



Araştırma Makalesi (Research Article)

TURİZM ALGISININ İŞE ADANMIŞLIK ÜZERİNE ETKİSİ: ÇİNİ ÇALIŞANLARI ÖRNEĞİ
(THE EFFECT OF TOURISM PERCEPTION ON WORK ENGAGEMENT: THE CASE OF TILE
EMPLOYEES)**

Osman PELİT^{1*} (orcid.org/ 0000-0002-6856-7463)

Hasan Hüseyin SOYBALI² (orcid.org/ 0000-0002-5929-0933)

¹Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Afyon, Türkiye

²Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Afyon, Türkiye

Özet

Bu araştırmanın amacı, çini çalışanlarının turizm algısının işe adanmışlık üzerindeki etkisini belirlemektir. Araştırmada veri toplama tekniği olarak kullanılan anket, araştırma örneklemini oluşturan Kütahya ilinde faaliyet gösteren çini atölyelerindeki 416 çalışan üzerinde uygulanmıştır. Araştırmada elde edilen verilerin çözümlenmesinde; frekans ve yüzde dağılımı, aritmetik ortalama, standart sapma, güvenilirlik, geçerlilik ile korelasyon ve regresyon analizleri kullanılmıştır. Araştırma sonucunda çini çalışanlarının turizm algılarının ve işe adanmışlıklarının yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte turizm algısı alt boyutlarından olan çevresel etki boyutunun diğer boyutlara göre daha düşük düzeyde gerçekleştiği belirlenmiştir. Ayrıca gerçekleştirilen korelasyon analizi sonucunda, çini çalışanlarının turizm algıları ile işe adanmışlıkları arasında pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Bunlara ek olarak yapılan regresyon analizi sonucunda, çini çalışanlarının turizm algılarının işe adanmışlıkları üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu ortaya konulmuştur. Konu ile ilgili literatürde çini çalışanlarının turizm algılarının işe adanmışlıkları üzerindeki etkisini ortaya koyan araştırmalara rastlanılmamaktadır. Bu doğrultuda, araştırmadan elde edilen sonuçlar tartışılıp değerlendirilerek ilgili taraflara öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm Algısı, İşe Adanmışlık, Çini Çalışanları

Abstract

The aim of this study is to determine the effect of tourism perception of tile employees on their work engagement. The questionnaire, which was used as a data collection technique in the research, was applied to 416 employees in tile workshops operating in Kütahya, which constitutes the research sample. Frequency and percentage distribution, arithmetic mean, standard deviation, reliability, validity, correlation and regression analyses were used to analyse the data obtained in the research. As a result of the research, it was determined that the tourism perception and work engagement of tile workers were at a high level. However, it was determined that the environmental impact dimension, which is one of the sub-dimensions of tourism perception, was realised at a lower level compared to other dimensions. In addition, as a result of the correlation analysis, a positive and moderately significant relationship was found between the tourism perceptions of tile workers and their work engagement. In addition, as a result of the regression analysis, it was revealed that the tourism perceptions of tile employees had a significant positive effect on their work engagement. In the literature on the subject, there are no studies that reveal the effect of tourism perceptions of tile employees on their work engagement. In this direction, the results obtained from the research are discussed and evaluated and suggestions are presented to the relevant parties.

Keywords: Tourism Perception, Work Engagement, Tile Employees

Giriş

Turizm, küresel ekonominin en dinamik sektörlerinden biri olarak gerek ekonomik kalkınma gerekse de kültürel mirasın korunmasında önemli bir rol oynamaktadır. Turizm sektörü dünya genelinde milyonlarca insana iş imkânı sağlamakla birlikte (Ünüvar, 2008: 598; Yıldız, 2011: 55) bölgesel kültürel ve sosyal dokuların sürdürülebilirliğine de katkıda bulunmaktadır. Ancak, turizmin sağladığı bu faydaların tam olarak

**Bu makale, 2024 yılı Şubat ayında Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında Yapılmış Olan “Somut Olmayan Kültürel Miras Değer Algısı ile Turizm Algısının Mesleki Bağlılık ve İşe Adanmışlık Üzerine Etkisi: Geleneksel Çini Sanatı Örneği” adlı doktora tezinden üretilmiştir.

*Sorumlu yazar: pelitosman7@gmail.com

DOI: 10.33083/joghat.2025.515

değerlendirilebilmesi için bireylerin turizm algılarının da dikkate alınması gerekmektedir. Turizm algısı, bireylerin turizmi nasıl gördüklerini, nasıl yorumladıklarını ve turizmin onların mesleklerine ve yaşadıkları bölgeye olan etkilerini nasıl değerlendirdiklerini ifade etmektedir. Pozitif turizm algıları, yerel halkın turizme ve turistlere karşı daha olumlu tutumlar geliştirmelerine, dolayısıyla turizmin sürdürülebilirliğine katkıda bulunmalarına yardımcı olacaktır. Bu noktada, turizm algılarının sadece yerel halk için değil, turizm sektöründe ve turizm sektörüne katkı veren işletmelerde çalışanlar açısından da büyük öneme sahip olduğunu vurgulamak gerekmektedir. Söz konusu çalışanlar, turizmin ön saflarında yer almakta ve turistlerle doğrudan etkileşim halinde olmaktadır. Söz konusu etkileşim çalışanların turizm algılarını olumlu yöne şekillendirebilmektedir. Bu doğrultuda, çalışanların olumlu turizm algıları, çalışanların işinde gösterdiği enerji, bağlılık ve işini içselleştirmesiyle şekillenen olumlu ve tatmin edici bir zihin durumu olarak ifade edilen işe adanmışlıklarını (Schaufeli vd., 2002: 74) artırarak (Pelit, 2024), çalışan performansına (Erhan, 2022) ve çalışanların işletmelerin vizyonu, misyonu, hedefleri ve stratejilerine uygun olarak daha fazla çaba göstermelerine (Rich, Lepin ve Crawford 2010) katkı sağlayacaktır. Nitekim çini çalışanlarının turizm algılarının işe adanmışlık üzerindeki etkisi ele alan bu araştırmanın işletme sahiplerine ve yöneticilerine sunacağı katkı bakımından önemli olduğu düşünülmektedir.

Turizm sektörü, yalnızca ekonomik açıdan değil, aynı zamanda kültürel ve sosyal açıdan da büyük bir etkiye sahiptir. Turizmin gelişmesi, bir bölgenin kültürel mirasının korunmasına ve tanıtılmasına katkıda bulunur. Bu bağlamda, turizm sektörü, somut olmayan kültürel miras unsurlarının tanıtılması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından oldukça önemlidir. Ayrıca, turizmin kültürel mirası koruma ve tanıtma potansiyeli, yerel değerlere olan ilgiyi artırmaktadır. Özellikle somut olmayan kültürel miras içerisinde yer alan geleneksel el sanatları gibi yerel kültürel unsurlar, turizmin ekonomik ve kültürel anlamda desteklenmesine büyük katkılar sağlamaktadır. Somut olmayan kültürel miras unsurlarından biri olan çini sanatı, Türkiye'nin kültürel zenginliğini yansıtmakla birlikte turizm açısından oldukça değerlidir. Çini sanatı, tarihî miras barındırmasının yanı sıra estetik çekiciliği ile de turistlerin yoğun ilgisini çekmektedir. Bu sanatın yaşatılmasında ve tanıtılmasında önemli bir rol oynayan çini çalışanları hem kültürel mirasın sürdürülebilirliği hem de turizm sektörünün başarısı için kritik bir konumdadır. Bu kapsamda araştırmada, Kütahya ilinde faaliyet gösteren çini atölyelerinde çalışanların turizm algılarının işe adanmışlıkları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Konu ile ilgili literatürde çini çalışanlarının turizm algılarının işe adanmışlıkları üzerindeki etkisini ortaya koyan çalışmalara rastlanılmamaktadır. Bununla birlikte literatürde turizm algısına ilişkin yapılan çalışmalar genellikle yerel halk perspektifinden ele alınmıştır (Andereck ve Nyaupane, 2011; Deniz, 2016; Güneş ve Alagöz, 2018; Erkilic, 2019; Baltacı, 2021; Eser ve Akgündüz, 2021; Kodaş, Öztürk ve Deniz, 2021; Meriç ve Boğdi, 2022; Baş ve Deveci, 2022; Emiroğlu, 2023). Dolayısıyla gerçekleştirilen bu çalışma, literatüre katkıda bulunmanın yanı sıra işletme sahiplerine ve sektör yöneticilerine değerli bilgiler sunabilir. Bu bilgiler, çalışan memnuniyetinin artırılması ve turizm bilincinin yaygınlaştırılması amacıyla stratejilerin geliştirilmesine katkı sağlayabilir. Böylelikle, çini sanatı gibi geleneksel sanatlarının sürdürülebilirliğinin sağlanmasına ve turizm sektörü ile somut olmayan kültürel miras unsurları arasındaki ilişkinin daha da güçlenmesine katkı sağlanabilir.

Kavramsal Çerçeve

Turizm sektörünün doğası gereği toplumsal, siyasi, ekonomik ve kültürel birçok boyutu bulunmakla birlikte diğer endüstrilerden farklı olarak, global ekonominin çeşitli sektörleriyle koordineli bir işleyiş gerektirmektedir (Sofronov, 2018:123). Bu koordinasyonun sonucu olarak, ürün ve hizmet çeşitliliği artarken, kültürler arasında daha fazla etkileşim ve diyalog gerçekleşmektedir. Bu durum, sürece katılan tüm taraflar üzerinde çeşitli etkilerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Gündoğdu ve Erkilic, 2020: 64). Bu etkiler, literatürde “turizm algısı” veya “turizm etkisi” başlıkları altında incelenerek turizm faaliyetlerinin hem olumlu hem de olumsuz sonuçlar doğurabileceği ifade edilmiştir (Lankford ve Howard, 1994:121-122). Söz konusu çalışmaların temel amacı, turizmin faydalı yönlerini öne çıkararak toplumsal ilerlemeye katkıda bulunmak ve olumsuz etkileri en aza indirmektir (Güneş, 2014:1). Bu bağlamda turizmin bireyler ve topluluklar üzerindeki etkileri, sosyal yapıdan ekonomik refaha ve çevresel sürdürülebilirliğe kadar geniş bir yelpazede şekillendirici rol oynamaktadır (Filiz ve Yılmaz, 2017: 1800-1801). Turizmin sosyal/toplumsal yapı içerisinde değerlendirilen bireylerin yaşam biçimleri, toplumsal ilişkiler, aile yapıları ve toplumun genel değerleri üzerindeki etkisi (Civelek, 2010: 333), sosyo-kültürel alanda incelenen etkiler arasında yer almaktadır (Özdemir, Gürkan ve Kırıl, 2000: 79). Turizm sektörünün döviz girdisi sağlayarak ödemeler dengesini desteklemesi, istihdamı artırması, vergi gelirlerini yükseltmesi ve alt yapı ve üst yapı gelişimi üzerindeki etkileri ekonomik etkiler kapsamında değerlendirilebilir (Boğan ve Dedeoğlu, 2018: 28-29). Çevresel açıdan bakıldığında, turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği ortamlarda çevre, turizmin gelişimi için hayati bir unsur olmaktadır (Aydemir, 2021: 56). Turistlerin tercihlerinde doğal çevre (su, toprak, hava, flora vb.), sosyal

kültürel çevre (gelenek-görenekler, misafirperverlik, sanat, tarih vb.) ve kentsel çevre (alt yapı, ulaşım, iletişim vb.) belirleyici rol oynamaktadır (Dinçer Şen, 2010: 39). Öte taraftan turizmin olumlu etkilerinin yanı sıra, turistlerin destinasyonu ziyaret etmeleri sonucunda bölgede çevresel problemler ortaya çıkabilmektedir. Bu durum halkın sahip olduğu sosyo-kültürel değerlere zarar verebilir (Altıntaş, 2010: 16). Bununla birlikte bir topluluğun veya bireyin kültürel mirasının bir parçası olarak gördüğü bilgi, beceri, uygulama, ifade ve bunlarla ilişkili araç, gereç ve mekanları içeren somut olmayan kültürel miras unsurları (KTB, 2024), turizm faaliyetleri nedeniyle metalaşma (Kim, Whitford ve Charles, 2019; Medina, 2003; Zhou vd., 2015) ve aşırı ticarileşme (Qiu vd., 2020; Ölçer Özünel, 2017) sorunlarıyla karşı karşıya kalabilir. Bu bağlamda turizm algısının söz konusu ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel boyutları, turizm sektörünün sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi ve toplumsal fayda sağlanması açısından derinlemesine incelenmesi gereken konulardandır. Bu noktada olumlu bir turizm algısı, yerel halkın turizme olan bakış açısını iyileştirerek, turizmin sürdürülebilir gelişimine katkıda bulunur (Türkmen ve Saatçi, 2020: 238). Özellikle turizmin gelişmesine katkı sağlayan somut olmayan kültürel miras unsurlarının bulunduğu bölgelerde, somut olmayan kültürel miras unsurları meslek edinmiş çalışanların turizm algıları, bu bölgelerin sürdürülebilir kalkınması açısından büyük önem taşımaktadır. Bu doğrultuda somut olmayan kültürel miras unsurlarının meslek edinmiş çalışanların turizme olan olumlu bakış açıları, işe adanmışlıklarını artırmakla birlikte turist memnuniyetini sağlayacaktır. Ayrıca, çalışanların turizme dair algıları, yerel halk ve turistler arasında pozitif etkileşimlerin gerçekleşmesine katkıda bulunacaktır (Haghkhah vd., 2011: 12). Bu nedenle, turizm ile ilgili alanlarda çalışanların işe adanmışlıklarında önemli bir rol oynayan turizm algıları (Pelit, 2024), bölgesel kalkınma ve sürdürülebilir turizm yönetimi için önemli bir faktör olarak değerlendirilebilir.

Bireyin/bireylerin işine derin bir bağlılık hissetmesi, yaptığı işin değerini ve önemini anlaması, işinden ilham alarak motivasyonunu artırması ve gerçekleştirdiği görevlerden gurur duyması olarak tanımlanan işe adanmışlık kavramı (Bal, 2009: 547), çalışanların işlerine olan tutku ve bağlılık duygusunu, işlerini değerli ve anlamlı bulmalarını, iş yüklerini kolaylıkla yönetebildiklerine dair inançlarını ve işlerinin geleceği hakkında iyimser beklentilere sahip olmalarını ifade etmektedir (Attridge, 2009: 384). İşe adanmışlık, çalışanların ve işletmelerin başarısında kritik bir rol oynayan ve her iki taraf için de önemli sonuçlar doğuran bir kavramdır. Özellikle yoğun rekabetin ve sürekli değişimin yaşandığı turizm sektöründe yer alan işletmelerin hedeflerine ulaşmada en önemli faktörlerden biri, işlerine kendini adanmış çalışanların varlığı olmaktadır (Tekeli ve Özkoç, 2021: 979). Bu doğrultuda çalışanların işlerine olan adanmışlığını artırmak, işletmelerin verimliliğini ve başarılarını en etkin şekilde sağlamanın yollarından biridir (Gruman ve Saks, 2011: 123). İşlerine adanmış çalışanlar, işlerine yüksek enerjiyle yaklaşmakla birlikte işin getirdiği zorlukların üstesinden gelme yeteneğine sahip olmaktadır (Schaufeli, Bakker ve Salanova, 2006: 701). Aynı zamanda, işe adanmış çalışanlar, işletmelerin vizyonu, misyonu, hedefleri ve stratejilerine uygun olarak, daha fazla çaba göstermektedirler (Rich vd., 2010: 617-620). İşlerine adanmış çalışanlar, rekabet avantajı elde etmek, örgütsel bağlılığı güçlendirmek, yüksek iş performansı göstermek, müşteri sadakatini artırmak ve düşük işten ayrılma oranlarını sağlamak suretiyle işletmelere önemli katkılarda bulunmaktadır (Salanova, Agut ve Peiró, 2005; Schaufeli vd., 2006; Bakker ve Demerouti, 2008; Halbesleben ve Wheeler, 2008; Gruman ve Saks, 2011; Özyılmaz ve Süner, 2015). Dolayısıyla, rekabetin yoğun olarak yaşandığı turizm sektöründe, başarının sürdürülebilirliği için çalışanların işe adanmışlık düzeylerinin ve bu düzeylere etki edebilen turizm algılarının bilinmesi son derece önemli olabilir. Nitekim bu araştırmada, somut olmayan kültürel unsurlarını meslek edinmiş çalışanların turizm algılarının işe adanmışlıkları üzerindeki etkisinin ortaya konulması, söz konusu işletmelerin ve mesleklerin sürdürülebilirliği açısından önemli katkılar sunabilir.

Turizmin zenginleştirilmesine katkıda bulunan somut olmayan kültürel miras unsurları, yerel toplulukların kültürel kimliğini ve özgünlüğünü turizm aracılığıyla geniş kitlelere tanıtarak, kültürel zenginliği koruma ve ekonomik kalkınma sağlamada önemli bir köprü görevi görmektedir. Söz konusu miras unsurları, sosyal ve ekonomik yaşamı canlandırmakla birlikte, bulunduğu bölgelerin turistik açıdan çekiciliğini artırarak sürdürülebilir turizm uygulamalarını teşvik etmektedir. Dolayısıyla, bu süreç turizm sektörüne yeni fırsatlar sunarken, tüm toplumun ekonomik fayda elde etmesine ve kültürel bilinçlenmenin artmasına olanak tanımaktadır. Bu doğrultuda yapılan bu araştırma, somut olmayan kültürel miras unsurları içerisinde önemli bir yeri olan çini sanatı çalışanları üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çini, kil kullanılarak yapılan ve fırında pişirildikten sonra yüzeyi sırlanan seramik eserlerdir (Atagün, 2010:3). Başka bir ifadeyle çini, yapıların iç ve dış cephelerinde kaplama malzemesi olarak kullanılan, yıldız, kare veya çokgen şekillerde olabilen, yüzeyi renkli, saydam, bazen sırlı, düzgün veya kabartmalı desenlerle süslenmiş pişmiş toprak ürünüdür (Bayazıt & Işık 2012: 893; Dağlı, 1998). Çini sanatının kökenleri, eski Mısır ve Mezopotamya dönemlerine kadar uzanmaktadır. Bu bölgelerde, tuğlaların üzerine renkli sır uygulanarak ilk çini örnekleri oluşturulmuştur. İslamiyet'ten önce Uygurlar tarafından sırlı levhalar kullanılsa da bu sanatın esas gelişimi özellikle İslamiyet

sonrası Türk sanatında gerçekleşmiştir (Kahya, 2015: 6-7; Yetkin, 1972). Bu bağlamda mimarinin vazgeçilmez süs unsurlarından biri olan çininin Anadolu'ya geliş hikayesi, ilk Müslüman Türk devleti olan Karahanlılar dönemine kadar uzanmaktadır (Öney ve Çobanlı 2007: 13-15). Büyük Selçuklular döneminde birçok teknik gelişmiş ve Anadolu Selçukluları döneminde süreklilik kazanarak en güzel örnekleri verilmiş olan Türk çini ve seramik sanatı, Osmanlı döneminde zirveye ulaşmıştır (Satır, 2008). Osmanlı döneminde en parlak dönemini yaşayan İznik Çiniciliği ise, Osmanlı imparatorluğunun gerilemeye başlamasıyla birlikte parlak dönemini yitirmiş yerini Kütahya çiniciliğine bırakmıştır (Yardımcı & İrdelp, 2013: 142). Bu bağlamda Cumhuriyet dönemiyle birlikte Türk çini sanatının merkezi Kütahya olmuş ve varlığını günümüze kadar sürdürmüştür (Kaçar, 2018: 986; Baysan 2021: 203). Günümüzde iç ve dış mimaride ve hediyelik eşya yapımında kullanılarak yapıları estetik açıdan daha çekici hale getiren çini sanatı, ziyaretçilere etkileyici bir görsel deneyim sunmaktadır. Tarihsel olanı güncel ile birleştiren kültür turizmi kapsamında ele alınabilecek bu sanat dalı, Türkiye'de turizm sektörünün vazgeçilemeyecek önemli bir potansiyeli olarak öne çıkmaktadır (Kahya, 2015: 23). Bütün bu hususlar göz önüne alındığında, turizm sektörünün sürdürülebilir gelişimi için somut olmayan kültürel miras ve bu miras unsurlarından biri olan çini sanatının öneminin giderek arttığını ifade etmek yerinde olacaktır. Nitekim konu ile ilgili literatürde turizm ile somut olmayan kültürel miras unsurları arasındaki ilişkiyi ortaya koyan birçok çalışma (Ananya, 2011; Ar ve Çelik Uğuz, 2015; Gülü, Sonat ve Bozok, 2015; Ar, 2015; Demir, 2015; Göde ve Tatlıcan, 2016; Çapar ve Yenipınar, 2016; Saçlı, 2016; Çalık ve Ödemiş, 2018; Aylan, 2020) somut olmayan kültürel miras unsurlarının turizm gelişimi için ne kadar önemli olduğunu kanıtlar niteliktedir. Öte taraftan turizm algısı ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde (Brankov, Jovicic ve Milijasevic, 2015; Hsu, Chen ve Yang, 2019; Erkilic, 2019; Baltacı, 2021; Eser ve Akgündüz, 2021, vb.), genellikle yerel halk perspektifinde kurgulandığı görülmektedir. Ancak, turizm algısının somut olmayan kültürel miras unsurlarına katkı veren işletmelerdeki (örneğin, çini atölyeleri, keçecilik atölyeleri vb.) çalışanların bakış açısıyla gerçekleştirilen çalışmalara rastlanmamıştır. Bu durum, özellikle turizm ve somut olmayan kültürel miras unsurları arasındaki etkileşimin ve bu etkileşimin söz konusu alanlarda çalışan bireyler üzerindeki etkisinin anlaşılması ve değerlendirilmesi açısından önemli bir boşluk oluşturmaktadır. Bu kapsamda çalışmada, Kütahya'daki çini atölyelerinde çalışan bireylerin turizm algısının işe adanmışlık üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Konu ile ilgili literatürde somut olmayan kültürel miras unsurlarının meslek edinmiş çalışanların turizm algısının işe adanmışlıkları üzerindeki etkisini inceleyen çalışmaların olmaması, bu konuda yapılacak araştırmaların gerekliliğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla bu araştırmanın literatüre ve ilgili taraflara (yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, sektörel işletmeler, yöneticiler, çalışanlar ve yasa koyucular) önemli katkılar sağlayacağı öngörülmektedir. Çalışma, somut olmayan kültürel miras unsurlarının turizm aracılığıyla nasıl korunabileceği ve sürdürülebilir hale getirilebileceği konusunda önemli veriler sağlamaktadır. Bununla birlikte, bu çalışma, turizmin ekonomik kalkınmaya katkısını, kültürel mirasın tanıtımını ve turizm faaliyetlerinin yerel ekonomi üzerindeki olumlu etkilerini ele alması açısından oldukça önem taşımaktadır. Ayrıca, Kütahya ili özelinde bu tür bir çalışmanın daha önce yapılmamış olması, çalışmanın yerel düzeydeki önemini artırmaktadır. Bu çerçevede araştırmanın konu ve amacına uygun olarak geliştirilen hipotez şu şekilde sunulmuştur:

H₁: Çini çalışanlarının turizm algılarının işe adanmışlıkları üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.

Yöntem

Çini çalışanlarının turizm algısının işe adanmışlık üzerinde olan etkisinin belirlenmesi amacıyla yapılan bu araştırmanın evrenini Kütahya ilinde faaliyet gösteren çini atölyelerindeki çalışanlar oluşturmaktadır. Kütahya ilinin çinicilikte önemli bir destinasyon olması ve bu doğrultuda 31 Ekim 2017 tarihinde UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na Zanaat ve Halk Sanatları alanında katılarak "Yaratıcı Şehir" unvanını kazanması araştırmanın bölgede gerçekleştirilmesinde etkili olmuştur. Araştırmanın zaman, maliyet, ulaşılabilirlik ve kontrol güçlükleri gibi kısıtlılıklar nedeniyle evrenin tamamına ulaşmak mümkün olmadığından, örneklem seçimi yoluyla anket uygulanmıştır. Araştırmada, farklı cinsiyet, yaş grubu, eğitim düzeyi ve mesleki pozisyon gibi faktörler dikkate alınarak tabakalı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu doğrultuda, araştırmacı tarafından Kütahya ilinde yer alan çini atölyeleri ziyaret edilerek 500 anket dağıtılmış, ancak hatalı veya eksik geri dönen anketler değerlendirmeye alınmamıştır. Sonuç olarak, 416 geçerli anket incelenmiş ve analiz edilmiştir. Bu bağlamda, nicel araştırmalar ve sınırlı evrenler (N<10000) için önerilen örnekleme hacmi hesaplama formülüne göre (Özdamar, 2001) belirlenen minimum örneklem sayısı olan 361'in üzerine çıkmıştır.

Araştırmanın veri toplama sürecinde kullanılan anket üç bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde, çini çalışanlarının demografik bilgileri (yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, gelir vb.) ve diğer bireysel özellikleri (sektörde çalışma süresi, işletmede çalışma süresi vb.) ile ilgili sorular yer almaktadır. Anketin ikinci kısmında, Güneş'in (2014) tarafından "Yerel Halkın Turizm Algısı ve Turizme Katılımı: Antalya

Konyaaltı ve Kepez İlçesi Örneği” başlıklı Yüksek Lisans Tezi çalışmasında yapılan literatür taraması sonucunda çeşitli kaynaklardan faydalanılarak geliştirilen ve turizmin sosyo-kültürel, ekonomik, çevresel etkilerini ve turizm gelişimine verilen desteği ölçmeye yönelik ifadelerden oluşan ölçek kullanılmıştır. Anketin üçüncü bölümünde, çalışanların işe adanmışlık düzeylerini ölçmek amacıyla Schaufeli vd. (2002) tarafından geliştirilen 17 maddelik Utrecht İşe Adanmışlık Ölçeğinin (UWES), Schaufeli, vd. (2006) tarafından 9 maddeye indirgenmiş kısa formu kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan söz konusu ölçeklerin güvenirlikleri ve geçerliklerine ilişkin analizler her ne kadar konu ile ilgili daha önceki çalışmalarda yapılmış olsa da (Türksoy, 2017: 95; Denizli, 2018: 131; Asmadili, 2020: 54; Eser ve Akgündüz, 2021; Baş ve Deveci, 2022) ilgili ölçeklere iç tutarlılık (Cronbach's Alpha katsayısı) ve faktör analizleri uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçekler, 5'li Likert tipi derecelendirme göre değerlendirilmiştir. Ankete katılım gösteren çalışanların her bir maddeye verdiği yanıtlar, 1=Hiç Katılmıyorum, 2=Az Katılıyorum, 3=Orta Düzeyde Katılıyorum, 4=Çok Katılıyorum, 5=Tamamen Katılıyorum şeklinde puanlandırılmıştır. *Araştırmada kullanılan ölçekler için, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan gerekli onay ve izin belgeleri alınmıştır. (Karar No: 2021/301).*

Araştırmaya ilişkin toplanan verilerin analizinde SPSS 26.0 for Windows paket programı kullanılmıştır. Çalışanların demografik ve bazı bireysel özelliklerine göre dağılımı frekans ve yüzde yöntemleri ile betimlenmiştir. Buna ek olarak, çalışanların turizm algıları ve işe adanmışlıklarının aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanarak tablo halinde sunulmuş ve değerlendirilmiştir. Öte taraftan, turizm algıları ile işe adanmışlık arasındaki ilişki, korelasyon analizi ile belirlenmiştir. Bununla birlikte çalışanların turizm algılarının işe adanmışlık üzerindeki etkisini değerlendirmek için basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır.

Bulgular

Araştırma katılımcılarının %57,2'si erkek, %42,8'i kadın olmakla birlikte %37'si evli %63'ü bekar olmaktadır. Ankete katılım gösteren bireylerin %24,3'ü 25 ve altı yaş aralığında, %19,5'i 26-34 yaş aralığında, %29,8'i 35-43 yaş aralığında, %19,0'u 45-54 yaş aralığında, %7,5'u 55 yaşında veya daha büyüktür. Katılımcıların %21,4'ü ilköğretim, 40,1'lise, 24,0' ön lisans, 14,4'ü lisans ve lisansüstü mezunlarından oluşmaktadır. Ayrıca katılımcıların %53,6'sı usta, %30,3'ü kalfa, %16,1'i çırak pozisyonunda olup, %33,7'si işletme sahibi, %12,5 işletme ortağı, %53,8' ise çalışanlardan oluşmaktadır.

Araştırmada kullanılan Turizm Algısı (TA) ve işe adanmışlık (MB) ölçeklerinin faktör analizi sonuçları (özdeğerler, açıklanan varyans oranı ve madde yükleri) ile güvenirlik analizi (Cronbach's Alpha), aritmetik ortalamalar ve standart sapma sonuçları Tablo 1'de detaylı olarak gösterilmiştir. Gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda, turizm algısı ölçeğinin orijinalinde olduğu gibi ekonomik etkiler, turizme verilen destek, çevresel etkiler ve sosyo-kültürel etkiler olmak üzere dört faktörde/boyutta toplandığı belirlenmiştir. Özdeğeri 1'den büyük olan faktörler toplam varyansın %78,206'sını açıklamaktadır. Bununla birlikte işe adanmışlık ölçeğine ilişkin uygulanan faktör analiz sonucunda, söz konusu ölçek özdeğeri (eigenvalue) 1'den büyük olan tek faktörde toplanmış olup bu faktör toplam varyansın %61,626'sını açıklamaktadır. Faktör analizine yönelik gerçekleştirilen Bartlett's testi sonuçları, turizm algısı ($\chi^2=6314,617$; $p<0,001$) ve işe adanmışlık ($\chi^2=2685,028$; $p<0,001$) ölçeklerinin faktör analizine uygulanabilir olduğunu göstermiştir. Ayrıca, hesaplanan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerleri, turizm algısı (0,907) ve işe adanmışlık (0,886) ölçeklerinin örneklem hacminin yeterli düzeyde olduğunu ortaya koymuştur. Öte taraftan işe adanmışlık ölçeğinin geneli, turizm algısı ölçeğinin geneli ve boyutlarına ilişkin Cronbach's Alpha katsayılarının 0,94 ile 0,87 aralığında değişmiş olması, söz konusu ölçeklerin güvenilir ($.70 \leq \alpha < .90$) olduğunu göstermektedir (Güriş ve Astar 2019).

Turizm algısı ve işe adanmışlık ölçeklerine ilişkin Tablo 1'de sunulan aritmetik ortalama değerleri incelendiğinde, turizm algısı ($\bar{X}=4,13$) ve işe adanmışlık ($\bar{X}=4,06$) ölçeklerinin genel aritmetik ortalamalarının 5'li Likert tipi derecelendirmeye göre yüksek düzeyde gerçekleştiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte turizm algısı ölçeğinin ekonomik etki ($\bar{X}=4,27$), turizme verilen destek ($\bar{X}=4,33$), çevresel etki ($\bar{X}=3,75$) ve sosyo-kültürel etki ($\bar{X}=4,13$) boyutlarının aritmetik ortalama değerlerinin de 5'li Likert tipi derecelendirmeye göre yüksek düzeyde gerçekleştiği belirlenmiştir.

Tablo 1. Ölçeklerin Geçerlik Ve Güvenirliğine İlişkin Bulgular İle Betimsel İstatistikler

Alt Boyutlar	Özdeğer	Varyans Oranı	Kümülatif Varyans	Cronbach's Alpha	KMO ve Bartlett's	$\bar{X}$	SS
Ekonomik Etkiler	4,038	23,751	23,751	0,93		4,27	0,82
Turizme Verilen Destek	3,245	19,087	42,838	0,88	0,907	4,33	0,86
Çevresel Etkiler	3,053	17,959	60,797	0,87	6314,617 p<0,001	3,75	0,94
Sosyo Kültürel Etkiler	2,959	17,409	78,206	0,92		4,13	0,94
Turizm Algısı Ölçeği				0,94		4,13	0,74
İşe Adanmışlık Ölçeği	5,546	61,626	61,626	0,92	0,886 2685,028 p<0,001	4,06	0,86

$\bar{X}$: Aritmetik Ortalama, S.S.: Standart Sapma

Araştırmada katılımcıların turizm algıları ve boyutları ile işe adanmışlık arasındaki ilişkileri ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen Pearson Korelasyon analizi sonuçlarına Tablo 2’de yer verilmiştir. Buna göre turizm algısı ile işe adanmışlık arasında pozitif yönde orta düzeyde bir ilişkinin ($r=0,381$; $p<0,01$) olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte turizm algısının sosyo-kültürel etki boyutu ($r=0,365$; $p<0,01$) turizme verilen destek boyutu ($r=0,353$; $p<0,01$) ve ekonomik etki boyutu ($r=0,349$; $p<0,01$) ile işe adanmışlık arasında pozitif yönde orta düzeyde anlamlı ilişkiler belirlenmiştir. Turizm algısının çevresel etki boyutu ile işe adanmışlık arasında ise pozitif yönde düşük düzeyde anlamlı bir ilişki ($r=0,198$; $p<0,01$) saptanmıştır.

Tablo 2. Turizm Algısı Ve Alt Boyutları İle İşe Adanmışlık Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Analizi

	İşe Adanmışlık
Ekonomik Etki	0,349**
Turizme Verilen Destek	0,353**
Çevresel Etki	0,198**
Sosyo-Kültürel Etki	0,365**
Turizm Algısı Genel	0,381**

** : $p<0,01$, r: Pearson korelasyon kat sayısı

Araştırma katılımcıların turizm algılarının işe adanmışlıkları üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen basit doğrusal regresyon analizi sonuçları Tablo 3’te sunulmuştur. Söz konusu sonuçlar, turizm algısı ve işe adanmışlık arasında kurulan doğrusal regresyon modelinin anlamlı olduğunu göstermektedir ($F=70,090$; $p<0,05$). Modelin açıklama değeri gösteren $R^2=0,145$ değeri, modelin işe adanmışlıktaki değişimlerin %14,5’inin turizm algısı tarafından açıklandığını ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda oluşturulan regresyon modeli şu şekildedir:

$$\dot{I}A = 2,233 + 0,443*TA$$

Tablo 3. Turizm Algısının İşe Adanmışlık Üzerindeki Etkisine Yönelik Basit Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımsız Değişken	bj	S(bj)	t	p	ANOVA	R ²
Sabit	2,233	0,222	10,061	0,000***		
Turizm Algısı (TA)	0,443	0,53	8,372	0,000***	70,090	0,145

Bağımlı Değişken; İşe Adanmışlık (İA); bj: Beta Katsayı; S(bj): Standart Hata

Turizm algısının işe adanmışlık üzerindeki etkisine yönelik gerçekleştirilen basit doğrusal regresyon analizi sonucunda kurulan bu model, turizm algısındaki her bir birimlik artışın, işe adanmışlık düzeyinde 0,443 oranında bir artışa yol açtığını göstermektedir. Bu bağlamda, anket yapılan çini çalışanlarının turizm algıları arttıkça, işe adanmışlıklarının da aynı oranda artış göstermektedir. Bu çerçevede sunulan araştırma bulguları, “çini çalışanlarının turizm algısının işe adanmışlık üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır” şeklindeki H_1 araştırma hipotezini desteklemektedir.

Sonuç, Tartışma, Öneriler

Çini çalışanlarının turizm algılarının işe adanmışlıkları üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılan bu araştırma, Kütahya ilindeki çini atölyelerinde çalışan 416 kişi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışanların turizm algılarının genel aritmetik ortalamasının yüksek bir değerde gerçekleştiği tespit edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, çini çalışanlarının turizm algılarının genel aritmetik ortalamasının yüksek düzeyde gerçekleştiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte turizm algısı alt boyutlarında olan ekonomik etki ve turizme verilen destek boyutunun diğer boyutlara göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu belirlenmiştir. Ayrıca turizm algısının çevresel etki boyutunun en düşük ortalamaya sahip olan boyut olduğu saptanmıştır. Konu ile ilgili literatürde yapılan çalışmalarda benzer şekilde turizm algılarının yüksek düzeyde gerçekleştiği ortaya konulmuştur (Akova, 2006: 103; Güneş ve Alagöz, 2018: 429; Cesur ve Çeken, 2021: 1113). Bu bulgular, Kütahya ilindeki çalışan çini çalışanlarının, turizmin gelişmesinin şehre ekonomik yarar sağlayacağı, ekonomik kalkınmayı destekleyeceği ve yerel halk için yeni istihdam olanakları oluşturacağı düşüncesinde olduklarını ortaya koymaktadır. Söz konusu araştırma sonuçları, çini çalışanlarının turizmin çevreyi koruma, çevre kalitesini artırma ve çevre bilincini yükseltme konularında endişeleri olduğunu, ancak genel olarak çevresel konularda büyük olumsuzluklar beklemediklerini göstermektedir. Çini çalışanlarının turizmin çevresel etkilerine karşı temkinli yaklaşımları, geleneksel el sanatı olan çini sanatının, turizmin etkisiyle bağlamından kopabileceği veya çini atölyelerindeki el emeği üretiminin yerini fabrikalaşma ile seri üretimin alacağı endişesinden kaynaklanmış olabilir. Literatürde yapılan bazı çalışmalar, benzer şekilde turizmin çevresel etkilerinin diğer etkilere oranla daha düşük olduğunu göstermiştir (Toprak, 2015: 214; Erkalıç, 2018: 79; Işık ve Turan, 2018: 112). Turizm algısının yüksekliği, bölgeye daha fazla turist çekerek, otelcilik, restoranlar, hediyelik eşya satışı, rehberlik hizmetleri ve diğer turizmle ilgili sektörlerde ekonomik büyümeye katkıda bulunacaktır. Ayrıca, bölgenin altyapı unsurları olan yollar, havaalanları, oteller ve turistik tesislerin geliştirilmesini teşvik edecektir. Bu doğrultuda çalışanların turizmi olumlu algılaması, bölgenin ekonomik büyümesi ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine katkı sağlayacaktır. Nitekim araştırmada çini çalışanlarının turizm algılarının yüksek düzeyde oldukları görülmektedir ki bu durum işletmelerin başarılarına ve genel olarak turizm sektörünün gelişmesine katkı sağlayacaktır. Diğer taraftan bu araştırmada, örneklem genelinin işe adanmışlıklarının yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Akçakanat, Uzunbacak ve Acar (2019: 407) tarafından yapılan benzer bir araştırmada çalışanların işe adanmışlıklarının yüksek düzeyde gerçekleştiği tespit edilmiştir. Coşkuner ve Şentürk (2017: 182) ve Güleriyüz ve Sürücü (2023: 588) tarafından yapılan çalışmalarda da işe adanmışlıkların ortalamasının üzerinde gerçekleştiği ortaya konulmuştur. İşe adanmışlık, çalışanların işlerine büyük bir enerjiyle sarılmalarını, tutkuyla çalışmalarını sürdürmelerini, kendilerini işlerine adanmalarını ve dikkatlerini yoğun bir şekilde işlerine vermelerini ifade etmektedir (Akın, 2019:3). Bu çerçevede, çini sanatı; yaratıcılık isteyen, zihinsel ve duygusal olarak tatmin sağlayan, estetik açıdan değerli, kültürel mirası temsil eden ve topluma yarar sağlayan bir sanat türü olmaktadır. Çini sanatıyla uğraşan bireylerin işlerine derin bir sevgi, anlam, tutku ve coşku duymalarına yol açan bu özellikler, onların işlerine büyük bir adanmışlıkla yaklaşımlarına sebep olabilir. Çalışanların işe adanmışlık düzeylerinin yüksek olması, performanslarını (Van Scotter ve Motowidlo, 1996: 526; Turhan, Demirli ve Nazik, 2012: 180) ve işe olan bağlılıklarını güçlendirirken (Cinnioğlu ve Saçlı, 2019: 1770) işten ayrılma niyeti (Akın, 2019: 12; Dalgıç ve Akgündüz, 2019: 76) gibi olumsuz örgütsel sonuçları da azaltabilmektedir. Bu doğrultuda, çini çalışanları işlerine büyük bir adanmışlıkla yaklaşarak, işlerinden daha fazla memnuniyet duymakta, işlerine daha sıkı bağlanmakta ve işlerinden ayrılmayı daha az düşünmektedir. Bu durum, çini sanatıyla uğraşan işletmelerin başarısı ile birlikte çinicilik mesleğinin sürdürülebilirliğine katkı sağlayacaktır.

Araştırmanın bir diğer önemli bulgusu, turizm algısı ile işe adanmışlık arasında orta derecede pozitif bir yönde ilişki olmasıdır. Bununla birlikte turizm algısının alt boyutları ile işe adanmışlık arasındaki ilişkilere yönelik sonuçlar incelendiğinde, işe adanmışlıkla ilgili diğer boyutlara göre daha yüksek ilişkiye sahip alt boyutlarının turizme verilen destek ve ekonomik etki boyutları olduğu, en düşük ilişkinin ise çevresel etki boyutunda olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda bölgenin turizm potansiyelinin farkında olan ve bu durumun ekonomik getirisini gören çalışanlar, işlerine daha büyük bir hevesle yaklaşabilmektedir. Öte taraftan çalışanların turizm algılarının yükselmesi, işe olan adanmışlıklarını artırarak örgütsel güven (Ceylan ve Türkyılmaz, 2021: 1296; Malak Akdağ, 2020: 55), iş performansı (Işık ve Kama, 2018: 401; Rich vd., 2010:625-627), öz yeterlilik (Yakın ve Erdil, 2012: 375; Keleş, 2014:107) ve örgütsel özdeşleşme (Aktaş ve Akdemir, 2019: 307; Bayram, 2019: 329) gibi olumlu sonuçları pekiştirirken, tükenmişlik (Satır, 2019: 69) ve işten ayrılma niyeti (Gökaslan, 2018: 38; Dalgıç ve Akgündüz, 2019: 81; Büyükbeşe, Dikbaş ve Çıkmaz, 2022: 36) gibi olumsuz sonuçların azalmasına katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla, turizm algısı işe adanmışlık arasında pozitif yönde orta kuvvette bir ilişki olduğu bulgusu, işletme hedefleri, başarısı ve sürdürülebilirliği artıracak stratejiler geliştirilmesi açısından önemli veriler sağlamaktadır.

Araştırma sonucunda, çini çalışanlarının turizm algılarının işe adanmışlıkları üzerinde etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda araştırmanın amacına uygun olarak geliştirilen, “*çini çalışanlarının turizm algısının işe adanmışlık üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır*” şeklindeki H₁ araştırma hipotezi desteklenmiştir. Konu ile ilgili literatürde çini çalışanlarının turizm algılarının işe adanmışlık üzerindeki etkisini ele alan çalışmalara rastlanılmamaktadır. Ancak literatürde turizm algısının artırdığı işe adanmışlığın örgütler/işletmeler açısından önemli olan birçok konu üzerindeki etkisini ortaya koyan çalışmalar mevcuttur. Buna göre işe adanmışlık, iş tatminini artırması (Özyılmaz ve Süner, 2015: 143; Bayram, 2019: 329-330; Pelenk, 2019: 358), yenilikçi iş davranışını artırması (Wang vd., 2019: 692-993; Aslan, 2019: 1066; işten ayrılma niyetini azaltması (Saks, 2006: 611; Halbesleben ve Wheeler, 2008: 251; Baş, 2022: 1167), iş performansını artırması (Grobelsna, 2018: 360; Erhan, 2022: 1286), örgütsel sessizliği azaltması (Nafei 2016: 100; Aksoy ve Ergun Özler, 2023: 917) gibi sonuçlarıyla işletmelere olumlu katkılar sağlamaktadır. Turizm algısı, geleneksel sanatlara olan ilgiyi artırarak, çinicilik gibi geleneksel el sanatlarının değerini ve önemini daha görünür hale getirmektedir. Çini sanatçıları, turistlerin ilgisini çekmek ve onlara daha kaliteli hizmet sunabilmek amacıyla daha fazla çaba sarf etmekle birlikte işlerine daha büyük bir adanmışlıkla yaklaşabilirler. Bu şekilde sergilenen adanmışlık, iş kalitesinin artmasına ve turist memnuniyetinin sağlanmasına katkıda bulunarak örgütlerin/işletmelerin başarısına olumlu şekilde etki edecektir. Çalışanların turizm algısı, çiniliğin tanıtımı için çalışanlar ile turistler arasında bir köprü oluşturmaktadır. Bu çerçevede çalışanlar, turistlerin çinilik hakkında bilgi edinme taleplerini karşılamak amacıyla daha fazla fırsat elde etmektedir. Çalışanlar, yaptıkları işlerin değerinin ve öneminin geniş bir kitle tarafından tanındığını ve takdir edildiğini gördüklerinde, işlerine olan adanmışlıkları artacaktır. Bu artan adanmışlık ise işletmelerin başarısına doğrudan katkı sağlayacaktır.

Çini çalışanlarının turizm algılarının işe adanmışlıkları üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bu araştırmanın bulguları ve ilgili literatür doğrultusunda, aşağıda sıralanan öneriler sunulabilir.

Araştırma sonucunda çini çalışanlarının turizm algıları ve işe adanmışlıkları yüksek düzeyde gerçekleştiği tespit edilmiştir. Bu sonuç, turizm sektörüne katkı veren işletmelerin başarısı ve sürdürülebilirliği açısından büyük bir önem taşımaktadır. Çini çalışanlarının turizm algılarının ve işe adanmışlıklarının yüksek olması sadece işletmelerin güncel başarılarını değil, aynı zamanda uzun vadeli hedeflerini de olumlu yönde etkileyebilir. Bu bağlamda, turizmin canlanması, çini sanatının daha geniş kitlelere tanıtılmasına ve ekonomik anlamda değer kazanmasına yardımcı olmaktadır. İşletme yöneticilerinin, çalışanların turizm algılarını ve işe adanmışlık seviyelerini düzenli olarak izlemeleri ve gerekli önlemleri alarak çalışan memnuniyetini ve verimliliği artırmaları gerekmektedir. Böylelikle hem işletme performansı artacak hem de turizmin desteğiyle çinicilik gibi geleneksel sanatların sürdürülebilirliği sağlanmış olacaktır.

Araştırmanın bir diğer önemli sonucu da çini çalışanlarının turizm algıları boyutlarından olan çevresel etki boyutunun diğer alt boyutlara göre daha düşük gerçekleşmesidir. Çini çalışanlarının turizmin çevresel etkilerine yönelik temkinli yaklaşımı, çini sanatının özünden uzaklaşması veya el emeği yerine fabrikasyon üretime geçilmesi kaygısından doğabilir. Bu bağlamda, işletme yetkilileri, çini çalışanlarının turizm algılarının çevresel etki boyutunun diğer alt boyutlara göre daha düşük olmasının sebeplerini inceleyerek çalışanların bu konudaki endişelerini gidermek için farkındalık oluşturacak etkinlikler düzenlemelidir. Çini çalışanlarına turizmin çevresel etkileri hakkında (doğal kaynakların korunması, atık yönetimi, yerel kültürün desteklenmesi ve sürdürülebilir turizm vb.) eğitim verilmesi, çini çalışanlarının bu konudaki farkındalıklarının artırılmasına katkı sağlayabilir. Ayrıca, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler ve çini üreticileri gibi tüm paydaşların iş birliğiyle düzenlenecek kongre, sempozyum ve toplantı gibi etkinlikler, fabrikalaşma, metalaşma ve özgünlüğün kaybolması gibi sorunların çözümüne katkıda bulunacaktır.

Araştırma sonucunda çini çalışanlarının işe adanmışlıklarında turizm algısının önemli bir etkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durum, işletme sahipleri ve yöneticilerine, çalışanların turizm bilincini artıracak faaliyetleri (kültürel miras eğitimi, bilinçlendirme eğitimleri vb.) kesintisiz olarak sürdürme sorumluluğunu yüklemektedir. Bu husus özellikle çalışanların işe adanmışlık düzeylerinin sürdürülebilirliği açısından da önemlidir. Bu bağlamda turizmin ve kültürel mirasın önemi hakkında bilinçlendirme amacıyla seminerler ve çalıştaylar düzenlenebilir. Bununla birlikte turistik bölgelerde çini sanatına yönelik sergiler düzenlenerek çini ürünlerinin satışının teşvik edilmesi, bu sanatı meslek edinmiş çalışanların adanmışlıklarının artmasına ve çini sanatının yaşatılmasına katkı sağlayacaktır. Ayrıca çini sanatı ürünlerinin otel, restoran gibi turistik tesislerde sergilenmesi, bu sanatın tanıtımına ve çini çalışanlarının turizm algılarını artmasıyla birlikte işe adanmışlıklarının artmasında etkili olacaktır. Dolayısıyla, turistik tesislerde düzenlenen sergiler, atölye çalışmaları ve sanat festivalleri gibi etkinlikler, çini sanatının daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlayarak bölge

turizminin gelişmesine ve yerel ekonominin canlanmasına katkıda bulunacaktır. Bu tür etkinlikler hem kültürel mirası koruma hem de ekonomik sürdürülebilirlik açısından büyük önem taşımaktadır. Böylelikle, çini sanatının değeri daha geniş kitleler tarafından anlaşılacak ve bölgenin turistik çekiciliği artacaktır.

Bu araştırma, Kütahya ilinde bulunan çini atölyeleri çalışanları kapsamaktadır. Konu ile ilgili literatürde çini çalışanlarının turizm algıları ile işlerine olan adanmışlıklarını birlikte ele alan araştırmalara rastlanılmamıştır. Farklı bölgelerdeki (İznik, Çanakkale) çini atölyelerinde çalışanlar üzerinde yapılacak araştırmalar, literatüre önemli katkılar sağlayarak turizmin etkilerinin daha geniş bir perspektifte değerlendirilmesine yardımcı olacaktır. Söz konusu araştırmalar, turizmin çinicilik mesleği üzerindeki etkilerin anlaşılmasına, sonuçların genelleştirilmesine ve çinicilik mesleğinin devamlılığı konusunda farkındalık oluşturulmasına katkı sağlayacaktır. Bununla birlikte ileride gerçekleştirilecek araştırmalarda sadece çini sanatına değil, çömlekçilik, dokumacılık, bakırcılık ve keçecilik gibi diğer somut olmayan kültürel miras unsurlarına da odaklanılabilir. Bu tür araştırmalar, farklı meslek gruplarındaki çalışanların turizm algılarını ve işlerine olan adanmışlıklarının daha iyi anlaşılmasına katkıda bulunacaktır. Ayrıca, araştırmacılar tarafından oteller, restoranlar ve seyahat acenteleri gibi farklı işletme türlerinde nicel ve nitel yöntemler kullanılarak söz konusu değişkenlerle ilgili yapılacak çalışmalar, bu işletmelerde çalışanların turizm algılarının ve işlerine olan adanmışlıklarının daha kapsamlı bir şekilde değerlendirilmesine olanak tanıyacaktır. Nitekim gerçekleştirilen tüm bu araştırmalar, turizm politikalarının geliştirilmesi, sürdürülebilir turizm uygulamalarının yaygınlaştırılması, işletme stratejilerinin optimize edilmesi, eğitim ve farkındalık programlarının oluşturulması, kültürel mirasın korunması ve yerel ekonomik kalkınma gibi çeşitli alanlarda da değerli bilgiler sunarak hem akademik literatüre hem de ilgili taraflara önemli katkılar sağlayacaktır.

Kaynakça

- Akçakanat, T., Uzunbacak, H. H. ve Acar, O. K. (2019). İnsan kaynakları yöneticilerinin iş becerikliliklerinin işe adanmışlıkları üzerine etkisi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 10(17), 395-419. <https://doi.org/10.26466/opus.513340>
- Akın, Ö. (2019). İş özellikleri ve işe adanmışlığın çalışanın işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi. *Journal of Politics Economy and Management*, 2(2), 1-18.
- Akova, O. (2006). Yerel halkın turizmin etkilerini algılamalarına ve tutumlarına yönelik bir araştırma. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 1(2), 1-17.
- Aksoy, Y. ve Ergun Özler, N. D. (2023). İşe adanmışlığın örgütsel sessizlik üzerindeki etkisi: Kamu çalışanları örneği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 33(2), 907-923. <https://doi.org/10.18069/firatsbed.1287889>
- Aktaş, K. ve Akdemir, B. (2019). İşe adanmışlık ve örgütsel özdeşleşme ilişkisinin performans algısına etkisi üzerine bir araştırma. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 77, 307-348. <https://doi.org/10.26650/jspc.2019.77.0042>
- Altıntaş, V. (2010). *Turizm gelişiminin yerel halkın yaşam kalitesi üzerine etkileri: Alanya bölge modeli* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Ananya, B. (2011). Heritage and creative enterprise. *International Journal of Intangible Heritage*, 6, 99-104.
- Andereck, K. L. ve Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248-260.
- Ar. H. (2015). *Somut olmayan kültürel mirasın korunmasında turist rehberlerinin rolü* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Ar, H. ve Çelik Uğuz, S. (2015). Somut olmayan kültürel mirasın korunmasında turist rehberlerinin rollerine yönelik turist algıları üzerine bir araştırma. *Journal of International Social Research*, 8(41), 1046-1418. <https://doi.org/10.17719/jisr.20154115122>
- Aslan, H. (2019). The mediating role of inclusive leadership in the effect of work engagement on innovative work behavior. *OPUS-International Journal of Society Researches*, 14(20), 1055-1069.
- Asmadili, İ. (2020). *Turist rehberlerinin iş değerlerinin işe adanmışlık üzerine etkisinin belirlenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

- Atagün, D. (2010). *Türk çini sanatında renkli sır teknikleri ve reçeteleri* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya
- Attridge, M. (2009). Mesuring and managing employee work engagement: A review of the research and business literature. *Journal of Workplace Behavioral Health*, 24(4), 383-398. <https://doi.org/10.1080/15555240903188398>
- Aydemir, H. (2021). *Cittaslow (yavaş şehir) destinasyonlarındaki yerel halkın turizm algısı: Perşembe ilçesi üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Aylan, S. (2020). Uşak ilinin somut olmayan kültürel miras değerlerinin turizm potansiyeli açısından değerlendirilmesi. *International Social Sciences Studies Journal*, 6(72), 4687-4699.
- Bakker, A. B. ve Demerouti, E. (2008). Toward a model of work engagement, *Career Development International*, 13(3), 209-223. <https://doi.org/10.1108/13620430810870476>
- Bal, E. A. (2009). Bir pozitif psikoloji kavramı olarak işe gönülden adanma (Work Engagement) ve insan kaynakları açısından önemi. Ö. Torlak, E. Erdemir, Ö. Uzun ve S. Çorbacıoğlu (Ed.) *17. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı* içinde (546-552). Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Yayınları
- Baltacı, F. (2021). Turizmin sürdürülebilir gelişiminde yerel halkın davranışsal rolü, çevresel tutumu ve verdiği destek arasındaki ilişki: Alanya örneği. *Journal of Economy Culture And Society*, (63), 213-236. <https://doi.org/10.26650/JECS2020-0067>
- Baş, M. (2022). The mediating role of work stress in the relationship between work engagement and turnover intention. *Business & Management Studies: An International Journal*, 10(3), 1161-1171. <https://doi.org/10.15295/bmij.v10i3.2097>
- Baş, B. ve Deveci, B. (2022). Turizm algısının turizme verilen desteğe etkisinin belirlenmesi: TR21 bölgesi yerel halkı üzerine bir araştırma. *Journal*, 7(43), 1592-1601. <https://doi.org/10.29228/ASRJOURNAL.65779>
- Bayazit, M. ve Işık, İ. (2012). Geçmişten günümüze çini sanatı ve Kütahya çiniciliği. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(1), 891-898.
- Bayram, A. (2019). Örgütsel özdeşleşmenin iş tatmini üzerine etkisinde işe adanmışlığın aracı rolünün belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(4), 321-334. <https://doi.org/10.18037/ausbd.668659>
- Baysan, M. (2021). Yaşayan insan hazineleri bağlamında çini sanatçısı naciye nur avlupınar ve sanatsal faaliyetleri. *Folklor/Edebiyat*, 27(106 Özel Ek), 199-210.
- Boğan, E. ve Dedeoğlu, B. B., (2018). Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılamalarına ilişkin karşılaştırmalı bir çalışma: Alanya ve Sapanca örneği. *Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*, 10(2), 26-41.
- Brankov, J., Jovicic, D. ve Milijasevic, D. (2015). Sustainable tourism in national park derdapl, serbia- attitudes of local population. *Journal of the Geographical Institute*, 65(2), 183-199. <https://doi.org/10.2298/IJGI1502183B>
- Büyükbeşe, T., Dikbaş, T. ve Çıkmaz, G. (2022). Çalışanların işe adanmışlıkları ile işten ayrılma niyetleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi: Kamu kurumunda bir alan çalışması. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(1), 22-54. <https://doi.org/10.18074/ckuiibfd.898272>
- Cesur, E. ve Çeken, H. (2021). Trabzon yerel halkının turizm algısında turist profilinin rolü: Arap turist profili. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(46-1), 1313-1331. <https://doi.org/10.31795/baunsobed.1022381>
- Ceylan, A. ve Türkyılmaz H. (2021). Örgütsel güven ve işe adanmışlık ilişkisi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 14(77), 1296-1312. <https://doi.org/10.17719/jisr.11585>
- Cinnioğlu, H. ve Saçlı, Ç. (2019). Restoran çalışanlarının hizmetkâr liderlik algıları ile işe adanmışlık düzeyleri arasındaki ilişki. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(3), 1769-1778. <https://doi.org/10.20491/isarder.2019.704>

- Civelek, A. (2010). Turizmin sosyal yapıya ve sosyal değişmeye etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 13(1-2), 331-350.
- Coşkun, M. ve Şentürk, F. K. (2017). Dönüşümcü ve istismarcı liderlik davranışlarının işe adanmışlık üzerine etkisi: Avm çalışanları örneği. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2), 165-195.
- Çalık, İ. ve Ödemiş, M. (2018). Gümüşhane ilinin somut olmayan kültürel miras değerlerinin sürdürülebilir turizm çerçevesinde incelenmesine yönelik nitel bir araştırma. *Akdeniz İnsani Bilimler Dergisi*, 8(2), 233-249. <https://doi.org/10.13114/MJH.2018.419>
- Çapar, G. ve Yenipinar, U. (2016). Somut olmayan kültürel miras kaynağı olarak yöresel yiyeceklerin turizm. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4, 100-115. <https://doi.org/10.21325/jotags.2016.25>
- Dağlı, Ş. Z. (1998, Ekim). Geleneksel Türk çini sanatında yeni bir form: Ebrulu çiniler, II. Uluslararası Kütahya Çini Sempozyumu. Kütahya,
- Dalgıç, A. ve Akgündüz, Y. (2019). Sosyal ve ekonomik değişimin otel çalışanlarının işe adanmışlık ve işten ayrılma niyetine etkisi. *Journal of Tourism Theory and Research*, 5(2), 75-85. <https://doi.org/10.24288/jtr.523910>
- Demir, G. K. (2015). Kent imgelerinin değerlendirilmesi bakımından Manisa. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 500-512. <https://doi.org/10.18026/cbusos.53423>
- Deniz, M. (2016). Kayaagıl köyünde (Uşak) turizmin etkileri üzerine yerel halkın turizm algısı. *Electronic Turkish Studies*, 11(18), 57-78. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.9993>
- Denizli, A. A. (2018). *İnsan Kaynakları geliştirme ikliminin, çalışanların işe adanmışlıklarına etkisinde örgüte bağlılığın rolü ve bir araştırma* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Dinçer Şen, S. (2010). *Turizmin çevresel etkileri ve bir çözüm olarak ekoturizm* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Emiroğlu, B. D. (2023). Turizmin yerel halk tarafından algılanan etkileri ve turizme yönelik destek: Mardin ili örneği. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(3), 1365-1384
- Erhan, T. (2022). Örgütsel özdeşleşmenin iş performansına etkisinde işe adanmışlığın aracılık rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 1278-1292.
- Erkılıç, E. (2019). Yerel halkın turizm algısı ve turizmin gelişimine yönelik tutumları: Rize örneği. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 3(1), 66-82. <https://doi.org/10.30625/ijctr.550650>
- Eser, S. ve Akgündüz, Y. (2021). Yerel halkın turizm algısı ve toplumsal yaşam kalitesi: İğneada örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(1), 347-369. <https://doi.org/10.16953/deusosbil.725665>
- Filiz, A. ve Yılmaz, Ö. D. (2017). Turizm gelişim yaklaşımları kapsamında yerel halkın turizme yönelik algı ve tutumları: Mazi Köyü-Türkbükü karşılaştırmalı analizi. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 1799-1824. <https://doi.org/10.17218/hititsosbil.329873>
- Göde, H. A. ve Tatlıcan, N. (2016). Geleneksel Isparta ekmeği etrafında şekillenen somut olmayan kültürel mirasın turistik, eğitimsel ve ekonomik işlevlerinin yaratılmasına yönelik yaklaşımlar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (38),125-143.
- Gökaslan, M. O. (2018). Öğretmenlerde örgütsel bağlılık, işe gömülmüşlük, işe adanmışlık ve işten ayrılma niyeti ilişkisi: Bir alan çalışması. *Hasan Kalyoncu Üniversitesi Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 25-46.
- Grobelna, A. (2018). Effects of individual and job characteristics on hotel contact employees' work engagement and their performance outcomes: A case study from Poland. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(1), 349-369. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2017-0501>
- Gruman, J. A. ve Saks, A. M. (2011). Performance management and employee engagement. *Human Resource Management Review*, 21(2), 123-136. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2010.09.004>

- Güdü, Ö., Sonat, S. ve Bozok, D. (2015, Nisan). El sanatları ve turizm ilişkisi çerçevesinde Türk halı dokumacılığının Unesco somut olmayan kültürel miras listesinde yer alan örnekler doğrultusunda değerlendirilmesi. 14. Ulusal Turizm Kongresi. Sakarya.
- Güleryüz, İ. ve Sürücü, L. (2023). İş biçimlendirme ve işe adanmışlık: kişi-iş uyumunun düzenleyici rolü. *Business & Management Studies: An International Journal*, 11(2), 580-593. <https://doi.org/10.15295/bmij.v11i2.2236>
- Gündoğdu, O. G., ve Erkilic, E. (2020). Tourism development and cultural identity: The case of Çamlıhemşin. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 64-76.
- Güneş, N. (2014). *Yerel halkın turizm algısı ve turizme katılımı: Antalya Konyaaltı ve Kepez ilçesi örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Güneş, E. ve Alagöz, G. (2018). Yerel halkın turizm algısı: Erzincan’da bir araştırma. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (15), 409-442.
- Güriş, S. ve Astar, M. (2019). *Bilimsel araştırmalarda SPSS ile istatistik*. İstanbul: Der Yayınları.
- Haghighi, A., Nosratpour, M., Ebrahimpour, A. ve Hamid, A. B. A. (2011, March). The impact of service quality on tourism industry. In 2nd International Conference on Business and Economic Research Proceeding.
- Halbesleben, J. R., ve Wheeler, A. R. (2008). The relative roles of engagement and embeddedness in predicting job performance and intention to leave. *Work & Stress*, 22(3), 242-256. <https://doi.org/10.1080/02678370802383962>
- Hsu, C. Y., Chen, M. Y. ve Yang, S. C. (2019). Residents’ attitudes toward support for Island sustainable tourism. *Sustainability*, 11(18), 5051. <https://doi.org/10.3390/su11185051>
- Işık, C. ve Turan, B. (2018). Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algısı: İzmir ili üzerine bir uygulama. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 101-133. <https://doi.org/10.32572/guntad.443370>
- Işık, M. ve Kama, A. (2018). Algılanan örgütsel desteğin işgören performansına etkisinde işe adanmışlığın aracı etkisi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(3), 395-403.
- Kaçar, V. (2018). Geçmişten günümüze Kütahya çini sanatı üzerine değerlendirme ve öneriler. *İdil*, 7(48), 985-989.
- Kahya, E. (2015). *Kültür turizminde çini sanatının yeri* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Keleş, S. (2014). Aile şirketlerinde y jenerasyonunun öz yeterlilik algısı ve işe adanmışlık ilişkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 5(11), 95-109.
- Kim, S., Whitford, M. ve Charles, A. (2019). Development of intangible cultural heritage as a sustainable tourism resource: The intangible cultural heritage practitioners’ perspectives. *Journal of Heritage Tourism*, 14(5-6), 422-435. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2018.1561703>
- Kodaş, D., Öztürk, E. ve Deniz, S. (2021). Turizmin etkilerine yönelik yerel halkın algıları, turizm gelişim desteği ve yaşam tatmini ilişkisi: Mardin odaklı bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 2613-2629. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.889>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB) (2024). *Somut olmayan kültürel miras nedir?*. Erişim Tarihi: 02.11.2024, <https://yakegm.ktb.gov.tr/TR-345089/somut-olmayan-kulturel-miras-nedir.html>.
- Lankford, S. V. ve Howard, D. R. (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of Tourism Research*, 21, 121-139. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90008-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90008-6)
- Malak Akdağ, Z. (2020). *Örgütsel güven ve işe adanmışlık ilişkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Medina, L. K. (2003). Commoditizing culture: Tourism and maya identity. *Annals of Tourism Research*, 30(2), 353-368. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00099-3](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00099-3)
- Meriç, S. ve Boğdi, Ş. (2022). Yerel halkın çok kültürlü kişilik özellikleri ile turizm algısı arasındaki ilişki: Diyarbakır örneği. *Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi (İjtebs)*, 6(2), 160-174.

- Nafei, W. A. (2016). Organizational silence: A barrier to job engagement in successful organizations. *International Business Research*, 9(4), 100-117. <https://doi.org/10.5539/ibr.v9n4p100>
- Ölçer Özünel, E. (2017, Ekim). Somut olmayan kültürel mirasın karanlık yüzleri: turistifikasyon, bağlamından koparma, millileştirme, müzeifikasyon, otantifikasyon ve aşırı ticarileşme. Kültürel Mirasın Korunması Uluslararası Bursa Sempozyumu. Bursa.
- Öney, G. ve Çobanlı, Z. (2007). *Anadolu'da Türk devri çini ve seramik sanatı*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Özdamar, K. (2001). *SPSS ile biyoistatistik*. Eskişehir: Kaan Kitabevi,
- Özdemir, M., Gürkan, M. İ. ve Kırıl, M. (2000). Turizm hareketlerinin sosyo-ekonomik yapıya etkisi: Belek, Karpas ve Girne üzerine karşılaştırmalı bir inceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 79-84.
- Özyılmaz, A. ve Süner, Z. (2015). İşe adanmışlığın işyeri tutumlarına etkisi: Hatay'daki 9 işletmede yapılan ampirik araştırmanın sonuçları. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10(3), 143-164.
- Pelenk, S. E. (2019). Örgüt kültürü ve adanmışlığın iş tatminine etkisi: Turizm sektöründe bir araştırma. *Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri*, 5(8), 348-362.
- Pelit, O. (2024). *Somut olmayan kültürel miras değer algısı ile turizm algısının mesleki bağlılık ve işe adanmışlık üzerine etkisi: Geleneksel çini sanatı örneği* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Qiu, Q., Zheng, T., Zheng, X. ve Mu, Zhang. (2020). Visiting intangible cultural heritage tourism sites: From value cognition to attitude and intention. *Sustainability*, 12(132), 2-20. <https://doi.org/10.3390/su12010132>
- Rich, B. L., Lepine, Jeffrey A. ve Crawford, E. R. (2010). Job engagement: Antecedents and effects on job performance, *The Academy of Management Journal*, 53(3), 617-635. <https://doi.org/10.5465/amj.2010.51468988>
- Saçlı, Ç. (2016). *Destinasyon tercihinde somut olmayan kültürel miras değerlerinin kültür turisti tipolojisi açısından önemi: Konya örneği* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Saks, A. M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21(7), 600-619. <https://doi.org/10.1108/02683940610690169>
- Salanova, M., Agut, S. ve Peiró, J. M. (2005). Linking organizational resources and work engagement to employee performance and customer loyalty: The mediation of service climate. *Journal Of Applied Psychology*, 90(6), 1217-1227. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1217>
- Satır, S. (2019) *Tükenmişlik sendromu ve işe adanmışlık ve bir uygulama* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Satır, S. (2008). Türk kültüründe İznik çinilerinin önemi ve güncel değerlendirilmesi. ICANAS (Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi) Bildiri Kitabı, Ankara: Atatürk Kültür, Dil, Tarih ve Yüksek Kurumu, 1129-1144.
- Schaufeli, W. B., Bakker, A. B. ve Salanova, M. (2006). The measurement of work engagement with a short questionnaire: A cross-national study. *Educational and Psychological Measurement*, 66(4), 701-716. <https://doi.org/10.1177/0013164405282471>
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V. ve Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness studies*, 3(1), 71-92. <https://doi.org/10.1023/A:1015630930326>
- Sofronov, B. (2018). The development of the travel and tourism industry in the world. *Annals of Spiru Haret University Economic Series*, 18(4), 123-137. <https://doi.org/10.26458/1847>

- Tekeli, M. ve Özkoç, A. G. (2021). İşe adanmanın yenilikçi iş davranışına etkisinde kontrol odağının düzenleyici rolü: Yiyecek-İçecek departmanı çalışanlarına yönelik bir uygulama. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 969-984. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.748>
- Toprak, L. (2015). Mardin'de halkın turizm algısı. *Electronic Journal of Social Sciences*, 14(54), 201-218. <https://doi.org/10.17755/esosder.73723>
- Turhan, M., Demirli, C. ve Nazik, G. (2012). Sınıf öğretmenlerinin mesleğe adanmışlık düzeyine etki eden faktörler: Elazığ örneği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(21), 179-192.
- Türkmen, S. ve Saatçı, G. (2020). Yer Bağlılığı, turizmin algılanan etkileri ve turizmin gelişimine destek olma tutumu arasındaki ilişki: Mordoğan örneği. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(2), 237-255. <https://doi.org/10.34189/tfd.23.02.001>
- Türksoy, S. S. (2017). Konaklama işletmelerinde işe adanmışlık, iş kontrol odağı, tutku ve asallık arasındaki ilişkinin analizi (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Ünüvar, Ş. (2008). Turizm sektöründe bilgi iletişim teknolojileri kullanımı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 10(1-2), 597-618.
- Van Scotter, J. R. ve Motowidlo, S. J. (1996). Interpersonal facilitation and job dedication as separate facets of contextual performance. *Journal of Applied Psychology*, 81(5), 525-531. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.81.5.525>
- Wang, Y. X., Yang, Y. J., Wang, Y., Su, D., Li, S. W., Zhang, T. ve Li, H. P. (2019). The mediating role of inclusive leadership: Work engagement and innovative behaviour among Chinese head nurses. *Journal of nursing management*, 27(4), 688-696. <https://doi.org/10.1111/jonm.12754>
- Yakın, M. ve Erdil, O. (2012). Relationships between self-efficacy and work engagement and the effect on job satisfaction: A survey on certified public accountants. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58, 370-378. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1013>
- Yardımcı, İ. ve İrdelp, İ. V. (2013). Günümüz çini sanatında sgraffito tekniği ve uygulamaları. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 139-152. <https://doi.org/10.12780/UUSBD159>
- Yetkin, Ş. (1972). *Anadolu'da Türk çini sanatının gelişmesi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi.
- Yıldız, Z. (2011). Turizmin sektörünün gelişimi ve istihdam üzerindeki etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.
- Zhou, Q. B., Zhang, J., Zhang, H. ve Ma, J. (2015). A structural model of host authenticity. *Annals of Tourism Research*, 55, 28-45. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.08.003>