 59'da yer almaktadır.

Tablo 59**:** I. Gruptaki Şehirlerin Birinde Bulunan Ziyaretçilerin Sakin Şehirlerdeki Memnuniyet Düzeyini Ölçmeye Yönelik Oluşturulan Boyutlara İlişkin Elde Edilen Merkezi Eğilim Ölçüleri

Ölçek	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
Sakin şehir memnuniyet düzeyi	2.2417	.46245	2	2.000
Konaklama imkânları	2.3595	.83640	3	2,000
Ulaşım imkânları	3.0568	.81853	3	3.000
Yerel yönetim hizmetleri	2.2739	1.11941	2	2.000
Yöresel yiyecek içecek	1.6838	.64322	1	1.500
Misafirperverlik	1.5856	.75982	1	1.000
Doğal ve tarihi çekicilikler	1.7532	.67367	1	1.666
Organik yöre pazarı	2.4108	.91419	3	3.000
Sağlık hizmetleri	2.9919	.41203	3	3.000
Dinlenme alanları	2.2243	.90572	2	2.000

1=Kesinlikle memnunun, 2= Memnunum, 3=Ne memnunum ne memnun değilim, 4=Memnun değilim, 5= Kesinlikle memnun değilim

I. gruptaki şehirlerin birinde bulunan ziyaretçilerin sakin şehir memnuniyet düzeylerinin ölçümüne yönelik kullanılan ölçekte oluşturulan boyutlara verilen cevapların ortalamalarının yer aldığı tablo incelendiğinde, katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda genel memnuniyet düzeylerinin 2.2417 ortalama değeri ile orta düzeyde olduğu anlaşılmaktadır. Tabloya göre misafirperverlik boyutu 1,5856 ortalama ile ziyaretçi memnuniyet düzeyinin en yüksek olduğu boyuttur. Buna göre araştırmaya katılan ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğunun I. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan yerel halk ve esnafın ziyaretçilere karşı sergiledikleri davranış ve gösterdikleri misafirperverlikten memnun kaldıklarını göstermektedir. I. grupta yer alan sakin

şehirlerdeki ziyaretçilerin sakin şehirlere ulaşım imkânlarından büyük ölçüde memnuniyetsiz oldukları tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamında I. gruptaki sakin şehirlerden birinde bulunan ziyaretçilerin tekrar ziyaret etme niyetlerine yönelik sorulara ilişkin elde edilen frekans, ortalama, standart sapma, mod ve medyan değerleri Tablo 60'da yer almaktadır.

Tablo 60**:** Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri

Tekrar Ziyaret Etme Niyeti	**Kesinlikle Katılıyorum**	**Katılıyorum**	**Ne katılıyor ne katılmıyorum**	**Katılmıyorum**	**Kesinlikle katılmıyorum**	**Aritmetik ortalama**	**Standart Sapma**	**Mod**	**Medyan**
5.1	96	71	6	10	2	1.6541	.86558	1	1.000
5.2	69	91	10	13	2	1.8541	.88790	2	2.000
5.3	56	52	51	13	13	2.3243	1.18078	1	2.000
5.4	70	94	10	9	2	1.8054	.83078	2	2.000
5.5	44	56	42	38	5	2.4811	1.14252	2	2.000
5.6	152	21	5	3	4	1.3027	.79074	1	1.000

Ölçek	Genel Ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
Tekrar Ziyaret Etme Niyeti	1.9036	.76821	2	1.666

1=Kesinlikle katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3=Ne katılıyor ne katılmıyorum, 4=Katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılmıyorum

Araştırmaya katılan ve I. grupta yer alan sakin şehir ziyaretçilerinin tatil deneyiminin yaşandığı ve sakin şehir logosu taşıyan başka bir destinasyonu gelecekte tekrar ziyaret etme niyetlerini ölçmeye yönelik yargılara verilen cevapların yer aldığı tablo incelendiğinde ziyaretçilerin genel olarak 1.9036 ortalama ile gelecekte sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyetinde oldukları görülmektedir. Ölçekte yer alan yargılara ziyaretçilerin katılım oranları ayrı ayrı incelendiğinde katılımcıların tekrar ziyaret etme niyeti ile ilgili yargılara büyük oranda olumlu katılım sergiledikleri anlaşılmaktadır.

3.8.4.2. II. Grup İle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler ve Bulgular

II. grup ziyaretçi sayısı 20.000-50.000 arasında olan Akyaka ve Gökçeada sakin şehirlerinden oluşmaktadır. II. grubu oluşturan sakin şehirlerdeki 2014 yılı toplam ziyaretçi sayısı 83.265, II. grubun örnek büyüklüğü 209 olarak belirlenmiştir. II. grup ile ilgili tanımlayıcı istatistikler ve bulgular aşağıda yer almaktadır.

Tablo 61**:** II. Grupta Yer Alan Akyaka ve Gökçeada Sakin Şehirlerini Ziyaret Eden Turistlerin Sosyo-Demografik Özellikleri

	AKYAKA		GÖKÇEADA	
	n	**%**	**n**	**%**
		CİNSİYET		
Kadın	76	61.3	32	37.6
Erkek	48	38.7	53	62.4
Toplam	**124**	**100.0**	**85**	**100,0**
		YAŞ ARALIĞI		
19-40 yaş arası	77	62.1	63	74.1
41- 53 yaş arası	32	25.8	15	18.8
54 ve üzeri yaş grubu	15	12.1	7	7.1
Toplam	**124**	**100.0**	**85**	**100.0**
		MEDENİ HAL		
Bekâr	65	52.4	36	42.4
Evli	49	39.5	47	55.2
Boşanmış	10	8.1	2	2.4
Toplam	**124**	**100.0**	**85**	**100.0**
		ÇOCUK SAHİBİ OLMA		
Çocuğum yok	74	59.7	42	49.4
Bir çocuğum var	23	18.5	19	22.4
İki çocuğum var	19	15.3	13	15.3
Üç çocuğum var	5	4.1	8	9.4
Dört çocuğum var	3	2.4	3	3.5
Toplam	**124**	**100.0**	**85**	**100.0**
		ÖĞRENİM DÜZEYİ		
İlköğretim	4	3.2	5	5.9
Ortaöğretim ve Lise	6	4.8	10	11.8
Ön lisans	26	21.0	17	20.0
Lisans	51	41.2	27	31.8
Lisansüstü	37	29.8	26	30.4
Toplam	**124**	**100.0**	**85**	**100.0**
		MESLEK		
İşsiz	10	8.1	3	3.5
İşveren (Esnaf)	9	7.3	6	7.1
Öğrenci	14	11.3	8	9.4
Emekli	7	5.6	4	4.7
Kamu çalışanı	45	36.3	35	41.8
Özel sektör çalışanı	39	31.4	29	34.5
Toplam	**124**	**100.0**	**85**	**100.0**
		ORTALAMA AYLIK GELİR		
Düzenli gelirim yok	22	17.7	9	10.6
Asgari ücret	1	.8	2	2.4
Asgari ücret-1500 TL arası	-	-	3	3.5
1501 TL-2000 TL	2	1.6	10	11.8
2001 TL-2500 TL	7	5.6	13	15.3
2501 TL-3000TL	10	8.1	7	8.2
3001 TL-3500TL	19	15.3	13	15.3
3501 TL-4000 TL	18	14.5	11	12.9
4001 TL-4500 TL	25	20.2	3	3.5
4501 TL-5000TL	6	4.8	14	16.5
5001 TL ve üzeri	14	11.3	2	2.4
Toplam	**124**	**100.0**	**85**	**100.0**
		TATİL BÜTÇESİ		
%20 ve altı	98	79.0	74	87.1
%21-%40	3	2.5	2	2.4
%41-%60	-	-	-	-
%61-%80	-	-	-	-
%81-%100	-	-	-	-
Düzenli tatil bütçesi ayırmam	23	18.5	9	10.5
Toplam	**124**	**100.0**	**85**	**100.0**

Tablo 62: Akyaka ve Gökçeada Sakin Şehirlerini Ziyaret Eden Turistlerin Sakin Şehir Deneyimleri

Kategori	AKYAKA		GÖKÇEADA	
	n	**%**	**n**	**%**
		ZİYARET ÖNCESİ BİLGİ DÜZEYİ		
Herhangi bir bilgiye sahip değildim.	22	17.7	30	35.3
Kısmen bilgiliydim	19	15.3	27	31.8
Yeterli bilgiliye sahiptim.	81	65.4	24	28.2
Uzmanlık düzeyinde bilgiliydim	2	1.6	4	4.7
Toplam	**124**	**100.0**	**85**	**100.0**
		ZİYARET ÖNCESİ LOGO BİLGİSİ		
Evet	94	75.8	43	50.6
Hayır	30	24.2	42	49.4
Toplam	**124**	**100.0**	**85**	**100.0**
		ZİYARET EDİLEN SAKİN ŞEHRİ ZİYARET SAYISI		
İlk kez	87	70.2	64	75.2
İkinci kez	33	26.4	10	11.8
Üçüncü kez	4	3.2	10	11.8
Dördüncü kez	87	70.2	1	1.2
Toplam	124	100.0	85	100.0
		FARKLI BİR SAKİN ŞEHRİ ZİYARET SAYISI		
Ziyaret ettim	73	58.9	24	28.2
Ziyaret etmedim	51	41.1	61	71.8
Toplam	**124**	**100.0**	**85**	**100.0**
		BİLGİ KAYNAĞI		
Tanıdık tavsiyesi	35	28.2	44	51.8
TV-internet reklamları	26	21.0	6	7.1
Seyahat acentası/tur operatörü	16	12.9		
Daha önceki ziyaretler	16	12.9	16	18.8
Dergi, gazete, broşür vb.	5	4.0	1	1.2
Kitaplar ve filmler	13	10.5	13	15.3
Turizm fuar ve organizasyonları	1	.8	1	1.2
Destinasyon web siteleri	12	9.7	4	4.7
Toplam	**124**	**100.0**	**85**	**100.0**
		KONAKLAMA YERİ		
Otel	39	31.5	27	31.8
Pansiyon	25	20.2	8	9.4
Yerel ev	25	20.2	24	28.2
Çadır	9	7.1		
Karavan	-	-		
Motel	-	-	2	2.4
Diğer	-	-		
Konaklama yapmıyorum	26	21.0	24	28.2
Toplam	**124**	**100.0**	**85**	**100.0**
		KONAKLAMA SÜRESİ		
Günübirlik	26	21.0	24	28.2
1 gece	9	7.3	2	2.4
2 gece	32	25.8	25	29.4
3 gece	48	38.7	25	29.4
4 gece	7	5.6	8	9.4
5 gece	2	1.6	1	1.2
6 gece	-	-	-	-
Toplam	124	100.0	85	100.0
		TATİLE ÇIKMA SIKLIĞI		
Yılda bir defa	68	54.8	34	40.0
Yılda iki defa	53	42.7	41	48.2
Yılda üç defa	3	2.5	10	11.8
Toplam	**124**	**100.0**	**85**	**100.0**
		ÇEVRE ÖRGÜTÜNE ÜYELİK		
Üyeliğim var	19	15.3	18	21.2
Üyeliğim yok	105	84.7	67	78.8
Toplam	124	100.0	85	100.0
		KÜRESELLEŞME KARŞITLIĞI BİLGİ DÜZEYİ		
Bilgi sahibiydim	110	88.7	45	52.9
Evet tekrar ziyaret ederdim	13	10.5	33	38.8
Hayır tekrar ziyaret etmezdim	1	.8	7	8.3
Toplam	**124**	**100.0**	**85**	**100.0**

Tablo 63**:** II. Grupta Yer Alan Sakin Şehirleri Ziyaret Eden Turistlerin Sosyo Demografik Özellikleri

	Ankete katılanların ziyaretçiler		II. Grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret edenler	
	n	**%**	**n**	**%**
	CİNSİYET			
Kadın	311	51.8	108	51.7
Erkek	289	42.2	101	48.3
Toplam	**600**	**100**	209	100.0
	YAŞ ARALIĞI			
19-40 yaş arası	366	61.3	140	67.0
41- 53 yaş arası	145	23.9	47	22.5
54 ve üzeri yaş grubu	89	14.8	22	10.5
Toplam	**600**	**100.0**	209	100.0
	MEDENİ HAL			
Bekâr	277	46.2	101	48.3
Evli	271	45.2	96	45.9
Boşanmış	52	8.6	12	5.8
Toplam	**600**	**100.0**	209	100.0
	ÇOCUK SAHİBİ OLMA			
Çocuğum yok	313	52.2	117	55.5
Bir çocuğum var	133	22.2	42	20.1
İki çocuğum var	107	17.8	32	15.3
Üç çocuğum var	34	5.7	13	6.2
Dört çocuğum var	13	2.2	6	2.9
Toplam	**600**	**100.0**	209	100.0
	ÖĞRENİM DÜZEYİ			
İlköğretim	20	3.3	9	4.3
Ortaöğretim ve Lise	54	9.0	16	7.7
Ön lisans	126	21.1	43	20.6
Lisans	251	41.8	78	37.3
Lisansüstü	149	24.8	63	30.1
Toplam	**600**	**100.0**	209	100.0
	MESLEK			
İşsiz	52	8.7	13	6.2
İşveren (Esnaf)	54	9.0	15	7.2
Öğrenci	58	9.7	22	10.5
Emekli	47	7.8	11	5.3
Kamu çalışanı	199	33.2	80	38.3
Özel sektör çalışanı	190	31.6	68	32.5
Toplam	**600**	**100.0**	209	100.0
	ORTALAMA AYLIK GELİR			
Düzenli gelirim yok	97	16.2	31	14.8
Asgari ücret	2	.3	1	.5
Asgari ücret-1500 TL arası	4	.7	2	1.0
1501 TL-2000 TL	25	4.2	5	2.4
2001 TL-2500 TL	46	7.7	17	8.1
2501 TL-3000TL	77	12.8	23	11.0
3001 TL-3500TL	93	15.5	26	12.4
3501 TL-4000 TL	72	12.0	31	14.8
4001 TL-4500 TL	76	12.7	36	17.2
4501 TL-5000TL	17	2.8	9	4.3
5001 TL ve üzeri	91	15.2	28	13.4
Toplam	**600**	**100.0**	209	100.0
	TATİL BÜTÇESİ			
%20 ve altı	483	80.5	172	82.3
%21-%40	13	2.2	5	2.4
%41-%60	0	0		
%61-%80	0	0		
%81-%100	0	0		
Düzenli tatil bütçesi ayırmam	104	17.3	32	15.3
Toplam	**600**	**100.0**	209	100.0

Tablo 63'de II. grupta yer alan (ziyaretçi sayısı 20.000-50.000 arasında olan) sakin şehir ziyaretçilerinin sosyo demografik özellikleri ayrıntılı bir şekilde verilmektedir. Tablo 63'den anlaşılacağı üzere II grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden ziyaretçilerin %51.7'lik kısmını kadınlar ve %48.3'lük kısmını da erkekler oluşturmaktadır.

II. grup kapsamında araştırmaya dahil olan katılımcılardan yaşları 19 ile 40 yaş aralığında olan katılımcılar genç yaş grubu, 41 ile 53 yaş aralığında olan katılımcılar orta yaş grubu, 54 ve üzeri yaş aralığında olan katılımcılar da yaşlı yaş grubu olarak kabul edildiğinde Tablo 63, II. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden ve araştırma kapsamında hazırlanan anketi doldurmayı kabul eden ziyaretçilerin %67'sinin 19-40 yaş aralığında olan genç yaş grubundan oluştuğunu, %22.5'inin 41-53 yaş aralığında olan orta yaş grubundan oluştuğunu ve %10.5'inin de 53 ve üzeri yaş aralığında yaş aralığında olan yaşlı yaş grubundan oluştuğunu göstermektedir.

II. grupta yer alan sakin şehirlerden birini ziyaret eden ziyaretçilerin %48.3'ü bekâr, %45.9'u evli ve %5.8'i boşanmıştır.

Sakin şehir ziyaretçilerinin çocuk sahibi olup olmadıkları belirlemeye yönelik yöneltilen soru, araştırma formunda öncelikle çocuğunuz var mı? ve ardından cevabınız evet ise kaç çocuğunuz var? şeklinde düzenlenmiştir. Tablodan anlaşılacağı üzere II. grupta yer alan ziyaretçilerin %55.5'inin çocuk sahibi olmadıkları, % 20.1'inin bir çocuğa sahip olduğunu, %15.3'ünün iki çocuk sahibi olduğunu, %6.2'sinin üç çocuk sahip olduğunu ve % 2.9'unun da dört çocuk sahibi olduğunu göstermektedir.

Araştırmaya katılan ve II. grupta yer alan sakin şehir ziyaretçilerinin büyük bir çoğunluğu %37.3'ü lisans düzeyinde öğrenime sahip iken %30.1'i lisansüstü düzeyde, %20.6'sı ön lisans düzeyinde, %7.7'si ortaöğretim ve lise düzeyinde, %4.3'ünün de ilköğretim düzeyinde öğrenime sahip oldukları görülmektedir. Tablodan II. grupta yer alan sakin şehir ziyaretçilerinin büyük oranda lisans ve lisansüstü düzeyde öğrenim düzeyine sahip oldukları görülmektedir.

II. grupta yer alan sakin şehirlerden birinde bulunan ziyaretçilerin meslekleri itibari ile dağılımlarını gösteren kısımdan anlaşılacağı üzere katılımcıların %38.3'ünü kamu çalışanları, %32.5'ini özel sektör çalışanları, %10.5'ini öğrenciler, %7.2'sini işverenler (esnaf), %6.2'sini herhangi bir mesleğe sahip olmayanlar ve %5.3'ünü de emekliler oluşturmaktadır.

II. grupta yer alan sakin şehirlerden birinde bulunan ziyaretçilerin ortalama aylık gelirlerine göre dağılımlarını gösteren kısımda katılımcıların %17.2'sinin 4001 TL- 4500 TL arasında, %14.8'inin 3501 TL-4000 TL arasında ve %13.4'ünün de 5000 TL ve üzeriortalama aylık gelire sahip oldukları görülmektedir. Bu oranları sırasıyla %12. 4 ile 3001 TL-3500 TL, %11 ile 2501 TL-3000TL, %8.1 ile 2001 TL-2500 TL, %2.4 ile 1501 TL-2000 TL arasında ortalama aylık gelirler takip etmektedir. Ayrıca katılımcıların % 14.8'inin düzenli bir gelire sahip olmadıkları, %1'inin asgari ücret-1500 TL arası ve %0.5'inin asgari ücret düzeyinde ortalama aylık gelire sahip oldukları anlaşılmaktadır.

II. grupta yer alan sakin şehir ziyaretçilerinin yıllık gelirlerinin tatil için ayrılan bütçe miktarına göre dağılımları gösteren kısımdan anlaşılacağı üzere katılımcıların %82.3'ünün ortalama yıllık gelirlerinin %20 ve altı oranındaki kısmını tatil harcamaları için ayırdıkları gözlemlenmektedir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %15.3'ünün tatil için düzenli bir bütçe ayırmadıkları ve %2.4'ünün de ortalama yıllık gelirlerinin %21 ile %40'lık kısmını tatil, eğlence ve dinlenme faaliyetleri için ayırdıkları anlaşılmaktadır.

Tablo 64**:** II. Grupta Yer Alan Sakin Şehirleri Ziyaret Eden Turistlerin Sakin Şehir Deneyimleri

Kategori	Ankete Katılanların Ziyaretçiler		II. Grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret edenler	
	n	**%**	**n**	**%**
	ZİYARET ÖNCESİ BİLGİ DÜZEYİ			
Herhangi bir bilgiye sahip değildim.	123	20.5	52	24.9
Kısmen bilgiliydim	149	24.8	46	22.0
Yeterli bilgiliye sahiptim.	314	52.4	105	50.2
Uzmanlık düzeyinde bilgiliydim	14	2.3	6	2.9
Toplam	**600**	**100**	**209**	**100.0**
	ZİYARET ÖNCESİ LOGO BİLGİSİ			
Evet	414	69.0	137	65.6
Hayır	186	31.0	72	34.4
Toplam	**600**	**100.0**	**209**	**100.0**
	ZİYARET EDİLEN SAKİN ŞEHRİ ZİYARET SAYISI			
İlk kez	409	68.2	151	72.2
İkinci kez	140	23.3	43	20.6
Üçüncü kez	49	8.1	14	6.7
Dördüncü kez	2	.3	1	.5
Toplam	**600**	**100.0**	**209**	**100.0**
	FARKLI BİR SAKİN ŞEHRİ ZİYARET SAYISI			
Ziyaret ettim	262	44.7	97	46.4
Ziyaret etmedim	338	56.3	112	53.6
Toplam	**600**	**100.0**	**209**	**100.0**
	BİLGİ KAYNAĞI			
Tanıdık tavsiyesi	223	37.2	79	37.8
TV-internet reklamları	87	14.5	32	15.3
Seyahat acentası/tur operatörü	26	4.3	16	7.7
Daha önceki ziyaretler	103	17.2	32	15.3
Dergi, gazete, broşür vb.	26	4.3	6	2.9
Kitaplar ve filmler	95	15.8	26	12.4
Turizm fuar ve org.	3	.5	2	1.0
Destinasyon web siteleri	37	6.2	16	7.7
Toplam	**600**	**100.0**	**209**	**100.0**
	KONAKLAMA YERİ			
Otel	196	32.7	66	31.6
Pansiyon	91	15.2	33	15.8
Yerel ev	106	17.7	49	23.4
Çadır	13	2.2	9	4.3
Karavan	6	1.0		
Motel	2	.3	2	1.0
Diğer	7	1.2		
Konaklama yapmıyorum	179	29.8	50	23.9
Toplam	**600**	**100.0**	**209**	**100.0**
	KONAKLAMA SÜRESİ			
Günübirlik	179	29.8	50	23.9
1 gece	61	10.2	11	5.3
2 gece	177	29.5	57	27.3
3 gece	137	22.8	73	34.9
4 gece	31	5.2	15	7.2
5 gece	14	2.3	3	1.4
6 gece	1	.2		
Toplam	**600**	**100.0**	**209**	**100.0**
	TATİLE ÇIKMA SIKLIĞI			
Yılda bir defa	238	39.7	102	48.8
Yılda iki defa	314	52.3	94	45.0
Yılda üç defa	48	8.0	13	6.2
Toplam	**600**	**100.0**	**209**	**100.0**
	ÇEVRE ÖRGÜTÜNE ÜYELİK			
Üyeliğim var	171	28.5	37	17,7
Üyeliğim yok	429	71.5	172	82,3
Toplam	**600**	**100.0**	209	100,0
	KÜRESELLEŞME KARŞITLIĞI BİLGİ DÜZEYİ			
Bilgi sahibiydim	423	70.5	155	74.2
Evet tekrar ziyaret ederdim	129	21.5	46	22.0
Hayır tekrar ziyaret etmezdim	48	8.0	8	3.8
Toplam	**600**	**100.0**	**209**	**100.0**

II. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin sakin şehir ile ilgili deneyimlerini gösteren Tablo 64'den anlaşılacağı üzere **z**iyaret edilen destinasyonun sakin şehir olması ile ilgili daha önceden bilgi sahibi olma düzeylerine göre dağılımlarını gösteren kısımda araştırmaya katılan ziyaretçilerin %50.2'sinin ziyaretlerinden önce bulunulan destinasyonun sakin şehir olduğu ile ilgili yeterli bilgiye sahip oldukları, %24.9'unun herhangi bir bilgiye sahip olmadıkları, %22'sinin kısmen bilgili oldukları ve %2.9'unun da uzmanlık düzeyinde bilgiye sahip oldukları anlaşılmaktadır.

Salyangoz logosunun sadece sakin şehirler tarafından kullanılabilirliğine yönelik II. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin daha önceden bilgi sahibi olma düzeylerine göre dağılımlarını gösteren kısımdan anlaşılacağı üzere ziyaretçilerin %65.6'sının salyangoz logosunun sadece sakin olarak adlandırılan şehirler tarafından kullanabildiğini biliyor oldukları görülmektedir. Katılımcılardan %34.4'ünün de salyangoz logosunun sakin şehirler tarafından kullanıldığını bilmedikleri anlaşılmaktadır. Tablo 64'deki sonuçlar ve anket formları incelendiğinde bir önceki sorudaki hayır cevabının ziyaret edilen yerin sakin şehir olduğu ile ilgili herhangi bir bilgiye sahip olmayan ve kısmen bilgili olan katılımcılar tarafından verildiği sonucuna varılmıştır.

II. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin %72.2'si ziyaret edilen sakin şehri ilk defa, %20.6'sı ikinci defa, %6.7'si üçüncü defa ve %0.5'i de dördüncü defa ziyaret ettikleri anlaşılmaktadır. Tablo 64'e göre araştırma kapsamında II. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin büyük çoğunluğu bulundukları sakin şehri ilk defa ziyaret etmişlerdir.

Araştırmaya katılan sakin şehir ziyaretçilerinin daha öncesinde Türkiye'de yer alan herhangi bir sakin şehri ziyaret edip etmediklerini belirlemeye yönelik yöneltilen soru, araştırma formunda öncelikle Türkiye'de yer alan herhangi bir sakin şehri ziyaret ettiniz mi? ve ardından cevabınız evet ise hangi sakin şehri ziyaret ettiniz? şeklinde düzenlenmiştir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %53.6'sının daha önce herhangi bir sakin şehri ziyaret etmedikleri ve %46.4'ünün de öncesinde başka sakin şehirlerde bulunduklarını göstermiştir.

Ziyaretçilerin ziyaret edilen sakin şehir tercihlerinde kullandıkları bilgi kaynaklarına göre dağılımlarını gösteren kısımdan anlaşılacağı üzere araştırmaya katılan ziyaretçilerin %37.8'i tanıdık tavsiyesi ve %15.3'ü de tv ve internet reklamları ile daha önceki ziyaretlerden elde edinilen bilgiler ile sakin şehirleri ziyaret etmişlerdir. Bu bilgi

kaynaklarını sırasıyla %12.4 ile kitaplar ve filmler, %7.7 ile destinasyon web siteleri ve seyahat Acentası/tur operatörleri, %2.9 ile dergi, gazete, broşür vb, %1 ile turizm fuar ve organizasyonları takip etmektedir.

Ziyaretçilerin konaklama yaptıkları yerlere göre dağılımlarını gösteren kısımdan anlaşılacağı üzere araştırmaya katılan ziyaretçiler %31.6 oranında konaklama yeri olarak otelleri tercih etmişlerdir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %23.9'u günübirlikçi oldukları için herhangi bir konaklama hizmetinden faydalanmadıklarını belirtmişlerdir.

Ziyaretçilerin ziyaret edilen sakin şehirdeki kalış sürelerine göre dağılımlarını gösteren kısımda araştırmaya katılan ziyaretçilerin %34.9'unun 3 gece, %27.3'ünün 2 gece, %7.2'sinin 4 gece, %5.3'ünün 1 gece ve %1.4'ünün de 5 gece konaklama yaptıkları anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sakin şehirlerde kalış süresi ortalama 2 gece olarak hesaplanmıştır, Ziyaretçilerin %23.9'u günübirlikçi olduklarından dolayı sakin şehirlerde geceleme yapmamışlardır.

Ziyaretçilerin yıllık tatile çıkma sıklığına göre dağılımlarını gösteren kısımda araştırmaya katılan ziyaretçilerin %48.8'i yılda bir defa, %45'i yılda iki defa ve %6.2'si de yılda üç defa tatil deneyimi yaşamaktadırlar.

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin çevreci bir örgüte üyeliklerinin bulunup bulunmadığını belirlemeye yönelik yöneltilen soru, anket formunda öncelikle ulusal veya uluslararası herhangi bir çevreci örgüte üyeliğiniz var mı? ve ardından cevabınız evet ise üye olduğunuz çevreci örgütü belirleyiniz şeklinde düzenlenmiştir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %82.3'ünün ulusal veya uluslararası çevreci bir örgüte üyeliklerinin bulunmadığını göstermiştir. Araştırma kapsamında sakin şehirlerde bulunan ve araştırmaya katılan ziyaretçilerin %17.7'sinin de çevreci örgütlere üyeliklerinin bulunduğu anlaşılmaktadır.

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sakin şehirlerin küreselleşme karşıtı bir akımın ürünü olduğu hakkında bilgi düzeylerini ölçmeye yönelik soru, anket formunda öncelikle sakin şehirlerin küreselleşme karşıtı bir akımın ürünü olduğu hakkında bilginiz var mı? ve ardından eğer cevabınız hayır ise bu konuda bilgi sahibi olsaydınız ziyaret için sakin şehirleri tekrar tercih eder miydiniz? şeklinde iki aşamalı olarak düzenlenmiştir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %74.2'sinin sakin şehirlerin küreselleşme karşıtı hareketin bir ürünü olduğu hakkında bilgi sahibi olduğunu göstermiştir. Araştırmada hayır

cevabı veren %25.8'lik ziyaretçi grubuna eğer sakin şehirlerin küreselleşme karşıtı bir akımın ürünü olduğu hakkında bilgi sahibi olsaydınız ziyaret için sakin şehirleri tekrar tercih eder miydiniz? sorusuna katılımcıların %22'si evet tekrar ziyaret ederdim, %3,8'i hayır tekrar ziyaret etmezdim şeklinde cevap vermişlerdir.

Araştırma kapsamında II. grupta bulunan sakin şehirlerden birini ziyaret eden turistlerin sakin şehirleri ziyaret etme nedenlerine yönelik oluşturulan boyutlara ilişkin elde edilen merkezi eğilim ölçü değerleri Tablo 65'de yer almaktadır.

Tablo 65**:** II. Gruptaki Şehirlerin Birinde Bulunan Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Ziyaret Etme Nedenlerine Yönelik Oluşturulan Boyutlara İlişkin Elde Edilen Merkezi Eğilim Ölçüleri

Ölçek	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
Sakin şehir tercih nedenleri	1.8115	.40977	1	1.5600
Bilgi ihtiyacı giderme	2.1746	1.0902	**1**	2.1746
Sessizlik/ dinginlik arayışı	1.2990	.32474	1	1.2500
Huzur/benzersizlik arayışı	1.3356	.38803	1	1.2500
Etkileşim	2.3086	1.12947	2	2.0000
Yöresel /organik lezzetler arayışı	2.9258	1.23374	3	3.0000
Doğal/tarihi eserleri ziyaret	1.4091	.47295	1	1.0000

1=Kesinlikle katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3=Ne katılıyor ne katılmıyorum, 4=Katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılmıyorum

II. gruptaki şehirlerin birinde bulunan ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etme nedenlerine yönelik oluşturulan boyutlara verilen cevapların ortalamalarının yer aldığı tablo incelendiğinde, katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda sessizlik/dinginlik arayışı boyutunun 1.2990 ortalama ile en yüksek katılım oranına sahip olduğu görülmektedir. Bu durumda araştırmaya katılan ve II. gruptaki sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğunun bulunduğu sakin şehri öncelikli olarak doğayla baş başa kalmak, yorgunluklarını atmak, sakin şehirleri sessiz buldukları ve kalabalık olmadıkları için ziyaret ettiklerini göstermektedir. Katılımcı cevaplarından elde edilen bilgiler doğrultusunda ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih nedenlerini sessizlik/dinginlik arayışı boyutunun ardından elde edilen ortalamalara göre sırası ile 'bana huzur verdiği için, sevdiklerimle hoş vakit geçirmekten keyif aldığım için, temiz havada yürüyüş yapmak için ve diğer tatil merkezlerine benzemediği için ziyaret ediyorum' yargılarından oluşan huzur/benzersizlik arayışı boyutu (1.3356),'burada yer alan tarihi mekânları çekici

bulduğum için ve korunmuş doğal çekiciliklere sahip olduğu için ziyaret ediyorum' yargılarından oluşan doğal/tarihi eserleri ziyaret boyutu (1.4091), 'sakin şehirler ile ilgili bilgimi arttırmak için, sakin şehir logosu taşıdığı için, çevreye duyarlı insanların buluşma mekânı olarak gördüğüm için ve küreselleşmenin uzanamadığı bir yer olduğu için ziyaret ediyorum' yargılarından oluşan bilgi ihtiyacını giderme boyutu (2.1746), 'farklı insanlarla etkileşim içerisinde olmak ve yeni insanlarla tanışmak için ziyaret ediyorum' yargılarından oluşan etkileşim boyutu (2.3086) ve son olarak 'yöresel mutfağa ait lezzetleri tatmak için ve organik tarım ürünlerinin satıldığı pazardan alışveriş yapmak için ziyaret ediyorum' yargılarından oluşan yöresel/organik lezzet arayışı boyutu (2.9258) takip etmektedir. Araştırmada II. gruptaki şehirlerin birinde bulunan ziyaretçilerin çevresel duyarlılık ve küreselleşme karşıtlığına yönelik sorulara ilişkin elde edilen merkezi eğilim ölçülerine ait değerler aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

Tablo 66**:** II. Gruptaki Şehirlerin Birinde Bulunan Ziyaretçilerin Çevresel Duyarlılıklarına Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri

Çevresel Duyarlılık	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Ne katılıyor ne katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum	Aritmetik ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
3.1	65	119	20	5	0	1.8325	.69038	2	2.000
3.2	58	70	51	30	0	2.2536	1.01801	2	2.000
3.3	160	41	7	1	0	1.2823	.57322	1	1.000
3.4	158	49	2	0	0	1.2536	.45763	1	1.000
3.5	76	69	52	12	0	2.0000	.91987	1	2.000
3.6	73	84	49	3	0	1.9139	.79798	2	1.000

Ölçek	Genel Ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
Ziyaretçilerin Çevresel Duyarlılıkları	1.7560	.51577	1	1.333

1=Kesinlikle katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3=Ne katılıyor ne katılmıyorum, 4=Katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılmıyorum

Araştırmaya katılan II. grupta yer alan sakin şehir ziyaretçilerinin çevresel duyarlılıklarını belirlemeye yönelik yargılara verilen cevapların yer aldığı tablo incelendiğinde ziyaretçilerin genel olarak 1.7560 ortalama ile sakin şehir felsefesine uygun olarak çevresel duyarlılığa sahip kişilerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Ziyaretçiler tarafından verilen cevaplar doğrultusunda ziyaretçilerin çevresel duyarlılıklarını ölçmek için kullanılan ölçekte bulunan yargılara katılım oranları incelendiğinde anket formunda 3.4 şeklinde

kodlanmış olan ‘çevre sorunları yalnızca bugünkü nesli değil, gelecek nesilleri de etkilediği kanaatindeyim’ yargısının 1.2536 ortalama ile en yüksek katılım oranına sahip olduğu görülmektedir. Bu durumda II. gruptaki sakin şehirlerde de araştırmaya katılan ziyaretçilerin çevresel sürdürülebilirliğe verdiği önemin çevresel duyarlılıkla büyük oranda bağdaştırıldığını göstermektedir. Ölçekte yer alan yargılara ziyaretçilerin katılım oranları ayrı ayrı incelendiğinde katılımcıların çevresel duyarlılıkla ilgili ifadelere büyük oranda olumlu katılım sergiledikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 67**:** II. Gruptaki Şehirlerin Birinde Bulunan Ziyaretçilerin Küreselleşme Karşıtlığına Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri

Küreselleşme Karşıtlığı	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Ne katılıyor ne katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum	Aritmetik ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
3.7	128	72	8	1	0	1.4354	,59395	1	1.000
3.8	113	81	14	1	0	1.5359	,64294	1	1.000
3.9	82	25	17	67	18	2.5885	1,48164	1	2.000
3.10	72	62	62	13	0	2.0766	,94252	1	2.000

Ölçek	Genel Ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
Ziyaretçilerin Küreselleşme Karşıtlığı	1.9139	.79798	2	2.0000

1=Kesinlikle katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3=Ne katılıyor ne katılmıyorum, 4=Katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılmıyorum

Araştırmaya katılan II. grupta yer alan sakin şehir ziyaretçilerinin küreselleşme karşıtlıklarını belirlemeye yönelik yargılara verilen cevapların yer aldığı tablo incelendiğinde ziyaretçilerin genel olarak 1.9139 ortalama ile küreselleşme karşıtı hareketleri desteklediği anlaşılmaktadır. Ziyaretçiler tarafından verilen cevaplar doğrultusunda ziyaretçilerin küreselleşme karşıtlığını ölçmek için kullanılan ölçekte bulunan yargılara katılım oranları incelendiğinde anket formunda 3.7 şeklinde kodlanmış olan ‘küreselleşmenin yerel kültürleri yok ettiği kanaatindeyim’ yargısının 1.4354 ortalama ile en yüksek katılım oranına sahip olduğu görülmektedir. Bu durumda II. gruptaki sakin şehirlerde araştırmaya katılan ziyaretçilerin yerel kültürlerin yaşatılması ve geleceğe aktarılması önündeki en büyük tehlikenin küreselleşme olarak görüldüğünü destekler niteliktedir. Ölçekte yer alan yargılara ziyaretçilerin katılım oranları ayrı ayrı incelendiğinde katılımcıların küreselleşme karşıtı ile ilgili ifadelere büyük oranda olumlu katılım sergiledikleri anlaşılmaktadır.

Araştırma kapsamında II. gruptaki şehirlerin birinde bulunan ziyaretçilerin sakin şehirlerdeki memnuniyet düzeyini ölçmeye yönelik oluşturulan boyutlara ilişkin elde edilen merkezi eğilim ölçü değerleri Tablo 68'de yer almaktadır.

Tablo 68**:** II. Gruptaki Şehirlerin Birinde Bulunan Ziyaretçilerin Sakin Şehirlerdeki Memnuniyet Düzeyini Ölçmeye Yönelik Oluşturulan Boyutlara İlişkin Elde Edilen Merkezi Eğilim Ölçüleri

Ölçek	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
Sakin şehir memnuniyet düzeyi	2.0473	.27761	2	2.000
Konaklama imkânları	2.0514	.67407	3	2.000
Ulaşım imkânları	2.8158	.67904	2	2.500
Yerel yönetim hizmetleri	2.0175	.84429	1	2.000
Yöresel yiyecek içecek	1.7309	.56564	1	1.500
Misafirperverlik	1.3620	.43514	1	1.333
Doğal ve tarihi çekicilikler	1.3892	.41931	1	1.333
Organik yöre pazarı	2.5359	.78441	3	3.000
Sağlık hizmetleri	2.9498	.39664	3	3.000
Dinlenme alanları	1.8038	.55883	2	2.000

1=Kesinlikle memnunun, 2= Memnunum, 3=Ne memnunum ne memnun değilim, 4=Memnun değilim, 5= Kesinlikle memnun değilim

II. gruptaki şehirlerin birinde bulunan ziyaretçilerin sakin şehir memnuniyet düzeylerinin ölçümüne yönelik kullanılan ölçekte oluşturulan boyutlara verilen cevapların ortalamalarının yer aldığı tablo incelendiğinde, katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda genel memnuniyet düzeylerinin 2.0473 ortalama değeri ile yükseğe yakın olduğu anlaşılmaktadır. Tabloya göre misafirperverlik boyutu 1.3620 ortalama ile ziyaretçi memnuniyet düzeyinin en yüksek olduğu boyuttur. Buna göre araştırmaya katılan ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğunun II. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan yerel halk ve esnafın ziyaretçilere karşı sergiledikleri davranış ve gösterdikleri misafirperverlikten memnun kaldıklarını göstermektedir. II. grupta yer alan sakin şehirlerdeki ziyaretçilerin sakin şehirlere ulaşım imkânlarından büyük ölçüde memnuniyetsiz oldukları tespit edilmiştir. Araştırma kapsamında II. gruptaki sakin şehirlerden birinde bulunan ziyaretçilerin tekrar ziyaret etme niyetlerine yönelik sorulara ilişkin elde edilen merkezi eğilim ölçü değerleri Tablo 69'da yer almaktadır.

Tablo 69**:** II. Gruptaki Sakin Şehirlerden Birinde Bulunan Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri

Tekrar Ziyaret Etme Niyeti	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Ne katılıyor ne katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum	Aritmetik ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
5.1	124	82	2	1	0	1.4258	.54199	1	1.000
5.2	100	106	2	1	0	1.5407	.54554	2	2.000
5.3	77	95	32	4	1	1.8373	.78590	2	2.000
5.4	124	82	1	2	0	1.4306	.56007	1	1.000
5.5	162	45	1	1	0	1.2392	.47047	1	1.000
5.6	193	13	1	1	1	1.1053	.43679	1	1.000

Ölçek	Genel Ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
Tekrar Ziyaret Etme Niyeti	1.4298	.736009	2	1.500

1=Kesinlikle katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3=Ne katılıyor ne katılmıyorum, 4=Katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılmıyorum

Araştırmaya katılan ve II. grupta yer alan sakin şehir ziyaretçilerinin tatil deneyiminin yaşandığı ve sakin şehir logosu taşıyan başka bir destinasyonu gelecekte tekrar ziyaret etme niyetlerini ölçmeye yönelik yargılara verilen cevapların yer aldığı tablo incelendiğinde ziyaretçilerin genel olarak 1.4298 ortalama ile gelecekte sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyetinde oldukları görülmektedir. Ölçekte yer alan yargılara ziyaretçilerin katılım oranları ayrı ayrı incelendiğinde katılımcıların tekrar ziyaret etme niyeti ile ilgili yargılara büyük oranda olumlu katılım sergiledikleri anlaşılmaktadır.

3.8.4.3. III. Grup İle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler ve Bulgular

III. grup ziyaretçi sayısı 50.000 ve üzerinde olan Seferihisar'dan oluşmaktadır. III. grubu oluşturan sakin şehirlerdeki 2014 yılı toplam ziyaretçi sayısı 82.312'dir III. grubun örnek büyüklüğü 206 olarak belirlenmiştir. II. grup ile ilgili tanımlayıcı istatistikler ve bulgular aşağıda yer almaktadır.

Tablo 70**:** III. Grupta Yer Alan Sakin Şehirleri Ziyaret Eden Turistlerin Sosyo-Demografik Özellikleri

	Ankete Katılanların Ziyaretçiler		Seferihisar'ı ziyaret edenler	
	n	**%**	**n**	**%**
	CİNSİYET			
Kadın	311	51.8	118	57.3
Erkek	289	42.2	88	42.7
Toplam	**600**	**100.0**	206	100.0
	YAŞ ARALIĞI			
19-40 yaş arası	366	61.3	108	51.9
41- 53 yaş arası	145	23.9	64	31.6
54 ve üzeri yaş grubu	89	14.8	34	16.5
Toplam	**600**	**100.0**	**206**	**100.0**
	MEDENİ HAL			
Bekâr	277	46.2	101	49.0
Evli	271	45.2	85	41.3
Boşanmış	52	8.6	20	9.7
Toplam	**600**	**100,0**	**206**	**100.0**
	ÇOCUK SAHİBİ OLMA			
Çocuğum yok	313	52.2	113	54.9
Bir çocuğum var	133	22.2	42	20.4
İki çocuğum var	107	17.8	40	19.4
Üç çocuğum var	34	5.7	6	2.9
Dört çocuğum var	13	2.2	5	2.4
Toplam	**600**	**100.0**	**206**	**100.0**
	ÖĞRENİM DÜZEYİ			
İlköğretim	20	3.3	7	3.4
Ortaöğretim ve Lise	54	9.0	28	13.6
Ön lisans	126	21.0	57	27.7
Lisans	251	41.8	82	39.8
Lisansüstü	149	24.9	32	15.5
Toplam	**600**	**100.0**	**206**	**100.0**
	MESLEK			
İşsiz	52	8.7	33	16.0
İşveren (Esnaf)	54	9.0	19	9.2
Öğrenci	58	9.7	18	8.7
Emekli	47	7.8	29	14.1
Kamu çalışanı	199	33.2	45	21.8
Özel sektör çalışanı	190	31.7	62	30.1
Toplam	**600**	**100.0**	206	100.0
	ORTALAMA AYLIK GELİR			
Düzenli gelirim yok	97	16.2	48	23.3
Asgari ücret	2	.3	-	-
Asgari ücret-1500 TL arası	4	.7	1	.5
1501 TL-2000 TL	25	4.2	11	5.3
2001 TL-2500 TL	46	7.7	13	6.3
2501 TL-3000TL	77	12.8	33	16.0
3001 TL-3500TL	93	15.5	38	18.4
3501 TL-4000 TL	72	12.0	16	7.8
4001 TL-4500 TL	76	12.7	22	10.7
4501 TL-5000TL	17	2.8	1	.5
5001 TL ve üzeri	91	15.2	23	11.2
Toplam	**600**	**100.0**	**206**	**100.0**
	TATİL BÜTÇESİ			
%20 ve altı	483	80.5	157	76.2
%21-%40	13	2.2	-	-
%41-%60	0	0	-	-
%61-%80	0	0	-	-
%81-%100	0	0	-	-
Düzenli tatil bütçesi ayırmam	104	17.3	49	23.8
Toplam	**600**	**100.0**	206	100.0

Tablo 70'de III. grupta yer alan (ziyaretçi sayısı 50.000 üzerinde olan) sakin şehir ziyaretçilerinin sosyo demografik özellikleri ayrıntılı bir şekilde verilmektedir. Tablo 70'den anlaşılacağı üzere III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden ziyaretçilerin %57.3'lük kısmını kadınlar ve %42.7'lik kısmını da erkekler oluşturmaktadır.

III. grup kapsamında araştırmaya dahil olan katılımcılardan yaşları 19 ile 40 yaş aralığında olan katılımcılar genç yaş grubu, 41 ile 53 yaş aralığında olan katılımcılar orta yaş grubu, 54 ve üzeri yaş aralığında olan katılımcılar da yaşlı yaş grubu olarak kabul edildiğinde Tablo 70, III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden ve araştırma kapsamında hazırlanan anketi doldurmayı kabul eden ziyaretçilerin %51.9'unun 19-40 yaş aralığında olan genç yaş grubundan oluştuğunu, %31.6'sının 41-53 yaş aralığında olan orta yaş grubundan oluştuğunu ve %16.5'inin de 53 ve üzeri yaş aralığında yaş aralığında olan yaşlı yaş grubundan oluştuğunu göstermektedir.

III. grupta yer alan sakin şehirlerden birini ziyaret eden ziyaretçilerin %49'u bekâr, %41.3'ü evli ve %9.7'si boşanmıştır.

Sakin şehir ziyaretçilerinin çocuk sahibi olup olmadıkları belirlemeye yönelik yöneltilen soru, araştırma formunda öncelikle çocuğunuz var mı? ve ardından cevabınız evet ise kaç çocuğunuz var? şeklinde düzenlenmiştir. Tablodan anlaşılacağı üzere II. grupta yer alan ziyaretçilerin %54.9'unun çocuk sahibi olmadıkları, %20.4'ünün bir çocuğa sahip olduğunu, %19.4'ünün iki çocuk sahibi olduğunu, %2.9'unun üç çocuk sahip olduğunu, ve %2.4'ünün de dört çocuk sahibi olduğunu göstermektedir.

Araştırmaya katılan ve III. grupta yer alan sakin şehir ziyaretçilerinin büyük bir çoğunluğu %39.8'i lisans düzeyinde öğrenime sahip iken %27.7'si ön lisans düzeyinde, %15.5'i lisansüstü düzeyinde, %13.6'sı ortaöğretim ve lise düzeyinde, %3.4'ünün de ilköğretim düzeyinde öğrenime sahip oldukları görülmektedir.

III. grupta yer alan sakin şehirlerden birinde bulunan ziyaretçilerin meslekleri itibari ile dağılımlarını gösteren kısımdan anlaşılacağı üzere katılımcıların %30.1'ini özel sektör çalışanları, %21.8'ini kamu çalışanları, %16'sını herhangi bir mesleğe sahip olmayanlar, %14.1'ini emekliler, %9.2'sini işverenler (esnaf), %8.7'sini de öğrenciler oluşturmaktadır. III. grupta yer alan sakin şehir ziyaretçilerinin tamamı Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarından oluşmaktadır.

III. grupta yer alan sakin şehirlerden birinde bulunan ziyaretçilerin ortalama aylık gelirlerine göre dağılımlarını gösteren kısımda katılımcıların %18.4'ünün 3001 TL-3500 TL arasında ve %16'sının da 2501 TL-3000TL arasında ortalama aylık gelire sahip oldukları görülmektedir. Bu oranları sırasıyla %11.2 ile 5000 TL ve üzeri, %10.7 ile 4001 TL- 4500 TL arasında, %7.8 ile 3501 TL-4000 TL arasında, %6.3 ile 2001 TL-2500 TL, arasında, %5.3 ile 1501 TL-2000 TL arasında ve %0.5 ile 5000 TL v üzeri ortalama aylık gelirler takip etmektedir. Ayrıca katılımcıların %23.3'ünün düzenli bir gelire sahip olmadıkları, %0.5'inin asgari ücret-1500 TL arası ortalama aylık gelire sahip oldukları anlaşılmaktadır.

III. grupta yer alan sakin şehir ziyaretçilerinin yıllık gelirlerinin tatil için ayrılan bütçe miktarına göre dağılımları gösteren kısımdan anlaşılacağı üzere katılımcıların %76.2'sinin ortalama yıllık gelirlerinin %20 ve altı oranındaki kısmını tatil harcamaları için ayırdıkları gözlemlenmektedir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %23.8'inin tatil için düzenli bir bütçe ayırmadıkları anlaşılmaktadır.

Tablo 71**:** III. Grupta Yer Alan Sakin Şehirleri Ziyaret Eden Turistlerin Sakin Şehir Deneyimleri

Kategori	Ankete Katılanların Ziyaretçiler		Seferihisar'ı ziyaret edenler	
	n	**%**	**n**	**%**
		ZİYARET ÖNCESİ BİLGİ DÜZEYİ		
Herhangi bir bilgiye sahip değildim.	123	20.5	33	16.0
Kısmen bilgiliydim	149	24.8	39	18.9
Yeterli bilgiliye sahiptim.	314	52.4	131	6.,6
Uzmanlık düzeyinde bilgiliydim	14	2.3	3	1,5
Toplam	**600**	**100.0**	**206**	**100.0**
		ZİYARET ÖNCESİ LOGO BİLGİSİ		
Evet	414	69.0	155	75.2
Hayır	186	31.0	51	24.8
Toplam	**600**	**100.0**	**206**	**100.0**
		ZİYARET EDİLEN SAKİN ŞEHRİ ZİYARET SAYISI		
İlk kez	409	68.2	110	53.4
İkinci kez	140	23.3	67	32.5
Üçüncü kez	49	8.2	28	13.6
Dördüncü kez	2	.3	1	.5
Toplam	**600**	**100,0**	206	100.0
		FARKLI BİR SAKİN ŞEHRİ ZİYARET SAYISI		
Ziyaret ettim	262	44,7	94	45,6
Ziyaret etmedim	338	56,3	112	54,4
Toplam	**600**	**100,0**	**206**	**100,0**
		BİLGİ KAYNAĞI		
Tanıdık tavsiyesi	223	37.2	60	29.1
TV-internet reklamları	87	14.5	27	13.1
Seyahat acentası/tur operatörü	26	4.3	10	4.9
Daha önceki ziyaretler	103	17.2	43	20.9
Dergi, gazete, broşür vb.	26	4,3	14	6,8
Kitaplar ve filmler	95	15,8	35	17,0
Turizm fuar ve organizasyonları	3	,5	1	,5
Destinasyon web siteleri	37	6,2	16	7,8
Toplam	**600**	**100,0**	**206**	**100,0**
		KONAKLAMA YERİ		
Otel	196	32.7	65	31.6
Pansiyon	91	15.2	42	20.4
Yerel ev	106	17.7	36	17.5
Çadır	13	2.2	4	1.9
Karavan	6	1.0	5	2.4
Motel	2	.3		
Diğer	7	1.2		
Konaklama yapmıyorum	179	29.8	54	26.2
Toplam	**600**	**100.0**	**206**	**100.0**
		KONAKLAMA SÜRESİ		
Günübirlik	179	29.8	54	26.2
1 gece	61	10.2	7	3.4
2 gece	177	29.5	65	31.6
3 gece	137	22.8	53	25.7
4 gece	31	5.2	16	7.8
5 gece	14	2.3	10	4.9
6 gece	1	.2	1	.5
Toplam	**600**	**100.0**	**206**	**100.0**
		TATİLE ÇIKMA SIKLIĞI		
Yılda bir defa	238	39.7	79	38.4
Yılda iki defa	314	52.3	123	59.7
Yılda üç defa	48	8.0	4	1.9
Toplam	**600**	**100.0**	**206**	**100.0**
		ÇEVRE ÖRGÜTÜNE ÜYELİK		
Üyeliğim var	171	28.5	61	29.6
Üyeliğim yok	429	71.5	145	70.4
Toplam	**600**	**100.0**	**206**	**100.0**
		KÜRESELLEŞME KARŞITLIĞI BİLGİ DÜZEYİ		
Bilgi sahibiydim	423	70.5	151	73.3
Evet tekrar ziyaret ederdim	129	21.5	43	20.9
Hayır tekrar ziyaret etmezdim	48	8.0	12	5.8
Toplam	**600**	**100.0**	**206**	**100.0**

III. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin sakin şehir ile ilgili deneyimlerini gösteren Tablo 71'den anlaşılacağı üzere **z**iyaret edilen destinasyonun sakin şehir olması ile ilgili daha önceden bilgi sahibi olma düzeylerine göre dağılımlarını gösteren kısımda araştırmaya katılan ziyaretçilerin %63.6'sının ziyaretlerinden önce bulunulan destinasyonun sakin şehir olduğu ile ilgili yeterli bilgiye sahip oldukları, %18.9'unun kısmen bilgili oldukları, %16'sının herhangi bir bilgiye sahip olmadıkları ve %3'ünün de uzmanlık düzeyinde bilgiye sahip oldukları anlaşılmaktadır.

Salyangoz logosunun sadece sakin şehirler tarafından kullanılabilirliğine yönelik III. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin daha önceden bilgi sahibi olma düzeylerine göre dağılımlarını gösteren kısımdan anlaşılacağı üzere ziyaretçilerin %75.2'sinin salyangoz logosunun sadece sakin olarak adlandırılan şehirler tarafından kullanabildiğini biliyor oldukları görülmektedir. Katılımcılardan %24.8'inin de salyangoz logosunun sakin şehirler tarafından kullanıldığını bilmedikleri anlaşılmaktadır. Tablo 71'deki sonuçlar ve anket formları incelendiğinde bir önceki sorudaki hayır cevabının ziyaret edilen yerin sakin şehir olduğu ile ilgili herhangi bir bilgiye sahip olmayan ve kısmen bilgili olan katılımcılar tarafından verildiği sonucuna varılmıştır.

III. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin %53.4'ü ziyaret edilen sakin şehri ilk defa, %32.5'i ikinci defa, %13.6'sı üçüncü defa ve %0.5'i de dördüncü defa ziyaret ettikleri anlaşılmaktadır.

Araştırmaya katılan sakin şehir ziyaretçilerinin daha öncesinde Türkiye'de yer alan herhangi bir sakin şehri ziyaret edip etmediklerini belirlemeye yönelik yöneltilen soru, araştırma formunda öncelikle Türkiye'de yer alan herhangi bir sakin şehri ziyaret ettiniz mi? ve ardından cevabınız evet ise hangi sakin şehri ziyaret ettiniz? şeklinde düzenlenmiştir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %45.6'sının daha önce herhangi bir sakin şehri ziyaret etmedikleri ve %54.4'ünün de öncesinde başka sakin şehirlerde bulunduklarını göstermiştir.

Ziyaretçilerin ziyaret edilen sakin şehir tercihlerinde kullandıkları bilgi kaynaklarına göre dağılımlarını gösteren kısımdan anlaşılacağı üzere araştırmaya katılan ziyaretçilerin %29.1'i tanıdık tavsiyesi ve %20.9'u da daha önceki ziyaretlerden elde edinilen bilgiler ile sakin şehirleri ziyaret etmişlerdir. Bu bilgi kaynaklarını sırasıyla %17 ile kitaplar ve filmler, %13.1 ile tv ve internet reklamları, %7.8 ile destinasyon web siteleri, %6.8 ile

dergi, gazete, broşür vb, %4.9 ile seyahat acentası/tur operatörleri ve %1 ile de turizm fuar ve organizasyonları takip etmektedir.

Ziyaretçilerin konaklama yaptıkları yerlere göre dağılımlarını gösteren kısımdan anlaşılacağı üzere araştırmaya katılan ziyaretçiler %31.6 oranında konaklama yeri olarak otelleri tercih etmişlerdir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %26.2'si günübirlikçi oldukları için herhangi bir konaklama hizmetinden faydalanmadıklarını belirtmişlerdir.

Ziyaretçilerin ziyaret edilen sakin şehirdeki kalış sürelerine göre dağılımlarını gösteren kısımda araştırmaya katılan ziyaretçilerin %31.6'sının 2 gece, %25.7'sinin 3 gece, %7.8'inin 4 gece, %4.9'unun 5 gece ve %3.4'ünün de 1 gece konaklama yaptıkları anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sakin şehirlerde kalış süresi ortalama 2 gece olarak hesaplanmıştır, Ziyaretçilerin %26.2'si günübirlikçi olduklarından dolayı sakin şehirlerde geceleme yapmamışlardır.

Ziyaretçilerin yıllık tatile çıkma sıklığına göre dağılımlarını gösteren kısımda araştırmaya katılan ziyaretçilerin %59.7'si yılda iki defa, %38.3'ü yılda bir defa ve %1,'i de yılda üç defa tatil deneyimi yaşamaktadırlar.

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin çevreci bir örgüte üyeliklerinin bulunup bulunmadığını belirlemeye yönelik yöneltilen soru, anket formunda öncelikle ulusal veya uluslararası herhangi bir çevreci örgüte üyeliğiniz var mı? ve ardından cevabınız evet ise üye olduğunuz çevreci örgütü belirleyiniz şeklinde düzenlenmiştir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %70.4'ünün ulusal veya uluslararası çevreci bir örgüte üyeliklerinin bulunmadığını göstermiştir. Araştırma kapsamında sakin şehirlerde bulunan ve araştırmaya katılan ziyaretçilerin %29.6'sının da çevreci örgütlere üyeliklerinin bulunduğu anlaşılmaktadır.

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sakin şehirlerin küreselleşme karşıtı bir akımın ürünü olduğu hakkında bilgi düzeylerini ölçmeye yönelik soru, anket formunda öncelikle sakin şehirlerin küreselleşme karşıtı bir akımın ürünü olduğu hakkında bilginiz var mı? ve ardından eğer cevabınız hayır ise bu konuda bilgi sahibi olsaydınız ziyaret için sakin şehirleri tekrar tercih eder miydiniz? şeklinde iki aşamalı olarak düzenlenmiştir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %73.3'ünün sakin şehirlerin küreselleşme karşıtı hareketin bir ürünü olduğu hakkında bilgi sahibi olduğunu göstermiştir. Araştırmada hayır cevabı veren %26.7'sinin ziyaretçi grubuna eğer sakin şehirlerin küreselleşme karşıtı bir

akımın ürünü olduğu hakkında bilgi sahibi olsaydınız ziyaret için sakin şehirleri tekrar tercih eder miydiniz? sorusuna katılımcıların %20.9'unun evet tekrar ziyaret ederdim, %5.8'i hayır tekrar ziyaret etmezdim şeklinde cevap vermişlerdir.

Araştırma kapsamında Seferihisar'ı ziyaret eden turistlerin sakin şehirleri ziyaret etme nedenlerine yönelik oluşturulan boyutlara ilişkin elde edilen merkezi eğilim ölçü değerleri Tablo 72'de yer almaktadır.

Tablo 72**:** Seferihisar'da Bulunan Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Ziyaret Etme Nedenlerine Yönelik Oluşturulan Boyutlara İlişkin Elde Edilen Merkezi Eğilim Ölçüleri

Ölçek	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
Sakin şehir tercih nedenleri	1.7290	.37580	1	1.6667
Bilgi ihtiyacını giderme	1.9806	.96852	1	1.5000
Sessizlik/ dinginlik arayışı	1.2658	.29948	1	1.2500
Huzur/benzersizlik arayışı	1.3228	.33428	1	1.2500
Etkileşim	2.3422	1.34911	1	2.0000
Yöresel /organik lezzetler arayışı	2.5218	1.25650	2	2.0000
Doğal/tarihi eserleri ziyaret	1.5583	.63554	1	1.5000

1=Kesinlikle katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3=Ne katılıyor ne katılmıyorum, 4=Katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılmıyorum

Seferihisar'da bulunan ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etme nedenlerine yönelik oluşturulan boyutlara verilen cevapların ortalamalarının yer aldığı tablo incelendiğinde, katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda sessizlik/dinginlik arayışı boyutunun 1,2658 ortalama ile en yüksek katılım oranına sahip olduğu görülmektedir. Bu durumda araştırmaya katılan ve Seferihisar'da bulunan ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğunun bulunduğu sakin şehri öncelikli olarak doğayla baş başa kalmak, yorgunluklarını atmak, sakin şehirleri sessiz buldukları ve kalabalık olmadıkları için ziyaret ettiklerini göstermektedir. Katılımcı cevaplarından elde edilen bilgiler doğrultusunda ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih nedenlerini sessizlik/dinginlik arayışı boyutunun ardından elde edilen ortalamalara göre sırası ile 'bana huzur verdiği için, sevdiklerimle hoş vakit geçirmekten keyif aldığım için, temiz havada yürüyüş yapmak için ve diğer tatil merkezlerine benzemediği için ziyaret ediyorum' yargılarından oluşan huzur/benzersizlik arayışı boyutu (1.3228),'burada yer alan tarihi mekânları çekici bulduğum için ve korunmuş doğal çekiciliklere sahip olduğu için ziyaret ediyorum' yargılarından oluşan doğal/tarihi eserleri ziyaret boyutu (1.5583), 'sakin şehirler ile ilgili bilgimi arttırmak için, sakin şehir logosu

taşıdığı için, çevreye duyarlı insanların buluşma mekânı olarak gördüğüm için ve küreselleşmenin uzanamadığı bir yer olduğu için ziyaret ediyorum' yargılarından oluşan bilgi ihtiyacını giderme boyutu (1.9806), 'farklı insanlarla etkileşim içerisinde olmak ve yeni insanlarla tanışmak için ziyaret ediyorum' yargılarından oluşan etkileşim boyutu (2.3422) ve son olarak 'yöresel mutfağa ait lezzetleri tatmak için ve organik tarım ürünlerinin satıldığı pazardan alışveriş yapmak için ziyaret ediyorum' yargılarından oluşan yöresel/organik lezzet arayışı boyutu (2.5218) takip etmektedir. Seferihisar'da bulunan ziyaretçilerin çevresel duyarlılık ve küreselleşme karşıtlığına yönelik sorulara ilişkin elde edilen merkezi eğilim ölçü değerleri aşağıdaki tablolarda yer almaktadır

Tablo 73**:** Seferihisar'da Bulunan Ziyaretçilerin Çevresel Duyarlılıklarına Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri

Çevresel Duyarlılık	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Ne katılıyor ne katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum	Aritmetik ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
3.1	84	82	12	23	5	1.9515	1,06270	1	2.000
3.2	73	68	18	40	7	2.2233	1,21721	1	2.000
3.3	147	45	6	4	4	1.4126	,80827	1	1.000
3.4	156	48	2	0	0	1.2524	,45732	1	1.000
3.5	81	79	37	8	1	1.8835	,87011	1	2.000
3.6	101	62	27	15	1	1.8010	.95978	1	2.000

Ölçek	Genel Ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
Ziyaretçilerin Çevresel Duyarlılıkları	1.7540	.698769	1	1.500

1=Kesinlikle katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3=Ne katılıyor ne katılmıyorum, 4=Katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılmıyorum

Seferihisar'da bulunan ziyaretçilerin çevresel duyarlılıklarını belirlemeye yönelik yargılara verilen cevapların yer aldığı tablo incelendiğinde ziyaretçilerin genel olarak 1,7540 ortalama ile sakin şehir felsefesine uygun olarak çevresel duyarlılığa sahip kişilerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Ziyaretçiler tarafından verilen cevaplar doğrultusunda ziyaretçilerin çevresel duyarlılıklarını ölçmek için kullanılan ölçekte bulunan yargılara katılım oranları incelendiğinde anket formunda 3.4 şeklinde kodlanmış olan 'çevre sorunları yalnızca bugünkü nesli değil, gelecek nesilleri de etkilediği kanaatindeyim' yargısının 1.2524 ortalama ile en yüksek katılım oranına sahip olduğu görülmektedir. Bu durumda Seferihisar'daki ziyaretçilerin çevresel sürdürülebilirliğe verdiği önemin çevresel

duyarlılıkla büyük oranda bağdaştırıldığını göstermektedir. Ölçekte yer alan yargılara ziyaretçilerin katılım oranları ayrı ayrı incelendiğinde katılımcıların çevresel duyarlılıkla ilgili ifadelere büyük oranda olumlu katılım sergiledikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 74**:** Seferihisar'daki Ziyaretçilerin Küreselleşme Karşıtlığına Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri

Küreselleşme Karşıtlığı	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Ne katılıyor ne katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum	Aritmetik ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
3.7	109	82	15	0	0	1.5437	.62900	1	1.000
3.8	110	75	19	2	0	1.5777	.69933	1	1.000
3.9	120	37	1	37	11	1.9417	1.33855	1	1.000
3.10	83	65	49	7	2	1.9320	.92933	1	2.000

Ölçek	Genel Ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
Ziyaretçilerin Küreselleşme Karşıtlığı	1.7488	.71333	1	2.0000

1=Kesinlikle katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3=Ne katılıyor ne katılmıyorum, 4=Katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılmıyorum

Seferihisar'daki ziyaretçilerin küreselleşme karşıtlıklarını belirlemeye yönelik yargılara verilen cevapların yer aldığı tablo incelendiğinde ziyaretçilerin genel olarak 1.7488 ortalama ile küreselleşme karşıtı hareketleri desteklediği anlaşılmaktadır. Ziyaretçiler tarafından verilen cevaplar doğrultusunda ziyaretçilerin küreselleşme karşıtlığını ölçmek için kullanılan ölçekte bulunan yargılara katılım oranları incelendiğinde anket formunda 3.7 şeklinde kodlanmış olan 'küreselleşmenin yerel kültürleri yok ettiği kanaatindeyim' yargısının 1.5437 ortalama ile en yüksek katılım oranına sahip olduğu görülmektedir. Bu durumda Seferihisar'daki ziyaretçilerin yerel kültürlerin yaşatılması ve geleceğe aktarılması önündeki en büyük tehlikenin küreselleşme olarak görüldüğünü destekler niteliktedir. Ölçekte yer alan yargılara ziyaretçilerin katılım oranları ayrı ayrı incelendiğinde katılımcıların küreselleşme karşıtı ile ilgili ifadelere büyük oranda olumlu katılım sergiledikleri anlaşılmaktadır.

Araştırma kapsamında Seferihisar'daki ziyaretçilerin memnuniyet düzeyini ölçmeye yönelik oluşturulan boyutlara ilişkin elde edilen merkezi eğilim ölçü değerleri Tablo 75'de yer almaktadır.

Tablo 75**:** Seferihisar'daki Ziyaretçilerin Memnuniyet Düzeyini Ölçmeye Yönelik Oluşturulan Boyutlara İlişkin Elde Edilen Merkezi Eğilim Ölçüleri

Ölçek	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
Sakin şehir memnuniyet düzeyi	1.7573	.23291	2	2.000
Konaklama imkânları	1.9891	.68222	2	1.7500
Ulaşım imkânları	1.9612	.55023	2	2.000
Yerel yönetim hizmetleri	2.0485	.70139	2	2.000
Yöresel yiyecek içecek	1.6990	.57949	1	1.500
Misafirperverlik	1.2055	.31468	1	1.000
Doğal ve tarihi çekicilikler	1.4515	.47776	1	1.333
Organik yöre pazarı	2.723	.87411	3	3.000
Sağlık hizmetleri	2.7403	.58375	3	3.000
Dinlenme alanları	1.4782	.4114	1	2.000

1=Kesinlikle memnunun, 2= Memnunum, 3=Ne memnunum ne memnun değilim, 4=Memnun değilim, 5= Kesinlikle memnun değilim

Seferihisar'daki ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerinin ölçümüne yönelik kullanılan ölçekte oluşturulan boyutlara verilen cevapların ortalamalarının yer aldığı tablo incelendiğinde, katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda genel memnuniyet düzeylerinin 1.27573 ortalama değeri ile yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Tabloya göre misafirperverlik boyutu 1.2055 ortalama ile ziyaretçi memnuniyet düzeyinin en yüksek olduğu boyuttur. Buna göre Seferihisar'daki ziyaretçilerin yerel halk ve esnafın ziyaretçilere karşı sergiledikleri davranış ve gösterdikleri misafirperverlikten memnun kaldıklarını göstermektedir. Araştırma kapsamında I. gruptaki sakin şehirlerden birinde bulunan ziyaretçilerin tekrar ziyaret etme niyetlerine yönelik sorulara ilişkin elde edilen merkezi eğilim ölçü değerleri Tablo 76'da yer almaktadır.

Tablo 76**:** Seferihisar'daki Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri

Tekrar Ziyaret Etme Niyeti	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Ne katılıyor ne katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum	Aritmetik ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
5.1	134	72	0	0	0	1.3495	.47798	1	1.000
5.2	148	58	0	0	0	1.2816	.45085	1	1.000
5.3	137	65	4	0	0	1.3544	.51859	1	1.000
5.4	162	44	0	0	0	1.0534	.22537	1	1.000
5.5	195	11	0	0	0	2.4811	1.14252	1	1.000
5.6	200	6	0	0	0	1.0291	,.6857	1	1.000

Ölçek	Genel Ortalama	Standart Sapma	Mod	Medyan
Tekrar Ziyaret Etme Niyeti	1.2136	.22919	1	1.667

1=Kesinlikle katılıyorum, 2= Katılıyorum, 3=Ne katılıyor ne katılmıyorum, 4=Katılmıyorum, 5= Kesinlikle katılmıyorum

Seferihisar'daki ziyaretçilerin tatil deneyiminin yaşandığı ve sakin şehir logosu taşıyan başka bir destinasyonu gelecekte tekrar ziyaret etme niyetlerini ölçmeye yönelik yargılara verilen cevapların yer aldığı tablo incelendiğinde ziyaretçilerin genel olarak 1.2136 ortalama ile gelecekte sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyetinde oldukları görülmektedir. Ölçekte yer alan yargılara ziyaretçilerin katılım oranları ayrı ayrı incelendiğinde katılımcıların tekrar ziyaret etme niyeti ile ilgili yargılara büyük oranda olumlu katılım sergiledikleri anlaşılmaktadır.

3.8.5. Araştırma Hipotezlerinin Testi

Araştırma değişkenlerinin gösterildiği şemadan hareketle oluşturulan araştırma hipotezlerinin testi için araştırmada kullanılan ölçekler arasındaki ilişkileri ve farklılıkları gösteren korelasyon ve varyans analizleri bu bölüm içerisinde yer almaktadır.

Tablo 77: Araştırmada Kullanılan Ölçekler Arasındaki Korelasyon Katsayıları

	Sakin Şehir Tercih Nedenleri	Ziyaretçi Memnuniyet Düzeyi	Tekrar Ziyaret Etme Niyeti	Çevresel Duyarlılık	Küreselleşme Karşıtlığı
Sakin Şehir Tercih Nedenleri	**1**	**.268****	**.253****	**.688****	**.605****
Bilgi ihtiyacını giderme boyutu		**.239****	**.258****	.720**	.620**
Sessizlik/ dinginlik arayışı boyutu		**.087***	**.118****	.569	.545
Huzur/benzersizlik arayışı boyutu		**.142****	**.208****	.082*	.120**
Etkileşim boyutu				.283**	.202**
Yöresel/organik lezzetler arayışı boyutu		**.260****		.401**	.376**
Doğal/tarihi eserleri ziyaret boyutu		**.115****	**.119****	.178**	.181**
Ziyaretçi Memnuniyet Düzeyi	**.268****	**1**	**.691****	**.203****	**.303****
Konaklama imkânları	.133**		.431**	.231**	.218**
Ulaşım imkânları			.344**		.099*
Yerel yönetim hizmetleri			.405**		
Yöresel yiyecek içecek	.208**		.301**	.203**	.211**
Misafirperverlik	.125**		.594**		.160**
Doğal ve tarihi çekicilikler	.207**		.460**	.092*	.164**
Organik yöre pazarı	.417**		.337**	.298**	.356**
Sağlık hizmetleri	.099*		.138**		.126**
Dinlenme alanları	.101*		.493**		.124**
Tekrar Ziyaret Etme Niyeti	**.253****	**.691****	**1**	**.202****	**.293***
Çevresel Duyarlılık	**.688****	**.203****	**.202****	**1**	**.729****
Küreselleşme Karşıtlığı	**.605****	**303****	**.293***	**.729****	**1**

** Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır.

* Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır.

Araştırmada kullanılan ölçekler ve ölçekler içerisinde yer alan boyutlar arasındaki ilişkiyi gösteren Tablo 77 incelendiğinde ziyaretçilerin sakin şehir tercih nedenleri ve tercih nedenlerini oluşturan bütün alt boyutları ile ziyaretçilerin çevresel duyarlılıkları ve küreselleşme karşıtlıkları arasında p=0.001 düzeyinde anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin çevresel duyarlılıkları ile sakin şehir tercih etme nedenleri arasında p=0.001 düzeyinde %68'lik anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Buna göre ziyaretçilerin çevresel duyarlıklarında olumlu yönde bir artış olduğunda ziyaretçilerin tatillerini geçireceği destinasyon olarak sakin şehirleri tercih etmeleri beklenmektedir. Bu durumda araştırmanın ilk hipotezi olan 'H1: Ziyaretçilerin çevresel duyarlılığa sahip olmaları ile sakin şehirleri tercih etme nedenleri arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' hipotezi kabul edilmiştir. Ziyaretçilerin çevresel duyarlılıkları ve sakin şehir tercih etme nedenlerine ait boyutlar arasındaki ilişki düzeyleri birinci hipotez altında oluşturulmuş hipotezler aracılığı ile test edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin çevresel duyarlılıkları ile sakin şehir tercih nedenlerinden bilgi/ilgi boyutu arasında p=0.001 düzeyinde anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda 'ziyaretçilerin çevresel duyarlılığa sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden bilgi/ilgi boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' şeklinde oluşturulan H1a hipotezi kabul edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin çevresel duyarlılıkları ile sakin şehir tercih nedenlerinden sessizlik/dinginlik boyutu arasında p=0.001 düzeyinde anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda 'ziyaretçilerin çevresel duyarlılığa sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden sessizlik/dinginlik boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' şeklinde oluşturulan H1b hipotezi kabul edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin çevresel duyarlılıkları ile sakin şehir tercih nedenlerinden huzur/benzersizlik arayışı boyutu arasında p=0.005 düzeyinde anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda 'ziyaretçilerin çevresel duyarlılığa sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden huzur/benzersizlik arayışı boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' şeklinde oluşturulan H1c hipotezi kabul edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin çevresel duyarlılıkları ile sakin şehir tercih nedenlerinden etkileşim boyutu arasında p=0.001 düzeyinde %28'lik anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda 'ziyaretçilerin çevresel duyarlılığa sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden

etkileşim boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' şeklinde oluşturulan H1d hipotezi kabul edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin çevresel duyarlılıkları ile sakin şehir tercih nedenlerinden yöresel/organik lezzet arayışı boyutu arasında p=0,001 düzeyinde %17'lik anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda 'ziyaretçilerin çevresel duyarlılığa sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden yöresel/organik lezzet arayışı boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' şeklinde oluşturulan H1e hipotezi kabul edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin çevresel duyarlılıkları ile sakin şehir tercih nedenlerinden doğal/tarihi eserleri ziyaret boyutu arasında p=0.001 düzeyinde %40'lık anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda 'ziyaretçilerin çevresel duyarlılığa sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden doğal/tarihi eserleri ziyaret boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' şeklinde oluşturulan H1f hipotezi kabul edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile sakin şehir tercih etme nedenleri arasında p=0.001 düzeyinde %60'lık anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Buna göre ziyaretçilerin küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile ilgili düşüncelerinde olumlu yönde bir artış olduğunda ziyaretçilerin tatillerini geçireceği destinasyon olarak sakin şehirleri tercih etmeleri beklenmektedir. Bu durumda araştırmanın ikinci hipotezi olan 'H2: Ziyaretçilerin küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile sakin şehirleri tercih etme nedenleri arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' hipotezi kabul edilmiştir. Ziyaretçilerin küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile sakin şehir tercih etme nedenlerine ait boyutlar arasındaki ilişki düzeyleri ikinci hipotez altında oluşturulmuş hipotezler aracılığı ile test edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin küreselleşme karşıtlıkları ile sakin şehir tercih nedenlerinden bilgi/ilgi arayışı boyutu arasında p=0,001 düzeyinde %62'lik anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda 'ziyaretçilerin küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden bilgi/ilgi arayışı boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' şeklinde oluşturulan H2a hipotezi kabul edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin küreselleşme karşıtlıkları ile sakin şehir tercih nedenlerinden sessizlik/dinginlik boyutu arasında p=0.001 düzeyinde %54'lük anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda

'ziyaretçilerin küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden sessizlik/dinginlik arayışı boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' şeklinde oluşturulan H2b hipotezi kabul edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin küreselleşme karşıtlıkları ile sakin şehir tercih nedenlerinden huzur/benzersizlik arayışı boyutu arasında p=0.001 düzeyinde %12'lik anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda 'ziyaretçilerin küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden huzur/benzersizlik arayışı boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' şeklinde oluşturulan H2c hipotezi kabul edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin küreselleşme karşıtlıkları ile sakin şehir tercih nedenlerinden etkileşim boyutu arasında p=0.001 düzeyinde %20'lik anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda 'ziyaretçilerin küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden etkileşim boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' şeklinde oluşturulan H2d hipotezi kabul edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin küreselleşme karşıtlıkları ile sakin şehir tercih nedenlerinden yöresel/organik lezzet arayışı boyutu arasında p=0.001 düzeyinde %37'lik anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda 'ziyaretçilerin küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden yöresel/organik lezzet arayışı boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' şeklinde oluşturulan H2e hipotezi kabul edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin küreselleşme karşıtlıkları ile sakin şehir tercih nedenlerinden doğal/tarihi eserleri ziyaret boyutu arasında p=0.001 düzeyinde %18'lik anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda 'ziyaretçilerin küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden doğal/tarihi eserleri ziyaret boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' şeklinde oluşturulan H2f hipotezi kabul edilmiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile sakin şehirlerde sunulan imkânlara yönelik oluşan memnuniyet algısı arasındaki ilişki incelendiğinde, ziyaretçi memnuniyeti ile tekrar ziyaret etme niyeti arasında %69'luk anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre ziyaretçilerin sakin şehirlerde sunulan imkânlara yönelik memnuniyetleri yüksek olduğunda ziyaretçilerin tatil deneyiminin yaşandığı veya sakin şehir logolu farklı bir destinasyonu gelecekte tekrar ziyaret etmesi beklenmektedir. Bu durumda araştırmanın üçüncü hipotezi olan 'H3: Sakin şehri ziyaret eden ziyaretçilerin sakin şehirlerde sunulan hizmetlere yönelik genel memnuniyet algısı ile sakin şehri tekrar ziyaret etme niyeti arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' hipotezi kabul edilmiştir. Ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile sakin şehirlerde sunulan hizmetlere yönelik genel memnuniyet algısına ait boyutlar arasındaki ilişki düzeyleri üçüncü hipotez altında oluşturulmuş hipotezler aracılığı ile test edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile ziyaretçi memnuniyet algısı altında yer alan sakin şehirlerdeki konaklama imkanları boyutuna yönelik memnuniyet düzeyi arasında p=0.001 düzeyinde %43'lük anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda 'ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile sakin şehirlerdeki konaklama imkânları boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' şeklinde oluşturulan H3a hipotezi kabul edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile ziyaretçi memnuniyet algısı altında yer alan sakin şehirlerdeki ulaşım imkanları boyutuna yönelik memnuniyet düzeyi arasında p=0.001 düzeyinde %34'lük anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda 'ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile sakin şehirlerdeki ulaşım imkânları boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' şeklinde oluşturulan H3b hipotezi kabul edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile ziyaretçi memnuniyet algısı altında yer alan sakin şehirlerdeki yerel yönetim hizmetleri boyutuna yönelik memnuniyet düzeyi arasında p=0.001 düzeyinde %40'lık anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda 'ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile sakin şehirlerdeki yerel yönetim

hizmetleri boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' şeklinde oluşturulan H3c hipotezi kabul edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile ziyaretçi memnuniyet algısı altında yer alan sakin şehirlerdeki yöresel yiyecek içecek boyutuna yönelik memnuniyet düzeyi arasında p=0.001 düzeyinde %30'luk anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda 'ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile sakin şehirlerdeki yöresel yiyecek içecek boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' şeklinde oluşturulan H3d hipotezi kabul edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile ziyaretçi memnuniyet algısı altında yer alan sakin şehirlerdeki misafirperverlik boyutuna yönelik memnuniyet düzeyi arasında p=0,001 düzeyinde %59'luk anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda 'ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile sakin şehirlerdeki misafirperverlik boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' şeklinde oluşturulan H3e hipotezi kabul edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile ziyaretçi memnuniyet algısı altında yer alan sakin şehirlerdeki doğal ve tarihi çekicilikler boyutuna yönelik memnuniyet düzeyi arasında p=0,001 düzeyinde %46'lık anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda 'ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile sakin şehirlerdeki doğal ve tarihi çekicilikler boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' şeklinde oluşturulan H3f hipotezi kabul edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile ziyaretçi memnuniyet algısı altında yer alan sakin şehirlerdeki organik yöre pazarı boyutuna yönelik memnuniyet düzeyi arasında p=0.001 düzeyinde %33'lük anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda 'ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile sakin şehirlerdeki organik yöre pazarı boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' şeklinde oluşturulan H3g hipotezi kabul edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile ziyaretçi memnuniyet algısı altında yer alan sakin şehirlerdeki sağlık hizmetleri boyutuna yönelik memnuniyet düzeyi arasında p=0.001 düzeyinde %13'lük anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda 'ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile sakin şehirlerdeki sağlık hizmetleri boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' şeklinde oluşturulan H3h hipotezi kabul edilmiştir.

Tabloda yer alan korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile ziyaretçi memnuniyet algısı altında yer alan sakin şehirlerdeki dinlenme alanları boyutuna yönelik memnuniyet düzeyi arasında p=0.001 düzeyinde %49'luk anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda 'ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile sakin şehirlerdeki dinlenme alanları boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' şeklinde oluşturulan H3ı hipotezi kabul edilmiştir.

Araştırma kapsamında oluşturulan H4, H5, H6 ve H7 hipotezlerinin test edilebilmesi için varyans analizinden faydalanılmıştır. H4, H5, H6 ve H7 hipotezlerinin testlerine ait tablo ve sonuçlar aşağıda detaylı bir şekilde sunulmaktadır.

Araştırma kapsamında oluşturulan 'H4: I. grup, II. grup ve III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin, sakin şehir tercih nedenleri istatistiki bakımdan anlamlı farklılık gösterir' hipotezinin testine ait varyans analizi sonuçları Tablo 78'de yer almaktadır.

Tablo 78: Gruplar İtibariyle Ziyaretçilerin Sakin Şehir Tercih Nedenlerine İlişkin Varyans Analizini Gösteren Dağılım

	Varyans Kaynakları	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	f	p
Bilgi ihtiyacını giderme	Gruplar arası	3.685	2	1.843		
	Grup içi	587.565	597	.984	1.872	.155
Sessizlik/Dinginlik Arayışı	Gruplar arası	3.552	2	1.776		
	Grup içi	61.861	597	.104	**17.137**	**.000**
Huzur/Benzersizlik Arayışı	Gruplar arası	27.050	2	13.525		
	Grup içi	50.396	597	.084	**160.219**	**.000**
Etkileşim	Gruplar arası	4.870	2	2.435		
	Grup içi	779.963	597	1.306	1.864	.156
Yöresel/Organik Lezzetler Arayışı	Gruplar arası	19.560	2	9.780		
	Grup içi	796.838	597	1.335	**7.327**	**.001**
Doğal/Tarihi Eserler	Gruplar arası	1.269	2	.635		
	Grup içi	200.580	597	.336	1.889	.152

Gruplar itibariyle ziyaretçilerin sakin şehir tercih nedenlerine ilişkin tek yönlü varyans analizini gösteren Tablo 78 incelendiğinde, sakin şehir tercih nedenlerinden sessizlik/dinginlik arayışı, huzur benzersizlik arayışı ve yöresel organik lezzetler arayışı boyutlarının ziyaretçi sayısı ve gelişmişlik düzeyine göre oluşturulan gruplara göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu sonuca göre 'I. grup, II. grup ve III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin, sakin şehir tercih nedenleri istatistiki bakımdan anlamlı farklılık gösterir' şeklinde oluşturulan H4 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 78'de gruplar itibariyle ziyaretçilerin sakin şehir tercih nedenlerinden bilgi ihtiyacını giderme boyutuna ilişkin tek yönlü varyans analizini gösteren kısım incelendiğinde, sakin

şehir tercih nedenlerinden bilgi ihtiyacını giderme boyutunun ziyaretçi sayısı ve gelişmişlik düzeyine göre oluşturulan gruplara göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır (f değeri=1.872, p=0.155>0.05). Bu sonuca göre, I. grup, II. grup ve III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin, sakin şehir tercih nedenlerinden bilgi ihtiyacını giderme boyutunun gruplar itibari ile istatistiki bakımdan anlamlı farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

Tablo 78'de gruplar itibariyle ziyaretçilerin sakin şehir tercih nedenlerinden etkileşim boyutuna ilişkin tek yönlü varyans analizini gösteren kısım incelendiğinde, sakin şehir tercih nedenlerinden etkileşim boyutunun ziyaretçi sayısı ve gelişmişlik düzeyine göre oluşturulan gruplara göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır (f değeri=1.864, p=0.156 > 0.05). Bu sonuca göre, I. grup, II. grup ve III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin sakin şehir tercih nedenlerinden etkileşim boyutunun gruplar itibari ile istatistiki bakımdan anlamlı farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

Tablo 78'de gruplar itibariyle ziyaretçilerin sakin şehir tercih nedenlerinden doğal/tarihi eserleri ziyaret boyutuna ilişkin tek yönlü varyans analizini gösteren kısım incelendiğinde, sakin şehir tercih nedenlerinden doğal/tarihi eserleri ziyaret boyutunun ziyaretçi sayısı ve gelişmişlik düzeyine göre oluşturulan gruplara göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır (f değeri=1.889, p=0.152 > 0.05). Bu sonuca göre I. grup, II. grup ve III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin sakin şehir tercih nedenlerinden doğal/tarihi eserleri ziyaret boyutunun gruplar itibari ile istatistiki bakımdan anlamlı farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

H4 hipotezinin kabul edilmesinin ardından varyansların homojen dağılımını gösteren Levene testi yapılarak sakin şehir tercih nedenleri altında oluşturulan boyutlardan sessizlik/dinginlik arayışı, huzur benzersizlik arayışı ve yöresel organik lezzetler arayışı boyutlarının araştırma kapsamında oluşturulan hangi gruplar arasında farklı olduğunu belirleyebilmek amacıyla Post-Hoc testlerinden faydalanılarak; varyansların homojen olduğu durumlarda uygulanan Tukey Testi ve varyansların homojen olmadığı durumlarda uygulanan Games-Howell testi sonuçları Tablo 79'da gösterilmektedir.

Tablo 79**:** Gruplar İtibariyle Ziyaretçilerin Sakin Şehir Tercih Nedenleri Boyutlarına İlişkin Post-Hoc Testleri Karşılaştırmalarını Gösteren Dağılım

Sessizlik/dinginlik (Games-Howell)	**Gruplar**	**Ortalamalar**	**Ortalamalar farkı**	**p**
20.000 altı ziyaretçi sayısı	20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı	1.3608	.18258*	.000
	50.000 üstü ziyaretçi sayısı		.05134	.318
20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı	20.000 altı ziyaretçi sayısı	1.1782	.18258*	.000
	50.000 üstü ziyaretçi sayısı		.13124*	.000
50.000 üstü ziyaretçi sayısı	20.000 altı ziyaretçi sayısı	1.3095	.05134	.318
	20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı		.13124*	.000
Huzur/benzersizlik (Games-Howell)	Gruplar	Ortalamalar	Ortalamalar farkı	p
20.000 altı ziyaretçi sayısı	20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı	1.6635	.39677*	.000
	50.000 üstü ziyaretçi sayısı		.50332*	.000
20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı	20.000 altı ziyaretçi sayısı	1.2667	.39677*	.000
	50.000 üstü ziyaretçi sayısı		.10655*	.000
50.000 üstü ziyaretçi sayısı	20.000 altı ziyaretçi sayısı	1.1602	.50332*	.000
	20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı		.10655*	.000
Yöresel/organik lezzetler (Games-Howell)	**Gruplar**	**Ortalamalar**	**Ortalamalar farkı**	**p**
20.000 altı ziyaretçi sayısı	20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı	2.5324	.21664	.114
	50.000 üstü ziyaretçi sayısı		.21757	.191
20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı	20.000 altı ziyaretçi sayısı	2.3158	.21664	.114
	50.000 üstü ziyaretçi sayısı		.43421*	.000
50.000 üstü ziyaretçi sayısı	20.000 altı ziyaretçi sayısı	2.7500	.21757	.191
	20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı		.43421*	.000

*Ortalamalar farkı 0.05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 78'de gruplar itibariyle ziyaretçilerin sakin şehir tercih nedenlerinden sessizlik/dinginlik arayışı boyutuna ilişkin tek yönlü varyans analizi gösteren kısım incelendiğinde, sakin şehir tercih nedenlerinden sessizlik/dinginlik arayışı boyutunun ziyaretçi sayısı ve gelişmişlik düzeyine göre oluşturulan gruplara göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (f değeri=17.137, p=0.000<0.05). Bu sonuca göre, I. grup, II. grup ve III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin, sakin şehir tercih nedenlerinden sessizlik/dinginlik arayışı boyutunun gruplar itibari ile istatistiki bakımdan anlamlı farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Varyansların homojen dağılımını gösteren Levene testi sonuçlarının 9.028 değer ile p=0.000<0.05 düzeyinde anlamlı olmadığı ve varyansların homojen olarak dağılmadığının tesbitinin ardından sessizlik/dinginlik arayışı boyutunun araştırma kapsamında oluşturulan hangi gruplar arasında farklı olduğunu belirleyebilmek amacı ile Post-Hoc testlerinden varyansların homojen olmadığı durumlarda uygulanan Games-Howell testi uygulanmış ve ziyaretçi sayısı 20.000'den az sakin şehirlerden birinde bulunan ziyaretçilerin, 20.000-50000 arası ve 50.000 üstü ziyaretçi tarafından ziyaret edilen sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilere göre daha yüksek oranda sakin şehirleri sessizlik/dinginlik arayışı boyutu altında yer alan değişkenler için tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Tablo 78'de gruplar itibariyle ziyaretçilerin sakin şehir tercih nedenlerinden huzur/benzersizlik arayışı boyutuna ilişkin tek yönlü varyans analizini gösteren kısım incelendiğinde, sakin şehir tercih nedenlerinden huzur/benzersizlik arayışı boyutunun ziyaretçi sayısı ve gelişmişlik düzeyine göre oluşturulan gruplara göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (f değeri=160.219, p=0.000<0.05). Bu sonuca göre I. grup, II. grup ve III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin, sakin şehir tercih nedenlerinden huzur/benzersizlik arayışı boyutunun gruplar itibari ile istatistiki bakımdan anlamlı farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Varyansların homojen dağılımını gösteren Levene testi sonuçlarının 13.764 değeri ile p=0.000<0.05 düzeyinde anlamlı olmadığı ve varyansların homojen olarak dağılmadığının tespitinin ardından huzur/benzersizlik arayışı boyutunun araştırma kapsamında oluşturulan hangi gruplar arasında farklı olduğunu belirleyebilmek amacıyla Post-Hoc testlerinden varyansların homojen olmadığı durumlarda uygulanan Games-Howell testi uygulanmış ve ziyaretçi sayısı 20.000'den az sakin şehirlerden birinde bulunan ziyaretçilerin, 20.000-50000 arası ve 50.000 üstü ziyaretçi tarafından ziyaret edilen sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilere göre daha yüksek oranda sakin şehirleri

huzur/benzersizlik arayışı boyutu altında yer alan değişkenler için tercih ettikleri tesbit edilmiştir.

Tablo 78'de gruplar itibariyle ziyaretçilerin sakin şehir tercih nedenlerinden yöresel/organik lezzetler arayışı boyutuna ilişkin varyans analizini gösteren kısım incelendiğinde, sakin şehir tercih nedenlerinden yöresel/organik lezzetler arayışı boyutunun ziyaretçi sayısı ve gelişmişlik düzeyine göre oluşturulan gruplara göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. (f değeri=7.327, p=0.001<0.05). Bu sonuca göre I. grup, II. grup ve III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin, sakin şehir tercih nedenlerinden yöresel/organik lezzetler arayışı boyutunun gruplar itibari ile istatistiki bakımdan anlamlı farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Varyansların homojen dağılımını gösteren Levene testi sonuçlarının 16.421 değeri ile p=0.000<0.05 düzeyinde anlamlı olmadığı ve varyansların homojen olarak dağılmadığının tespitinin ardından yöresel/organik lezzetler arayışı boyutunun araştırma kapsamında oluşturulan hangi gruplar arasında farklı olduğunu belirleyebilmek amacıyla Post-Hoc testlerinden varyansların homojen olmadığı durumlarda uygulanan Games-Howell testi uygulanmış ve ziyaretçi sayısı 50000'den fazla sakin şehirlerden birinde bulunan ziyaretçilerin, 20.000-50000 arası kişi tarafından ziyaret edilen sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilere göre daha yüksek oranda sakin şehirleri yöresel/organik lezzetler arayışı boyutu altında yer alan değişkenler için tercih ettikleri tesbit edilmiştir.

Araştırma kapsamında oluşturulan 'H5: I. grup, II. grup ve III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin, memnuniyet düzeyleri istatistiki bakımdan anlamlı farklılık gösterir' hipotezinin testine ait varyans analizi sonuçları Tablo 80' de yer almaktadır.

Tablo 80: Gruplar İtibariyle Ziyaretçilerin Sakin Şehirlerde Sunulan İmkânlara Yönelik Memnuniyet Düzeyi Algılamalarına İlişkin Varyans Analizini Gösteren Dağılım

	Varyans Kaynakları	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	f	p
Konaklama imkanları	Gruplar arası	2.026	2	1.013	1.819	.163
	Grup içi	332.472	597	.557		
Ulaşım imkanları	Gruplar arası	90.836	2	45.418	**84.083**	**.000**
	Grup içi	322.474	597	.540		
Yerel yönetim hizmetleri	Gruplar arası	5.293	2	2.647	**3.252**	**.039**
	Grup içi	485.887	597	.814		
Yöresel Yiyecek İçecek Hizmetleri	Gruplar arası	1.806	2	.903	2.569	.077
	Grup içi	209.898	597	.352		
Misafirperverlik	Gruplar arası	5.089	2	2.545	**8.701**	**.000**
	Grup içi	174.590	597	.292		
Doğal Tarihi Çekicilikler	Gruplar arası	7.117	2	3.559	**12.186**	**.000**
	Grup içi	174.349	597	.292		
Organik Yöresel Pazarlar	Gruplar arası	.779	2	.389	.513	.599
	Grup içi	453.201	597	.759		
Sağlık Hizmetleri	Gruplar arası	3.826	2	1.913	**8.320**	**.000**
	Grup içi	137.273	597	.230		
Dinlenme Alanları	Gruplar arası	15.867	2	7.933	**16.309**	**.000**
	Grup içi	290.406	597	.486		

*Ortalamalar farkı 0.05 düzeyinde anlamlıdır.

Gruplar itibariyle ziyaretçilerin sakin şehirlerde sunulan imkânlara yönelik memnuniyet düzeyi algılamalarına ilişkin tek yönlü varyans analizini gösteren Tablo 80 incelendiğinde, memnuniyet düzeyi algılamalarından ulaşım imkanları, yerel yönetim hizmetleri, misafirperverlik, doğal tarihi çekicilikler, sağlık hizmetleri ve dinlenme alanları boyutlarının ziyaretçi sayısı ve gelişmişlik düzeyine göre oluşturulan gruplara göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu sonuca göre 'I. grup, II. grup ve III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin, memnıniyet düzeyleri istatistiki bakımdan anlamlı farklılık gösterir' şeklinde oluşturulan H5 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 80'de gruplar itibariyle sakin şehirlerde sunulan imkânlardan konaklama imkânları boyutuna yönelik genel memnuniyet düzeyi algılamalarına ilişkin tek yönlü varyans analizini gösteren kısım incelendiğinde, sakin şehirlerde sunulan imkânlardan konaklama imkânları boyutunun ziyaretçi sayısı ve gelişmişlik düzeyine göre oluşturulan gruplara göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır (f değeri=1.819, p=0.163>0.05). Bu sonuca göre, I. grup, II. grup ve III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin, sakin şehirlerde sunulan imkânlardan konaklama imkânları boyutuna yönelik memnuniyet düzeyi algılamalarının gruplar itibari ile istatistiki bakımdan anlamlı farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

Tablo 80'de gruplar itibariyle ziyaretçilerin sakin şehirlerdeki yöresel yiyecek içecek hizmetleri boyutuna yönelik genel memnuniyet düzeyi algılamalarına ilişkin tek yönlü varyans analizini gösteren kısım incelendiğinde, sakin şehirlerdeki yöresel yiyecek içecek hizmetleri boyutunun, ziyaretçi sayısı ve gelişmişlik düzeyine göre oluşturulan gruplara göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır (f değeri=2.569 p=0.077 > 0.05). Bu sonuca göre, I. grup, II. grup ve III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin, sakin şehirlerdeki yöresel yiyecek içecek hizmetleri boyutuna yönelik memnuniyet düzeyi algılamalarının gruplar itibari ile istatistiki bakımdan anlamlı farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

Tablo 80'de gruplar itibariyle ziyaretçilerin sakin şehirlerdeki organik yöresel pazarlar boyutuna yönelik genel memnuniyet düzeyi algılamalarına ilişkin tek yönlü varyans analizini gösteren kısım incelendiğinde, sakin şehirlerdeki organik yöresel pazarlar boyutunun, ziyaretçi sayısı ve gelişmişlik düzeyine göre oluşturulan gruplara göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır (f değeri=0.513 p=0.599 > 0.05). Bu sonuca göre ''I. grup, II. grup ve III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin, sakin şehirlerdeki organik yöresel pazarlar boyutuna yönelik memnuniyet düzeyi algılamalarının gruplar itibari ile istatistiki bakımdan anlamlı farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

H5 hipotezinin kabul edilmesinin ardından varyansların homojen dağılımını gösteren Levene testi yapılarak sakin şehir tercih nedenleri altında oluşturulan boyutlardan ulaşım imkanları, yerel yönetim hizmetleri, misafirperverlik, doğal tarihi çekicilikler, sağlık hizmetleri ve dinlenme alanları boyutlarının araştırma kapsamında oluşturulan hangi gruplar arasında farklı olduğunu belirleyebilmek amacıyla Post-Hoc testlerinden faydalanılarak; varyansların homojen olduğu durumlarda uygulanan Tukey Testi ve

varyansların homojen olmadığı durumlarda uygulanan Games-Howell testi sonuçları Tablo 81'de gösterilmektedir

Tablo 81**:** : Gruplar İtibariyle Ziyaretçilerin Sakin Şehirlerde Sunulan İmkânlara Yönelik Memnuniyet Düzeyi Algılamaları Boyutlarına İlişkin Post-Hoc Testleri Karşılaştırmalarını Gösteren Dağılım

Ulaşım (Games-Howell)	**Gruplar**	**Ortalamalar**	**Ortalamalar farkı**	**p**
20.000 altı ziyaretçi sayısı	20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı	2.6878	.32891*	.000
	50.000 üstü ziyaretçi sayısı		.59560*	.000
20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı	20.000 altı ziyaretçi sayısı	3.0167	.32891*	.000
	50.000 üstü ziyaretçi sayısı		.92451*	.000
50.000 üstü ziyaretçi sayısı	20.000 altı ziyaretçi sayısı	2.0922	.59560*	.000
	20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı		.92451*	.000
Yerel Yönetim Hizmetleri (Tukey)	Gruplar	Ortalamalar	Ortalamalar farkı	p
20.000 altı ziyaretçi sayısı	20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı	2.0108	.16711	.159
	50.000 üstü ziyaretçi sayısı		.22602*	.036
20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı	20.000 altı ziyaretçi sayısı	1.8437	.16711	.159
	50.000 üstü ziyaretçi sayısı		.05891	.784
50.000 üstü ziyaretçi sayısı	20.000 altı ziyaretçi sayısı	1.7848	.22602*	.036
	20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı		.05891	.784
Misafirperverlik (Games-Howell)	Gruplar	Ortalamalar	Ortalamalar farkı	p
20.000 altı ziyaretçi sayısı	20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı	1.4937	.11251	.161
	50.000 üstü ziyaretçi sayısı		.22832*	.000
20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı	20.000 altı ziyaretçi sayısı	1.3812	.11251	.161
	50.000 üstü ziyaretçi sayısı		.11581	.053

50.000 üstü ziyaretçi sayısı	20.000 altı ziyaretçi sayısı	1.2654	.22832*	.000
	20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı		.11581	.053
Doğal tarihi çekicilikler	Gruplar	Ortalamalar	Ortalamalar farkı	p
(Tukey)				
20.000 altı ziyaretçi sayısı	20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı	1.5459	-.09520	.189
	50.000 üstü ziyaretçi sayısı		.16407*	.008
20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı	20.000 altı ziyaretçi sayısı	1.6411	.09520	.189
	50.000 üstü ziyaretçi sayısı		.25927*	.000
50.000 üstü ziyaretçi sayısı	20.000 altı ziyaretçi sayısı	1.3819	-.16407*	.008
	20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı		-.25927*	.000
	Gruplar	Ortalamalar	Ortalamalar farkı	p
Sağlık hizmetleri				
(Games-Howell)				
20.000 altı ziyaretçi sayısı	20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı	2.8865	.10155	.079
	50.000 üstü ziyaretçi sayısı		.09037	.172
20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı	20.000 altı ziyaretçi sayısı	2.9880	.10155	.079
	50.000 üstü ziyaretçi sayısı		.19192*	.000
50.000 üstü ziyaretçi sayısı	20.000 altı ziyaretçi sayısı	2.7961	.09037	.172
	20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı		.19192*	.000
Dinlenme Alanları	20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı	1.9865	.09175	.481
(Games-Howell)	50.000 üstü ziyaretçi sayısı		.38212*	.000
20.000-50.000 arası ziyaretçi	20.000 altı ziyaretçi sayısı	1.8947	-.09175	.481
	50.000 üstü ziyaretçi sayısı		.29037*	.000
50.000 üstü ziyaretçi sayısı	20.000 altı ziyaretçi sayısı	1.6044	-.38212*	.000
	20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı		-.29037*	.000

*Ortalamalar farkı 0.05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 80'de gruplar itibariyle ziyaretçilerin sakin şehirlerde sunulan imkânlardan ulaşım imkânları boyutuna yönelik genel memnuniyet düzeyi algılamalarına ilişkin tek yönlü varyans analizini gösteren kısım incelendiğinde, sakin şehirlerde sunulan imkânlardan ulaşım imkânları boyutunun, ziyaretçi sayısı ve gelişmişlik düzeyine göre oluşturulan gruplara göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (f değeri=84.083 p=0.000< 0.05). Bu sonuca göre, I. grup, II. grup ve III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin, sakin şehirlerde sunulan imkânlardan ulaşım imkânları boyutuna yönelik memnuniyet düzeyi algılamalarının gruplar itibari ile istatistiki bakımdan anlamlı farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Varyansların homojen dağılımını gösteren Levene testi sonuçlarının 13.256 değeri ile p=0.000<0.05 düzeyinde anlamlı olmadığı ve varyansların homojen olarak dağılmadığının tespitinin ardından sakin şehirlerde sunulan imkânlardan ulaşım imkanları boyutuna yönelik genel memnuniyet düzeyi algılamalarının araştırma kapsamında oluşturulan hangi gruplar arasında farklı olduğunu belirleyebilmek amacıyla Post-Hoc testlerinden varyansların homojen olmadığı durumlarda uygulanan Games-Howell testi uygulanmış ve ziyaretçi sayısı 20.000-50000 arası olan sakin şehirlerden birinde bulunan ziyaretçilerin, 20.000 'den az ve 50.000 üstü ziyaretçi tarafından ziyaret edilen sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilere göre daha yüksek oranda sakin şehirlerde sunulan ulaşım imkânlarından memnun kaldıkları tesbit edilmiştir.

Tablo 80'de gruplar itibariyle ziyaretçilerin sakin şehirlerde sunulan imkanlardan yerel yönetim hizmetleri boyutuna yönelik genel memnuniyet düzeyi algılamalarına ilişkin tek yönlü varyans analizini gösteren kısım incelendiğinde, sakin şehirlerdeki yerel yönetim hizmetleri boyutunun, ziyaretçi sayısı ve gelişmişlik düzeyine göre oluşturulan gruplara göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (f değeri=3.252 p=0.039< 0.05). Bu sonuca göre, I. grup, II. grup ve III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin, sakin şehirlerdeki yerel yönetim hizmetleri boyutuna yönelik memnuniyet düzeyi algılamalarının gruplar itibari ile istatistiki bakımdan anlamlı farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Varyansların homojen dağılımını gösteren Levene testi sonuçlarının 1.054 değeri ile p=0.349>0.05 düzeyinde anlamlı olduğu ve varyansların homojen olarak dağıldığının tespitinin ardından sakin şehirlerdeki yerel yönetim hizmetleri boyutuna yönelik genel memnuniyet düzeyi algılamalarının araştırma kapsamında oluşturulan hangi gruplar arasında farklı olduğunu belirleyebilmek amacıyla Post-Hoc testlerinden varyansların homojen olduğu durumlarda uygulanan Tukey testi uygulanmış ve ziyaretçi sayısı

20.000'den az olan sakin şehirlerden birinde bulunan ziyaretçilerin, 50.000 üstü ziyaretçi tarafından ziyaret edilen sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilere göre daha yüksek oranda sakin şehirlerdeki yerel yönetim hizmetlerinden memnun kaldıkları tesbit edilmiştir.

Tablo 80'de gruplar itibariyle ziyaretçilerin sakin şehirlerdeki misafirperverlik boyutuna yönelik genel memnuniyet düzeyi algılamalarına ilişkin kısım incelendiğinde, sakin şehirlerdeki misafirperverlik boyutunun, ziyaretçi sayısı ve gelişmişlik düzeyine göre oluşturulan gruplara göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (f değeri=8.701 p=0.000< 0.05). Bu sonuca göre I. grup, II. grup ve III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin sakin şehirlerdeki misafirperverliğe yönelik memnuniyet düzeyi algılamalarının gruplar itibari ile istatistiki bakımdan anlamlı farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Varyansların homojen dağılımını gösteren Levene testi sonuçlarının 10.591 değeri ile p=0.000< 0.05 düzeyinde anlamlı olmadığı ve varyansların homojen olarak dağılmadığının tespitinin ardından sakin şehirlerde misafirperverliğe yönelik genel memnuniyet düzeyi algılamalarının araştırma kapsamında oluşturulan hangi gruplar arasında farklı olduğunu belirleyebilmek amacıyla Post-Hoc testlerinden varyansların homojen olmadığı durumlarda uygulanan Games-Howell testi uygulanmış ve ziyaretçi sayısı 20.000'den az sakin şehirlerden birinde bulunan ziyaretçilerin, 50.000'den fazla ziyaretçi tarafından ziyaret edilen sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilere göre daha yüksek oranda sakin şehirlerdeki misafirperverlikten memnun kaldıkları tesbit edilmiştir.

Tablo 80'de gruplar itibariyle ziyaretçilerin sakin şehirlerdeki doğal tarihi çekicilikler boyutuna yönelik genel memnuniyet düzeyi algılamalarına ilişkin tek yönlü varyans analizini gösteren kısım incelendiğinde, sakin şehirlerdeki doğal tarihi çekicilikler boyutuna yönelik memnuniyet düzeyi algılamalarının, ziyaretçi sayısı ve gelişmişlik düzeyine göre oluşturulan gruplara göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (f değeri=12.186, p=0.000< 0.05). Bu sonuca göre I. grup, II. grup ve III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin sakin şehirlerdeki doğal tarihi çekicilikler boyutuna yönelik memnuniyet düzeyi algılamalarının gruplar itibari ile istatistiki bakımdan anlamlı farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Varyansların homojen dağılımını gösteren Levene testi sonuçlarının 0.446 değeri ile p=0.641>0.05 düzeyinde anlamlı olduğu ve varyansların homojen olarak dağıldığının tespitinin ardından sakin şehirlerdeki doğal tarihi çekicilikler boyutuna yönelik genel memnuniyet düzeyi algılamalarının araştırma kapsamında oluşturulan hangi gruplar arasında farklı olduğunu belirleyebilmek amacıyla Post-Hoc

testlerinden varyansların homojen olduğu durumlarda uygulanan Tukey testi uygulanmış ve ziyaretçi sayısı 20.000-50000 arası olan sakin şehirlerden birinde bulunan ziyaretçilerin, 20.000 'den az ve 50.000 üstü ziyaretçi tarafından ziyaret edilen sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilere göre daha yüksek oranda sakin şehirlerde bulunan doğal tarihi çekiciliklerden memnun kaldıkları tesbit edilmiştir.

Tablo 80'de gruplar itibariyle ziyaretçilerin sakin şehirlerdeki sağlık hizmetleri boyutuna yönelik genel memnuniyet düzeyi algılamalarına ilişkin tek yönlü varyans analizini gösteren kısım incelendiğinde, sakin şehirlerdeki sağlık hizmetleri boyutunun, ziyaretçi sayısı ve gelişmişlik düzeyine göre oluşturulan gruplara göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (f değeri=8.320, p=0.000< 0.05). Bu sonuca göre, I. grup, II. grup ve III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin sakin şehirlerdeki sağlık hizmetleri boyutuna yönelik genel memnuniyet düzeyi algılamalarının gruplar itibari ile istatistiki bakımdan anlamlı farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Varyansların homojen dağılımını gösteren Levene testi sonuçlrının 13.646 değeri ile p=0.000<0.05 düzeyinde anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmış ve varyansların homojen olarak dağılmadığının tespitinin ardından sakin şehirlerdeki sağlık hizmetleri boyutuna yönelik genel memnuniyet düzeyi algılamalarının araştırma kapsamında oluşturulan hangi gruplar arasında farklı olduğunu belirleyebilmek amacıyla Post-Hoc testlerinden varyansların homojen olmadığı durumlarda uygulanan Games-Howell testi uygulanmış ve ziyaretçi sayısı 20.000-50.000 arası olan sakin şehirlerden birinde bulunan ziyaretçilerin, 50.000 üstü ziyaretçi tarafından ziyaret edilen sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilere göre daha yüksek oranda sakin şehirlerdeki sağlık hizmetlerinden memnun kaldıkları tesbit edilmiştir.

Tablo 80'de gruplar itibariyle ziyaretçilerin sakin şehirlerdeki dinlenme alanları boyutuna yönelik genel memnuniyet düzeyi algılamalarına ilişkin tek yönlü varyans analizini gösteren kısım incelendiğinde, sakin şehirlerdeki dinlenme alanları boyutunun, ziyaretçi sayısı ve gelişmişlik düzeyine göre oluşturulan gruplara göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (f değeri=16.309, p=0.000< 0.05). Bu sonuca göre, I. grup, II. grup ve III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin, sakin şehirlerdeki dinlenme alanları boyutuna yönelik genel memnuniyet düzeyi algılamalarının gruplar itibari ile istatistiki bakımdan anlamlı farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Varyansların homojen dağılımını gösteren Levene testi sonuçlarının 3.724 değeri ile p=0.025< 0.05 düzeyinde anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmış ve varyansların homojen olarak dağılmadığının tespitinin

ardından sakin şehirlerdeki dinlenme alanları boyutuna yönelik genel memnuniyet düzeyi algılamalarının araştırma kapsamında oluşturulan hangi gruplar arasında farklı olduğunu belirleyebilmek amacıyla Post-Hoc testlerinden varyansların homojen olmadığı durumlarda uygulanan Games-Howell testi uygulanmış ve ziyaretçi sayısı 20.000'den az olan sakin şehirlerden birinde bulunan ziyaretçilerin, 20.000-50000 arası ve 50.000 üstü ziyaretçi tarafından ziyaret edilen sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilere göre daha yüksek oranda sakin şehirlerdeki dinlenme alanlarından memnun kaldıkları anlaşılmaktadır.

Araştırma kapsamında oluşturulan 'H6: Ziyaretçilerin genel memnuniyet düzeyi algılamaları ziyaretçilerin sosyo-demografik özelliklerinden medeni hal, yaş aralığı, öğrenim düzeyi, ve tatil bütçesine göre istatistiki bakımdan birbirinden farklıdır.' hipotezinin testine ait varyans analizi sonuçları Tablo 82'de yer almaktadır.

Tablo 82**:** Ziyaretçilerin Medeni Hallerine Göre Sakin Şehirlerdeki Genel Memnuniyet Düzeyi Algılamalarına İlişkin Varyans Analizini Gösteren Dağılım

	Varyans Kaynakları	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	f	p
Bekar	Gruplar arası	3.282	2	1.641	11.267	.000
Evli	Grup içi	86.948	597	.146		
Boşanmış						

Ziyaretçilerin medeni hallerine göre sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyi algılamalarına ilişkin tek yönlü varyans analizini gösteren tablo incelendiğinde, ziyaretçilerin medeni halleri ile sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyi algılamalarının farklı olduğu anlaşılmaktadır (f değeri=11.267, p=0.000< 0.05). Bu sonuca göre 'ziyaretçilerin medeni hallerine göre sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyleri algılamaları istatistiki bakımdan birbirinden farklıdır' şeklinde oluşturulan H6a hipotezi kabul edilmiştir. H6a hipotezinin kabul edilmesinin ardından varyansların homojen dağılımını gösteren Levene testi yapılmış ve Levene testinin 3.120 değeri ile p=0.045< 0.05 düzeyinde anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Varyansların homojen olarak dağılmadığının tespitinin ardından ziyaretçilerin sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyi algılamalarının hangi medeni duruma göre farklı olduğunu belirleyebilmek amacıyla Post-Hoc testlerinden varyansların homojen olmadığı durumlarda uygulanan Games-Howell testi uygulanmıştır

Tablo 83**:** Ziyaretçilerin Medeni Hallerine Göre Sakin Şehirlerdeki Genel Memnuniyet Düzeyi Algılamalarına İlişkin Games-Howell Testi Karşılaştırmasını Gösteren Dağılım

	Gruplar	Ortalamalar	Ortalamalar farkı	p
Bekar	Evli	2.1024	.14755*	.000
	Boşanmış		.15238*	.015
Evli	Bekar	1.9548	.14755*	.000
	Boşanmış		.00483	.995
Boşanmış	Evli	1.9500	.15238*	.015
	Bekar		.00483	.995

Tablo 83 incelendiğinde, araştırmaya katılan ve medeni hali bekâr olan ziyaretçilerin, evli ve boşanmış ziyaretçilere göre sakin şehirlerden daha fazla memnun oldukları anlaşılmaktadır.

Tablo 84**:** Ziyaretçilerin Yaş Aralıklarına Göre Sakin Şehirlerdeki Genel Memnuniyet Düzeyi Algılamalarına İlişkin Varyans Analizini Gösteren Dağılım

	Varyans Kaynakları	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	f	p
19-40 yaş arası	Gruplar arası	11.066	2	5.533	41.724	.000
41- 53 yaş arası						
54 yaş ve üzeri	Grup içi	79.164	597	.133		

Ziyaretçilerin yaş aralıklarına göre sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyi algılamalarına ilişkin tek yönlü varyans analizini gösteren tablo incelendiğinde, ziyaretçilerin yaş aralıklarına göre sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyi algılamalarının farklı olduğu anlaşılmaktadır (f değeri=41.724, p=0.000< 0.05). Bu sonuca göre 'ziyaretçilerin yaş aralıklarına göre sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyleri algılamaları istatistiki bakımdan birbirinden farklıdır' şeklinde oluşturulan H6b hipotezi kabul edilmiştir. H6b hipotezinin kabul edilmesinin ardından varyansların homojen dağılımını gösteren Levene testi yapılmış ve Levene testinin 13.332 değeri ile p=0.000< 0.05 düzeyinde anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Varyansların homojen olarak dağılmadığının tespitinin ardından ziyaretçilerin sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyi algılamalarının hangi yaş aralığına göre farklı olduğunu belirleyebilmek amacıyla Post-Hoc testlerinden varyansların homojen olmadığı durumlarda uygulanan Games-Howell testi uygulanmıştır

Tablo 85**:** Ziyaretçilerin Yaş Aralıklarına Göre Sakin Şehirlerdeki Genel Memnuniyet Düzeyi Algılamalarına İlişkin Games-Howell Testi Karşılaştırmasını Gösteren Dağılım

	Gruplar	Ortalamalar	Ortalamalar farkı	p
19-40 yaş arası	41- 53 yaş arası	2.1255	.22385*	.000
	54 yaş ve üzeri		.35658*	.000
41- 53 yaş arası	19-40 yaş arası	1.9017	.22385*	.000
	54 yaş ve üzeri		.13273*	.003
54 yaş ve üzeri	19-40 yaş arası	1.7689	.35658*	.000
	41- 53 yaş arası		.13273*	.003

Tablo 85 incelendiğinde, araştırmaya katılan ve 19-40 yaş aralığında olan ziyaretçilerin, 41-53 yaş aralığı ve 54 yaş ve üzeri ziyaretçilere göre sakin şehirlerden daha fazla memnun oldukları anlaşılmaktadır.

Tablo 86**:** Ziyaretçilerin Öğrenim Durumlarına Göre Sakin Şehirlerdeki Genel Memnuniyet Düzeyi Algılamalarına İlişkin Varyans Analizini Gösteren Dağılım

	Varyans Kaynakları	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	f	p
İlköğretim						
	Gruplar arası	1.677	4	.419		
Ortaöğretim ve Lise					2.817	.025
Önlisans		88.553	595	.149		
Lisans	Grup içi					
Lisansüstü						

Tablo 86 incelendiğinde, ziyaretçilerin öğrenim durumlarına göre sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyi algılamalarının farklı olduğu anlaşılmaktadır (f değeri=2.817, p=0.025< 0.05). Bu sonuca göre ‘‘ziyaretçilerin öğrenim durumlarına göre sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyleri algılamaları istatistiki bakımdan birbirinden farklıdır’ şeklinde oluşturulan H6c hipotezi kabul edilmiştir. H6c hipotezinin kabul edilmesinin ardından varyansların homojen dağılımını gösteren Levene testi yapılmış ve Levene testinin 2.817 değeri ile p=0.025< 0.05 düzeyinde anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Varyansların homojen olarak dağılmadığının tespitinin ardından ziyaretçilerin sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyi algılamalarının hangi öğrenim durumuna göre farklı olduğunu belirleyebilmek amacıyla Post-Hoc testlerinden varyansların homojen olmadığı durumlarda uygulanan Games-Howell testi uygulanmıştır

Tablo 87**:** Ziyaretçilerin Öğrenim Durumlarına Göre Sakin Şehirlerdeki Genel Memnuniyet Düzeyi Algılamalarına İlişkin Games-Howell Testi Karşılaştırmasını Gösteren Dağılım

	Gruplar	Ortalamalar	Ortalamalar farkı	p
İlköğretim	Ortaöğr. ve Lise	2.1040	.19881	.656
	Önlisans		.02114	1.000
	Lisans		.06687	.989
	Lisansüstü		.12548	.899
Ortaöğr ve Lise	İlköğretim	1.9052	.19881	.656
	Önlisans		.17767*	.019
	Lisans		.13195	.083
	Lisansüstü		.07334	.651
Önlisans	İlköğretim	2.0829	.02114	1.000
	Ortaöğr. ve Lise		.17767*	.019
	Lisans		.04573	.821
	Lisansüstü		.10433	.156
Lisans	İlköğretim	2.0371	.06687	.989
	Ortaöğr. ve Lise		.13195	.083
	Önlisans		.04573	.821
	Lisansüstü		.05861	.539
Lisansüstü	İlköğretim	1.9785	.12548	.899
	Ortaöğr. ve Lise		.07334	.651
	Önlisans		.10433	.156
	Lisans		.05861	.539

Tablo 87 incelendiğinde, araştırmaya katılan ortaöğretim ve lise düzeyinde öğrenime sahip ziyaretçilerin, ön lisans düzeyinde öğrenime sahip ziyaretçilere göre sakin şehirlerden daha fazla memnun oldukları anlaşılmaktadır.

Tablo 88**:** Ziyaretçilerin Tatil İçin Ayırdıkları Bütçeye Göre Sakin Şehirlerdeki Genel Memnuniyet Düzeyi Algılamalarına İlişkin Varyans Analizini Gösteren Dağılım

	Varyans Kaynakları	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	f	p
%20 ve altı	Gruplar arası	2.382	2	1.191	8.094	.000
%21-%40						
Düzenli bütçe ayırmam	Grup içi	87.848	597	.147		

Tablo 88 incelendiğinde, ziyaretçilerin tatil için ayırdıkları bütçeye göre sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyi algılamalarının farklı olduğu anlaşılmaktadır (f değeri=8.094, p=0.000< 0.05). Bu sonuca göre ‘‘ziyaretçilerin tatil için ayırdıkları bütçeye göre sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyleri algılamaları istatistiki bakımdan birbirinden farklıdır’ şeklinde oluşturulan H6d hipotezi kabul edilmiştir. H6d hipotezinin kabul edilmesinin ardından varyansların homojen dağılımını gösteren Levene testi yapılmış ve Levene testinin 0.381 değeri ile p=0.683>0.05 düzeyinde anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Varyansların homojen olarak dağıldığının tespitinin ardından ziyaretçilerin sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyi algılamalarının tatil içim ayrılan hangi bütçe miktarına göre farklı olduğunu belirleyebilmek amacıyla Post-Hoc testlerindenvaryansların homojen olduğu durumlarda uygulanan Tukey testi uygulanmıştır.

Tablo 89**:** Ziyaretçilerin Tatil İçin Ayırdıkları Bütçeye Göre Sakin Şehirlerdeki Genel Memnuniyet Düzeyi Algılamalarına İlişkin Tukey Testi Karşılaştırmasını Gösteren Dağılım

	Gruplar	Ortalamalar	Ortalamalar farkı	p
%20 ve altı	%21-%40	1.9932	.01910	.988
	Düzenli bütçe ayırmam		.16679*	.000
%21-%40	%20 ve altı	2.0123	.01910	.988
	Düzenli bütçe ayırmam		.14769	.524
Düzenli bütçe ayırmam	%20 ve altı	2.1600	.16679*	.000
	%21-%40		.14769	.524

*Ortalamalar farkı 0.05 düzeyinde anlamlıdır

Tablo 89 incelendiğinde, araştırmaya katılan ve tatil için düzeni bütçe ayırmam cevabını veren ziyaretçilerin, yıllık gelirinin %20 ve altını tatil bütçesi olarak kullanan ziyaretçilere göre sakin şehirlerden daha fazla memnun oldukları anlaşılmaktadır

Araştırma kapsamında oluşturulan ‘H7: Ziyaretçilerin sakin şehirleri gelecekte tekrar ziyaret etme niyetleri gruplar itibari ile istatistiki bakımdan birbirinden farklıdır’ hipotezinin testine ait varyans analizi sonuçları Tablo 90‘da yer almaktadır.

Tablo 90: Gruplar İtibariyle Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizini Gösteren Dağılım

	Varyans Kaynakları	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	f	p
20.000 altı ziyaretçi sayısı	Gruplar arası	14.175	2	7.088	23.468	.000
20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı	Grup içi	180.297	597	.302		
50.000 üstü ziyaretçi sayısı						

Gruplar itibariyle ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyetlerine ilişkin tek yönlü varyans analizini gösteren gösteren tablo incelendiğinde, sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin geleceğe yönelik sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyetlerinin ziyaretçi sayısı ve gelişmişlik düzeyine göre oluşturulan gruplara göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (f değeri=23.648, p=0.000< 0.05). Bu sonuca göre ‘‘ziyaretçilerin sakin şehirleri gelecekte tekrar ziyaret etme niyetleri gruplar itibari ile istatistiki bakımdan birbirinden farklıdır’ şeklinde oluşturulan H7 hipotezi kabul edilmiştir. H7 hipotezinin kabul edilmesinin ardından varyansların homojen dağılımını gösteren Levene testi yapılmış ve Levene testinin 17.386 değeri ile p=0.020< 0.05 düzeyinde anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Varyansların homojen olarak dağılmadığının tespitinin ardından ziyaretçilerin sakin şehirleri gelecekte tekrar ziyaret etme niyetlerine yönelik araştırma kapsamında oluşturulan hangi gruplar arasında farklı olduğunu belirleyebilmek amacıyla Post-Hoc testlerinden varyansların homojen olmadığı durumlarda uygulanan Games-Howell testi uygulanmıştır

Tablo 91**:** Gruplar İtibariyle Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine İlişkin Games-Howell Testi Karşılaştırmasını Gösteren Dağılım

	Gruplar	Ortalamalar	Ortalamalar farkı	p
20.000 altı ziyaretçi sayısı	20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı	1.2961	.10235	.246
	50.000 üstü ziyaretçi sayısı		.36605*	.000
20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı	20.000 altı ziyaretçi sayısı	1.5598	.10235	.246
	50.000 üstü ziyaretçi sayısı		.26369*	.000
50.000 üstü ziyaretçi sayısı	20.000 altı ziyaretçi sayısı	1.6622	.36605*	.000
	20.000-50000 arası ziyaretçi sayısı		.26369*	.000

*Ortalamalar farkı 0.05 düzeyinde anlamlıdır

Tablo 91 incelendiğinde ziyaretçi sayısı 50.000'den fazla olan sakin şehirde bulunan ziyaretçilerin, 20.000'den az ve 20.000-50.000 arası ziyaretçi tarafından ziyaret edilen sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilere göre daha yüksek oranda gelecekte sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyetinde oldukları anlaşılmaktadır.

Aşağıdaki tabloda araştırma değişkenleri ve hipotezlerinin gösterildiği şemada yer alan hipotezlere ait test sonuçları yer almaktadır.

Tablo 92**:** Araştırma Değişkenleri ve Hipotezlerinin Gösterildiği Şemada Yer Alan Hipotezlerin Test Sonuçları

Araştırma Hipotezleri	Sonuç
H1: Ziyaretçilerin çevresel duyarlılığa sahip olmaları ile sakin şehirleri tercih etme nedenleri arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H1a: Ziyaretçilerin çevresel duyarlılığa sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden bilgi/ ihtiyacını giderme boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H1b: Ziyaretçilerin çevresel duyarlılığa sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden sessizlik/dinginlik arayışı boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H1c: Ziyaretçilerin çevresel duyarlılığa sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden huzur/benzersizlik arayışı boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H1d: Ziyaretçilerin çevresel duyarlılığa sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden etkileşim boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H1e: Ziyaretçilerin çevresel duyarlılığa sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden yöresel/organik lezzetler arayışı boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H1f: Ziyaretçilerin çevresel duyarlılığa sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden doğal/tarihi eserleri ziyaret boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H2: Ziyaretçilerin küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile sakin şehirleri tercih etme nedenleri arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H2a: Ziyaretçilerin küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden bilgi ihtiyacını giderme boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H2b: Ziyaretçilerin küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden sessizlik/dinginlik arayışı boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H2c: Ziyaretçilerin küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden huzur/benzersizlik arayışı boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H2d: Ziyaretçilerin küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden etkileşim boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H2e: Ziyaretçilerin küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden yöresel/organik lezzetler arayışı boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H2f: Ziyaretçilerin küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile sakin şehir tercih nedenlerinden doğal/tarihi eserleri ziyaret boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H3: Sakin şehri ziyaret eden ziyaretçilerin sakin şehirlerde sunulan hizmetlere yönelik genel memnuniyet algısı ile sakin şehri tekrar ziyaret etme niyeti arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul

H3a: Ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile sakin şehirlerdeki konaklama imkânları boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H3b: Ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile sakin şehirlerdeki ulaşım imkânları boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H3c: Ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile sakin şehirlerdeki yerel yönetim hizmetleri boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H3d: Ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile sakin şehirlerdeki yöresel yiyecek içecek boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H3e: Ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile sakin şehirlerdeki misafirperverlik boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H3f: Ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile sakin şehirlerdeki doğal ve tarihi çekicilikler boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H3g: Ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile sakin şehirlerdeki organik yöre pazarı boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H3h: Ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile sakin şehirlerdeki sağlık hizmetleri boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H3ı: Ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile sakin şehirlerdeki dinlenme alanları boyutu arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır	Kabul
H4: I. grup (Yenipazar, Taraklı, Perşembe, Vize, Yalvaç, Halfeti ve Şavşat), II. grup (Gökçeada ve Akyaka) ve III. grupta (Sefrihisar) yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin, sakin şehir tercih nedenleri istatistiki bakımdan anlamlı farklılık gösterir.	Kabul
H5: I. grup (Yenipazar, Taraklı, Perşembe, Vize, Yalvaç, Halfeti ve Şavşat), II. grup (Gökçeada ve Akyaka) ve III. grupta (Sefrihisar) yer alan sakin şehirleri ziyaret eden eden turistlerin, memnıniyet düzeyleri istatistiki bakımdan anlamlı farklılık gösterir.	Kabul
H6: Ziyaretçilerin genel memnuniyet düzeyi algılamaları ziyaretçilerin sosyo-demografik özelliklerinden medeni hal, yaş aralığı, öğrenim düzeyi, ve tatil bütçesine göre istatistiki bakımdan birbirinden farklıdır	Kabul
H6a: Ziyaretçilerin medeni hallerine göre sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyleri algılamaları istatistiki bakımdan birbirinden farklıdır	Kabul
H6b: Ziyaretçilerin yaş aralıklarına göre sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyleri algılamaları istatistiki bakımdan birbirinden farklıdır	Kabul
H6c: Ziyaretçilerin öğrenim durumlarına göre sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyleri algılamaları istatistiki bakımdan birbirinden farklıdır	Kabul
H6d: Ziyaretçilerin tatil için ayırdıkları bütçeye göre sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyleri algılamaları istatistiki bakımdan birbirinden farklıdır	Kabul
H7: I. grup (Yenipazar, Taraklı, Perşembe, Vize, Yalvaç, Halfeti ve Şavşat), II. grup (Gökçeada ve Akyaka) ve III. grupta (Sefrihisar) yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin,sakin şehirleri gelecekte tekrar ziyaret etme niyetleri gruplar itibari ile istatistiki bakımdan birbirinden farklıdır.	Kabul

3.9. Salyangoz Logosuna Sahip Olmanın Üye Şehirlerde Meydana Getirdiği Değişimler: Türkiye'de Sakin Şehir Ağında Yer Alan Sakin Şehir Temsilcilerinin Türkiye'deki Sakin Şehirlerin Dünü, Bugünü ve Geleceğine Yönelik Değerlendirilmeleri

Dünyada ve Türkiye'de sakin şehirleri konu edinen araştırmalar incelendiğinde, özellikle Türkiye'de yapılan araştırmalarda sakin şehir olgusunun genelde tek bir boyut itibari ile ele alındığı tespit edilmiştir. İtalya'da 1999 yılında yerel bir hareket olarak başlayan ve günümüzde 30 ülkeden 213 kentin üyesi olduğu sakin şehir yaklaşımı derinlemesine analiz edildiğinde, sakin şehir olgusunun etkileri itibari ile tek bir boyut altında açıklanamayacak kadar geniş bir etki alanına sahip olduğu görülmektedir. Bu bağlamda; araştırma sonuçlarının farklı boyutlar itibariyle ele alınıp yorumlanabilmesi, sakin şehirlerdeki mevcut durumun belirlenmesi ve eksikliklerin giderilmesi amacıyla araştırmaya sakin şehirleri ziyaret eden ziyaretçilerin yanı sıra, sakin şehir adaylık başvurusundan itibaren sürecin içerisinde bulunan, Sakin Şehir Birliği ile sürekli iletişim halinde olarak sakin şehir üyeliğinin devam etmesi için çalışmalarda bulunan ve aynı zamanda sakin şehir olmanın etkilerini birebir gözlemleyerek yaşayan kişiler olarak sakin şehirlerde yöneticilik yapan ve sakin şehir temsilcisi sıfatıyla hizmet veren kişilerinde araştırmaya dâhil edilmesine karar verilmiştir. Araştırma amaçları doğrultusunda turistlerin Türkiye'de bulunan sakin şehirleri ziyaret etmeye iten faktörler araştırılarak, bu faktörlerin ne ölçüde memnuniyete dönüştüğü ve oluşan memnuniyetin tekrar ziyaret etme niyetine dönüşüp dönüşmeyeceğinin belirlenmesinde nicel araştırma yöntemleri, sakin şehir yaklaşımının Türkiye'deki uygulanış şekli ve mevcut durumun belirlenmesine ilişkin sakin şehir temsilcilerine yönelik olarak nitel araştırma yöntemlerinden faydalanılmıştır. Nitel araştırma kapsamında, uzman görüşü doğrultusunda önceden hazırlanmış sorulardan oluşan yapılandırılmış bir formla Türkiye'de sakin şehir ağında yer alan merkezlerin sakin şehir temsilcileri ile 01.03.2016 ve 01.05.2016 tarihleri arasında mülakat yöntemi kullanılarak sakin şehir logo ve markasına sahip yöneticiliklerini yaptıkları sakin şehirlerde meydana getirdiği olgusal değişiklikler hakkında bireysel bir şekilde yüz yüze görüşülerek elde edilen bilgiler kaydedilmiştir.

2014 yerel yönetim yasası kapsamında Akyaka belediyesinin belediyecilik faaliyetlerine son verilmesi ve mahalle olarak Ula ilçesine bağlanması neticesinde Akyaka mahallesinde sakin şehir ile ilgili herhangi bir birim faaliyet göstermektedir. Bu nedenle Akyaka'da

sakin şehir temsilcisi bulunmadığı için araştırmaya dâhil edilmemiş ve araştırma kapsamındaki mülakatlar diğer sakin şehir temsilcileri ile yapılmıştır. Araştırmanın bu bölümü sakin şehir temsilcilerine sorulan sorulara yönelik cevap ve değerlendirmelerinden oluşmaktadır. Ayrıca sakin şehir temsilcilerinin görüşlerini almak için oluşturulan soru formu ekler bölümünde yer almaktadır. Nitel araştırma kapsamında elde edilen bilgiler Türkiye'de bulunan sakin şehirlerde yönetimsel anlamda mevcut durumun belirlenmesi, iyileştirilmesi, eksikliklerin giderilebilmesi ve ziyaretçilere daha kaliteli hizmet verilebilmesi adına sakin şehir ağına üye ve aday kentlerin yerel yönetimleri tarafından çizilecek yeni yol haritalarının belirlenmesi için görüş bildirecek olması bakımından önem taşımaktadır. Belirli bir program dahilinde farklı tarihlerde yüz yüze görüşülerek sakin şehir temsilcilerine yöneltilen sorular şu şekildedir.

1. Sakin şehir logosuna sahip olmak belediyeniz için ne anlam ifade etmektedir?
2. Sakin şehir ile ilgili faaliyetler daha çok hangi alanda kendisini göstermektedir?
3. Yerel yönetim faaliyetleriniz içerisinde sakin şehir faaliyetleri ile ilgilenen yöneticisi olduğunuz ya da başka birini görevlendirdiğiniz herhangi bir biriminiz var mı?
4. Sakin şehir logosuna ve sakin şehir uygulamalarına yerel halkın tepkisi ne şekildedir?
5. Sakin şehir logosuna ve sakin şehir uygulamalarına yerel esnafın tepkisi ne şekildedir?
6. Sakin şehir logosunu takmaya hak kazanan yöneticilik yaptığınız şehirde turizm alanındaki yatırımlarda bir artıştan bahsetmek mümkün müdür?
7. Sakin Şehir Birliği'ne üye olduktan sonra yöneticilik yaptığınız şehirde yerel yönetim hizmetleri standardınızda meydana gelen değişiklikler ne şekildedir?
8. Sakin Şehir Birliği'ne üye olduktan sonra sizle irtibata geçmek isteyen uluslararası çevreci örgütler oldu mu?
9. Sakin şehir olduktan sonra ziyaretçi sayılarınızda artış meydana geldi mi?
10. Sakin şehir olduktan sonra ziyaretçi profilinizde gözlenen değişiklikler nelerdir?
11. Sakin şehir adaylık sürecinden itibaren ve birliğe üye olduktan sonraki süreçte yerel ve uluslararası basının ilgisi hakkında bilgi verebilir misiniz?

12. Sakin şehir kapsamında gelecekte planladığınız projeler nelerdir?

13. Sakin şehir adaylık sürecinde olan kent yöneticilerine tavsiyeleriniz nelerdir?

Nitel araştırma kapsamında yukarıda yer alan sorulara yönelik sakin şehir temsilcilerinin değerlendirme ve cevapları şu şekildedir.

Seferihisar sakin şehir temsilcisi Sn. Candaş Balta'nın araştırma kapsamında kendisine yöneltilen sorular ile ilgili görüş ve değerlendirmeleri şu şekildedir (Mülakat tarihi: 25.03.2015):

'Sakin şehir logosuna sahip olmak belediyeniz için ne anlam ifade etmektedir?' şeklinde kendisine yöneltilen ilk soruyla ilgili, sakin şehir logosunun uluslararası mana ve içeriğe sahip sadece o hakkı elde edebilen yerel yönetimlerin kullanılabildiği ve yavaşlığı simgeleyen özel bir logo olduğunu belirtmiştir. Ayrıca, Seferihisar Belediyesi ve halkı olarak ülkeye bu gururu yaşatmanın önemini vurgulayarak, sakin şehir logosunun Seferihisar'ı ziyarette bulunan kişilere ilçede hayatın sakin sessiz ve huzurlu olduğunu hiçbir şey demeden beyan eden bir teminat niteliğinde olduğunu belirtmiştir. Salyangoz logosunu kullanmak, Seferihisar kültürünü, geleneklerini, yöresel tatlarını küreselleşmenin olumsuz etkilerinden koruyabilmek, Seferihisar'da yaşayan halka ve ziyaretçilere temiz caddeler, doğal alanlar ve geleceğimiz olan çocuklara yaşanabilir bir Seferihisar sunma anlamına geldiği hususunda görüş bildirmiştir.

'Sakin şehir ile ilgili faaliyetler daha çok hangi alanda kendisini göstermektedir?' şeklinde kendisine yöneltilen ikinci soruyla ilgili, Türkiye'de her bölge hatta her yörenin kendisine ait yerel kalkınma modellerinin mevcut olduğuna, Seferihisar'da yerel kalkınma araçları olarak tarım ve turizm sektörlerinin ön plana çıktığını ve özellikle Sakin Şehir Birliği üyeliğinin ardından organik tarım uygulamalarının daha da önemli hale gelerek özellikle tarımsal kooperatiflerin kurulup aracıların ortadan kaldırılması yoluyla yöre halkının kısa süre içerisinde ürettikleri ürünlerde daha fazla kar elde ettiklerini ve üreticilerin Seferihisar'da sakin şehir ile ilgili faaliyetlerin daha çok ekolojik sürdürülebilirlik kapsamında tarımsal alanda hissedildiği hususunda değerlendirmelerde bulunmuştur.

'Yerel yönetim faaliyetleriniz içerisinde sakin şehir faaliyetleri ile ilgilenen yöneticisi olduğunuz ya da başka birini görevlendirdiğiniz herhangi bir biriminiz var mı? şeklinde kendisine yöneltilen üçüncü soruyla ilgili, Seferihisar Belediye başkanı Sn. Tunç

Soyer'in liderliğinde çok yoğun bir şekilde faaliyetlerin sürdürüldüğünü, aynı zamanda sakin şehir Türkiye sekretarya görevini de bizzat şahsen başında bulunduğu birim ile birlikte sürdürdüklerini ve Türkiye'de Sakin Şehir Birliği'ne üye olmak isteyen bütün aday kentlerin başvuru ve değerlendirme işlemlerinin de Seferihisar belediyesi bünyesindeki birim tarafından takip edildiği hususunda değerlendirmelerde bulunmuştur.

'Sakin şehir logosuna ve sakin şehir uygulamalarına yerel halkın tepkisi ne şekildedir?' şeklinde kendisine yöneltilen dördüncü soruyla ilgili, Sakin Şehir Birliği'ne üyeliğin ardından, yerel halkta bir takım endişelerin gözlemlendiğini, logonun salyangoz şeklinde olmasının ilk başlarda halk arasında acaba yavaş mı ilerleyeceğiz kaygısına neden olduğu ve sonraki süreçte logonun tembellik anlamı içeren yavaşlık değil de hayatın belirli bir hızda zevk alarak yaşanması anlamına gelen sakinlik ve sessizlik anlamına geldiğinin anlaşılarak, yöneticilerin Seferihisar'ı özel bir ailenin özel bir üyesi haline getirme çabası içerisinde olduğunun fark edildiği hakkında değerlendirmelerde bulunmuştur. Ayrıca Seferihisar'da yaşayan bayanlara yönelik uygulamalar ve bayanları toplumsal hayatın merkezinde tutan bir anlayış ile sakin şehir hareketinin kısa süre içerisinde takdirle karşılanıp desteklendiğini belirterek aracıların olmadığı ve yöresel ürünlerin değerlerinde alıcı bulduğu halk pazarları ile de sakin şehir hareketinin halkın yanında olan bir yerel kalkınma modeli olduğu yöre halkı tarafından idrak edildiğinin altını çizmiştir. Bu değerlendirmelere ek olarak, gelecek nesillere yönelik uygulamalar ve Seferihisar kültürünün korunma kaygısı, farklı etkinlikler ile kadın ve çocukların ön planda tutularak ilçe halkında ciddi anlamda memnuniyet oluşturduğu hususunda değerlendirmelerde bulunmuştur.

'Sakin şehir logosuna ve sakin şehir uygulamalarına yerel esnafın tepkisi ne şekildedir?' şeklinde kendisine yöneltilen beşinci soruyla ilgili**,** sakin şehir logosunun esnafta ilk başta endişe ile karşılandığını fakat geçen süre zarfında Seferihisar'ın sahip olduğu değerlerin başarılı bir şekilde tanıtılması suretiyle ziyaretçi sayılarındaki artışla birlikte esnafın da ilçe için sakin şehir logosuna sahip olmanın avantajını anlayarak, ziyaretçi sayısındaki artışın en fazla esnafı memnun ettiği hususunda görüş bildirmiştir.

'Sakin şehir logosunu takmaya hak kazanan yöneticilik yaptığınız şehirde turizm alanındaki yatırımlarda bir artıştan bahsetmek mümkün müdür?' şeklinde kendisine yöneltilen altıncı soruyla ilgili, artan ziyaretçi sayısına bağlı olarak ekolojik tatil köyü olarak adlandırılan konaklama ihtiyacının karşılanmasına yönelik yatırımlarda artış

gözlemlenerek, yöre halkı tarafından yaşanılan evlerin bir kısmının ziyaretçilerin kullanımına açıldığı şeklinde görüş bildirilmiştir. Ayrıca bölgenin kültürünü yansıtan ve kadınların el emeği göz nuru olan yöresel nitelikte birçok ürünün satıldığı hediyelik eşya dükkânlarında da artış gözlemlenerek, büyük çaplı turizm yatırımlarından ziyade bölge ekonomisini canlandıracak ve yerel halkın parçası olduğu küçük ve özel yatırım alanlarını geliştirecek faaliyetlerin öneminin altı çizilmiştir.

'Sakin Şehir Birliği'ne üye olduktan sonra yöneticilik yaptığınız şehirde yerel yönetim hizmetleri standardınızda meydana gelen değişiklikler ne şekildedir?' şeklinde kendisine yöneltilen yedinci soruyla ilgili**,** sakin şehir adaylık sürecinde birliğin öne sürdüğü farklı başlıklar altında toplanmış bir takım politikaların mevcut olduğunu, belirli bir standarda sahip olmayan, yerel yönetim hizmetlerinin kaliteli bir şekilde halka götürülemediği belediyelerin logoyu almaya hak kazanamadığını ve kriterleri sağlamanın yanında Sakin Şehir Birliği'nin yerel yönetimlerden süreklilik istediğini belirtmiştir. Ayrıca, Sakin Şehir Birliği'nin kuruluş ilkelerinden birisinin de kalitede süreklilik sağlamak olduğunu, Sakin Şehir Birliği'ne üye olduktan sonra Seferihisar'ın kalite standartlarını yükselterek bu kapsamda bisiklet yollarının oluşturulduğunu, yenilenebilir enerji kaynakları kullanımının arttırıldığını, alt yapı ve üst yapı da birçok yenilik ve iyileştirilmeye gidildiğini, e-belediyeciliğe geçiş sürecinin hızlandırıldığını vurgulamıştır**.** Bunlara ek olarak, Sakin Şehir Birliği'nin alt yapı ve çevre politikalarına son derece önem verdiği belirtilerek, Seferihisar'ın Türkiye'deki sakin şehir başkenti sıfatı ile yerel yönetim hizmetleri başlığı altındaki uygulamalara ayrıca önem verildiği hususunda değerlendirmelerde bulunmuştur.

'Sakin Şehir Birliği'ne üye olduktan sonra sizle irtibata geçmek isteyen uluslararası çevreci örgütler oldu mu?' şeklinde kendisine yöneltilen sekizinci soruyla ilgili**,** çevreci örgütlerin Seferihisar'a son derece önem verdiğini ve Seferihisar'ın da bu taleplere çeşitli organizasyon ve etkinliklere ev sahipliği yaparak cevap verdiğini belirtmiştir. Yakın zamanda TEMA vakfı ile ortaklaşa gerçekleştirilen bir projede, Seferihisar'da bulunan ve 1000 yaşın üzerinde olduğu tahmin edilen zeytin ağaçlarından ilçe çocuklarının zeytin hasadı yaptığını ve buna benzer birçok etkinlikle sakin şehir yaklaşımı içerisinde yer alan doğa sevgisinin ilçe çocuklarına aşılanmaya çalışıldığı hususunda değerlendirmelerde bulunmuştur.

‘Sakin şehir olduktan sonra ziyaretçi sayılarınızda artış meydana geldi mi?’ şeklinde kendisine yöneltilen dokuzuncu soruyla ilgili**,** Seferihisar ilçesinin bütün plajlarında mavi bayraklar bulunduğunu, ilçe sınırları içerisinde yer alan sahillerin denize girmek için son derece elverişli olduğunun kanıtı olduğunu, bunun dışında 35-40 tezgâhla faaliyete başlayan organik ürünlerin satıldığı köy pazarın da günümüz itibariyle en az 400 civarında tezgâh kurulduğunu belirterek, bu durumun ilçe dışından sırf organik tarım ürünlerinin satıldığı köy pazarı için insanların Seferihisar’ı ziyaret ettiklerinin göstergesi olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca, Seferihisar’ın sahip olduğu doğal ve tarihi çekicilikler ile zeytin ve mandalina gibi tarımsal ürünler ile her zaman dikkat çekmeyi başaran bir yer olduğunu, sakin şehir logosunun ilçemize kattığı değerin esas olarak bu noktada devreye girmiş olduğunu ve sakin şehir logosunun insanlara burada üretilen her şeyi gönül rahatlığı ile tüketebileceklerini, denize rahatlıkla girilebileceği mesajı verdiği hususunda değerlendirmelerde bulunmuştur.

‘Sakin Şehir olduktan sonra ziyaretçi profilinizde gözlenen değişiklikler nelerdir?’ şeklinde kendisine yöneltilen onuncu soruyla ilgili, Seferihisar’ın çevreye duyarlı, doğanın kıymetini anlayan, sürdürülebilirliğe önem veren, sessiz ve sakinlik isteyen, yöresel tatların peşinde olan kişilerin daha çok tercih ettiği bir destinasyon olduğunu belirterek, Sakin Şehir Birliği’ne üyeliğin ardından konu ile ilgili araştırma yapmak için ilçeyi ziyaret eden akademisyen ve araştırmacı sayısında da artış gözlendiğini ve sakin şehirler ile ilgili belediyeden dokümantasyon taleplerinin arttığını, ayrıca yörenin kamp koşulları için uygun olmasından dolayı kampçıların Seferihisar’a olan talebinin arttığı hususunda görüş bildirmiştir.

‘Sakin şehir adaylık sürecinden itibaren ve birliğe üye olduktan sonraki süreçte yerel ve uluslararası basının ilgisi hakkında bilgi verebilir misiniz?’ şeklinde kendisine yöneltilen onbirinci soruyla ilgili, Sakin Şehir Birliği’ne üyeliğin ardından ulusal ve uluslararası alanda yayın yapan birçok basın yayın organı tarafından dikkatlice takibe alındıklarını belirterek, Seferihisar’ı konu edinen bir çok yerli ve yabancı belgesel ve program hazırlandığını, ulusal ve uluslararası yayın organlarında servis edildiğini belirterek, bu durumun da Seferihisar’ın tanıtımında önemli rol oynadığının altı çizilmiştir. Seferihisar’da yapılan bütün etkinliklerin ulusal ve uluslararası alanda büyük bir ciddiyetle takip edildiği, bu durumunda Seferihisar’a karşı olan merakı artırdığını belirtmiştir.

‘Sakin şehir kapsamında gelecekte planladığınız projeler nelerdir?’ şeklinde kendisine yöneltilen onikinci soruyla ilgili, sakin şehir üyeliği sonrasında Seferihisar’ın bir çok projeye imza attığını ve devam eden projelerin yanında planlanan da çok sayıda projenin bulunduğu belirtilmiştir. En son yapılan proje kapsamında Seferihisar’ın köyleri de dahil olmak üzere bir çok alana kent bilgi ekranlarının yerleştirildiği, ayrıca geliştirilen fotovoltaj projesi ile Seferihisar belediye binasının kendi elektrik ihtiyacını kendi karşılayabilir duruma geldiği belirtilmiştir. Bunlara ek olarak gerçekleştirilen ve planlanan bütün projelerin sürdürülebilirlik esasına göre hazırlandığının altı çizilmiştir.

‘Sakin şehir adaylık sürecinde olan kent yöneticilerine tavsiyeleriniz nelerdir?’ şeklinde kendisine yöneltilen onüçüncü soruyla ilgili, Sakin Şehir Birliği’ne aday olan ve adaylık sürecini başlatmak isteyen kent yöneticilerine bu birliğe üye olmanın çok ayrıcalıklı çok özel ama aynı zamanda meşakkatli bir vazife olduğu belirtilerek, adaylık sürecinden önce yerel halkın bilinçlendirilmesi ve sürecin her aşamasına dâhil edilmesi ve aday şehirlerin yerel özelliklerini ön plana çıkarma arzusunun üst düzeyde olması hususunun önemi vurgulanmıştır. Bunlara ek olarak Sakin Şehir Birliği’nin bir defaya mahsus olarak girilen ve ömür boyu devam eden bir süreç olmadığı, bu anlamda üyeliğin pamuk ipliğine bağlı olduğu ve ciddi bir proje ekibi kurulmadığı takdirde üyeliğin kaybedileceği konusunda değerlendirmelerde bulunmuştur.

Yenipazar sakin şehir temsilcisi Sn. Sevil Terzioğlu’nun araştırma kapsamında kendisine yöneltilen sorular ile ilgili görüş ve değerlendirmeleri şu şekildedir (Mülakat tarihi: 29.03.2016):

‘Sakin şehir logosuna sahip olmak belediyeniz için ne anlam ifade etmektedir?’ şeklinde kendisine yöneltilen birinci soruyla ilgili, Yenipazar belediyesi olarak salyangoz logosuna sahip olmanın ayrıcalıklı bir birliğin bir parçası olmak anlamına geldiği, salyangoz logosunun Yenipazar için geleneklerin korunabildiği ve misafirler ile paylaşılabilindiğinin sembolik ifadesi olarak belirtimiştir. Ayrıca, Yenipazar’ın birliğin bir üyesi olarak sakin şehir logosu almaya hak kazanmış olmasının küreselleşme karşısında yerel kültürüne sahip çıkabilen dünyanın kurtarılmış bölgelerinden biri olarak değerlendirilebileceğinin göstergesi olduğunun altı çizilmiştir.

‘Sakin şehir ile ilgili faaliyetler daha çok hangi alanda kendisini göstermektedir?’ şeklinde kendisine yöneltilen ikinci soruyla ilgili, sakin şehir olmanın Yenipazar’da en fazla kültürel etkinlikler ve yavaş yemek faaliyetlerinde hissedildiği, ayrıca Sakin Şehir

Birliği'ne üye olduktan sonra kooperatifçilikte de önemli gelişmeler kaydedildiği belirtilmiştir.

'Yerel yönetim faaliyetleriniz içerisinde sakin şehir faaliyetleri ile ilgilenen yöneticisi olduğunuz ya da başka birini görevlendirdiğiniz herhangi bir biriminiz var mı?' şeklinde kendisine yöneltilen üçüncü soruyla ilgili, Yenipazar sakin şehir temsilcisi olarak sakin şehir Türkiye sekretaryası ve uluslararası sakin şehir genel merkezi ile bütün bilgi ve koordinasyonun başında bulunduğu ekiple birlikte gerçekleştirildiği belirtilmiştir.

'Sakin şehir logosuna ve sakin şehir uygulamalarına yerel halkın tepkisi ne şekildedir?' şeklinde kendisine yöneltilen dördüncü soruyla ilgili, içinde bulunulan coğrafyada yaşayan yöre halkının hayatlarını sürdükleri bölgelere büyük bir tutku ile bağlı olduklarını, Yenipazar halkının son derece misafirperver ve aynı zamanda toprağını seven vatansever insanlar olduğu belirtilerek, Sakin Şehir Birliği'nin içeriğini ve Yenipazar'a katacaklarını yerel halka anlatılan andan itibaren halkın desteğini hiçbir zaman esirgemediklerini vurgulayarak, halkın Sakin Şehir Birliği'ne üye olmaktan çok memnun olduğu ve logonun ilçede benimsendiği konusunda değerlendirmelerde bulunmuştur.

'Sakin şehir logosuna ve sakin şehir uygulamalarına yerel esnafın tepkisi ne şekildedir?' şeklinde kendisine yöneltilen beşinci soruyla ilgili, yerel halk gibi yerel esnafın da sakin şehir faaliyetlerini başından beri desteklediğini, Sakin Şehir Birliği'ne üye olmanın özellikle yöresel mutfak üzerine faaliyet gösteren esnaf için yaptıkları işin takdir edilmesi açısından büyük bir fırsat olarak görüldüğü hususunda değerlendirmelerde bulunmuştur.

'Sakin şehir logosunu takmaya hak kazanan yöneticilik yaptığınız şehirde turizm alanındaki yatırımlarda bir artıştan bahsetmek mümkün müdür?' şeklinde kendisine yöneltilen altıncı soruyla ilgili, turizm alanındaki yatırımlarda ciddi miktarda bir artıştan söz etmenin mümkün olmadığını, ziyaretçi artışının da Yenipazar'ın arzuladığı bir durum olmadığının altı çizilmiştir. Yenipazar'ın kültürünü ve doğal hayatını koruyabilmek için sakin şehir olduğunu ve kendileri için önemli olanın hem turizm hem de diğer alanlar da kademeli ve bilinçli bir şekilde büyüme olduğunun önemi vurgulanmıştır.

'Sakin Şehir Birliği'ne üye olduktan sonra yöneticilik yaptığınız şehirde yerel yönetim hizmetleri standardınızda meydana gelen değişiklikler ne şekildedir?' şeklinde kendisine yöneltilen yedinci soruyla ilgili, birliğe üye olabilmek için çevre

politikaları başlığı altındaki kriterlerin bir kısmını gerçekleştirmenin zaten üye olmanın ön şartlarından biri olduğunu ve üyelik sürecinden itibaren de özellikle alt yapı ve üst yapı konularında daha titiz davranmaya özen gösterildiği hususnda görüş bildirmiştir.

'Sakin Şehir Birliği'ne üye olduktan sonra sizle irtibata geçmek isteyen uluslararası çevreci örgütler oldu mu?' şeklinde kendisine yöneltilen sekizinci soruyla ilgili, üyelik sürecinden itibaren direk kendileri ile irtibat kuran herhangi bir çevresel örgüt olmadığını, Seferihisar öncülüğünde çevre örgütleri ile gerçekleştirilen projelere dâhil olunduğu belirtilmiştir.

'Sakin şehir olduktan sonra ziyaretçi sayılarınızda artış meydana geldi mi?' şeklinde kendisine yöneltilen dokuzuncu soruyla ilgili, sakin şehir olduktan sonra özellikle hafta sonları yöresel tatları keşfetmek için ilçe dışından günübirlikçi birçok misafirin kabul edildiği belirtilmiştir.

'Sakin şehir olduktan sonra ziyaretçi profilinizde gözlenen değişiklikler nelerdir' şeklinde kendisine yöneltilen onuncu soruyla ilgili, birliğe üyelik sürecinin ardından birçok akademisyen ve araştırmacının üyelik süreci ve sonrası ile ilgili kendilerinden doküman talebinde bulunduklarını, ayrıca yöresel tatlara önem veren ve gurme olarak adlandırılan bir çok kişininde de ilçede misafir edildiği belirtilmiştir.

'Sakin şehir adaylık sürecinden itibaren ve birliğe üye olduktan sonraki süreçte yerel ve uluslararası basının ilgisi hakkında bilgi verebilir misiniz?' şeklinde kendisine yöneltilen onbirinci soruyla ilgili, salyangoz logosunun ilçeye yaptığı en önemli katkıdan bahsederek Yenipazar gibi ilçelerin mali yapılarının ancak kendini çevirecek düzeyde olduğunu, reklam ve tanıtım faaliyetleri için bütçe ayırmanın söz konusu bile olamadığı, tanıtım ve reklam faaliyetlerinde salyangoz logosunun devreye girerek ilçenin kendi başına yapılması mümkün olmayan yapımlarla tanıtıma ciddi katkılar sağlandığı belirtilmiştir. Ayrıca, TRT'de yayınlanan sakin şehir Yenipazar belgeselinin ilçe tanıtımına önemli katkılarda bulunduğu ve birçok yemek programı yapımcısının çekimlerini ilçede gerçekleştirerek Yenipazar'ın mutfak kültürünün ülkemize ve dünyaya tanıtılma çabası ile üyelik sürecinden itibaren ulusal basının ilçeye olan ilgisinin arttığı konusunda değerlendirmelerde bulunmuştur.

'Sakin şehir kapsamında gelecekte planladığınız projeler nelerdir?' şeklinde kendisine yöneltilen onikinci soruyla ilgili, projelerin genellikle kültürel yapıyı koruma ve yöre

mutfağının geleceğe aktarılması üzerinde yoğunlaştığını belirterek, Yenipazar'ın başından beri belirtilen özellikler ile ön plana çıkmak isteyen bir sakin şehir üyesi olarak projelerin bu boyut ile hayata geçirilmesinin daha faydalı olacağı belirtilmiştir.

'Sakin şehir adaylık sürecinde olan kent yöneticilerine tavsiyeleriniz nelerdir?' şeklinde kendisine yöneltilen son soruyla ilgili, üye şehir yöneticilerine en önemli tavsiyesinin kendilerini özel hissettikleri alanlarda çalışmalarına öncelik tanımalarının önemi vurgulanarak,. Sakin Şehir Birliği ve logosunun son derece özel anlamlar içeren kurtarılmış şehirlerden oluşan bir aile olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca, adaylık sürecinden itibaren konunun yerel halka iyi bir şekilde anlatılarak, halkın kendisini bu sürecin bir parçası olarak hissetmelerinin önrmi vurgulanarak aday şehir yöneticilerinin proje ekipleri kurarak logoya sahip çıkmak ve üyeliklerini sürdürmeleri için elinden geleni yapmaları konusunda tavsiyelerde bulunulmuştur.

Gökçeada sakin şehir temsilcisi Sn. Gökçe Erünsal'ın araştırma kapsamında kendisine yöneltilen sorular ile ilgili görüş ve değerlendirmeleri şu şekildedir (Mülakat tarihi: 20.03.2016):

'Sakin şehir logosuna sahip olmak belediyeniz için ne anlam ifade etmektedir?' şeklinde kendisine yöneltilen birinci soruyla ilgili, logonun Gökçeada için her şeyden önce yerel kültürün korunduğu bir yer olduğunun göstergesi olduğuifade edilmiştir. Gökçeada'nın geçmişten beri farklı kültürleri bir arada barındıran ve diğer kültürleri de hoşgörü ile kucaklayan bir yer olduğu, logonun yerel mutfak kültürünün korunabildiği ve buraya gelen herkese ilçenin ne kadar özel bir yer olduğunu daha gelmeden anlayabilecekleri bir simge ve logonun sahip olduğu marka değeri ile Gökçeada için ayrıca bir reklam aracı vazifesi olarak görüldüğü belirtilmiştir.

'Sakin şehir ile ilgili faaliyetler daha çok hangi alanda kendisini göstermektedir?' şeklinde kendisine yöneltilen ikinci soruyla ilgili**,** Gökçeada'nın sahip olduğu değerler itibari ile birçok değeri bünyesinde bulundurduğunu ve sakin şehir ile ilgili faaliyetlerin ilçede daha çok kültürel değerlerin korunması, yaşatılması ve geleceğe aktarılması ile gastronomi yani yöresel yiyecek ve içeceklerin ön plana çıkarılması çalışmalarından oluştuğu belirtilmiştir. Ayrıca, yöresel tatların korunması için 'ziyafet sofrası' denilen yapılar ile adanın sahip olduğu yiyeceklere ait envanterlerin çıkarılarak yöresel lezzetlerin koruma altına alındığı ve tohum takas şenlikleri ve benzer projeler ile de çiftçilerin

özellikle kadın üreticilerin sürekli olarak ön planda tutulmaya çalışıldığı hususunda görüş belirtilmiştir.

'Yerel yönetim faaliyetleriniz içerisinde sakin şehir faaliyetleri ile ilgilenen yöneticisi olduğunuz ya da başka birini görevlendirdiğiniz herhangi bir biriminiz var mı?' şeklinde kendisine yöneltilen üçüncü soruyla ilgili**,** Gökçeada sakin şehir temsilciliği ve sekretaryasının şahsen başında bulunduğu birim tarafından yürütüldüğü ifade edilmiştir. Bu konuda Seferihisar ile ciddi iş birliği içerisinde olunduğu ve Gökçeada'da sakin şehir kapsamındaki her türlü faaliyet ile birimin özel olarak ilgilendiği ve projelerin hayata geçirildiği belirtilmiştir.

'Sakin şehir logosuna ve sakin şehir uygulamalarına yerel halkın tepkisi ne şekildedir?' şeklinde kendisine yöneltilen dördüncü soruyla ilgili**,** halkın logoyu tamamen sahiplendiği ve ilçedeki sakin şehir uygulamaları kapsamında ki her türlü faaliyetin halkın yararına olduğu kısa süre içerisinde anlaşıldığı ifade edilmiştir. Yerel halkın sakin şehir olmayı benimsediği ve kendi ürettikleri doğal ve yerel ürünlere ait ambalajların üzerine salyangoz logosunu koymayı bile teklif ettiği belirtilmiştir. Ayrıca ilçede çok sayıda sakin şehir gönüllüsünün olduğu ve bu gönüllülerin yapılan projelere büyük destek sağladığı hususunda görüş bildirilmiştir.

'Sakin şehir logosuna ve sakin şehir uygulamalarına yerel esnafın tepkisi ne şekildedir?' şeklinde kendisine yöneltilen beşinci soruyla ilgili**,** ilçedeki esnafların tabelaların birçoğunda salyangoz logosu kullandığı belirtilerek, logonun esnaflardan alışveriş yapan herkes için o tezgahta üretilen ve insanların hizmetine sunulan her şeyin doğal ve organik olduğu anlamı taşıdığının önemi vurgulanmıştır. Ayrıca özellikle sakin şehir olduktan sonra ziyaretçi sayısındaki artışlara esnafın olumlu yönde tepki verdiği hususunda görüş bildirilmiştir.

'Sakin şehir logosunu takmaya hak kazanan yöneticilik yaptığınız şehirde turizm alanındaki yatırımlarda bir artıştan bahsetmek mümkün müdür?' şeklinde kendisine yöneltilen altıncı soruyla ilgili**,** turizm alanındaki yatırımlarda meydana gelen artışın sadece sakin şehir olmaya bağlamanın zor olduğunu, çünkü turizm alanındaki teşviklerin, yatırımcıya sunulan vergi ve indirimlerin sakin şehir olmadan önce de Turizm Bakanlığı politikaları ve Güney Marmara Kalkınma Ajansı işbirliği ile gerçekleştirilen projelerin turizm alanındaki yatırımlarda artış meydana getirdiği hususunda görüş bildirilmiştir.

‘Sakin Şehir Birliği’ne üye olduktan sonra yöneticilik yaptığınız şehirde yerel yönetim hizmetleri standardınızda meydana gelen değişiklikler ne şekildedir?’ şeklinde kendisine yöneltilen yedinci soruyla ilgili, Gökçeada’nın bulunduğu konum itibari ile bazen yaşam koşullarının zor olduğu bir alan olabildiği, iklimsel koşullardan ötürü bazen ilçeye düzenlenen feribot seferlerinin iptal edilebildiği ve dışsal etkenler dışında kendi kontrolünde olan yerel yönetim faaliyetlerinde sakin şehir olduktan sonra mecburi olarak kaliteyi arttırma yoluna gitmek zorunda kaldıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca, sakin şehir logosu takan sayılı belediyeler arasında bulunulduğu için ve sakin şehirlerde yerel kalkınma modeli olduğundan dolayı belediye olarak yerel yönetim hizmetlerine ayrıca itina gösterildiğinin altı çizilmiştir.

‘Sakin Şehir Birliği’ne üye olduktan sonra sizle irtibata geçmek isteyen uluslararası çevreci örgütler oldu mu?’ şeklinde kendisine yöneltilen sekizinci soruyla ilgili, çevreci örgütler ile sürekli bir iletişimden bahsetmenin mümkün olmadığı fakat zaman zaman Green Peace ve TEMA gibi çevreci örgütler ile doğal hayatın korunmasına yönelik birlikte gerçekleştirilen projelerin bulunduğu vurgulanmıştır.

‘Sakin şehir olduktan sonra ziyaretçi sayılarınızda artış meydana geldi mi?’ şeklinde kendisine yöneltilen dokuzuncu soruyla ilgili, Sakin Şehir Birliği’ne üye olduktan sonra özellikle tanıtım faaliyetlerindeki yoğunluk ve reklamların ziyaretçi sayısında ciddi artış meydana getirdiği, ulusal ve uluslararası alanda sürdürülen reklam ve tanıtım faaliyetlerinin ziyaretçileri adaya çektiğini ve ziyaretçiler adaya feribotla ulaşım sağladıkları için bu sayıları sürekli takip edildiği hususunda değerlendirmelerde bulunmuştur.

‘Sakin Şehir olduktan sonra ziyaretçi profilinizde gözlenen değişiklikler nelerdir?’ şeklinde kendisine yöneltilen onuncu soruyla ilgili**, s**akin şehir üyeliğinden önce adanın daha çok düşük ve orta gelirli kişiler tarafından ziyaret edildiği fakat 2013 yılındaki sakin şehir üyeliğinden sonra adanın üst gelir grubu olarak ifade edilen ziyaretçiler tarafından da tercih edildiği belirtilmiştir. Logonun ekonomik anlamda en önemli getirilerinden birinin bu durum olduğu ifade edilmiştir. Logonun büyük şehirlerde yaşayan, sakinlik arayan ve yanı başlarında olmasına rağmen ilçenin farkında dahi olmayan ziyaretçileri adaya çekme başarısını sergilediğini ve üyelikten sonra bir çok araştırmacı, yazar ve akademisyenin de çalışmalarına adayı konu etmelerinden dolayı ilçede ağırlandığı belirtilmiştir.

‘Sakin şehir adaylık sürecinden itibaren ve birliğe üye olduktan sonraki süreçte yerel ve uluslararası basının ilgisi hakkında bilgi verebilir misiniz?’ şeklinde kendisine yöneltilen onbirinci soruyla ilgili, ulusal ve uluslararası birçok alanda ilçeyi tanıtan birçok yapım ve belgeselin mevcut olduğu, özel bir ailenin özel bir üyesi olmanın ilçenin kendi imkanları ile kendi başımıza altından kalkamayacağı yüklü miktarda bütçelerden oluşan tanıtım faaliyetlerini sorun etmemesine sebep olduğunu ve tanıtım faaliyetlerinin katkısını ziyaretçi sayılarında meydana gelen artıştan da fark etmenin mümkün olduğu vurgulanmıştır.

‘Sakin şehir kapsamında gelecekte planladığınız projeler nelerdir?’ şeklinde kendisine yöneltilen onikinci soruyla ilgili, yeryüzü pazarı projesi kapsamında sadece organik ürünlerin yetiştiricileri tarafından satıldığı pazar alanı kurulduğu ve projelerin daha çok alt yapı ve yenilenebilir enerji kaynakları üzerine olan faaliyetlerden oluştuğu belirtilmiştir. Ayrıca, halkın yardımları ile sokak iyileştirme çalışmalarının gerçekleştirildiği ve ilçenin proje biriminin kadın ve çocukları ön planda tutan ve bu grubun yararına olduğunu düşündüğü birçok projeye imza atma niyetinde olduğu ifade edilmiştir.

‘Sakin şehir adaylık sürecinde olan kent yöneticilerine tavsiyeleriniz nelerdir?’ şeklinde kendisine yöneltilen onüçüncü soruyla ilgili, Sakin Şehir Birliği’nin sihirli bir değnek olmadığı, esas işin birliğe üye olmakla başladığı ve sakin şehir logosu takmanın birçok avantaj sunmakla birlikte yükümlülük ve kısıtlamalar da getirdiği ifade edilmiştir. Özel bir yer olarak adlandırıldığınız için yerel yönetimlerden beklentilerin yükseldiği, sakin şehir adayı olan belediyelere en önemli tavsiyenin uzman kişilerden oluşan İngilizce ve İtalyanca dillerine hakim proje destek ekiplerinin kurulması olacağı yönünde değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Taraklı sakin şehir temsilcisi Sn. Şahın Akı’nın araştırma kapsamında kendisine yöneltilen sorulara cevap ve değerlendirmeleri (Mülakat tarihi: 21.03.2016).

‘Sakin şehir logosuna sahip olmak belediyeniz için ne anlam ifade etmektedir?’ şeklinde kendisine yöneltilen birinci soruyla ilgili, sakin şehir logosunun Taraklı için korunmuş kültürü ile dünya sahnesinde yer almanın önemi olarak ifade edilmiştir. Ayrıca sakin şehir logosunun imtiyaz olduğu belirtilmiştir.

‘Sakin şehir ile ilgili faaliyetler daha çok hangi alanda kendisini göstermektedir?’ şeklinde kendisine yöneltilen ikinci soruyla ilgili, sakin şehir ile ilgili faaliyetlerin

Taraklı'da daha çok yöresel yiyecek içecek kültürünün korunarak geleceğe aktarılması alanında yapılan çalışmalardan oluştuğu vurgulanmıştır.

'Yerel yönetim faaliyetleriniz içerisinde sakin şehir faaliyetleri ile ilgilenen yöneticisi olduğunuz ya da başka birini görevlendirdiğiniz herhangi bir biriminiz var mı?' şeklinde kendisine yöneltilen üçüncü soruyla ilgili, sakin şehir temsilciliği ve yürütücülüğünün başında bulunduğu ekip tarafından kültür ve sosyal işler müdürlüğü bünyesinde yürütüldüğü ifade edilmiştir. Taraklı'yı yurt içinde ve yurt dışındaki toplantı ve organizasyonlarda mevcut ekip ile temsil etttikleri belirtilmiştir.

'Sakin şehir logosuna ve sakin şehir uygulamalarına yerel halkın tepkisi ne şekildedir?' şeklinde kendisine yöneltilen dördüncü soruyla ilgili, sakin şehir uygulamasının ilk başta halk tarafından yavaşlamak ve geriye gitmek olarak anlaşıldığı fakat zaman içerisinde yapılan uygulamalar ve etkinlikler ile sakin şehir felsefesinin yerel halk tarafından kendi kültürünün korunmasına yönelik uygulamalardan oluştuğu kısa süre içerisinde anlaşılmıştır şeklinde görüş bildirilmiştir.

'Sakin şehir logosuna ve sakin şehir uygulamalarına yerel esnafın tepkisi ne şekildedir?' şeklinde kendisine yöneltilen beşinci soruyla ilgili, sakin şehir üyeliği ile birlikte esnafın unutulmuş ve geri plana atılmış olan yerel kültüre ait şimşir tarak, ahşap kaşık gibi değerleri yeniden üreterek ticaretini yapmaya başladığı ve ziyaretçilerin hediyelik eşya dükkanlarına olan ilgisinin esnafı çok memnun ettiği belirtilmiştir.

'Sakin şehir logosunu takmaya hak kazanan yöneticilik yaptığınız şehirde turizm alanındaki yatırımlarda bir artıştan bahsetmek mümkün müdür?' şeklinde kendisine yöneltilen altıncı soruyla ilgili**,** Taraklı, jeotermal enerji kaynakları bakımından son derece zengin bir coğrafi alanda konumlandığı, 2010 yılından sonra jeotermal enerji kaynakları üzerinde yapılmaya başlanan tesislerde mimari yapının ilçenin tarihi ve kültürel değerlerine uygun olmasına özen gösterildiği ve Taraklı sakin bir şehir olmasaydı inşaası devam eden tesislerin hiçbirinin olmayacağı ve bu anlamda sakin şehir logosunun bu tesislere ruh verdiği ve Taraklı'da turizm alanındaki yatırımların daha çok jeotermal turizm üzerine odaklandığının altı çizilmiştir.

'Sakin Şehir Birliği'ne üye olduktan sonra yöneticilik yaptığınız şehirde yerel yönetim hizmetleri standardınızda meydana gelen değişiklikler ne şekildedir?' şeklinde kendisine yöneltilen yedinci soruyla ilgili, yerel yönetim faaliyetlerinin daha çok

altyapı politikalarının iyileştirilmesi üzerine yoğunlaştığı ve Taraklı'da 1992 yılından beri koruma amaçlı imar planı uygulandığı ve bu durumun da yerel yönetim faaliyetleri uygulamalarına kısıtlama getirdiği ve belediyenin alt yapı veya üst yapıya dair bir uygulama gerçekleştirmek istediğinde onayın ilgili kurullardan geçmesi gerektiği hususnda değerlendirmelerde bulunulmuştur.

'Sakin Şehir Birliği'ne üye olduktan sonra sizle irtibata geçmek isteyen uluslararası çevreci örgütler oldu mu?' şeklinde kendisine yöneltilen sekizinci soruyla ilgili, Sakin Şehir Birliği'ne üyeliğin ardından kendileri ile irtibata geçen herhangi bir çevreci örgütün bulunmadığı belirtilmiştir.

'Sakin şehir olduktan sonra ziyaretçi sayılarınızda artış meydana geldi mi?' şeklinde kendisine yöneltilen dokuzuncu soruyla ilgili, sakin şehir üyeliği ardından Taraklı'nın ulusal basında tanıtımı ve yapı kredi bankası reklam çekimlerinde Taraklı'nın doğal ve tarihi çekiciliklerine yer verilerek reklam filminde buranın mümkünlü kasabası olarak belirtilmesinin özellikle yerli turist sayılarında artış meydana getirdiği ifade edilmiştir.

'Sakin şehir olduktan sonra ziyaretçi profilinizde gözlenen değişiklikler nelerdir?' şeklinde kendisine yöneltilen onuncu soruyla ilgili, sakin şehir üyeliğinin ardından ilçeye akademisyenlerin ilgisinin arttığı ve ayrıca çevreye duyarlı kişiler ile sanata ilgisi olan birçok ziyaretçi tarafından ilçenin ziyaret edilmeye başlandığı belirtilmiştir.

'Sakin şehir adaylık sürecinden itibaren ve birliğe üye olduktan sonraki süreçte yerel ve uluslararası basının ilgisi hakkında bilgi verebilir misiniz?' şeklinde kendisine yöneltilen onbirinci soruyla ilgili, sakin şehir üyelik sürecinin ardından ulusal basında Taraklı'yı konu edinen çok sayıda dizi, film ve reklamın gösterime girdiği, bunlardan başlıcalarının; TRT tarafından çekimleri yapılan ve yine TRT'nin farklı kanallarında yayınlanan sakin şehir Taraklı belgeselinin ulusal anlamda Taraklı ile ilgili yapılan en geniş kapsamlı yapıt olduğu, ayrıca Yapı Kredi Bankası tarafından Taraklı'nın her şeyin mümkün olduğu kasaba olarak adlandırıldığı bir reklam filminin çekildiği ve özel bir kanal tarafından Taraklı'da bir tv dizisi çekiminin gerçekleştirildiği ve şu an vizyonda olan kocan kadar konuş: diriliş adlı filmin bir kısmının da çekimlerinin ilçede gerçekleştirildiği ifade edilmiştir.

'Sakin şehir kapsamında gelecekte planladığınız projeler nelerdir?' şeklinde kendisine yöneltilen onikinci soruyla ilgili, okul kantinlerinde yöresel yiyeceklerin satışının

yapılması ile ilgili bir proje üzerinde çalışıldığı ve unutulmuş tatların tescillendirilmesi ile belediye tarafından gerçekleştirilmesi planlanan bir projenin hayata geçirilmek üzere olduğu, eksik kalan restorasyon çalışmalarının tamamlanmasının kısa vadede gerçekleştirilmek istenilen projeler arasında olduğu belirtilmiştir. Ayrıca termal turizm tesislerinin tamamlanmasının ardından bu tesisleri ilçeye bağlayan bisiklet ve fayton yollarının yapımı çalışmaları üzerinde yoğun bir şekilde çalışmaların devam etmekte olduğu ifade edilmiştir.

'Sakin şehir adaylık sürecinde olan kent yöneticilerine tavsiyeleriniz nelerdir?' şeklinde kendisine yöneltilen onüçüncü soruyla ilgili, sakin Şehir Birliği'ne aday kentlere en önemli tavsiyesinin sahip oldukları ve kendilerini farklı kılan değerlerin önemini kavrayıp gelişmeyi yavaş bir şekilde her alana yaymaları getrektiği vurgulanmıştır,. Ayrıca, Sakin Şehir Birliği yerel bir kalkınma modeli olduğu için aday kentlerin yerel yönetim faaliyetleri ile ilgili alanlarda bünyelerinde uzman kişilerden oluşan kadrolar kurmaları gerektiğinin önemi vurgulanmıştır.

Perşembe sakin şehir temsilcisi Sn. Furkan Kontaş'ın araştırma kapsamında kendisine yöneltilen sorular sorular ile ilgili görüş ve değerlendirmeleri şu şekildedir (Mülakat tarihi: 25.04.2016):

'Sakin şehir logosuna sahip olmak belediyeniz için ne anlam ifade etmektedir?' şeklinde kendisine yöneltilen ilk soruyla ilgili, logoya sahip olmanın ilçede doğal hayatın korunduğu ve ilçedeki huzurun temsili olarak görüldüğü ifade edilmiştir. Ayrıca, ilçenin reklam ve tanıtımına büyük katkıda bulunan salyangoz logosunun ilçenin bilinirliğini arttırdığı görüşü savunulmuştur.

'Sakin şehir ile ilgili faaliyetler daha çok hangi alanda kendisini göstermektedir?' şeklinde kendisine yöneltilen ikinci soruyla ilgili, ilçede sakin şehir ile ilgili faaliyet ve gerçekleştirilen projelerin daha çok doğal alanların korunmasına yönelik faaliyetlerden oluştuğu belirtilmiştir.

'Yerel yönetim faaliyetleriniz içerisinde sakin şehir faaliyetleri ile ilgilenen yöneticisi olduğunuz ya da başka birini görevlendirdiğiniz herhangi bir biriminiz var mı?' şeklinde kendisine yöneltilen üçüncü soruyla ilgili, sakin şehir faaliyetleri ile ilgilenen herhangi bir birimin bulunmadığı ifade edilmiştir. Sakin şehir ile ilgili faaliyetlerinhalkla ilişkiler departmanı tarafından yürütüldüğü belirtilmiştir.

‘Sakin şehir logosuna ve sakin şehir uygulamalarına yerel halkın tepkisi ne şekildedir?’ şeklinde kendisine yöneltilen dördüncü soruyla ilgili, yerel halka sakin şehir olmanın avantajlarının tam olarak anlatılamadığı ifade edilmiştir.

‘Sakin şehir logosuna ve sakin şehir uygulamalarına yerel esnafın tepkisi ne şekildedir?’ şeklinde kendisine yöneltilen beşinci soruyla ilgili, esnafın tepkisinin kısmen olumsuz şekilde olduğu ve birliğin yerel halka ve esnafa yönelik politikalarının ilçede çok fazla uygulanamadığı ifade edilmiştir.

‘Sakin şehir logosunu takmaya hak kazanan yöneticilik yaptığınız şehirde turizm alanındaki yatırımlarda bir artıştan bahsetmek mümkün müdür?’ şeklinde kendisine yöneltilen altıncı soruyla ilgili, çok ciddi yatırımlardan söz etmenin mümkün olmadığı fakat ev pansiyonculuğu ve günübirlik ziyaretçilere yönelik yöresel lezzetler sunan işletmelerde kısmen de olsa bir artışın gözlemlendiği belirtilmiştir.

‘Sakin Şehir Birliği’ne üye olduktan sonra yöneticilik yaptığınız şehirde yerel yönetim hizmetleri standardınızda meydana gelen değişiklikler ne şekildedir?’ şeklinde kendisine yöneltilen yedinci soruyla ilgili, üyelik sürecinden önceki yerel yönetim hizmetleri standartlarının korunduğu ve üyelikten sonra da yerel yönetim hizmetleri alanında çok fazla değişiklik meydana gelmediği ifade edilmiştir.

‘Sakin Şehir Birliği’ne üye olduktan sonra sizle irtibata geçmek isteyen uluslararası çevreci örgütler oldu mu?’ şeklinde kendisine yöneltilen sekizinci soruyla ilgili, üyelikten sonra herhangi bir çevreci örgütle irtibatın olmadığı ifade edilmiştir.

‘Sakin şehir olduktan sonra ziyaretçi sayılarınızda artış meydana geldi mi?’ şeklinde kendisine yöneltilen dokuzuncu soruyla ilgili, sakin şehir üyeliğinin ardından özellikle sakin şehir hakkında bilgi sahibi olan kişilerin ilçeyi ziyaret ettiği ve günübirlikçi ziyaretçi sayışında ve konu ile ilgili araştırmacı sayılarında artış gözlemlendiği belirtilmiştir.

‘Sakin Şehir olduktan sonra ziyaretçi profilinizde gözlenen değişiklikler nelerdir?’ şeklinde kendisine yöneltilen onuncu soruyla ilgili, günübirlikçi ziyaretçi sayışında ve konu ile ilgili araştırmacı sayılarında artış gözlemlendiği ifade edilmiştir.

‘Sakin şehir adaylık sürecinden itibaren ve birliğe üye olduktan sonraki süreçte yerel ve uluslararası basının ilgisi hakkında bilgi verebilir misiniz?’ şeklinde kendisine yöneltilen onbirinci soruyla ilgili, üyeliğin ardından TRT’de yayınlanan sakin şehir

Perşembe belgeselinin yayınlandığı ve yerel basında da sakin şehir Perşembe haberlerine daha sık yer verildiği vurgulanmıştır.

'Sakin şehir kapsamında gelecekte planladığınız projeler nelerdir?' şeklinde kendisine yöneltilen onikinci soruyla ilgili, projelerin daha çok doğal hayatın korunmasına ve doğal çekiciliklerin ön plana çıkarılmasını amaçlayacak şekilde gerçekleştirilmeye çalışıldığı ve yöresel ürünlerin pazarlanmasına yönelik hediyelik eşya dükkanları ve organik köy pazarının kurulmasının da kısa vadede gerçekleştirilecek projeler arasında bulunduğu ifade edilmiştir.

'Sakin şehir adaylık sürecinde olan kent yöneticilerine tavsiyeleriniz nelerdir?' şeklinde kendisine yöneltilen onüçüncü soruyla ilgili, Sakin Şehir Birliği'nin gelecek nesillere korunmuş bir doğa ve sürdürülebilir yerleşim alanları bırakabilmesi açısından hayati önem taşıyan marka değeri yüksek olan ve değişen yerel yöneticilerin insafına bırakılamayacak kadar değerli bir organizasyond olduğu belirtilerek, aday kentlere en önemli tavsiyenin destek ve proje ekipleri oluşturularak, yerel halkın katılımının sağlandığı bir yapı oluşturmaları yönünde değerlendirilmelerde bulunulmuştur.

Vize sakin şehir temsilcisi Sn. Gülhan Uygun'un araştırma kapsamında kendisine yöneltilen sorular ile ilgili görüş ve değerlendirmeleri şu şekildedir (Mülakat tarihi: 01.03.2016):

'Sakin şehir logosuna sahip olmak belediyeniz için ne anlam ifade etmektedir?' şeklinde kendisine yöneltilen ilk soruyla ilgili, **s**akin şehir logosunu takmanın Vize için yerel kültürünü koruyarak geleceğe aktarma arzusunun simgesi olarak ifade edilmiştir. Küreselleşme karşıtı bir hareket olan sakin şehir anlayışında olduğu gibi Vize'de de yerel kültürlerin karşısındaki en büyük tehlike olarak küreselliğin görüldüğü ve salyangoz logosunun da yerel kültürün güvence altına alındığının kanıtıdır şeklinde ifade edilmiştir.

'Sakin şehir ile ilgili faaliyetler daha çok hangi alanda kendisini göstermektedir?' şeklinde kendisine yöneltilen ikinci soruyla ilgili, İİlçede sakin şehirler ile ilgili faaliyetlerin daha çok sosyal ve kültürel yapının korunarak geleceğe aktarılması kapsamında gerçekleştiği ve ayrıca yerel yönetim hizmetlerindeki kalitenin arttırılmasına yönelik faaliyetlerin de devam ettiği belirtilmiştir.

'Yerel yönetim faaliyetleriniz içerisinde sakin şehir faaliyetleri ile ilgilenen yöneticisi olduğunuz ya da başka birini görevlendirdiğiniz herhangi bir biriminiz var mı?'

şeklinde kendisine yöneltilen üçüncü soruyla ilgili, halkla ilişkiler ve sakin şehir temsilciliğinin bir arada yürütüldüğü belirtilmiştir.

'Sakin şehir logosuna ve sakin şehir uygulamalarına yerel halkın tepkisi ne şekildedir?' şeklinde kendisine yöneltilen dördüncü soruyla ilgili, yerel halkın Vize'nin sakin şehir olmasından son derece memnun olduğu çünkü sakin şehir yaklaşımı ve uygulamalarının yerel halkın kültürünü korumaya yönelik birçok uygulamadan oluştuğu ve yerel halkta sakin şehir olduktan sonra yaşadıkları alanlarda torunlarının da aynı kültüre sahip olarak yaşama fırsatı bulacaklarını düşündüğü ifade edilmiştir.

'Sakin şehir logosuna ve sakin şehir uygulamalarına yerel esnafın tepkisi ne şekildedir?' şeklinde kendisine yöneltilen beşinci soruyla ilgili, esnafın özellikle bölge kültürünü tanımak için buraya gelen ziyaretçi artışından memnun kaldığı ve yöresel ürünlere ait tezgâh ve standlar oluşturarak yöre kültürüne katkıda bulundukları belirtilmiştir.

'Sakin şehir logosunu takmaya hak kazanan yöneticilik yaptığınız şehirde turizm alanındaki yatırımlarda bir artıştan bahsetmek mümkün müdür?' şeklinde kendisine yöneltilen altıncı soruyla ilgili, özellikle artan konaklama ihtiyacına yönelik turizm yatırımlarında bir artıştan bahsetmenin mümkün olduğu, el sanatları ve kültürel değerlere ait birçok küçük işletme ajanslar vasıtası ile alınan desteklerle kurularak faaliyete geçmiş olduğu ayrıca yöre halkı tarafından ev pansiyonculuğunun da yapılmaya başlandığı vurgulanmıştır.

'Sakin Şehir Birliği'ne üye olduktan sonra yöneticilik yaptığınız şehirde yerel yönetim hizmetleri standardınızda meydana gelen değişiklikler ne şekildedir?' şeklinde kendisine yöneltilen yedinci soruyla ilgili, yerel yönetim hizmetlerinin sosyal sorumluluk kapsamında sürdürüldüğü ve yerel yönetim hizmetleri kapsamında Sakin Şehir Birliği uygulamalarının gerçekleştirilmesine de ayrıca önem verildiği ifade edilmiştir.

'Sakin Şehir Birliği'ne üye olduktan sonra sizle irtibata geçmek isteyen uluslararası çevreci örgütler oldu mu?' şeklinde kendisine yöneltilen sekizinci soruyla ilgili, Sakin Şehir Birliği'ne üye olduktan sonra herhangi bir çevreci örgütle iletişim kurulmadığı ifade edilmiştir.

'Sakin şehir olduktan sonra ziyaretçi sayılarınızda artış meydana geldi mi?' şeklinde kendisine yöneltilen dokuzuncu soruyla ilgili, sakin şehir logosunu takma sürecinin

ardından ziyaretçi sayılarında artış gözlemlendiği bunun da tamamen logo ile ilgili olduğunun düşünüldüğü ifade edilmiştir. İnsanların Sakin Şehir Birliği'ne üye olan yerleri diğer destinasyonlardan farklı kılan özellikleri yerinde görmek ve keşfetmek istediği bu bağlamda üyelik sürecinin ardından özellikle günübirlikçi ziyaret sayılarında artış olduğu vurgulanmıştır.

'Sakin şehir olduktan sonra ziyaretçi profilinizde gözlenen değişiklikler nelerdir?' şeklinde kendisine yöneltilen onuncu soruyla ilgili, **s**akin şehir logosunu takma sürecinin ardından ilçeyi ziyaret eden turistlerin belediye binasına gelerek sakin şehir ile ilgili bilgi almak istemelerinin dikkatlerini çeken olaylardan biri olduğu belirtilerek bu açıdan Sakin Şehir Birliği'ne katıldıktan sonra ilçenin merak düzeyi yüksek kişiler tarafından ziyaret edildiğinin gözlemlendiği ve çevre illerden ve bir çok üniversiteden akademisyenlerin ilçeyi ziyaret ederek Vize'yi araştırmalarına konu ettikleri vurgulanmıştır.

'Sakin şehir adaylık sürecinden itibaren ve birliğe üye olduktan sonraki süreçte yerel ve uluslararası basının ilgisi hakkında bilgi verebilir misiniz?' şeklinde kendisine yöneltilen onbirinci soruyla ilgili, TRT'de ülkemizde yer alan sakin şehirleri tanıtma maksadıyla oluşturulan proje kapsamında sakin şehir Vize adıyla bir belgesel çekildiği bunun dışında ilçenin imza attığı proje ve etkinlikler ile yerel basının ilgisi son derece çektiği ifade edilmiştir.

'Sakin şehir kapsamında gelecekte planladığınız projeler nelerdir?' şeklinde kendisine yöneltilen onikinci soruyla ilgili, sakin şehir adaylık sürecinde başlatılan ve halen uygulanan projelere ek olarak, projelerin daha çok alt yapı faaliyetleri üzerine yoğunlaştığı ve kısa süre içerisinde hayata geçirilmesii düşünülen gençlik kampı ve üretici pazar gibi hazırlık aşamasında birçok proje ile ilgili bilgi verilmiştir.

'Sakin şehir adaylık sürecinde olan kent yöneticilerine tavsiyeleriniz nelerdir?' şeklinde kendisine yöneltilen onüçüncü soruyla ilgili, **s**akin şehir logosunun öncelikle çok değerli ve özel anlam ifade eden bir logo olduğu, özellikle adaylık sürecinde olan belediyelere en logonun bir defada alınıp sonra ilgilenilmeyecek bir logo olduğunu bilmeleri gerektiği ifade edilmiştir. Logonun varlığının da tıpkı sakin şehir uygulamaları gibi sürdürülebilir olmasının yanı sıra sakin şehirlerde amacın farklı özellikleri ön plana çıkarmak olduğu için bu amaca en iyi hizmet edecek özelliklerin belirlenip faaliyetlerin bu özelikler üzerine yoğunlaşması üzerinde durulmuştur.

Yalvaç sakin şehir temsilcisi Sn. Ercan Kafafçı'nın araştırma kapsamında kendisine yöneltilen ile ilgili görüş ve değerlendirmeleri şu şekildedir (Mülakat tarihi: 15.03.2016):

'Sakin şehir logosuna sahip olmak belediyeniz için ne anlam ifade etmektedir?' şeklinde kendisine yöneltilen birinci soruyla ilgili, **s**akin şehir logosuna sahip olmanın Yalvaç için sahip olunan kültürü ve tarihi değerleri koruma arzusunu dünyaya duyurmanın en etkili ve özel yollarından biri olduğu belirtilmiştir. Salyangoz logosunun da bunu başarma yolunda elde edilen en önemli göstergelerden biri olması açısından dünyaya açılma fırsatı olarak da değerlendirilmektedir.

'Sakin şehir ile ilgili faaliyetler daha çok hangi alanda kendisini göstermektedir?' şeklinde kendisine yöneltilen ikinci soruyla ilgili, Yalvaç'ta sakin şehir üyeliğinin sonraki süreçte faaliyetlerin genel olarak kültürel mirası koruma adına geleneksel el sanatları ve mimarı restorasyon alanında yoğunlaştığı belirtilmektedir. Ayrıca yöresel tatların ön plana çıkarılması ile ilgili çalışmaların da son dönemlerde ağırlık kazandığı ifade edilmiştir.

'Yerel yönetim faaliyetleriniz içerisinde sakin şehir faaliyetleri ile ilgilenen yöneticisi olduğunuz ya da başka birini görevlendirdiğiniz herhangi bir biriminiz var mı?' şeklinde kendisine yöneltilen üçüncü soruyla ilgili, **s**akin şehir faaliyetleri ile ilgili çalışmaların belediye bünyesindeki destek birimi tarafından yürütüldüğü belirtilmiştir.

'Sakin şehir logosuna ve sakin şehir uygulamalarına yerel halkın tepkisi ne şekildedir?' şeklinde kendisine yöneltilen dördüncü soruyla ilgili, sakin şehir adaylık sürecinden itibaren yöre halkının adaylık ve üyeliğin her aşamasında bilgilendirildiğini özellikle kadınlara yönelik teşvikler ve bu teşvikler ile kurulan yöresel ürünler üzerine faaliyette bulunan küçük işletmelerin ve yöre halkının sakin şehir olma ile ilgili memnuniyetlerini sürekli dile getirdiklerini ve halkın sakin şehir logosunu tamamen sahiplenmiş durumda olduğu belirtilmiştir.

'Sakin şehir logosuna ve sakin şehir uygulamalarına yerel esnafın tepkisi ne şekildedir?' şeklinde kendisine yöneltilen beşinci soruyla ilgili, günübirlikçi ziyaretçi sayısının artışına bağlı olarak esnafın salyangoz logosunu benimsediği belirtilmiştir.

'Sakin şehir logosunu takmaya hak kazanan yöneticilik yaptığınız şehirde turizm alanındaki yatırımlarda bir artıştan bahsetmek mümkün müdür?' şeklinde kendisine yöneltilen altıncı soruyla ilgili, **t**urizm alanındaki yatırımlarda artış olduğu fakat bu artışı

tek başına sakin şehir üyeliğine bağlamanın doğru olmayacağı, Yalvaç'ın konumu itibari ile aynı zamanda bir ticaret merkezi konumunda olduğu için ilçeye iş amaçlı gelen kişilere sunulan konaklama imkânlarının nicel olarak bir artış içerisinde olduğu vurgulanmıştır.

'Sakin Şehir Birliği'ne üye olduktan sonra yöneticilik yaptığınız şehirde yerel yönetim hizmetleri standardınızda meydana gelen değişiklikler ne şekildedir?' şeklinde kendisine yöneltilen yedinci soruyla ilgili, 1990'lı yılların sonlarından itibaren ilçede turizmin çeşitlendirilmesi için bakanlık tarafından uygulanan proje kapsamında yerel yönetim hizmetlerinin belirli kalite standartlarında sunulduğu ve ilçenin genel görünümünün sadece sakin şehir üyeliğinden sonraki sürece bağlanmasının daha önce ilçeye hizmette bulunmuş yöneticilere haksızlık olacağı ve üyelik sürecinden sonra sakin şehir kriterleri çerçevesinde var olan uygulamaları iyileştirme yoluna gidildiği vurgulanmıştır.

'Sakin Şehir Birliği'ne üye olduktan sonra sizle irtibata geçmek isteyen uluslararası çevreci örgütler oldu mu?' şeklinde kendisine yöneltilen sekizinci soruyla ilgili, üyelik sürecinden sonra herhangi bir çevreci örgütle temasın ya da ortak bir projenin bulunmadığı ifade edilmiştir.

'Sakin şehir olduktan sonra ziyaretçi sayılarınızda artış meydana geldi mi?' şeklinde kendisine yöneltilen dokuzuncu soruyla ilgili, Yalvaç'ın henüz yolun başında olduğunu bu bağlamda ciddi bir ziyaretçi artışından bahsetmenin mümkün olmadığı fakat özellikle hafta sonları günübirlikçi ziyaretçi sayılarında bir artıştan bahsetmenin mümkün olduğu hususunda görüş bildirilmiştir.

'Sakin Şehir olduktan sonra ziyaretçi profilinizde gözlenen değişiklikler nelerdir?' şeklinde kendisine yöneltilen onuncu soruyla ilgili, ilçede yer alan antik kent için çok sayıda konu ile ilgili uzman kişinin yapılan çalışmalara dâhil olduğunu veya takip ettiklerini belirterek son dönemlerde de araştırmacı ve akademisyenler tarafından ilçenin daha çok ziyaret edildiği ifade edilmiştir.

'Sakin şehir adaylık sürecinden itibaren ve birliğe üye olduktan sonraki süreçte yerel ve 'uluslararası basının ilgisi hakkında bilgi verebilir misiniz?' şeklinde kendisine yöneltilen onbirinci soruyla ilgili, sakin şehir üyelik sürecinden sonra özellikle ulusal basında ilçe ile ilgili çok sayıda haber ve bilgi niteliğinde dokümanın yayınlandığı ve TRT tarafından hazırlanarak yayınlanan sakin şehir Yalvaç belgeselinin ziyaretçi sayılarındaki

artışta önemli pay sahibi olduğu belirtilerek, bunun dışında özellikle ulusal basında ilçe tanıtımını yapan haberlerin yer aldığı hususunda görüş bildirilmiştir.

'Sakin şehir kapsamında gelecekte planladığınız projeler nelerdir?' şeklinde kendisine yöneltilen onikinci soruyla ilgili, **y**öresel yemek kültürü ve geleneksel el sanatlarını koruyacak projeler üzerinde yoğunlaşıldığı bu projelerin yanında Yalvaç'ta bulunan ve restorasyonu devam eden konakların restorasyonlarının tamamlanarak buraların kültür ve sanat merkezi olarak faaliyete geçmesini amaçlayan bir projenin hayata geçirilmek üzere olduğu ayrıca somut olmayan kültürel mirası canlandırıcı ve geleceğe aktarma arzusu taşıyan projeler ile de kültürel değerlerin yaşatılma arzusunda olunduğu ifade edilmiştir.

'Sakin şehir adaylık sürecinde olan kent yöneticilerine tavsiyeleriniz nelerdir?' şeklinde kendisine yöneltilen onüçüncü soruyla ilgili, Sakin Şehir Birliği küreselleşme karşıtı bir hareket olduğu için adaylık sürecinden itibaren birliğin uyguladığı kriterlerin hassasiyet ile uygulanması gerektiği ayrıca salyangoz logosunu taktıktan sonrasında da yerel yöneticiler ve bağlı olduğu siyasi partiler değişse bile bu değişimlerden etkilenmeyecek yabancı dil bilen arkeolog, mimar, turizmci gibi farklı disiplinlerden oluşan uzman bir ekibin işin başında olması ve projelere yön vermesi aday kent ve yöneticilerine en önemli tavsiye olarak vurgulanmıştır.

Halfeti sakin şehir temsilcisi Sn. Hasan Yoldaş'ın araştırma kapsamında kendisine yöneltilen sorularla ilgili görüş ve değerlendirmeleri şu şekildedir (Mülakat tarihi: 01.04.2016):

'Sakin şehir logosuna sahip olmak belediyeniz için ne anlam ifade etmektedir?' şeklinde kendisine yöneltilen birinci soruyla ilgili,'Halfeti için sakin şehir logosuna sahip olmak; burada yaşayan yöre halkına ve ziyaretçilere huzurlu bir ortamın sağlandığı, sessiz ve günlük hayatın monotonluğundan uzaklaşabilecekleri bir destinasyon mesajını verebilme açısından önemi vurgulanarak her şeyden önce salyangoz logosuna sahip olmanın sınırları aşan uluslararası bir ailenin bir üyesi ve parçası olduğunun kanıtı olarak görülmektedir

'Sakin şehir ile ilgili faaliyetler daha çok hangi alanda kendisini göstermektedir?' şeklinde kendisine yöneltilen ikinci soruyla ilgili, **s**akin şehir logosunun Halfeti'de daha çok sosyal ve kültürel alandaki değerlerin korunmasına yönelik faaliyetlerden oluştuğu ifade edilmiştir.

‘Yerel yönetim faaliyetleriniz içerisinde sakin şehir faaliyetleri ile ilgilenen yöneticisi olduğunuz ya da başka birini görevlendirdiğiniz herhangi bir biriminiz var mı?’ şeklinde kendisine yöneltilen üçüncü soruyla ilgili, sakin şehir faaliyetlerini takip eden herhangi bir birimin bulunmadığını gayri resmi olarak basın ve halkla ilişkiler bölümünün gönüllü olarak sakin şehir ile ilgili faaliyetleri takip ettiği ifade edilmiştir.

‘**Sakin şehir logosuna ve sakin şehir uygulamalarına yerel halkın tepkisi ne şekildedir?’** şeklinde kendisine yöneltilen dördüncü soruyla ilgili, halkın sakin şehir logosunu kabullenmiş durumda olduğunu ayrıca halkın sakin şehir kapsamında ilçe hayatına canlılık katacak projeleri dört gözle bekledikleri belirtilmiştir.

‘Sakin şehir logosuna ve sakin şehir uygulamalarına yerel esnafın tepkisi ne şekildedir?’ şeklinde kendisine yöneltilen beşinci soruyla ilgili, esnafın da sakin şehir logo ve markasını kabullenmiş durumda olduğunu, özellikle hafta sonları artan günübirlik ziyaretçi sayıları ve tur firmalarının Halfeti’ye olan ilgisinin özellikle aşağı Halfeti esnafını son derece memnun ettiği belirtilmiştir.

‘Sakin şehir logosunu takmaya hak kazanan yöneticilik yaptığınız şehirde turizm alanındaki yatırımlarda bir artıştan bahsetmek mümkün müdür?’ şeklinde kendisine yöneltilen altıncı soruyla ilgili, bölgenin sit alanı olmasından dolayı ciddi turizm yatırımlarından bahsetmenin mümkün olmadığını fakat baraj gölünün civarında son yıllarda yiyecek içecek işletmelerinde ufakta olsa bir artıştan bahsetmenin mümkünd olduğu ifade edilmiştir.

‘Sakin Şehir Birliği’ne üye olduktan sonra yöneticilik yaptığınız şehirde yerel yönetim hizmetleri standardınızda meydana gelen değişiklikler ne şekildedir?’ şeklinde kendisine yöneltilen yedinci soruyla ilgili, yerel yönetim hizmetleri standartlarında önemli bir kalite artışından söz etmenin mümkün olmadığı fakat ilçenin temizliğine önceye nazaran daha fazla önem verildiğinin altı çizilmiştir.

‘Sakin Şehir Birliği’ne üye olduktan sonra sizle irtibata geçmek isteyen uluslararası çevreci örgütler oldu mu?’ şeklinde kendisine yöneltilen sekizinci soruyla ilgili, bu konuda çevreci örgütler tarafından Halfeti’ye yönelik herhangi bir talepte bulunulmadığı ifade edilmiştir.

‘Sakin şehir olduktan sonra ziyaretçi sayılarınızda artış meydana geldi mi?’ şeklinde kendisine yöneltilen dokuzuncu soruyla ilgili, hafta sonları günübirlikçi ziyaretçi sayısında ciddi miktarda artış olduğu belirtilmiştir.

‘Sakin Şehir olduktan sonra ziyaretçi profilinizde gözlenen değişiklikler nelerdir?’ şeklinde kendisine yöneltilen onuncu soruyla ilgili, Sakin Şehir Birliği’ne üye olduktan sonra ilçenin akademisyenler ve konu ile ilgili çalışma yapan farklı disiplinlerde ki araştırmacılar tarafından ziyaret edilmeye başlandığı ifade edilmiştir.

‘Sakin şehir adaylık sürecinden itibaren ve birliğe üye olduktan sonraki süreçte yerel ve uluslararası basının ilgisi hakkında bilgi verebilir misiniz?’ şeklinde kendisine yöneltilen onbirinci soruyla ilgili, üyelikten sonra TRT’nin de sakin şehirleri konu edinen bir belgesel çekimi yaptığını ayrıca yerel basında da Halfeti haberlerinin sıklıkla yer aldığı belirtilmiştir.

‘Sakin şehir kapsamında gelecekte planladığınız projeler nelerdir?’ şeklinde kendisine yöneltilen onikinci soruyla ilgili, belediyenin proje üretme konusunda ciddi sıkıntılar yaşadığı ve geleceğe yönelik herhangi bir projenin olmadığı belirtilmiştir.

‘Sakin şehir adaylık sürecinde olan kent yöneticilerine tavsiyeleriniz nelerdir?’ şeklinde kendisine yöneltilen onüçüncü soruyla ilgili, Sakin Şehir Birliği’nin marka değeri yüksek, farklı özellikleri ile ön plana çıkmak isteyen üyelerin yer aldığı saygın bir kuruluş olduğu belirtilerek, aday yöneticilerine en önemli tavsiyenin adaylık sürecinden önce beklentileri karşılayabilmek adına proje ekibinin kurulması olduğu vurgulanmıştır.

Şavşat sakin şehir temsilcisi Sn. Filiz Özcan şehir dışında olduğu için Sn. Nevin İşçi’nin araştırma kapsamında kendisine yöneltilen sorular ile ilgili görüş ve değerlendirmeleri şu şekildedir (Mülakat tarihi: 01.05.2016):

‘Sakin şehir logosuna sahip olmak belediyeniz için ne anlam ifade etmektedir?’ şeklinde kendisine yöneltilen birinci soruyla ilgili, salyangoz logosuna sahip olmanın burada korunmuş doğal ve tarihi çekiciliklerin bulunduğunu ve sessizliğin ifadesi olduğu belirtilmiştir. Bu yüzden logoya sahip olmak ve taşımaya devam etmenin Şavşatlılar için son derece önemli olduğu ifade edilmiştir.

‘Sakin şehir ile ilgili faaliyetler daha çok hangi alanda kendisini göstermektedir?’ şeklinde kendisine yöneltilen ikinci soruyla ilgili, ilçede sakin şehir ile ilgili faaliyetlerin

daha çok doğal ve tarihi çekiciliklerin ön plana çıkarılması ile ilgili faaliyetlerden oluştuğu vurgulanmıştır.

'Yerel yönetim faaliyetleriniz içerisinde sakin şehir faaliyetleri ile ilgilenen yöneticisi olduğunuz ya da başka birini görevlendirdiğiniz herhangi bir biriminiz var mı?' şeklinde kendisine yöneltilen üçüncü soruyla ilgili, belediye bünyesinde Sn. Filiz Özcan'ın liderliğinde ve sakin şehir temsilcisi olduğu bir ekibin mevcut olduğu belirtilmiştir.

'Sakin şehir logosuna ve sakin şehir uygulamalarına yerel halkın tepkisi ne şekildedir?' şeklinde kendisine yöneltilen dördüncü soruyla ilgili, halkın sakin şehir logosu ve uygulamalarını ciddi anlamda benimsemiş durumda olduğunu yerel halktan özellikle kadın ve gençlerden oluşan çok sayıda sakin şehir gönüllüsünün mevcudiyetini bu durumunda halkın sakin şehir logosuna verdiği değerin göstergesi olarak ifade edilmiştir.

'Sakin şehir logosuna ve sakin şehir uygulamalarına yerel esnafın tepkisi ne şekildedir?' şeklinde kendisine yöneltilen beşinci soruyla ilgili, **y**erel halk için geçerli olan benimseme durumunun esnaf için de geçerli olduğu vurgulanmıştır.

'Sakin şehir logosunu takmaya hak kazanan yöneticilik yaptığınız şehirde turizm alanındaki yatırımlarda bir artıştan bahsetmek mümkün müdür?' şeklinde kendisine yöneltilen altıncı soruyla ilgili, sakin şehir üyelik süreci ile birlikte birçok yaylanın yayla turizmine açıldığı ve fiziksel şartlarının iyileştirildiği ayrıca artan turist sayısına bağlı olarak ev pansiyonculuğu uygulamalarının da hayata geçirildiği ve yöresel yiyecek içecek sunan birçok küçük ve orta boylu işletmenin açıldığı belirtilmiştir.

'Sakin Şehir Birliği'ne üye olduktan sonra yöneticilik yaptığınız şehirde yerel yönetim hizmetleri standardınızda meydana gelen değişiklikler ne şekildedir?' şeklinde kendisine yöneltilen yedinci soruyla ilgili, Sakin Şehir Birliği kriterlerine uygun bir şekilde hareket etme konusunda titizlikle davranıldığını, bu kapsamda şehrin temizliğine üyelik öncesi süreye kıyasla daha da fazla önem verildiği ve belediye tarafından sokak hayvanları için ilçenin birçok yerine mama kaplarının bırakıldığı ayrıca çöp konteynırlarının değiştiği bu uygulamalara ek olarak ilçe merkezinde yer alan işletmelere ahşap tabela zorunluluğu getirilmesi ve yapıların çatılarının doğal mimariye uygun şekilde yeniden inşa edildiği ifade edilmiştir.

'Sakin Şehir Birliği'ne üye olduktan sonra sizle irtibata geçmek isteyen uluslararası çevreci örgütler oldu mu?' şeklinde kendisine yöneltilen sekizinci soruyla ilgili, özellikle

yayla turizmine yönelik faaliyetlerden sonra TEMA gibi çevreci örgütlerin dışında başta dağcılık ve spor kulüpleri olmak üzere birçok vakıf ve kuruluşla irtibat a geçildiği ayrıca ilçede her yıl düzenlenen off-road yarışları içinde farklı kuruluşlar ile iletişime geçildiği, yapılan bütün etkinliklerin ardından doğaya olan saygıdan ötürü resmi ve özel kuruluşlar tarafından takdir ve tebrik edildikleri belirtilmiştir.

'Sakin şehir olduktan sonra ziyaretçi sayılarınızda artış meydana geldi mi?' şeklinde kendisine yöneltilen dokuzuncu soruyla ilgili, Karadeniz'de birçok ilçe doğal özellikleri itibari ile Şavşat'la benzerlikler gösterdiği fakat sakin şehir logosuna sahip olmanın insanlarda ayrı bir ilgi uyandırdığı buna bağlı olarak da sakin şehir olduktan sonraki süreçte ziyaretçi sayılarında artış olduğu belirtilmiştir.

'Sakin şehir olduktan sonra ziyaretçi profilinizde gözlenen değişiklikler nelerdir?' şeklinde kendisine yöneltilen onuncu soruyla ilgili, sakin şehir olduktan sonra ilçenin özellikle araştırmacılar ve akademisyenler tarafından ziyaret edilen bir yer olduğu ayrıca düzenlenen doğa sporları kapsamında ilçenin farklı ilgi alanlarına sahip kişiler tarafından da ziyaret edildiği ifade edilmiştir.

'Sakin şehir adaylık sürecinden itibaren ve birliğe üye olduktan sonraki süreçte yerel ve uluslararası basının ilgisi hakkında bilgi verebilir misiniz?' şeklinde kendisine yöneltilen onbirinci soruyla ilgili, sakin şehir adaylık sürecinden itibaren bir çok ulusal ve uluslararası basın mensubu ile görüşüldüğü, TRT tarafından hazırlanıp yayınlanan sakin şehir Şavşat belgeselineek olarak yerel kanal olan Çay tv'de de sürekli olarak ilçeye yer verildiği ayrıca yakın zamanda da Skylife basın mensupları ile ilçede sakin şehir kapsamında gerçekleştirilen uygulamalar ile ilgili bir röportajın yayınlandığı hususunda bilgi verilmiştir.

'Sakin şehir kapsamında gelecekte planladığınız projeler nelerdir?' şeklinde kendisine yöneltilen onikinci soruyla ilgili, yakın zaman içerisinde organik köy pazarı projesinin hayata geçirileceğini ve ilçeye ait yöresel ürünlerin internet ortamından sipariş yoluyla da temin edilebileceği ayrıca kadın yaşam merkezleri kurularak kadınların sosyal projeler kapsamında daha etkin bir şekilde rol almalarının sağlanacağı ifade edilmiştir.

'Sakin şehir adaylık sürecinde olan kent yöneticilerine tavsiyeleriniz nelerdir?' şeklinde kendisine yöneltilen onüçüncü soruyla ilgili, sakin şehir logosunun bir defaya mahsus alınıp bir kenara konulan simgesel bir logo olmadığı öncelikli olarak taahhüt edilen

kriterlerin tam bir bağlılık içerisinde yerine getirilmesi durumunun söz konusu olduğu ayrıca planlanan projelerde kadınların ve çocukların proje merkezinde olması üzerinde önemle durulması gereken konular arasında olduğu belirtilmiştir. Sakin Şehir Birliği yöreselliğe önem veren bir yapı olduğu için Sakin Şehir Birliği'ne aday yöneticilerin yaşadıkları yerlerde bu özelliği ayrıca ön planda tutmaları gerekliliği de vurgulanmıştır.

Nitel araştırma kapsamında, Türkiye'de sakin şehir ağında yer alan merkezlerin sakin şehir temsilcileri ile mülakat yöntemi kullanılarak sakin şehir logo ve markasına sahip yöneticiliklerini yaptıkları sakin şehirlerde meydana getirdiği olgusal değişiklikler hakkında bireysel bir şekilde yüz yüze görüşülerek elde edilen bilgiler değerlendirilerek araştırmanın amaçları doğrultusunda Sakin Şehir Birliği'ne üye ve aday yerel yönetimler tarafından çizilecek yeni yol haritalarının belirlenmesine katkıda bulunmak amacıyla araştırmanın nicel araştırma sonuçları ve öneriler kısmında detaylı bir şekilde değerlendirilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın bu bölümünde, Türkiye'de Sakin Şehirler Birliği'ne üye olan şehirleri ziyaret eden turistlerin sakin şehirleri tercih nedenleri ve memnuniyetlerinin değerlendirilerek tatil deneyiminin yaşandığı destinasyonu ya da sakin şehir logosu taşıyan farklı bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerinin belirlenmesine yönelik yapılan nicel araştırma sonuçları ve sakin şehir temsilcileri ile yapılan salyangoz logosuna sahip olmanın üye şehirlerde meydana getirdiği değişimleri ele alan nitel araştırma kapsamında uygulanan mülakat sonuçları ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. Ayrıca bölüm içerisinde araştırmanın uygulama ve teoriye olan katkılarına, araştırma kısıtlamalarına değinilerek gelecekte yapılacak çalışmalara da önerilerde bulunulacaktır.

Nicel Araştırma Sonuçları ve Öneriler

Türkiye'de Sakin Şehirler Birliği'ne üye olan şehirleri ziyaret eden turistlerin sakin şehirleri tercih nedenleri ve memnuniyetlerinin değerlendirilerek tatil deneyiminin yaşandığı destinasyonu ya da sakin şehir logosu taşıyan farklı bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerinin belirlenmesine yönelik yapılan nicel araştırmada, araştırma verilerinin daha kolay analiz edilebilmesi ve sonuçların anlamlı bir şekilde yorumlanabilmesi için uzman görüşleri doğrultusunda Türkiye'de yer alan sakin şehirler nicel ve nitel kriterler dikkate alınarak gruplandırılmıştır. Araştırma kapsamındaki sakin şehirler gruplandırılırken sakin şehirlerin gelişmişlik düzeyleri ve 2014 yılındaki toplam ziyaretçi sayıları kriterleri dikkate alınarak gruplarda yer alan sakin şehirlerin ziyaretçi sayıları açısından da homojene yakın bir şekilde dağılım gösterilmesine özen gösterilmiştir. Bu doğrultuda Türkiye'de yer alan sakin şehirler gelişmişlik düzeyleri ve 2014 yılı ziyaretçi sayılarına göre 20.000 ve altı kişi tarafından ziyaret edilen sakin şehirler, 20.000-50.000 kişi tarafından ziyaret edilen sakin şehirler, 50.000 ve üzeri kişi tarafından ziyaret edilen olmak üzere üç ana gruba ayrılmıştır. I. grup ziyaretçi sayısı 20.000 ve altında olan Yenipazar, Taraklı, Perşembe, Vize, Yalvaç, Halfeti ve Şavşat ilçelerinden, II. grup ziyaretçi sayısı 20.000 ve 50.000 arasında değişen Gökçeada ve Akyaka ilçelerinden, son olarak III. grup da ziyaretçi sayısı 50.000 ve üzeri olan Seferihisar'dan oluşmaktadır. I. grubu oluşturan sakin şehirlerdeki 2014 yılı toplam ziyaretçi sayısı 74.292, II. grubu oluşturan sakin şehirlerdeki 2014 yılı toplam ziyaretçi sayısı 83.265 ve III. grubu oluşturan sakin şehirdeki 2014 yılı toplam ziyaretçi sayısı 82.312'dir. 2014 yılında Türkiye'de ki sakin şehirleri ziyaret eden turist sayılarından

hareketle yüzdelik dağılımla oranlanmış toplamda 600 örnek büyüklüğüne göre oluşturulan örneklem hacminde I. grubun örnek büyüklüğü 185, II. grubun örnek büyüklüğü 209 ve III. grubun örnek büyüklüğü 206 olarak belirlenmiştir. Nicel araştırma kapsamında üç gruba ayrılmış Türkiye'deki sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin sakin şehir tercih nedenleri ve memnuniyetleri ile tatil deneyiminin yaşandığı ya da sakin şehir logosu taşıyan farklı bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetini ölçmeye yönelik oluşturulan anket formları 14.12.2015 ile 01.05.2016 tarihleri arasında belirli bir program dâhilinde sakin şehir merkezlerinde bulunularak belirtilen tarih aralıklarında Türkiye'de sakin şehirlerde bulunan ve anket formunu cevaplamayı kabul eden 600 ziyaretçiye uygulanmıştır. Yapılan nicel araştırmanın sonuçları aşağıda ayrıntılarıyla ele alınmıştır.

Araştırma değişkenleri ve hipotezlerinin gösterildiği şemadan hareketle geliştirilen yedi adet araştırma hipotezinin test edilmesinden önce, nicel araştırma kapsamında uygulanan ankette kullanılan ölçeklere ilişkin güvenilirlik ve geçerlilik analizleri uygulanmıştır. Araştırmada sakin şehir ile ilgili ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerini ölçmeye yönelik oluşturulan ölçekteki toplam 31 değişken 9 boyutta ölçülmüştür. Bu boyutlar sakin şehirlerdeki konaklama imkânları, ulaşım imkânları, yerel yönetim hizmetleri, yöresel yiyecek içecek hizmetleri, misafirperverlik, doğal ve tarihi çekicilikler, organik yöre pazarı, sağlık hizmetleri ve dinlenme alanlarından oluşmaktadır. Araştırma şemasında yer alan ziyaretçilerin sakin şehir tercih nedenlerini ölçmeye yönelik oluşturulan ölçekteki toplam 23 değişken 6 boyutta ölçülmüştür. Bu boyutlar; bilgi ihtiyacını giderme, sessizlik/dinginlik arayışı, huzur/benzersizlik arayışı, etkileşim, yöresel/organik lezzet arayışı, doğal/tarihi eserleri ziyaret boyutlarından oluşmaktadır. Bunun yanında sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin küreselleşme karşıtlığı ve çevresel duyarlılık ile ilgili özelliklerini ölçmeye yönelik oluşturulan ölçekte küreselleşme karşıtlığı ile ilgili 4 adet değişken ve çevresel duyarlılık ile ilgili 6 adet değişen olmak üzere toplamda on adet değişken yer almaktadır. Ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyetine yönelik oluşturulan ölçek toplamda 6 adet değişkenden oluşmaktadır.

Nicel araştırma kapsamında uygulanan ankette kullanılan bütün ölçeklere yönelik uygulanan güvenilirlik analizinin ardından bütün ölçeklerin alfa katsayılarının, bir ölçeğin güvenilir kabul edilebilmesi için gerekli alt sınır olan 0,70 değerinin üzerinde bir değere sahip olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak nicel araştırma kapsamında kullanılan; ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etme nedenleri, ziyaretçilerin çevresel duyarlılık ve

küreselleşme karşıtlığı, ziyaretçilerin sakin şehir memnuniyet düzeyleri ve ziyaretçilerin tekrar ziyaret etme niyeti ile ilgili ölçeklerin güvenilir oldukları tespit edilmiştir.

Araştırma değişkenleri ve hipotezlerinin gösterildiği şemada yer alan ölçeklere güvenilirlik analizi uygulandıktan sonra ölçeklerin geçerliliklerini test etmek için anket formunda yer alan soruların kuramsal olarak belirlenen yapılar altında toplanıp toplanmadığını test etmek amacı ile faktör analizi uygulanmıştır. Araştırmada faktör yüklerine ait alt sınır olarak 0,70 değeri esas alınmış ve değişkenlerin hangi faktör yapıları altında toplandığı temel bileşenler analizi yardımıyla tespit edilmiştir. Uygulanan faktör analizleri öncesinde örneklem büyüklüğünün yeterliliğini test etmek amacıyla öncelikle Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve ardından veri setinin çok değişkenli normal dağılıma sahip olup olmadığını test etmek amacıyla da Bartlett küresellik testi uygulanmıştır.

Anket formunda ikinci bölüm başlığı altında yer alan ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etmelerinde önemli olan nedenleri tespit etmek amacı ile kullanılan ölçekte yer alan toplam yirmi üç adet değişkene faktör analizi uygulanmıştır. Ziyaretçilerin sakin şehir tercih etme nedenlerine yönelik ölçeğe uygulanan faktör analizi sonucunda 18 değişken 6 faktör altında toplanmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda öz değeri 1'in üzerinde olan 6 faktörün açıklanan varyansa yaptıkları toplam katkı %62.1'dir.

Araştırma kapsamında uygulanan anket formunda üçüncü bölüm başlığı altında yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin çevresel duyarlılık ve küreselleşme karşıtlığı ile ilgili özelliklerini ölçmeye yönelik oluşturulan ölçekteki çevresel duyarlılık ile ilgili altı ve küreselleşme karşıtlığı ile ilgili dört değişkene faktör analizi uygulanmıştır. Çevresel duyarlılık ölçeğine yönelik yapılan faktör analizi sonucunda öz değeri 1'in üzerinde olan tek faktörün açıklanan varyansa yaptıkları toplam katkı %54.6'dır. Küreselleşme karşıtlığı ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucunda öz değeri 1'in üzerinde olan tek faktörün açıklanan varyansa yaptıkları toplam katkı %60.4'dür.

Anket formunda dördüncü bölüm başlığı altında yer alan ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerinin ölçülmesinde kullanılan ölçekte yer alan toplam 31 adet değişkene faktör analizi uygulanmıştır. Ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerine yönelik ölçeğe uygulanan faktör analizi sonucunda 28 değişken 9 faktör altında toplanmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda öz değeri 1'in üzerinde olan 9 faktörün açıklanan varyansa yaptıkları toplam katkı %77.7'dir.

Anket formunda beşinci bölüm başlığı altında yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetleri ile ilgili ölçekte yer alan altı değişkene faktör analizi uygulanmıştır. Tekrar ziyaret etme niyeti ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucunda öz değeri 1'in üzerinde olan tek faktörün açıklanan varyansa yaptıkları toplam katkı %60'dır.

Nicel araştırma kapsamında araştırmada kullanılan bütün ölçeklere ait güvenilirlik ve geçerlilik analizleri sonucunda elde edilen değerler, bu ölçeklerin gelecekte yapılacak araştırmalarda kullanılabilir nitelikte olacaklarını söylemeyi mümkün kılmaktadır.

Araştırma ile ilgili tanımlayıcı istatistikler ve bulgular hem araştırmaya katılan bütün ziyaretçileri hem de şehirlerin gelişmişlik düzeyleri ve 2014 yılındaki toplam ziyaretçi sayıları kriterleri dikkate alınarak oluşturulan gruplar itibari ile ayrıca ele alınmıştır.

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %51.8'lik kısmını kadınlar ve %48.2'lik kısmını da erkekler oluşturmaktadır. Bu sonuçlar cinsiyet bakımından araştırmaya neredeyse eşit katılım düzeyinin gerçekleştiğini göstermektedir.

Araştırmaya dâhil olan ziyaretçilerin yaşları 19 ile 40 yaş aralığında olan katılımcılar genç yaş grubu, 41 ile 53 yaş aralığında olan katılımcılar orta yaş grubu, 54 ve üzeri yaş aralığında olan katılımcılar da yaşlı yaş grubu olarak kabul edildiğinde, sakin şehirleri ziyaret eden ve araştırma kapsamında hazırlanan anketi doldurmayı kabul eden turistlerin %61.3'ünün 19-40 yaş aralığında olan genç yaş grubundan oluştuğunu, %23.9'inin 41-53 yaş aralığında olan orta yaş grubundan oluştuğunu ve %14.8'sinin de 53 ve üzeri yaş aralığında yaş aralığında olan yaşlı yaş grubundan oluşmaktadır. Bu sonuçlara göre sakin şehirler sahip oldukları kendine has özellikleri ile sanılanın aksine orta ve yaşlı yaş grubundan ziyade daha çok genç yaş grubunun dikkatini çekmektedir. Bu sonuçlar, McKercher ve Guilet (2010) tarafından yapılan ve turistleri demografik yapılarını dikkate alarak inceleyen ve yaşlıların genç insanlara göre daha fazla tekrar ziyaret etme niyetinde olduklarını gösteren çalışma sonuçları ile farklılık göstermektedir. Araştırma esnasında sakin şehirlerde yapılan gözlemlerde ikametçilerin daha çok orta ve yaşlı yaş gruplarından, ziyaretçilerin de genç yaş grubundan oluştukları tespit edilmiştir. Yani sakin şehir ziyaretçilerinin büyük bir kısmını şehirlerde yaşayan ve çalışan, şehrin gürültüsünden trafiğinden ve kargaşasından kısa süreliğine de olsa uzaklaşmak isteyen genç yaş grubuna dahil kişilerden oluştuğunu söylemek mümkündür.

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin tamamı Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarından oluşmakta ve ziyaretçilerin %46.2'si bekâr, %45.2'i evli ve %8.7'sinin boşanmış olduğu görülmektedir. Ziyaretçilerin büyük oranda lisans ve lisansüstü düzeyde öğrenim düzeyine sahip oldukları görülmektedir. Ziyaretçilerin %33.2'ini kamu çalışanları, %31.7'sini özel sektör çalışanları, %9.7'sini öğrenciler, % 9'unu işverenler (esnaf), %8.7'sini herhangi bir mesleğe sahip olmayanlar ve %8,7'sini de emekliler oluşturmaktadır. Ziyaretçilerin yaş gruplarına bağlı olarak sakin şehirlerde bulunan ziyaretçiler içersinde emekli oranının düşük olduğu görülmektedir. Araştırmanın yapıldığı tarihlerde kamuda ve özel sektörde çalışan kişilerin sakin şehirleri emeklilere göre daha fazla tercih ettikleri görülmektedir.

Katılımcıların %16,2'nin düzenli gelirlerinin olmadığı, %15.5'inin aylık gelirinin 3001 TL-3500 TL arasında olduğu ve % 15.2'sinin ortalama aylık gelirinin 5001 TL ve üzerinde olduğu görülmektedir. %16.2'lik düzenli gelirim yok kısmının herhangi bir mesleğe sahip olmayan kişiler ve öğrencilerden oluşan katılımcı gruplarının verdiği cevaplardan oluştuğu görülmektedir.

Ziyaretçilerin %80.5'inin ortalama yıllık gelirlerinin %20 ve altı oranındaki kısmını tatil harcamaları için ayırdıkları gözlemlenmektedir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %17.3'ünün tatil için düzenli bir bütçe ayırmadıkları ve %2.2'sinin de ortalama yıllık gelirlerinin %21 ile %40'lık kısmını tatil, eğlence ve dinlenme faaliyetleri için ayırdıkları anlaşılmaktadır.

Yukarıdaki sonuçlar dikkate alındığında araştırma örneğinin farklı sosyo-demografik özelliklere sahip olmakla birlikte; büyük oranda lisans ve lisansüstü düzeyde öğrenim düzeyine sahip, ortalama geliri genellikle orta-yüksek düzeyde ziyaretçilerden oluştuğunu söylemek mümkündür.

Ziyaretçilerin sakin şehir ile ilgili deneyimleri araştırma kapsamında oluşturulan gruplar itibari ile ele alınmıştır.

Ziyaretçilerin bulunulan sakin şehir ile ilgili önceden bilgi sahibi olma düzeylerine göre dağılımları incelendiğinde I. grupta yer alan ziyaretçilerin %42.2'sinin yeterli bilgiye ve %34.6'sının kısmen bilgili oldukları, II. gruptaki ziyaretçilerin %50.2'sinin yeterli bilgiye ve %22'sinin kısmen bilgili oldukları, III. gruptaki ziyaretçilerin %63.6'sının yeterli bilgiye ve %18.9'unun kısmen bilgili oldukları görülmüştür. Elde edilen bulgular, III. grubu oluşturan yani Seferihisar'ı ziyaret eden turistlerin diğer iki gruptaki ziyaretçilere

oranla bulunulan sakin şehir ile ilgili ziyaretten önce daha yüksek bilgi düzeyine olduklarını ve Seferihisar'ın ziyaretçiler tarafından sakin şehir logosu taşıdığı için daha fazla ziyaret edildiğini göstermektedir.

Ziyaretçilerin salyangoz logosunun sadece sakin şehirler tarafından kullanabildiği ile ilgili bilgi sahibi olma düzeylerine göre dağılımları incelendiğinde I. grupta yer alan ziyaretçilerin %65.4'ünün, II. grupta yer alan ziyaretçilerin %65.6'sının, III. grupta yer alan ziyaretçilerin %75.2'sinin salyangoz logosunun sadece sakin şehirler tarafından kullanabildiğini biliyor oldukları görülmektedir. Sonuçlar ve anket formları incelendiğinde bir önceki sorudaki hayır cevabının ziyaret edilen yerin sakin şehir olduğu ile ilgili herhangi bir bilgiye sahip olmayan ve kısmen bilgili olan katılımcılar tarafından verildiği sonucuna varılmıştır. Elde edilen bulgular Seferihisar'ı ziyaret eden turistlerin sakin şehirler hakkında diğer gruplarda yer alan ziyaretçilere oranla daha bilinçli olmalarının yanı sıra, Seferihisar'ında sakin şehir denildiğinde Türkiye'de sakin şehir başkenti olarak ilk akla gelen destinasyon olduğunun göstergesi durumundadır. Ayrıca, Seferihisar'ın Türkiye'nin ilk sakin şehri olması, sahip olduğu tarihi ve doğal çekicilikler, yöre halkının misafirperverliği ve Sakin Şehir Birliği'ne üye olma kriterlerinin sağlıklı ve tam olarak yerine getirilmesi ile yakından ilgili olduğunun göstergesi durumundadır. Ülkemizde sakin şehir logosunun bilinirliğini arttırmak ve şehrin sakin şehir olarak anılabilmesi için Seferihisar gibi diğer sakin şehir yöneticileri tarafından da özellikle tanıtım faaliyetleri çerçevesinde sakin şehirlerde; şehir içi alanları gösteren tabelalarda, belediyeler tarafından kullanılan her türlü evrak ve destinasyon resmi internet sitelerinde salyangoz logosunun ön plana çıkarılması gibi yaşamın daha yavaş olduğunun altını çizen faaliyetler ile salyangoz logosunu daha fazla ön plana çıkaran ve destinasyonun sakin şehir olduğunu vurgulayan uygulamalara gidilmesi Türkiye'de salyangoz logosunun sakin şehirler ile özdeşlelmesine ve logonun ziyaretçiler tarafından bilinirliğine olumlu katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

Ziyaretçilerin bulunulan sakin şehirleri ziyaret sayıları incelendiğinde I. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin %80'i, II. grupta yer alan ziyaretçilerin %72.2'si ve III. grupta yer alan ziyaretçilerin %53.4'ü bulunulan sakin şehri ilk defa ziyaret ettikleri tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular, sakin şehir kavramının Türkiye'de yaşayan insanlar için yeni bir kavram olduğunu, ziyaret edilen sakin şehirlerde Seferihisar dışında tekrar ziyaret etme oranının düşük olduğunu, diğer gruplarda yer alan şehirlerin büyük

çoğunluğunun turistler tarafından ilk kez ziyaret edildiğini göstermektedir. Bu durum özellikle sakin şehirler ile ilgili araştırma yapan akademisyenler için yeni bir çalışma alanı sunmakla birlikte, sakin şehir yerel yöneticilerine konu ile ilgili önlem almalarını sağlayacak ipuçları sunmaktadır. Ülkemizde sakin şehirler konusunda çalışma yapan akademisyenlerin Seferihisar dışındaki sakin şehirlerde düşük olan ilk kez ziyaret etme oranına neden olan sebeplerin araştırılarak farklı bakış açıları ile ele alınmasının konu ile ilgili literatürdeki önemli bir eksikliğin giderilmesine ve sakin şehirlerde yöneticilik yapan yöneticilere yeni yol haritalarının belirlenmesinde katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Sakin şehir yöneticilerinin de yöneticilik yaptıkları sakin şehir bünyesinde yerel halkın da hassasiyetlerini dikkate alarak ve yerel halkında temsilciler yoluyla katıldığı proje ekipleri kurarak sakin şehir felsefesine uygun şehrin dokusunu ve kendine has özelliklerini bozmadan Sakin Şehir Birliği'nin uyguladığı kriterler çerçevesinde sunulan hizmetleri çeşitlendirerek, kalitesini arttırarak turistlerin aynı sakin şehri ziyaret etmesini sağlayacak ve araştırma kapsamında elde edilen şimdiye kadar düşük olan ilk kez ziyaret etme oranını gelecekte tekrar ziyaret etme niyetine dönüştürecek uygulamalara gitmesinin gerekli olduğu düşünülmektedir.

Ziyaretçilerin sakin şehir tercihlerinde kullandıkları bilgi kaynaklarına göre dağılımları incelendiğinde; I. grupta araştırmaya katılan ziyaretçilerin %45.9'unun tanıdık tavsiyesi ve %18.4'ünün de kitaplar ve filmlerden elde edinilen bilgiler ile, II. grupta araştırmaya katılan ziyaretçilerin %37.8'inin tanıdık tavsiyesi ve %15.3'ünün de tv ve internet reklamları ile ve III. grupta araştırmaya katılan ziyaretçilerin %29.1'inin tanıdık tavsiyesi ve %20.9'unun da daha önceki ziyaretlerden elde edinilen bilgiler ile sakin şehirleri ziyaret ettikleri tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar, üç gruba ayrılmış sakin şehirlerin hepsinde ziyaretçilerin bilgi kaynağı olarak tanıdık tavsiyesini kullandıkları ve insanların destinasyon tercihlerinde tanıdık tavsiyesinin önemini kanıtlar niteliktedir. Bu durum araştırmadan elde edilen sonuçların McDowall (2010) tarafından yapılan destinasyonun ilk defa veya tekrar ziyaret edilmesinde kişilerin en fazla güvendiği bilgi kaynaklarının yakın çevre ve arkadaşlardan edinilen bilgilerin olduğunu tespit eden çalışmayla benzer sonuçlar göstermektedir. Ayrıca, Seferihisar dışındaki diğer iki grupta ziyaretçilerin destinasyon tercihlerinde bilgi kaynağı olarak daha önceki ziyaret oranının düşük olması yukarıdaki sonuçlar ile tutarlılık göstermektedir. Araştırma sonuçlarından hareketle, sakin şehirler ile ilgili görsel yayın ve kitapların da ziyaretçilerin destinasyon tercihlerindeki bilgi kaynakları içerisindeki payının oldukça önemli olduğu tespit eden Karaahmet (2013)

tarafından yapılan ve sakin şehirlerin ulusal basında yer almalarının önemini vurgulayan çalışmayla benzer sonuçlar vermektedir. Bu durum, sakin şehirleri ziyaret eden kişilerin ziyaretlerinden önce destinasyon tercihlerinde bilgi kaynağı olarak görsel yayın ve kitapları da kullandığını göstermekte ve sakin şehir yöneticilerinin sakin şehir markasına ilginin artması için tanıtım faaliyetleri kapsamında özellikle ulusal kalkınma ajanslarının desteğini alarak sakin şehirler ile ilgili ulusal basında yer alan yapımların sayı ve sürelerinin arttırılması suretiyle sakin şehirlere karşı daha fazla ilgi uyandıran çalışmalara imza atılması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Bunlara ek olarak çağımızın gerekliliği olarak sakin şehirlere ve salyangoz logosunun bilinirliğine katkı sunması açısından sakin şehirlerdeki mevcut çekicilikler ve imkanlar hakkında detaylı bilgi sunan, sakin şehirlerin misyon ve vizyonunu vurgulayan her türlü ihtiyaca cevap verecek nitelikte profeyonel destinasyon web sitelerinin hazırlanarak oluşturulan web sitelerinin arama motorlarında daha üst sıralarda yer almaları ve günümüz rekabet ortamında destinasyonların tanıtımı için son derece önemli olan ulusal ve uluslararası turizm fuar ve organizasyonlarında da daha fazla boy göstermeleri için sakin şehir yöneticilerinin gerekli girişimlerde bulunması son derece önem arz etmektedir.

Ziyaretçilerin sakin şehir tercihlerindeki konaklama yerlerine göre dağılımları incelendiğinde; I. grupta bulunan ziyaretçilerin %35.1'i, II. ve III. grupta bulunan ziyaretçilerin %31.6'sı konaklama yeri olarak otelleri tercih etmişlerdir. I. grupta bulunan ziyaretçilerin %40'ı, II. grupta bulunan ziyaretçilerin %23.9'u ve III. grupta bulunan ziyaretçilerin %26.2'si günübirlikçi oldukları için herhangi bir konaklama hizmetinden faydalanmamışlardır. Elde edilen bulgular, doğa dostu ve doğayla iç içe yaşamanın önemini vurgulayan bir hareket olan sakin şehirlerdeki ziyaretçilerin konaklama yerleri içerisinde kamp alanı ve çadırlarda kalan ziyaretçi oranının düşük olduğu tespit edilmiştir. Sakin şehirlerdeki yerel yönetimlerin belirli alanlar içerisinde uygun fiziki özelliklere sahip kamp ve çadır alanları kurarak bu alanların gecelemeye uygun hale getirilmelerini sağlamalıdırlar. Ziyaretçilerin sakin şehirlerde kalış süresi I. grupta ortalama 1.04 gece, II. ve III. grupta da ortalama 2 gece olarak hesaplanmıştır. Sakin şehirlerdeki konaklama imkânlarının yetersizliği ve günübirlikçi ziyaretçi sayılarının yüksek olmasına bağlı olarak geceleme sayılarının düşük olmasına neden olmaktadır. Sakin şehirlerde ziyaretçilere yönelik festivaller ya da kültürel özellikleri ön plana çıkaracak sosyal etkinliklerin arttırılması ve yerel halk tarafından yapılacak ev pansiyonculuğu uygulamalarının teşvik

edilmesinin geceleme sayılarına olumlu etkide bulunulacağı düşünülmektedir. Bu anlamda sakin şehir yöneticilerinin sakin şehirlerde sosyal ve kültürel imkânları arttırıcı projeler gerçekleştirerek bu uygulamaları ziyaretçilerin geceleme yapmasını sağlayacak şekilde gün aşırı olarak gerçekleştirmeleri ziyaretçilerin sakin şehirlerde geceleme yaparak sakin şehirlerde sunulan imkânlardan daha fazla yararlanması, sakin şehirleri ve çekiciliklerini daha fazla tanıması ziyaretçilerin sakin şehirleri gelecekte tekrar ziyaret etme niyetine olumlu katkı sağlaması açısından son derece önemli olduğu düşünülmektedir.

Araştırmaya kapsamında elde edilen veriler sonucunda araştırmaya katılan ziyaretçilerin %28.5'inin ulusal veya uluslararası çevreci bir örgüte üye oldukları belirlenmiştir I. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin %39.5'i, II. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin %17.7'si ve III. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin %29.6'sı ulusal veya uluslararası çevreci bir örgüte üyedir. Elde edilen bulgular, Türkiye'de sakin şehir oluşumunun ulusal veya uluslararası çevreci örgütlere üye kişiler tarafından dikkate alındığını, takip edildiğini ve sakin şehirlerin azımsanmayacak bir oranda çevreci örgütlere üye kişiler tarafından ziyaret edildiğini göstermektedir. Araştırma sonuçları Türkiye'de Sakin Şehir Birliği'ne üye olan kentleri çevreci sıfatıyla ziyaret eden ziyaretçi sayılarının azımsanmayacak oranda yüksek olduğunu gösterirken özellikle nitel araştırma kapsamında elde edilen bulgular, sakin şehir yöneticilerinin çevresel örgütlerle çok düşük oranlarda veya yok denecek kadar az iletişim çabası içerisinde olduklarını göstermektedir. Bu durum özellikle sakin şehir alanında çalışma yapan ve sakin şehirleri çevresel duyarlılık açısından ele alan akademisyen ve araştırmacılara yönetimsel açıdan sakin şehirler ve çevresel duyarlılık konusunun daha kapsamlı bir şekilde ele almalarını sağlayacak bulgular sunması ve gelecekte yapılacak çalışmalarda bu konuyla ilgili literatürdeki boşluğun doldurulması açısından önem kazanmaktadır. Ayrıca elde edilen sonuçlar, sakin şehir yöneticilerinin de gelecekte çevre ile ilgili gerçekleştirilmesi düşünülen projelerde ulusal ve uluslararası çevreci örgütler ile iş birliği içerisinde hareket ederek ve ortak projeler gerçekleştirerek sakin şehir felsefesinin özüne hizmet edecek şekilde hareket etmesi ve sakin şehirlerin çevresel duyarlılığı yüksek kişiler tarafından daha fazla ziyaret edilmesine hassasiyet gösterecek girişimlerde bulunması gerekmektedir. Bunlara ek olarak, sakin şehir yöneticilerinin bakanlık ve ulusal kalkınma ajansları ile hareket ederek ekolojik turizm odaklı yatırımları teşvik eden projeler gerçekleştirmesi ve yatırımcıları yöneticilik yaptıkları sakin şehirlerde yatırıma ikna edecek uygulamalara zemin hazırlamaları, sürdürülebilir turizm kapsamında sakin şehirler

yaratılması ve çevresel duyarlılığı yüksek ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etme oranlarını arttırması bakımından önem arz edeceği düşünülmektedir.

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %70.5'inin sakin şehirlerin küreselleşme karşıtı hareketin bir ürünü olduğu hakkında bilgi sahibi olduğunu göstermiştir. Araştırmada hayır cevabı veren %29.5'lik ziyaretçi grubuna eğer sakin şehirlerin küreselleşme karşıtı bir akımın ürünü olduğu hakkında bilgi sahibi olsaydınız ziyaret için sakin şehirleri tekrar tercih eder miydiniz? sorusuna katılımcıların %21.5'i evet tekrar ziyaret ederdim, %8'i hayır tekrar ziyaret etmezdim şeklinde cevap vermişlerdir. Elde edilen sonuçlar sakin şehir hareketinin küreselleşme karşıtı bir hareket olarak ortaya çıkmasına bağlı olarak Türkiye'de ki sakin şehir ziyaretçilerinin de tatil deneyiminin yaşandığı sakin şehirlerin küreselleşme karşıtı akımın ürünü olduğu ile ilgili bilgisi olduğunu gösterir niteliktedir.

Ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etme nedenleri, araştırma kapsamında oluşturulan gruplar itibariyle değerlendirildiğinde, üç ayrı grup içerisindeki sakin şehirlerden birinde bulunan ziyaretçilerin sakin şehirleri sessizlik/dinginlik özelliklerinden dolayı tercih ettikleri anlaşılmaktadır. Bu durumda araştırmaya katılan ve üç gruptaki sakin şehirlerin birinde bulunan ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğunun bulunduğu sakin şehri öncelikli olarak doğayla baş başa kalmak, yorgunluklarını atmak, sakin şehirleri sessiz buldukları ve kalabalık olmadıkları için ziyaret ettiklerini göstermektedir. Ortaya çıkan bu sonucun araştırmaya katılan ziyaretçilerin büyük çoğunluğunun 19-40 yaş arası ve çalışan kişilerden oluşması ile yakından ilgili olduğu düşünülmektedir. Ayrıca gruplar itibariyle ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etme nedenleri incelendiğinde her üç grupta da 'yöresel mutfağa ait lezzetleri tatmak için ve organik tarım ürünlerinin satıldığı pazardan alışveriş yapmak için ziyaret ediyorum' yargılarından oluşan yöresel/organik lezzetler arayışı boyutunun tercih nedeni sıralamasında en sonda yer aldığı tespit edilmiştir. Bu sonuç, Türkiye'deki sakin şehirlerin sahip oldukları yöresel yiyecek içecek kültürü ve organik tarım ürünleri ile çok fazla ön plana çıkamadıklarını ve özellikle yerel yöneticilerin ayırt edici özellik olarak yöresel yiyecek içecekleri destinasyon pazarlamasında etkili kullanamadıklarını gösterir niteliktedir. Araştırmanın literatür kısmında detaylı bir şekilde ele alınan sakin şehir hareketinin tarihsel gelişimi içerisinde sakin şehirlerin yavaş yemek hareketinin devamı niteliğinde bir hareket olduğundan bahsedilmektedir ve araştırma sonuçlarının ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etme nedenlerinde yöresel tatların en son neden olarak tespit edilmesi konu ile ilgili literarürde yer alan yavaş yemek hareketi ve sakin şehirlerin

değerlendirildiği Jones ve diğ. (2003), Loades (2005) ve Parkins ve Craig (2006) tarafından yapılan çalışma sonuçları ile farklılık göstermektedir. Sakin şehirlerde yerel mutfak kültürünü yansıtan yeterli sayıda yöresel yiyecek içecek sunan işletmenin olmaması ve mevcut işletmelerin ihtiyacı karşılayacak kalitede olmaması da bu sonucu doğurabilir niteliktedir. Yerel yöneticilerin kalkınma ajansları tarafından sunulan teşvikler ve hibeler ile yerel halkı destekleyerek ve yol göstererek özellikle kadın girişimciliğine yönelik sadece yöresel tatlar sunan işletme sayılarının arttırılması, topraktan çatala felsefesi ile yetiştirilen organik ürünlerin daha hijyenik ortamlarda sunulduğu organik köy pazarlarının sayı ve niteliklerinin arttırılması, iyi adil ve temiz gıda üretimi çerçevesinde sakin şehirlerde yerel yönetimler öncülüğünde yerel halkın kooperatifler kurarak yetiştirilen ürünleri yerinde ve kurulacak web siteleri aracılığıyla pazarlaması sakin şehirlerdeki yöresel yiyecek içecek kültürünün tanıtılması ve ziyaretçilerin sakin şehirleri sahip olduğu yöresel yiyecek ve içecek kültüründen dolayı ziyaret etmelerinde etkili olacağı düşünülmektedir. Ayrıca gelecekte konu ile ilgili araştırma yapan akademisyen ve araştırmacılar tarafından Türkiye'de Sakin Şehirler Birliği'ne üye olan sakin şehirlerde yöresel yiyecek içecek kültürünün ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etmeleri açısından neden geri planda kaldığının incelemesi ve bu durumun nedenlerinin açıklanması Türkiye'de sakin şehir yöneticilerinin önlemler alıp yeni yol haritaları belirleyebilmesi açısından önem arz etmektedir.

Sakin şehir ziyaretçilerinin çevresel duyarlılıklarını belirlemeye yönelik araştırma bölümü sonuçlarına göre; I. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin genel olarak 1.5450 ortalama değeri, II. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin genel olarak 1.7560 ortalama değeri ve III. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin genel olarak 1.7540 ortalama değeri ile sakin şehir felsefesine uygun olarak çevresel duyarlılığa sahip kişilerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Bu durumda üç gruptaki sakin şehirlerde araştırmaya katılan ziyaretçilerin çevresel sürdürülebilirliğe verilen önemin çevresel duyarlılıkla büyük oranda bağdaştırıldığını göstermektedir.

Sakin şehir ziyaretçilerinin küreselleşme karşıtlıklarını belirlemeye yönelik araştırma bölümü sonuçlarına göre; I. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin genel olarak 1.6919 ortalama değeri, II. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin genel olarak 1.9139 ortalama değeri ve III. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin genel olarak 1.7488 ortalama değeri ile küreselleşme karşıtı hareketleri

desteklediği anlaşılmaktadır. Bu durumda üç gruptaki sakin şehirlerde araştırmaya katılan ziyaretçilerin yerel kültürlerin yaşatılması ve geleceğe aktarılması önündeki en büyük tehlikenin küreselleşme olarak görüldüğünü destekler niteliktedir.

Sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin çevresel duyarlılık ve küreselleşme karşıtı özellikleri incelendiğinde sakin şehirlerin kendilerine yüklediği anlam ile araştırmaya katılan ziyaretçilerin sakin şehirlere yüklediği anlam arasında farkın olmadığı anlaşılmaktadır.

Ziyaretçilerin sakin şehir memnuniyet düzeylerinin ölçümüne yönelik kullanılan ölçekte oluşturulan boyutlara verilen cevapların ortalamalarının yer aldığı araştırma bölümü sonuçlarına göre; I. gruptaki şehirlerin birinde bulunan ziyaretçilerin sakin şehir memnuniyet düzeylerinin 2.2417 ortalama değeri, II. gruptaki şehirlerin birinde bulunan ziyaretçilerin sakin şehir memnuniyet düzeylerinin 2.0473 ortalama değeri ve III. gruptaki şehirlerin birinde bulunan ziyaretçilerin sakin şehir memnuniyet düzeylerinin 1.27573 ortalama değeri ile I. ve II. grup ziyaretçileri için orta düzeyde, III. grup ziyaretçileri için yüksek düzeyde olduğu anlaşılmaktadır. Araştırma sonuçları, Kozak ve Remington (2000) tarafından hazırlanan turistlerin bir destinasyondaki memnuniyet düzeylerinin belirlenmesinde; destinasyona ulaşım, konaklama ve yiyecek-içecek hizmetlerinin kalitesi, eğlence imkânları, yerel halk ve esnafın davranış ve tutumlarının yanı sıra fiyat uygulamaları gibi birçok faktörün etkili olabileceği sonucu ile benzerlikler göstermektedir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, misafirperverlik boyutu I. grup için 1.5856 ortalama değeri, II. grup için 1.3620 ortalama değeri ve III. grup için 1.2055 ortalama değeri ile ziyaretçi memnuniyet düzeyinin en yüksek olduğu boyuttur. Buna göre araştırmaya katılan ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğunun üç grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan yerel halk ve esnafın ziyaretçilere karşı sergiledikleri davranış ve gösterdikleri misafirperverlikten memnun kaldıklarını göstermektedir. Araştırma sonuçları yüzyıllardır ülkemizde gelenek olarak süren ve Türk kültürünün önemli bir parçası olan misafirperverlik ve misafire saygının ülkemizde Sakin Şehirler Birliği'nde yer alan şehirlerde de yöre halkı tarafından hala korunan ve sürdürülen bir davranış olduğunu göstermektedir.

Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlara göre ziyaretçilerin memnuniyet algılamalarına göre misafirperverlik boyutunu sahip oldukları ortalamalar itibari ile memnuniyetten memnuniyetsizliğe göre sırasıyla; doğal ve tarihi çekicilikler, yöresel yiyecek içecek hizmetler, dinlenme alanları, yerel yönetim hizmetleri, konaklama imkânları, ulaşım

imkânları, organik yöre pazarı ve sakin şehirlerdeki sağlık hizmetleri boyutları takip etmektedir.

Araştırma sonuçları ziyaretçilerin sakin şehirlerde bulunan doğal ve tarihi çekicilikler ile ilgili memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Doğal ve tarihi çekiciliklerin mevcut durumunun korunup sürdürülebilirlik ilkeleri kapsamında gelecek nesillere aktarılması herşeyden önce bölgede yaşayan yerel halkın çabaları ve sakin şehir yöneticilerinin farklı kurumlar ile işbirliğini içeren birtakım önlemler ile sağlanmalıdır. Öncelikle sakin şehirde yaşayan halk sahip olunan doğal ve tarihi çekicilikler ile ilgili bilgilendirilmeli ve sahip olunan değerlerin kendilerine atalarından miras olduğu kadar gelecek nesillerin de emaneti olduğu bilinciyle hareket etme konusunda farkındalık oluşturulmalıdır. Sakin şehirlerde bulunan doğal ve tarihi çekicilikler her nekadar korunmuş ve mevcut durumları ziyaretçiler tarafından memnun edici olarak bulunmuş olsa da yerel yönetimler tarafından ilgili kurumlara başvurularak mevcut çekiciliklerin milli park ve özel olarak korunan sit bölgeleri statüsüne getirilmesi için çalışmalarda bulunması ve bu şekilde sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekmektedir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etmelerinde en son sırada yer alan yöresel yiyecek ve içecek hizmetleri boyutunundan ziyaretçilerin tatil deneyimlerinin ardından memnun kaldıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum, sakin şehirlerin sahip olduğu yöresel yiyecek ve içecek kültürünü pazarlamayla ilgili sorun yaşadığını göstermektedir. Bu sorunun ortadan kadırılması için yöresel yiyecek ve içecek hizmetlerinin yerel yönetimlerin tanıtım faaliyetleri içerisinde daha fazla ön plana çıkarılması, yerel yönetimlerin öncülüğünde ve yerel kalkınma ajanslarının destekleriyle yöredeki unutulmaya yüz tutmuş yiyecek içeceklerin kataloglanarak yazılı doküman haline dönüştürülmesi ve sadece yöresel mutfak ürünlerinin satıldığı ve servis edildiği otantik yiyecek içecek işletmelerinin sayılarının arttırılması gerekmektedir. Ayrıca yerel yönetimler tarafından Sakin Şehir Manifestosu'nda yer alan ve üye şehirlerin yerine getirmeyi taahhüt ettikleri; kamuya ait yiyecek içecek işletmelerinde yerel ürünlerin kullanılması ile yiyecek içecek sektörüne yönelik tat eğitimlerinin verilmesi ve yerel ürünlerin kullanılmasının teşvik edilmesi ile ilgili uygulamalar projelendirilerek hayata geçirilmelidir.

Araştırma sonuçları ziyaretçilerin sakin şehirlerdeki mevcut dinlenme alanları ile algılamaların olumlu olduğunu ve ziyaretçilerin sakin şehirlerdeki dinlenme alanlarından

memnun kaldıklarını göstermektedir. Sakin Şehir Manifestosu'nda kentsel yaşam politikaları altında yer alan ve kentsel yaşanabilirliğin arttırılması için son derece önemli olan park ve bahçe gibi dinlenme alanlarının daha iyi koşullara kavuşabilmesi, yerel halkın ve ziyaretçilerin daha fazla faydalanabilmeleri için yerel yönetimlerin park ve bahçe olarak adlandırılan dinlenme alanlarını özel bir yerde tutarak sayılarını arttırmasına ve bu dinlenme alanları için ziraatçiler, peyzaj mimarları ve biyologlardan oluşan ekipler ile yörede yetiştirilmeye uygun verimli bitkiler ve meyve ağaçları yetiştirerek biyoçeşitliliğin korunması ve sosyal yeşil alanların oluşturulması ve iyileştirilmesine özen göstermelidir.

Araştırma sonuçları sakin şehir ziyaretçilerinin sakin şehirlerde sunulan yerel yönetim hizmetleri ile ilgili memnuniyet algılamalarının orta düzeyde olduğunu göstermektedir. Ülkemizde yerel yönetim hizmetleri denildiğinde akla ilk olarak belediyelerin sınırları içerisindeki park ve bahçelerin düzeni, ulaşım faaliyetleri, alt yapı, üst yapı ve imar gibi çeşitli hizmet alanları gelmektedir. Sakin şehir yöneticilerinin yerel halkın daha iyi yaşam koşullarına sahip olabilmesi ve ziyaretçilerin sakin şehirlerden daha memnun ayrılabilmesi için yukarıda belirtilen hizmet alanlarında daha kaliteli standartlarının yükseltilmesine özen gösterilmelidir. Ayrıca sakin şehir yöneticilerinin Sakin Şehir Manifestosu'nda yer alan altyapı ve kentsel yaşam politikaları başlığı altında yerine getirmeyi taahhüt ettikleri sürdürülebilir mimari için hizmet masası oluşturulması, sosyal ve mimari altyapıyı destekleyici hizmetler, engellilere yönelik mimari engellerin kaldırılması, kentsel ya da toplu kanalizasyon için atık su arıtma tesisinin bulunması ve kentsel katı atıkların ayrıştırılarak toplanması gibi uygulamaları geliştirecek projeler ile uygulaması sakin şehirlerdeki yöre halkı ve ziyaretçilerin yaşam kalitesinin yükseltilmesi yanında kentin Sakin Şehir Birliği üyeliği bakımından da son derece önem arz etmektedir.

Araştırma sonuçları sakin şehir ziyaretçilerinin sakin şehirlerde sunulan konaklama imkânları ile ilgili memnuniyet algılamalarının orta düzeyde olduğunu göstermektedir. Türkiye'de yer alan sakin şehirlerin içerisinde sit alanlarının varlığı sebebiyle imar ve binaların genişletilerek kapasitelerinin arttırılmalarının uzun bir bürokratik süreç ve özel izinlere tabii olmasından dolayı var olan konaklama işletmelerinin kapasitelerinin arttırılması kısa süre içerisinde çözüme ulaşacak bir sorundan çok uzak kalmaktadır. Sakin şehirlerdeki yerel yönetimlerin mevcut konaklama sorunlarını belirli alanlar içerisinde uygun fiziki özelliklere sahip doğayla iç içe kamp ve çadır alanları kurarak sakin şehir felsefesine uygun bir şekilde çözüm önerisi getirmesi ayrıca, yerel halkın ev

pansiyonculuğu konusunda eğitilerek ev pansiyonculuğu uygulamalarının teşvik edilmesi, Taraklı ilçesinde olduğu gibi atıl vaziyette bulunan konak ve evlerin aslına uygun şekilde restore edilerek konaklama işletmesi haline getirilerek hizmete açılması, sakin şehirlerde sunulan konaklama imkânlarının iyileştirilmesine ve bu durumun ziyaretçilerin sakin şehirlerdeki konaklama imkânları ile ilgili memnuniyet algılamalarını olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir.

Araştırma sonuçları sakin şehir ziyaretçilerinin sakin şehirlerde sunulan ulaşım imkânları ile ilgili memnuniyet algılamalarının orta düzeyde olduğunu göstermektedir. Araştırmaya katılan ziyaretçilere yönelik hazırlanan anket formuna ait sonuçlar incelendiğinde ziyaretçilerin Seferihisar dışındaki sakin şehirlere ulaşım imkânlarından büyük ölçüde memnuniyetsiz oldukları, özellikle şehir içi ulaşım imkânlarının sınırlı olduğu ve ziyaretçilerin toplu taşımada kullanılan şehir içi güzergahlarlardan şikâyetçi oldukları tespit edilmiştir. Türkiye'de yer alan sakin şehirlerin bağlı oldukları il merkezlerine uzaklıkları düşünüldüğünde yerel yönetimlerin sakin şehirlere ulaşım imkânları üzerindeki kontrolleri sadece il merkezlerinden sakin şehirlere olan sefer sayılarının arttırılması şeklinde mümkün olmaktadır. Buna ek olarak sakin şehir yöneticilerinin ve sakin şehirlerde faaliyet gösteren konaklama işletmeleri yöneticilerinin seyahat acentalarıyla yapacakları anlaşmalar doğrultusunda sakin şehirlere düzenlenecek turlar vasıtasıyla da ziyaretçilerin sakin şehirlere ulaşımları konusunda kolaylıklar sağlanabilmesi mümkündür. Ayrıca sakin şehir içi ulaşım imkânlarının geliştirilmesi için sakin şehir yöneticilerinin şehir içi güzergâhlarını yeniden düzenleyip belirlenen güzergâhlara ihtiyaca cevap verebilecek nitelikte şehir içi sefer uygulamaları, kamu binalarına bağlı verimli bisiklet yolları, otobüs durakları gibi aktarma merkezlerinde bisiklet park yerleri, şehir içinde özel taşıt kullanımına alternatif olarak eko ulaşım planlanması, engellilere yönelik mimari engellerin kaldırılması gibi uygulamaları kısa süre içerisinde hayata geçirmesinin sakin şehirlerdeki mevcut ulaşım sorunlarını en aza indirgemesi açısından önem taşıdığını söylemek mümkündür.

Araştırma sonuçları sakin şehir ziyaretçilerinin sakin şehirlerde yer alan organik yöre pazarı ile ilgili memnuniyet algılamalarının orta düzeyde olduğunu göstermektedir. Sakin Şehirler Birliği üyelerinden sakin şehirlerde yerel ekonominin gelişmesi ve sürdürübelir tarım faaliyetlerini destekleyici yönde ciddi anlamda proje ve faaliyetler bekleyerek bu beklentiyi Sakin Şehir Manifestosu'nda tarıma dair politikalar ve ortaklıklar başlığı altında

mutlaka yerine getirilmesi gereken taahhütler olarak ele almaktadır. Sakin şehirlerdeki organik tarım faaliyetleri yerel yönetimlerin öncülüğünde yerel halk ve farklı kurumlarla işbirliği gerektiren çok hassas bir konu olma özelliği taşımaktadır. Sakin şehir yöneticileri ekolojik tarımın uygulanması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için tarımda öncelikle GDO kullanımını kesin olarak yasaklaması ve tarım arazilerinin ziraat mühendisleri tarafından sürekli denetimini sağlaması gerekmektedir. Yerel halkın organik tarım faaliyetleri hakkında bilinçlendirilmesi ve uzmanlar tarafından sürekli eğitilmesi bu sürecin temel yapı taşlarından birini oluşturmaktadır. Ayrıca yerel yönetimlerin tohum takas şenlikleri gibi etkinlikler düzenleyerek yerel tohumların koruma altına alınması, yerel halkın kooperatifçiliğin önemi ve avantajları hakkında bilgilendirilmesi, kalkınma ajanslarına sunulacak projeler ile yerel üreticilerin desteklenmesi için teşvik ve hibe imkânlarının oluşturulması ve bu sayede özellikle kadınların ekonomik hayata katılımının sağlanması gerekmektedir. Bu önlemlerin yanı sıra yavaş yemek hareketinin dayanak noktası olan iyi, adil ve temiz gıda üretimi çerçevesinde yetiştirilen organik ürünlerin daha hijyenik ortamlarda sunulduğu organik köy pazarlarının sayı ve niteliklerinin arttırılması yerel yönetimler tarafından mutlak suretle yerine getirilmesi gereken öncelikler arasında yer almalıdır. Ayrıca sakin şehir konusunda araştırma yapan araştırmacı ve akademisyenlerin de sakin şehirlerdeki yavaş yemek ve organik tarım faaliyetlerine yönelik yapacağı araştırmaların da Türkiye ölçeğindeki literatüre önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırma sonuçları sakin şehir ziyaretçilerinin sakin şehirlerde sunulan sağlık hizmetleri ile ilgili bilgi sahibi olmadıklarını gösterir niteliktedir. Sonuçların bu şekilde çıkmasında ziyaretçilerin bir kısmının günübirlikçi olmaları ve genel anlamda geceleme sürelerinin kısa olmasının etkisinin olduğu düşünülmektedir. Ancak yerel yöneticilerin öncülüğünde ve işbirliğinde yerel halka uzmanlar tarafından sağlık eğitimlerinin verilmesi, sakin şehirlerde bulunan sağlık hizmetlerine ait fiziki şartların iyileştirilmesi, sağlık hizmetleri kadrosunda deneyimli ve alanında uzman personel istihdamı ile ilgili Sağlık Bakanlığı'na talepte bulunulması ve artan turist sayıları düşünüldüğünde sakin şehirlerde acil sağlık hizmeti ekiplerinin kurulmasının sakin şehirlerde sunulan sağlık hizmetlerine olumlu katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

Araştırma kapsamında literatürde daha önceden yapılan çalışmalar incelendiğinde fiyat boyutunun da ziyaretçilerin memnuniyet düzeyi altında yer alan değişkenlerden biri olarak

ele alındığı tespit edilmiştir. Bu çalışma içerisinde ziyaretçilerin sakin şehirlerde sunulan hizmetlere yönelik fiyat algılamaları ve değerlendirmeleri tek bir boyut olarak değil, sakin şehirlerde ziyaretçilere sunulan konaklama, ulaşım ve yiyecek içecek imkânları altında ayrı ayrı ele alınmış ve araştırmaya katılan ziyaretçilerin üç gruba ayrılan sakin şehirlerdeki konaklama, ulaşım ve yiyecek içecek ile ilgili fiyat uygulamalarından büyük ölçüde memnun kaldıkları tespit edilmiştir.

Sakin şehir ziyaretçilerinin tatil deneyiminin yaşandığı ve sakin şehir logosu taşıyan başka bir destinasyonu gelecekte tekrar ziyaret etme niyetlerini ölçmeye yönelik araştırma bölümü sonuçlarına göre; I. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin genel olarak 1.9036 ortalama değeri, II. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin genel olarak 1.4298 ortalama değeri ve III. grupta yer alan sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin genel olarak 1.2136 ortalama değeri ile gelecekte sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyetinde oldukları görülmektedir. Ölçekte yer alan yargılara ziyaretçilerin katılım oranları gruplar itibariyle ayrı ayrı incelendiğinde katılımcıların tekrar ziyaret etme niyeti ile ilgili yargılara büyük oranda olumlu katılım sergiledikleri anlaşılmaktadır.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar, tekrar ziyaret etme niyetinin turist memnuniyetinden pozitif yönde etkilendiği sonucuna ulaşan Petrick (1999), destinasyon sadakatinin turistin destinasyonda algıladığı performans kalitesi ile doğru orantılı bir şekilde arttığı sonucuna ulaşan Baker ve Crompton (2000), turistlerin memnuniyet düzeyi ile aynı destinasyonu tekrar ziyaret etme olasılığı arasında pozitif yönlü ve yüksek bir ilişki bulunduğu sonucuna ulaşan Choi ve Chu (2001), İspanya ve Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin memnuniyet düzeylerinin tekrar ziyaret etme niyetini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşan Kozak (2001), destinasyondan duyulan memnuniyet düzeyinin, turistik ürün tüketimi ve destinasyonu tekrar ziyaret üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşan Yoon ve Uysal (2005), bir destinasyonu ziyaret eden turistlerin gelecekteki davranışlarının tatmin, hizmet kalitesi ve destinasyon imajından etkilendiği sonucuna ulaşan Castro vd (2007) tarafından yapılan çalışma sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

Araştırma değişkenlerinin gösterildiği şemadan hareketle oluşturulan yedi temel araştırma hipotezinden H1, H2, H3 hipotezlerinin testi için korelasyon analizi ve H4, H5, H6 ve H7 hipotezlerinin testi için varyans analizleri kullanılmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçekler ve ölçekler içerisinde yer alan boyutlar arasındaki ilişkiyi gösteren korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin çevresel duyarlılıkları

ile sakin şehir tercih etme nedenleri arasında p=0.001 düzeyinde %68'lik anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Buna göre ziyaretçilerin çevresel duyarlıklarında olumlu yönde bir artış olduğunda ziyaretçilerin tatillerini geçireceği destinasyon olarak sakin şehirleri tercih etmeleri beklenmektedir. Bu durumda araştırmanın ilk hipotezi olan 'H1: Ziyaretçilerin çevresel duyarlılığa sahip olmaları ile sakin şehirleri tercih etme nedenleri arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' hipotezi kabul edilmiştir. Araştırma sonuçları sakin şehirlerdeki yerel yönetimlerin çevrenin korunmasına yönelik özellikle ulusal ve uluslararası çevreci örgütler ile birlikte hareket ederek gerçekleştireceği etkinliklerin çevresel duyarlılığı yüksek turist grupları tarafından dikkat çekeceği ve bu bağlamda çevresel duyarlılığı yüksek kişilerin sakin şehirlerde düzenlenecek organizasyonlara ilgi duyabileceğini dolayısıyla sakin şehirlerin çevresel duyarlılığı yüksek kişiler tarafından ziyaret edilerek turist sayılarında artışa neden olabileceğini gösterir niteliktedir. Ayrıca ziyaretçilerin çevresel duyarlılıkları ve sakin şehir tercih etme nedenlerine ait boyutlar arasındaki ilişki düzeyleri birinci hipotez altında oluşturulmuş hipotezler aracılığı ile test edilmiş ve ziyaretçilerin çevresel duyarlılıkları ile sakin şehir tercih etme nedenlerine ait altı boyut arasında da korelasyon katsayı değerleri dikkate alınarak ilişki tespit edilmiş ve H1 hipotezi altında oluşturulmuş bütün alt hipotezler kabul edilmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlar sakin şehirleri çevreyle bütünleşmiş bir yerel yönetim örneği olarak ele alan Sırım (2012) tarafından yapılan çalışma ile sakin şehirleri çevre ve enerji açısından ele alan Günerhan, Erdem ve Günerhan (2010) tarafından yapılan çalışma sonuçlarındaki ziyaretçi özellikleri ile benzerlik göstermektedir.

Araştırmada kullanılan ölçekler ve ölçekler içerisinde yer alan boyutlar arasındaki ilişkiyi gösteren korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde ziyaretçilerin küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile sakin şehir tercih etme nedenleri arasında p=0,001 düzeyinde %60'lık anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Buna göre ziyaretçilerin küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile ilgili düşüncelerinde olumlu yönde bir artış olduğunda ziyaretçilerin tatillerini geçireceği destinasyon olarak sakin şehirleri tercih etmeleri beklenmektedir. Bu durumda araştırmanın ikinci hipotezi olan 'H2: Ziyaretçilerin küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile sakin şehirleri tercih etme nedenleri arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' hipotezi kabul edilmiştir. Araştırma sonuçları, sakin şehirlerde araştırmaya katılan ziyaretçilerin yerel kültürlerin yaşatılması ve geleceğe aktarılması önündeki en büyük tehlikenin küreselleşme olarak görüldüğünü destekler niteliktedir Ayrıca, ziyaretçilerin

küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile sakin şehir tercih etme nedenlerine ait boyutlar arasındaki ilişki düzeyleri ikinci hipotez altında oluşturulmuş hipotezler aracılığı ile test edilmiş ve ziyaretçilerin küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile sakin şehir tercih etme nedenlerine ait altı boyut arasında da korelasyon katsayı değerleri dikkate alınarak ilişki tespit edilmiş ve H2 hipotezi altında oluşturulmuş bütün alt hipotezler kabul edilmiştir. Sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin çevresel duyarlılık ve küreselleşme karşıtı özellikleri incelendiğinde sakin şehirlerin kendilerine yüklediği anlam ile araştırmaya katılan ziyaretçilerin sakin şehirlere yüklediği anlam arasında farkın olmadığı anlaşılmaktadır. Araştırma sonuçları küreselleşmenin şehirler üzerindeki olumsuzluklarına dikkat çeken Knox (2005) tarafından yapılan ve küreselleşmenin insan hayatı üzerindeki olumsuzluklarına dikkat çekilerek sakin şehir kavramı ve olumlu yanları hakkında bilgiler sunan Honore (2008) tarafından yapılan çalışmada belirtilen ziyaretçi özellikleri ile benzerlik göstermektedir.

Araştırmada ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti ile sakin şehirlerde sunulan imkânlara yönelik oluşan memnuniyet algısı arasındaki ilişkiyi gösteren korelasyon katsayısı değerleri incelendiğinde, ziyaretçi memnuniyeti ile tekrar ziyaret etme niyeti arasında %69'luk anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre ziyaretçilerin sakin şehirlerde sunulan imkânlara yönelik memnuniyetleri yüksek olduğunda ziyaretçilerin tatil deneyiminin yaşandığı veya sakin şehir logolu farklı bir destinasyonu gelecekte tekrar ziyaret etmesi beklenmektedir. Bu durumda araştırmanın üçüncü hipotezi olan 'H3: Sakin şehri ziyaret eden ziyaretçilerin sakin şehirlerde sunulan hizmetlere yönelik genel memnuniyet algısı ile sakin şehri tekrar ziyaret etme niyeti arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki vardır' hipotezi kabul edilmiştir. Ayrıca, ziyaretçilerin ile sakin şehirlerde sunulan hizmetlere yönelik genel memnuniyet algısına ait boyutlar ile sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişki düzeyleri üçüncü hipotez altında oluşturulmuş hipotezler aracılığı ile test edilmiş ve ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyetinin da korelasyon katsayı değerleri dikkate alındığında ziyaretçi memnuniyet düzeyi altında oluşturulan dokuz boyut ile de ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlar, tekrar ziyaret etme niyetinin turist memnuniyetinden pozitif yönde etkilendiği sonucuna ulaşan Petrick (1999), destinasyon sadakatinin turistin destinasyonda algıladığı performans kalitesi ile doğru orantılı bir şekilde arttığı sonucuna ulaşan Baker ve Crompton (2000), turistlerin memnuniyet düzeyi ile aynı destinasyonu tekrar ziyaret etme olasılığı arasında pozitif yönlü ve yüksek bir ilişki

bulunduğu sonucuna ulaşan Choi ve Chu (2001), İspanya ve Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin memnuniyet düzeylerinin tekrar ziyaret etme niyetini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşan Kozak (2001), destinasyondan duyulan memnuniyet düzeyinin, turistik ürün tüketimi ve destinasyonu tekrar ziyaret üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşan Yoon ve Uysal (2005), bir destinasyonu ziyaret eden turistlerin gelecekteki davranışlarının tatmin, hizmet kalitesi ve destinasyon imajından etkilendiği sonucuna ulaşan Castro vd (2007) tarafından yapılan çalışma sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

Gruplar itibariyle ziyaretçilerin sakin şehir tercih nedenlerine ilişkin tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre; sakin şehir tercih nedenlerinin ziyaretçi sayısı ve gelişmişlik düzeyine göre oluşturulan gruplara göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (f değeri=1.620, p=0.199 > .05). Bu sonuca göre I. grup, II. grup ve III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin, sakin şehir tercih nedenleri istatistiki bakımdan anlamlı farklılık gösterir şeklinde oluşturulan H4 hipotezi kısmen kabul edilmiştir. Bu sonucun ortaya çıkmasında sakin şehir kavramının yerli turistler ve ülkemiz için yeni bir kavram olması, sakin şehirlerin diğer tatil destinasyonları gibi görülmesi, sakin şehirlerde günübirlikçi ziyaretçi sayılarının azımsanmayacak kadar yüksek ve geceleme oranlarının düşük olması, sakin şehir ziyaretçilerinin büyük bir kısmının şehirlerde yaşayan kamuda ve özel sektörde çalışan, şehrin gürültüsünden trafiğinden ve kargaşasından kısa süreliğine de olsa uzaklaşmak isteyen kişilerden oluşmasının etkili olduğu düşünülmektedir. Bu durumda sakin şehir yerel yöneticilerinin sakin şehir felsefesine uygun olarak uzman kişiler tarafından oluşturulacak ekiplerle ve yerel halkın üst düzeyde katılımıyla koordinasyon içerisinde yöneticiliğini yaptıkları şehirlerin kendine has ve diğer şehirlerden ayırt edici özelliklerini, doğal ve tarihi çekiciliklerini, yiyecek içecek kültürünü, misafirperverliklerini daha fazla ön plana çıkarmaları ve bunu ulusal ve uluslararası düzeyde en iyi şekilde tanıtmaları gerekmektedir.

Gruplar itibariyle ziyaretçilerin sakin şehirlerde sunulan imkânlara yönelik genel memnuniyet düzeyi algılamalarına ilişkin tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre; sakin şehirlerde sunulan imkanlara yönelik genel memnuniyet düzeyi algılamalarının ziyaretçi sayısı ve gelişmişlik düzeyine göre oluşturulan gruplara göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (f değeri=20.060, p=0.000<.05). Bu sonuca göre I. grup, II. grup ve III. grupta yer alan sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin, memnıniyet düzeyleri istatistiki bakımdan anlamlı farklılık gösterir şeklinde oluşturulan H5 hipotezi kısmen kabul

edilmiştir. H5 hipotezinin kabul edilmesinin ardından varyansların homojen dağılımını gösteren Levene testi yapılmış ve Levene testinin 3.905 değeri ile p=0.021<0.05 düzeyinde anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Varyansların homojen olarak dağılmadığının tespitinin ardından sakin şehirlerde sunulan imkânlara yönelik genel memnuniyet düzeyi algılamalarının araştırma kapsamında oluşturulan hangi gruplar arasında farklı olduğunu belirleyebilmek amacıyla Post-Hoc testlerinden varyansların homojen olmadığı durumlarda uygulanan Games-Howell testi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar; 50.000 üstü kişi tarafından ziyaret edilen sakin şehirde bulunan ziyaretçilerin, 20.000'den az ve 20.000-50000 arası ziyaretçi tarafından ziyaret edilen sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilere göre daha yüksek oranda sakin şehirlerde sunulan imkânlardan genel anlamda memnun kaldıklarını göstermektedir. Ziyaretçilerin sakin şehirler ile ilgili memnuniyet düzeyini gösteren araştırma sonuçları Seferihisar'ın sakin şehir felsefesinin uygulanış biçimindeki başarısını da ziyaretçiler tarafından takdir edilmesini gösterir niteliktedir. Öncelikle Seferihisar yerel yöneticilerinin yerel haklı sakin şehir olma konusunda bilinçlendirmesi, eğitmesi, kurulan halk meclisleri ve sakin şehir gönüllüleri aracılığıyla yerel halkın Seferihisar'ın imza attığı her projeden haberdar olması ve yerel halkın sakin şehir uygulamalarını benimsemesi ve yerel halkın misafirperverliği Seferihisar'ın başarısında önemli bir rol oynadığını söylemek mümkündür. Ayrıca Sakin Şehir Manfestosu'nda yer alan çağdaş belediyecilik anlayışı kapsamındaki bütün başlıklara ait uygulamaların Seferihisar'da başarılı bir biçimde uygulandığını görmek mümkündür. Seferihisar'ı ülkemizin sakin şehir başkenti sıfatı taşımanın yanında sakin şehir adaylık sürecinden itibaren farklı kurumlarla uyum içerisinde gerçekleştirdiği projeler, sahip olduğu korunmuş doğal ve çekiciliklerin, sofra kültürünün ve kendine has özelliklerini ayırt edilebilecek şekilde tanıtması da ziyaretçileri destinasyona çekme ve memnun edebilme açısından son derece önemlidir. Ayrıca Seferihisar ülkemizde kendinden sonra sakin şehir olan belediyeler ve adaylık başvurusunda bulunan belediyeler içinde örnek bir sakin şehir olma özelliğini korumaktadır. Ülkemizde yer alan diğer sakin şehirlerin de aynı oranda başarılı olabilmek ve ziyaretçilerini daha fazla memnun edebilmek için Seferihisar gibi örnek bir şehrin uyguladığı çağdaş ve problem çözme odaklı belediyecilik anlayışını, uzman kişilerden kurulu ekiplerle gerçekleştirdiği ve gerçekleştimeyi planladığı projeleri takip etmesi ve Seferihisar yerel yönetimiyle koordineli bir şekilde çalışması gerekmektedir.

Araştırma kapsamında 'H6: Ziyaretçilerin genel memnuniyet düzeyi algılamaları ziyaretçilerin sosyo-demografik özelliklerinden medeni hal, yaş aralığı, öğrenim düzeyi, ve

tatil bütçesine göre istatistiki bakımdan birbirinden farklıdır' şeklinde oluşturulan altıncı hipotez testi her bir boyut itibariyle değerlendirilmiş ve şu sonuçlara ulaşılmıştır:

Araştırmanın altıncı hipotezi altında 'ziyaretçilerin medeni hallerine göre sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyleri algılamaları istatistiki bakımdan birbirinden farklıdır' şeklinde oluşturulan H6a hipotezi kabul edilmiş ve araştırmaya katılan ve medeni hali bekâr olan ziyaretçilerin, evli ve boşanmış ziyaretçilere göre sakin şehirlerden daha fazla memnun oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçtan hareketle yatırımcıların ve turizm alanında faaliyet gösteren işletmelerin özellikle de konaklama işletmelerinin hizmetlerini evli ve çocuklu ailelerin ihtiyaçlarına cevap verebilecek nitelikte sunmaları gerekliliğini ortaya koymaktadır. Ayrıca sakin şehir içerisinde yöre halkı ve ziyaretçilerin çocuklarına hizmet veren güvenli çocuk oyun alanlarının kurulması ve sayılarının artırılması gerekmektedir.

Araştırmanın altıncı hipotezi altında 'ziyaretçilerin yaş aralıklarına göre sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyleri algılamaları istatistiki bakımdan birbirinden farklıdır' şeklinde oluşturulan H6b hipotezi kabul edilmiş ve araştırmaya katılan ve 19-40 yaş aralığında olan ziyaretçilerin, 41-53 yaş aralığı ve 54 yaş ve üzeri ziyaretçilere göre sakin şehirlerden daha fazla memnun oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçta, sakin şehir ziyaretçilerinin büyük bir kısmını şehirlerde yaşayan ve çalışan, şehrin gürültüsünden trafiğinden ve kargaşasından kısa süreliğine de olsa uzaklaşmak isteyen ve dinginlik arayan genç yaş grubuna dâhil kişilerden oluştuğunun etkisi olduğu düşünülmektedir. Yerel yönetimlerin ve turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin 41-53 yaş aralığı ve 54 yaş ve üzeri ziyaretçi memnuniyetinin arttırılmasına yönelik aktiviteler düzenleyerek, sakin şehirlerde sunulan imkânların ve hizmetlerin belirtilen yaş grubunun ihtiyaçlarına cevap verebilecek nitelikte yeniden düzenlenmesi gibi ugulamalar ile genç yaş grubu dışındaki ziyaretçilerin sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyi algılamalarına olumlu yönde katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın altıncı hipotezi altında 'ziyaretçilerin öğrenim durumlarına göre sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyleri algılamaları istatistiki bakımdan birbirinden farklıdır' şeklinde oluşturulan H6c hipotezi kabul edilmiş ve araştırmaya katılan ortaöğretim ve lise düzeyinde öğrenime sahip ziyaretçilerin, ön lisans düzeyinde öğrenime sahip ziyaretçilere göre sakin şehirlerden daha fazla memnun oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmanın altıncı hipotezi altında ‘ziyaretçilerin tatil için ayırdıkları bütçeye göre sakin şehirlerdeki genel memnuniyet düzeyleri algılamaları istatistiki bakımdan birbirinden farklıdır’ şeklinde oluşturulan H6d hipotezi kabul edilmiş ve araştırmaya katılan ve tatil için düzeni bütçe ayırmam cevabını veren ziyaretçilerin, yıllık gelirinin %20 ve altını tatil bütçesi olarak kullanan ziyaretçilere göre sakin şehirlerden daha fazla memnun oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre sakin şehir ziyaretçilerinin sakin şehirlerde sunulan hizmetlerle ilgili fiyatlara duyarlı olduğunu ve sakin şehirlerdeki konaklama, ulaşım ve yiyecek içecek ile ilgili fiyat uygulamalarından büyük ölçüde memnun kaldıkları ve dolayısıyla sakin şehirlerde faaliyet gösteren turistik işletmelerinin başarılı bir fiyatlama stratejisi uyguladıkları sonucuna ulaşılmaktadır.

Gruplar itibariyle ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyetlerine ilişkin varyans analizi sonuçlarına göre; sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilerin geleceğe yönelik sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyetlerinin ziyaretçi sayısı ve gelişmişlik düzeyine göre oluşturulan gruplara göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. (f değeri=23.648, p=0.000< 0.05). Bu sonuca göre ‘‘ziyaretçilerin sakin şehirleri gelecekte tekrar ziyaret etme niyetleri gruplar itibari ile istatistiki bakımdan birbirinden farklıdır’ şeklinde oluşturulan H7 hipotezi kabul edilmiştir. H7 hipotezinin kabul edilmesinin ardından varyansların homojen dağılımını gösteren Levene testi yapılmış ve Levene testinin 17.386 değeri ile p=0.020< 0.05 düzeyinde anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Varyansların homojen olarak dağılmadığının tespitinin ardından ziyaretçilerin sakin şehirleri gelecekte tekrar ziyaret etme niyetlerine yönelik araştırma kapsamında oluşturulan hangi gruplar arasında farklı olduğunu belirleyebilmek amacıyla Post-Hoc testlerinden varyansların homojen olmadığı durumlarda uygulanan Games-Howell testi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre; ziyaretçi sayısı 50.000’den fazla olan sakin şehirde bulunan ziyaretçilerin, 20.000’den az ve 20.000-50.000 arası ziyaretçi tarafından ziyaret edilen sakin şehirlerde bulunan ziyaretçilere göre daha yüksek oranda gelecekte sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyetinde oldukları anlaşılmaktadır. H7 hipotezinin testine ait sonuçlar, tekrar ziyaret etme niyetinin turist memnuniyetinden pozitif yönde etkilendiği sonucuna ulaşan Petrick (1999), turistlerin memnuniyet düzeyi ile aynı destinasyonu tekrar ziyaret etme olasılığı arasında pozitif yönlü ve yüksek bir ilişki bulunduğu sonucuna ulaşan Choi ve Chu (2001), turistlerin memnuniyet düzeylerinin tekrar ziyaret etme niyetini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşan Kozak (2001), destinasyondan duyulan memnuniyet düzeyinin, turistik

ürün tüketimi ve destinasyonu tekrar ziyaret üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşan Yoon ve Uysal (2005), tarafından yapılan çalışma sonuçlarını destekler niteliktedir. Ayrıca, H7 hipotezinin testine ait sonuçlar Seferihisar'ın resmi internet sitesinde yer alan 'sakin şehir Seferihisar'da güzel şeyler oluyor' sloganını destekler nitelikte olmakla beraber Seferihisar'ın Türkiye'de yer alan sakin şehirler içerisindeki önemini ve ülkemizin sakin şehir başkenti sıfatını laikiyle taşıdığını gösterir niteliktedir.

Nitel Araştırma Sonuçları ve Öneriler

Araştırmanın bu bölümünde, sakin şehir temsilcileri ile yapılan salyangoz logosuna sahip olmanın üye şehirlerde meydana getirdiği değişimleri ele alan nitel araştırma kapsamında uygulanan mülakat sonuçları ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır.

Araştırma kapsamında sakin şehir yaklaşımının Türkiye'deki uygulanış şekli ve mevcut durumun belirlenmesine ilişkin 01.03.2016 ve 01.05.2016 tarihleri arasında Türkiye'de sakin şehir ağında yer alan merkezlerin sakin şehir temsilcileri ile yapılan mülakatlar sonucunda; Seferihisar belediyesinin Türkiye'deki sakin şehirler başkenti sıfatıyla hayata geçirdiği ve geleceğe yönelik uygulamayı planladığı projeler ile sakin şehir felsefesini günlük hayatın her alanına bütün paydaşları dâhil edecek şekilde yayabildiğini görmek mümkündür. Bu açıdan Seferihisar Sakin Şehirler Birliği'ne üye ve aday kentler tarafından örnek alınabilecek nitelikte faaliyetlere imza atmaktadır. Seferihisar'ın bu başarısındaki en önemli etkenlerin başında yapılan bütün faaliyetlerin merkezine yöre halkının özellikle de kadın ve çocukların konmasıdır. Ayrıca adaylık sürecinden itibaren oluşturulan proje ekipleri ve yerel yönetim faaliyetlerindeki başarıları da Seferihisar ilçesini Türkiye'de bulunan diğer sakin şehirlerden ayırmaktadır.

Sakin şehir temsilcilerinin kendilerine yöneltilen sorulara verdikleri cevap ve değerlendirmeler incelendiğinde; sakin şehir logosuna sahip olmanın bütün belediyeler açısından farklı önem taşıdığı görülmektedir. Bu anlamda salyangoz logosuna sahip olma konusunda sakin şehir temsilcilerinin logoya yükledikleri anlamda farklılaşmaktadır. Sakin şehir temsilcilerinin logo ile ilgili ortak düşünceleri, büyük ve küreselleşme karşıtı bir ailenin farklı özellikleri ile ön plana çıkmak isteyen küçük ve özel bir parçası oldukları konusunda birleşmektedir.

Sakin şehir felsefesi ile ilgili faaliyetlere yönelik sakin şehir temsilcileri tarafından verilen cevaplar incelendiğinde, faaliyetlerin sakin şehir felsefesine uygun olarak Türkiye'deki sakin şehirlerin kendilerini özel hissettikleri alanlarda yoğunlaştığı görülmektedir.

Sakin şehir faaliyetleri ile ilgilenen birimlerin varlığı ile ilgili sakin şehir temsilcileri tarafından verilen cevaplar incelendiğinde, faaliyetlerin genellikle ayrı bir birimden ziyade basın, yayın ve halkla ilişkiler müdürlüğü tarafından yürütüldüğü anlaşılmaktadır.

Sakin şehirler ile ilgili yerel halkın tepkisine yönelik sakin şehir temsilcileri tarafından verilen cevaplar incelendiğinde, genel anlamda bütün sakin şehirlerde halkın salyangoz logosu ve sakin şehir uygulamaları hakkında başlangıçta fikir sahibi olmadıkları, sonrasında gelişen süreçte ise sakin şehir logo ve uygulamalarını benimsedikleri görülmektedir.

Sakin şehirler ile ilgili esnafın tepkisine yönelik sakin şehir temsilcileri tarafından verilen cevaplar incelendiğinde, esnafın Sakin Şehir Birliği'ne üyelik durumunu genellikle artan ziyaretçi sayısı anlamında değerlendirdikleri ve bu anlamda salyangoz logosunun satışları arttırıcı bir etken olarak kabul edip benimsedikleri anlaşılmaktadır.

Sakin şehirlik üyeliğinin turizm yatırımlarına olan etkisine yönelik sakin şehir temsilcileri tarafından verilen cevaplar incelendiğinde, yatırımların genel anlamda sakin şehir üyelikleri ile ilgisi olmadığı konusunda genel görüş hâkimdir.

Sakin şehirlik üyeliğinin yerel yönetim hizmetlerinde meydana getirdiği değişikliklere yönelik sakin şehir temsilcileri tarafından verilen cevaplar incelendiğinde, Türkiye'de yer alan sakin şehirlerin genelde adaylık sürecinde sakin şehir genel merkezine yerine getirmeyi vaat ettikleri hizmetleri gerçekleştirme çabasında oldukları anlaşılmaktadır.

Çevreci örgütler ile üyelik sürecinin ardından kurulan iletişime yönelik cevaplar incelendiğinde; Seferihisar belediyesi dışında Türkiye'deki diğer sakin şehirlerin çevreci örgütler ile ortak projeler gerçekleştirmedikleri anlaşılmaktadır.

Sakin şehir üyeliğinin ziyaretçi sayısı üzerindeki etkisine yönelik sakin şehir temsilcileri tarafından verilen cevaplar incelendiğinde, ziyaretçi sayılarının Seferihisar ve Gökçeada dışında ciddi anlamda bir artışa sebebiyet vermediği, diğer sakin şehirlerde de genelde günübirlikçi ziyaretçi sayılarında artışın meydana geldiği gözlemlenmektedir.

Sakin şehir üyeliği ardından ziyaretçi profilinde gözlenen değişikliğe yönelik sakin şehir temsilcileri tarafından verilen cevaplar incelendiğinde, tüm sakin şehirlere akademisyen ve sakin şehirler hakkında araştırma yapan kişilerin ilgilerinin arttığı tespit edilmiştir.

Sakin şehir üyeliği ardından ulusal ve uluslararası basının ilgisine yönelik sakin şehir temsilcileri tarafından verilen cevaplar incelendiğinde, özellikle TRT tarafından hazırlanarak yayınlanan sakin şehir belgesel kuşağının ulusal basında yer almasının Türkiye'de bulunan sakin şehir yerel yöneticileri tarafından son derece memnun edici bir şekilde karşılandığı gözlemlenmektedir. Ayrıca üyeliklerin ardından sakin şehirlere özellikle ulusal basında daha fazla yer verildiği belirtilmektedir.

Gelecekte sakin şehir anlayışı kapsamında planlanan projelere yönelik sakin şehir temsilcileri tarafından verilen cevaplar incelendiğinde, Halfeti, Yenipazar ve Akyaka sakin şehirlerinin proje üretmekte ciddi sıkıntılar içerisinde olduğu ve bu durumunda belirtilen sakin şehirlerin gelecekte üyeliğin devamı ile ilgili endişelere sebebiyet vereceği anlaşılmaktadır. Geleceğe yönelik proje planlama kapsamında Seferihisar'ın Türkiye'de yer alan diğer sakin şehirlerden uzak ara önde olduğu tespit edilmiştir.

Sakin şehir adaylık sürecinde olan kent yöneticilerine tavsiyelere yönelik sakin şehir temsilcileri tarafından verilen cevaplar incelendiğinde, proje ekiplerine verilmesi gereken önemin altı sürekli olarak çizilmiştir. Proje ekibi verimliliğinin üyeliğin devam ettirilebilmesi açısından önemi vurgulanarak, projelerin özellikle kadın ve çocukları kapsamasına önem verilmesi istenmiştir.

Nitel araştırma kapsamında sakin şehir temsilcileri ile yapılan mülakatlar sonucunda neredeyse bütün sakin şehir temsilcileri sakin şehir genel merkezinin uyguladığı yıllık üyelik aidatlarının yüksekliğinden şikâyet etmektedir ve bu durumun araştırmada özellikle belirtilmesi rica edilmiştir.

Araştırmanın Kısıtlamaları

Türkiye'de Sakin Şehirler Birliği'ne üye olan şehirleri ziyaret eden turistlerin sakin şehirleri tercih nedenleri ve memnuniyetlerinin değerlendirilerek tatil deneyiminin yaşandığı destinasyonu ya da sakin şehir logosu taşıyan farklı bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerinin belirlenmesine yönelik yapılan bu çalışmada, Türkiye'de Sakin Şehir Birliği'nin son üyesi olan Erzurum Uzundere dışındaki tüm sakin şehirler araştırmaya dâhil edilmesine rağmen, araştırma turistlerin sakin şehir tercih nedenleri,

memnuniyet düzeyleri ve tekrar ziyaret etme niyeti boyutları ile ele alınmıştır. Araştırma kapsamında incelenen turistlerin sakin şehir tercih nedenleri ve memnuniyet düzeyleri dışında da turistlerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyetini etkileyen değişkenler olabilir. Ayrıca araştırmanın sadece yerli turistler üzerinde uygulanması ve yabancı turistlerin araştırmaya dâhil edilmemesi araştırmanın en önemli kısıtını oluşturmaktadır.

Araştırmanın Teori ve Uygulamaya Katkıları

Türkiye'de Sakin Şehirler Birliği'ne üye olan şehirleri ziyaret eden turistlerin sakin şehirleri tercih nedenleri ve memnuniyetlerinin değerlendirilerek tatil deneyiminin yaşandığı destinasyonu ya da sakin şehir logosu taşıyan farklı bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerinin belirlenmesine yönelik yapılan ve Türkiye'de sakin şehir ağında yer alan sakin şehir temsilcilerinin Türkiye'deki sakin şehirlerin dünü, bugünü ve geleceğine yönelik değerlendirilmeleri ile katkıda bulunduğu sakin şehir hareketinin Türkiye'de uygulanış biçimi hakkında önemli ipuçları veren bu çalışmanın teorik ve uygulama açısından katkıları bu bölüm içerisinde değerlendirilecektir.

Araştırmada Türkiye'deki sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin sakin şehir tercih nedenleri ve memnuniyet düzeylerinin, tatil deneyiminin yaşandığı destinasyonu ya da sakin şehir logosu taşıyan farklı bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti ile arasındaki ilişkinin ortaya konulması ve sürdürülebilirliğin kentsel boyutta uygulanma şekli olan sakin şehirlerle ilgili Türkiye ölçeğindeki bilgi birikimine katkıda bulunması amaçlanmaktadır. Ayrıca, araştırmadan elde edilen bilgiler doğrultusunda; Türkiye'de Sakin Şehir Birliği'nde yer alan kentleri ziyaret eden turistlerin sakin şehir tercih nedenleri tespit edilerek; mevcut durumun belirlenmesi, iyileştirilmesi, eksikliklerin giderilebilmesi ve ziyaretçilere daha kaliteli hizmet verilebilmesi için görüş bildirecek olması, yerel yönetimler tarafından çizilecek yeni yol haritalarının belirlenmesine katkıda bulunması araştırmanın diğer bir amacı arasında yer almaktadır. Bu çerçevede uygulanan analizler sonucunda turistlerin Türkiye'de bulunan sakin şehirleri ziyaret etmeye iten faktörler ziyaretçilerin çevresel duyarlılıkları ve küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları bağlamında araştırılarak, bu faktörlerin ne ölçüde memnuniyete dönüştüğü ve oluşan memnuniyetin tekrar ziyaret etme niyetine dönüşüp dönüşmeyeceği tespit edilmeye çalışılmıştır. Uygulanan analizler, ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etme nedenlerinin, çevresel duyarlılıkları ve küreselleşme karşıtı dünya görüşüne sahip olmaları ile yakından ilişkili

olduğunu göstermektedir. Sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin çevresel duyarlılık ve küreselleşme karşıtı özelliklerinin araştırmaya dâhil edilmesindeki esas amaç; sakin şehirlerin kendilerine yüklediği anlam ile ziyaretçilerin sakin şehirlere yüklediği anlam arasında farkın olup olmadığının anlaşılmasıdır. Analiz sonuçları ziyaretçilerin çevresel duyarlılığı yüksek ve küreselleşme karşıtı özelliklere sahip olmalarının sakin şehirleri tercih etmelerinde önemli bir etken olduğunu göstermektedir. Sakin şehirler yavaşlık felsefesinin kentsel düzeyde hayat bulmuş hali olarak tanımlandığı için, turistlerin sakin şehirleri küreselleşme karşıtı ve çevreye duyarlı bir yer olarak gördüklerinden dolayı mı ziyaret ettikleri sorusu ziyaretçi özelliklerinin ve sakin şehirler ile ilgili bilgi düzeylerinin belirlenmesi bakımından önem taşımaktadır. Bu bakımdan ziyaretçi özellikleri ve ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih nedenleri ile sakin şehirlerin misyonu ve kendilerine yüklediği anlam arasındaki uyum önem kazanmaktadır. Bu açıdan araştırma sakin şehirleri ziyaret eden turistlerin farklı özelliklerinin tespiti ve sakin şehirlerden beklentilerinin anlaşılması bakımından uygulamaya farklı bir bakış açısı ile katkıda bulunmaktadır.

Araştırma Türkiye'de Sakin Şehir Birliği'nde yer alan bütün şehirler hakkında kapsamlı ve güncel bilgiler sunan ilk araştırma olması itibari ile Türkiye ölçeğinde bu alandaki güncel bilgi eksikliğinin giderilerek konu ile ilgili teorik literatür alt yapısına sağlamış olduğu katkıdan dolayı önemli bilgiler içermektedir. Dolayısıyla araştırmanın Türkiye'de yer alan bütün sakin şehirler ile ilgili güncel bilgi eksikliğini gidermesi açısından önemli bir kaynak niteliği taşıdığını söylemek mümkündür.

Araştırma sonuçlarının farklı boyutlar itibariyle ele alınıp yorumlanabilmesi, sakin şehirlerdeki mevcut durumun belirlenmesi ve eksikliklerin giderilmesi amacıyla araştırmaya sakin şehirleri ziyaret eden ziyaretçilerin yanı sıra, sakin şehir adaylık başvurusundan itibaren sürecin içerisinde bulunan, Sakin Şehir Birliği ile sürekli iletişim halinde olarak sakin şehir üyeliğinin devam etmesi için çalışmalarda bulunan ve aynı zamanda sakin şehir olmanın etkilerini birebir gözlemleyerek yaşayan kişiler olarak sakin şehirlerde yöneticilik yapan ve sakin şehir temsilcisi sıfatıyla hizmet veren kişilerde dâhil edilmiştir. Araştırma amaçları doğrultusunda turistlerin Türkiye'de bulunan sakin şehirleri ziyaret etmeye iten faktörler araştırılarak, bu faktörlerin ne ölçüde memnuniyete dönüştüğü ve oluşan memnuniyetin tekrar ziyaret etme niyetine dönüşüp dönüşmeyeceğinin belirlenmesinde nicel araştırma yöntemleri, sakin şehir yaklaşımının Türkiye'deki uygulanış şekli ve mevcut durumun belirlenmesine ilişkin sakin şehir temsilcilerine

yönelik olarak nitel araştırma yöntemlerinden faydalanılmıştır. Konuyla ilgili olarak daha önceki süreçte ülkemizde sakin şehir logosu taşıyan bütün destinasyonları ziyaretçi ve yönetici boyutlarıyla kapsayan bir araştırmanın yapılmamış olması göz önünde bulundurulduğunda, bu araştırmanın Türkiye ölçeğindeki bilgi birikimine ve konu ile ilgili literatüre sağlamış olduğu katkının önemli olduğu söylenebilir.

Nitel araştırma kapsamında sakin şehir temsilcileri ile yapılan mülakatlar sonucu elde edilen görüş ve değerlendirmeler, sakin şehir olmanın avantajları ve dezavantajlarının tespiti ile sakin şehir uygulamaları kapsamında Türkiye'nin ulaştığı noktanın belirlenmesi açısından özellikle sakin şehir adaylık sürecinde bulunan şehir yöneticileri için gerekli olan önemli bir bilgi kaynağı niteliğindedir.

Araştırma sonucunda ziyaretçilerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyetlerine yönelik güvenilir ve geçerli bir ölçek geliştirilmiştir. Ayrıca araştırma kapsamında kullanılan ziyaretçilerin sakin şehirleri tercih etme nedenleri, ziyaretçilerin çevresel duyarlılık ve küreselleşme karşıtı özelliklerinin belirlenmesi ve ziyaretçilerin sakin şehirlerde sunulan imkânlara yönelik memnuniyet algılarının belirlenmesine yönelik kullanılan ölçeklerin tamamının güvenilir ve geçerli olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle nicel araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin tamamı gelecekte gerçekleştirilecek olan araştırmalarda kullanılması söz konusu olabilir.

Gelecek Çalışmalara Öneriler

Türkiye'de Sakin Şehirler Birliği'ne üye olan şehirleri ziyaret eden turistlerin sakin şehirleri tercih nedenleri ve memnuniyetlerinin değerlendirilerek tatil deneyiminin yaşandığı destinasyonu ya da sakin şehir logosu taşıyan farklı bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerinin belirlenmesine yönelik yapılan ve Türkiye'de sakin şehir ağında yer alan sakin şehir temsilcilerinin Türkiye'deki sakin şehirlerin dünü, bugünü ve geleceğine yönelik değerlendirilmeleri ile katkıda bulunduğu sakin şehir hareketinin Türkiye'de uygulanış biçimi hakkında önemli ipuçları veren bu çalışmanın, bu alanda bundan sonra çalışacak olan araştırmacılara, Sakin Şehir Birliği'nde yer alan şehir yöneticilerine ve Sakin Şehir Birliği'ne aday şehir yöneticilerine yol gösterici nitelikte olduğunu söylemek mümkündür.

Türkiye'de Sakin Şehir Birliği'nin son üyesi olan Erzurum Uzundere dışındaki tüm sakin şehirlerin dâhil edildiği bu araştırma, turistlerin sakin şehir tercih nedenleri, memnuniyet

düzeyleri ve tekrar ziyaret etme niyeti boyutları ile ele alınmıştır. Gelecekte Uzundere ilçesinin de dâhil edildiği bir araştırma da turistlerin sakin şehirleri tekrar ziyaret etme niyetini etkileyen faktörler farklı değişkenler aracılığı ile ele alınabilir

Ayrıca gelecekteki araştırmalara Türkiye'deki sakin şehirleri ziyaret eden yabancı turistler de dâhil edilerek, yabancı turistlerin bakış açıları ile sakin şehir kavramı farklı boyutları ile ele alınabilir.

KAYNAKÇA

Kitaplar

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, E. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı. (7. baskı)*. Sakarya: Sakarya.

Armstrong, G. & Kotler, P. (1997). *Marketing an Introduction*, Nev Jersey: Prentice Hall International, Inc.

Avcıkurt, C. (2005). Turizmde tanıtma ve satış geliştirme. , İstanbul: Değişim.

Aydın, M. K. (2002). *Sermayenin küreselleşmesi kapitalizmin altın döneminden neoliberal dalgaya uzanan süreç.* İstanbul: Değişim.

Balanlı, A. (1999). *Turizm fiziki planlaması ve yapı biyolojisi 21. yüzyılda sürdürülebilir turizm politikaları.* (Derleyen Semra Atabay). İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Basım-Yayın Merkezi.

Bahar O. & Kozak, M. (2012). *Turizm ve rekabet,* Ankara: Detay.

Baker, M. J. (2003). *The marketing Book (5th Edition).* Oxford: Butterworth Heinemann.

Baş, T. (2001). *Anket.* Ankara: Seçkin.

Beatley, T. (2005). *Nativeto nowhere: Sustainable home and community in a global age. (1st Edition).* Washington, DC: Island Press,

Bowden, R. (2004). *Globalization: The impact on our lives*. Chicago: Raintree.

Büyüköztürk, Ş. (2007). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı (8. Baskı).* Ankara: Pegem.

Coccossis, H. (1996). Tourism and sustainability: Perspectives and implications. In G. K.Priestley, J.A. Edwards and H. Coccossis (Eds.), *Sustainable tourism european experiences* (pp. 1-21). Wallingford: Cab International.

Çabuk, S. & Yağcı, M. İ. (2003). *Pazarlamaya çağdaş yaklaşım*. Adana: Nobel.

Demir, C. & Çevirgen, A. (2006). *Ekoturizm Yönetimi.* Ankara: Nobel.

Dulupçu, M.A. (2001). *Küresel rekabet gücü, türkiye üzerine bir değerlendirme.* Ankara: Nobel.

Erdoğan, İ. (2003). *Pozitivist metodoloji, bilimsel araştırma tasarımı istatistiksel yöntemler analiz ve yorum.* Ankara: Erk.

Erkuş, A. (2005). *Bilimsel araştırma sarmalı.* Ankara: Seçkin.

Eryılmaz, B. (1997). K*üreselleşen dünyada kent insan ve yönetim yerel yönetimlerin yeniden yapılanması*. İstanbul: Birleşik.

Emrealp, S. (2005). *Türkiye yerel gündem 21 programı yerel gündem 21 uygulamalarına yönelik kolaylaştırıcı bilgiler el kitabı (2.baskı).* İstanbul: IULA- EMME.

Gartner, W. C. (1993). Communication and channel systems in tourism marketing. In Uysal M & Fesenmaier Daniel.R.(Eds.), *Image formation process* (pp. 191-215). New York: The Haworth Press, Inc.

Gıddens, A. (1990). *The consequence of modernity*. Cambridge MA: Stanford University.

Gıddens, A. (1998). *The third way*. Oxford: Polity Press

Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. & Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.

Govers, R. & Go, F. (2009). *Place branding: Glocal, virtual and physical identities, constructed, imagined and experienced.* UK: Palgrave Macmillan.

Hablemitoğlu, Ş. (2004). *Küreselleşme düşlerden gerçekleri.* Ankara: Toplumsal Dönüşüm.

Hair, J. F., Jr. Black, W. C., Babin, R. E. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis. (7th edition).* New Jersey: Prentice Hall.

Harding, J. (2004). Counter-capitalism: globalisation's children strike back. In Lechner, F.J. & Boli J. (Eds), (pp. 494-499), *The globalization reader (5th edition)*. Malden MA: Blackwell Pub

Hayduk, R. (2003). From anti-globalization to global justice: A twenty first century movement. In John C. Berg, J. C. & Lanham M.D. (Eds), (pp. 273-287),*U.S. progressive political movements in the 21st century*, Md Oxford: Rowman & Littlefield.

Held, D., Mcgrew, A., Goldblatt D. & Perraton, J. (2003). Rethinking globalization, In Held, D. & McGrew, A. . (Eds), (pp. 67-68). The *global transformations reader*, Cambridge: Polity Press.

Honore, C. (2004) *In Praise of Slowness. How a worldwide movement is challenging the cult of speed,* New York: Harper Collins.

Honore, C. (2008). *Hız çılgınlığına başkaldıran yavaşlık hareketi; Yavaş* (E. Gür, Çev)**.** İstanbul: Alfa Kitap.

İslamoğlu, A. H. & Altunışık, R. (2008). *Tüketici davranışları (2. Baskı).* İstanbul: Beta.

Kahraman, N. & Türkay, O. (2012). T*urizm ve çevre.* Detay Yayıncılık: Ankara.

Knox, P. L. & Mayer, H. (2009). *Small town sustainability, economic, social and environmental innovation.* Berlin: Birkhaeuser Verlag AG.

Korten, D.C. (2001). *When corporations rule the world*. San Francisco, Calif: Berrett-Koehler Publishers.

Kotler, P. (2000). *Pazarlama yönetimi*, (N. Muallimoğlu, Çev.). İstanbul: Beta Basım.

Kotler, P., Wong, V., Saunders, J. & Armstrong, G. (2005). *Principles of marketing (4th european edition)*. Harlow: Pearson Education Limited.

Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (2003). M*arketing for hospitaility and tourism*. New York: Prentice Hall.

Kozak, N. (2008). *Turizm pazarlaması (Gözden geçirilmiş 2. Baskı),* Ankara: Detay.

Kurtuluş, K. (2004).*Pazarlama araştırmaları (Genişletilmiş 7. Basım),* İstanbul: Literatür.

Lake, L. (2009). *Consumer behaviour for dummies.* Indianapolis: Wiley Publishing.

Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü,* (Osman A. & Derya K. Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat.

Mucuk, İ. (2010). *Pazarlama ilkeleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Nakip, M. (2006). *Pazarlama araştırmaları teknikler ve (SPSS destekli) uygulamalar.* (Genişletilmiş 2. basım). Ankara: Seçkin.

Page, S.(1995). *Urban tourism*. London: Routledge.

.

Odabaşı, Y. & Barış, G. (2010). *Tüketici davranışı* (12. baskı). İstanbul: Media Cat.

Özdamar, K. (2002). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi* (4. baskı). Eskişehir: Kaan.

Pieterse, J. N.(2001). Globalization and collective action. In Hamel, P.,Lustiger, H., Thaler, H., Pieterse, J.N. & Roseneil, S. (Eds.), *Globalization and social movements global solidarity* (pp. 21-40). UK: Palgrave McMillan.

Rızaoğlu, B. (2004). *Turizm pazarlaması* (4. Baskı). Ankara: Detay.

Sezgin, O.M. (2001). *Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı.* Ankara: Detay.

Sezgin, M. & Ünüvar, Ş. (2011). *Yavaş şehir; sürdürülebilirlik ve şehir pazarlaması ekseninde.* Konya: Çizgi Kitabevi

Sharpley, R. (2009). *Tourism development and the environment: beyond sustainability? UK:* Earthscan Publishing.

Solomon, B., Bamossy, G., Askegaard, S. & Hogg, M. K. (2006). *Consumer Behaviour: A European Perspective, (3rd Edition).* Harlow: Pearson Education Limited.

Sonuç, N. (2014). Sürdürülebilir turizm: tanımı ve içeriği, M. Kozak (Ed.), *Sürdürülebilir turizm kavramlar-uygulamalar,* içinde (ss. 13-28). Ankara: Detay.

Tabachnick, B. G. & Fidel, L. S. (2007). *Using multivariate statistics*. Boston: Pearson Education. Inc.

Tütüncü, Ö. (2001). Y*iyecek içecek işletmelerinde müşteri tatmininin ölçülmesi*. Ankara: Turhan.

Tuna, O. D. (2005). *Küreselleşme ve alternatif küreselleşme*. Ankara: Phoenix.

Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S. (2004). SPSS *uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri.*

Yurtseven, H. R., Kaya, O. & Harman, S. (2010). *Yavaş hareketi* Ankara: Detay.

Yükselen, C. (2003). *Pazarlama ilkeler-yönetim.* Ankara: Detay.

Makaleler

Aktel, M. (2001). Küreselleşme süreci ve etki alanları. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 6(2),* 193-202.

Arslan, K. (2003). Otomobil alımında tüketici davranışlarını etkileyen faktörler. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi, 2(3),* 83-103**.**

Baldemir, T. & Kaşmer, Ş. & Kaya, F. (2013). Yavaş şehir olma durumunun analitik hiyerarşi süreci ile değerlendirilmesi. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 2(1),* 29-50.

Baloğlu, Ş. & McCleary, K.W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research, 26 (4).* 888-897.

Baker, D. A. & Cropmton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavior intensions. *Annals of Tourism Research, 27 (3),* 785-804.

Bayar, F. (2009). Küreselleşme kavramı ve küreselleşme sürecinde Türkiye. *T.C. Dışişleri Bakanlığı Ekonomik Sorunlar Dergisi, 32 (1),* 25-34.

Bigné, E. J., Sanchez, M. I. & Sanchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behavior: ınter-relationship. *Tourism Management, 22 (6),* 607-616.

Bilgi, M.(2013). Türkiye'nin sakin şehirlerinde permakültürel koruma, planlama, yönetim ve eğitim pratikleri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 29,* 45-59.

Beerli, A. & Martin, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research, 31(3),* 657-681.
Bowen, J. T. & Chen, S.L. (2001). The relationship between customer loyalty and customer satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 13 (5),* 213-217.

Bryane, M. (2002). Theorising the politics of globalisation: a critique of held et al. transformationalism. *Journal of Economic and Social Research, 4 (2),* 3-17.

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management, 21,* 97-116.

Butler, R. (1999). Sustainable Tourism: A State of the Art Review', *Tourism Geographies, 3 (1), 7-25.*

Ceylan, T. (2001). Turizm ve sürdürülebilir gelişme. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, 12 (3),*169-177.

Croes, R., Shani, Shani, A. & Walls, A. (2010). The value of destination loyalty: Myth or reality?. *Journal of Hospitality Marketing, 19 (2),* 115-136.

Çakıcı, C. & Aksu, M. (2006). Gökçeada'ya gelen turistlerin beklenti ve tatmin düzeylerinin karşılaştırılması. *İşletme Fakültesi Dergisi, 7(1),* 1-17.

Çiner, C. (2011). Cittaslow hareketi ve türkiye'deki uygulamaları. *Memleket Mevzuat, (71)* 12-23.

Demir, Ş.Ş. & Kozak, M. (2011). Turizmde tüketici davranışları modelini oluşturan aşamalar arasındaki ilişki. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 22(1),* 19-34.

Dick, A. S. & Basu, K. (1994). Customer loyalty: Toward an ıntegrated conceptual framework. *Journal of The Academy of Marketing Science, 22(2)* ,99-113.

Duman, T. (2003). 'Richard L. Oliver'ın tüketici memnuniyeti (consumer satisfaction) ve tüketici değer algısı (consumer value) kavramları hakkındaki görüşleri: Teorik bir karşılaştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(2),* 45-56.

Duman, T. & Öztürk, A. (2005). Yerli turistlerin Mersin Kızkalesi destinasyonu ve tekrar ziyaret niyetleri ile ilgili algılamaları üzerine bir araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, 16(1),* 9-23.

Echtner, C. M. & Ritchie, J.R. B. (2003). The meaning and measurement of destination image. *The Journal of Tourism Studies, 14 (1),* 37-48.

Ergüven, M.H. (2011). Cıttaslow–Yaşamaya değer şehirlerin uluslararası birliği: Vize örneği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3(2),* 201-210.

Erkal, S., Şafak, Ş. & Yertutan C. (2011). Sürdürülebilir kalkınma ve çevre bilincinin oluşturulmasında ailenin rolü, *Sosyo Ekonomi Dergisi, 14(1).* 145-158.

Erten, S. (2009). "Cittaslow/yavaş şehir Seferihisar. *Arredamento Mimarlık Dergisi, 9(9),* 106-109.

Esgin, A. (2001). Ulus-devlet ve küreselleşmeye ilişkin bazı tartışmalar. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *25(2),*185-192.

Fyall, A. & Garrod, B. (2002). Heritage visitor attractions: managing revenue in the new millennium, *International Journal of Heritage Studies, 8 (3),* 247-265.

Godfrey, K. B. (1998). Attitudes towards sustainable tourism in the uk: a view from local government. *Tourism Management, 19(3),* 213-224.

Gökdere, A. (2001). Küreselleşmeye genel bir bakış. *Ankara Avrupa Çalişmaları Dergisi, 3(1),*71-101.

Günerhan, S., Erdem, Ü. & Günerhan, H. (2010). Çevre ve enerji açısından yavaş şehir hareketinin gelişimi. *Tesisat Mühendisliği, 118,* 32-37.

Gürbüz, A. (2009). Safranbolu'yu ziyaret eden turistlerin demografik özelliklerine göre turistik ürünleri algılama durumu. *Doğuş Üniversitesi Dergisi, 10 (2),* 217-234.

Gursoy D. & McCleary KW (2004). An ıntegrative model of tourists' ınformation search behavior. *Ann. Tourism Research, 31(2),* 353-373.

Hsu C.H.C., Kara W. & Soo K. K. (2004). Image assessment for a destination with limited comparative advantages. *Tourism Management, 25(1),* 121-126.

Hunter, C. (1997). Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of Tourism Resarch, 24, (4),* 850-867.

İpar, S. & Doğan, M. (2013). Destinasyonun turist açısından önem-memnuniyet modeli ile değerlendirilmesi: edremit üzerine bir uygulama. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(13),* 132-154.

Jenkins, O. H. (1999). Understanding and measuring tourist destination images. *International Journal of Tourism Research, 1 (1),* 1-15.

Juris, J. S. (2005). The new digital media and activist networking within anti- corporate globalization movements. *The Annals, 7 (1),* 189-208.

Kalafatoğlu, Ş. (2013). Küreselleşme karşıtı hareket. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4(1),* 143-195.

Karadeniz, C.B. (2014). Sürdürülebilir turizm bağlamında sakin şehir Perşembe. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7 (29),* 84-107.

Karamustafa, K., Tosun, C. & Çalhan, H. (2015). Tüketici odaklı yaklaşımla destinasyon performansının değerlendirilmesi: Kapadokya Bölgesi örneği. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, 7 (2),* 117-148.

Kaypak, Ş. (2010). Ekolojik turizmin sürdürülebilirliği. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi 2(2), 93-114.*

Kılıç, İ. & Pelit, E. (2004). Yerli turistlerin memnuniyet düzeyleri üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 15 (2),* 113-124.

Kılıç, B. & Akyurt, H. (2011). Destinasyon imajı oluşturmada hüzün turizmi: Afyonkarahisar ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 10(1)* ,209-232.

Kim, H.Y. (2013). Statistical notes for clinical researchers: assessing normal distribution (2) using skewness and kurtosis. *Restorative Dentistry & Endodontics, 38(1),* 52–54.

Kim, M.K., Park, M.C. & Jeong, D.H. (2004). The effects of customer satisfaction and switching barrier on customer loyalty in korean mobile. *Telecommunication Services, Telecommunications Policy, 28(2),* 145 159.

Knox, P. L. (2005). Creating ordinary places: Slow cities ın a fast World. *Journal of Urban Design, 10 (1),*1-11.

Knutson, B. J. (1988). Ten laws of customer satisfaction. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration., 29 (3), 14-17.*

Kozak, M. (2003). Measuring tourist satisfaction with multiple destination attributes. *Tourism Analysis, 7(3),* 229-240.

Kozak, M. & Rimmington, M. (2001). Tourıst satısfactıon wıth maurıtıus as a holıday destınatıon. *Global Journalof Business Research, 4 (2),* 113-124.

Kozak, M. (2001). Comparative assessment of tourist satisfac-tion with destinations across two nationalities. *Tourism Management, 22 (4),*391-401.

Manning, S. (1999). Introduction to ınformation retrieval, *Journal of World System Research, 5(2),* 124-137.

Martin, H. S.& Bosque, I. A. R. (2008). Exploring the cognitive–affective nature of destination image and the role of psychological factors in its formation, *Tourism Management, 29 (3),* 263-277.

Matos, N., Mendes, J. & Valle, P. (2012). Revisiting the destination image construct through a conceptual model. *Dos Algarves. A Multidisciplinarye* e-journal, *21*, 102-117. 15 Ekim 2015 tarihinde http://www.dosalgarves.com/revistas/N21/5rev21.pdf sayfasından erişilmiştir.

Mayer, H.& Knox, P.L. (2006). Slow cities: Sustainable places in a fast world. *Journal of Urban Affairs, 28(4),* 321-334.

McDowall, S. (2010). International tourist satisfaction & loyalty: Bangkok, Thailand. Asia Pacific. *Journal of Tourism Research, 15 (1),* 21-42.

Miele, M.(2008). Citta slow: Producing slowness against the fast life, *Space and Polity, 12 (1),* 135-156.

Nilsson, J.H., Svard, A.C., Widarsson, A &, Wirell, T. (2011). Cittaslow eco-gastronomic heritage as a tool for destination development. *Current Issues in Tourism, 14(4),* 373-386.

Oktay, D. (2007). Sürdürülebilirlik, yaşanılabilirlik ve kentsel yaşam kalitesi: Kavramdan uygulamaya, *Mimarlık Dergisi, 335,* 37-40.

Opperman, M. (1996). Convention destination images: Analysis of association meeting planner's perceptions, *Tourism Management, 17 (3),* 175-193.

Oter, Z. ve Özdoğan, O. (2005). Kültür amaçlı seyahat eden turistlerde destinasyon imajı: İzmir: Selçuk-Efes örneği. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, 16(2),* 127-138.

Özer, Ö. & Günaydın, Y. (2010). Otel işletmelerinde müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati ilişkisi: Dört yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama, *İşletme Fakültesi Dergisi, 11(2),* 127-154.

Pike, S. & Ryan, C. (2004). Destination positioning analysis through a comparison of cognitive, affective, and conative perceptions. *Journal Of Travel Research, 42(4),* 333-342.

Pink, S. (2009). Urban social movements and small places- slow cities as sites of activism. *City, 13(4),* 451-465.

Pizam, A. & Ellis, T. (1999). Customer satisfaction and its measurement in hospitality enterprises. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 11 (7),* 326–339.

Radstrom, S. (2011). A place sustaining framework for local urban ıdentity: An ıntroduction and history of cittaslow. *Italian Journal of Planning Practice, 1(1),* 90-113.

Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies, Annals *of Tourism Research, 33(4),* 1121-1140.

Schively, C. (2008). Sustainable development as a policy guide: An application to affordable housing in ısland communities. *Environment, Development and Sustainability, 10(6),* 754-771.

Shoemaker, S. & Lewis, R. C. (1999). Customer loyalty: The future of hospitality marketing *International Journal of Hospitality Management, 18 (4), 345-370.*

Sırım, V.(2012). "Çevreyle Bütünleşmiş Bir Yerel Yönetim Örneği Olarak 'Sakin Şehir' Hareketi ve Türkiye'nin Potansiyeli,*" Türk Tarih ve Sanat Araştırmaları Dergisi, 1(4),119-131.*

Şarman, Ç. (2011). Seferihisar: Yavaş şehir. *Atlas, 222 (9), 71-86.*

Tarakçıoğlu, S. & Aydın, İ. (2003). Yunanistan, İtalya ve Mısır ülkelerinin imajlarının Türkiye'de faaliyet gösteren a grubu seyahat acenteleri tarafından algılanması: ampirik bir uygulama. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Gazi Üniversitesi, 1,* 166-189.

Tuna, M. (2000). Çevresel sorunların küreselleşmesi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi, 1(2),* 3-16

Tunç, A. (2003). Dünyadaki Türkiye imajının turizm sektörüne etkisi ve bir uygulama. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 1,* 38-54.

Tunç, A., Ö., Ömür, G. A. & Düren, A.Z. (2012). Çevresel farkındalık. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 7(4),* 227-246.

Vernon, J., Essex, S., Pinter, D. & Curry, K. (2005). Collaborative policymaking local sustainable projects. *Annals of Tourism Research, 32(2),* 325-345.

Wang, J. Yunyan, H., Ya, L., Xiang, H., Xiafel, W. & Yuanmei, J. (2004). An analysis of environmental awareness and environmental education for primary school and high school students in Kunming. *Chinese Education and Society, 37(4),* 24-31.

Yetim, N. (2002). Küresel üretim yapılanmasına kültürel yanıtlar ulusal yerel. *Doğu-Batı Düşünce Dergisi, 5(18),* 67-79.

Yılmaz, V., Çelik, H.E. & Yağızer, C. (2009). Çevresel duyarlılık ve çevresel davranışın ekolojik ürün satın alma davranışına etkilerinin yapısal eşitlik modeliyle araştırılması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9(2),*1-14.

Yoon, Y. & Uysal M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management, 26(1),* 45-56.

Yurtseven, H.R. & Can, E. (2002). Gökçeada'daki turizm çekiciliklerinin imajı: İlk kez ve birden fazla gelen turistler açısından karşılaştırılmalı bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 13(),* 148-154.

Zengingönül, O. (2005, Bahar). Nedir bu küreselleşme? Kaçabilir miyiz? Kullanabilir miyiz?. *ESİAD Dergisi, 1(1),* 85-106.

Zinkhan, M. G. & Carlson, L. (1995). Green advertising and reluctant consumer. *Journal of Advertising, 24(2),* 1-7.

Yayınlanmamış Master ve Doktora Tezleri

Coşar, Y. (2013). Y*avaş şehir (cıttaslow) olgusunun turist davranışları ve yerel halkın kentsel yaşam kalitesi algısına etkileri.* Yayınlanmamış Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

Cömert, T. (2002). *Türkiye'de sürdürülebilir turizm için makro plan önerisi.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Duman, T.(2002*). A model of perceived value for leisure travel products.* Yayınlanmamış Doktora Tezi. The Pennsylvania State University. The Graduate School College of Health and Human Development, Pennsylvania.

Ekincek, S. (2014). *Sakin şehir (cıttaslow) yöneticilerinin sakin şehir hareketine ve sürdürülebilirliğe yönelik değerlendirmeler*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Eser, S. (2011). *Sürdürülebilir turizm ve Efes örneği.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

Gökçe, Ö. (2007). *Destinasyon yönetimi ve pazarlama temelleri İzmir için bir destinasyon model önerisi.* Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Haştemoğlu, H. Ş.(2006). *1960'larda sürdürülebilirlik ve kentleşme; Isparta, istasyon caddesi örneği.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

Temizkan, R. (2005). *Turist rehberlerinin türkiye imajını algılamaları.* Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.

Uzun, F. (2012**).** *Ihlara vadisi kültürel peyzaj alanında sürdürülebilir turizm.* Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Keskin, E. B. (2010). *Sürdürülebilir kent kavramına farklı bġr bakış olarak yavaş şehirler (cıttaslow): Seferihisar örneği.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.

Kongre, Sempozyum ve Seminerler

David, L. & Tözser. (2009). A Destination management: Necessity and tasks of tourism destination management in Hungary. *4th Aspects and Visions of Applied Economics and İnformatics,* 26th-27th March 2009-Budapest *(s. 1425-1431).* Budapest: Agroinform Publishing House

Tan, A., Baydaş, A. ve Bedestenci, H.Ç. (2000). Küreselleşme ve Giysi Tüketim Davranışları: Kahramanmaraş Örneği. 5. Ulusal Pazarlama Kongresi, 16-18 Kasım 2005- Antalya(s. 467-485).Antalya: Akdeniz Üniversitesi Turizm Araştırma, Geliştirme ve Uygulama Merkezi.

Torres, R. (2001). *Towards a socially sustainable world economy: An analysis of the social pillars of globalization*. ILO Publication'da sunulmuş seminer. Geneva, Italy.

Sungur, Z. (2013). Türkiye'nin Sakin Şehirlerindeki Kadın Girişimciliğine Sosyolojik Bir Bakış. *Internatıonal Conference On EurasıanEconomıes,17th-18th September 2013-St. Petersburg (s.641-650). Ankara: Beykent University*

Raporlar ve Dosyalar

Taraklı Sakin Şehir Başvuru Dosyası, 2010

Cittaslow Gökçeada Yavaş Turizm Rehberi, 2013

Cittaslow Gökçeada Earth Market Projesi, 2013.
Cittaslow Gökçeada, 2013.

Cittaslow International Charter 2014.

Cittaslow Vize, 2014.

Slowfood Trakya Vize, 2014.

Vize Turizm Coğrafyası, 2014.

Cittaslow Vize Bilgilendirme Toplantısı, 2012.

Avrupa Komisyonu, 2012

UNWTO Core Indicators of Sustainable Tourism, Guidebook 2004

TÜSİAD (2012). Sürdürülebilir Turizm Raporu.

Global Sustainable Tourism Council, 2012):

WTO (1998). Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism; World Tourism Organization, Madrid.

Seferihisar'ın Yavaş Yolları, 2011.

Seferihisar'ın Yavaş Yemekleri, 2011.

Sakin Şehir Seferihisar, 2012.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Konaklama İstatistikleri (2008-2014)

Şanlıurfa Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları. (2013). Şehir Kitaplığı Dizisi: 18, s.37

Aydn Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları. (2014). Kristal Baskı Hizmetleri: s.29

Artvin, T.C. Artvin Valiliği İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü.(2011).

Artvin Valiliği Kültür Envanteri, T.C. Artvin Valiliği İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü (2012)

Dünya Kültür Köprüsü Türkiye Tanıtım Projesi, 2011-2015

İnternet Adresleri:

University of Oregon, Academic Writing Center. Research. (2015). 10.07.2015 tarihinde http://www.uoregon.edu/Social_Equity_Capacity sayfasından erişilmiştir.

T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Çevre ve Şehircilik Kütüphanesi. (2015). 10.03.2015 tarihinde http://www.bayindirlik.gov.tr. sayfasından erişilmiştir.

Slow Food, About Us, Our Philosophy ve Our History. (2015). 15.05.2015 tarihinde http://www.slowfood.com/international/1/about-us sayfasından erişilmiştir.

Slow Food Resmi Logosu. (2015). 05.04.2015 tarihinde http://www.slowfood.com sayfasından erişilmiştir.

Slow Food Anadolu, Carlo Petrini'nin mesajı. (2015). 10.01.2015 tarihinde http://www.slowfoodanadolu.com/baskanin-mesaji/slow-food-carlo-petrini-bilinc-ve-sorumluluk sayfasından erişilmiştir.

Slow Food, What We Do. (2015). 01.04.2015 tarihinde http://www.slowfood.com/what-we-do/ sayfasından erişilmiştir.

Fondazione Slow Food, Slow Food Projects, The Presidia. (2015). 01.04.2015 tarihinde http://www.fondazioneslowfood.com/en/what-we-do/slow-food-presidia/the-project/ sayfasından erişilmiştir.

Slow Food, Slow Food Projects, International Terra Made Day. (2015). 01.04.2015 tarihinde http://slowfood.com/international/125/terra-madre-day sayfasından erişilmiştir.

Earth Markets, What is Earth Market Project. (2015). 01.04.2015 tarihinde http://www.earthmarkets.net/pagine sayfasından erişilmiştir.

Fondazione Slow Food, What We Do, Slow Food Projects, 10.000 Gardens İn Africa. (2015). 01.04.2015 tarihindehttp://www.fondazioneslowfood.com/en/what-we-do/10-000-gardens-in africa/#.UyM9tRaKijY. sayfasından erişilmiştir.

Slow Food, Slow Food Projects, Slow Food Chefs' Alliance. (2015). 20.03.2015 tarihinde http://www.fondazioneslowfood.com/en/what-we-do/slow-food-chefs-alliance/alliance-menus/ sayfasından erişilmiştir.

Slow Food, What We Do and Where We Are. (2015). 20.03.2015 tarihinde, http://www.slowfood.com/international/4/where-we-are?session=slowfoodstorecom: C2745172031aa1E155yl1219F56A#risultati sayfasından erişilmiştir.

Slow Food, Where We Are and Convivia in Turkey. (2015). 15.03.2015 tarihinde, http://www.slowfood.com/international/4/where-we-are?session=slowfoodstorecom: C2745172031aa1E155yl1219F56A#risultati sayfasından erişilmiştir.

Sefertası Hareketi. Slow Food Tat Alma Hakkının Savunucusu. (2015). 10.03.2015 tarihinde http://webnaturel.com/urunbilgi/id/1280/katid/27/ustkatid/1/slow-food-tat-alma-hakkinin-savunucusu.html sayfasından erişilmiştir.

Citta Slow, Citta Slow (Sakin Şehir) Resmi Logo ve Sloganı. (2015). 01.12.2014 tarihinde, http://www.cittaslow.com sayfasından erişilmiştir.

Citta Slow, Citta Slow Üyelik ve Başvuru Süreci, Cittaslow Türkiye, (2014). 01.12.2014 tarihinde, http://cittaslowturkiye.org/?page_id=1549 sayfasından erişilmiştir.

Citta Slow Türkiye, Citta Slow Üyelik Süreci ve Kriterleri. (2014). 05.12.2014 tarihinde, http://cittaslowturkiye.org/uyelik/) sayfasından erişilmiştir.

Citta Slow, Citta Slow Türkiye, Türkiye'de Sakin Şehir Ağında Bulunan Destinasyonlar. (2016). 16.03.2016 tarihinde http://cittaslowturkiye.org/?page_id=1063 sayfasından erişilmiştir.

Citta Slow, Citta Slow Türkiye Ağı Resmi Logosu. (2014). 05.11.2014 tarihinde http://www.cittaslow.org/network/country/35 sayfasından erişilmiştir.

Citta Slow, Citta Slow Türkiye'deki Sakin Şehirler. (2014). 05.11.2014 tarihinde http://checkin.trivago.com.tr/turkiye-cittaslow-sehirler-1/ sayfasından erişilmiştir.

Seferihisar, T.C. Seferihisar Kaymakamlığı Hakkımızda. (2014). 10.11.2014 tarihinde http://www.seferihisar.gov.tr/ sayfasından erişilmiştir.

Citta Slow Türkiye, Sakin Şehir Seferihisar, (2014). 10.11.2014 tarihinde, http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-seferihisar/) sayfasından erişilmiştir.

Seferihisar Belediyesi ve Seferihisar sakin şehir logosu, 10.11.2014 tarihinde, http://www.seferihisar.bel.tr/tr/# sayfasından erişilmiştir.

Seferihisar Belediyesi, Konaklama ve Otel Rehberi, Nerede Konaklama Yapılabilir. (2014). 10.11.2014 tarihinde, http://seferihisar.bel.tr/tr/seferihisar-otel-rehberi.html sayfasından erişilmiştir.

Seferihisar Belediyesi, Seferihisar'daki Faaliyetler. (2014). 10.11.2014 tarihinde, http://www.seferihisar.bel.tr/tr/# sayfasından erişilmiştir.

Akyaka Belediyesi, T.C. Ula Kaymakamlığı Hakkımızda. (2014). 17.11.2014 tarihinde http://www.ula.gov.tr/default_B0.aspx? sayfasından erişilmiştir.

Akyaka Belediyesi ve Akyaka sakin şehir logosu. (2014). 17.11.2014 tarihinde http://www.akyaka.bel.tr/ sayfasından erişilmiştir.

Citta Slow Türkiye, Sakin Şehir Akyaka, (2014). 17.11.2014 tarihinde http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-akyaka/ sayfasından erişilmiştir.

Yenipazar, T.C. Yenipazar Kaymakamlığı Hakkımızda. (2014). 15.11.2014 tarihinde http://www.yenipazar.gov.tr/default_B0.aspx?content=193 sayfasından erişilmiştir.

Yenipazar Belediyesi ve Yenipazar sakin şehir logosu**.** (2014). 15.11.2014 tarihinde http://www.yenipazar.bel.tr/ sayfasından erişilmiştir.

Yenipazar Belediyesi, Yenipazar'daki Faaliyetler. (2014). 15.11.2014 tarihinde, http://www.yenipazar.bel.tr sayfasından erişilmiştir.

Gökçeada Belediyesi, Dünyadaki ilk sakin ada Gökçeada'ya Dair Bilgiler. (2014). 25.11.2014tarihinde,http://www.yerelnet.org.tr/belediyeler/belediye.php?belediyeid=129018, sayfasından erişilmiştir.

Citta Slow Türkiye, Sakin Şehir Gökçeada Kültürü Hakkında. (2014). 25.11.2014 tarihinde http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-gokceada, sayfasından erişilmiştir.

Gökçeada Belediyesi ve Gökçeada sakin şehir-yavaş yemek logosu. (2014). 25.11.2014 tarihinde http://www.cittaslowgokceada.com/ sayfasından erişilmiştir.

Gökçeada Belediyesi, Gökçeada'daki Faaliyetler. (2014). 25.11.2014 tarihinde, http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-gokceada sayfasından erişilmiştir.

Gökçeada Belediyesi, Gökçeada Yavaş Turizm Rehberi ve Gökçeada'nın Tanıtımı (2014). 25.11.2014 tarihinde, http://www.cittaslowgokceada.com/?page_id=2456 sayfasından erişilmiştir.

Taraklı Belediyesi, Taraklı'ya Dair Bilgiler. (2014). 20.11.2014 tarihinde http://www.tarakli.gov.tr/default_B0.asp.content=194 sayfasından erişilmiştir.

Taraklı Belediyesi ve Taraklı sakin şehir logosu, Taraklı Hakkında. (2014). 20.11.2014 tarihinde http://www.tarakli.bel.tr/ sayfasından erişilmiştir.

Citta Slow Türkiye, Taraklı'daki Proje ve Faaliyetler. (2014). 25.11.2014 tarihinde http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-tarakli/ sayfasından erişilmiştir.

Perşembe Belediyesi, Perşembe Hakkında Bilgiler. (2014). 01.11.2014 tarihinde http://www.persembe.bel.tr/) sayfasından erişilmiştir.

Perşembe Belediyesi ve Perşembe sakin şehir logosu. (2014). 01.11.2014 tarihinde, http://www.persembe.bel.tr/ sayfasından erişilmiştir.

Citta Slow Türkiye, Sakin Şehir Perşembe Hakkında. (2014). 01.11.2014 tarihinde, http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-persembe/ sayfasından erişilmiştir.

Perşembe Belediyesi, Perşembe'deki Proje ve Faaliyetler. (2014). 01.11.2014 tarihinde, http://www.persembe.bel.tr/projeler.php?type=2&link=) sayfasından erişilmiştir.

Vize Belediyesi, Sakin Şehir Vize Hakkında Bilgiler. (2014). 10.10.2014 tarihinde, http://www.vize.bel.tr/Cografi-Ozellikler.html sayfasından erişilmiştir.

Vize Belediyesi ve Vize sakin şehir logosu**.** (2014). 10.10.2014 tarihinde, http://www.vize.bel.tr/ sayfasından erişilmiştir.

Citta Slow Türkiye, Sakin Şehir Vize Projeler. (2014). 10.10.2014 tarihinde, http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-vize/ sayfasından erişilmiştir.

Yalvaç, T.C. Yalvaç Kaymakamlığı Hakkımızda. (2014). 12.11.2014 tarihinde, http://www.yalvac.gov.tr sayfasından erişilmiştir.

Yalvaç Belediyesi, Yalvaç sakin şehir logosu ve Sakin Şehir Yalvaç Hakkında**.** (2014). 12.11.2014 tarihinde, http://www.yalvac.bel.tr/ sayfasından erişilmiştir.

Citta Slow Türkiye, Sakin Şehir Yalvaç Hakkında. (2014). 12.11.2014 tarihinde, http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-yalvac/) sayfasından erişilmiştir.

Halfeti, T.C. Halfeti Kaymakamlığı Hakkımızda. (2014). 05.12.2014 tarihinde http://www.halfeti.gov.tr sayfasından erişilmiştir.

Halfeti Belediyesi ve Halfeti sakin şehir logosu. (2014). 05.12.2014 tarihinde http://www.halfeti.bel.tr/ sayfasından erişilmiştir.

Halfeti, Sakin Şehir Halfeti Kültür Mirası Hakkında. (2014). 05.12.2014 tarihinde http://www.urfakultur.gov.tr/Eklenti/22190,halfeti.pdf?0 sayfasından erişilmiştir.

Şavşat Belediyesi, Sakin Şehir Şavşat Hakkında. (2014). 12.12.2014 tarihinde http://www.savsat.bel.tr/cografya sayfasından erişilmiştir.

Şavşat Belediyesi ve Şavşat sakin şehir logosu**,** (2014). 12.12.2014 tarihinde http://www.savsat.bel.tr/ sayfasından erişilmiştir.

Şavşat, T.C. Şavşat Kaymakamlığı Hakkımızda. (2014). 12.12.2014 tarihinde http://www.artvinkultur.gov.tr/ ve http://www.savsat.gov.tr sayfasından erişilmiştir.

Citta Slow Türkiye, Sakin Şehir Şavşat Hakkında. (2014). 12.12.2014 tarihinde http://cittaslowturkiye.org/savsat) sayfasından erişilmiştir

Cittaslow International, Sakin Şehir Birliği'ne Üye Ülke ve Şehirler (2016). 15.03.2016 tarihinde http://www.cittaslow.org/download/DocumentiUfficiali/CITTASLOW_LIST_MARCH_2016.pdf sayfasından erişilmiştir.

EKLER

EK-1: Dünyada Sakin Şehir Birliği'ne Üye Olan Ülke ve Şehirler

Tablo 93: Dünyada Sakin Şehir Birliği'ne Üye Olan Ülke ve Şehirler

•Cittaslow	**•Cittaslow Avusturya**	**•CittaslowBelçika**	**• Cittaslow**

Avusturalya:	Enns	Chaudfontaine	**Almanya**
Goolwa	Hartberg	Enghien	Bad Essen
Katoomba	Horn	Estinnes	Bad Schussenried
Yea		Evere	Berching
		Lens	Bischofsheim
		Silly	Blieskastel
			Deidesheim
• Cittaslow Kanada	**• Cittaslow Danimarka**	**•Cittaslow İrlanda**	Hersbruck
Cowichan Bay	Mariagerfjord	Clonakilty	Lüdinghausen
Naramata	Svendborg		Meldorf
			Nördlingen
•CittaslowİngiltereAylsham	**•Cittaslow İzlanda**	**• Cittaslow Amerika**	Penzlin
Berwick upon Tweed	Djupavogshreppur	Sebastopol	Überlingen
Llangollen		Sonoma	Waldkirch
Mold	**•Cittaslow Güney Afrika**	**• Cittaslow Japonya**	Wirsberg
Perth	Sedgefield	Kesennuma	

•Cittaslow Macaristan	**• Cittaslow Çin**	**• Cittaslow Kolombiya**	**•CittaslowFinlandiya**
Hódmezővásárhely	Fuli	Pijao	Kristinestad
	Shimenshan		
	Yanyang	• Cittaslow Y.Zelanda	
	Yaxi	**Matakan**	
•Cittaslow Türkiye	**• Cittaslow Hollanda**	**• Cittaslow Fransa**	**• Cittaslow Norveç**
Akyaka	Alphen-Chaam	Blanquefort	Eidskog
Gökçeada	Bellingwedde	Créon	Levanger
Halfeti	Borger-Odoorn	Labastide d'Armagnac	Sokndal
Perşembe	Echt-Susteren	Loix	Ulvik
Şavşat	Heerde	Mirande	
Seferihisar	Midden-Delfland	Saint Antonin Noble Val	**• Cittaslow Kıbrıs**
Vize	Vaals Vlagtwedde	Segonzac	Lefke
Tarakli		Valmondois	Yeniboğaziçi
Uzundere			
Yalvaç			
Yenipazar			

• Cittaslow Portekiz	**• Cittaslow G.Kore**	**• Cittaslow İsveç**	**• Cittaslow İspanya**
Lagos	Cheongsong County	Falköping	Begur
Sao Bras de Alportel	Damyang County		Lekeitio
Silves	Hadong County	**• Cittaslow İsviçre**	Mungia
Tavira	Jecheon City	Mendrisio	Pals
Viana Do Castelo	Jeonju City Namyangju	**• Cittaslow Tayvan**	Rubielos de Mora
Vizela	City Sangju City)	Dalin	
	Shinan County	Fonglin	
	Wando County	Nanzhuang	
	Yeongwol County	Sanyi	
	Yesan County		

Cittaslow Polonya

Nowy Dwór Gdański	Działdowo	Goldap	Kalety	Lubawa	Orneta
Nowe Miasto Lubawskie	Dobre	Górowo	Lidzbark	Murowana Goślina	Bisztynek
Rejowiec Fabryczny	MIasto	Iławeckie	Warminski	Biskupiec	Reszel
Rejowiec Fabryczny	Olsztynek	Pasym	Nidzica	Barczewo	Ryn
Prudnik	Bartoszyce				

Cittaslow İtalya

Abbiategrasso	Borgo Val di Taro	Castiglione Olona	Capalbio
Acqualagna	Bra	Castiglione in Teverina	Cisternino
Acquapendente	Brisighella	Cerreto Sannita	Casalbeltrame
Altomonte	Bucine	Chiavenna	Città Sant'Angelo
Amalfi	Caiazzo	Chiaverano	Controguerra
Amelia	Città della Pieve	Castel Campagnano	Giuliano Teatino

Anghiari	Castelnovo nè Monti	Civitella in Val di Chiana	Grumes
Asolo	Castelnuovo Berardenga	Castel San Pietro Terme	Pianella
Barga	Cutigliano	Greve in Chianti	Levanto
Bazzano	Gravina in Puglia	Pollica	Positano
Galeata	Guardiagrele	Ribera	Salorno
Fontanellato	Pratovecchio - Stia	Marradi	Preci
Francavilla al Mare	Massa	Marittima	San Miniato
San Potito Sannitico	San Vincenzo	Montefalco	Morimondo
Santa Sofia	Novellara	Suvereto	Scandiano
Monte Castello di Vibio	Sperlonga	Teglio	Termoli
Sant'Agata di Puglia	Tirano	Todi	Orvieto
Santarcangelo di Romagna	Pellegrino	Tolfa	Torgiano
Orsara di Puglia	Travacò Siccomario	Trani	Penne
Parmense	Trevi	Turbigo	Zibello
San Gemini	Vigarano Mainarda		

Kaynak:http://www.cittaslow.org/download/DocumentiUfficiali/CITTASLOW_LIST_MARCH_2016.pdf faydalanılarak derlenmiştir.

EK 2: FREKANS TABLOLARI

Tablo 94: Ziyaretçilerin Daha Öncesinde Türkiye'de Yer Alan Farklı Bir Sakin Şehri Ziyaret Etme İtibari İle Dağılımları

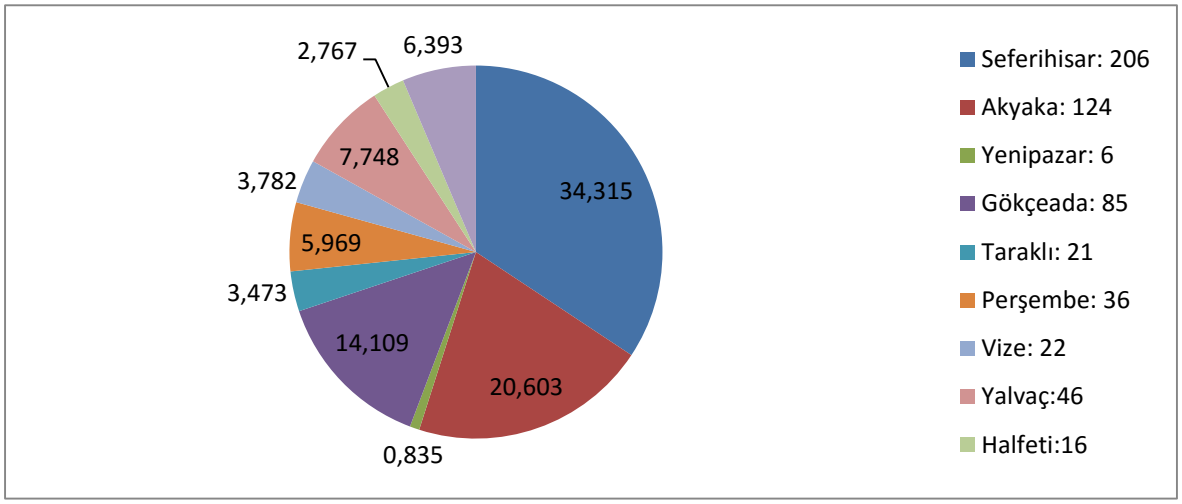
	Frekans	**Yüzde (%)**	**Birikimli Yüzde**
Ziyaret etmedim	338	56,3	56,3
Seferihisar	37	6,2	62,5
Akyaka	20	3,3	65,8
Yenipazar	12	2,0	67,8
Gökçeada	32	5,3	73,2
Taraklı	11	1,8	75,0
Yalvaç,	7	1,2	76,2
Vize	4	,7	76,8
Halfeti,	8	1,3	78,2
Perşembe	6	1,0	79,2
Savsat	13	2,2	81,3
Akyaka-Taraklı	3	,5	81,8
Yalvaç-Gökçeada-Yenipazar	1	,2	82,0
Yenipazar-Yalvaç	1	,2	82,2
Akyaka-Yenipazar	5	,8	83,0
Akyaka-Gökçeada	3	,5	83,5
Taraklı-Yenipazar-Akyaka	1	,2	83,7
Yalvac-Savsat-Persembe	1	,2	83,8
Gokçeada-Taraklı-Vıze	1	,2	84,0
Yenıpazar-Gokceada	1	,2	84,2
Yenipazar-Vize	1	,2	84,3
Gökçeada-Yenipazar-Akyaka	2	,3	84,7
Yalvaç-Akyaka-Vize	1	,2	84,8
Perşembe-Şavşat	9	1,5	86,3
Gökçeada-Yenipazar-Taraklı-Yalvaç-Akyaka	2	,3	86,7

Vize-Taraklı-Gökçeada-Yalvaç	1	,2	86,8
Vize-Gökçeada	5	,8	87,7
Gökçeada-Taraklı	2	,3	88,0
Vize-Gökçeada-Taraklı-Şavşat-Perşembe-Yenipazar	2	,3	88,3
Yalvaç-Halfeti	2	,3	88,7
Yalvaç-Akyaka	1	,2	88,8
Seferihisar-Taraklı	5	,8	89,7
Seferihisar-Akyaka	6	1,0	90,7
Seferihisar-Yenipazar	8	1,3	92,0
Seferihisar-Vize-Gökçeada	1	,2	92,2
Seferihisar-Gökçeada	11	1,8	94,0
Seferihisar-Yalvaç	2	,3	94,3
Seferihisar-Taraklı-Gökçeada	6	1,0	95,3
Seferihisar-Taraklı-Vize	2	,3	95,7
Taraklı-Vize	1	,2	95,8
Vize-Seferihisar-Taraklı-Yalvaç	2	,3	96,2
Seferihisar-Akyaka-Taraklı	4	,7	96,8
Seferihisar-Akyaka-Vize	1	,2	97,0
Halfeti-Şavşat	2	,3	97,3
Gökçeada-Seferihisar-Perşembe	1	,2	97,5
Halfeti-Şavşat-Perşembe	1	,2	97,7
Seferihisar-Gökçeada-Yenipazar- Savsat	1	,2	97,8
Seferihisar-Vize	1	,2	98,0
Akyaka-Halfeti	1	,2	98,2
Gökçeada-Şavşat	1	,2	98,3
Seferihisar-Şavşat-Gökçeada	1	,2	98,5
Seferihisar-Gökçeada-Taraklı-Yalvaç	1	,2	98,7
Seferihisar-Gökçeada-Taraklı-Akyaka	1	,2	98,8
Seferihisar-Halfeti	1	,2	99,0
Seferihisar-Gökçeada-Şavşat	2	,3	99,3
Seferihisar-Perşembe	1	,2	99,5
Seferihisar-Şavşat-Vize	1	,2	99,7
Seferihisar-Taraklı-Perşembe	1	,2	99,8
Seferihisar-Akyaka-Perşembe	1	,2	100,0
Toplam	**600**	**100,0**	

Tablo 95**:** Ziyaretçilerin Çevreci Bir Örgüte Üyeliklerine Göre Dağılımları

	Frekans	**Yüzde (%)**	**Birikimli Yüzde**
Üyeliğim Yok	429	71,5	71,5
Dünya Doğayı Koruma Vakfı	10	1,7	73,2
Green Peace	2	,3	73,5

TEMA	40	6,7	80,2
ÇEKUL	9	1,5	81,7
TÇV	16	2,7	84,3
ÇEVKOR	5	,8	85,2
ÇEVKO	6	1,0	86,2
TÜRÇEV	8	1,3	87,5
TÜRÇEK	10	1,7	89,2
Doğa Derneği	7	1,2	90,3
Doğal Hayatı Koruma Derneği	7	1,2	91,5
Doğal Hayatı Koruma Vakfı	6	1,0	92,5
TUDAV	3	,5	93,0
Doğa İle Barış Derneği	8	1,3	94,3
Kuş Araştırmaları Derneği	10	1,7	96,0
TURMEPA	12	2,0	98,0
Eco Schools	3	,5	98,5
ÇEKUD	9	1,5	100,0
Toplam	**600**	**100,0**	



Şekil 23: Örneklem büyüklüğünün Türkiye'de yer alan sakin şehirlere göre dağılımı

Tablo 96: Ziyaretçilerin Sakin Şehirleri Tercih Etme Nedenleri Boyutlarına Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri

Tercih Etme Nedenleri	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Ne katılıyor ne katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum	Aritmetik ortalama	Standart Sapma
2.1	305	185	4	79	27	1,8967	1,19933
2.2	303	111	31	103	52	2,1500	1,41569

2.3	397	182	9	11	1	1,3950	,63217
2.4	288	198	6	77	31	1,9417	1,21135
2.5	283	188	33	53	43	1,9750	1,23569
2.6	244	164	111	75	6	2,0583	1,08638
2.7	423	172	1	4	0	1,3100	,50760
2.8	443	155	0	1	1	1,2700	,47695
2.9	436	159	3	1	1	1,2867	,49487
2.10	200	206	45	77	72	2,3583	1,36981
2.11	232	221	42	83	22	2,0700	1,15643
2.12	159	90	47	127	177	3,1217	1,60972
2.13	425	170	2	1	2	1,3083	,51998
2.14	412	187	1	0	0	1,3150	,46848
2.15	430	168	2	0	0	1,2867	,45990
2.16	443	152	2	3	0	1,2750	,48625
2.17	382	202	2	14	0	1,4133	,62434
2.18	381	215	3	1	0	,3750	,62852
2.19	386	207	5	2	0	1,3733	,50436
2.20	229	204	110	55	2	1,3717	,52024
2.21	316	236	17	27	4	1,9950	,98145
2.22	362	222	9	4	3	1,6117	,80329
2.23	186	82	107	96	129	1,4400	,61403

Tablo 97: Ziyaretçilerin Memnuniyet Düzeylerine Yönelik Merkezi Eğilim Ölçüleri

Memnuniyet Düzeyi	**Kesinlikle Katılıyorum**	**Katılıyorum**	**Ne katılıyor ne katılmıyorum**	**Katılmıyorum**	**Kesinlikle katılmıyorum**	**Aritmetik ortalama**	**Standart Sapma**
4.1	270	306	6	17	1	1,6217	,66779
4.2	159	233	193	10	5	2,1150	,84635
4.3	178	210	197	13	2	2,0850	,85771
4.4	149	211	197	36	7	2,2350	,93161
4.5	175	221	193	8	3	2,0717	,84126
4.6	285	253	59	3	0	1,6333	,67798
4.7	253	277	58	11	1	1,7167	,72613
4.8	197	258	59	77	9	2,0717	1,03521
4.9	230	290	60	16	4	1,7900	,77905
4.10	295	227	55	19	4	1,6833	,81905
4.11	248	285	4	60	3	1,8083	,91085
4.12	243	289	2	60	6	1,8283	,93291
4.13	272	191	37	72	28	1,9883	1,19047
4.14	354	210	5	26	5	1,5300	,79171
4.15	213	327	31	24	5	1,8017	,77675
4.16	195	340	34	25	6	1,8450	,78443
4.17	307	108	8	35	142	2,3283	1,66888
4.18	54	148	329	56	13	2,7100	,83889
4.19	50	148	336	54	12	2,7167	,81905
4.20	89	114	337	46	14	2,6367	,90702
4.21	178	152	248	19	3	2,1950	,91927
4.22	432	153	7	7	1	1,3200	,57575
4.23	430	158	3	8	1	1,3200	,57284

4.24	367	204	3	21	5	1,4883	,75552
4.25	32	29	526	8	5	2,8750	,54148
4.26	20	31	539	5	5	2,9067	,46725
4.27	141	99	349	5	6	2,3933	,88690
4.28	156	92	344	5	3	2,3450	,89105
4.29	289	272	34	4	1	1,5933	,64445
4.30	282	280	29	6	3	1,6133	,67423
4.31	409	177	6	4	4	1,3617	,60949

EK 3: CITTASLOW TEMSİLCİSİ MÜLAKAT FORMU

Danışman:
Prof. Dr. Tülay YENİÇERİ
Aksaray Üniversitesi
İktisadi İdari Bilimler Fakültesi
İşletme Anabilim Dalı

Öğr. Gör. Yusuf ACAR
Aksaray Üniversitesi
Güzelyurt MYO
Otel Lokanta ve İkr. Hiz. Böl.

GÖRÜŞME KAPSAMINDA SAKİN ŞEHİR YÖNETİCİLERİNE YÖNELTİLECEK SORULAR

1. Sakin Şehir logosuna sahip olmak belediyeniz için ne anlam ifade etmektedir?
2. Sakin Şehir ile ilgili faaliyetler daha çok hangi alanda kendisini göstermektedir?

……Cittaslow Temsilcisi Sn……

Bu görüşme; Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda yürütülmekte olan; **"Turistlerin Sakin Şehirleri Tercih Nedenleri, Memnuniyet Düzeyleri ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetleri: Türkiye'deki Sakin Şehirlerin Değerlendirilmesi"** adlı doktora tezinde kullanılmak üzere siz ve Türkiye'de yer alan diğer Sakin Şehir yerel yöneticilerinin görüşlerini almak üzere hazırlanan sorulardan oluşmaktadır.

Bu görüşmenin amacı; görüşme kapsamında size yöneltilen sorulara vereceğiniz cevaplar ile yöneticiliğini yaptığınız Sakin Şehirde, Sakin Şehir logo ve markasının turizm başta olmak üzere diğer alanlarda meydana getirdiği olgusal değişiklikler hakkında bilgiler elde etmektir. Görüşmede vereceğiniz bilgiler; Türkiye'de bulunan Sakin Şehirlerde yönetimsel anlamda mevcut durumun belirlenmesi, iyileştirilmesi, eksikliklerin giderilebilmesi ve ziyaretçilere daha kaliteli hizmet verilebilmesi adına ülkemizdeki Sakin Şehir ağına üye ve aday kentlerin yerel yönetimleri tarafından çizilecek yeni yol haritalarının belirlenmesi için görüş bildirecek olması bakımından önem taşımaktadır.

Gösterdiğiniz ilgi, destek ve yardımlarınız için teşekkür ederiz.

3. Yerel yönetim faaliyetleriniz içerisinde Sakin Şehir faaliyetleri ile ilgilenen yöneticisi olduğunuz ya da başka birini görevlendirdiğiniz herhangi bir biriminiz var mı?
4. Sakin Şehir logosuna ve Sakin Şehir uygulamalarına yerel halkın tepkisi ne şekildedir?
5. Sakin Şehir logosuna ve Sakin Şehir uygulamalarına yerel esnafın tepkisi ne şekildedir?
6. Sakin Şehir logosunu takmaya hak kazanan yöneticilik yaptığınız şehirde turizm alanındaki yatırımlarda bir artıştan bahsetmek mümkün müdür?
7. Sakin Şehir Birliği'ne üye olduktan sonra yöneticilik yaptığınız şehirde yerel yönetim hizmetleri standardınızd meydana gelen değişiklikler ne şekildedir?
8. Sakin Şehir Birliği'ne üye olduktan sonra sizle irtibata geçmek isteyen uluslararası çevreci örgütler oldu mu?
9. Sakin Şehir olduktan sonra ziyaretçi sayılarınızda artış meydana geldi mi?
10. Sakin Şehir olduktan sonra ziyaretçi profilinizde gözlenen değişiklikler nelerdir?
11. Sakin Şehir adaylık sürecinden itibaren ve birliğe üye olduktan sonraki süreçte yerel ve uluslararası basının ilgisi hakkında bilgi verebilir misiniz?
12. Sakin Şehir kapsamında gelecekte planladığınız projeler nelerdir?
13. Sakin Şehir adaylık sürecinde olan kent yöneticilerine tavsiyeleriniz nelerdir?

EK 4: ANKET FORMU

Sayın Katılımcı,

Bu çalışmanın amacı, Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda yürütülmekte olan **"Turistlerin Sakin Şehirleri Tercih Nedenleri, Memnuniyet Düzeyleri ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetleri: Türkiye'deki Sakin Şehirlerin Değerlendirilmesi"** başlıklı doktora tezi için veri temin etmektir. Araştırma, sadece akademik amaçlı olup, elde edilen verilerin üçüncü kişilerle paylaşılması ve ticari bir amaç için kullanılması söz konusu değildir. Bu akademik çalışmanın doğru ve güvenilir sonuçlara ulaşabilmesi, ankette yer alan sorulara tam ve doğru yanıtlar vermeniz ile mümkün olacaktır. Ankete zaman ayırdığınız ve soruları cevapladığınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Danışman:
Prof. Dr. Tülay YENİÇERİ
Aksaray Üniversitesi İ.İ.B.F
İşletme Anabilim Dalı

Öğr. Gör. Yusuf ACAR
Aksaray Üniversitesi Güzelyurt MYO
Otel Lokanta ve İkr. Hiz. Böl.

BÖLÜM I: ZİYARETÇİLERİN *CITTASLOW* (SAKİN ŞEHİR) İLE İLGİLİ DENEYİMLERi (1)

1.Tatilinizi geçirdiğiniz destinasyonun (varış yerinin) bir *cittaslow* merkezi olduğu ile ilgili önce sahip olduğunuz bilgi düzeyini aşağıdaki uygun seçeneği işaretleyerek belirtiniz? (1.1)

1	2	3	4
Herhangi bir bilgiye sahip değildim.	Kısmen bilgiliydim	Yeterli bilgiliye sahiptim.	Uzmanlık düzeyinde bilgiye sahiptim.

2. **Salyangoz logosunu sadece "Cittaslow Birliği"ne üye olan kentlerin kullanabildiği ile ilgili burayı ziyaret etmeden önce herhangi bir bilginiz var mıydı? (1.2)**

□ Evet □ Hayır

3.Tatilinizi geçirdiğiniz mevcut sakin şehri bu ziyaretiniz dahil toplam kaç kez ziyaret etmiş bulunuyorsunuz? (1.3)

(Lütfen belirtiniz :.....)

4. Daha önce başka herhangi bir sakin şehri ziyaret ettiniz mi? (1.4)

□ Evet □ Hayır

(Cevabınız evet ise lütfen hangi sakin şehir olduğunu belirtiniz **:……..)**

5. Bu destinasyonu tercihinizdeki bilgi kaynağınız nedir? (1.5)

□ Tanıdık tavsiyesi □ TV-İnternet Reklamları □ Seyahat Acentası/Tur Operatörü
□ Daha önceki ziyaretler □ Dergi, gazete, broşür vb. □ Kitaplar ve filmler
□Turizm fuar ve organizasyonları □Destinasyon web siteleri
□Diğer…….

6. Konaklama Yeriniz? (1.6)

□ Otel □ Pansiyon □ Yerel Ev □ Çadır □ Karavan □ Motel
□ Diğer: (Lütfen belirtiniz)……..
□ Günübirlik ziyaretçi olduğumdan herhangi bir konaklama hizmetinden faydalanmıyorum.

7. Bulunduğunuz sakin şehirde **kalış süreniz? (1.7)**

(Lütfen belirtiniz :.....)

8. Tatile çıkma sıklığınız nedir? (1.8)

(Lütfen belirtiniz :.....)

9. Ulusal veya uluslararası herhangi bir çevreci örgüte üyeliğiniz bulunmakta mıdır? (1.9)

□ Evet □ Hayır

Cevabınız evet ise üye olduğunuz çevreci örgütü belirtiniz**……**

10) Sakin şehirlerin küreselleşme karşıtı akımın bir ürünü olduğu hakkında bilginiz var mı? (1.10)

□ Evet □ Hayır

Eğer bu konuda bilgi sahibi olsaydınız sakin şehirleri tekrar tercih eder miydiniz?

□ Evet □ Hayır

BÖLÜM II: TURİSTLERİN SAKİN ŞEHİRLERİ ZİYARET ETME NEDENLERİ (2)

Aşağıda yer alan sakin şehirleri ziyaret etme nedeniniz ile ilgili ifadelere katılma derecenizi, ifadelerin karşısında bulunan kutucuklardan kendinize göre uygun olanına lütfen X biçiminde işaretleyerek belirtiniz

TURİSTLERİN SAKİN ŞEHİRLERİ ZİYARET ETME NEDENLERİ İLE İLGİLİ İFADELER …….ziyaret ediyorum.	**Kesinlikle katılıyorum**	**Katılıyorum**	**Ne katılıyorum ne katılmıyorum**	**Katılmıyorum**	**Kesinlikle katılmıyorum**
1. Sakin şehirler ile ilgili bilgimi arttırmak için (2.1)	1	2	3	4	5
2. Sakin şehir logosu taşıdığı için (2.2)	1	2	3	4	5
3. Farklı kültürleri tanımak için (2.3)	1	2	3	4	5
4. Yöresel mutfağa ait lezzetleri tatmak için (2.4)	1	2	3	4	5
5. Farklı insanlarla etkileşim içerisinde olmak için (2.5)	1	2	3	4	5
6. Çevreye duyarlı insanların buluşma mekanı olarak gördüğüm için (2.6)	1	2	3	4	5
7. Günlük hayatın monotonluğundan uzaklaşmak için (2.7)	1	2	3	4	5
8. Doğayla baş başa kalmak için (2.8)	1	2	3	4	5
9. Sakin şehirler sessiz oldukları için (2.9)	1	2	3	4	5
10. Yeni insanlarla tanışmak için (2.10)	1	2	3	4	5
11. Arkadaşlarım ve yakın çevrem tavsiye ettiği için (2.11)	1	2	3	4	5
12. Organik tarım ürünlerinin satıldığı pazardan alışveriş yapmak için (2.12)	1	2	3	4	5
13. Bana huzur verdiği için (2.13)	1	2	3	4	5
14. Sevdiklerimle hoş vakit geçirmekten keyif aldığım için (2.14)	1	2	3	4	5
15. Yorgunluğumu atmak için (2.15)	1	2	3	4	5
16. Kalabalık olmadığı için (2.16)	1	2	3	4	5
17. Temiz havada yürüyüş yapmak için (2.17)	1	2	3	4	5
18. Diğer tatil merkezlerine benzemediği için (2.18)	1	2	3	4	5
19. Otantik bulduğum için (2.19)	1	2	3	4	5
20. Küreselleşmenin uzanamadığı bir yer olduğu için (2.20)	1	2	3	4	5
21. Burada yer alan tarihi mekanları çekici bulduğum için (2.21)	1	2	3	4	5
22. Korunmuş doğal çekiciliklere sahip olduğu için (2.22)	1	2	3	4	5
23. Düzenlenen festivaller ya da şenlikler için (2.23)	1	2	3	4	5

BÖLÜM III: ÇEVRESEL DUYARLILIK VE KÜRESELLEŞME KARŞITLIĞI

Aşağıda yer alan ifadelere katılma derecenizi, ifadelerin karşısında bulunan kutucuklardan kendinize göre uygun olanına lütfen X biçiminde işaretleyerek belirtiniz.

ÇEVRESEL DUYARLILIK VE KÜRESELLEŞME KARŞITLIĞI İLE İLGİLİ İFADELER	**Kesinlikle Katılıyorum**	**Katılıyorum**	**Ne katılıyor ne katılmıyorum**	**Katılmıyorum**	**Kesinlikle katılmıyorum**
1. Benzer iki ürün arasında seçim yapacak olursam, daima çevre ve diğer insanlar için daha az zararlı olanı tercih ederim. (3.1)	1	2	3	4	5
2. Piyasada daha ucuzları olsa da, ambalajında geri dönüşüm işareti olan ürünleri satın alırım (3.2)	1	2	3	4	5
3. Basılı fatura yerine e-fatura kullanmayı tercih ederim (3.3)	1	2	3	4	5
4. Çevre sorunları yalnızca bugünkü nesli değil, gelecek nesilleri de etkilediği kanaatindeyim (3.4)	1	2	3	4	5
5. Toplumsal düzeyde çevresel duyarlılığı geliştiren faaliyetleri destekliyorum (3.5)	1	2	3	4	5
6. Aile bireylerimi ve arkadaşlarımı çevreye zarar verecek ürünleri almamaları için ikna etmeye çalışırım. (3.6)	1	2	3	4	5
7. Küreselleşmenin yerel kültürleri yok ettiği kanaatindeyim (3.7)	1	2	3	4	5
8. Küreselleşmenin oluşturmaya çalıştığı tek tip insan modeline karşıyım 3.8	1	2	3	4	5
9. Küreselleşmenin ürünü olan büyük ölçekli fast food ve benzeri kuruluşları asla tercih etmem (3.9)	1	2	3	4	5
10. Dünya genelindeki küreselleşme karşıtı faaliyetleri destekliyorum (3.10)	1	2	3	4	5

BÖLÜM IV: SAKİN ŞEHİRLERİ ZİYARET EDEN TURİSTLERİN MEMNUNİYET DÜZEYİNİN ÖLÇÜLMESİ

Aşağıda yer alan sakin şehirlerde sunulan hizmetlere yönelik memnuniyet düzeyinin ölçülmesi ile ilgili ifadelere katılma derecenizi, ifadelerin karşısında bulunan kutucuklardan kendinize göre uygun olanına lütfen X biçiminde işaretleyerek belirtiniz

SAKİN ŞEHİRLERİ ZİYARET EDEN TURİST MEMNUNİYETİ İLE İLGİLİ İFADELER	**Kesinlikle Memnunum**	**Memnunum**	**Ne memnunum ne memnun değilim**	**Memnun değilim**	**Kesinlikle memnun değilim**
1. Genel olarak ziyaret ettiğim sakin şehirden (4.1)	1	2	3	4	5
2. Sunulan konaklama imkânlarının kalitesinden (4.2)	1	2	3	4	5
3. Konaklama tesislerinin genel hijyen ve temizliğinden (4.3)	1	2	3	4	5
4. Konaklama tesislerinde uygulanan fiyatlardan (4.4)	1	2	3	4	5
5. Konaklama tesislerindeki personelin ilgisinden (4.5)	1	2	3	4	5
6. Sunulan yöresel yemeklerin lezzetinden (4.6)	1	2	3	4	5
7. Yöresel lezzetler sunan restoranların kalitesinden (4.7)	1	2	3	4	5
8. Yöresel yemek sunan restoranlarda uygulanan fiyatlardan (4.8)	1	2	3	4	5
9. Yiyecek hizmeti sunan işletmelerin genel hijyen ve temizliğinden (4.9)	1	2	3	4	5
10. Yiyecek hizmeti sunan işletmelerdeki personelin ilgisinden (4.10)	1	2	3	4	5
11. Cadde ve sokaklarının temizliğinden (4.11)	1	2	3	4	5
12. Sakin şehirdeki kaldırımların bakım ve düzeninden (4.12)	1	2	3	4	5
13. Alt yapı konularında yerel yönetim hizmetlerinin yeterliliğinden (4.13)	1	2	3	4	5
14. Kentsel planlamanın doğal mimariye uygunluğundan (4.14)	1	2	3	4	5
15. Yürüyüş yapılabilecek parkların sayısından (4.15)	1	2	3	4	5
16. Parkların düzen ve temizliğinden (4.16)	1	2	3	4	5
17. Sakin şehire ulaşım imkanlarından (4.17)	1	2	3	4	5
18. Şehir içerisinde sunulan toplu taşıma hizmetlerinin sıklığından (4.18)	1	2	3	4	5
19. Sakin şehirdeki toplu ulaşım güzergâhlarının düzeninden (4.19)	1	2	3	4	5
20. Şehir içerisinde sunulan toplu taşıma hizmetlerinin fiyatlarından (4.20)	1	2	3	4	5
21. Sakin şehirde turistlere yönelik düzenlenen etkinliklerden (4.21)	1	2	3	4	5
22. Yöre halkının turistlere karşı tutumundan (4.22)	1	2	3	4	5
23. Yöre halkının misafirperverliğinden (4.23)	1	2	3	4	5
24. Esnafın turistlere karşı tutumundan (4.24)	1	2	3	4	5
25. Sağlık kuruluşu sayısından (4.25)	1	2	3	4	5
26. Sağlık kuruluşlarının temizlik ve hijyeninden (4.26)	1	2	3	4	5
27. Yöre pazarında sunulan doğal ürünlerin fiyatlarından (4.27)	1	2	3	4	5
28. Yöre pazarında sunulan doğal ürünlerin hijyen ve temizliğinden (4.28)	1	2	3	4	5
29. Tarihi mekânların zenginliğinden (4.29)	1	2	3	4	5
30. Tarihi mekânların korunmuşluğundan (4.30)	1	2	3	4	5
31. Doğal çekiciliklerin korunmuşluğundan (4.31)	1	2	3	4	5

BÖLÜM V: SAKİN ŞEHİRLERİ TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİ

Aşağıda yer alan sakin şehirleri tekrar ziyaret etme nedeniniz ile ilgili ifadelere katılma derecenizi, ifadelerin karşısında bulunan kutucuklardan kendinize göre uygun olanına lütfen X biçiminde işaretleyerek belirtiniz

TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİ İLE İLGİLİ İFADELER	Kesinlikle	Katılıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1. Sakin şehirleri arkadaşlarıma ve yakın çevreme tavsiye ederim (5.1)	1	2	3	4	5
2. Sakin şehir genel anlamda beklentilerimi karşıladı (5.2)	1	2	3	4	5
3. Sakin şehir gelecekteki seyahatlerimde ilk tercihim olur (5.3)	1	2	3	4	5
4. Sakin şehirler hakkında olumlu şeyler söylerim (5.4)	1	2	3	4	5
5. Tatil yaptığım sakin şehri gelecekte tekrar ziyaret etmek isterim(5.5)	1	2	3	4	5
6. Bir sonraki tatil deneyimimde sakin şehir logolu başka bir destinasyonu ziyaret etmek isterim (5.6)	1	2	3	4	5

BÖLÜM VI: DEMOGRAFİK BİLGİLER

Aşağıdaki ifadelerdeki boşlukları size uygun olan cevaplarla doldurarak, ifadelerin karşısında bulunan kutucuklardan kendinize uygun olanını lütfen X biçiminde işaretleyerek belirtiniz

1.Cinsiyetiniz (6.1)
□ Kadın □ Erkek

2.Yaşınız (6.2)
……

3.Medeni Haliniz (6.3)
……

4.Çocuğunuz Var mı? (6.4)
□ Evet (Sayısı:.....) □ Hayır

5.Öğrenim Durumunuz? (6.5)
□ İlköğretim □ Ortaöğretim ve Lise □ Önlisans □Lisans
□ Lisansüstü

6.Mesleğiniz (6.6)
□ İşsiz □ İşveren (Esnaf)
□ Öğrenci □ Emekli
□ Kamu çalışanı □ **Özel sektör çalışanı**
□Diğer(lütfen belirtiniz):…….....

7.Milliyetiniz……(6.7)

8.Ortalama Aylık Geliriniz (6.8)
□ Düzenli bir gelirim yok
□ Asgari ücretin altında
□ Asgari ücret
□ Asgari ücret ile1500TL arası
□ 1501TL-2000TL
□ 2001TL-2500TL
□ 2501TL-3000TL
□ 3001TL-3500TL
□ 3501TL-4000TL
□ 4001TL-4500TL
□ 4501-5000
□ 5000 üzeri

9.Ortalama yıllık gelirinizin ne kadarlık dilimini tatil, eğlence, gezme ve dinlenme faaliyetlerine ayırmaktasınız? (6.9)
□ %20 ve altı □ %21-%40
□ %41-%60 □ %61-%80
□ %81-%100
□ Bu tür faaliyetler için düzenli olarak bir bütçe ayırmam söz konusu değildir.