



JOURNAL OF TOURISM AND GASTRONOMY STUDIES

jotags.org

ISSN: 2147 - 8775



Volume: 8
Issue : 1
Year : 2020



JOURNAL OF TOURISM AND GASTRONOMY STUDIES

Journal homepage: www.jotags.org



ISSN: 2147-8775

2020

Volume8

Issue1

ABOUT THIS JOURNAL

Journal of Tourism and Gastronomy Studies is an academic, refereed and online journal publishing research, review, and theoretical articles in the field of tourism and gastronomy. The journal is published four times a year. The articles to be submitted should be in English or Turkish. Journal of Tourism and Gastronomy Studies welcomes articles from different institutions and countries. All manuscripts submitted to the Journal of Tourism and Gastronomy Studies is sent to the referees after the initial review of the editorial board with respect to formatting and content. Manuscripts must be submitted in accordance with the style of writing specified in the book of "The Publication Manual of the American Psychological Association (5th edition).

Web Address

www.jotags.org

Chairman of the Editorial Board

Kurban ÜNLÜÖNEN (Ph.D.)

Editor in Chief

İrfan YAZICIOĞLU (Ph.D.) editor@jotags.org

The Members of the Editorial Board

Alptekin SÖKMEN (Ph.D)

Ahmet TAYFUN (Ph.D.)

Burhan KILIÇ (Ph.D.)

Cüneyt TOKMAK (Ph.D.)

Emin ARSLAN (Ph.D.)

Oktay EMİR (Ph.D.)

Alper İŞİN (Ph.D)

Ersan EROL (Ph.D)

Asst. Editor

Burcu KOÇ

(Ph.D)

Abstracting&Indexing

ULAKBİM TR Dizin

Index Copernicus International

Asos Index

International Scientific Indexing

Global Impact Factor (GIF)

Universal Impact Factor

Scholar Steer

Acar Index

Directory of Research Journals Indexing (DRJI)

Scientific Indexing Services (SIS)

CiteFactor Academic Scientific Journals

BOARD OF REFEREES

- Abdullah USLU, Akdeniz University / Turkey, abduallahuslu2008@hotmail.com
- Ahmet TAYFUN, Ankara Hacı Bayram Veli University / Turkey, tayfun@gazi.edu.tr
- Ahmet UŞAKLI, Boğaziçi University / Turkey, ahmet.usakli@boun.edu.tr
- Ahmet YARIŞ, Dicle University / Turkey, ahmetyaris@gmail.com
- Alev DÜNDAR ARIKAN, Anadolu University / Turkey, adundar@anadolu.edu.tr
- Alev Sökmen, Başkent University / Turkey, alev@baskent.edu.tr
- Ali YAYLI, Ankara Hacı Bayram Veli University / Turkey, yayli@gazi.edu.tr
- Ali Turan BAYRAM, Sinop University / Turkey, alibayram@sinop.edu.tr
- Ali SOLUNOĞLU, Kırıkkale University/Turkey, alisolunoglu@msn.com
- Aliye AKIN, Gaziantep University / Turkey, aliyeakin@gantep.edu.tr
- Alptekin SÖKMEN, Ankara Hacı Bayram Veli University / Turkey, asokmen@gazi.edu.tr
- Arzu KILIÇLAR, Ankara Hacı Bayram Veli University / Turkey, karzu@gazi.edu.tr
- Aybuke CEYHUN SEZGİN, Ankara Hacı Bayram Veli University/ Turkey, aybukeelif@gazi.edu.tr
- Aydan BEKAR, Muğla Sıtkı Koçman University / Turkey, abekar@mu.edu.tr
- Aylin NALÇACI İKİZ, Kırıkkale University / Turkey, aylinnalcaci@kku.edu.tr
- Ayşe Büşra MADENCİ, Konya Necmettin Erbakan University / Turkey, bmadenci@erbakan.edu.tr
- Ayşe SÜNNETÇİOĞLU, Çanakkale Onsekiz Mart University / Turkey, aysesunnetcioglu@comu.edu.tr
- Azade Özlem ÇALIK, Ankara University / Turkey, doglu@ankara.edu.tr
- Azize TUNÇ, Ankara Hacı Bayram Veli University / Turkey, azize@gazi.edu.tr
- Badar Alam İKBAL, Monarch University / Switzerland, adar.iqbal@fulbrightmail.org
- Bahattin ÖZDEMİR, Akdeniz University / Turkey, bahattin@akdeniz.edu.tr
- Barış DEMİRCİ, Eskişehir Osmangazi University / Turkey, bdemirci@ogu.edu.tr
- Bekir Bora DEDEOĞLU, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University / Turkey, b.bora.dedeoglu@nevsehir.edu.tr
- Burçin Cevdet ÇETİNSÖZ, Mersin University / Turkey, cetinsoz@mersin.edu.tr
- Burçin HATİPOĞLU, Boğaziçi University / Turkey, burcin.hatipoglu@boun.edu.tr
- Burhan KILIÇ, Muğla Sıtkı Koçman University / Turkey, bkilic@mu.edu.tr
- Cafer TOPALOĞLU, Muğla Sıtkı Koçman University / Turkey, ctopaloglu@mu.edu.tr
- Cemal Ersin SİLİK, Ankara Hacı Bayram Veli University / Turkey, cemal.silik@hbv.edu.tr
- Cihan ÇOBANOĞLU, University of South Florida Sarasota-Manatee / USA, cihan@sar.usf.edu
- Cüneyt TOKMAK, Eskişehir Osmangazi University / Turkey, cuneyttokmak@gmail.com
- Demet KOCATEPE, Sinop University / Turkey, dkocatepe@sinop.edu.tr

Duygu YETGİN, Anadolu University / Turkey, dyetgin@anadolu.edu.tr

Ebru ARSLANER, Eskişehir Osmangazi University / Turkey, earslaner@ogu.edu.tr

Ece KONAKLIOĞLU, Ankara Hacı Bayram Veli University / Turkey, ece@gazi.edu.tr

Eda AVCI, Dokuz Eylül University / Turkey, eda.avci@deu.edu.tr

Ediz GÜRİPEK, Gaziosmanpaşa University / Turkey, ediz.guripek@gop.edu.tr

Emin ARSLAN, Gaziosmanpaşa University / Turkey, emnarsln@gmail.com

Emel KAYNAKÇI, Akdeniz University / Turkey, ekaynakci@akdeniz.edu.tr

Emrah KESKİN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University / Turkey, ekeskin@nevsehir.edu.tr

Emrah ÖRGÜN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University / Turkey, emrahorgun@gmail.com

Ercan YAVUZ, Ankara Hacı Bayram Veli University / Turkey, eyavuz@gazi.edu.tr

Ercan KARAÇAR, Sinop University / Turkey, ercan_karacar@hotmail.com

Ertuğrul DÜZGÜN, Gümüşhane University / Turkey, duzgunertugrul@gmail.com

Evren GÜÇER, Ankara Hacı Bayram Veli University / Turkey, evrengucer@gazi.edu.tr

Fulya SARPEN, Ankara Hacı Bayram Veli University / Turkey, afulya@gazi.edu.tr

Gamze ÖZOĞUL, Dokuz Eylül University / Turkey, gamze.ozogul@deu.edu.tr

Gonca GÜZEL ŞAHİN, Atılım University / Turkey, guzel@atilim.edu.tr

Göksel Kemal GİRGIN, Balıkesir University / Turkey, girgin@balikesir.edu.tr

Gül ERKOL BAYRAM, Sinop University / Turkey, gulerkol@sinop.edu.tr

Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK, Mardin Artuklu University / Turkey, g.ozaltas@gmail.com

Günay EROL, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University / Turkey, gunayerol@nevsehir.edu.tr

Gürkan AKDAĞ, Mersin University / Turkey, gurkanakdag@mersin.edu.tr

H. Dilek SEVİN, Ankara Hacı Bayram Veli University / Turkey, dsevim@gazi.edu.tr

Hakan KENDİR, Gaziosmanpaşa University / Turkey, hakan.kendir@gop.edu.tr

Halil KORKMAZ, Çanakkale Onsekiz Mart University / Turkey, halilkorkmaz@comu.edu.tr

Hande MUTLU ÖZTÜRK, Pamukkale University / Turkey, mutluhande@gmail.com

Hulusi DOĞAN, Muğla Sıtkı Koçman University / Turkey, hulusidogan@mu.edu.tr

Ionel BOSTAN, Al. I.Cuza University / Romania, ionel_bostan@yahoo.com

Kaplan UĞURLU, Kırklareli University / Turkey, kugurlu@superonline.com

Kemal BİRDİR, Mersin University / Turkey, kemalbirdir@mersin.edu.tr

Kemal Gürkan KÜÇÜKERGİN, Atılım University / Turkey, kgurkankucukergin@gmail.com

Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes University / Turkey, karamustafa@erciyes.edu.tr

Mehmet SARIOĞLAN, Balıkesir University / Turkey, msarioglan82@yahoo.com.tr

Mehmet Alparslan KÜÇÜK, Ankara Hacı Bayram Veli University / Turkey, makucuk@gazi.edu.tr

M. Mithat ÜNER, Ankara Hacı Bayram Veli University / Turkey, mithatuner@gazi.edu.tr

Mehmet GÜLLÜ, Gaziosmanpaşa University / Turkey, mehmet.gullu@gop.edu.tr

Mehtap YÜCEL GÜNGÖR, Adnan Menderes University / Turkey, mehtap.yucel@adu.edu.tr

Melek YAMAN, Ankara Hacı Bayram Veli University / Turkey, meleky@gazi.edu.tr

Mikail KARA, Çankırı Karatekin University / Turkey, mkara@karatekin.edu.tr

Muhammed ARKAM, Poonch University / Pakistan, makram_0451@yahoo.com

Muhammed Ziya-ur-Rehman, National University of Modern Languages/Pakistan, mziaurre@student.bradford.ac.uk

Murat AKSU, Çanakkale Onsekiz Mart University / Turkey, drmurataksu@comu.edu.tr

Murat BAYRAM, Pamukkale University / Turkey, mbayram@pau.edu.tr

Murat DOĞDUBAY, Balıkesir University / Turkey, dogdubay@balikesir.edu.tr

Murat KIZANLIKLI, Ankara Hacı Bayram Veli University / Turkey, muratkizanlikli@gazi.edu.tr

Mutlu KAYA, Ondokuz Mayıs University / Turkey, mutlu.kaya@omu.edu.tr

Neslihan ONUR, Akdeniz University/Turkey, neslihanonur@akdeniz.edu.tr

Nevin ŞANLIER, Gazi University / Turkey, ntekgul@gazi.edu.tr

Nebojsa PAVLOVIĆ, "Djura Jaksic", Raca / Serbia, racapn@gmail.com

Noor Mohammad, Multimedia University / Malaysia, noormmu2011@gmail.com

Oğuz DİKER, Çanakkale Onsekiz Mart University / Turkey, oguzdiker@comu.edu.tr

Oğuz TAŞPINAR, Çanakkale Onsekiz Mart University / Turkey, oguztaspinar@comu.edu.tr

Oktay EMİR, Anadolu University / Turkey, oktayemir@anadolu.edu.tr

Onur GÖRKEM, Pamukkale University / Turkey, ogorkem@pau.edu.tr

Osman ÇALIŞKAN, Akdeniz University / Turkey, ocaliskan@akdeniz.edu.tr

Oya Berkay KARACA, Çukurova University / Turkey, obkaraca@cu.edu.tr

Ömer Akgün TEKİN, Süleyman Demirel University / Turkey, dr.omerakguntekin@gmail.com

Özgür YAYLA, Akdeniz University / Turkey, ozguryayla@akdeniz.edu.tr

Özlem SÜRÜCÜ, Ankara Hacı Bayram Veli University / Turkey, altunoz@gazi.edu.tr

Peide LİU, Shandong Economy University / China, peide.liu@gmail.com

R. Pars ŞAHBAZ, altunoz@gazi.edu.tr / Turkey, pars@gazi.edu.tr

Rafikul İSLAM, International Islamic University / Malaysia, rislam@iiium.edu.my

Recai M. YÜCEL, Albany New York University / USA, recaiyucel@mac.com

Reha KILIÇHAN, Erciyes University / Turkey, rehakilichan@erciyes.edu.tr

Reynaldo Gacho SEGUMPAN, Universiti Utara / Malaysia, segumpan@gmail.com

Salih Zeki ŞAHİN, Hitit University / Turkey, salih.zeki.sahin@hotmail.com

Saime KÜÇÜKKÖMÜRLER, Ankara Hacı Bayram Veli University / Turkey, saimek@gazi.edu.tr

Sait DOĞAN, Hatay Mustafa Kemal University / Turkey, dogansait@gmail.com

Sedat YÜKSEL, Sultanate of Oman Ministry of Higher Education, School of Applied Sciences / Oman, sedatyuksel@gmail.com

Seden DOĞAN, Ondokuz Mayıs University / Turkey, seden.dogan@omu.edu.tr

Serdar SÜNNETÇİOĞLU, Çanakkale Onsekiz Mart University / Turkey, serdarsunnetcioglu@comu.edu.tr

Serkan BERTAN, Pamukkale University / Turkey, sbertan@pau.edu.tr

Sevil BÜLBÜL, Ankara Hacı Bayram Veli University / Turkey, sevilbulbul@gazi.edu.tr

Sibel ÖNÇEL, Anadolu University / Turkey, sguler@anadolu.edu.tr

Subbash C. Sharma, Jai Narain Vyas University / India, subhashchandrasharma@gmail.com

Tolga GÜL, Alanya Alaaddin Keykubat University / Turkey, tolga.gul@alanya.edu.tr

Tufan SÜREN, Ankara Hacı Bayram Veli University / Turkey, tsuren@gazi.edu.tr

Umut AVCI, Muğla Sıtkı Koçman University / Turkey, aumut@mu.edu.tr

Ümit SORMAZ, Konya Necmettin Erbakan University / Turkey, usormaz@konya.edu.tr

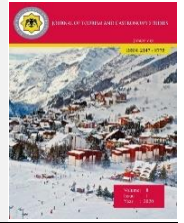
Ümmühan BAYRAM, Pamukkale University / Turkey, ubayram@pau.edu.tr

Vinod Kumar Singh, Gurukul Kangri University / India, drvksingh1969@gmail.com

Yalçın ARSLANTÜRK, Ankara Hacı Bayram Veli University / Turkey, arslanturk@gazi.edu.tr

Yasin KELEŞ, Ondokuz Mayıs University / Turkey, yasin.keles@omu.edu.tr

Zeynep ASLAN, Adnan Menderes University / Turkey, zeynep.aslan@adu.edu.tr



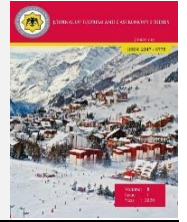
Contents

- The Mediator Role of Customer Satisfaction on the Effects of Employee Satisfaction and Service Quality on Hotel Performance**
Nagihan ÇAKMAKOĞLU ARICI.....1-16
- The Evaluation of the Perceptions of Tourists Participated in A Package Tour within the Scope of Tourist Guide Performance**
Eda AVCI.....17-28
- Halal Tourism: The Practices of Halal Hotels in Alanya, Turkey**
Erhan BOĞAN29-42
- Hostel Experience of Tourists Visiting Göreme (Cappadocia) Region**
Faruk SEYİTOĞLU, Kadir ÇAKAR, Gülçin KARATAŞ..... 43-57
- Yerli Turistlerin Şanlıurfa Turizmi ile İlgili Algılarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma (A Research on Determining Domestic Tourists' Perceptions Regarding Tourism in Şanlıurfa)**
Emrah YAŞARSOY, Kutay OKTAY58-77
- Participation Motivation of Visitors of Local Food-Themed Gastronomy Festival**
Reha KILIÇHAN, Hasan KÖŞKER.....78-91
- Girişimcilik Eğiliminin Yetenek Yönetimi Üzerine Etkisi: Turizm Eğitimi Alan Öğrenciler Üzerine Bir Araştırma (The Effect of Entrepreneurship Trend on Talent Management: A Research on Tourism Students)**
Nilüfer VATANSEVER TOYLAN, Kubilay Can ERTÜRK, Erencan ÇEKİÇ.....92-110
- Ferzan Özpetek Filmlerinde Gösterge Olarak Yemek: Mine Vaganti/Serseri Mayınlar Üzerine Bir İnceleme (Food as a Sign in Ferzan Özpetek's Films: An Analysis on Mine Vaganti)**
Hasan Hüseyin ÇİNAY, Hakan SEZEREL.....111-136
- Otel İşletmelerinde Bilgi Paylaşımının Yenilikçi İş Davranışına Etkisinde Dönüştürücü Liderliğin Aracılık Rolü (The Role of Transformational Leadership on the Effects of Information Sharing on Innovative Business Behavior in Hotels)**
Seda KAYAPALI YILDIRIM137-157
- Yöresel Mutfağın Turizm Ürünü Olarak Kullanımının Yerel Halk Tarafından Değerlendirilmesi; Konya İli Örneği (Evaluation of Use of Local Cuisine as a Tourism Product by the Local People; Example of Konya Province)**
Mehmet Fatih ESEN, Yılmaz SEÇİM.....158-174

Yerel Halkın Festival Etkilerine Yönelik Algılarının Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma (An Investigation on the Evaluation of Perceptions on the Festival Effects of Local Public) Cemre TOKATLI, İlke BAŞARANGİL, Takıcan METİN.....	175-190
The Application of the Plate Waste on Menu Analysis Vedat YİĞİTOĞLU	191-210
Turistlerin TripAdvisor Üzerinden Havayolu İşletmelerine Yönelik E-Şikâyetlerinin İncelenmesi (Analysing E-Complaints of Tourists about Airline Companies via TripAdvisor) Nuriye GÜREŞ, Seda ARSLAN, Cevher YÜKSEL, Harun YILMAZ	211-230
Moleküler Gastronomi Yöresel Yemeklerde Kullanılabilir mi? (Can Molecular Gastronomy be Usefull for Local Food?) Kardelen ALPASLAN, Hüseyin PAMUKÇU, Canan TANRISEVER.....	231-256
Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimi ve Bilgi Teknolojileri Yeterliliği İlişkisi: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Örneği (The Relationship Between Entrepreneurship Tendency and Their Information Technology Knowledge in Undergraduate Tourism Students: The Case of Aydın Adnan Menderes University) Şule KAYA, Güntekin ŞİMŞEK, Turan OKUL.....	257-277
Destinasyonlar İçin Marka Aşkının Marka Sadakati Üzerindeki Etkisi: Bodrum Örneği (The Effect of Brand Love on Brand Loyalty for Destinations: The Case of Bodrum) Selda UCA, Demet TÜZÜNKAN.....	278-290
The Relationship between Psychological Empowerment and Trust in Supervisor in Hotel Enterprises Neslihan KAN SÖNMEZ.....	291-306
Hızlı yemek (fast food) restoranları çalışanlarının işyeri koşullarını ve performans-motivasyonlarını belirleme amaçlı bir ölçek geliştirme çalışması (Developing a Scale to Identify Working Conditions and Performance-Motivators of Fast Food Restaurant Employees) Erkan SEZGİN, Hediye ÇETİNKAYA.....	307-321
Metin Madenciliği ve Duygu Analizi Yöntemleri ile Sosyal Medya Verilerinden Rekabetçi Avantaj Elde Etme: Turizm Sektöründe Bir Araştırma (Gaining Competitive Advantage from Social Media Data with Text Mining and Sentiment Analysis Methods: A Research in Tourism Sector) Ahmet BÜYÜKEKE, Alptekin SÖKMEN, Cevriye GENCER.....	322-335
Turizm Pazarında Yeni Bir Fırsat: Bleisure (A New Opportunity in Tourism Market: Bleisure) Betül ALP, Ahu YAZICI AYYILDIZ.....	336-354
Aktif Spor Turizmi Etkinliklerinde Organizatörün Algılanan Kaynak Yatırımının, Etkinlik Tatmini ve Tekrar Satın Alma Davranışına Etkisi (The Effect of Organizer's Perceived Resource Investment on Event Satisfaction and Repurchase Behavior in Active Sports Tourism Events) Hüseyin ÇEVİK, Kerem Yıldırım ŞİMŞEK.....	355-370
Effects of Tourism Development Problems on Tourist Satisfaction and Revisit Intention: Example of Adıyaman Reşat ARICA, İsmail UKAV.....	371-387
The Problems Faced by Hotel Security Managers: Antalya Case Mahmut EFENDİ.....	388-403

Agresif Çalışma Sermayesi Politikası Firma Performansını Nasıl Etkiler? Bist Gıda Firmaları Örneğinde Heterojen Panel Veri Analizi (How Does Aggressive Working Capital Policy Affect Firm Performance? Heterogeneous Panel Data Analysis in the Case of ISE Food Companies) Emine KAYA, Filiz KONUK.....	404-416
Relationship Between Burnout and Intention to Leave in Hotel Establishments: The Case of Kırşehir/Turkey Hotels Şerif Ahmet DEMİRDAĞ, İbrahim AYDIN, Halil Özcan ÖZDEMİR.....	417-431
Roma İmparatorluk Dönemi Sikkelerinde Yer Alan Gastronomik Unsurlar (Gastronomic Elements in Roman Imperial Coins) Tulga ALBUSTANLIOĞLU, Hakan GÜLEÇ.....	432-466
Yetişkin Bireylerin Toplu Beslenme Alanlarındaki Tabak Artığı ile Diyet Kalite İndeksi Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi (Evaluation of the Relationship Between Leftover and Diet Quality Index Among Adult Individuals) Hilal HIZLI GÜLDEMİR, Fatma Elif SEZER, Osman GÜLDEMİR.....	467-477
Mersin Marina AVM’de Bulunan Restoranlarda Çölyak Hastalarına Yönelik Sunulan Yiyecek Hizmetlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma (A Research to Determine the Food Services Provided for Celiac Patients in the Restaurants in Mersin Marina Shopping Center) Sabahat Ceylin ŞANLI, Uğurcan METİN.....	478-488
Otel Mutfak Çalışanlarının Mutfak Teknolojilerine Yaklaşımlarının Kelime İlişkilendirme Testi ile Değerlendirilmesi: İzmir Örneği (Evaluation of the Approaches of Hotel Kitchen Employees to Kitchen Technologies Using Word Association Test: The Case of İzmir) Turgay BUCAK, Serkan YİĞİT.....	489-500
Afyonkarahisar Mutfağının Turizm Eğitimi Alan Öğrenciler Tarafından Bilinme ve Tadılma Durumlarının Tespiti Üzerine Bir Araştırma: Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği (A Study on Determination of Knowledge and Gustation of Foods of Afyonkarahisar Cuisine by Tourism Students: A Case of Afyon Kocatepe University) Ahmet BAYTOK, Elbeyi PELİT, Anıl CERİT.....	501-522
Bolu Turizm Potansiyelinin Turist Rehberleri Açısından Değerlendirilmesi (Evaluation of Bolu Tourism Potential in terms of Tourist Guides) Hande AKYURT KURNAZ.....	523-537
Tüketicilerin Yöresel Ürün, Yemek ve Restoranları Tercih Etme Nedenleri: Trakya Yöresi Mutfağı Örneği (Reasons of Consumers' Preferences of the Local Products, Food and Restaurants: Case of the Thrace Region Cuisine) Ümit SORMAZ, Esra ÖZATA, Ayşe Büşra MADENCİ.....	538-551
A Research on Food Safety Knowledge and Practices of Tourism Employees Nurettin AYAZ, Ayşegül ACAR.....	552-568
The Importance of Information Security in Travel Enterprises: Kuşadası Case Kamil YAĞCI, Süreyya AKÇAY, Mahmut EFENDİ.....	569-583
Aşırı Turizm Kavramının Farklı Boyutlarıyla İncelenmesi: Instagram’da Paylaşılan Fotoğraf ve Yorumların İçerik Analizi (Examining of Overtourism with Different Dimensions: Content Analysis of Photos and Comments Shared on Instagram) Fatmanur Kübra AYLAN, Serkan AYLAN.....	584-607

Turistlerin Destinasyon Seçimlerinde Uzaklaşma Arzuları ve Uzaklık Çelişkisi (Tourists' Desires to Move Away and Antinomy of Distance in Destination Choice) Aydn ÜNAL.....	608-622
Paylaşım Ekonomisinin Turizm Sektörüne Etkileri: Kırıkkale Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma (Effects of Sharing Economy on Tourism Sector: A Study on Kırıkkale University Students) Betül AKYOL, Kurban ÜNLÜÖNEN.....	623-644
Turistlerin Satın Alma Gdülerinin Klasik Tüketici Davranış Modelleri Kapsamında Değerlendirilmesi (Evaluation of the Buying Motivation of Tourists' in the Scope of Classical Consumer Behavior Methods) Hacı Ahmet ÇAKIR, Burhan KILIÇ.....	645-659
Kuzu Etinin Türk Mutfak Kültüründeki Yeri (Lamb Meat in Turkish Culinary Culture) Emre HASTAOĞLU, İbrahim Tuğkan ŞEKER	660-669
Ulusal ve Uluslararası Platformda Gastronomik Kimlik Unsuru Olarak Simit (Simit as An Element of Gastronomic Identity in National and International Platforms) Gülçin ÖZBAY.....	670-683
Türlere Özgü İçkilerin Gastronomi Turizmi Açısından İncelenmesi (Investigation of Turkish Drinks in Terms of Gastronomy Tourism) Aykut ŞİMŞEK, Salih YILDIZ.....	684-699
Plastik Mi Yenilebilir Ürünler Mi? (Plastic or Edible Products?) Eda GÜNEŞ, Haticetül Kübra ERÇETİN.....	700-717



Turistlerin Destinasyon Seçimlerinde Uzaklaşma Arzuları ve Uzaklık Çelişkisi (Tourists' Desires to Move Away and Antinomy of Distance in Destination Choice)

* Aydın ÜNAL ^a 

^a Kırklareli University, Pınarhisar Vocational School, Department of Tourism and Travel Services, Kırklareli/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:01.03.2020

Kabul Tarihi:27.03.2020

Anahtar Kelimeler

Destinasyon pazarlaması
Turist destinasyon seçimi
Uzaklık arzusu
Uzaklık çelişkisi
Planlanmış davranış teorisi

Öz

İnsanlar uzaklık kavramının negatif yönüne dikkat çekmek için sık sık “Gözden ırak olan gönülden de ırak olur.” atasözünü kullanmaktadırlar. Acaba bu atasözü turistlerin destinasyon seçim karar süreçlerinde de geçerli midir? Bu çalışmada turistlerin destinasyon seçim karar süreçlerinde sergiledikleri davranış boyutlarının uzaklık arzularına ile seyahat davranış niyetlerine etkilerinin ve aynı zamanda uzaklık arzularının seyahat davranış niyetlerine etkilerinin ölçülmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda Kapadokya destinasyonunu Haziran-Ağustos 2019 döneminde ziyaret eden Japon turistlere kendilerinin cevaplandıkları toplam 450 anket formu ulaştırılmıştır. Anketlerden elde edilen veriler (408 anket) SPSS programında analize tabi tutulmuştur. Yapılan analizlerde; Planlanmış Davranış Teorisi-Uzaklık Arzusu (PDT-UA) ölçeğinin tutum, subjektif norm, algılanan davranışsal kontrol, seyahat davranış niyeti ve uzaklık arzusu boyutlarından oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır. Tüm planlanmış davranış teorisi boyutlarının yüksek ve pozitif düzeyde turistlerin destinasyon seyahat niyetlerini ve turistlerin uzaklık arzularını etkilediği ve ayrıca turistlerin uzaklık arzusu boyutunun yine çok yüksek ve pozitif düzeyde destinasyon seyahat niyetlerini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Keywords

Destination marketing
Tourist destination choice
Distance desire
Antinomy of distance
Theory of planned behavior

Abstract

In order to draw attention to the negative aspect of the concept of distance, people often use the proverb "Long absent, soon forgotten.". Does this proverb apply to tourists' destination selection decision processes? In this study, it is aimed to measure the effects of the dimensions of the behaviors of tourists in destination selection decision processes on distance desires and travel behavior intentions, as well as the effects of distance desires on travel behavior intentions. In this context, a total of 450 questionnaires were delivered to Japanese tourists who visited the Cappadocia destination in June-August 2019. The data obtained from the questionnaire (408 questionnaires) were analyzed by use of SPSS program. After the analyzes; it was concluded that the Planned Behavior Theory-Distance Desire (PBT-DD) scale consisted of dimensions of attitude, subjective norms, perceived behavioral control, travel behavior intention and distance desire. It was concluded that all planned behavior theory dimensions affected the destination travel intentions and the distance desires of the tourists at high and positive levels, and also that the distance desires of the tourists affected their destination travel intentions at very high and positive levels.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: aydin.unal@klu.edu.tr (A. Ünal)

DOI: 10.21325/jotags.2020.567

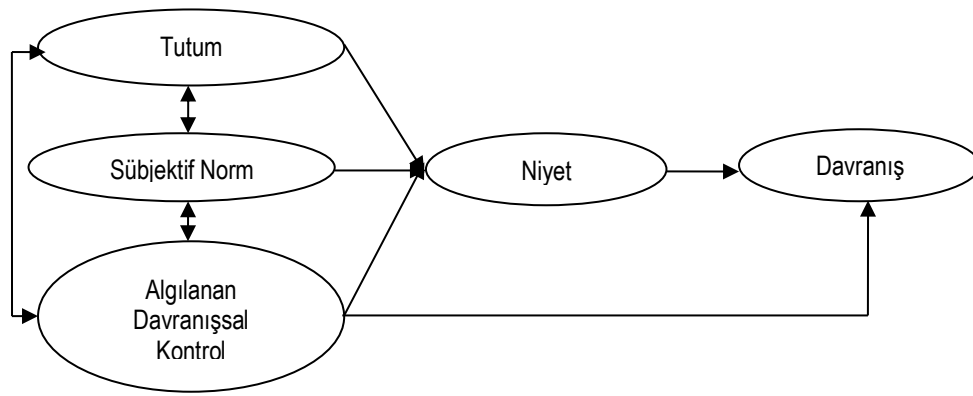
GİRİŞ

Turizm faaliyetlerinin temelinde insanların sürekli yaşadıkları yerlerden uzaklaşma, rutinden sıkılma ve farklılık arama çabaları yatmaktadır. Ancak bu noktada uzaklaşma ve uzaklık kavramları zıtlık oluşturmaya başlamaktadır. Çünkü uzaklık kavramı kendi içerisinde bilişsel ve fiziksel mesafeyi barındırmaktadır. Turistler destinasyon seçimlerinde ve seyahat kararlarında bir taraftan fiziksel uzaklığın beraberinde getirdiği para, zaman, fiziksel güç vb. maliyetleri azaltmaya diğer taraftan ise alışılmış yaşamlarından, mekânlarından, rutinlerinden, vb. mümkün olduğunca uzaklaşmaya ve uzağa gitmeye (psikolojik uzaklık) çalışmaktadırlar (Cao, Zhang, Wang, Hu ve Yu, 2019).

Bu çalışmada Kapadokya destinasyonunu ziyaret eden Japon turistlerin destinasyon karar verme süreçlerinde sergiledikleri Planlanmış Davranış Teorisi (PDT) boyutlarının, Uzaklık Arzularının (UA), seyahat davranış niyetlerinin belirlenmesi ve ilgili boyutların birbirlerine etki düzeylerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Çalışmanın konusu ve ölçeği itibarıyla ilgili alanyazında görülen kuramsal çerçeve ve uygulama temelli sonuç eksikliğinin giderilmesi adına önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Çünkü PDT modeline UA boyutunun ilişkilendirilmesiyle genişletilen PDT-UA modelini daha önce sadece Cao vd., (2019) çalışmalarında test edilmiştir. Ayrıca araştırma modeli ve elde edilen sonuçlar kapsamında turistlerin destinasyon seçim süreçlerinin ve tekrar ziyaret niyetlerinin tahmin edilebilirliğinin sağlanabileceği ve bu süreçte etkili olan boyutların daha net anlaşılabilirliği düşünülmektedir. Diğer taraftan turistlerin destinasyon seçim süreçlerinde yaşadıkları uzaklık çelişkilerinin incelenmesi ve tartışılması adına çalışma sonuçlarının önemli veriler sağlayacağı öngörülmektedir. Bu çerçevede çalışmada öncelikle araştırmanın kuramsal çerçevesi oluşturulmuştur ve konu ile ilgili yapılmış diğer çalışmalar özetlenmiştir. Daha sonra araştırma yöntemi tasarlanmıştır, araştırma modeli ve ilgili araştırma hipotezleri çerçevesinde gerekli analizler uygulanmıştır ve araştırma bulgularına ulaşılmıştır. Araştırma da son olarak araştırma bulguları kısaca özetlenerek sonuç ve değerlendirme bölümü oluşturulmuştur.

Kuramsal Çerçeve

İnsanların yaşantıları belirli davranışlarının toplamından oluşur. Her insan belli bir aile, sosyal çevre ve toplum içerisinde yaşar, yaşantısı süresince belirli davranışlar geliştirir ve sergiler. Davranış kavramı; “insanların yaşamlarının fiziksel, zihinsel ve toplumsal alanlarında potansiyel veya eyleme dönüştürdükleri etkinlikleri” ve “insanların bir şeye karşı hareket biçimleri ve insanların öğrenme, algılama, tatmin veya tatminsizlik sonucu gösterdikleri tepkiler şeklinde” tanımlanabilir (Rızaoğlu, 2012). Bu tanımlar çerçevesinde turistik davranış kavramını; insanların konaklama, seyahat, gezi, vb. gereksinimlerini yani turistik gereksinimlerini karşılarken sergiledikleri davranışlar şeklinde tanımlamak mümkündür (Şimşek, 2018). Davranış ve turistik davranış alanında ortaya konan çalışmaların temeli psikoloji bilimine ve tutumların davranışlara nasıl etki ettiği ile ilgili teorilere dayanmaktadır (Ajzen, 1991). Bu çalışmalar ve teoriler içerisinde Planlanmış Davranış Teorisi (PDT) genel kabul görmeyi başarmıştır. İlgili teori insanların davranışlarının belirleyicisi olarak niyeti (insanların bir davranışı gerçekleştirme istekliliğidir) ve davranış boyutları olarak ise tutum (insanların herhangi bir davranışı sergilemeye yönelik değerlendirmeleridir), sübjektif norm (insanların davranışları konusunda üzerlerinde hissettikleri sosyal baskıdır) ve algılanan davranışsal kontrolü (insanların davranış sergilemek için olanaklarına olan inancıdır) ön plana çıkarmaktadır (Ajzen, 1985; Mathieson, 1991; Cohen ve Hanno, 1993).



Şekil 1. Planlanmış Davranış Teorisi (Ajzen, 1991).

Ortaya çıkışından günümüze PDT ve modeli çerçevesinde farklı alanlarda ve konularda çeşitli araştırmalar yürütülmüştür (Armitage, 2001; Erten, 2002; Rah, Hasler, Painter ve Novakofski, 2004; Sırakaya ve Woodside, 2005; Forward, 2009; Baker ve White, 2010; Han, Hsu ve Sheu, 2010; Moan ve Rise, 2011; Meng ve Xu, 2012; Kement, 2013; Ziadat, 2015; Mercan, 2015; Bozkurt Kutluk ve Avcıkurt, 2019; Cao vd., 2019). Turizm alanında ve turistlerin davranışlarının incelenmesinde model referans bir kaynak olarak sıklıkla kullanılmaktadır. Model; turistlerin destinasyon seçimlerinde, belli destinasyonları ziyaret eden turistlerin analiz edilmesinde ve turistlerin planladıkları faaliyetlerin tahminlemesinde araştırmacılara yarar sağlamaktadır (Meng ve Xu, 2012). Modelin yeni boyutlar eklenerek genişletilmesi ile daha farklı kavramların ve ilişkilerin açıklanması da mümkün hale gelebilmektedir. Bu çalışmada ilgili modele turistlerin uzaklık arzuları boyutu ilişkilendirilerek turistlerin uzaklık arzusu niyetlerinin ve bu boyutun seyahat davranış niyetlerine etkilerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Turizm açısından uzaklık kavramı en basit haliyle fiziksel uzaklığı yani turistler ile gitmeyi düşündükleri destinasyonlar arasındaki mekânsal mesafeyi ifade etmektedir. Ancak uzaklık kavramını sadece fiziksel yönüyle değerlendirmek ve bilişsel yönünü (Ankomah, Crompton ve Baker, 1995; Larsen ve Buss, 2013) göz ardı etmek turistlerin tatil niyetlerini ve destinasyon tercihlerini anlamada eksikliklere neden olmaktadır (Ankomah ve Cromton, 1992; Boerwinkel, 1995). Bu anlamda bilişsel uzaklık; turistlerin sürekli yaşadıkları yerlerden, rutin alışkanlıklarından ve alışılmış çevrelerinden çok uzağa gitme arzuları olarak ifade edilebilir (Lin ve Morais, 2008). Ancak fiziksel uzaklığın artması turistlerin ilave zaman, para ve fiziksel güç harcamalarına neden olduğu için üstesinden gelinmesi gereken bir durum olarak değerlendirilirken bilişsel uzaklığın artması ile alışılmış çevreden ve rutin yaşamdan uzaklaşma ile doğru orantılı algılandığı için bu iki kavram turistlerde “uzaklık çelişkisi-antinomy of distance” durumunun yaşanmasına neden olabilmektedir (Cao vd., 2019). Uzaklık çelişkisi durumu kendi içerisinde turistlerin destinasyon seçiminde dikkate aldıkları fiziksel uzaklık ile ilgili engellerini ve endişelerini “sürtünme etkisi-frictional effect” ve evden çok uzağa gitme ve kendilerini evlerinden çok uzakta hissetme arzusunu “hızlandırma etkisi-catalytic effect” barındırmaktadır (McKercher, 2018). Uzaklık çelişkisinin doğru analiz edilmesi ve uzak destinasyonlarda yaşayan potansiyel turistlerde talep uyandırılabilmesi adına kavramın iki yönünün de doğru değerlendirilmesi turistlerin memnuniyetlerinin sağlanmasına, turistlerin tüketim kararlarının ve destinasyon tercihlerinin anlaşılmasına ve destinasyonların imajlarının geliştirilmesine katkı sağlayacaktır (Cao vd., 2019).

İlgili Çalışmalar

Sparks ve Pan (2009) yurtdışına gitme niyeti bulunan 548 potansiyel turist ile Shanghai’da yürüttükleri çalışmalarında potansiyel turistlerin seyahat etme niyetlerinin tahminlemede sübjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol boyutlarının önemli düzeyde etkiye sahip olduğunu belirlemişlerdir. Schubert, Kondampully, Solnet ve Kralj (2010) PDT ve çevreci restoranlarda yemek yeme niyetini açıklamak üzere geliştirdikleri modeli Amerika’da yaşayan 445 katılımcıya uygulamışlardır. Sübjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol boyutlarının turistlerin seyahat niyetlerini tahminlemede önemli birer araç olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Han vd., (2010) Amerika’daki otellerde konaklayan 428 katılımcı ile yürüttükleri çalışmalarında turistlerin yeşil otel seçim süreçlerini PDT boyutları çerçevesinde değerlendirmişlerdir. Çalışma sonucunda tüm PDT boyutlarının ilgili süreci anlamlı ve pozitif düzeyde etkilediği tespit edilmiştir. Lai, Yu ve Kuo (2010) Tayvan’da temalı parkları ziyaret eden 208 katılımcı ile yürüttükleri çalışmalarında etkileşimsel adalet, tutum ve sübjektif norm boyutlarının turistlerin destinasyon tercihlerine ve tekrar ziyaret niyetlerine pozitif etki ettikleri sonucuna ulaşmışlardır. Quintal (2010) Japon, Çin ve Güney Kore milletlerinden olup Avustralya destinasyonunu ziyaret eden turistlerle yürüttükleri çalışmalarında PDT boyutlarından; algılanan davranışsal kontrol ve tutum boyutlarının turistlerin seyahat öncesi niyetlerinde pozitif etkiye sahip oldukları belirlenmiştir.

Martin, Ramamonjariavelo ve Martin (2011) Amerika’daki üniversitelerde eğitim gören 453 katılımcı ile yürüttükleri çalışmalarında 29 ifadeden oluşan ve PDT boyutları temelinde oluşturdukları MEDTOUR ölçeğini test etmişlerdir. Araştırma sonucunda lisans düzeyinde eğitim alan öğrencilerin sağlık turizmüne ve destinasyonlarına yönelik niyetlerinde PDT boyutlarının pozitif etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Kement (2013) Türkiye’deki yeşil yıldızlı otel işletmelerinde konaklayan 284 katılımcı ile yürüttüğü çalışmasında turistlerin tekrar ziyaret niyetlerinde PDT boyutlarından algılanan davranışsal kontrol ve tutumun bir etkisinin bulunmadığı; sadece sübjektif norm boyutunun turistlerin tekrar ziyaret niyetine pozitif etki ettiği sonucuna ulaşmıştır. Ziadat (2015) Ürdün destinasyonunu ziyaret eden farklı milletlerden 403 katılımcı yürüttüğü çalışmasında PDT boyutlarının turistlerin destinasyon seçimlerinin tahminlemede güçlü bir araç olduğu; tutum ve sübjektif norm boyutlarının turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret niyetlerini pozitif düzeyde etkilediği ancak algılanan davranışsal kontrol boyutunun destinasyonu tekrar ziyaret niyetleri üzerinde yeterli bir etkiye sahip olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Bozkurt Kutluk ve Avcıkurt (2019) 2017 yılında Antalya il merkezi ve ilçelerinde 664 katılımcı ile yürüttükleri çalışmalarında PDT boyutlarının turistlerin destinasyon tercih niyetlerine etkisini belirlemeye çalışmışlardır. Araştırma sonucunda turistlerin destinasyon tercih süreçlerinde sırasıyla sübjektif norm, tutum ve algılanan davranışsal kontrol boyutlarının belirleyici olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Cao vd., (2019) PDT boyutlarına, uzaklık arzusu ve davranışsal niyet boyutlarını ekleyerek oluşturdukları PDT-UA modelini test ettikleri çalışmalarını 1408 katılımcı ile Xinjiang Uygur Otonom bölgesinde yürütmüşlerdir. Araştırma sonucunda; tüm PDT boyutlarının hem uzaklık arzusu (algılanan davranışsal kontrol hariç) hem de davranışsal niyet boyutunu anlamlı ve pozitif bir biçimde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

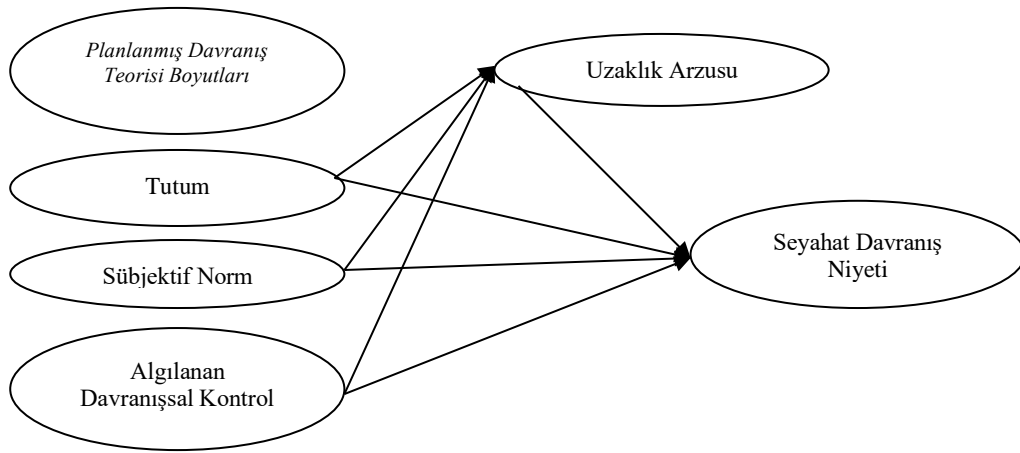
PDT modeli odaklı daha önce yapılmış çalışmalar genel olarak modeli oluşturan boyutların turistlerin davranışsal niyetlerine etkilerinin belirlenmesi temelinde yürütülmüştür. Bu çalışmaya konu edilen PDT-UA modeli sadece Cao vd., (2019) tarafından test edilmiştir. Araştırmacılar henüz destinasyon tercihinde bulunmamış potansiyel turistlere uyguladıkları anket ile katılımcıların uzaklık arzularını ve seyahat davranış niyetlerini belirlemeye çalışmışlardır. Bu

çalışmada ise bir destinasyon tercihinde bulunmuş turistlerin uzaklık arzularının, yakın gelecekte (24 aya kadar) tekrar aynı destinasyonu ziyaret niyetlerinin ve PDT boyutlarının uzaklık ve seyahat davranış niyetlerine etkilerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Yöntem

Araştırmanın Modeli

İlgili araştırma amacı doğrultusunda turistlerin uzaklık arzuları, seyahat niyetleri ile ilgili davranış değişkenleri arasındaki ilişkileri keşfetmek için turist destinasyon seçim modeli-PDT-UA (Şekil 1) oluşturulmuştur. Araştırma modelinin oluşturulma sürecinde Cao vd., (2019) yararlanılmıştır. Araştırma modeli çeşitli davranış çalışmalarında sıklıkla kullanılan PDT boyutlarından (tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol), uzaklık arzusu boyutundan ve seyahat davranış niyeti boyutundan oluşmaktadır.



Şekil 2. Turist Destinasyon Seçim Modeli-PDT-UA Modeli

Araştırma Hipotezleri

İlgili araştırma modelinden hareketle aşağıda verilen hipotezlerin araştırma analizleri kapsamında test edilmelerine karar verilmiştir.

Hipotez 1: Turistlerin tutumları destinasyon uzaklık arzularını etkilemektedir. Tutumun turistlerin uzaklık arzularını yüksek ve olumlu düzeyde etkilediği Cao vd., (2019) belirlenmiştir.

Hipotez 2: Turistlerin subjektif normları destinasyon uzaklık arzularını etkilemektedir. Subjektif norm boyutu; insanların sergiledikleri ya da sergilemedikleri davranışlarında algıladıkları sosyal baskıyı ifade etmektedir. İnsanların karar süreçlerinde, davranışlarında, uzaklık arzularının ve seyahat niyetlerinin oluşmasında ilgili boyut yüksek düzeyde teşvik edicidir (Sparks ve Pan, 2009; Schubert vd., 2010; Lai vd., 2010; Quintal, Lee ve Souter, 2010; Kement, 2013; Ziadat, 2015; Cao vd., 2019)

Hipotez 3: Turistlerin algıladıkları davranışsal kontrolleri destinasyon uzaklık arzularını etkilemektedir. Algılanan davranışsal kontrol; insanların sergiledikleri davranışları üzerinde algıladıkları kontrol düzeyini ifade etmektedir. Algılanan kontrol düzeyi insanların davranışlarının ortaya çıkmasına veya gizli kalmasına, seyahat niyetlerine ve uzaklık arzularına olumlu düzeyde etki etmektedir (Han vd., 2010; Quintal vd., 2010; Martin vd., 2011; Cao vd., 2019).

Hipotez 4: Turistlerin tutumları destinasyon seyahat niyetlerini etkilemektedir. Turistlerin destinasyonlarla ilgili bilişsel ve duygusal değerlendirmeleri destinasyon tutumlarını ve oluşan olumlu tutumlar ise seyahat niyetlerini olumlu düzeyde etkilemektedir (Sparks ve Pan, 2009; Bozkurt Kutluk ve Avcıkurt, 2019).

Hipotez 5: Turistlerin sübjektif normları destinasyon seyahat niyetlerini etkilemektedir. Turistlerin sübjektif norm inanışları ve algıları destinasyonlara yönelik niyetlerini yoğun ve pozitif bir biçimde etkilemektedir (Sparks ve Pan, 2009; Cao vd., 2019).

Hipotez 6: Turistlerin algıladıkları davranışsal kontrolleri destinasyon seyahat niyetlerini etkilemektedir. Turistlerin davranışları üzerindeki kontrolleri ile ilgili belirsizlikler seyahat davranış niyetlerini olumsuz etkilemektedir, ruhsal endişeye sebebiyet vermektedir ve alışılmış çevrelerindeki kontrol hissini kaybına yol açmaktadır. Ancak davranışlar üzerindeki kontrol algısının güçlenmesi seyahat niyet davranışını da pozitif bir biçimde etkilemektedir (Schubert vd., 2010; Han vd., 2010; Quintal vd., 2010; Cao vd., 2019).

Hipotez 7: Turistlerin uzaklık arzuları destinasyon seyahat niyetlerini etkilemektedir. Turistlerin belli bir psikolojik mesafe içinde algıladıkları en üst düzey estetik deneyim turistlerde sürekli olarak pozitif estetik duygular uyandırmaya teşvik etmektedir. Estetik duyguların pozitif düzeyde sağlanması turistlerin uzaklık arzularını ve bu durumda turistlerin seyahat niyetlerini pozitif yönde etkilemektedir (Cao vd., 2019).

Araştırma Veri Toplama Yöntemi

Araştırmanın veri toplama sürecinde anket tekniğinden yararlanılmıştır. Yapılan bu çalışmada da iki bölümden oluşan bir anket kullanılmıştır. Anketin ilk bölümü katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik beş sorudan ve bu sorulara ilişkin cevaplandırıcının seçebileceği ifadelerden oluşmaktadır. Anketin ikinci bölümünde ise katılımcıların PDT boyutunu (10 ifade), uzaklık arzusu boyutunu (beş ifade) ve seyahat davranış niyetlerini (üç ifade) belirlemeye yönelik 5-Kesinlikle Katılıyorum ve 1-Kesinlikle Katılmıyorum aralığında toplam 18 likert tipi ifadeye yer verilmiştir. Ankette yer alan soruların ve likert tipi ifadelerin oluşturulmasında ilgili alanyazında farklı yazarlarca geliştirilmeye başlanan ve Cao vd., (2019) tarafından son hali test edilen ölçekten yararlanılmıştır. Bu çalışmada anketin içerik geçerliğinin sağlanması, çeviri ve dil bilim konularında uzman ve yetkin kişilere danışılmıştır.

Araştırma Alanı Seçim Süreci

Kapadokya destinasyonunun araştırma alanı olarak seçilmesinde; M.Ö. 3000 yılına dayanan tarihi geçmişi ve sahip olduğu kültürel değerleri, dünyaca ünlü peribacaları ve diğer doğal güzellikleri, şarapçılık-bağcılık, çömlekçilik, atçılık ve el sanatları, zengin gastronomik kültürü, yerel festivalleri ve sıcak hava balonu turları, destinasyonun UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne kabul edilmiş olması ve Nuri Bilge CEYLAN'ın destinasyonda çektiği Kış Uykusu filminin 67. Cannes Film Festivali'nde Altın Palmiye ödülünü kazanması birlikte ulusal ve uluslararası tanınırlığının ve bilinirliğinin artması etkili olmuştur (Ünal, 2018). İlgili destinasyonu 2018 yılı sonu itibarıyla toplam 2,949,542 yerli ve yabancı turist ziyaret etmiştir ve yabancı ziyaretçilerin yaklaşık %11'i Japon turistlerden oluşmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020). Ayrıca Kapadokya-Japonya arası uzaklığın karayolu olarak 8582 km. ve havayolu ile 12 saatlik bir uçuşu gerektirmesi araştırmanın konusu kapsamında destinasyonun seçimine etki etmiştir.

Araştırma Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Kapadokya destinasyonunu (Nevşehir ili ve ilçeleri) ziyaret eden yabancı turistlerin bütünü oluşturmaktadır. Araştırma örneklemini ise ilgili destinasyonu ziyaret eden ve araştırma sürecinde ulaşılabilen Japon turistler oluşturmaktadır. Ancak bu araştırmanın veri toplama süreci içerisinde (Haziran-Ağustos 2019) ilgili destinasyonu tam olarak kaç kişinin ziyaret ettiği ve bu ziyaretçilerin ne kadarının Japon turistlerden oluştuğu tespit edilememiştir. Bu sebeple araştırma örneklemini hesaplamak için hedef kitledeki birey sayısının bilinmediğinden hareketle; $n=t^2pq/d^2$ formülünden yararlanılmıştır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2007). Formül çerçevesinde ilgili değerleri yerine koyarsak araştırma örneklem sayısı; $n=(1,96)^2(0,5)(0,5)/(0,05)^2$; $n=0,9535/0,0025$; $n=384$ olarak belirlenmiştir. Hesaplanan örneklem büyüklüğüne ulaşmak için araştırma katılımcılarının belirlenmesi sürecinde olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kasti (kararsal-amaçlı) örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Bu örnekleme yönteminde örnekleme rastgele seçilmez ve araştırmacı araştırma problemine cevap bulacağına inandığı kişileri kendisi seçer (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2007; Altunışık, Çoşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2007). Veri toplama süreci içerisinde cevaplayıcıların yönettiği toplam 450 anket destinasyondaki Japon turistlere ulaştırılmıştır. Ancak geri dönüş sağlanan anketlerden 28 tanesi her soruya aynı cevabın kodlanması ve 14 anket ise cevap kodlamalarının %50'sinden fazlasının boş bırakılmasından dolayı değerlendirme dışında bırakılmıştır. Araştırmanın değerlendirme kısmına 408 anket dâhil edilmiştir ve anketlerin geri dönüş oranı %90 olarak gerçekleşmiştir.

Araştırmanın Analizleri

Araştırma sonucunda anketlerden elde edilen veriler bilgisayara kaydedilerek veri seti oluşturulmuştur. İlgili veri seti SPSS istatistikî veri programında analize tabi tutulmuştur. Araştırma anketinden elde edilen Japon turistlerin demografik değişkenlerine ilişkin veriler yüzde ve sıklık değerleriyle analiz edilmiştir. Sıklık analizinden sonra ölçekteki likert tipi ifadelerin güvenilirliği analiz edilmiştir. Değişkenlerin güvenilirlik analizinde Cronbach's Alpha katsayısından yararlanılmıştır. Güvenilirlik analizinden sonra ölçeğin yapı geçerliğini test etmek amacıyla açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Araştırmada ayrıca ilgili araştırma boyutları regresyon analizine dâhil edilmiştir.

Analiz ve Bulguların Yorumlanması

Katılımcılara İlişkin Bulgular

Araştırmanın örneklem özelliklerine ilişkin uygulanan sıklık analizi (Tablo 1) sonuçlarına göre katılımcıların %46,6'sı kadın ve %53,4'ü erkektir. Katılımcıların %19,6'sı 15-24 yaş aralığında, %47,5'i 25-60 yaş aralığında ve %32,9'u 61 yaş ve üzerindedirler. Katılımcıların %7,4'ü lise ve altı, %21,1'i önlisans, %47,5'i lisans ve %24'ü lisansüstü düzeyde eğitime sahiptirler. Katılımcıların %25,4'ü öğrenci, %43,1'i özel sektör çalışanı, %22,2'si kamu çalışanı ve %9,3'ü emeklilerden oluşmaktadır. Katılımcıların %32,4'ü 1500\$ ve altında, %41,6'sı 1501\$-3000\$ aralığında ve %26'sı 3001\$ ve üzerinde aylık gelire sahiptirler.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Turistlerin Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları

Demografik Özellikler		Sayı (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	190	46,6
	Erkek	218	53,4
Yaş	15-24 Yaş Aralığı	80	19,6
	25-60 Yaş Aralığı	194	47,5
	61 Yaş ve Üzeri	134	32,9
Eğitim Düzeyi	Lise ve Altı	30	7,4
	Önlisans	86	21,1
	Lisans	194	47,5
	Lisansüstü	98	24,0
Meslek	Öğrenci	104	25,4
	Özel Sektör Çalışanı	176	43,1
	Kamu Çalışanı	90	22,2
	Emekli	38	9,3
Aylık Gelir	1500 \$ ve Daha Az	132	32,4
	1501 \$-3000 \$ Arası	170	41,6
	3001 \$ ve Üzeri	106	26,0
Toplam		408	100

Güvenilirlik Analizi Bulguları

Bir araştırmada güvenilirlik analizi; herhangi bir konuda örnekleme oluşturan birimler üzerinden veri toplamak amacı ile oluşturulan ifadelerin kendi aralarında tutarlı olup olmadığını test etmek amacıyla yapılır. Bu araştırmada kullanılan ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı ,865 olarak bulunmuştur. Elde edilen katsayı oranları ölçeklerin güvenilir olduğuna işaret etmektedir.

Faktör Analizi Bulguları

Bu çalışmada açıklayıcı faktör analizinden yararlanılmıştır. Faktör analizi ile Kaiser-Meyer-Olkin (KMO-Örnekleme Yeterliliği İstatistiği) ve Bartlett's Test of Sphericity (Bartlett's Küresellik Testi) elde edilmektedir. Bartlett's küresellik testi faktör analizi yapabilmek için değişkenler arasında gerekli olan ilişki düzeyinin yeterli olup olmadığını göstermektedir ($p < 0,05$). Aynı şekilde KMO örnekleme yeterliliği de değişkenler arası korelasyonun faktör analizi için yeterli olup olmadığına karar vermede kullanılır. Açıklayıcı faktör analizi sonucunda; sig. (p)=0,000 anlamlılık düzeyinde KMO değeri ,862 olarak belirlenmiştir. Ayrıca Bartlett's Testi sonucu 2816,004 olarak tespit edilmiştir. Bu oranın düzeyi ve elde edilen KMO değeri örnekleme büyüklüğünün faktör analizi için yeterli ve uygun olduğunu göstermektedir. Çalışmada hem faktör yükleri açısından küçük hem de katsayısı küçük ifadeler (communalities) değerlendirme dışı bırakılarak faktör analizinin geçerliliğinin artırılması amaçlanmıştır. Yapılan bu iki işlem sonucunda ölçekte yer alan 18 ifadeden sadece birinin (mevcut yaşamımdan kaçmak istiyorum ve bu amacıma ulaşmak için uzak destinasyonlara seyahat etmek istiyorum) ölçekten çıkartılmasına karar verilmiştir. Faktör analizi sonucunda özdeğeri birden büyük 17 ifadeden oluşan beş boyut (PDT-UA ölçeği) belirlenmiştir. Bu boyutlar toplam varyansın %63,445'ini açıklamaktadır. Araştırmada elde edilen varyans oranı alinyasına göre kabul edilebilir bir düzeydedir (Altunışık vd., 2007). Araştırmada faktör analizine ilişkin olarak Cao vd., (2019) çalışması referans alınmıştır ve ilgili boyutlar; Tutum (TTM), Sübjektif Norm (SN), Algılanan Davranışsal Kontrol (ADK), Seyahat Davranış Niyeti (SDN) ve Uzaklık Arzusu (UA) olarak adlandırılmıştır. Ayrıca turistlerin araştırma ölçeği ifadelerini değerlendirmelerine yönelik sonuçlara göre (Tablo 2); SN boyutu ifadelerinden çoğu insan destinasyonu yakın zamanda ziyaret etmemi onaylıyor ($\bar{x}=3,96$); ADK boyutu ifadelerinden her ne olursa olsun destinasyonu

ziyaretim tamamen benim kontrolüm altındadır ($\bar{x}=3,94$); UA boyutu ifadelerinden uzak destinasyonlara seyahat fikri beni daha çok rahatlatıyor ($\bar{x}=3,95$) ve destinasyonlar yaşadığım yerden uzaklaştıkça daha fazla gitmek istiyorum ($\bar{x}=3,93$) ve SDN boyutu ifadelerinden yakın gelecekte destinasyonu ziyaret etmeyi planlıyorum ($\bar{x}=3,92$) ve yakın gelecekte destinasyonu ziyaret etmek için istekliyim ($\bar{x}=3,44$) ifadelerini değerlendirmeleri düşük düzeydedir. Turistlerin diğer araştırma ifadelerini değerlendirme düzeyleri ise yüksek ve birbirine yakın düzeyde ($\bar{x}=4,00-4,21$) gerçekleşmiştir.

Tablo 2. Araştırma Ölçeğine (PDT-UA) İlişkin Faktör Analizi Sonuçları (n=408)

İfadeler Özdeğerler	TTM 5,693	SN 1,357	ADK 1,126	SDN 1,248	UA 2,293	Ortalama (\bar{x})	Standart Sapma
Keyifli	,843					4,16	,82
Değerli	,801					4,05	,82
Eğlenceli	,785					4,16	,80
Tatmin Edici	,760					4,19	,81
Bana göre tanıdığım çoğu insan yakın zamanda destinasyonu ziyaret edeceğimi düşünüyor		,740				4,10	,79
Bana göre tanıdığım çoğu insan yakın zamanda destinasyonu ziyaret etmemi onaylıyor		,668				3,96	,84
Bana göre tanıdığım çoğu insan yakın zamanda destinasyonu ziyaret edecek		,577				4,10	,72
Her ne olursa olsun destinasyonu yakın zamanda ziyaretim tamamen benim kontrolüm altındadır.			,861			3,94	,77
Eğer ben istersem yakın zamanda destinasyonu ziyaret ederim			,842			4,08	,79
Yakın zamanda destinasyonu ziyaretim üzerinde tüm kontrol bendedir.			,814			4,05	,81
Yakın gelecekte destinasyonu ziyaret etmek için istekliyim				,610		3,44	,82
Yakın gelecekte destinasyonu ziyaret etme niyetim var				,594		4,21	,78
Yakın gelecekte destinasyonu ziyaret etmeyi planlıyorum				,492		3,92	,78
Uzak destinasyonlara seyahat fikri beni daha çok heyecanlandırıyor					,765	4,00	,83
Uzak destinasyonlara seyahat fikri beni daha çok rahatlatıyor					,732	3,95	,77
Uzak destinasyonlara seyahat fikri beni daha çok mutlu ediyor					,630	4,12	,69
Destinasyonlar yaşadığım yerden uzaklaştıkça daha çok gitmek istiyorum					,541	3,93	,78
Güvenilirlik Analizi-Alpha	,868	,535	,609	,736	,613		
Açıklanan Varyans (%)	31,628	7,540	6,255	5,280	12,742		
Toplam Açk. Varyans (%)			63,445				
KMO Yeterliği			,862				
Bartlett's Küresellik Değeri			2816,004				
Sig. p değeri			0,000				

Regresyon Analizi Bulguları

Regresyon analizi; bağımlı bir değişken ile bu değişken üzerinde etkisi olduğu varsayılan bağımsız değişken veya değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel bir model ile açıklanmasıdır (Ural ve Kılıç, 2005). Bu çalışmada öncelikle PDT boyutları bağımsız değişken ve uzaklık arzusu ile seyahat davranışı niyeti boyutları bağımlı değişken; sonrasında ise uzaklık arzusu bağımsız değişken ve seyahat davranış niyeti boyutu bağımlı değişken olarak regresyon analizine tabi tutulmuştur. Araştırma hipotezlerinin test edilmesi amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre (Tablo 3) uzaklık arzusunu açıklayan PDT boyutlarını belirlemeye yönelik regresyon modelinin bir bütün olarak

anlamli olduğu görülmektedir (F=56,218; p<0,05). Beta değerlerinin anlamlılık düzeyleri incelendiğinde ise tüm PDT boyutlarının uzaklık arzusunu etkilediği görülmektedir. Bu çerçevede tüm PDT boyutlarının yüksek ve pozitif düzeyde turistlerin uzaklık arzularını etkilediğini söylemek mümkündür. Ayrıca turistlerin destinasyon seyahat niyetini açıklayan PDT boyutlarını belirlemeye yönelik regresyon modelinin (Tablo 3) bir bütün olarak anlamlı olduğu görülmektedir (F=60,245; p<0,05). Beta değerlerinin anlamlılık düzeyleri incelendiğinde ise tüm PDT boyutlarının turistlerin destinasyon seyahat niyetlerini etkilediği görülmektedir. Bu çerçevede tüm PDT boyutlarının yüksek ve pozitif düzeyde turistlerin destinasyon seyahat niyetlerini etkilediğini söylemek mümkündür. Son olarak ise turistlerin uzaklık arzularının destinasyon seyahat niyetlerine etkisini açıklayan regresyon modelinin (Tablo 3) bir bütün olarak anlamlı olduğu görülmektedir (F=58,234; p<0,05). Beta değerinin anlamlılık düzeyi incelendiğinde uzaklık arzusu boyutunun turistlerin destinasyon seyahat niyetlerini etkilediği görülmektedir. Bu çerçevede turistlerin uzaklık arzusu boyutunun çok yüksek ve pozitif düzeyde turistlerin destinasyon seyahat niyetlerini etkilediğini söylemek mümkündür. Regresyon analizi sonuçlarına göre PDT boyutlarının turistlerin uzaklık arzusunu ve seyahat davranış niyetlerini pozitif şekilde etkilediği ve turistlerin uzaklık arzularının da seyahat davranış niyetlerini yüksek ve pozitif düzeyde etkilediği tespit edilmiştir. İlgili sonuçlar çerçevesinde tüm araştırma hipotezleri kabul edilmiştir.

Tablo 3. PDT-UA, PDT-DSN ve UA-DSN Boyutlarına İlişkin Regresyon Analizleri

	Boyutlar	Beta	t	p	r ²	F	VIF	Hipotezler
UA	TTM	,414	3,049	,000	,315	9,296	1,020	H 1 Kabul
	SN	,582	6,481	,000	,294	22,007	1,368	H 2 Kabul
	ADK	,484	9,742	,000	,390	24,915	1,772	H 3 Kabul
SDN	TTM	,448	10,919	,000	,328	19,223	2,008	H 4 Kabul
	SN	,459	8,823	,000	,462	17,846	1,987	H 5 Kabul
	ADK	,660	7,742	,000	,366	23,176	2,189	H 6 Kabul
SDN	UA	,780	7,631	,000	,746	58,234	2,568	H 7 Kabul

Sonuç ve Tartışma

Yapılan bu çalışmanın temel amacını Japon turistlerin destinasyon seçim karar süreçlerinde sergiledikleri davranış boyutlarının uzaklık arzularına ve seyahat davranış niyetlerine etkilerinin ve aynı zamanda uzaklık arzularının destinasyon seyahat davranış niyetlerine etkilerinin ölçülmesi oluşturmaktadır. İlgili konu ve amaç doğrultusunda alanyazın taranmış olup sadece Cao vd., (2019) çalışmasına ulaşılmıştır. Bu çalışmanın özellikle yerli alanyazında görülen teorik ve amprik uygulama sonuç eksikliğinin giderilmesi adına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. İlgili konu ve amaç kapsamında yapılan analizler neticesinde; katılımcıların çoğunluğunun erkek, 25-60 yaş aralığında, lisans ve lisansüstü düzeyde eğitime sahip, öğrenci ve özel sektör çalışanı ve 1501\$-3000\$ düzeyinde aylık gelire sahip turistlerden oluştuğu belirlenmiştir. Turistlerin özellikle çoğunluğunun orta yaş, yüksek eğitim ve gelir düzeylerine sahip olması Kapadokya destinasyonunda daha önce yürütülmüş çalışma sonuçları ile benzerlikler göstermektedir (Ahiler Kalkınma Ajansı, 2015; Ünal, 2018). Katılımcılara uygulanan PDT-UA ölçeğinin tutum, sübjektif norm, algılanan davranışsal kontrol, seyahat davranış niyeti ve uzaklık arzusu boyutlarından oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada uygulanan regresyon analizi sonucunda; tüm PDT boyutlarının yüksek ve pozitif düzeyde (Tutum, 414; Sübjektif Norm ,582; Algılanan Davranışsal Kontrol ,484) turistlerin uzaklık arzularını etkilediği (Cao vd., 2019); yine tüm PDT boyutlarının yüksek ve pozitif düzeyde (Tutum ,448; Sübjektif Norm ,459; Algılanan Davranışsal Kontrol ,660) turistlerin destinasyon seyahat niyetlerini etkilediği (Han vd., 2010; Martin vd., 2011; Bozkurt Kutluk ve Avcıkurt, 2019) ve turistlerin uzaklık arzusu boyutunun ise çok yüksek ve pozitif düzeyde

turistlerin destinasyon seyahat niyetlerini etkilediği (.780) sonucuna ulaşılmıştır (Cao vd., 2019). İlgili sonuçlar PDT boyutlarının turistlerin uzaklık arzularına ve seyahat davranış niyetlerine etkisini ortaya koyması ve ayrıca turistlerin uzaklık arzularının seyahat davranış niyetlerine pozitif ve yüksek düzeyde etkisi uzaklık çelişkisi kuramına yeni bir bakış açısı getirmesi açısından önemlidir.

Yapılan bu araştırmanın ilgili alanyazına, destinasyon yönetim örgütlerine ve sonraki çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ancak araştırma maddi kaynaklar ve zaman sınırlılığından dolayı örneklem büyüklüğü alanyazında kabul edilen sınırlar içerisinde olmakla birlikte daha geniş bir örneklem büyüklüğüne uygulanamamıştır. Gelecekteki çalışmalarda araştırmaya dâhil edilecek turistlerin milletlerinin çeşitliliğinin ve örneklem kapsamının artırılması araştırma sonuçlarının genellenmesi açısından olumlu katkı sağlayacaktır. Ayrıca ölçeğe yapılacak yeni eklemeler ve demografik değişkenlerde yapılacak değişiklikler ile farklı değişkenler açısından da ve turistlerin uzaklık arzularının ve seyahat niyetlerinin ölçülmesi mümkün hale gelecektir.

KAYNAKÇA

- Ahiler Kalkınma Ajansı. (2015). *Kapadokya'da Turizm Yatırımı Olanakları*. <http://investinnevsehir.com/assets/ilgiliidosyalar/dokuman%20merkezi/turizmyatirimolanaklari.pdf>, Erişim Tarihi: 07.01.2020.
- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. İçinde; J. Kuhi ve J. Beckmann (Editörler). *Action-Control: From Cognition to Behaviour* (ss. 11-39). Heidelberg: Springer.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50: 179- 211.
- Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı (Geliştirilmiş Beşinci Baskı)*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Ankomah, P. K. ve Cromptan, J. L. (1992). Tourism Cognitive Distance: A Set of Research Propositions. *Annals of Tourism Research*, 19 (2): 323- 342.
- Ankomah, P. K., Cromptan, J. L. ve Baker, A. D. (1995). A Study of Pleasure Travelers' Cognitive Distance Assessment. *Journal of Travel Research*, 34 (2): 12- 18.
- Armitage, J. C. (2001). Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A Meta-Analytic Review. *British Journal of Social Psychology*, 40: 471- 499.
- Baker, R. K. ve White, K.M. (2010). Predicting Adolescents' Use of Social Networking Sites from An Extended Theory of Planned Behavior Perspective. *Computers in Human Behavior*, 26: 1591- 1597.
- Boerwinkel, H. W. J. (1995). Management of Recreation and Tourist Behavior at Different Spatial Levels. İçinde; G. J. Ashwort ve A. G. J. Dietvorst (Editörler) *Tourism and Spatial Transformations-Implications for Policy and Planning* (ss.241-265). Wallingford: CAB International.
- Bozkurt Kutluk, A. ve Avcıkurt, C. (2019). Planlanmış Davranış Teorisi ile Yerli Y Kuşağı Turistlerin Destinasyon Tercih Etme Niyetlerinin Belirlenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21 (4): 1294- 1307.

- Cao, J., Zhang, J., Wang, C., Hu, H. ve Yu, P. (2019). How Far Is the Ideal Destination? Distance Desire, Ways to Explore the Antinomy of Distance Effects in Tourist Destination Choice. *Journal of Travel Research*, 1- 17.
- Cohen, J. ve Hanno, D. M. (1991). An Anlysis of Underlying Constructs Affecting the Choice of Accounting as a Major. *Issues in Accounting Education*, 8 (2): 219- 238.
- Erten, S. (2002). Planlanmış Davranış Teorisi ile Uygulamalı Ders İşleme Öğretim Metodu. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 19 (2): 217- 233.
- Forward, S. E. (2009). The Theory of Planned Behaviour: The Role of Descriptive Norms and Past Behaviour in the Prediction of Drivers' Intentions to Violate. *Transportation Research Part*, 12: 198- 207.
- Han, H., Hsu, L. ve Sheu, C. (2010). Application of the Theory of Planned Behavior to Green Hotel Choice: Testing the Effect of Environmental Friendly Activities. *Tourism Management*, 31: 325- 334.
- Kement, Ü. (2013). *Genişletilmiş Planlanmış Davranış Teorisi Modeli Kapsamında Otel Müşterilerinin Yeşil Yıldızlı Otelleri Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerinin İncelenmesi (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi)*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, İşletme Fakültesi.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2020). *Kapadokya Destinasyonu Turizm İstatistikleri*. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-212878/turizm-istatistikleri-talebi-e-devlet.html>, Erişim Tarihi: 07.01.2020.
- Lai, C., Yu, T. ve Kuo, J. (2010). How to Say Sorry: Increasing Revisit Intention Through Effective Service Recovery in Theme Parks. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 38: 509- 514.
- Larsen, R. J. ve Buss, D. M. (2013). *Personality Psychology: Domains of Knowledge About Human Nature (5. Baskı)*. New York: McGraw-Hill Education.
- Lin, C. H., ve Morais, B. D. (2008). The Spatial Clustering Effect of Destination Distribution on Cognitive Distance Estimates and Its Impact on Tourists' Destination Choices. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25 (3/4): 382- 397.
- Martin, D. S., Ramamonjarivelo, Z. ve Martin, S. W. (2011). MEDTOUR: A Scale for Measuring Medical Tourism Intentions. *Tourism Review*, 66 (1): 45- 56.
- Mathieson, K. (1991). Predicting User Intentions: Comparing the Technology Acceptance Model With the Theory of Planned Behavior. *Information Systems Research*, 2: 173- 191.
- McKercher, B. (2018). The Impact of Distance on Tourism: A Tourism Geography Law. *Tourism Geographies*, 3: 1- 5.
- Mercan, N. (2015). Ajzen'in Planlanmış Davranış Teorisi Bağlamında Whistleblowing (Bilgi İfşası). *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 7 (2): 1- 14.
- Meng, F. ve Xu, Y. (2012). Tourism Shopping Behavior: Planned, Impulsive or Experiential?. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 6 (3): 250- 265.
- Moan, I. S. ve Rise J. (2011). Predicting Intentions not to 'Drink and Drive' Using an Extended Version of The Theory of Planned Behavior. *Accident Analysis and Prevention*, 43: 1378- 1384.

- Quintal, V. A., Lee, J. A. ve Soutar, G. N. (2010). Risk, Uncertainty and the Theory of Planned Behavior: A Tourism Example. *Tourism Management*, 31 (6): 797- 805.
- Rah, J. H., Hasler, C. M., Painter, J. E. ve Novakofski, K. M. C. (2004). Applying the Theory of Planned Behavior to Women's Behavioral Attitudes on and Consumption of Soy Products. *Journal of Nutritional Education Behavior*, 36: 238- 244.
- Rızaoğlu, B. (2012). *Turist Davranışı (3. Baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Schubert, F., Kandampully, J., Solnet, D. ve Kralj, A. (2010). Exploring Consumer Perceptions of Green Restaurants in the US. *Tourism and Hospitality Research*, 10 (4): 286- 300.
- Sparks, B. A. ve Pan, G. W. (2009). Chinese Outbound Tourists: Understanding Their Attitudes, Constraints and Use of Information Sources. *Tourism Management*, 30 (4): 483- 394.
- Sırakaya, E. ve Woodside, G. A. (2005). Building and Testing Theories of Decision Making by Travellers. *Tourism Management*, 26: 815- 832.
- Şimşek, T. A. (2008). Turizm Pazarlamasında Turistik Tüketici Davranışları Açısından Tatil Satın Alma Sürecinin Özellikleri ve Alanya Üzerinde Bir Uygulama (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul: Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ünal, A. (2018). *Turistik Tüketicilerin Destinasyon Seçimi Öncesi Beklentileri ve Satın Alma Sonrası Değerlendirmeleri: Kapadokya Örneği*(*Basılmamış Doktora Tezi*). Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2007). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri (Genişletilmiş İkinci Baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ziadat Al, T. M. (2015). Applications of Planned Behavior Theory (TPB) in Jordanian Tourism. *International Journal of Marketing Studies*, 7 (3): 95- 106.

Tourists' Desires to Move Away and Antinomy of Distance in Destination Choice

Aydın ÜNAL

Kırklareli University, Pınarhisar Vocational School, Kırklareli/Turkey

Extensive Summary

Introduction

At the basis of tourism activities are efforts to move away from the places where people live constantly, to get away from the routine and to search for differences. At this point, however, the concepts of divergence and distance begin to contrast. Because the concept of distance includes cognitive and physical distance in itself. Tourists try to reduce the costs of money, time, physical strength etc. that the physical distance brings with itself in their destination choices and travel decisions. On the other hand, they try to get as far away as possible and go away (psychological distance) from their usual lives, places, routines, etc. (Cao et al., 2019).

Aim and Scope of the Research

This research aimed to determine the Planned Behavior Theory (PBT) dimensions, Distance Desires (DD), travel behavior intentions of Japanese tourists visiting the Cappadocia destination exhibited in their destination decision making processes and to determine the effects of the related dimensions on each other. This research is believed to make important contributions to eliminating the theoretical framework and application-based result deficiency in the related literature in terms of the subject and scale of it. Because the PBT-DD model, which was expanded by associating the DD dimension to the PBT model, was previously tested only in the study of Cao et al. (2019).

Data Collection Method of the Research

Questionnaire technique was used in the data collection process of the research. In this research, a questionnaire consisting of two parts was used. The first part of the questionnaire consisted of five questions to determine the demographic characteristics of the participants and statements that the participants could choose related to those questions. In the second part of the questionnaire, a total of 18 likert type statements were included in the range of 5-Strongly Agree and 1-Strongly Disagree to determine the PBT dimension (10 statements), the distance desire dimension (5 statements) and travel behavior intentions (3 statements).

Selection Process of the Research Area

The determinants of selecting the Cappadocia destination as the research area were its historical background and cultural values, world-famous fairy chimneys and other natural beauties, winemaking-viticulture, pottery, horse breeding and handicraft, rich gastronomic culture, local festivals and hot air balloon tours and the fact that the destination has been accepted to the UNESCO World Heritage List and that approximately 11% of the tourists who visited the destination were Japanese tourists as the end of 2018.

Research Universe and Sample

The universe of the research was the whole of foreign tourists visiting the Cappadocia destination (Nevşehir province and districts). The research sample consisted of Japanese tourists who visited the relevant destination and could be reached during the research period. However, in the data collection period of this research (June-August

2019), it could not be determined how many people visited the relevant destination and how many of these visitors were Japanese tourists. For this reason, considering the number of individuals in the target group was unknown to calculate the research sample; the formula $n = t^2pq / d^2$ was used. Within the formula, the number of samples was determined as 384. In order to reach the calculated sample size, intentional (decision-oriented) sampling method, which is not based on probability, was used in the process of selecting the research participants. During the data collection period, a total of 450 questionnaires were delivered to Japanese tourists in the destination. 408 questionnaires were included in the evaluation part of the research and the return rate of the questionnaires was 90%.

Research Analyzes

The data obtained from the questionnaires were analyzed by use of the SPSS statistical data program. The data on the demographic variables of Japanese tourists were analyzed with percentage and frequency values. After the frequency analysis, the reliability of likert-type statements in the scale was analyzed. Cronbach's Alpha model was used for the reliability analysis of the variables. After reliability analysis, explanatory factor analysis was performed to test the construct validity of the scale. In the research, related research dimensions were also included in the regression analysis.

Results of the Research and Suggestions

As a result of the analyzes made within the scope of the related subject and purpose; it was determined that the majority of the participants were male, 25-60 years old and had undergraduate and graduate level education. The majority of the participants were students and private sector workers and had monthly income between \$1501 -3000\$. The fact that the majority of tourists were middle-aged and had high education and income levels was similar to the results of previous studies conducted in Cappadocia destination. It was concluded that the PBT-DD scale applied to the participants was composed of attitude, subjective norm, perceived behavioral control, travel behavior intention and distance desire. As a result of the regression analysis applied in the research; it was determined that all PBT dimensions affected the distance desires of tourists at a high and positive level (Attitude, 414; Subjective Norm, 582; Perceived Behavior Control, 484); again that all PBT dimensions affected the destination travel intentions of tourists at a high and positive level (Attitude, 448; Subjective Norm, 459; Perceived Behavior Control, 660) and that the distance desires of tourists affected the destination travel intentions of themselves at a very high and positive level (,780). The relevant results are important in terms of demonstrating the effects of PBT dimensions on the distance desires and travel behavior intentions of the tourists and also of bringing a new perspective to the distance contradiction theory by the positive and high effect of the distance desires of the tourists on the travel behavior intentions. It is thought that this research will contribute to the related literature, destination management organizations and future studies. However, due to the limitation of financial resources and time, the research could not be applied to a larger sample size; still, the sample size was within the limits accepted in the literature. Increasing the diversity of the nations and sample size of the tourists to be included in the future researches will contribute positively to generalizing the research results. In addition, new additions to the scale and changes in demographic variables will make it possible to measure the distance desires and travel intentions of tourists in terms of different variables.