



ACC Publishing

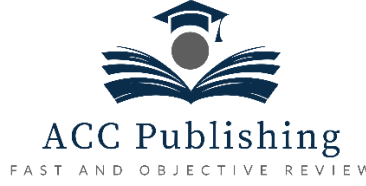
FAST AND OBJECTIVE REVIEW

V : 10 I : 1 Y : 2025

Vol : 10 Issue : 1 Year : 2025

TUJOM

Publisher / Yayıncı



İmtiyaz Sahibi / Concessionaire

Ali Çağlar ÇAKMAK

Editor in Chief / Yazı İşleri Müdürü

Prof. Dr. Ali Çağlar ÇAKMAK

About the Journal / Dergi Hakkında

Turkish Journal of Marketing Dergisi yılda 4 defa yayımlanan (Mart, Haziran, Eylül ve Aralık sayıları) uluslararası, online ve hakemli bir dergidir. TUJOM'un amacı; Pazarlama Bilimlerinin çeşitli alanlarındaki bilimsel araştırmaları yayınlamaktır. Dergi ile ilgili her türlü işlem ve başvuru <https://tujom.org> adresinden yapılabilir. Yazıların bilimsel sorumluluğu yazarlara aittir.

Turkish Journal of Marketing (TUJOM) is an international online journal that is published 3 times in a year in English and Turkish. The purpose of TUJOM is publishing the scientific research in various fields of Marketing. All kinds of transactions and the application about the journal can be made from <https://tujom.org>. The scientific responsibility of articles belongs to the authors.

Aims & Scope / Amaçlar ve Kapsam

Turkish Journal of Marketing (TUJOM), Türkiye'de Pazarlama alanında yayım yapan spesifik bir alan dergisidir. TUJOM'un amacı ilk olarak Türkiye'de ulusal bir dergi statüsü kazanmak ve bununla birlikte uluslararası düzeyde tanınır ve uluslararası indekslerde taranır bir dergi olmaktır. Böylelikle Pazarlama alanında çalışan akademisyenlerin çalışmalarını yayımlama konusundaki sorunlarına bir alternatif sunmaktır. Bu amaçla, SSCI kapsamında taranan bir dergi olabilmenin gereklilikleri titizlikle takip edilmektedir.

Turkish Journal of Marketing (TUJOM) is a specific field journal which engaged in publishing in the field of Marketing. The aim of the TUJOM is earn the national journal status in Turkey and be known in an international level and browsing in international indexes. So that, it can be an alternative solution to the problem of academics about publishing their papers. By this purpose, the procedure of being a SSCI member is monitored closely.

Indexing & Abstracting / İndeksleme



Editorial Team / Editör Kurulu

Editor in Chief / Baş Editör

Prof. Dr. Ali Çağlar ÇAKMAK, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, Kahramanmaraş, TÜRKİYE
tujomeditor@gmail.com

Linguistic Editors / Dilbilim Editörleri

Dr. Öğretim Üyesi İsmail ERKAN, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İİBF, Uluslararası Ticaret Ve İşletmecilik Bölümü, İzmir, TÜRKİYE
ismail.erkani@ikcu.edu.tr

Dr. Öğretim Üyesi Abdülkadir ÖZDEN, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Hendek Meslek Yüksekokulu, İnşaat Bölümü, Sakarya, TÜRKİYE
aozden@subu.edu.tr

Secretariat / Dergi Sekreteryası

Yusuf Ziya ÇAKMAK, Kahramanmaraş, TÜRKİYE
tujomsecretary@gmail.com

Editorial Board / Yayın Kurulu

- Prof. Dr. Mahir NAKİP**, Çankaya University, TURKEY mnakip@cankaya.edu.tr
- Prof. Dr. Remzi ALTUNIŞIK**, Sakarya University, TURKEY altunr@sakarya.edu.tr
- Prof. Dr. Mustafa GÜLMEZ**, Akdeniz University, Faculty of Applied Sciences, TURKEY mgulmez@akdeniz.edu.tr
- Prof. Dr. Kenan GÜLLÜ**, Erciyes University, TURKEY kgullu@erciyes.edu.tr
- Prof. Dr. Eyyup YARAŞ**, Akdeniz University, TURKEY eyaras@akdeniz.edu.tr
- Prof. Dr. Ali Çağlar ÇAKMAK**, Kahramanmaraş Sutcu Imam University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, TURKEY accakmak1974@gmail.com
- Assoc. Prof. Dr. Erhan AYDIN**, IPAG Business School, Paris, FRANCE e.aydin@ipag.fr
- Assoc. Prof. Dr. Ramazan NACAR**, Bursa Technical University, Bursa, TURKEY ramazan.nacar@btu.edu.tr
- Assoc. Prof. Matevz RASKOVIC**, Victoria University of Wellington, School of Marketing and International Business, Wellington, NEW ZEALAND matt.raskovic@vuw.ac.nz
- Assist. Prof. Ramazan KURTOĞLU**, Bozok University, TURKEY r.kurtoglu@bozok.edu.tr
- Assist. Prof. Dr. Mustafa ŞEHİRLİ**, University of Health Sciences, TURKEY mustafa.sehirli@sbu.edu.tr
- Dr. Mushfiqur RAHMAN**, University of Wales Trinity Saint David (UWTSD) London, UNITED KINGDOM m.rahman@uwtsd.ac.uk
- Dr. Alain Michael MOMO**, Cape Peninsula University of Technology Faculty of Business, Marketing Department, SOUTH AFRICA momomike161@gmail.com

Research Articles / Araştırma Makaleleri

Kırsal destinasyon bölgelerinde yerel halkın turizm farkındalığı: Divriğı örneğı

Tourism awareness of local people in rural destination regions: The example of Divriğı

Figen Arslan Koçkaya 1-26

Comparison of the World's longest swimming marathons in terms of economic benefits and destination potential: The case of Yumurtalık-İskenderun, Turkey

Dünyanın en uzun yüzme maratonlarının ekonomik fayda ve destinasyon potansiyeli açısından karşılaştırılması: Türkiye Yumurtalık-İskenderun örneğı

Durmuş Baysal, Enes Eminoğlu, Nazif alış, Ahmet Selami Vanlı, Yahya Kılıç 27-36

Kırsal destinasyon bölgelerinde yerel halkın turizm farkındalığı: Divriği örneği

Tourism awareness of local people in rural destination regions: The example of Divriği

Figen Arslan Koçkaya¹ 

Öz

Türkiye’de turizm endüstrisinin sosyal, kültürel, politik ve ekonomik faktörler üzerinde birçok etkisi bulunmaktadır. Bu etkiler, özellikle kırsal destinasyon bölgelerinde yaşayan yerel halkın turizm farkındalığı ve turizm bilincine göre şekillenmektedir. Destinasyon bölgelerinde bulunan yerel halkın turizm sektöründen ekonomik kazanç elde etmesi, yaşadığı destinasyon alanının önemini kavraması ve koruma bilincini geliştirmesi halkın turizm farkındalığına sahip olması ile yakından ilgilidir. Bu çalışmada, Sivas’ın Divriği ilçesinde yaşayan yerel halkın turizm farkındalığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada yöntem olarak nitel araştırma yöntemlerinden görüşme yaklaşımı kullanılmıştır. Çalışma, Sivas ili Divriği ilçesinde ikamet eden kişilerle yürütülmüştür. Yerel halkın “turizm” in tanımına ve turizm algısına yönelik ifadeleri incelendiğinde katılımcıların “turizm” kelimesinin tanımına ve “turizm algısına” dair düşüncelerini kapsayan bulgulara rastlanmıştır. Yerel halkın Divriği özelinde sahip olduğu turizm algısı ve turizm bilincine yönelik bulgular farklı kategorilerde sınıflandırılmıştır. Bu kategoriler sayesinde yerel halk için Divriği’deki turizmin önemi, Divriği’deki turistik konaklama imkanlarına yönelik görüşleri ve yerel halkın turizm aracılığı ile gelir elde edebileceği ürünlere yönelik görüş ve önerileri olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda katılımcıların Divriği’ye ait yöresel ürünlere, önemli tarihi değerlere ve Divriği’nin Sivas’ın diğer ilçelerinden farklı özellikleri olduğuna dair görüşlerini içeren bulgulara da rastlanmıştır. Bu kategoriler kullanılarak yerel halk için turizmin önemi ve turistik konaklama tesislerinin sorunlarına ilişkin görüş ve tavsiyelere, ayrıca yerel halka ekonomik değer yaratacak turistik ürün ve hizmetlere yönelik fikir ve önerilere de yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Kırsal Turizm, Turizm Farkındalığı, Turizm Pazarlaması

Jel Kodları: L83, R11, Z3, Z33

Abstract

The tourism industry in Turkey has many social, cultural, political, and economic effects. These effects are shaped by the local people’s tourism awareness and consciousness, especially in rural destination regions. The financial gain of the local people in the destination regions from the tourism sector, their understanding of the importance of the destination area they live in and the development of conservation awareness are closely related to the people having tourism awareness. This study aimed to determine the tourism awareness of the local people living in the Divriği district of Sivas. The interview approach, one of the qualitative research methods, was used. The study was conducted with people residing in the Divriği district of Sivas province. When the local people’s statements regarding the definition of "tourism" and their perception of tourism were examined, findings covering the participants’ thoughts on the meaning of the words "tourism" and "perception of tourism" were encountered. The findings regarding the tourism perception and awareness of the local people in Divriği were classified into different categories. With these categories, it was determined that the importance of tourism in Divriği for the local people, the views on tourist accommodation opportunities in Divriği, and the views and suggestions of the local people on products that can generate income through tourism were found. At the same time, findings included the participants’ views on the local products of Divriği, important historical values, and the different characteristics of Divriği from other districts of Sivas. These categories included opinions and suggestions on the importance of tourism for the local people and the problems of tourist accommodation facilities, as well as ideas and suggestions on tourist products and services that will create economic value for the local people.

Keywords: Tourism, Rural Tourism, Tourism Awareness, Tourism Marketing

Jel Codes: L83, R11, Z3, Z33

¹ Dr. Öğretim Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas, Türkiye,
figenarslankockaya@cumhuriyet.edu.tr

ORCID: 0000-0002-7207-3247

Başvuru/Submitted: 1/01/2025

Revizyon/ Revised: 5/02/2025

Kabul/Accepted: 15/02/2025

Yayın/Online Published: 25/03/2025

Atıf/Citation: Arslan Koçkaya, F., Kırsal destinasyon bölgelerinde yerel halkın turizm farkındalığı: Divriği örneği, *tujom* (2025) 10 (1): 1-26 doi: <https://doi.org/10.30685/tujom.v10i1.208>

Extended Abstract

Tourism awareness of local people in rural destination regions: The example of Divriği

Literature

Research subject

There is a significant coordination and communication gap within the decision-making institutions' organisations in local communities. This communication and coordination gap not only increases the information gap between local people and decision-making institutions but also accelerates the isolation of local people from the tourism development process (Butler and Hinch, 2007). In addition, scientific studies confirm that recreational opportunities and the revitalisation of tourist facilities in local destination areas contribute positively to the balance of payments and are seen as a way to eliminate development inequalities between regions (Mathieson and Wall, 1982).

Research purpose and importance

This research aims to determine the tourism awareness levels of the local people in the Divriği district of Sivas and to reveal the benefits it will provide to regional development. In addition, by including local people in the education, research, and strategy development processes related to tourism, they are given the opportunity to be informed about the benefits and positive outcomes of tourism activities. In this way, local people are believed to be better equipped to determine regional tourism strategies.

Contribution of the article to the literature

This research also aims to reveal that the increasing dependence and support for rural tourism in Divriği district is based on several perceived benefits and that developing rural tourism can be a potential solution to many problems faced by rural areas of Divriği, including economic growth, socio-cultural development, protection of the natural and historical environment, and development of infrastructure.

Design and method

Research type

In this research, which aims to investigate the impact of tourism awareness on local tourism activities, the interview form approach, a qualitative research method, was employed. This type of research is a data collection method based on one-to-one interviews (Yıldırım and Şimşek, (1999). In simple random sampling, each element that forms the universe has an equal chance of entering the sample. Therefore, the weight ratio given to each component of the calculations is the same (Arıkan, 2005). For this reason, it is seen that the research is suitable for the sampling method. This study was conducted among individuals residing in the Divriği district of Sivas Province. The research universe comprises district residents, business owners, local administrators and non-governmental organisation managers residing in Divriği. A simple random sampling method was employed in the research, and face-to-face interviews were conducted with 25 individuals deemed suitable for the sample using a semi-structured interview form.

Research problems

Data collection method

The study's dataset consists of participant statements collected through face-to-face interviews conducted using semi-structured interview forms. The semi-structured interview technique allows participants to express their thoughts, feelings and experiences on a specific topic in depth (Patton, 2002). This method allows the researcher to proceed within a particular framework. It enables the creation of a rich and in-depth dataset based on the spontaneous statements of participants (Creswell, 2013). The raw data obtained from the interviews conducted within the scope of the study were carefully deciphered without being separated from their context and turned into the final dataset. During the deciphering process, efforts were made to preserve the integrity of the meaning in the participant statements and to reflect the nature of the data obtained.

Quantitative/qualitative analysis

In this research, which aims to investigate the impact of tourism awareness on local tourism activities, the interview form approach, a qualitative research method, was employed. This type of research is a data collection method based on one-to-one interviews (Yıldırım and Şimşek, (1999). The deciphered data set was transferred to MaxQDA Analytics PRO 2024 software, a tool frequently used in qualitative data analysis processes, and the analysis was carried out systematically through this software. Qualitative analysis software comprehensively supports researchers in coding, organising and visualising data in the research process (Kuckartz and Rädiker, 2019). It is especially suitable for managing and analysing large-scale datasets and stands out as a tool that enhances the reliability and validity of the research.

Research model

Research hypotheses

Findings and discussion

A total of 4 themes were identified during the research analysis process. These themes are "Local People's Perception and Definitions of Tourism", "Local People's Tourism Awareness Specific to Divriği", "Local People's Perceptions towards Tourism Promotion of Divriği", and "Suggestions for Tourism Development in Divriği". Of these themes, there are a total of six categories under the theme of "Local People's Tourism Awareness Specific to Divriği." These categories are "Importance of Tourism for Divriği", "Important Tourism Values of Divriği", "Local Products of Divriği", "Different Characteristics of Divriği from Other Districts", "Accommodation Adequacy of Divriği" and "Products that Can Generate Income for Local People". There are two

categories under the theme of "Local People's Perceptions towards Tourism Promotion in Divriği." These categories are "Recommendations for Tourism Promotion" and "Local People's Perceptions of Competence for Tourism Promotion".

Findings as a result of the analysis

In the research analysis process, findings were obtained regarding the awareness levels of the local people towards tourism, their views on tourism, their knowledge of regional tourism elements, and their suggestions for the development of tourism in the region. When the findings regarding the perceptions of tourism and the definitions of local people were examined, various views of the participants were obtained. Findings were determined regarding what tourism means to the participants and their perceptions of tourism.

Hypothesis test results

Discussing the findings with the literature

Conclusion, recommendation and limitations

Results of the article

When the participants' statements regarding the adequacy of tourism promotion activities in Divriği were examined, it was seen that they found these activities insufficient. At the same time, the participants stated that the tourists who came came by already researching and knowing the region. When the participants' statements regarding the national and international promotion of Divriği were examined, it was seen that they made suggestions for promotion channels such as social media, advertisements, posters and brochures, traditional media and conferences. In addition, the participants also had views on receiving support for the promotion of Divriği from state institutions, businesspeople from Divriği or their fellow citizens outside the district. The participants' suggestions regarding tourism development in Divriği were classified, and various findings were obtained. When the statements were examined, the participants expressed their views on the development of accommodation and food and beverage services for tourists. Suggestions regarding the transportation problems and infrastructure of Divriği were encountered in the statements. There were also views on the awareness of the local people and tradespeople about tourism and the need to use the tourism opportunities they have. Participants also suggested developing tourist guide services, cooperating with tourism agencies, establishing an association for tourism, and establishing tourism offices. Suggestions such as increasing advertising activities and promotions for tourism development are also among the findings.

Suggestions based on results

Today, it is possible for destinations to make their tourism activities more efficient with sustainable tourism. However, the concept of sustainability also includes the concepts of education and awareness. The awareness of the people of the district of the tourism values they have and the preservation and passing of these values on to future generations will only be possible with widespread tourism education.

Within the scope of tourism marketing, it is seen that some destination regions have developed "tourism brand", "brand city", and "tourism village" strategies. Thus, they are trying to exist in the international tourism market. Branding their products or services is an important marketing strategy for companies in national and international commercial markets. In this respect, Divriği can also be included in becoming a "brand city" with the activities to be carried out jointly by public institutions and private enterprises. For the branding activities to reach a conclusion and be established on solid ground, the authorities must supervise the process, and the negativities must be discussed and concluded.

Divriği's destination neighbours are Kemaliye and Arapkir regions. Divriği is the main centre, and Kemaliye-Divriği-Arapkir destinations should be evaluated in terms of tourism and create a destination corridor. Extending the tourism route within the destination and increasing travel destinations can be an advantage for tourism consumers.

The region's architectural culture should be considered when constructing or restoring accommodation facilities in the area. It should not be forgotten that for tourism consumers, the extraordinary rather than the routine attracts more attention.

Geographically, Divriği is located far from both Sivas, to which it is affiliated, and its close neighbours Erzincan and Malatya. Transportation is of vital importance in the tourism sector. Activities to be carried out to ensure that transportation is carried out in healthy conditions will directly affect the development of the district's tourism.

Çaltı water is an essential value of Divriği. The flow rate of Çaltı water increases according to the season, making it suitable for sports activities of adrenaline enthusiasts. Various sports activities, especially rafting, can be carried out by establishing appropriate infrastructure facilities.

Divriği honey and Divriği dry clotted cream should be registered within the scope of geographical indication. The sale of these food products with geographical indication can contribute to the local economy.

Limitations of the article

There are also limitations to the research. The fact that the sample only included the local people of Divriği, difficulties in obtaining interview permission, hesitations in expressing opinions and time constraints are among the most critical limitations of the research.

Giriş

Son birkaç yıldır kırsal turizm, kırsal alanların ekonomik faydalarını artırmaya yönelik bir ilaç olarak düşünülmektedir. Kırsal turizmi geliştirmenin ana odak noktalarından biri yerel toplulukların turizm faaliyetlerine katılımlarını teşvik etmektir. Turizmin gelişiminde toplum katılımının rolü, özellikle Murphy'nin 1985 yılında "toplum katılımı" kavramını ilk kez ortaya koymasından bu yana araştırmacılar ve planlamacılar tarafından geniş çapta incelenmiştir (Lekota, 2014). Bu incelemelerle, turizmin gelişmesinde toplum katılımının etkinliğinin, toplumun turizm konusuna ilişkin algılanan farkındalığı da dahil olmak üzere bir dizi faaliyete bağlı olduğu ortaya çıkmaktadır (Michael, 2009). Turizmin büyüme aşamasında olduğu bazı bölgelerde yürütülen araştırmalarda yerel toplulukların turizm konusunda bilinçli oldukları görülmüştür. De Katd'a (1979) göre, turizm ve toplum bağlamında ev sahibi ve misafir karşılaşmaları üç noktada gerçekleşir. Bunlar:

1. Turistlerin ev sahibinden mal ve hizmet satın aldığı yerler ve durumlar,
2. Turistlerin ve ev sahiplerinin aynı anda kullandıkları veya işgal ettikleri yerler ve durumlar,
3. Bir araya gelip bilgi, görüş ve fikirlerini paylaştıkları durumlardır.

Ratz'ın (2002) belirttiği gibi son bağlam ilk ikisinden daha az yaygındır ve turizm literatüründe ev sahibi ve misafir ilişkileri genellikle ev sahibi bölgenin ihtiyaçlarından, algılarından ve değerlerinden ziyade turistlerin ve turizm endüstrisinin ihtiyaçlarının belirlediği eşitsiz durumlar olarak gerçekleşir. Turizm ev sahibi topluluklara sosyal ve kültürel açıdan fayda sağlasa da güç ilişkileri, genellikle turizm-toplum bağlamında konukların ve endüstrinin lehinedir (Britton, 1991). Dolayısıyla, topluluk perspektifinden bakıldığında turizmin gelişimi değer yapılarında, geleneklerde ve davranış kalıplarında kabul edilemez değişimlere yol açabilmektedir (Milne ve Ateljevic, 2001).

Genel olarak toplum temelli turizm, yerel topluluk üyelerinin, turizmin gelişmesinde kullanılan turizm faaliyetleri, uygulamaları, sosyal-kültürel ve doğal kaynaklar üzerinde mülkiyet sahibi olmasını veya en azından bunlar üzerinde yüksek derecede kontrol sahibi olmasını amaçlamaktadır (Scheyvens, 2002).

Telfer ve Sharpley (2007)'e göre "toplum temelli" turizmin iki temel amacı vardır. Birincisi, yerel kültürler, kimliklere, geleneklere ve mirasa saygı duymaktır. Bu doğrultuda turizmin üretim ve arz yönüne vurgu yapılırken dolaylı olarak da pazar bölümlendirmesi ve turizm işletmecisi tarafından belirlenen tüketim ve talep konularına da atıfta bulunur. İkincisi, turizm faaliyetleri sosyal olarak sürdürülebilir olmalıdır. Turizm faaliyetlerine katılım, sosyal ve ekonomik faydalarının yanı sıra kalkınmanın yerel kontrolünü de ele alma anlamına gelmektedir (Telfer ve Sharpley, 2007). Yerel kontrolü ele almak ise, yerel halkın turizmle ilgili planlama faaliyetlerine katılım oranına, işbirlikçi bir yerel yönetimi tercih etmelerine, turizm iletişimini güçlendirme isteklerine, arazi ve diğer turizm kaynaklarını kiralama sistemine ortak olmaya ya da mülkiyetini satın almaya veya bunların tamamından oluşan kombinasyona dahil olmaya yol açmaktadır (Jamal ve Stronza, 2009). Karar alma ve mülkiyet üzerinde oluşan bu kontrol sistemi yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımına dayanmaktadır. Bu doğrultuda planlanan bir turizm faaliyetinden istenilen sonuç, yerel halkın doğrudan faydalanacağı, gelir ve istihdam ile iyileştirilmiş bir kamu altyapısı, artırılmış sosyal ve teknik hizmetler, çevresel ve kentsel gelişmişlik düzeyi gibi turizmin ekonomik faydalarından önemli derecede pay almasının sağlanmasıdır (Stronza, 2007). Ancak "yerel kontrol" de amaç sadece maddi kazanımlar, kaynak kullanımı veya doğrudan elde edilen faydalar değil, aynı zamanda yerel halkın turizm faaliyetlerinde nasıl kullanıldığı, turizm açısından toplumun nasıl bilinçlendirildiği ve yerel halkın "turistik çekicilik" olgusuna ne derece katkı sağladığının ortaya konulmasıdır (Dann, 1996).

Turizm faaliyetlerinde kullanılan farkındalık programlarında, yapılması planlanan turizm tipinin özellikleri, sağladığı faydalar, kalkınma perspektifleri, yeni projeler, iş ve istihdam fırsatları gibi konular üzerinde durulmaktadır (Dowell, 2009). Herhangi bir yerel topluluk için farkındalık geliştirme programında dört temel soru üzerinde durur:

1. Yerel turizm faaliyetlerinde kullanılabilir olumlu turizm destinasyonları nelerdir?
2. Turizm faaliyetleri planlamasında hangi konularda yerel halka danışılmalıdır?

3. Turizm faaliyetleri kapsamında hangi tür yardımlar yapılmalı ve bu yardımlar kimlere sunulmalıdır?

4. Bölgeyi ziyaret eden turistlerin profilleri nasıldır?

Toplum temelli turizm, genellikle yoksul kırsal toplulukların geleneksel yollardan elde ettikleri gelirlerini yükselten ve yoksulluğu azaltan bir yol olarak düşünülmektedir. Ancak yerel halkın toplum temelli turizmden yararlanabilmesi için turizm konusunda yeterince bilinçli ve bilgili olması da gerekmektedir.

Yerel toplumlarda, karar verici kurumların kendi organizasyonları içinde koordinasyon ve iletişim boşluğu bulunmaktadır. Bu iletişim ve koordinasyon boşluğu, sadece yerel halk ile karar verici kurumlar arasındaki bilgi kopukluğunu derinleştirmekle kalmayıp, aynı zamanda yerel halkın turizmi geliştirme sürecinden izole edilmesini de hızlandırmaktadır (Butler ve Hinch, 2007). Ayrıca, yapılan bilimsel çalışmalar, yerel destinasyonlardaki rekreasyon fırsatlarını kullanarak turistik tesislerin canlandırılmasının ödemeler dengesine olumlu katkılar sağladığını göstermektedir. Bu durum, bölgeler arasındaki kalkınma eşitsizliklerini gidermenin bir yolu olarak da düşünülmüştür (Mahtieson ve Wall, 1982).

Literatür taraması

Timothy 2000 yılında yaptığı "Gelişmekte Olan Bir Ülke Destinasyonunda Turizme İlişkin Topluluk Farkındalığı Oluşturma" isimli çalışmasında destinasyon topluluğu için farkındalık eğitiminin önemini ele almıştır. Çalışmada mesleki, girişimcilik ve genel topluluk farkındalığı eğitiminin, gelişmekte olan turizm destinasyonunda nasıl sonuç verdiğini araştırmıştır. Çalışma, yerel halkı eğitmek adına mesleki eğitime ek olarak, girişimcilik eğitiminin de yaygın halde kullanıldığını göstermiştir. Ayrıca, girişimci çabaları ve kamu farkındalığı arttıkça, yerel halkın turizmin gelişimine katkı sağlamada daha faydalı olacağını ileri sürmüştür (Timothy, 2000).

Saarinen ve Niskala (2009) yaptığı "Yerel turizm farkındalığı: Namibya'daki Katutura ve King Nehale Koruma Alanı'ndaki topluluk görüşleri" isimli çalışmasında Namibya'daki Windhoek'teki Katutura ve King Nehale Koruma alanında yaşayan yerel toplulukların turizmle ilgili görüşlerini ve yerel turizm farkındalığını ele almıştır. Güney Afrika'da çevresel ve marjinal kırsal ve kentsel topluluklarda turizm bilinçlendirme faaliyetlerinin, turizmin gelişiminin bir sonucu olmasından ziyade, turizmin bir aracı olabileceği sonucuna varmıştır (Saarinen, 2010).

Trajkov ve Kostoski (2011) yaptıkları "Yerel Sakinlerin Ohrid'in Kültürel Turizm Potansiyeli Hakkındaki Farkındalığı" isimli çalışmalarında yerel halkın Ohri'nin kültürel mirasının farkında olup olmadıklarını ve Ohri'nin kültürel potansiyelini "turistik bir marka" olarak tanıyıp tanımadıklarını incelemişlerdir (Trajkov ve Kostoski, 2011)

Sihombing, Gunawijaya ve Akbar'ın (2017) "Yerel Turizm Farkındalığı ve Bilgisi: Wanayasa'daki Topluluk Görüşleri" başlıklı çalışmalarında yerel toplulukların turizmdeki rolüne ilişkin algılanan farkındalığın sürdürülebilir turizm ilkelerini etkilediğini tespit etmişlerdir (Sihombing, 2017).

Sihombing ve arkadaşları (2019) "Toplum Turizmi Farkındalığının Endonezya'nın Kuzey Tapanuli Bölgesindeki Turizm Gelişimi ve Bölgesel Gelişime Karşı Etkisi" üzerine bir çalışma yapmışlar ve bu çalışma ile yerel toplumun turizm farkındalığının Kuzey Tapanuli Regency'deki turizm gelişimi üzerinde olumlu ve önemli bir etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca hükümetin, Lake Toba Turizm Alanının Gelişimi için uygulanan turizm projelerini desteklemek adına, toplumun turizm farkındalığını artıracak programlar yürütmesi gerektiği sonucuna varmışlardır (Sihombing vd., 2019).

Bal ve Dilek (2024) "Yerel Halkın Kültürel Mirasa Yönelik Farkındalık Düzeyi: Diyarbakır İli Örneği" isimli bir araştırma yapmışlar ve bu araştırma sonucunda Diyarbakır da yaşayan yerel halkın kültürel miras öğelerine ilişkin farkındalık düzeylerinin düşük olduğunu ayrıca, farklı demografik özelliklere sahip topluluklar arasında da ayırım bulunduğunu ortaya koymuşlardır (Bal ve Dilek, 2021).

Ghaderi ve arkadaşları (2022) "Turizm yoluyla toplumsal çevre bilincinin artırılması, korumaya katılım ve geçim kaynaklarının iyileştirilmesi" konulu bir araştırma yapmışlardır. Bu araştırma ile yerel topluluk üyelerinin, yerel yetkililerin ve sivil toplum kuruluşlarının derinlemesine analizi sağlanmıştır. Yapılan analiz ile toplumun sosyo-kültürel yapısındaki değişimin, onların turizm değerlerini koruma

bilincini önemli ölçüde yükselttiği ve doğal ve kültürel mirasın korunmasına aktif katılımlarını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Ghaderi vd., 2022).

Husin ve Sari (2023) "Burai Turizm Köyü Topluluğunun Ekonomik Kalkınmasında Turizm Farkındalığı Grubunun Rolü" çalışmalarında Burai Köyü'ndeki turizm farkındalık grubunun, turizm gelişiminde hükümetin bir ortağı haline geldiğini, turizm farkındalık grubunun toplum için iş fırsatları ve istihdam fırsatları sağlayabildiğini göstermişlerdir (Husin ve Sari, 2023).

Dilek ve Koyun 2024 yılında gerçekleştirdikleri "Yerel Halkın Kültürel Miras Unsurlarının Turizme Kazandırılmasına İlişkin Bakış Açısı: Savur-Dereiçi Örneği" isimli çalışmalarında koruma altındaki Mardin ili Savur ilçesi Dereiçi Köyünde yaşayan yerel halkın turizm sektörüne yönelik düşüncelerini ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel faktörlere göre değerlendirilmişlerdir. Analiz sonucunda gerek incelenen boyutlar açısından gerekse demografik değişkenler açısından istatistiki yönden anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Ayrıca her üç faktörün ortalamaları üzerinden yapılan incelemelerde ise yerel halkın turizmin gelişmesine yönelik olumlu düşüncelere sahip olduğu görülmüştür (Dilek ve Koyun, 2024).

Çınar ve arkadaşları 2024 yılında "Kültür Turizminin Gelişiminde Kültürel Etkinliklerin Önemi: Yerel Halkın Kültürel Etkinlik Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma" isimli çalışmalarında Konya'da düzenlenen turizm etkinliklerin sosyal bağı güçlendirme konusunda olumlu katkıları olduğunu tespit etmişlerdir. Buna karşın etkinliklerin, aşırı kalabalık ve etkinlik sonunda trafik sorunu şeklinde olumsuz sonuçlar doğurduğu da görülmüştür. Ayrıca, çalışma ile yerel halkın ve turistlerin kültürel etkinliklere katılımını artırma, farkındalığı geliştirme ve sürdürülebilir turizmi destekleme konusunda önerilerde buldukları da belirtilmiştir (Çınar, Bal ve Kavacık, 2024).

Araştırmanın amacı

Bu araştırmanın amacı, Sivas'ın Divriği ilçesinde bulunan yerel halkın turizm farkındalık düzeylerinin belirlenerek bölgesel kalkınmaya sağlayacağı faydaların ortaya konulmasıdır. Ayrıca, turizmle ilgili eğitim, araştırma ve strateji geliştirme süreçlerine yerel halkın da dahil edilerek, onların da turizm faaliyetlerinin yararları ve olumlu sonuçları hakkında bilgilenmelerine fırsat tanınmasıdır. Bu sayede yerel halkın bölgesel turizm stratejilerinin belirlenmesi aşamasına hazırlıklı olacakları düşünülmektedir. Bununla birlikte, sosyal bir olgu olan turizmi, daha geniş bir bağlamda ve eleştirel bir bakış açısıyla ele alan yerel turizm farkındalığı ile Divriği halkına, turizm konusunda, kendi kaderlerini tayin etme becerisinin de kazandırılması hedeflenmektedir. Yerel halkın turizm farkındalık düzeyi başarılı yerli turizm faaliyetlerinin bir unsuru olarak kabul edilmektedir. Ne yazık ki, çoğu yerel turizm programı yerli halkın inançlarına, kültürlerine ve yaşayış biçimlerine dair çok az bilgi içermektedir. Araştırmanın amaçlarından biri de Divriği halkının turizm farkındalığı kapsamında gündelik hayatın rutinlerinden olan geleneksel el sanatları, kültürel seremoniler ve yöresel yemek kültürünün ortaya konulmasıdır.

Yine bu araştırma ile, Divriği ilçesinde kırsal turizm faaliyetlerine duyulan ihtiyacın ve desteğin bir dizi algılanan faydaya dayandığı düşünülmektedir. Ayrıca, kırsal turizmi geliştirme faaliyetlerinin, ekonomik büyüme de dahil olmak üzere Divriği'nin sosyal-kültürel kalkınma, doğal ve tarihi çevrenin korunması ve altyapısının geliştirilmesi gibi, bu tür bölgelerin karşılaştığı birçok soruna potansiyel çözüm olabileceğinin ortaya konulması da çalışmanın amaçları arasında yer almaktadır.

Araştırmanın yöntemi

Kırsal destinasyon bölgelerinde yerel halkın turizm farkındalığını incelemeyi amaçlayan bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden "görüşme yaklaşımı" kullanılmıştır. Bu araştırma türü birebir görüşmelere dayanan bir veri toplama şeklidir (Yıldırım ve Şimşek, 1999). Basit tesadüfi örneklemede evreni oluşturan her elemanın örneğe girme şansı eşittir. Dolayısı ile hesaplamalarda her elemana verilecek ağırlık oranı aynıdır (Arıkan, 2005). Bu sebeple araştırmanın örneklem yöntemine uygun olduğu görülmektedir. Bu çalışma, Sivas ili Divriği ilçesinde ikamet eden kişilerle yürütülmüştür. Araştırma evrenini Divriği'de ikamet eden ilçe sakinleri, işletme sahipleri, yerel yöneticiler ve sivil toplum kuruluşu yöneticileri oluşturmaktadır. Araştırmada basit tesadüfi örneklem yöntemi seçilmiş ve örneklem için uygun bulunan 25 kişi ile yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Literatürde var olan varsayımlar görüşmede kullanılacak sorulara dönüştürülmüştür. Sorular hazırlanırken araştırma konusuna uygunluk da dikkate alınmış ve bu konuda uzman kişilerin görüşlerine danışılmıştır. Görüşme boyunca sorulacak sorular bu alanda uzman araştırmacıların görüşleri doğrultusunda hazırlanmıştır. Sorular araştırmacı tarafından katılımcılara yöneltilmiş ve görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Görüşmede, katılımcıların düşünce ve beklentilerine ışık tutacak açık uçlu sorular sorulmuştur. Katılımcılardan alınan görüş ve beklentiler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmış, katılımcılara mülakat öncesinde bu kayıtların gizliliği ile ilgili gerekli açıklamalar yapılmış ve seslerinin kaydedilmesine dair katılımcılardan izin alınmıştır.

Görüşmeler sonucunda katılımcılardan toplanan verilerin analizinde “betimsel analiz tekniği” kullanılmıştır. Bu analiz tekniğinde farklı görüşmecilerin aynı soruya dair farklı düşünceleri müdahale edilmeden aktarılır. İçerik analizine kıyasla betimsel analiz tekniği daha yüzeyseldir ve toplanan veriler katılımcıların aktardığı haliyle alıntılanır. Betimsel analiz tekniğinin dört aşaması bulunmaktadır (Altunışık vd., 2010). Bunlar:

1. Betimsel analiz çerçevesi oluşturma,
2. Tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi,
3. Bulguların tanımlanması,
4. Bulguların yorumu.

Görüşmede toplanan ses kayıtlarının uzman denetimi altında deşifreleri yapılmış ve deşifreler ile analiz için kod ve temalar geliştirilmiştir. Ayrıca verilerin güvenilirliği ve geçerliliğinin kontrolü adına, elde edilen deşifreler detaylı bir incelemeden geçmiş, görüşmecilerin cevapları ile teyit edilmiştir. Araştırmanın güvenilirliği açısından görüşmecilerden elde edilen görüş ve düşünceler aynen aktarılmıştır. Araştırmada kullanılan dokümanlar ve ses kayıtları güven altında saklı bulunmaktadır.

Verilerin analizi

Araştırmanın veri setini yarı yapılandırılmış görüşme formları aracılığıyla gerçekleştirilen yüz yüze görüşmelerden elde edilen katılımcı ifadeleri oluşturmaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu ile katılımcıların belirli bir konuya ilişkin düşüncelerini, duygularını ve deneyimlerini derinlemesine ifade etmelerine olanak tanımaktadır (Patton, 2002). Bu yöntem hem araştırmacıya belirli bir rehber çerçevesinde ilerleme fırsatı sunmakta, hem de katılımcıların spontane ifadeleriyle zengin ve derinlemesine bir veri seti oluşturulmasını sağlamaktadır (Creswell, 2013). Araştırma kapsamında yürütülen görüşmelerden elde edilen ham veriler bağlamlarından koparılmadan özenle deşifre edilmiş ve nihai veri seti haline getirilmiştir. Deşifre işlemi sırasında katılımcı ifadelerindeki anlam bütünlüğünü korumaya ve elde edilen verinin doğasını yansıtmaya çalışılmıştır.

Deşifre edilen veri seti nitel veri analiz süreçlerinde sıklıkla kullanılan MaxQDA Analytics PRO 2024 yazılımına aktarılmış ve analiz süreci bu yazılım üzerinden sistematik bir şekilde gerçekleştirilmiştir. Nitel analiz yazılımları, araştırma sürecinde verilerin kodlanması, düzenlenmesi ve görselleştirilmesi aşamalarında araştırmacılara kapsamlı bir destek sunmaktadır (Kuckartz ve Rädiker, 2019). Özellikle büyük ölçekli veri setlerinin yönetimi ve analizi için bu yazılımlar tercih edilmekte ve araştırmanın güvenilirliğini ve geçerliliğini artıran bir araç olarak öne çıkmaktadır.

Analiz sürecinde betimsel analiz tekniği kullanılmış ve bu tekniğin aşamaları doğrultusunda veri seti sistematik olarak işlenmiştir. Betimsel analiz, araştırmacının verileri tematik bir çerçeveye oturtarak yorumlamasına ve bulguları belirli bir düzen içinde sunmasına olanak tanımaktadır (Elo ve Kyngäs, 2008). İlk aşamada araştırmanın amacı ve araştırma problemleri doğrultusunda görüşme formlarında yer alan sorular temel alınarak bir çerçeve oluşturulmuştur. Bu çerçeve kapsamında belirlenen temalar ve kategoriler araştırmanın amaçlarını yansıtan bir düzen içinde yapılandırılmıştır.

Verilerin işlenmesi aşamasında tümevarımsal bir yaklaşım benimsenmiş ve katılımcı ifadelerinden keşfedilen kodlar, temalar ve kategoriler doğrultusunda organize edilmiştir. Tümevarımsal yaklaşım verinin doğal akışından yola çıkarak yeni kavramların ve temaların geliştirilmesine olanak tanıyan bir yöntemdir (Thomas, 2006). Bu süreçte hem açık hem de örtük anlamlar dikkatle analiz edilmiş ve katılımcıların ifadelerindeki derinlik ve zenginlik açığa çıkarılmıştır. Keşfedilen kodlar önceden belirlenmiş betimsel analiz çerçevesi doğrultusunda sınıflandırılmış ve düzenlenmiştir. Elde edilen

bulgular hem görsel hem de metinsel olarak betimlenmiş ve tablo ve diyagramlar kullanılarak veriler daha anlaşılır ve yorumlanabilir bir hale getirilmiştir.

Bulgular

Belirlenen temalar ve kategorilere yönelik bulgular

Araştırmanın analiz sürecinde toplam 4 adet tema belirlenmiştir. Bu temalar “Yerel Halkın Turizm Algısı ve Tanımları”, “Yerel Halkın Divriği Özelinde Turizm Bilinci”, “Yerel Halkın Divriği'nin Turizm Tanıtımına Yönelik Algıları” ve “Divriği'de Turizm Gelişimine Yönelik Öneriler” dir. Bunlardan “Yerel Halkın Divriği Özelinde Turizm Bilinci” teması altında toplam 6 adet alt kategori bulunmaktadır. Bunlar, “Divriği İçin Turizmin Önemi”, “Divriği'nin Önemli Turizm Değerleri”, “Divriği'nin Yöresel Ürünleri”, “Divriği'nin Diğer İlçelerden Farklı Özellikleri”, “Divriği'nin Konaklama Yeterliliği” ve “Yerel Halka Gelir Getirebilecek Ürünler” alt kategorileridir. “Yerel Halkın Divriği'nin Turizm Tanıtımına Yönelik Algıları” teması altında da 2 adet alt kategori bulunmaktadır. Bunlar, “Turizm Tanıtımına Yönelik Öneriler” ve “Yerel Halkın Turizm Tanıtımına Dair Yeterlilik Algıları” alt kategorileridir.

Belirlenen temalar ve kategorilerine dair tablo aşağıda verilmiştir.

Tablo 1: Temalar ve Kategorilere Yönelik Tablo

Tema	Kategori
Yerel Halkın Turizm Algısı ve Tanımları	
Yerel Halkın Divriği Özelinde Turizm Bilinci	Divriği İçin Turizmin Önemi
	Divriği'nin Önemli Turizm Değerleri
	Divriği'nin Yöresel Ürünleri
	Divriği'nin Diğer İlçelerden Farklı Özellikleri
	Divriği'nin Konaklama Yeterliliği
	Yerel Halka Gelir Getirebilecek Ürünler
Yerel Halkın Divriği'nin Turizm Tanıtımına Yönelik Algıları	Turizm Tanıtımına Yönelik Öneriler
	Yerel Halkın Turizm Tanıtımına Dair Yeterlilik Algıları
Divriği'de Turizm Gelişimine Yönelik Öneriler	

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

Belirlenen temalara yönelik diyagram aşağıda verilmiştir.



Şekil 1: Belirlenen Temalara Yönelik Diyagram

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Yerel Halkın Turizm Algısı ve Tanımları” temasına yönelik bulgular

“Yerel Halkın Turizm Algısı ve Tanımları” teması altında toplam 8 adet kod keşfedilmiştir. Bunlar, “Bir Gelir Kaynağı Olması”, “Yerleşim Yerinin Sahip Olduğu Değerler”, “Turizm Geliri”, “Yeni Yerler Görmek ve Deneyim Edinimi”, “İnsanları Misafir Etme ile Gelir Kazanma”, “Farklı Kişilerin Bölgeyi Ziyaret Etmesi”, “Kültürel Zenginliğin Tanıtımı” ve “Ziyaret Sonucu Bölgesel ve Kültürel Gelişim” kodlarıdır. Keşfedilen kodlara dair frekans dağılım tablosu aşağıda verilmiştir.

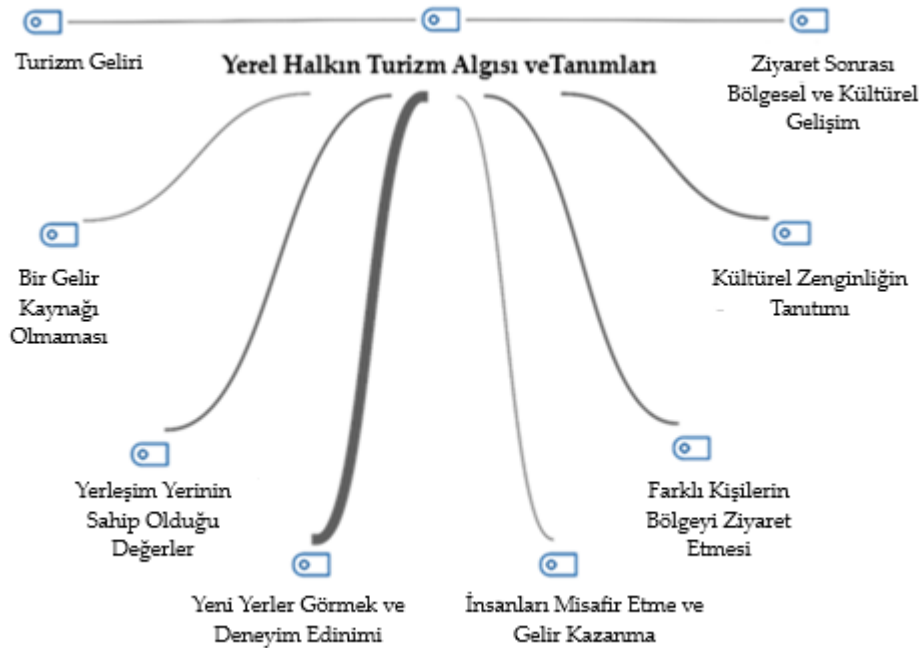
Tablo 2: “Yerel Halkın Turizm Algısı ve Tanımları” Temasına Ait Kodların Frekans Dağılım Tablosu

Kod	f
Yeni Yerler Görmek ve Deneyim Edinimi	9
Yerleşim Yerinin Sahip Olduğu Değerler	3
Farklı Kişilerin Bölgeyi Ziyaret Etmesi	3
Kültürel Zenginliğin Tanıtımı	3
Ziyaret Sonucu Bölgesel ve Kültürel Gelişim	2
Bir Gelir Kaynağı Olması	1
Turizm Geliri	1
İnsanları Misafir Etme ile Gelir Kazanma	1

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Yerel Halkın Turizm Algısı ve Tanımları” teması altında “Yeni Yerler Görmek ve Deneyim Edinimi” 9 defa, “Yerleşim Yerinin Sahip Olduğu Değerler”, “Farklı Kişilerin Bölgeyi Ziyaret Etmesi” ve “Kültürel Zenginliğin Tanıtımı” 3 defa, “Ziyaret Sonucu Bölgesel ve Kültürel Gelişim” 2 defa, “Bir Gelir Kaynağı Olması”, “Turizm Geliri” ve “İnsanları Misafir Etme ile Gelir Kazanma” 1 defa kodlanmıştır.

“Yerel Halkın Turizm Algısı ve Tanımları” teması altında keşfedilen kodlara yönelik diyagram aşağıda verilmiştir.



Şekil 2: “Yerel Halkın Turizm Algısı ve Tanımları” Temasına Yönelik Diyagram

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Yerel Halkın Turizm Algısı ve Tanımları” teması altında keşfedilen kodlara yönelik kodlu bölümler tablosu aşağıda verilmiştir.

Tablo 3: “Yerel Halkın Turizm Algısı ve Tanımları” Temasına Yönelik Kodlu Bölümler Tablosu

Kod	Kodlu Bölümler
Bir Gelir Kaynağı Olması	Turizm bir memleket için bir gelir kaynağı. Bu şekilde değerlendiriyorum. K24
Yerleşim Yerinin Sahip Olduğu Değerler	Turizm denilince... Turizm... Tarihi yerler... İşte ünlü olan bir Ulu Camii'miz var biliyorsunuz, konaklarımız var, kalemiz var. Tabi. Anladım. Yerleşim yerinin olduğu yerlere turizm denir. K20 Hayır, tarih eserleri. Ondan sonra bir şehrin dokusu. K21 Hocam, bence turizm kavramı bir ilin, ilçenin gezilecek, görülecek yerlerine denir diyorum. K23
Turizm Geliri	Turizm kavramı şu, üretmeden kazanmak demek. Üretmeden kazanmak demek. Yaptıkları ibadet için, yaşam için yaptıklarından faydalanmak demek. K11
Yeni Yerler Görmek ve Deneyim Edinimi	Turizm kavramı yerli veya yabancı ziyaretçilerin yerine gelip o yerdeki doğal, kültürel güzellikleri görebileceği, o şehrin havasını alabileceği ve zaman geçirebilecekleri bir kavramdır. K7 Turizm kavramı bence insanların görüp lezzet olarak, yer olarak, konum olarak dinlendirecek, yeni kayıtları görebilecek bir şehirdir. Bir amaçtır, gayedir. K8 Görmek için. Ulu Camii. Ulu Cami'yi görmek ister. (...) K9 (...) turizm kavramı gezmeyi seven, hayattan zevk alan insanların ilgi alanlarına göre farklı konumları ziyaret etmesi ve oralarda oraların imkanlarından istifade etmesi geçici bir süre için budur. K12 Turizmin tanımı görmek, dinlenmek, tanımaktır aslında ama Divriği için çok farklı bir tanımım var tabi. K13 Turizm kavramı, bir ülkenin ya da bir yerin doğal güzelliklerini, tarihi eserlerini gezip görmek için yapılan bir faaliyet. K17 Bana göre turizm kavramı, insanların belli dönemlerde gezmek, görmek ya da dinlenmek amacıyla konakladıkları yerlerdir, dönemlerdir. K18 Turizm kavramı, gezip, görmek, bilmediğin yerleri görmek, anlamak, dinlemek, turizm. Turizm demek. Turizme turizm demek.

K19

Turizm kavramı insanların gelip gzmeleri, görmeleri ve tarihi eseri olan yerleri, güzel manzaralı kaleleri, ne bileyim Divriği'nin Ulu Cami'sini, kalesini, Kesdoğanlı'yı, Seyirtepe'sini görmeye gelirler. Turist, biz bunlara turist deriz.

K22

İnsanları Misafir Etme ile Gelir Turizm kavramı aslında bir nevi insanları misafir etmek. Misafirperverlik. Tabii Kazanma bunun yanında gelir elde etmek.

K4

Farklı Kişilerin Bölgeyi Ziyaret Etmesi Turizm kavramı, yabancı insanların tarihi ve doğal güzellikleri ziyaret etmesine verilen isim.

K3

Turizm, turistlerin aslında günübirlik olarak ya da bir gelir kazanma amacı olmadan bir şehirden başka bir şehre ziyaret etmesi diyebiliriz.

K6

Turizm, ülke içinde veya ülke dışında tarihi, kültürel mekanların ziyaret edilmesi, turlanması.

K15

Kültürel Zenginliğin Tanıtımı Turizm kavramı, bir ilçenin kültürel zenginliklerini diğer bölgelere tanıtılması şeklinde düşünebiliriz.

K2

Turizm bulunan şehrin ya da yerin kültürel mirasını aktaran oluşumdur. Yani Divriği için dediğiniz gibi az önce de konaklar olsun, cami olsun, geçmişten kalan miras, kültür birikimidir. Turizm budur.

K16

Turizm, tarihi eserlerin geçmişte olan şeylerin millete, halka sunulması, sağlanması, yani maddi manevi her türlü...

K25

Ziyaret Sonucu Bölgesel ve Kültürel Turizm nedir? İnsanların bir yerden bir yere gitmesidir. Böylece bölgesel kültürel Gelişim anlamında kendisine gelişim sağlamasıdır.

K1

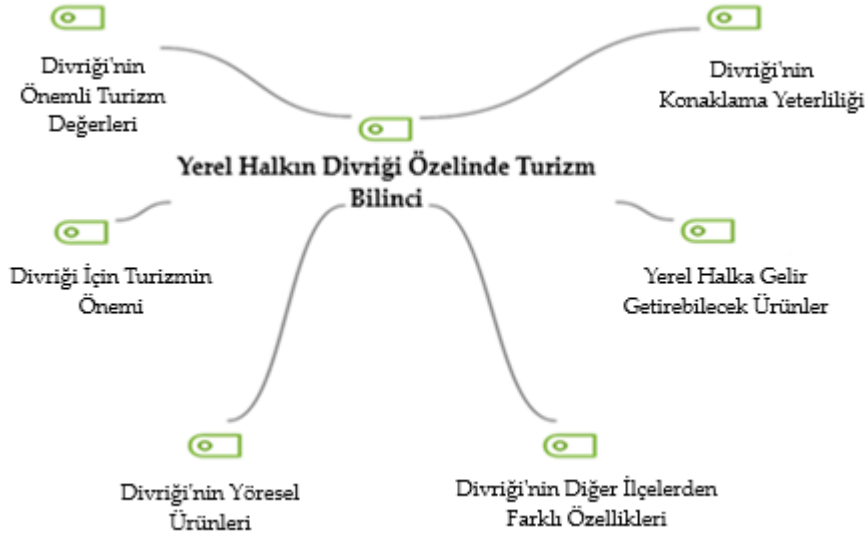
Turizm, insanların gezmek, görmek, eğlenmek, anlamak, kültür tanımak için yaptıkları gezilerin, seyahatlerin genel adıdır.

K10

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Yerel Halkın Divriği Özelinde Turizm Bilinci” temasına yönelik bulgular

“Yerel Halkın Divriği Özelinde Turizm Bilinci” teması ile 6 adet alt kategori belirlenmiştir. “Yerel Halkın Divriği Özelinde Turizm Bilinci” teması ve alt kategorilerine dair diyagram aşağıda verilmiştir.



Şekil 3: “Yerel Halkın Divriği Özelinde Turizm Bilinci” Temasının Kategorilerine Yönelik Diyagram

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Divriği İçin Turizmin Önemi” kategorisine yönelik bulgular

“Divriği İçin Turizmin Önemi” kategorisi altında toplamda 8 adet kod keşfedilmiştir. Bunlar, "Divriği İçin Turizmin Önemli Olmaması", "İlçenin Turizme İhtiyaç Duyacak Olması", "Ulu Camii'nin Divriği'de Bulunması", "Divriği'nin Nüfus Sorununun Engellenmesi", "Kültürel ve Tarihi Gelişim", "Turizm İmkanlarının Çok Olması", "Tarih Bilinci Edinimi" ve "Bölgesel Kalkınma" kodlarıdır. Keşfedilen kodlara dair frekans dağılım tablosu aşağıda verilmiştir.

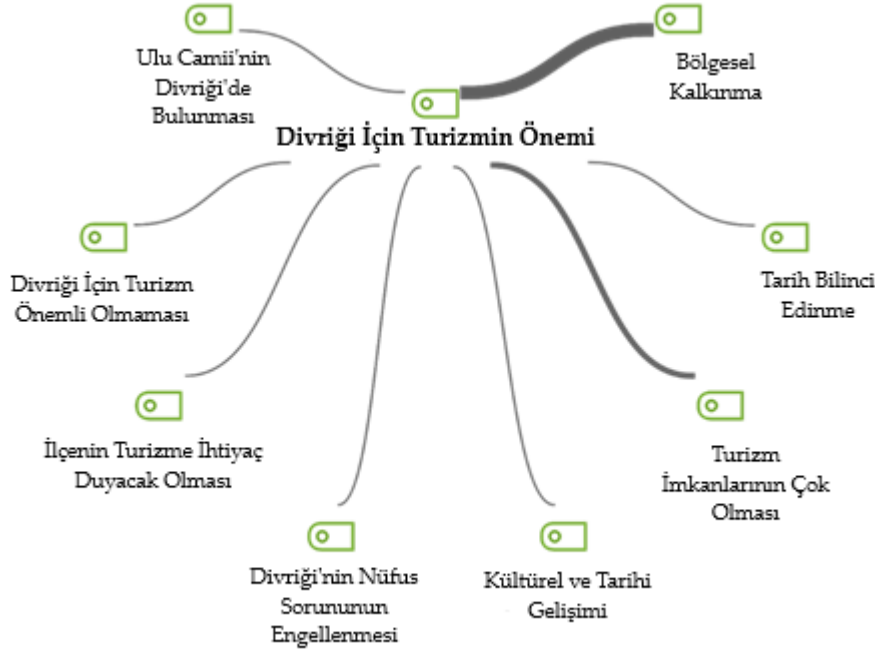
Tablo 4: “Divriği İçin Turizmin Önemi” Kategorisine Ait Kodların Frekans Dağılım Tablosu

Kod	<i>f</i>
Bölgesel Kalkınma	13
Turizm İmkanlarının Çok Olması	6
Divriği'nin Nüfus Sorununun Engellenmesi	3
Tarih Bilinci Edinimi	2
Divriği İçin Turizmin Önemli Olmaması	1
İlçenin Turizme İhtiyaç Duyacak Olması	1
Ulu Camii'nin Divriği'de Bulunması	1
Kültürel ve Tarihi Gelişim	1

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Divriği İçin Turizmin Önemi” kategorisi altında keşfedilen "Bölgesel Kalkınma" kodu 13 defa, "Turizm İmkanlarının Çok Olması" kodu 6 defa, "Divriği'nin Nüfus Sorununun Engellenmesi" kodu 3 defa, "Tarih Bilinci Edinimi" kodu 2 defa, "Divriği İçin Turizmin Önemli Olmaması", "İlçenin Turizme İhtiyaç Duyacak Olması", "Ulu Camii'nin Divriği'de Bulunması" ve "Kültürel ve Tarihi Gelişim" kodları 1 defa kodlanmıştır.

“Divriği İçin Turizmin Önemi” kategorisi altında keşfedilen alt kodlara yönelik diyagram aşağıda verilmiştir.



Şekil 4: “Divriği İçin Turizmin Önemi” Kategorisine Yönelik Diyagram

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Divriği İçin Turizmin Önemi” kategorisi altında keşfedilen kodlara yönelik kodlu bölümler tablosu aşağıda verilmiştir:

Tablo 5: “Divriği İçin Turizmin Önemi” Kategorisine Yönelik Kodlu Bölümler Tablosu

Kod	Kodlu Bölümler
Divriği İçin Turizmin Önemli Olmaması	Divriği için aslında turizm önemli değil. Yani siyasi liderlerimiz öyle düşündükleri için diyorlar ama bence önemli değil çünkü üretim yok. K11
İlçenin Turizme İhtiyaç Duyacak Olması	Şöyle, Divriği şu an geçimini madenle geçindiren bir şehir. Ama ilerleyen süreçte madenlerimiz illa bir gün tükenecektir. Turizm ise bacasız bir sanayiye hizmeti sunar bize. Ayrıca bununla ilgili bizim altyapımız oldukça kuvvetli. Turizmi Divriği'ye kazandırmamak, Divriği'ye için yaptığımız büyük kötülüklerden biri olacaktır diye düşünüyorum. Çünkü bu şehrin yaşaması için turizme, turiste ve bundan elde edecek gelir kaynağına ihtiyacı olacaktır. K10
Ulu Camii'nin Divriği'de Bulunması	(...) ama bunun vücut bulmuş en büyük hali, bacasız fabrikanın vücut bulmuş en güzel hali, en somut hali Ulu Cami'nin Divriği'mizde bulunması. Aynı zamanda tabii ki bunu da herkesin bildiği üzere 1985 yılında Türkiye'de Dünya Koruma Miras'ına alınan UNESCO tarafından alınan ilk eserin olmuş olması Divriği'yi turizm açısından çok önemli kılıyor. K7
Divriği'nin Nüfus Sorununun Engellenmesi	Divriği'yi göç veren bir yer, göç vermemek için turizme sarılmamız gerekiyor. K4 İl olmaya adayken bunun için uğraşmış zamanında şu an böyle olması. Dediğimiz gibi madenide çıkarttığımızda Divriği belki 2.000'e düşecek bir nüfusa sahip. K13 (...) işte nüfus anlamında olsun bence Divriği için önemli turizm diyorum. K23

Kültürel ve Tarihi Gelişim	Hem kültürel hem de tarihi gelişimi için. K3
Turizm İmkanlarının Çok Olması	Yani tarihi ve geçmişine bakarsanız birçok alanda gezilecek, görülecek ve tarihi yansıtacak olan eserlerin bulunmasından dolayı diyelim. K2 Divriği'nin altyapısında çok güzel tarihi yerler, tarihi kesimler artı yemek kültürü artı kendine özgü eski analarımızın, babaannelerimizin, ebelerimizin hüneriyle gelişen bir gıda çok yatkın bir şehir olduğu için. K8 Çünkü tarihi eserler var. Ulucami gibi bir yıllık bir eserimiz var. Artı Divriği'nin yerleşim dokusu, konakların yapısı ın geçmişe dair güzel izler barındırıyor. Bu potansiyel değerlendirilebilir bu açıdan bir önemi var. K12 Divriği de önemli olan yani şöyle. Tarih dokuları olduğu için tarihi kümbetleri, konakları, kalesi, Ulu Camisi, onun ötesinde Türkiye'nin %40 demir rezervine çıkartan yeri olan bir ilçe olduğu için, anlıyor musun? Önemli olan konular bunlar yani. K20 Divriği için turizm tabii ki önemli. Her şeyden önce Divriği'nin elinde kullanabileceği en büyük ulu camimiz var. Bunu çok iyi değerlendirmesi lazım. Konakları var, kalesi var. Bunların hepsi Divriği turizm açısından popüler bir yeri haline götürüyor. K21 Divriği de çok harika eserlere sahip. K24
Tarih Bilinci Edinimi	Geçmişimizi görebilmemiz açısından, tarihi kıymetimizi bilebilmemiz açısından çok önemli. K1 (...) hem de kültürel değerlerinin yaşatılabilmesi, sürdürülebilirlik açısından, diğer gelecek nesillere aktarılması açısından önemli diyebiliriz. Bu anlamda birçok kültürel unsur olduğunu söyleyebiliriz. Bunların gerek yurt içinde gerek yurt dışında tanıtılması, dünyaya yayılması, birçok kültürel açıdan bu değerlerin korunması önemlidir. K6
Bölgesel Kalkınma	(...) bölgesel kalkınmamız açısından çok çok önemli. K1 Divriği için nedir önemli? Divriği'nin gelişimi ve büyümesi, tanıtılması. K5 Divriği'nin aslında hem ekonomik olarak kalkınması açısından (...) K6 Kalkınması için. Gelişmesi için. K9

Divriği gibi bir kentin artık şu anki 2024'te kalkınması için tek çıkar yolu. Çünkü Ulucami'yi çıkardığınız zaman, madeni çıkardığınız zaman Divriği viran bir kent olur. Ki olmuş da önceki nüfusuna bakarsak, şu anki nüfusa nazara.

K13

Tabii önemli. Tanıtım için, yani esnaf için, Çocukların gelişimi için, hizmetin gelmesi için. Öyle mi de?

K14

Turizm sadece değil, aslında her yer için, her ilçe için, hatta köy için de önemli. Çünkü tanıtım esas. O bölgenin tanıtılması, kalkınması, değerlerin yaşatılması açısından önemli.

K15

Bence Divriği için turizm önemlidir. Çünkü burada çok güzel bir dünya mirası olan Ulu Camiimiz var. Bunun da turizme açılması, insanların gelip görmesi Divriği'nin ekonomisine katkı sağlayabilir.

K17

Turizm tabii ki de çok önemli bir şeydir. Çünkü geçmişte Turgut Özal'ın bir söylemi var, bacasız sanayi diye. Burada bahsedilmek istenen şey, turizmin ülke ekonomisine çok büyük katkıların olduğu ve ülkeyi kalkındırabilecek alanlardan biri olduğu. O yüzden tabii ki de Divriği için turizm önemlidir.

K18

Gelir için, Her zaman turizm önemli. Divriği'mize katkı olur, gelecek olur. Gençlerimizin bilecek şeyleri olur. Her zaman turizm önemli bir şeydir.

K19

Bizim için Divriği için turizm çok önemli. Çünkü Divriği'nin fazla bir gelir kaynağı yok. Turistlerin Divriği'ye çok gelmesi, Divriği'ye tanıtılması ve dışarlarda bu tanıtım diğer kişiler tarafından yönlendirilmesiyle Divriği'nin coğrafya bakımından gelişim bakımından, gelişmesi yönünden.

K22

Ekonomik katkısı anlamında olsun, (...)

K23

Ekonomik olarak (...) Gelir, aynen.

K25

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Divriği'nin Önemli Turizm Değerleri” kategorisine yönelik bulgular

“Divriği'nin Önemli Turizm Değerleri” kategorisi altında toplamda 30 adet kod keşfedilmiştir. Bunlar, "Kıyafetler", "Kesdoğan Kalesi", "Cam Teras", "Manevi İnanç Değerlerinin Öneminin Azalması", "Alevi Bektaşî Kültürü", "Yemekler", "Tarihi Hamamlar", "Tarihi Sokaklar", "Konaklar", "Kanyonlar", "Mağaralar", "Halk Müziği", "Oyunlar", "Manevi İnanç Değerlerinin Değişken Oluşu", "Farklı İnanç ve Kültürlerin Bir Arada Bulunması", "Kümbetler", "Kaleler", "Divriği'nin Köyleri", "Dağ Keçisi", "Şeytan Kayalıkları", "Kaynak Suları", "Madenler", "Divriği Kalesi", "Kiliseler", "Divriği Ulu Camii", "Bütün Değerlerin Önemli Bulunması", "Doğal Değerlerin Önemli Bulunması", "Kültürel Değerlerin Önemli Bulunması", "Tarihi Değerlerin Önemli Bulunması" ve "Manevi İnanç Değerlerinin Önemli Bulunması" kodlarıdır. Keşfedilen kodlara dair frekans dağılım tablosu aşağıda verilmiştir.

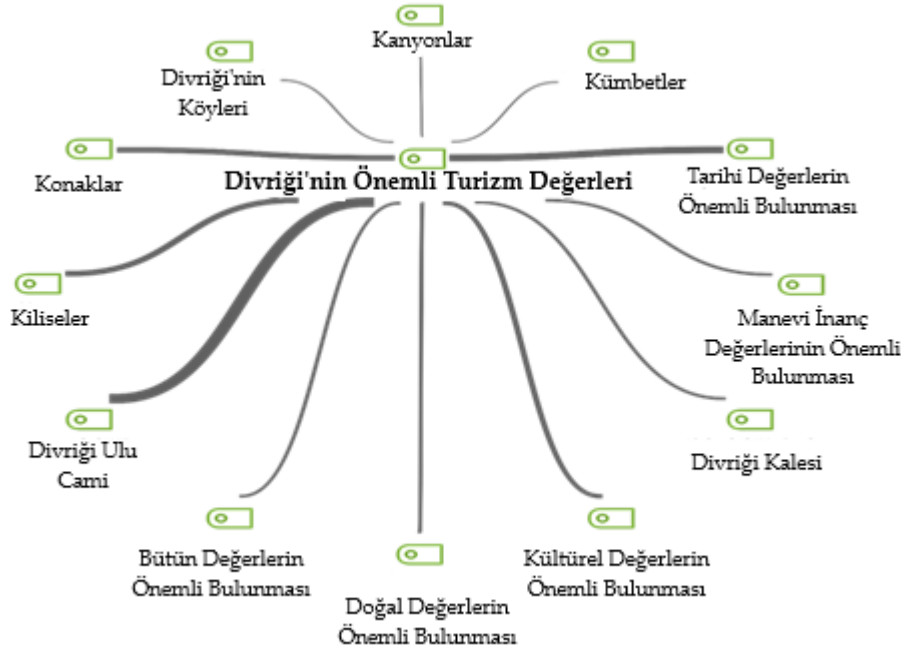
Tablo 6: "Divriği'nin Önemli Turizm Değerleri" Kategorisine Ait Kodların Frekans Dağılım Tablosu

Kod	f
Divriği Ulu Camii	14
Tarihi Değerlerin Önemli Bulunması	10
Konaklar	8
Kiliseler	8
Kültürel Değerlerin Önemli Bulunması	7
Divriği Kalesi	5
Bütün Değerlerin Önemli Bulunması	5
Doğal Değerlerin Önemli Bulunması	4
Manevi İnanç Değerlerinin Önemli Bulunması	4
Kanyonlar	3
Kümbetler	3
Divriği'nin Köyleri	3
Cam Teras	2
Yemekler	2
Halk Müziği	2
Manevi İnanç Değerlerinin Değişken Oluşu	2
Farklı İnanç ve Kültürlerin Bir Arada Bulunması	2
Şeytan Kayalıkları	2
Kaynak Suları	2
Madenler	2
Kıyafetler	1
Kesdoğan Kalesi	1
Manevi İnanç Değerlerinin Öneminin Azalması	1
Alevi Bektaşî Kültürü	1
Tarihi Hamamlar	1
Tarihi Sokaklar	1
Mağaralar	1
Oyunlar	1
Kaleler	1
Dağ Keçisi	1

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

"Divriği'nin Önemli Turizm Değerleri" kategorisi altındaki "Divriği Ulu Camii" kodu 14 defa, "Tarihi Değerlerin Önemli Bulunması" kodu 10 defa, "Konaklar" ve "Kiliseler" kodları 8 defa, "Kültürel Değerlerin Önemli Bulunması" kodu 7 defa, "Divriği Kalesi" ve "Bütün Değerlerin Önemli Bulunması" kodları 5 defa, "Doğal Değerlerin Önemli Bulunması" ve "Manevi İnanç Değerlerinin Önemli Bulunması" kodları 4 defa, "Kanyonlar", "Kümbetler" ve "Divriği'nin Köyleri" kodları 3 defa, "Cam Teras", "Yemekler", "Halk Müziği", "Manevi İnanç Değerlerinin Değişken Oluşu", "Farklı İnanç ve Kültürlerin Bir Arada Bulunması", "Şeytan Kayalıkları", "Kaynak Suları" ve "Madenler" kodları 2 defa, "Kıyafetler", "Kesdoğan Kalesi", "Manevi İnanç Değerlerinin Öneminin Azalması", "Alevi Bektaşî Kültürü", "Tarihi Hamamlar", "Tarihi Sokaklar", "Mağaralar", "Oyunlar", "Kaleler" ve "Dağ Keçisi" 1 defa kodlanmıştır.

"Divriği'nin Önemli Turizm Değerleri" kategorisi altında keşfedilen alt kodlara yönelik diyagram aşağıda verilmiştir. Diyagrama 1 ve 2 frekans değerlerine sahip kodlar dahil edilmemiştir.



Şekil 5: "Divriği'nin Önemli Turizm Değerleri" Kategorisine Yönelik Diyagram

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir

"Divriği'nin Yöresel Ürünleri" kategorisine yönelik bulgular

"Divriği'nin Yöresel Ürünleri" kategorisi altında toplamda 41 adet kod keşfedilmiştir. Bunlar, "Kuşburnu Marmelatı", "Hayvancılık Ürünleri", "Kömbe", "Katmer", "Sütlaç", "Helva", "Yufka", "Elma", "Erişte Çorbası", "Haşlı Çorbası", "Hasirde Tatlısı", "Çir Kavurması", "Sütlü Yufka", "Gözleme", "Cevizli Köme", "Helli Aşı", "Düğürcek Aşı", "Tekke Pilavı", "Bakır İşleme", "Halı", "Tarhana", "Et İçerikli Yemekler", "Kuzu Kulağı", "Yöresel Giyim Ürünleri", "Sirke", "Doğal Bitki ve Meyveler", "Bulgur", "Kırmızı Mercimek", "Hoşaf", "Mercimek", "Ceviz", "Peynir", "Kaymak", "Bal", "Sarma", "İç", "Siyah Mercimek", "Kuru Kaymak", "Kısır", "Madımak" ve "Divriği Pilavı" kodlarıdır. Keşfedilen kodlara dair frekans dağılım tablosu aşağıda verilmiştir.

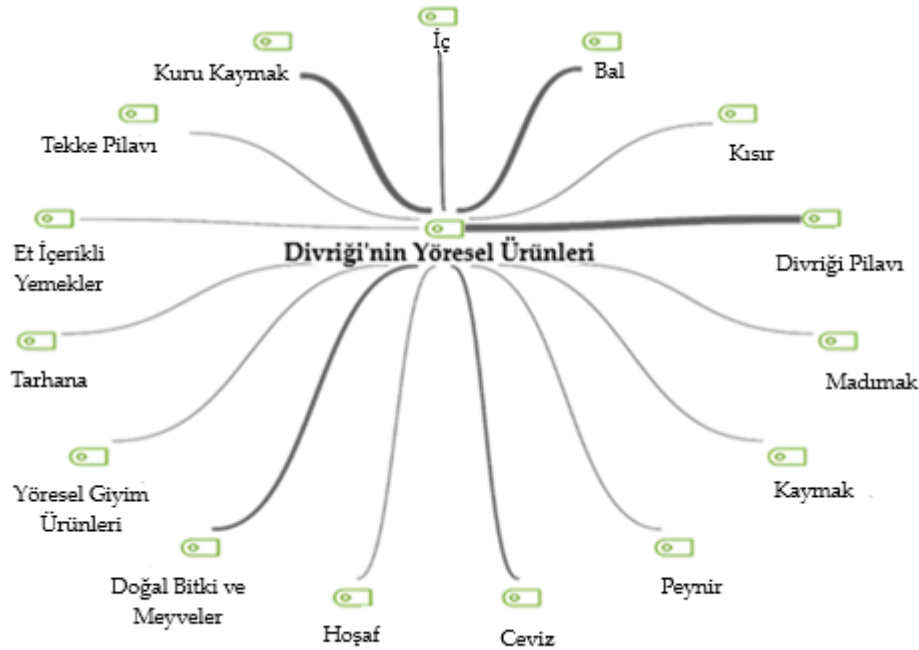
Tablo 7: "Divriği'nin Yöresel Ürünleri" Kategorisine Ait Kodların Frekans Dağılım Tablosu

Kod	<i>f</i>
Divriği Pilavı	18
Kuru Kaymak	13
Bal	10
Doğal Bitki ve Meyveler	8
Ceviz	7
İç (Yöresel Yemek)	5
Yöresel Giyim Ürünleri	4
Madımak	4
Tekke Pilavı	3
Tarhana	3
Et İçerikli Yemekler	3
Hoşaf	3
Peynir	3
Kaymak	3
Kısır	3
Yufka	2
Sütlü Yufka	2

Kuzu Kulağı	2
Sirke	2
Bulgur	2
Sarma	2
Siyah Mercimek	2
Kuşburnu Marmeladı	1
Hayvancılık Ürünleri	1
Kömbe	1
Katmer	1
Sütlaç	1
Helva	1
Elma	1
Erişte Çorbası	1
Haşlı Çorbası	1
Hasirde Tatlısı	1
Çir Kavurması	1
Gözleme	1
Cevizli Köme	1
Helli Aşı	1
Düğürcek Aşı	1
Bakır İşleme	1
Halı	1
Kırmızı Mercimek	1
Mercimek	1

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Divriği'nin Yöresel Ürünleri” kategorisi altında keşfedilen kodlara yönelik diyagram aşağıda verilmiştir. Frekans değerleri 1 ve 2 olan kodlar diyagrama dahil edilmemiştir.



Şekil 6: “Divriği'nin Yöresel Ürünleri” Kategorisine Yönelik Diyagram

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Divriği'nin Yöresel Ürünleri” kategorisi altındaki "Divriği Pilavı" kodu 18 defa, "Kuru Kaymak" kodu 13 defa, "Bal" kodu 10 defa, "Doğal Bitki ve Meyveler" kodu 8 defa, "Ceviz" kodu 7 defa, "İç" kodu 5 defa, "Yöresel Giyim Ürünleri" ve "Madımak" kodları 4 defa, "Tekke Pilavı", "Tarhana", "Et İçerikli Yemekler", "Hoşaf", "Peynir", "Kaymak" ve "Kısır" kodları 3 defa, "Yufka", "Sütlü Yufka", "Kuzu Kulağı", "Sirke", "Bulgur", "Sarma" ve "Siyah Mercimek" kodları 2 defa, "Kuşburnu Marmeladı", "Hayvancılık Ürünleri", "Kömbe", "Katmer", "Sütlaç", "Helva", "Elma", "Erişte Çorbası", "Haşlı Çorbası", "Hasirde Tatlısı", "Çir Kavurması", "Gözleme", "Cevizli Köme", "Helli Aşı", "Düğürcek Aşı", "Bakır İşleme", "Halı", "Kırmızı Mercimek" ve "Mercimek" 1 defa kodlanmıştır.

“Divriği'nin Diğer İlçelerden Farklı Özellikleri” kategorisine yönelik bulgular

“Divriği'nin Diğer İlçelerden Farklı Özellikleri” kategorisi altında toplamda 13 adet kod keşfedilmiştir. Bunlar, "Eski Saray Kültürünün Devam Etmesi", "Diğer İlçelerden Büyük Oluşu", "Farklı Medeniyetlere Ev Sahipliği Yapması", "Doğal Güzellikleri", "Yerel Halkın Yapısı", "Geçmişinin Köklü Olması", "Farklı Kültürlerin Bir Arada Yaşaması", "İpek Yolu Üzerinde Bulunması", "Tarihi Dokusu", "Tarım Faaliyetleri", "Maden Yataklarına Sahip Olması", "Önceden Başkent Olması" ve "Mesafe Uzaklığı" kodlarıdır. Keşfedilen kodlara dair frekans dağılım tablosu aşağıda verilmiştir.

Tablo 8: “Divriği'nin Diğer İlçelerden Farklı Özellikleri” Kategorisine Ait Kodların Frekans Dağılım Tablosu

Kod	f
Tarihi Dokusu	11
Yerel Halkın Yapısı	8
Mesafe Uzaklığı	8
Maden Yataklarına Sahip Olması	7
Doğal Güzellikleri	6
Geçmişte Farklı Medeniyetlere Ev Sahipliği Yapması	3
Tarihinin Köklü Olması	3
Önceden Başkent Olması	3
Farklı Kültürlerin Bir Arada Yaşaması	2
Eski Saray Kültürünün Devam Etmesi	1
Diğer İlçelerden Büyük Oluşu	1
İpek Yolu Üzerinde Bulunması	1
Tarım Faaliyetleri	1

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Divriği'nin Diğer İlçelerden Farklı Özellikleri” kategorisi altındaki "Tarihi Dokusu" kodu 11 defa, "Yerel Halkın Yapısı" ve "Mesafe Uzaklığı" kodları 8 defa, "Maden Yataklarına Sahip Olması" kodu 7 defa, "Doğal Güzellikleri" kodu 6 defa, "Farklı Medeniyetlere Ev Sahipliği Yapması", "Geçmişinin Köklü Olması" ve "Önceden Başkent Olması" kodları 3 defa, "Farklı Kültürlerin Bir Arada Yaşaması" kodu 2 defa, "Eski Saray Kültürünün Devam Etmesi", "Diğer İlçelerden Büyük Oluşu", "İpek Yolu Üzerinde Bulunması" ve "Tarım Faaliyetleri" 1 defa kodlanmıştır.

“Divriği'nin Konaklama Yeterliliği” kategorisine yönelik bulgular

“Divriği'nin Konaklama Yeterliliği” kategorisi altında toplamda 9 adet kod keşfedilmiştir. Bunlar, “Özel Sektör Konaklama Yatırımlarının Yapılması”, "Devlet Destekli Konaklama Çözümleri Geliştirilmesi", "Otel Etkinliklerinin Yetersizliği", "Konaklamada Kalite Standardı Yakalayamama", "Bürokratik Engeller Sebep Konaklama Yetersizliği", "Kamuya Bağlı Konaklama Tesisi Bulunmaması", "Mevcut Turist Durumuna Göre Yeterli Bulunması", "Konaklama İmkanlarının Geliştirilmesi" ve "Konaklama Tesislerinin Yetersiz Bulunması" kodlarıdır. Keşfedilen kodlara dair frekans dağılım tablosu aşağıda verilmiştir.

Tablo 9: "Divriği'nin Konaklama Yeterliliği" Kategorisine Ait Kodların Frekans Dağılım Tablosu

Kod	f
Konaklama Tesislerinin Yetersiz Bulunması	13
Konaklama İmkanlarının Geliştirilmesi	6
Konaklamada Kalite Standardı Yakalayamama	3
Mevcut Turist Durumuna Göre Yeterli Bulunması	2
Özel Sektör Konaklama Yatırımlarının Yapılması	1
Devlet Destekli Konaklama Çözümleri Geliştirilmesi	1
Otel Etkinliklerinin Yetersizliği	1
Bürokratik Engeller Sebepi Konaklama Yetersizliği	1
Kamuya Bağlı Konaklama Tesisi Bulunmaması	1

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

"Divriği'nin Konaklama Yeterliliği" kategorisi altındaki "Konaklama Tesislerinin Yetersiz Bulunması" kodu 13 defa, "Konaklama İmkanlarının Geliştirilmesi" kodu 6 defa, "Konaklamada Kalite Standardı Yakalayamama" kodu 3 defa, "Mevcut Turist Durumuna Göre Yeterli Bulunması" kodu 2 defa, "Özel Sektör Konaklama Yatırımlarının Yapılması", "Devlet Destekli Konaklama Çözümleri Geliştirilmesi", "Otel Etkinliklerinin Yetersizliği", "Bürokratik Engeller Sebepiyle Konaklama Yetersizliği" ve "Kamuya Bağlı Konaklama Tesisi Bulunmaması" kodları 1 defa kodlanmıştır.

"Yerel Halka Gelir Getirebilecek Ürünler" kategorisine yönelik bulgular

"Yerel Halka Gelir Getirebilecek Ürünler" kategorisi altında toplamda 3 adet kod keşfedilmiştir. Bunlar, "Gıda Ürünleri", "Hediyelik Eşya" ve "El İşçiliği Ürünleri" kodlarıdır. Keşfedilen kodlara dair frekans dağılım tablosu aşağıda verilmiştir.

Tablo 10: "Yerel Halka Gelir Getirebilecek Ürünler" Kategorisine Ait Kodların Frekans Dağılım Tablosu

Kod	f
Gıda Ürünleri	18
El İşçiliği Ürünleri	13
Hediyelik Eşya	8

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

"Yerel Halka Gelir Getirebilecek Ürünler" kategorisi altındaki "Gıda Ürünleri" kodu 18 defa, "El İşçiliği Ürünleri" kodu 13 defa ve "Hediyelik Eşya" kodu 8 defa kodlanmıştır.

"Yerel Halkın Divriği'nin Turizm Tanıtımına Yönelik Algıları" temasına yönelik bulgular

"Yerel Halkın Divriği'nin Turizm Tanıtımına Yönelik Algıları" temasına dair 2 adet kategori belirlenmiştir.

"Turizm Tanıtımına Yönelik Öneriler" kategorisine yönelik bulgular

"Turizm Tanıtımına Yönelik Öneriler" kategorisi altında toplamda 14 adet kod keşfedilmiştir. Bunlar, "Ekonomik Destek Alınması", "Uluslararası Ulaşımın Kolaylaştırılması", "Tur Şirketleri ile İş Birliği", "Tanıtım Günleri Etkinlikleri", "Devlet Yardımı ile Tanıtım Yapılması", "Başarılı Örneklerden Yaralanma", "Kurumlar ve Kişilerce Desteklenme", "İlçe Dışındaki Divriğililerin Tanıtım Yapması", "Afiş ve Broşür Tanıtımları", "Reklam Çalışmaları Yapılması", "Geleneksel Medya Tanıtımları", "Konferans Tanıtımları", "Kamu Spotu Tanıtımları" ve "Sosyal Medya Tanıtımları" kodlarıdır. Keşfedilen kodlara dair frekans dağılım tablosu aşağıda verilmiştir.

Tablo 11: “Turizm Tanıtımına Yönelik Öneriler” Kategorisine Ait Kodların Frekans Dağılım Tablosu

Kod	f
Sosyal Medya Tanıtımları	7
Reklam Çalışmaları Yapılması	6
Afiş ve Broşür Tanıtımları	5
Devlet Yardımı ile Tanıtım Yapılması	3
Kurumlar ve Kişilerce Desteklenme	3
Başarılı Örneklerden Yaralanma	2
İlçe Dışındaki Divriğililerin Tanıtım Yapması	2
Geleneksel Medya Tanıtımları	2
Konferans Tanıtımları	2
Ekonomik Destek Alınması	1
Uluslararası Ulaşımın Kolaylaştırılması	1
Tur Şirketleri ile İş Birliği	1
Tanıtım Günleri Etkinlikleri	1
Kamu Spotu Tanıtımları	1

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Turizm Tanıtımına Yönelik Öneriler” kategorisi altındaki "Sosyal Medya Tanıtımları" kodu 7 defa, "Reklam Çalışmaları Yapılması" kodu 6 defa, "Afiş ve Broşür Tanıtımları" kodu 5 defa, "Devlet Yardımı ile Tanıtım Yapılması", "Kurumlar ve Kişilerce Desteklenme" kodları 3 defa, "Başarılı Örneklerden Yaralanma", "İlçe Dışındaki Divriğililerin Tanıtım Yapması", "Geleneksel Medya Tanıtımları", "Konferans Tanıtımları" kodları 2 defa, "Ekonomik Destek Alınması", "Uluslararası Ulaşımın Kolaylaştırılması", "Tur Şirketleri ile İş Birliği", "Tanıtım Günleri Etkinlikleri" ve "Kamu Spotu Tanıtımları" ise 1 defa kodlanmıştır.

“Yerel Halkın Turizm Tanıtımına Dair Yeterlilik Algıları” kategorisine yönelik bulgular

“Yerel Halkın Turizm Tanıtımına Dair Yeterlilik Algıları” kategorisi altında toplamda 3 adet kod keşfedilmiştir. Bu kodlar "Tanıtımların Yeterli Bulunması", "Gelen Turistlerin Bölgeyi Öğrenerek Gelmesi" ve "Turizm Tanıtımlarının Yetersiz Bulunması" kodlarıdır. Keşfedilen kodlara dair frekans dağılım tablosu aşağıda verilmiştir.

Tablo 12: “Yerel Halkın Turizm Tanıtımına Dair Yeterlilik Algıları” Kategorisine Ait Kodların Frekans Dağılım Tablosu

Kod	f
Turizm Tanıtımlarının Yetersiz Bulunması	22
Gelen Turistlerin Bölgeyi Öğrenerek Gelmesi	4
Tanıtımların Yeterli Bulunması	1

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Yerel Halkın Turizm Tanıtımına Dair Yeterlilik Algıları” kategorisi altında bulunan "Turizm Tanıtımlarının Yetersiz Bulunması" kodu 22 defa, "Gelen Turistlerin Bölgeyi Öğrenerek Gelmesi" kodu 4 defa ve "Tanıtımların Yeterli Bulunması" kodu 1 defa kodlanmıştır.

“Divriği’de Turizm Gelişimine Yönelik Öneriler” temasına yönelik bulgular

“Divriği’de Turizm Gelişimine Yönelik Öneriler” teması altında toplamda 29 adet kod keşfedilmiştir. Bunlar, "Yatırımların Arttırılması", "Bilinmedik Turizm Alanlarının Tanıtılması", "Turizme Yönelik Bir Dernek Oluşturulması", "Resmi Kurumların Müdahalesi", "Yerel Halkın Kaynaklarını Kullanması", "Yeni Doğa Turizmi Alanları Açılması", "Su Kaynaklarının Turizme Uygunlaştırılması", "Esnafın Bilinçlendirilmesi", "Çarşı Etkinlikleri", "Yerel Halkın Bilinçlendirilmesi", "Yerel Halk Ürünlerinde Sürekliliğin Sağlanması", "Yol Haritası Planı Yapılması", "Turistlere Yönelik Yemek Hizmeti Tesisleri Açılması", "Yerel Halk Ürünlerinin Sunumunun Geliştirilmesi", "Acenteler ile Çalışmalar Yapılması",

"Turist İhtiyaçlarının Analiz Edilmesi", "İlçe Altyapısının Geliştirilmesi", "Sivil Toplum Kuruluşlarının Çalışmaları", "Reklam Çalışmaları Yapılması", "Divriğililerin Tanıtım Çalışmaları Yapması", "Festival Organizasyonları", "Rehberlik Hizmetlerinin Geliştirilmesi", "Ulaşımaya Yönelik Düzenlemeler Yapılması", "Konaklama İmkanlarının Geliştirilmesi", "Turizm Ofisleri Kurulması", "Yerel Halk İçin Pazar Yeri Oluşturulması", "Restorasyonlar ile Yeni Tesisleri Açılması", "İş Birliği Organizasyonları Yapılması" ve "Tanıtımların Arttırılması Gerekliliği" kodlarıdır. Keşfedilen kodlara dair frekans dağılım tablosu aşağıda verilmiştir.

Tablo 13: "Divriği'de Turizm Gelişimine Yönelik Öneriler" Temasına Ait Kodların Frekans Dağılımı

Kod	f
Konaklama İmkanlarının Geliştirilmesi	12
Turistlere Yönelik Yemek Hizmeti Tesisleri Açılması	9
Ulaşımaya Yönelik Düzenlemeler Yapılması	7
Reklam Çalışmaları Yapılması	6
Yerel Halkın Kaynaklarını Kullanması	5
Yerel Halkın Bilinçlendirilmesi	5
Esnafın Bilinçlendirilmesi	3
Yerel Halk Ürünlerinin Sunumunun Geliştirilmesi	3
Acenteler ile Çalışmalar Yapılması	3
İlçe Altyapısının Geliştirilmesi	3
Rehberlik Hizmetlerinin Geliştirilmesi	3
Restorasyonlar ile Yeni Tesisleri Açılması	3
Tanıtımların Arttırılması Gerekliliği	3
Yeni Doğa Turizmi Alanları Açılması	2
Çarşı Etkinlikleri	2
Turizm Ofisleri Kurulması	2
Yatırımların Arttırılması	1
Bilinmedik Turizm Alanlarının Tanıtılması	1
Turizme Yönelik Bir Dernek Oluşturulması	1
Resmî Kurumların Müdahalesi	1
Su Kaynaklarının Turizme Uygunlaştırılması	1
Yerel Halk Ürünlerinde Sürekliliğin Sağlanması	1
Yol Haritası Planı Yapılması	1
Turist İhtiyaçlarının Analiz Edilmesi	1
Sivil Toplum Kuruluşlarının Çalışmaları	1
Divriğililerin Tanıtım Çalışmaları Yapması	1
Festival Organizasyonları	1
Yerel Halk İçin Pazar Yeri Oluşturulması	1
İş Birliği Organizasyonları Yapılması	1

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

"Divriği'de Turizm Gelişimine Yönelik Öneriler" teması altında bulunan "Konaklama İmkanlarının Geliştirilmesi" kodu 12 defa, "Turistlere Yönelik Yemek Hizmeti Tesisleri Açılması" kodu 9 defa, "Ulaşımaya Yönelik Düzenlemeler Yapılması" kodu 7 defa, "Reklam Çalışmaları Yapılması" kodu 6 defa, "Yerel Halkın Kaynaklarını Kullanması" ve "Yerel Halkın Bilinçlendirilmesi" kodları 5 defa, "Esnafın Bilinçlendirilmesi", "Yerel Halk Ürünlerinin Sunumunun Geliştirilmesi", "Acenteler ile Çalışmalar Yapılması", "İlçe Altyapısının Geliştirilmesi", "Rehberlik Hizmetlerinin Geliştirilmesi", "Restorasyonlar ile Yeni Tesisleri Açılması" ve "Tanıtımların Arttırılması Gerekliliği" kodları 3 defa, "Yeni Doğa Turizmi Alanları Açılması", "Çarşı Etkinlikleri" ve "Turizm Ofisleri Kurulması" kodları 2 defa, "Yatırımların

içinde kamu kesimince ilçenin sahip olduğu turizm potansiyelini ortaya çıkarmaya yönelik çeşitli projeler yapılmıştır. Ancak bu projelerin de ilçenin sosyal ve ekonomik kalkınmasına dair yeterli katkıyı sunamadıkları görülmüştür.

Günümüzde sürdürülebilir turizm ile destinasyonların turizm faaliyetlerini daha verimli hale getirmeleri mümkündür. Bununla birlikte sürdürülebilirlik kavramı, eğitim ve farkındalık kavramlarını da bünyesinde barındırmaktadır. İlçe halkının, sahip oldukları turizm değerlerinin farkında olması ve bu değerlerin korunarak gelecek kuşaklara aktarması bilinci, ancak yaygın bir turizm eğitimi ile mümkün olabilecektir.

Turizm pazarlaması kapsamında, bazı destinasyon yörelerinin “turizm markası”, “marka kent” ve “turizm köyü” stratejisi geliştirdikleri ve bu sayede uluslararası turizm pazarında da var olmaya çalıştıkları görülmektedir. Zira gerek ulusal gerekse uluslararası ticari pazarda, firmalar için, sahip oldukları ürün ya da hizmeti markalaştırmak, önemli bir pazarlama stratejisidir. Bu açıdan, kamu kuruluşları ve özel girişimlerin ortaklaşa yürüteceği faaliyetlerle Divriği de “marka kent” olma sürecine dahil olabilir. Yapılan markalaşma faaliyetlerinin bir sonuca ulaşması ve sağlam bir zemine oturtulması açısından yol alınan süreç, yetkililerce mutlaka denetlenmeli ve olumsuzluklar tartışılıp sonuca bağlanmalıdır.

Divriği'nin destinasyon komşuları Kemaliye ve Arapkir bölgeleridir. Divriği ana merkez olmak üzere Kemaliye-Divriği-Arapkir destinasyonları turizm açısından mutlaka değerlendirilmeli ve bir destinasyon koridoru oluşturulmalıdır. Destinasyon içindeki turizm rotasının uzaması ve gezi yerlerinin sayısının artması turizm tüketicileri açısından avantaja dönüştürülebilir.

Bölgedeki konaklama tesislerinin yapımında ya da restorasyonunda yörenin mimari kültürü mutlaka dikkate alınmalıdır. Unutulmamalıdır ki turizm tüketicileri için rutinden ziyada sıra dışı olanlar daha fazla dikkat çekmektedir.

Coğrafi açıdan Divriği gerek bağlı bulunduğu Sivas'a gerekse yakın komşuları Erzincan ve Malatya iline uzak mesafede konumlanmıştır. Turizm sektöründe ulaşım hayati önem taşımaktadır. Ulaşımın sağlıklı koşullarda yapılması için yürütülecek faaliyetler ilçe turizminin gelişimini doğrudan etkileyecektir.

Çaltı suyu Divriği'nin önemli bir değeridir. Mevsimine göre Çaltı suyunun debisi artmakta, adrenalin tutkunlarının spor aktiviteleri için uygun hale gelmektedir. Başta rafting olmak üzere çeşitli spor aktiviteleri, uygun altyapı tesislerinin kurulması ile gerçekleştirilebilir.

Coğrafi işaretleme kapsamında Divriği balı ve Divriği kuru kaymağı tescillenmelidir. Coğrafi işaretleme ile bu gıda ürünlerinin satışı yerel ekonomiye katkı sağlayabilir.

Araştırmanın kısıtları da mevcuttur. Örneklemin yalnızca Divriği yerel halkını kapsamaması, görüşme izni alma sıkıntıları, görüş belirtme çekinceleri ve zaman darlığı araştırmanın en önemli kısıtları arasında yer almaktadır.

Hakem Değerlendirmesi / Peer-review:

Dış bağımsız

Externally peer-reviewed

Çıkar Çatışması / Conflict of interests:

Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

The author has no conflict of interest to declare.

Finansal Destek / Grant Support:

Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

The author declared that this study has received no financial support.

Etik Kurul Onayı / Ethics Committee Approval:

Bu çalışma için etik kurul onayı, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırma Önerisi Etik Değerlendirme Etik Kurulu/Komitesinden 11/07/2024 tarihli 2024/1-8 sayılı karar ile alınmıştır.

Ethics committee approval was received for this study from the Sivas Cumhuriyet University Social Sciences Scientific Research Proposal Ethical Evaluation Ethics Committee on 11 July 2024, document number 2024/1-8.

Kaynakça / References

- Altunışık, R., Çoşkun, R., Yıldırım, E. & Bayraktaroğlu, S. (2010) *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Kitapevi
- Arıkan, R. (2005). *Araştırma teknikleri ve rapor hazırlama*. Asil Yayın Dağıtım.
- DİLEK, S. E., & Fatime, B. A. L. (2024). Yerel halkın kültürel mirasa yönelik farkındalık düzeyi: Diyarbakır ili örneği. *Mezopotamya Disiplinlerarası Çalışmalar Dergisi*, 1(1), 45-67.
- Butler, R., & Hinch, T. (Eds.). (2007). *Tourism and indigenous peoples: Issues and implications*. Routledge.
- Britton, S. (1991). Tourism, capital, and place: Towards a critical geography of tourism. *Environment and planning D: society and space*, 9(4), 451-478.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). SAGE Publications
- ÇINAR, K., Ebru, B. A. L., & KAVACIK, S. Z. (2024). Kültür turizminin gelişiminde kültürel etkinliklerin önemi: yerel halkın kültürel etkinlik farkındalığı üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(4), 3036-3057.
- Dann, G. (1996). *The people of tourist brochures*. DALE, C. TR2003..
- De Kadt, E. (1979). *Tourisme passport to development*-Oxford University Press. New York.
- Doswell, R. (2009). *Tourism: How effective management makes the difference*. Routledge.
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of advanced nursing*, 62(1), 107-115. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2007.04569.x>
- Ghaderi, Z., Shahabi, E., Fennell, D., & Khoshkam, M. (2022). Increasing community environmental awareness, participation in conservation, and livelihood enhancement through tourism. *Local Environment*, 27(5), 605-621.
- Husin, A., & Sari, M. P. (2023). The role of the tourism aware group in the economic development of the community of burai tourism village. *Lembaran Ilmu Kependidikan*, 52(1), 82-89.
- Jamal, T., & Stronza, A. (2009). Collaboration theory and tourism practice in protected areas: Stakeholders, structuring and sustainability. *Journal of Sustainable tourism*, 17(2), 169-189.
- Koyun, S. S., & Dilek, S. E. (2024). Kültürel miras unsurlarının turizme kazandırılmasına ilişkin yerel halkın bakışı: Savur-Dereiçi örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 379-398.
- Kuckartz, U., Rädiker, S. (2019). Introduction: analyzing qualitative data with software. *Analyzing qualitative data with MAXQDA: Text, audio, and video*, 1-11.
- Lekaota, L. (2014). *Perceptions on local communities' role and awareness in rural tourism development: a case study from Lesotho*. University of Pretoria (South Africa).
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economics, Physical and Social Impacts*. New York: Longruan, Inc. 20 p.[fecha de consulta: 03 de marzo 2012].
- Michael, M. (2009). *Community involvement and participation in tourism development in Tanzania: a case study of local communities in Barabarani village, MTO WA MBU, Arusha-Tanzania* (Doctoral dissertation, Open Access Te Herenga Waka-Victoria University of Wellington).

- Milne, S., & Ateljevic, I. (2001). Tourism, economic development and the global-local nexus: Theory embracing complexity. *Tourism geographies*, 3(4), 369-393.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods*. Thousand Oaks, Cal.: Sage Publications, 4.
- Rátz, T. (2002). Residents' perceptions of the socio-cultural impacts of tourism at Lake Balaton, Hungary. In *Tourism and sustainable community development* (pp. 54-65). Routledge.
- Saarinen, J., & Niskala, M. (2009). Local culture and regional development: The role of OvaHimba in Namibian tourism. *Tourism strategies and local responses in southern Africa*, 61-72.
- Saarinen, J. (2010). Local tourism awareness: community views in Katutura and King Nehale conservancy, Namibia. *Development Southern Africa*, 27(5), 713-724.
- Scheyvens, R. (2002). *Tourism for development: Empowering communities*. Pearson Education.
- Sihombing, D., Sihombing, M., Lubis, S., & Tarmizi, H. B. (2019). Community tourism awareness influence against tourism development and regional development in north tapanuli regency, indonesia. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 10(3).
- Sihombing, A., Gunawijaya, J., & Akbar, P. N. G. (2017). Local tourism awareness and knowledge: Community views in Wanayasa. *E-Review of Tourism Research*, 14(5/6).
- Stronza, A. (2007). The economic promise of ecotourism for conservation. *Journal of ecotourism*, 6(3), 210-230.
- Telfer, D. J., & Sharpley, R. (2015). *Tourism and development in the developing world*. Routledge.
- Thomas, D. R. (2006). A general inductive approach for analysing qualitative evaluation data. *American journal of evaluation*, 27(2), 237-246. <https://doi.org/10.1177/1098214005283748>
- Timothy, D. J. (2000). Building community awareness of tourism in a developing country destination. *Tourism Recreation Research*, 25(2), 111-116.
- Trajkov, A., Biljan, J., & Kostoski, S. (2011). Destination brandin of ohrid As. *Economic*, 661.
- Yıldırım, A., & Simsek, H. (1999). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (11 baski: 1999-2018).

Research Article

Comparison of the World's longest swimming marathons in terms of economic benefits and destination potential: The case of Yumurtalık-İskenderun, Turkey

Dünyanın en uzun yüzme maratonlarının ekonomik fayda ve destinasyon potansiyeli açısından karşılaştırılması: Türkiye Yumurtalık-İskenderun örneği

¹ PhD Student., İskenderun Technical University, İskenderun, Türkiye, durmus.baysal@iste.edu.tr

ORCID: 0000-0002-5798-9695

² Dr., Republic of Turkey Ministry of Youth and Sports, Ankara, Türkiye, enes.eminoglu@gmail.com

ORCID: 0000-0002-8808-0652

³ Prof. Dr., İskenderun Technical University, İskenderun, Türkiye, nazif.calis@iste.edu.tr

ORCID: 0000-0003-0248-1349

⁴ Boğaziçi Olympic Swimming Sports Club President, İstanbul, Türkiye, asvanli@hotmail.com

ORCID: 0009-0009-1899-6997

⁵ Republic of Turkey Ministry of Youth and Sports, Ankara, Türkiye, yhyk44@hotmail.com

ORCID: 0000-0001-9137-1082

Corresponding Author:

Durmuş Baysal,

İskenderun Technical University,
İskenderun, Türkiye,
durmus.baysal@iste.edu.tr

Submitted: 20/02/2025

Revised: 17/03/2025

Accepted: 18/03/2025

Online Published: 25/03/2025

Atıf/Citation: Baysal, D., Eminoğlu, E., Çalış, N., Vanlı, A. S., Kılıç, Y., Comparison of the World's longest swimming marathons in terms of economic benefits and destination potential: The case of Yumurtalık-İskenderun, Turkey, *tujom* (2025) 10 (1):27-36, doi: <https://doi.org/10.30685/tujom.v10i1.209>

Durmuş Baysal¹  Enes Eminoğlu²  Nazif Çalış³ 

Ahmet Selami Vanlı⁴  Yahya Kılıç⁵ 

Abstract

In this article, the opportunities offered by the Yumurtalık-İskenderun Open Sea Swimming Marathon in terms of economy and sports tourism are examined as the region's potential to become an essential centre among international swimming destinations. The study compares the Yumurtalık-İskenderun swimming marathon in Turkey with other world-renowned swimming marathons such as the English Channel between France and England, Capri-Napoli in Italy, Kalamata-Koroni in Greece and Lake Ohrid in Macedonia-Albania. These comparisons are based on economic benefits, geographical features, historical context and ecological sustainability. First, a literature review was conducted, and then the results obtained by comparative analysis of the destinations were written. The marathon's economic, environmental and social impacts are examined in detail, and regional advantages are evaluated. In addition, the contribution of international swimming destinations to the local economy and tourism is investigated, and the future potential of the Yumurtalık-İskenderun marathon is emphasised. The results show that the Yumurtalık-İskenderun Swimming Marathon, with its 39-kilometre course, has the potential to be an attractive international destination thanks to the strategic location of İskenderun port, the region's natural beauties, historical richness, calm sea conditions and cultural heritage.

Keywords: Destination, Local Development, Sports Tourism, Swimming Marathon

JEL Codes: L83, O18, R11, R58

Öz

Bu makalede, Yumurtalık-İskenderun Açık Deniz Yüzme Maratonu'nun ekonomi ve spor turizmi açısından sunduğu fırsatlar incelenmiş ve bölgenin uluslararası yüzme destinasyonları arasında önemli bir merkez haline gelme potansiyeli değerlendirilmiştir. Çalışmada Türkiye Yumurtalık-İskenderun yüzme maratonunun, Fransa-İngiltere arası Manş Denizi, İtalya'da Capri-Napoli, Yunanistan Kalamata-Koroni ve Makedonya-Arnautluk Ohri Gölü gibi dünya çapında tanınan yüzme maratonları ile karşılaştırılması yapılmıştır. Bu karşılaştırmalar ekonomik faydalar, coğrafi özellikler, tarihsel bağlam ve ekolojik sürdürülebilirlik gibi parametreler üzerinden yapılmıştır. Yöntem olarak öncelikle literatür taraması yapılmış ve daha sonra destinasyonların karşılaştırmalı analizi yapılarak elde edilen sonuçlar yazılmıştır. Maratonun ekonomik, çevresel ve sosyal etkileri detaylı olarak incelenerek bölgesel avantajları değerlendirilmiştir. Ayrıca, uluslararası yüzme destinasyonlarının yerel ekonomiye ve turizme katkıları araştırılarak, Yumurtalık-İskenderun maratonunun geleceğe dönük potansiyeli üzerinde durulmuştur. Sonuçlar, 39 kilometrelik parkuruyla Yumurtalık-İskenderun Yüzme Maratonu'nun İskenderun limanının stratejik konumu, bölgenin doğal güzellikleri, tarihi zenginlikleri, sakin deniz koşulları ve kültürel mirası sayesinde uluslararası cazip bir destinasyon potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon, Yerel Kalkınma, Spor Turizmi, Yüzme Maratonu

JEL Kodları: L83, O18, R11, R58

Introduction

Marathon swimming is an open-water swimming event over long distances, with the unofficial minimum distance considered 10 kilometres (6.21 miles) (Belmonte, 2024; WOWSA, 2011). International swimming marathon races form an essential part of sports tourism and contribute significantly to the economic and social fabric of the destinations where they are organised. Socially, they promote cultural exchange and create strong ties between local people and international participants. They also support sustainable tourism, raise awareness to protect local ecosystems and encourage communities to take environmental responsibility (Çetin, 2023). It also serves as a source of inspiration for young athletes and promotes healthy living habits (Hutchings, 2014). With these aspects, international swimming race marathons can become a sporting event and a strategic tool for destinations' economic and social development (Wilson, 2006).

For example, the English Channel crossing between France and the UK and the Kalamata-Koroni swimming marathons in Greece are two important examples of the global impact of sports tourism. The English Channel, with its variable weather conditions and challenging currents (Tofd.org.tr, 2024), is considered one of the most prestigious swimming marathons in the world and attracts many international athletes to the UK every year for this historic crossing (Arda, 2012). The Kalamata-Koroni swimming marathon in Greece is organised on the calm but long course of Messiniakos Bay (Munatones, 2010). It highlights the region's cultural heritage and natural beauty (Oceanman, 2024). Both events provide unforgettable and exciting experiences for participants and spectators, increase tourism revenues in the regions where they are organised, and provide economic benefits to local communities. These organisations offer financial benefits and raise environmental and social awareness. The English Channel crossing draws attention to environmental protection and marine pollution (Apari, 2022), while the Kalamata marathon offers a cultural experience emphasising traditional Greek hospitality (Discover Greece, 2024).

Italy's Capri-Napoli Swimming Marathon is another prominent example of sports tourism with its clear waters of the Mediterranean Sea and historic coastal scenery. The gruelling 36-kilometre swimming race, organised by the local committee since 1954, extends from the island of Capri to Naples and allows participants to test their mental and physical endurance (Deniz Bülten, 2024). The competition hosts swimmers and spectators worldwide annually, contributing economically to the region's catering, hospitality and transport sectors. On the other hand, it offers the opportunity to promote Italian culture and the Mediterranean lifestyle to participants and spectators. The marathon is a sporting event and supports sustainable tourism and environmental awareness. The route between Capri and Naples, with its historical and natural heritage, attracts the attention of participants and visitors, offering them the opportunity for an unforgettable experience. The various celebrations organised during the competition promote cultural exchange between locals and visitors. The Capri-Napoli swimming marathon race can also symbolise the sport's economic and social impact (Water World Swim, 2024).

The Lake Ohrid Swimming Marathon between Macedonia and Albania is important in international swimming competitions due to the region's natural beauty and historical texture. This competition, which started in 1954, offers athletes from around the world a challenging race experience in Ohrid, one of Europe's oldest and deepest lakes, with its 25-kilometre course. Swimmers compete against the backdrop of Ohrid's beautiful shores and the mountain landscapes close to Albania. This swimming marathon is also of great importance in terms of tourism. This marathon supports the region's economic development and contributes to local tourism, revitalising sectors such as restaurants and accommodation facilities. The Lake Ohrid Swimming Marathon also contributes to raising awareness of environmental protection. The race helps participants and spectators raise awareness about the protection of the lake and provides opportunities for cultural interaction between local people and international athletes. This organisation grows and develops yearly and is more than a sporting event. It also plays a vital role in establishing sustainable tourism and environmental protection awareness (Macedonia Timeless, 2024).

İskenderun-Yumurtalık Open Sea Swimming Marathon is a remarkable event that is a candidate to contribute to local development by combining the natural and cultural richness of the region with sports tourism. The 39-kilometre course offers an attractive challenge for professional and amateur swimmers with the clear waters of İskenderun Bay and the favourable conditions provided by the Mediterranean

climate (Ajansspor 2022). The marathon can bring economic vitality to the region through accommodation, transport and other services for participants and spectators, as well as having the potential to increase the recognition of İskenderun and Yumurtalık in tourism. Such organisations can increase the international awareness of the region and attract more tourists in the long term. This activity can emphasise environmental and social responsibility. Emphasising sensitivity to the Gulf ecosystem and marine conservation awareness can make the local people and visitors more sensitive to the environment. The internationalisation of the marathon may encourage cultural exchange among athletes and spectators and make it stand out as a concrete example of the contribution of sport to economic and social development.

In this article, the potential of the Yumurtalık-İskenderun Gulf Crossing, which has the longest swimming course in the world with its 39 km course, to become a destination centre is discussed by comparing it with other classes.

Method

This article will analyse the document using the literature review method (Randolph and Seyitoğlu 2018). A literature study focusing on the subject was conducted within the research scope, and then general information about the Yumurtalık-İskenderun Bay 39 km Swimming Marathon was presented. Subsequently, a comparative analysis of the Yumurtalık-İskenderun, English Channel, Capri-Napoli, Kalamata-Koroni and Ohrid routes was conducted. In the conclusion section, inferences were made based on the findings obtained, and recommendations were presented.

Literature review

Swimming marathons are not only a sporting event but also important for tourism. Many studies show that large-scale organisations significantly strengthen the tourism image of host cities and contribute to their economy.

In a study by Wilson (2006), it was revealed that it is widely recognised that sporting events can act as a 'catalyst' for economic development. It was found that there are potential financial benefits from hosting major sporting events and that even small-scale local swimming events can make significant monetary contributions to host communities. The study also found that a large proportion of expenditure was on commercial accommodation, followed by spending on food and beverage, shopping and souvenirs.

Banović and Banović's study analysed the effects of the Bar Swimming Marathon in Montenegro on local tourism. In the study, it is emphasised that the marathon increases the tourism potential of the city of Bar and contributes positively to the social and economic structure of the town (Banovic and Banović, 2009).

According to Sun et al.'s study, major sporting events can directly affect local tourism, and participants' sporting experiences significantly shape their motivation to participate in the event (Sun et al., 2011). This finding suggests that the regions where swimming races are organised contribute to recognising the region as a destination by becoming a centre of attraction for participants and spectators.

The attractiveness of the regions where swimming competitions are organised in terms of sports tourism is closely related not only to the motivations of the participants but also to the contributions of the events to the local economy. Han et al. emphasise that major sporting events such as the Olympic Games allow host cities to strengthen their national and international image (Han, Sun, Dong and Le, 2011).

However, although large-scale sporting events increase the tourism potential of host cities, they can also bring some challenges. An and Zhao (2011) examined the opportunities and challenges of major sporting events in cities such as Zhanjiang. The study emphasised that while such events contribute positively to local tourism, they can cause various problems in terms of infrastructure and service quality. Therefore, it is essential that the routes where swimming races are organised are planned and managed to minimise such difficulties.

The case of New Orleans provides significant findings showing how cities where sporting events are organised can stand out with the attractiveness of the events. (Chighizola 2012) stated in his research

that the city's vibrant and unique touristic atmosphere and infrastructure facilities, such as large stadiums and convention facilities, make New Orleans a preferred destination for sporting events.

Another study by Gibson and colleagues stated that small-scale sporting events could be a suitable model for sustainable tourism development (Gibson, Kaplanidou and Kang, 2012).

In a study conducted by Üngören, Kaçmaz and Yetkin (2015), it was revealed that sports events organised in Alanya instilled a sports culture in the local people, strengthened social interaction by increasing the brand value of the destination and provided economic contribution to the region.

The study by Çimen (2017) stated that Turkey's geographical structure offers favourable conditions for extreme sports. It was emphasised that approximately 20% of tourism revenues are obtained from sea tourism, the most demanded type. It has been stated that Turkey has an advantageous position in marine tourism due to its long coastline, clean sea, sandy beaches and natural and historical attractions. In addition, the fact that the sea water is at a temperature suitable for swimming for 8-10 months of the year, combined with natural and historical beauties, increases the interest in open water swimming races. In addition, the low risk of natural storms and shark attacks makes the organisations safer and more participant-friendly. It was also reported that the first open water swimming competition in Turkey was organised in 1955 between Anadolu Kavağı and the Maiden's Tower with the participation of 26 athletes.

A study by Li and Wei (2021) revealed that ecological sports tourism increases people's interaction with nature and offers opportunities to do sports and be intertwined with nature. In this context, it was emphasised that the organisation of swimming races in areas with natural beauty can attract both participants and spectators and increase the touristic attractiveness of these areas.

Ekizoğlu (2023) stated that swimming is as old as human history. He noted that the paintings were discovered due to archaeological studies in caves in Libya, and they are known to date back to 9000 BC, proving that people have been swimming since ancient times. He also stated that Lord Byron's swimming from Europe to Asia in 1810 is considered the beginning of history's first open-water swimming competition. However, he noted that the race organised in an open pool in Liverpool in 1828 and the international swimming race held in London in 1837 are accepted as the history of official swimming competitions.

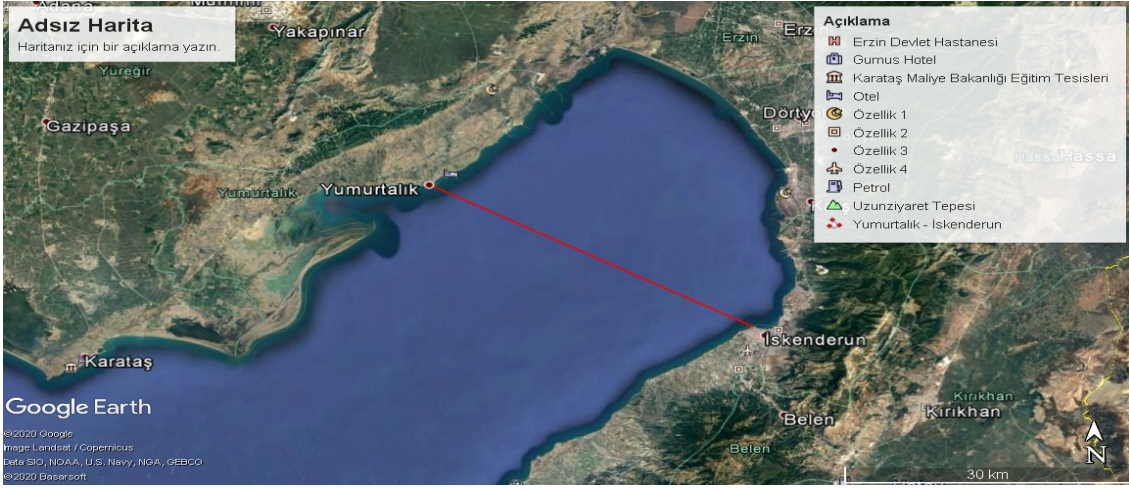
Yumurtalık-İskenderun Bay crossing (39 km) swimming marathon

Start Yumurtalık-İskenderun Bay Open Sea Swimming Marathon was first organised in 2021 and has become an annual event. (Boğaziçi Olimpik Yüzme, 2024).

Organisation: The event is organised under the leadership of Boğaziçi Olympic Swimming Sports Club with the contributions of the Turkish Swimming Federation, Governorship, District Governorship, İskenderun Municipality, Coast Guard Command, District Directorate of Youth Sports and other volunteer organisations. The marathon aims to promote Turkey and İskenderun Bay in the international arena with its different characteristics (Boğaziçi Olimpik Yüzme, 2024).

Race Processes: Both individual swimmers in the solo category and relay teams participate in the competition. In the individual category, solo swimmers swim the distance of 39 kilometres alone. In the race held in 2024, athletes completed this 39 km course in an average of 11 hours and 41 minutes. Relay teams swim in one-hour periods (Karaçay, 2024).

Future Potential: The Turkish Yumurtalık-İskenderun swimming course has the potential to become an essential international destination centre. It is planned to open the organisation to international participation as of this year. This will allow the competition to become a sporting event and a tourism attraction centre thanks to the region's natural beauty and historical richness (Ajansspor 2022).



Picture 1: Competition Route

Source: (Boğaziçi Olimpik Yüzme), 2024



Picture 2: Solo Transition (2021)

Source: From the archive of Ahmet Selami Vanlı, one of the authors.

Comparative analysis of Yumurtalık-İskenderun, English Channel, Capri-Napoli, Kalamata and Ohrid routes

The organisation of swimming races and the participants' performance can be affected by many factors. In particular, the climate of the geographical areas where swimming races are held, water temperature, currents and the sporting culture of local communities are some of the most critical factors affecting the races.

Table 1: Comparative Analysis Table of Yumurtalık-İskenderun, English Channel, Capri-Naples, Kalamata and Ohrid Routes

Competition Route	Distance (km)	Start Year	Distinguishing Features
Turkey / Yumurtalık-İskenderun	39	2021	Calm sea conditions, natural beauties, historical and cultural richness
France-Britain / English Channel	36-40	1875	Complex currents and variable weather conditions
Italy / Capri-Napoli	36	1954	Warm and calm water conditions, historical and touristic richness
Greece / Kalamata-Koroni	30	1991	Local culture and traditions
Macedonia-Albania / Lake Ohri	25-30	1992	Lake ecosystem and environmental sustainability

Source: Created by the authors (Openwaterpedia, 2024).

The Channel Sea swimming marathon between France and England is known for its challenging weather conditions and water currents (MySwimPro, 2022). These races provide a platform that tests participants' endurance and strategic thinking skills. The challenging conditions of the English Channel are an essential factor affecting the athletes' performance.

The Capri-Napoli swim marathon in Italy offers participants mostly warm and calm water conditions under the influence of the Mediterranean climate (Openwaterpedia, 2024). This can positively affect the performance of the athletes.

The marathon of the Kalamata-Koroni swimming competition in Greece is organised in a way that is intertwined with the culture and traditions of the local people (Openwaterpedia, 2024). This race can be considered a sporting event and an event supporting economic development and regional tourism.

The Macedonian-Albanian Lake Ohrid swimming marathon, on the other hand, offers an opportunity to measure the endurance of the athletes as well as to promote the historical and natural beauties of Ohrid (Openwaterpedia, 2024). This international event has become a sport and a tourism activity for Macedonia. The race is organised in the natural beauty of Lake Ohrid and attracts both local and international swimmers every year.

The open sea swimming marathon between Yumurtalık and İskenderun in Turkey is quite remarkable regarding the richness of the region's marine ecosystem (Özyurt et al. 2019) and the historical richness of the region in question. To summarise briefly, Alexander the Great's Victory of Issos took place in this region during the Hellenistic period in 333 BC, and the region witnessed essential events during the Crusades in 1098. Again, the Mongol War in 1268 and the Ottoman-Memluk War in 1516 took place in this region ((T.C. Hatay Valiliği 2024). In addition, the events in which the apostles of Jesus Christ invited people to the belief of monotheism took place in Antakya in this region (Bahadır, 2013). In Samandağ, another district of Hatay very close to İskenderun, another event of religious and cultural significance, such as the story of Hızır-İlyas, has left its mark on the history of the region (T.C. Samandağ Kaymakamlığı, 2024).

These swimming marathons are events that occur internationally in different geographical and cultural contexts and reflect the social, economic and environmental dimensions of sport. Comparative analyses of these races can provide opportunities to understand sports performance and local communities' cultural and economic dynamics.

Conclusions

Swimming competitions are among the oldest and most widespread sports and have an essential place among individual and team sports. These competitions allow participants to showcase their endurance, strategic thinking skills, and physical abilities (Arıkan and Culha, 2023). In this context, the Turkey Yumurtalık-İskenderun Bay open sea marathon, the France-UK English Channel crossing, the Italy Capri-Napoli swimming marathon, the Greece Kalamata-Koroni swimming marathon and Macedonia-Albania Lake Ohrid swimming marathon, are noteworthy as essential events held in different international geographical and cultural contexts. In this study, a comparison of these five swimming races was made.

Turkey Yumurtalık-İskenderun 39 km swimming marathon can be an event that can stand out with the economic development and geographical and cultural characteristics of İskenderun district and can become an attractive destination centre for international swimming marathons with its long course. While the 36 km English Channel Crossing between England and France is known for its challenging currents and variable weather conditions, Iskenderun Bay can provide a different experience for athletes by offering calmer sea conditions. While the 36 km Mediterranean course of the Capri-Napoli Ultra Marathon attracts attention with its historical and touristic richness, the Iskenderun Gulf region's natural beauties and cultural texture may create a similar attraction.

The 25 km race in Lake Ohrid may stand out because it emphasises the lake ecosystem and environmental sustainability. At the same time, the biodiversity and clean sea of Iskenderun Bay may provide a suitable backdrop for an environmentally friendly marathon. The 30 km race in Kalamata Bay could offer a sporting event combined with historical Greek culture. In contrast, the Iskenderun Bay region could provide a similar advantage with its rich Ottoman and regional history.

Compared to all these organisations, the Yumurtalık-Iskenderun swimming marathon can attract attention with its course length, historical richness and natural features. In this context, the Turkey Yumurtalık-İskenderun Bay 39 km Swimming Marathon may gain a firm place among international swimming destinations. It can be an event that can rival the swimming marathon routes organised in other parts of the world. The Mediterranean's natural beauty and cultural heritage can offer a unique

experience to the participants. The region can provide an ideal environment for open-water swimming athletes with its favourable climatic conditions, calm sea water and natural diversity. With these features, the Turkey Yumurtalık-İskenderun Bay swimming marathon can gain a brand identity unlike other swimming marathons.

The Turkey Yumurtalık-İskenderun Swimming Marathon can also significantly contribute to the economic development of İskenderun. This international event can increase the logistics potential of the region (Çapar, 2020) by contributing to the worldwide promotion of İskenderun Port (Tuna, 2024). The recognition of the port can enable the expansion of trade volume and the establishment of new business connections (Dış Ticaret Kursu, 2023). It can strengthen Iskenderun's position as a global hub, especially in maritime transport.

It can also attract more tourists thanks to Hatay's rich historical and cultural heritage (T.C. Hatay Valiliği 2024). The marathon could provide an opportunity to promote local stories such as the historic Victory of Issos, the call of Jesus Christ's apostle to monotheism dating back thousands of years, and the parable of Hızır-İlyas in Samandağ. Tourists coming to the region can stimulate the local economy and contribute to an increase in income in the accommodation, food and beverage and tourism sectors. Thus, sports tourism and economic and cultural development can go hand in hand.

Thousands of competitors, the organisational structures that support them and local and national audiences have participated in the Channel Swimming marathon (Channel Swimming & Piloting Federation, 2025). This intense participation brings economic vitality to the region in many sectors, such as travel, accommodation and food and beverage. The popularity of the competition directly contributes to the region's economy (Sen, 2004). Similarly, the Bosphorus Swimming Race, organised in the Bosphorus Strait in Turkey, is a marathon-like event with a length of 6.5 km and the participation of thousands of competitors from 78 countries. It is recognised internationally as one of the 'World's 100 Best Open Water Swimming Races' by the World Open Water Swimming Association (WOWSA) (Boğaziçi Olimpiyat, 2024). In terms of tourism revenues, such events create critical economic resources for the region where they are organised. As in the case of the English Channel and the Bosphorus Swimming Race, the Yumurtalık-İskenderun Bay Crossing Marathon has a similar potential in the future and could make positive economic contributions at both local and national levels.

Considering the sportive, economic and cultural impacts of the Turkey Yumurtalık-İskenderun Swimming Marathon, it may contribute to the literature to examine the effects of the event on regional development, environmental sustainability and marine ecosystem through more comprehensive interdisciplinary studies in the future.

Peer-review:

Externally peer-reviewed

Conflict of interests:

The authors have no conflict of interest to declare.

Grant Support:

The authors declared that this study has received no financial support.

Ethical Statement:

The study does not require approval from the ethics committee. The main idea and organisation of the article belong to the authors. Generative artificial intelligence summarised the sources and made grammatical corrections in paragraphs. Since this study was carried out for the first time in the field, the websites of local and international internet resources were utilised.

Author Contributions:

Idea/Concept/ Design: D.B. Data Collection and/or Processing: A.S.V., D.B. Analysis and/or Interpretation: D.B., E.E., N.Ç., A.S.V., Y.K. Literature Review: D.B., N.Ç. Writing the Article: D.B., N.Ç. Critical Review: E.E., N.Ç., A.S.V., Y.K. Approval: D.B., E.E., N.Ç., A.S.V., Y.K.

References

- Ajansspor. (2022). "Dünyanın En Uzun Yüzme Maratonu İskenderun'da." Retrieved March 6, 2025 (<https://ajansspor.com/haber/dunyanin-en-uzun-yuzme-maratonu-iskenderunda-616186>).
- An, Jian-qun, and Yong-feng Zhao. (2011). "The Opportunities and Challenges Brought by 2014 Guangdong Provincial Sports Meeting to Zhanjiang's Tourism." doi: 10.1109/ICMSS.2011.5999249.
- Aparı, Saadet Firdevs. (2022). "İngiltere'de Kanalizasyon Sularının Manş Denizi'ne Boşaltılması AB'de Endişeye Yol Açtı." Retrieved March 6, 2025 (<https://www.aa.com.tr/tr/yesilhat/kirlilik/ingilterede-kanalizasyon-sularinin-mans-denizine-bosaltilmasi-abde-endiseye-yol-acti/1817355>).
- Arda, Kerem. (2012). "Çılgın Türkler Manş Denizinde." Retrieved March 6, 2025 (<https://www.yuzme.com.tr/cilgin-turkler-mans-denizinde.html>).
- Arikan, Gökhan, and Ali Culha. (2023). "Üniversite Öğrencilerinin Yüzme Kavramına İlişkin Metaforik Algıları Metaphorical Perceptions of University Students on the Concept of Swimming." *Journal of Sports and Performance Researches* 14(1):43–58. doi: 10.17155/omuspd.
- Bahadır, Gürhan. (2013). "Hristiyanlığın Antakya'da Şekillenmesi ve Habib-i Neccar." *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 10(23):207–14.
- Banovic, Miodrag ; Banovic, Vladimir. (2009). "Affect Of Bar Swimming Marathon On The Construction Of An Indoor Swimming Pool." *Sport Mont* 6(18-19–20):332–38.
- Belmonte, Óscar López. (2024). "Analysis of Performance Determinants in Open Water Swimmers and Triathletes." Granada.
- Boğaziçi Olimpiyat. (2024). "Boğaziçi Kıtalararası Yüzme Yarışı." Retrieved March 6, 2025 (<https://bogazici.olimpiyat.org.tr/tr/competition>).
- Çapar, Onur. (2020). "Birinci Dünya Savaşı Sonrasında Doğu Akdeniz'de Stratejik Bir Fransız Yatırımı: İskenderun Limanı." *Akademik Tarih ve Araştırmalar Dergisi* 3(2):76–106.
- Çetin, Arif. (2023). "Spor Turizmi ve Spor Etkinlikleri Üzerine Bir Derleme." *Türkiye Spor Bilimleri Dergisi* 7(1):49–58. doi: 10.32706/tusbid.1293281.
- Channel Swimming & Piloting Federation. (2025). "History." CS&PF. Retrieved March 7, 2025 (<https://cspf.co.uk/>).
- Chighizola, Kristen E. (2012). "Where the Good Times Roll: New Orleans as a Destination for Sports Event Tourism." Louisiana State University Louisiana State University.
- Çimen, Kubilay. (2017). "Uluslararası Açık Su Yüzme Yarışları Katılımcı Profili ve Rekreatif Turizm Potansiyelinin İncelenmesi (Bodrum Örneği)." *Spor Eğitim Dergisi* 1(1):42.
- Deniz Bülten. (2024). "Emre Erdoğan, Capri-Napoli Yüzme Ultra Maratonu'nda Birinci Oldu." Retrieved March 6, 2025 (<https://www.denizbulten.com/emre-erdogan-capri-napoli-yuzme-ultra-maratonunda-birinci-oldu-54843h.htm>).
- Discover Greece. (2024). "Kalamata: Traditional Food Tour & Olive Oil Tasting." Retrieved March 6, 2025 (<https://www.discovergreece.com/activities-tours/kalamata-traditional-food-tour-olive-oil-tasting>).
- Dış Ticaret Kursu. (2023). "İskenderun Limanı ve Ekonomik Etkileri." Retrieved March 6, 2025 (<https://www.disticaretkursu.pro/iskenderun-limani-ve-ekonomik-etkileri.html>).

- Ekizoğlu, Özlem. (2023). "Açık Su Yüzme Sporcularının Spora Bağlılıklarının Yaşam Doyumuna Etkisi." *Spor Eğitim Dergisi* 7(1):68–76. doi: 10.55238/seder.1260479.
- Gibson, Heather J., Kyriaki Kaplanidou, and Sung Jin Kang. (2012). "Small-Scale Event Sport Tourism: A Case Study in Sustainable Tourism." *Sport Management Review* 15(2):160–70. doi: <https://doi.org/10.1016/j.smr.2011.08.013>.
- Han, Yichen; Sun, Haojie; Dong, Yu; Li, Yong. (2011). "The Sports Tourism Impacts - The Case Study of Olympics Event." in *Future Computer Science and Education (ICFCSE), 2011 International Conference on*. <https://www.researchgate.net/>.
- Hutchings, Janet. (2014). "The Significance of a Third Place: An Ethnography of Masters Swimming." Bournemouth University.
- Karaçay, Yusuf Cemil. (2024). "İskenderun'da Açık Deniz Maratonu Tamamlandı." Retrieved March 6, 2025 (<https://antakyagazetesi.com/iskenderunda-acik-deniz-maratonu-tamamlandi/>).
- Li, Fawei, and Wei Wei. (2021). "Research on Ecological Sports Tourism Market Development in Lanzhou Based on Data Analysis." Pp. 37–40 in *2021 International Conference on Big Data and Intelligent Decision Making (BDIDM)*.
- Macedonia Timeless. (2024). "Ohri Maratonu." Retrieved March 6, 2025 (<https://macedonia-timeless.com/tur/yaplacekeyler/duyulararaclylamakedonyayahissetmek/sespgelenekveorganizasyonlar/sporetkinlikleri/ohrimaratonu>).
- Munatones, Steven. (2010). "Kalamata-Koroni Marathon Record Holders." Retrieved March 6, 2025 (<https://www.openwaterswimming.com/kalamata-koroni-marathon-record-holders/>).
- MySwimPro. (2022). "Oceans Seven: The 7 Most Dangerous Swims in the World." Retrieved March 6, 2025 (<https://blog-myswimpro-com>).
- Oceanman. (2024). "<https://Oceanmanswim.Com/Kalamata-Greece/>." Retrieved March 6, 2025 (<https://oceanmanswim.com/kalamata-greece/>).
- Openwaterpedia. (2024). "World's Top 100 Open Water Swims." Retrieved March 6, 2025 (https://www.openwaterpedia.com/wiki/World%27s_Top_100_Open_Water_Swims).
- Özyurt, Caner Enver, Volkan Barış Kiyaya, Şefik Surhan Tabakoğlu, and Gülsün Özyurt. (2019). "Yumurtalık Koyu'nda (İskenderun Körfezi), Lüfer Avcılığında Kullanılan Bölgesel Bir Olta Takımının İncelenmesi: Avantaj, Dezavantaj ve Tehditler." *Acta Aquatica Turcica* 15(1):26–34. doi: 10.22392/egirdir.430485.
- Randolph, Justus J., and Faruk Seyitoğlu. (2018). "Tez Yazımı İçin Bir Alanyazın Taraması Kılavuzu. A Guide to Writing the Dissertation Literature Review." *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi* 29(2):251–64.
- Sen, Soutetsu. (2004). *The Channel Tunnel and Its Impact on Tourism in the United Kingdom*.
- Sun, M. L. Sun; Lin, Y. H. (2011). "The Effects of Motivation, Background, Attraction and Loyalty in the 2010 International Thousands Swimming Cross to Sun Moon Lake." in *2011 IEEE International Summer Conference of Asia Pacific Business Innovation and Technology Management*. Infona.
- T.C. Hatay Valiliği. (2024). "Tarihsel Süreci İçinde Hatayda Kültür ve Uygarlık." Retrieved March 6, 2025 (<http://hatay.gov.tr/tarihsel-surec-icinde-hatayda-kultur-ve-uygarlik>).
- T.C. Samandağ Kaymakamlığı. (2024). "Hz. Musa'nın Bastonunun Yeşerdiği Yer." Retrieved March 6, 2025 (<http://www.samandag.gov.tr/hz-musanin-bastonunun-yeserdigi-yer>).
- TOFD. (2024). "Mañş Denizi'ni Yüzerek Geçti." Retrieved March 6, 2025 (<https://tofd.org.tr/mans-denizini-yuzerek-gecti/>).
- Tuna, Ozan; Yaman, Muzaffer; Kılıç, Abdullah Talha. (2024). "Doğu Akdeniz'de Türkiye İçin Önemli Bir Güç Çarpanı: İskenderun Limanı ve Stratejik Önemi." *Güvenlik Stratejileri Dergisi* 20(48):215–38. doi: 10.17752/guvenlikstrtj.

- Üngören, Engin, Yaşar Yiğit Kaçmaz, and Murat Yetkin. (2015). "Local Residents Perceptions of the Impacts of Hosting National and International Sporting Events." *International Journal of Science Culture and Sport* (3):599–599. doi: 10.14486/ijscs326.
- Water World Swim. (2024). "Gulf Marathon, Italy - TBA 2025 Capri-Napoli." Retrieved March 6, 2025 (<https://waterworldswim.com/capri-napoli/>).
- Wilson, Robert. (2006). "The Economic Impact of Local Sport Events: Significant, Limited or Otherwise? A Case Study of Four Swimming Events." *Managing Leisure* 11(1):57–70. doi: 10.1080/13606710500445718.
- WOWSA. (2011). "What Is The Defined Distance Of A Marathon Swim?" *Open Water Swimming*. Retrieved March 7, 2025 (<https://www.openwaterswimming.com/what-is-defined-distance-of-marathon/>).

Turkish Journal of Marketing [TUJOM] is an international, peer-reviewed multidisciplinary journal dedicated to publishing scholarly articles on all aspects of Marketing and Marketing Sciences. Available online and published 3 times a year, the journal aims to become one of the leading platforms in the world for new findings and discussions of all fields of Marketing and Marketing Sciences.

THE POSITION OF TURKISH JOURNAL OF MARKETING PUBLISHING ETHICS

Turkish Journal of Marketing [TUJOM] is committed to maintaining the highest ethical standards for all parties involved in the act of publishing in a peer-reviewed journal: the author, the editor of the journal, the peer reviewer and the publisher.

The publishing ethics of Turkish Journal of Marketing, both internally and externally, are based on- and adhere to- the Double-blind refereeing process is applied in the journal TUJOM. Referee and the author (s) are unaware of the identity of each other. Scientific studies are sent to at least two referees in the evaluation process.

EDITOR RESPONSIBILITIES

Accountability:

The editors of Turkish Journal of Marketing [TUJOM] are accountable and responsible for deciding which of the articles submitted to the journal should be published. The editor may be guided by the policies of the journal's editorial board and constrained by such legal requirements as shall then be in force regarding libel, copyright infringement and plagiarism. The editor may confer with other editors or reviewers in making this decision.

Impartiality:

The reviewing process and publication decision will occur without regard to race, gender, sexual orientation, religious belief, ethnic origin, citizenship, or political philosophy of the authors.

Confidentiality:

The editor(s) and any editorial staff will not disclose any information about a submitted manuscript to anyone other than the corresponding author, reviewers, potential reviewers, other editorial advisers, and the publisher, as appropriate.

Disclosure and Conflicts of Interest:

Unpublished materials disclosed in a submitted manuscript will not be used in an editor's own research without the express written consent of the author. Privileged information or ideas obtained through peer review will be kept confidential and not used for personal benefits. Editors make fair and unbiased decisions independent of commercial considerations, and ensure a fair and appropriate peer-review process. Editors recuse themselves (i.e. should ask a co-editor, associate editor or other member of the editorial board instead to review and consider) from considering manuscripts in which they have conflicts of interest resulting from competitive, collaborative, or other relationships or connections with any of the authors, companies, or (possibly) institutions connected to the papers. Editors will require all contributors to disclose relevant competing interests and publish corrections if competing interests are revealed after publication. If needed, other appropriate action will be taken, such as the publication of a retraction or expression of concern.

Involvement and Cooperation in Investigations:

Editors of Turkish Journal of Marketing [TUJOM] will guard the integrity of the published record by issuing corrections and retractions when needed and pursuing suspected or alleged research and publication misconduct. Editors should

pursue reviewer and editorial misconduct. An editor should take reasonably responsive measures when ethical complaints have been presented concerning a submitted manuscript or published paper, in conjunction with the publisher (or society). Such measures will generally include contacting the author of the manuscript or paper and giving due consideration of the respective complaint or claims made, but may also include further communications to the relevant institutions and research bodies, and if the complaint is upheld, the publication of a correction, retraction, expression of concern, or other note, as may be relevant. Every reported act of unethical publishing behaviour must be looked into, even if it is discovered years after publication.

REVIEWERS RESPONSIBILITIES

Contribution to Editorial Decisions:

Peer review assists the editor in making editorial decisions and through the editorial communications with the author may also assist the author in improving the paper.

Promptness:

Any selected referee who feels unqualified to review the research reported in a manuscript or knows that its prompt review will be impossible should notify the editor and excuse himself/herself from the review process.

Confidentiality:

Any manuscripts received for review must be treated as confidential documents. They must not be shown to, or discussed with others except as authorized by the editor.

Standards of Objectivity:

Reviews should be conducted objectively. Personal criticism of the author is inappropriate. Referees should express their views clearly with supporting arguments.

Acknowledgement of Sources:

Reviewers should identify relevant published work that has not been cited by the authors. Any statement that an observation, derivation, or argument had been previously reported should be accompanied by the relevant citation. A reviewer should also call to the editor's attention any substantial similarity or overlap between the manuscript under consideration and any other published paper of which they have personal knowledge.

Disclosure and Conflict of Interest:

Privileged information or ideas obtained through peer review must be kept confidential and not used for personal benefit. Reviewers should not consider manuscripts in which they have conflicts of interest resulting from competitive, collaborative, or other relationships or connections with any of the authors, companies, or institutions connected to the papers.

AUTHOR RESPONSIBILITIES

Reporting Standards:

Authors should present their results clearly, honestly, and without fabrication, falsification or inappropriate data manipulation. Authors should describe their methods clearly and unambiguously so that their findings can be confirmed by others.

Originality, Plagiarism and Acknowledgement of Sources:

Authors should adhere to publication requirements that submitted work is original, is not plagiarized, and has not been published elsewhere - fraudulent or knowingly inaccurate statements constitute unethical behaviour and are unacceptable. If an author has used the work and/or words of others, that this original is been appropriately cited or quoted and accurately reflects individuals' contributions to the work and its reporting.

Data Access and Retention:

Authors may be asked to provide the raw data in connection with a paper for editorial review, and should in any event be prepared to retain such data for a reasonable time after publication.

Ethics:

Authors should only submit papers only on work that has been conducted in an ethical and responsible manner and that complies with all relevant legislation.

Disclosure and Conflicts of Interest:

All authors should disclose in their manuscript any financial or other substantive conflict of interest that might be construed to influence the results or interpretation of their manuscript. All sources of financial support for the project should be disclosed.

Authorship of the Paper:

Authorship should be limited to those who have made a significant contribution to the conception, design, execution, or interpretation of the reported study. All those who have made significant contributions should be listed as co-authors. Where there are others who have participated in certain substantive aspects of the research project, they should be acknowledged or listed as contributors. The corresponding author should ensure that all appropriate co-authors and no inappropriate co-authors are included on the paper, and that all co-authors have seen and approved the final version of the paper and have agreed to its submission for publication.

Multiple, Redundant or Concurrent Publication:

An author should not in general publish manuscripts describing essentially the same research in more than one journal or primary publication. Submitting the same manuscript to more than one journal concurrently constitutes unethical publishing behaviour and is unacceptable.

Fundamental Errors in Published Works:

When an author discovers a significant error or inaccuracy in his/her own published work, it is the author's obligation to promptly notify the journal editor or publisher and cooperate with the editor to retract or correct the paper. If the editor or the publisher learns from a third party that a published work contains a significant error, it is the obligation of the author to promptly retract or correct the paper or provide evidence to the editor of the correctness of the original paper.

PUBLISHER'S RESPONSIBILITIES

Turkish Journal of Marketing, as the publisher of TUJOM, encourages the editors to follow the the Double-blind refereeing process. Referee and the author (s) are unaware of the identity of each other. Scientific studies are sent to at least two referees in the evaluation process. Publisher defines the relationship between publisher, editor and other parties in a contract, respect privacy (for example, for research participants, for authors, for peer reviewers), protects intellectual property and copyright, and fosters editorial independence.

Publisher works with journal editors to set journal policies appropriately and aim to meet those policies, particularly with respect to:

- Editorial independence,
- Research ethics, including confidentiality, consent, and the special requirements for human and animal research,
- Authorship,
- Transparency and integrity (for example, conflicts of interest, research funding, reporting standards,
- Peer review and the role of the editorial team beyond that of the journal editor,
- Appeals and complaints,

Publisher works with journal editors to:

- Communicate journal policies (for example, to authors, readers, peer reviewers),
review journal policies periodically, particularly with respect to new recommendations from the Double-blind refereeing guidelines,
- Maintain the integrity of the academic record,
- Assist the parties (for example, institutions, grant funders, governing bodies) responsible for the investigation of suspected research and publication misconduct and, where possible, facilitate in the resolution of these cases,
- Publish corrections, clarifications, and retractions and
- Publish content on a timely basis.

PUBLISHER

EDITOR-IN-CHIEF



Prof. Dr. Ali Çağlar ÇAKMAK

Turkish Journal of Marketing [TUJOM], Pazarlama ve Pazarlama bilimlerinin tüm yönleri üzerine olan bilimsel makaleleri yayınlamaya kendini adanmış, diğer akran hakemlerin değerlendirmelerine tâbi, çoklu bilim dalından oluşan, uluslararası bir dergidir. İnternet üzerinden online olarak yılda 3 kez yayınlanan dergimiz, Pazarlama ve Pazarlama bilimleri ile ilgili tüm alanlardaki yeni bulgular ve değerlendirmeler üzerine dünyadaki lider platformlardan biri olmayı hedeflemektedir.

TURKISH JOURNAL OF MARKETING [TUJOM] DERGİSİNDEKİ MAKALELERİN YAYIN ETİĞİ KURALLARI AÇISINDAN DURUMU

Turkish Journal of Marketing [TUJOM], akran hakemlerin değerlendirmelerine tâbi olup, bir derginin yayınlanmasında yer alan tüm tarafların en yüksek etik kurallar çerçevesinde davranmalarını sağlamayı taahhüt etmiştir. Bu taraflar; yazarlar, derginin editörü, yardımcı/bölüm editörleri, akran hakemler ve yayımcıdır.

TUJOM yayın etiği kuralları, içeride ve dışarıda, “çift-körleme hakemlik sürecine”, yani makale yazar(lar)ının ve hakemlerin kimliklerinin birbirlerinden gizlenerek yapılan bir yöntemle incelenmesi üzerine kuruludur ve bu ilkeye sâdik kalınarak uygulanır. Bilimsel çalışmalar, değerlendirme aşamasında en az iki hakeme (değerlendiriciye) gönderilir.

EDİTÖR'ÜN SORUMLULUKLARI

Hesap Verebilirlik:

Turkish Journal of Marketing [TUJOM] dergisinin editörleri, dergiye gönderilen makalelerden hangilerinin yayınlanacağı hususunda karar verme aşamasından sorumludurlar ve bu konuda hesap verme konumundadırlar. Editör, derginin yayın kurulunun ilkeleri doğrultusunda yönlendirilebilir ve sonradan yürürlüğe girebilecek olan yayın yoluyla hakaret, telif hakkı ihlali ve eser hırsızlığı gibi yasal şartlar nedeniyle sınırlandırılabilir. Editör, bu kararı verirken diğer editörler ya da hakemlerle bu durumu müzakere edebilir.

Tarafsızlık:

Makalelerin değerlendirme ve yayınlanma kararı aşaması; yazarların ırk, cinsiyet, cinsel yönelim, dinî inanç, etnik köken, tabiiyet veya siyasi felsefesine bakılmaksızın gerçekleşecektir.

Gizlilik:

Editör(ler) ve editör kurulu, gönderilen bir taslakla ilgili herhangi bir bilgiyi, -eğer açıklamak uygun görülürse- ilgili yazar, hakemler, potansiyel hakemler, diğer yayın danışmanları ve yayıncı dışında hiç kimseye açıklamayacaklardır.

Bilgilendirme ve Çıkar Çatışması:

Yayın için gönderilen bir taslakta açığa çıkmış ama yayınlanmamış materyaller, yazarın açık rızası olmadan editörün kişisel araştırmasında kullanılamaz. Bağımsız değerlendirme sonucu elde edilen seçkin bilgi ve fikirler gizli tutulacak ve kişisel çıkarlar için kullanılmayacaktır. Editörler, ticarî kaygılardan bağımsız, âdil ve önyargısız kararlar verirler ve âdil ve uygun bir bağımsız değerlendirme sürecini temin ederler. Editörler rekabete dayanan, ortak çalışmaya dayalı ya da başka ilişkilerden kaynaklı veya makalelerle bağlantılı herhangi bir yazar, şirket ya da muhtemel kurum bağlantıları sebebiyle ortaya çıkan çıkar çatışmalarının olduğu makale taslaklarının değerlendirmesinden feragât ederler, geri çekilirler, (başka bir deyişle, diğer editör, yardımcı editör veya yayın kurulundan başka birisinin bu değerlendirmeyi kendisinin yerine yapmasını isterler). Eğer bu faydalar yayından sonra meydana çıkarsa editörler, tüm katılımcılardan çatışan çıkar unsurlarını açıklamalarını ve düzeltmeleri yayınlamalarını isterler. Eğer ihtiyaç duyulursa, cayma kararının yayınlanması ya da kaygıların ifade edilmesi gibi başka uygun tedbirler alınır.

Soruşturmalara Katılım ve İşbirliği:

TUJOM Editörleri, ihtiyaç halinde düzeltmeleri ve cayma durumlarını bildirerek ve şüpheli veya şüpheli iddiası olan araştırmaları ve yayın suiistimallerini takip ederek yayınlanmış belgenin bütünlüğünü sağlayacaktır. Editörler, hakem ve

yazı işleri ile ilgili suiistimalleri takip etmelidirler. Bir editör; başvuru yapılmış bir makale taslağı ya da yayımlanmış bir makale ile ilgili olarak yayıncı veya toplumla bağlantılı olan yayın etiği ile ilgili şikayetler yapılmışsa bunlarla ilgili makul cevabı önlemleri almalıdır. Bu tür önlemler genelde makale taslağının ya da yayımlanmış makalenin yazarıyla bağlantı kurmak veya ilgili şikâyet ya da ortaya konulan iddiaya gereken önemi vermek şeklinde olabildiği gibi, ilgili kurumlar ve araştırma organlarıyla daha ileri seviyede bağlantılar kurmak şeklinde de olabilir. Eğer iddia onanırsa, ilgili olması halinde, düzeltmenin, cayma durumunun yayınlanması, kaygı ya da başka bir bilginin ifade edilmesi şeklinde olması da mümkündür. Bildirilen her bir etik dışı yayın davranışı hareketi, yayımdan yıllar sonra bile ortaya çıkarılsa mutlaka soruşturulmalıdır.

HAKEMLERİN SORUMLULUKLARI

Editöryal Kararlara Katkı:

Akran değerlendirmesi, editöre, yayıncıya ilgili kararlar vermesinde ve editörün yazarla editöryal iletişimine, yazarın makaleyi geliştirmesine yardımcı olur.

Hızlı Davranma:

Seçilmiş herhangi bir hakem; bir makale taslağında ortaya konan araştırmayı gözden geçirme konusunda kendisini yetersiz hissederse veya taslağın hızlı ve objektif bir şekilde gözden geçirilmesinin mümkün olamayacağını bilirse, editörü bilgilendirmeli ve değerlendirme sürecinden alınmasını istemelidir.

Gizlilik:

Değerlendirme için gelen herhangi bir makale taslağı, 'gizli doküman' olarak kabul edilmelidir. Bu dokümanlar editör tarafından yetkilendirilmiş kişiler dışında kimseye gösterilmemeli veya kimseyle tartışılmamalıdır.

Objektiflik Standartları:

Değerlendirmeler objektiflik ilkeleri çerçevesinde ele alınmalıdır. Yazarın şahsına yönelik kişisel eleştiri doğru değildir. Hakemler, düşüncelerini, destekleyici argümanlarla/delillerle açık ve net bir şekilde ortaya koymalıdır.

Alıntılanan Kaynakların Belirtilmesi:

Hakemler, yazarlar tarafından belirtilmeyen ilgili yayımlanmış eserlerin neler olduğunu bulup ortaya çıkarmalıdır. Önceden bildirilmiş olan bir gözlem, türetme veya görüş öne sürme ile ilgili herhangi bir bildirim, ilgili alıntı ile beraber olmalıdır. Bir hakem, değerlendirilmekte olan makale taslağı ile kişisel bilgisi dâhilinde olan başka herhangi bir yayımlanmış makale arasındaki kayda değer bir benzerlik veya örtüşmeye, editörün dikkatini çekmelidir.

Bilgilendirme ve Çıkar Çatışması:

Bağımsız değerlendirme sonucu elde edilen seçkin bilgi ve fikirler gizli tutulacak ve kişisel çıkarlar için kullanılmayacaktır. Hakemler; rekabete dayanan, ortak çalışmaya dayalı ya da başka ilişkilerden kaynaklı veya makalelerle bağlantılı herhangi bir yazar, şirket ya da muhtemel kurum bağlantıları sebebiyle ortaya çıkan çıkar çatışmalarının olduğu makale taslaklarını değerlendirmemelidirler.

YAZARLARIN SORUMLULUKLARI

Standartların Bildirimi:

Yazarlar, buldukları sonuçları açık ve net bir biçimde, dürüstçe ve uydurmadan, üzerinde tahrifat veya uygun olmayan veri manipülasyonu yapmadan sunmalıdırlar. Yazarlar, metodlarını açık ve net bir biçimde, belirsizliğe meydan vermeyecek bir tarzda anlatmalılar ki böylece bulguları başkaları tarafından doğrulanabilsin.

Özgünlük, İntihal ve Alıntılanan Kaynakların Belirtilmesi:

Yazarlar, sunulan çalışmanın orijinal olması, aşırma olmaması, başka bir yerde yayımlanmamış olması gibi yayın gereksinimlerine bağlı kalmalıdır. Aksi takdirde düzmece ya da bilerek ifade edilen gerçek dışı beyanlar, yayın etiğine uygun olmayan bir davranış teşkil eder ve bu durum kabul edilemez. Bir yazar; başkalarının çalışmalarını ve/veya kelimelerini kullandıysa, bu durum, orijinalinin uygun şekilde iktibas edildiği ya da bire bir alıntılanmış ve böylelikle bireylerin bu işe katkılarının doğru şekilde gösterildiği anlamına gelir.

Veri Girişi ve Veriyi Tutma:

Yazarların, yayımla ilgili bir editöryal değerlendirme durumuyla bağlantılı olarak kullandıkları ham veriyi vermeleri istenebilir. Böyle bir durumda yazarların, yayımlandıktan sonra bu tarz bir bilgiyi makul bir süre saklamaya hazırlıklı olmaları gerekir.

Yayın Etiği Kuralları:

Yazarlar, sadece yayın etiği ve sorumluluk çerçevesinde yürütülen ve tüm ilgili mevzuata uygun çalışmalarını, makale başvurusu olarak sunmalıdır.

Bilgilendirme ve Çıkar Çatışmaları:

Tüm yazarlar makale taslaklarında yer alan, bu taslaklarının sonuçlarını ya da tercümesini etkileyeceği yönünde yorumlanabilecek herhangi bir finansal ya da maddi çıkar anlaşmazlığını bildirmek durumundadırlar. Projeye ilgili tüm maddi kaynaklar açıklanmalıdır.

Eser Sahipliği:

Eser sahipliği, sunulan çalışmanın düşünce, tasarım, icra veya çevirisine önemli derecede katkı sunanlarla sınırlandırılmalıdır. Kayda değer bir katkıda bulunanların hepsi yazar listesinde yer almalıdır. Araştırma projesinin belli maddi yönleriyle ilgili katılım gösterenler olması durumunda da bu kişiler 'teşekkür edilenler' olarak belirtilmeli ya da 'katkıda bulunanlar' olarak listelenmelidir. Sorumlu yazar, uygun tüm yazarların makalede yer aldığından, uygun olmayanların da yer almadığından ve ayrıca tüm yazarların makalenin son halini gördüğünden ve yayın için teslim edilmesine onay verdiklerinden emin olmalıdır.

Çoklu, Gereksiz ve Eş-Zamanlı Yayım:

Bir yazar aslında aynı araştırmayı anlatan bir makale taslağını genel olarak birden fazla dergide veya ilk yayından fazla yayımlamamalıdır. Aynı makale taslağını eş zamanlı olarak birden fazla dergiye göndermek yayın etiğine uymaz ve kabul edilemez.

Yayımlanan Eserlerdeki Temel Hatalar:

Bir yazar kendisine ait yayımlanmış bir çalışmada, önemli bir hata veya yanlışlık ya da gerçek olmayan bir bilgi tespit ettiğinde, hızlı bir şekilde derginin editörünü bilgilendirmelidir. Makaleyi düzeltmek veya geri çekmek için editörle iş birliği yapmak, yazarın yükümlülüğündedir. Eğer editör ya da yayıncı, yayımlanan makalede önemli bir hata olduğunu üçüncü taraftan öğrenirse, hızlı bir şekilde makaleyi geri çekmek ya da düzeltmek veyahut orijinal makalenin doğruluğunu gösterir kanıtı editöre sunmak da yine yazarın yükümlülüğü altındadır.

YAYIMCININ SORUMLULUKLARI

Turkish Journal of Marketing [TUJOM] Dergisi Yayımcısı, editörleri “çift-körleme” hakemlik süreci konusunda cesaretlendirmektedir. Hakemler ve yazar(lar) birbirlerinin kimliklerinden habersizdirler. Bilimsel çalışmalar, değerlendirme sürecinde en az iki hakeme gönderilir. Yayımcı, kendisi, editör ve diğer taraflarla arasındaki ilişkiyi bir sözleşmede belirtir, gizlilik ilkesine riayet eder (mesela, araştırma katılımcılarının, yazarların ve akran hakemlerin gizliliği), fikrî mülkiyet hakkını ve telif hakkını korur ve yazı işlerinde bağımsızlığı teşvik eder.

Yayımcı, olması gerektiği şekliyle dergi ilkelerini belirlemek için dergi editörleriyle birlikte çalışır ve bu ilkeleri yerine getirmeyi özellikle şu hususlar bakımından amaç edinir:

- ❖ Yazı işleri bağımsızlığı,
- ❖ Gizlilik, rıza ve insan ve hayvan araştırmalarında gerekli olan özel gereksinimleri içeren araştırma etik kuralları,
- ❖ Eser sahipliği,
- ❖ Şeffaflık ve bütünlük (çıkar çatışması, araştırmanın finansmanı, standartları bildirme),
- ❖ Akran değerlendirmesi ve dergi editörünün dışında editör kurulunun rolü,
- ❖ Başvurular ve şikayetler.

Yayımcı, aşağıdaki durumları sağlamak için dergi editörleriyle birlikte çalışır:

- ❖ Derginin ilkelerini değerlendirmek (mesela, yazarlarla, okuyucularla, akran hakemlerle), periyodik olarak derginin ilkelerini, özellikle “çift-körleme” hakemliğin prensipleri çerçevesindeki yeni öneriler açısından gözden geçirmek,
- ❖ Akademik kayıt sisteminin bütünlüğünü korumak,
- ❖ Şüpheli araştırma ve suiistimal edilen yayınlara ilgili yapılan soruşturmadan sorumlu olan taraflara (mesela, kurumlar, hibe sağlayıcılar ve yerel yönetim organları) yardımcı olmak ve mümkün olduğu sürece vakaların çözümünü kolaylaştırmak,
- ❖ Düzeltmeleri, açıklamaları ve geri çekmeleri yayınlamak ve
- ❖ Belirtilen zamanda sayıyı yayınlamak.

YAYIMCI



ACC Publishing
FAST AND OBJECTIVE REVIEW

BAŞ EDİTÖR

Prof. Dr. Ali Çağlar ÇAKMAK



Tarih (Date): 2018



Tarih (Date): 2022



Tarih (Date): 2017



Tarih (Date): 2017



Tarih (Date): 2018



Tarih (Date): 2020



Tarih (Date): 2018



Tarih (Date): 2018



Tarih (Date): 2018



Tarih (Date): 2018