



**TURİZM SEKTÖRÜNÜN
KAPADOKYA-NEVŞEHİR BÖLGESİNE
SOSYO-EKONOMİK KATKILARI VE
KARŞILAŞTIĞI SORUNLAR
ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA**

Umut KOCATEPE

**Yüksek Lisans Tezi
İşletme Anabilim Dalı**

Danışman: Prof. Dr. Süleyman Ahmet MENTEŞ

2022

T.C.
TEKİRDAĞ NAMIK KEMAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**TURİZM SEKTÖRÜNÜN KAPADOKYA-NEVŞEHİR BÖLGESİNE SOSYO-
EKONOMİK KATKILARI VE KARŞILAŞTIĞI SORUNLAR ÜZERİNE BİR
ÇALIŞMA**

Umut KOCATEPE

İŞLETME ANABİLİM DALI
DANIŞMAN: PROF. DR. SÜLEYMAN AHMET MENTEŞ

TEKİRDAĞ-2022

Her hakkı saklıdır.

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Hazırladığım Yüksek Lisans Tezinin bütün aşamalarında bilimsel etiğe ve akademik kurallara riayet ettiğimi, çalışmada doğrudan veya dolaylı olarak kullandığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, yazımda enstitü yazım kılavuzuna uygun davranıldığımı taahhüt ederim.

...../...../20.....



ÖZET

Kurum, Enstitü, : Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
ABD : İşletme Anabilim Dalı
Tez Başlığı : Turizm Sektörünün Nevşehir-Kapadokya Bölgesine Sosyo-
Ekonomik Katkıları Ve Karşılaştığı Sorunlar Üzerine Bir
Çalışma
Tez Yazarı : Umut KOCATEPE
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Süleyman Ahmet MENTEŞ
Tez Türü, Yılı: Yüksek Lisans Tezi, 2022
Sayfa Sayısı : 73

Dünya ekonomisindeki payı yıllar içerisinde büyük oranda artan turizm sektörü, günümüzde ülkeler için önemli bir pazar haline gelmiş durumdadır. Özellikle Türkiye gibi hem gelişmekte hem de turizm çeşitliliği açısından zengin bir ülke için turizm ülkeye ekonomik olduğu kadar sosyal anlamda da büyük katkılar sağlamaktadır. Türkiye’de bu yüzden turizm sektörüne olan yatırımlarını son yıllarda büyük ölçüde artırmıştır. Bu yatırımlarla ülkeye gelen turist sayısını, turizm gelirlerini ve kişi başı turizm harcamalarının artılmasını amaçlamaktadır. Bu turizm yatırımlarının yapıldığı turizm bölgelerinden birisi de eşsiz doğal güzelliklere sahip Kapadokya bölgesidir. Kapadokya bölgesi sahip olduğu turizm güzellikleri sayesinde, Türkiye için önemli bir turizm destinasyonudur.

Bu bağlamda söz konusu araştırmanın amacı; turizm sektörünün hem Türkiye hem de Kapadokya-Nevşehir bölgesi açısından ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarıyla değerlendirilmesini ve bu bölgenin ulusal ve uluslararası platformalarda tanınması için önerilerde bulunmaktır. Ayrıca turizm sektörünün karşılaştığı sorunlarda geniş bir bakış açısı ile ele alınmıştır.

Araştırma kapsamında araştırma amaçları doğrultusunda oluşturulan anket formu kolayına örnekleme yöntemi çerçevesinde çekirdek Kapadokya olarak anılan Nevşehir ilinde ikamet eden 240 adet örnekleme uygulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm Sektörü, Sosyo-Ekonomik, Turizm ve Kapadokya, Turizm Sorunları.

ABSTRACT

Institution, Institute,	: Tekirdag Namık Kemal University, Institute of Social Sciences,
Department	: Department of Business Administration
Thesis Title	: The Socia-Economic Contributions Of The Tourism Sector To The Kapadokya-Nevşehir Region And The Problems It Faces
Thesis Author	: Umut KOCATEPE
Thesis Adviser	: Prof. Doc. Süleyman Ahmet MENTEŞ
Type of Thesis, Year	: MS Thesis , 2022
Total Number of Pages	: 73

The tourism sector whose share in the world economy has increased greatly over the years has become an important market for countries nowadays. Especially for both a developing country and a prosperous country in terms of tourism diversity like Turkey, tourism provides great contributions to the country both economically and socially. Turkey has increased considerably the investments in the tourism sector in recent years because of these advantages. By way of these investments, Turkey has purposed to increase the number of tourists coming to the country, tourism revenues, and tourism expenditures a pop. One of the regions where these tourism investments are made in the region of Cappadocia, which has unique beauties in Turkey. The region of Cappadocia is an important destination for Turkey because of its unique beauty.

In this context, the aim of the said research is to evaluate the tourism sector in terms of both Turkey and the Cappadocia-Nevsehir region with its economic, social, and environmental dimensions and make suggestions for the recognition of this region on national and international platforms. In addition, the problems faced by the tourism sector are also discussed with a comprehensive perspective.

Within the scope of the research, 240 samples residing in the province of Nevsehir, known as core Cappadocia, were applied to the survey form, which was

created in line with the research purposes, within the framework of the sampling method.

Keywords: Tourism sector, Socio-Economic, Tourism And Cappadocia,The Problems Of Tourism.



İÇİNDEKİLER TABLOSU

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİM BEYANI	ii
TEZ ONAY SAYFASI	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
ÖNSÖZ.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ	x
ŞEKİLLER LİSTESİ	xi
KISALTMALAR LİSTESİ	xii
GİRİŞ	1
BÖLÜM 1.....	3
1.TURİZM, TURİZM SEKTÖRÜ VE TURİZM ÇEŞİTLERİ.....	3
1.1.Turizm	3
1.1.1. Turizmin Etkileri	4
2. Turizm Sektörü	8
2.1. Turizm Sektörünün Özellikleri.....	8
2.2. Turizm Sektörünün Gelişmesini Sağlayan Unsurlar	9
2.3. Turizm Sektörünün Gelişmemesine Etki Eden Sorunlar	10
3. Turizm Çeşitlerinin Sınıflandırılması	12
3.1. Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Çeşitleri.....	13
3.2. Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm Çeşitleri	13
3.3. Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizm Çeşitleri	13
3.4. Katılımcıların Yaşlarına Göre Turizm Çeşitleri	13
3.5. Katılımcıların Amaçlarına Göre Turizm Çeşitleri.....	14
3.5.1. İnanç Turizmi.....	14
3.5.2. Sağlık Turizmi	15
3.5.3. Deniz Turizmi	15
3.5.4. Kış Turizmi	15

3.5.5. Kongre Turizmi	16
3.5.6. Av Turizmi.....	16
BÖLÜM 2	17
2.TÜRKİYE’DE TURİZM	17
2.1. Turizm Gelirlerinin Gayrisafi Milli Hasıla İçindeki Yeri	22
BÖLÜM 3	23
3.KAPADOKYA-NEVŞEHİR BÖLGESİ TURİZM ÖZELLİKLERİ	23
3.1. Kapadokya Bölgesinin Tarihi.....	23
3.2. Kapadokya-Nevşehir Bölgesinin Coğrafyası	25
3.3. Kapadokya-Nevşehir Bölgesinin Destinasyon Olarak Seçilmesinin Nedenleri	26
3.4. Nevşehir Bölgesine Ulaşım	27
3.5. Nevşehir Konaklama Olanakları	27
3.6. Kapadokya-Nevşehir Bölgesinin Alternatif Turizm Çeşitliliği.....	28
3.6.1. Balon Turizmi	28
3.6.2. Bağ ve Şarap Turizmi	29
3.6.3. Atlı Doğa Turizmi.....	29
3.6.4. Termal ve Sağlık Turizmi	30
3.7. Nevşehir’de Gezilmesi Gereken Yerler Listesi	31
3.7.1. Nevşehir Kalesi.....	31
3.7.2. Damat İbrahim Paşa Külliyesi	31
3.7.3. Vadiler	31
3.7.4. Müzeler	33
3.7.5. Asmalı Konak	34
3.7.6. Temenni Seyir Tepesi	34
3.7.7. Hacı Bektaş Veli Türbesi.....	34
3.7.8. Turasan Şarap Mahzeni	34
3.7.9. Yer Altı Şehirleri	35
BÖLÜM 4	37
4. TURİZM SEKTÖRÜNÜN KAPADOKYA-NEVŞEHİR BÖLGESİNE SOSYO-EKONOMİK KATKILARI VE KARŞILAŞTIĞI SORUNLAR	37
4.1. YÖNTEM	37

4.2. Amaç Ve Kapsam.....	37
4.3. Veri Toplama Araçları.....	37
4.3.1 Örneklem	38
4.3.2. Geçerlilik Ve Güvenirlilik Analizleri	38
4.4. Araştırma Hipotezleri	42
4.5. Araştırma Modeli.....	43
4.6. Veri Analizi	43
5. BULGULAR.....	45
5.1. Demografik Ve Tanımlayıcı Bulgular.....	45
5.2. Frekans Analizleri	47
5.3. Betimsel İstatistikler ve Normal Dağılım Testleri.....	53
5.4. Hipotez Testleri	56
5.4.1. Hipotez 1	56
5.4.2. Hipotez 2.....	57
5.4.3. Hipotez 3.....	58
5.4.4. Hipotez 4.....	60
5.4.5. Hipotez 5.....	62
5.4.6. Hipotez 6.....	64
6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	66
KAYNAKÇA	69

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri	6
Tablo 2. 2019 Yılı Toplam Turist Sayıları.....	18
Tablo 3. Türkiye yıllara göre turizm gelir ve turist harcamaları	20
Tablo 4. Turizm Gelirlerinin Gayri Safi Milli Hâsıla İçindeki Payı	22
Tablo 5. Kapadokya-Nevşehir Bölgesinin Kronolojik Sıralaması.....	24
Tablo 6. 08/09/2020 Tarihli Nevşehir Konaklama İstatistikleri	27
Tablo 7. Nevşehir'deki At Çiftlikleri, Yeri.....	30
Tablo 8. Cronbach's Alpha Referans Değerleri.....	40
Tablo 9.Sorumlu Turizm Ölçeği Geçerlilik Ve Güvenirlik Analitik Analizi Bulguları	41
Tablo 10.Demografik Ve Tanımlayıcı İstatistikler	45
Tablo 11. Ekonomik Sorumluluk Alt Boyutu Madde Frekans Analizleri	47
Tablo 12. Sosyal Sorumluluk Alt Boyutu Madde Frekans Analizleri	49
Tablo 13. Çevresel Sorumluluk Alt Boyutu Madde Frekans Analizleri	51
Tablo 14. Değişken Betimsel İstatistikleri.....	53
Tablo 15. Değişken Normal Dağılım İstatistikleri.....	54
Tablo 16. Değişkenler Arası Korelasyon Matrisi	55
Tablo 17. Cinsiyete Göre Sorumlu Turizm Ölçeği Bakımından Farkları Sınayan Bağımsız Örneklem T-Testi Bulguları.....	56
Tablo 18. Yaş Gruplarına Göre Sorumlu Turizm Ölçeği Bakımından Farkları Sınayan Anova Testi Bulguları	57
Tablo 19. Medeni Duruma Göre Sorumlu Turizm Ölçeği Bakımından Farkları Sınayan Bağımsız Örneklem T-Testi Bulguları.....	58
Tablo 20 Eğitim Seviyesine Göre Sorumlu Turizm Ölçeği Bakımından Farkları Sınayan Anova Testi Bulguları.....	60
Tablo 21. Çalışılan İşletmeye Göre Sorumlu Turizm Ölçeği Bakımından Farkları Sınayan Anova Testi Bulguları.....	62
Tablo 22. Gelir Seviyesine Gruplarına Göre Sorumlu Turizm Ölçeği Bakımından Farkları Sınayan Anova Testi Bulguları	64

ŞEKİLLER TABLOSU

Şekil 1.Turizmin Gelişmesini Sağlayan Unsurlar.....	9
Şekil 2.Turizm Çeşitlerinin Sınıflandırılması	12
Şekil 3.Araştırma Model Şeması	43



KISALTMALAR LİSTESİ

ANOVA	:Tek-Yönlü Varyans Analizi (One-Way Analysis of Variance)
DPT	:Devlet Planlama Teşkilatı
GNS	:Genel Nüfus Sayımı
GSMH	:Gayri Safi Milli Hasıla
İMKB	:İstanbul Menkul Kıymetler Borsası
MANOVA	:Çok Değişkenli Varyans Analizi
MEB	:Milli Eğitim Bakanlığı
SPSS	:Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paket Programı
SSK	:Sosyal Sigortalar Kurumu
TÜİK	:Türkiye İstatistik Kurumu
VaR	:Riske Maruz Değer (Value at Risk)

GİRİŞ

Bir hizmet sektörü olan turizm sektörü geçmişten bugüne kadar hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için önemli bir sektör konumundadır. Bu sektörün bu kadar önemli olmasının nedeni ise ekonomik getirisinin ülkeler için büyük rakamlara ulaşmasıdır. Son yıllarda değişen turizm politikaları sayesinde dünyada turizm sektörü büyük bir sıçrayış gerçekleştirmiştir. Gelişmiş ülkeler turizm sektörünün daha çok ekonomik boyutlarıyla ilgilenirken, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler ise ekonomik boyutlarının yanında turizm sayesinde ülkeye girecek olan dövizini artırmayı amaçlamaktadırlar. Ayrıca gelişmekte olan ülkelerin genel sorunlarından biri olan işsizlik sorunu da, turizm sektörünün sağladığı istihdam ile bu sorunun çözülmesine yardımcı olmaktadır.

Türkiye gibi zengin turizm arzına sahip bir ülke için bu sektörün değeri daha da büyüktür çünkü Türkiye'nin coğrafi konumundan kaynaklı en büyük avantajı dört mevsim yapılabilecek turizm çeşitliliğine sahip olmasıdır. Bu sebeple turizm sektörü Türkiye için büyük gelir kaynağı olan bir pazardır. Böylesine büyük bir gelir kaynağına sahip olduğu için turizme yapılan yatırımlar son yıllarda büyük ölçüde artmıştır.

Bu yatırımların Türkiye'deki turizm anlayışından dolayı büyük payını alan turizm çeşidi daha çok kıyı turizm olmuştur fakat hem Dünya'da hem de Türkiye'de son yıllarda değişen turizm anlayışıyla birlikte birçok alternatif turizm çeşidine olan turizm yatırımları da artmıştır. Türkiye'de bu yatırımlarında sonuç vermesiyle birlikte daha çok doğa ve kültür turizminin yapıldığı Kapadokya-Nevşehir bölgesindeki turizm faaliyetleri artmıştır. Bu bölge son yıllarda yabancı ve yerli turistler tarafından büyük talep görme ye başlamıştır. Böylesine büyük talep görmesinin nedeni ise bölgenin kendine özgü doğal ve kültürel zenginliklere sahip olmasıdır. Nevşehir bölgesinin bu zenginliği doğru bir şekilde kullanarak turizmden elde edilen geliri en yüksek seviyeye ulaştırması gerekmektedir. Bölge halkı ve turizm işletmeleri de bu turizm talebini etkin bir şekilde kullanarak, Nevşehir bölgesi sosyo-ekonomik açıdan büyük bir gelişme sağlamıştır. Hem ülke ekonomisine hem de bölge ekonomisine olan katkısı her geçen gün artmaktadır.

Bu bölgedeki turizm gelirlerinin artması ise yerli ve yabancı turist sayılarının artması, turistlerin kişi başı harcamalarının artması ve kaliteli turizm hizmetinin yapılmasıyla ölçülebilir.

Bu çalışmada Nevşehir turizminin 2000 yıllarından sonra göstermiş olduğu gelişme incelenmiştir. Çalışmada öncelikle turizm arzı ve talebi incelenerek, Kültür ve Turizm Bakanlığının ve İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünün her yıl düzenli olarak yayımladığı turizm verileri ile bölgenin turizm istatistikleri ortaya çıkarılmıştır. Bu verilerin yardımıyla bölgenin sosyo-ekonomik ve çevresel yapısı anlatılmıştır. Araştırmada sosyo-ekonomik ve çevresel yapının dışında turizm faaliyetlerini etkileyen sorunlara değinilmiş, bu sorunlara çözüm yolları araştırılmıştır.

Kapadokya Bölgesi'ndeki turizm sektörünü etkileyen sosyal, ekonomik ve çevresel faktörlerin değerlendirmesi yapılmış ve buna istinaden araştırmanın konusuna, amacına, önemine, sınırlarına, yöntemine ve bulgularına yer verilmiştir. Anket formu aracılığıyla elde edilen verilere güvenilirlik analizi yapılarak veriler analize tabi tutulmuştur. Ankette bulunan çeşitli soru ve önermelere yönelik hipotezler oluşturularak sonrasında çeşitli istatistiksel analiz yöntemleriyle analiz edilerek bulgular değerlendirilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular ve bulgulara yönelik öneriler çalışmanın sonuç ve öneriler kısmında belirtilmiştir.

BÖLÜM 1

1.TURİZM, TURİZM SEKTÖRÜ VE TURİZM ÇEŞİTLERİ

1.1.Turizm

Birçok tanımı bulunan turizm kavramının açıklanmasında farklı unsurlar esas alınmıştır. Bazı tanımlamalarda turizmi ekonomi ile bağdaştırıp açıklamaya çalışılmış, bazılarında ise sosyo-kültürel boyutuyla tanımlaması yapılmıştır. Turizm kavramının tek bir tanımının olmamasının nedeni ise bu endüstrinin, sektörün veya sistemin farklı dallarla ilişkisinin olmasıdır. Ekonomistler turizmi bir endüstri, sektör olarak ele alırken, pazarlamacılar ise bir pazar olarak görmüşlerdir. Çevre bilimciler ise çevresel faktörleri üzerinde durmuşlardır.

Bir kavramın tanımı yapılırken öncelikle o kavramın özelliklerini bilmek tanımın daha doğru yapılmasını sağlamaktadır. Turizmin özellikleri de şu şekilde sıralanabilir.

-Turizm, sürekli yaşanılan yerden başka bir yere belli bir süre ile yapılan seyahatlerdir. (Geçicilik Özelliği)

-Turizm faaliyetleri sırasında birey ekonomik kazanç elde etme amacıyla olmamalıdır. (Tüketici Olma Özelliği)

-Bireyin gittiği yerde en az bir gece konaklaması veya turizm işletmelerinden faydalanması gerekmektedir. (Ekonomik Kazanç Sağlama Özelliği) (TUNÇ & SAÇ, 2008)

Turizmin bu özellikleri de dikkate alınarak genel bir turizm tanımı yapılırsa turizm; “İnsanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki, genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri tüketerek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür.” şeklinde tanımlanabilir. (KOZAK & AKOĞLAN KOZAK, Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar, 2014)

Turist: Genel turizm anlayışıyla ele alındığında, turizm faaliyetlerine katılan kişilere turist denilmektedir fakat turist kavramının da tanımının yapılabilmesi için bazı koşulları içermesi gerekmektedir. Eğer bir birey ziyaret edilen bir ülke veya şehirde 24 saatten az kalıyorsa bu kişi turist olarak kabul edilmemektedir. Bu kişiler günöbirlük ziyaretçiler olarak adlandırılır.

Bu açıklamalardan hareketle turistin tanımı yapılacak olunursa, “Yaşadığı yer dışına geçici olarak çıkan, gittiği yerde para kazanma amacı olmayan, temel amacı gittiği yerden fayda sağlamak olan, belirli bir süre zarfında seyahat edip tekrar yaşadığı yere dönen kişilerdir.” şeklinde tanımlanır. (TUNÇ & SAÇ, 2008)

1.1.1. Turizmin Etkileri

Turizm, ekonomi ve sosyo-költürel çevre üzerinde etkileri fazla olan bir sektördür. Turizm ekonomiyi ve sosyo-költürel çevreyi olumlu ve olumsuz şekilde etkilemektedir. Bölgesel kalkınmayı sağlaması, yaşam standartlarını yükseltmesi, ülke ekonomisine katkısı ve istihdam yaratması gibi birçok olumlu etkisi vardır. Diğer yönden mal ve hizmet fiyatlarındaki aşırı artış, ev kira ve fiyatlarındaki artış, çevresel kirlenmelerin artması gibi de birçok olumsuz etkisi mevcuttur. Bu etkileri ekonomik, sosyo-költürel ve çevresel olarak ayırmak mümkündür. (Ersoy, 2017)

Ekonomik Etkileri

Turizm faaliyetlerinin yoğun olarak yapıldığı birçok ülke açısından turizmin en çekici özelliği ekonomik yönden ülkelere sağladığı yararadır. Ekonomik yararlılığını yapılan turizm yatırımlarıyla kısa sürede döviz girdisi sağlayan, gelir artışı ve istihdam yaratan bir sektör olmasını sağlamıştır.

-Döviz Yaratıcı Etkisi: Turizm özellikle Türkiye gibi ekonomik kalkınmada önemli bir unsur olan döviz ihtiyacının karşılanmasında büyük rol sahibidir. Yabancı turist sayılarının ve kişi başı harcamalarının artmasıyla ülkeye giren döviz girdisi de artmaktadır. (Susam & Çak, 2007)

-Gelir Yaratıcı Etkisi: Bir bölgeye turistik faaliyetler için gelen kişi konaklama, yeme-içme, eğlence ve alışveriş için para harcamaktadır. Bu harcamalar ise turizm gelirlerini oluşturmaktadır. (KOZAK, Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar, 2014)

-İstihdam Yaratması: Turizm sektörü, emek-yoğun hizmet veren bir sektör olması ve teknolojik ilerlemelerin bu sektörde çalışan işgücünü çok etkilememesi nedeniyle yeni istihdam olanaklarının yaratılması konusunda diğer sektörlerden daha güçlü bir yapısı vardır. Türkiye gibi hem klasik tatil turizmi olanakları açısından hem de alternatif turizm olanakları açısından son derece zengin olan bir ülkede turizme yapılacak yatırımların arttırılması işsizlik problemini tek başına çözmek için azaltılması noktasında önemli katkılar sağlamaktadır. Turizme yapılan yatırımların tek getirisinin istihdamı arttırmak olmadığı bunun yanında yukarıda bahsedilen diğer ekonomik katkıları da sağlamaktadır. (Yıldız, 2016)

-Bölgesel Kalkınmayı Sağlaması: Zengin turizm arzına sahip bölgelerde planlı ve etkin bir şekilde yapılan turizm politikaları sonucunda, o bölgelerin turizm yönünden kalkınmalarını ve gelişmelerini sağlayıcı bir etkisi vardır.

-Diğer Sektörlere Katkı Sağlaması: Turizm sektörü kendi alt sektörleri olan konaklama, seyahat, yiyecek-içecek işletmeciliklerinin yanı sıra tarım, sanayi gibi 54 sektörle yakın ilişki içerisinde olan bir sektördür. (Türkay, 2015)

Sosyo-Kültürel Etkileri

Turizm sadece ekonomik bir olay değil sosyal, kültürel ve çevresel etkileride olan, toplumu ve sosyal yapıyı ilgilendiren ulusal ve uluslar arası bir oluşumdur. Bu yüzden turizmin etkileri incelenirken sadece ekonomik açıdan değil sosyal ve kültürel açıdan da incelenmesi gerekmektedir. (Civelek, 2014)

Turizmin sosyal açıdan önemi, turizm olayının temelini insanın ve insan topluluklarının oluşturmasıdır. Sosyal bir olay olan turizm, insandan insana toplumdan topluma doğru bir olaydır. Turizm bölgelerine geçici bir süre gelen turistler bu bölgelerde yaşayan insanlarla tanışarak, iletişim kurarak sosyal etkileşim gerçekleştirmiş olurlar. Turizm sosyal açıdan iki yönlü iletişim içindedir. Bir taraftan

turistler gittikleri yeri ve insanlarını etkilerken, diğer taraftan kendileri de gidilen yerlerden etkilenmektedirler. (Ersoy, 2017)

Bu sosyal yapı içerisinde gerçekleşen etkileşim; bireyleri, aileleri, toplumları ve o toplumun gelenek-göreneklerini, eğitimini, hayat standartlarını olumlu ve olumsuz şekilde etkilemektedir.

Tablo 1. Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri

Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri	
Olumlu Etkileri	Olumsuz Etkileri
-Hoşgörü ortamını geliştirmektedir.	-Yabancı düşmanlı artabilir.
-Kırsal bölgelerin kentleşmesini hızlandırır.	-Suç oranlarında artış yaşanabilir.
-Kırsal bölgelerde kadına olan değer artar.	-Kültür ticarileşebilir.
-Yabancı dil öğrenme oranlarında artış olur.	-Kültürel kimliğin kaybolmasına neden olabilir.
-Boş zamanları doğru kullanma alışkanlığı gelişir.	-Gelenek ve göreneklerde değişimler yaşanabilir.
-Çevre bilinci gelişir.	-Dini çatışmalar yaşanabilir.
-Tarih ve Kültür değerlerine olan ilgi artar.	
-Yeni toplumsal kurumların oluşmasını sağlar.	
-Yeni mesleklerin oluşmasını sağlar.	

Kaynak: Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar, Nazım KOZAK, 2008

Çevresel Etkileri

Turizm kişilere dinlenme ve güzel vakit geçirme amacıyla hizmet veren bir sektördür. Sürekli gelişim gösteren turizm sektörü alanında yapılan yatırımlar daha çok ekonomik ve sosyal olurken, turizmin çevre üzerindeki etkilerini azaltmaya yönelik yatırımlar daha düşüktür. Turizm işletmeleri az maliyetle yüksek kar elde etme amaçlarından dolayı çevreyi korumaya yönelik eylemlerden kaçınmaktadırlar. Turizm sektörünün bu duyarsızlığı, bu sektörün kişilere sağladığı faydadan çok çevreye zarar verilmesine neden olmaktadır.

Turizm sektörü her ne kadar bacasız sanayi olarak nitelendirilse de, turizm faaliyetlerinin çevreye bazen olumlu, çoğunlukla olumsuz etkileri vardır. Turizmin hammaddesinin çevre olduğu düşünülürse yapılan bütün turizm hareketlerinin dolaylı veya doğrudan çevreye etkisi olduğu söylenebilir. (Avcıkurt, 2003)

Turizmin çevreye; unutulmuş, eskimiş turistik yerlerin iyileştirilmesi ve düzenlenmesi, çevrenin korunması gerektiği bilincinin bireylerde artması gibi olumlu etkileri de vardır. Bu olumlu etkilerinin yanında doğal çevrenin tahribi, çöp ve atık problemi, su ve ses kirliliği gibi olumsuz etkilere de sahiptir. (Meydan Uygur, 1998)

Turizmin çevresel etkileri üzerine önlemler alınmadığı sürece ülkeler turistik hammaddesini tüketerek, turizmin ekonomik ve sosyal getirilerini de kaybetmiş olacaklardır.

Turizm açısından büyük potansiyele sahip Türkiye’de gün geçtikçe çevreye duyarlı turizm anlayışı ve tesisler artmaktadır. Çevreye duyarlı tesisler 30/09/2020 verilerine göre toplamda 456 turizm tesisi vardır. Bunların toplam yatak kapasitesi ise 294 bin 127 adettir. Bu tesisler yeşil yıldızlı tesisler olarak adlandırılmıştır. (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı)

2. Turizm Sektörü

Turizm sektörü diğer sektörlerle kıyaslandığında, aralarındaki farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Değişen ve gelişen turizm anlayışı ve turizm sektörünün kendine özgü özelliklere sahip olması onu diğer sektör ve endüstrilerden farklı kılmaktadır. Bu sektördeki değişmelerin ve gelişmelerin hızlı bir şekilde gerçekleşmesi ve yerine konabilen başka ikame bir ürünün olmaması bu sektörün en ayırt edici özelliklerindedir. Bir hizmet sektörü olan turizm sektörü her zaman diğer sektörlerle etkileşim halindedir. Geçmiş yıllara bakıldığında sağlık sektörü ve turizm sektörü birbiriyle ilişkisi olmayan sektörlerken, sağlık turizmi adında yeni bir turizm türü ortaya çıkmıştır.

Bu açıklamalardan yola çıkılarak turizm sektörünün tanımı yapılırsa; “Türkiye’ye gelen yabancı turist sayısının artırmak, turizm gelirlerini artırıp, giderlerini azaltmak, iç turizmi geliştirmek ve yurt dışına çıkan yerli ve yabancı turistlerin seyahat işlemlerini düzenlemekle ilgili olan tüm faaliyetlerdir.” (Olalı & Timur, 1988)

2.1. Turizm Sektörünün Özellikleri

Turizm sektörü konaklama, ulaşım, yeme-içme, inşaat gibi birçok farklı sektörün birleşmesiyle oluşmakta olup bu sektörlerden girdi alıp, çıktı vermektedir. Böylesine etkileşimi yüksek olan bir sektörün birçok özelliği bulunmaktadır. Başlıca özellikleri şu şekilde sıralanabilir. (TAYFUN & KILIÇLAR, 2007)

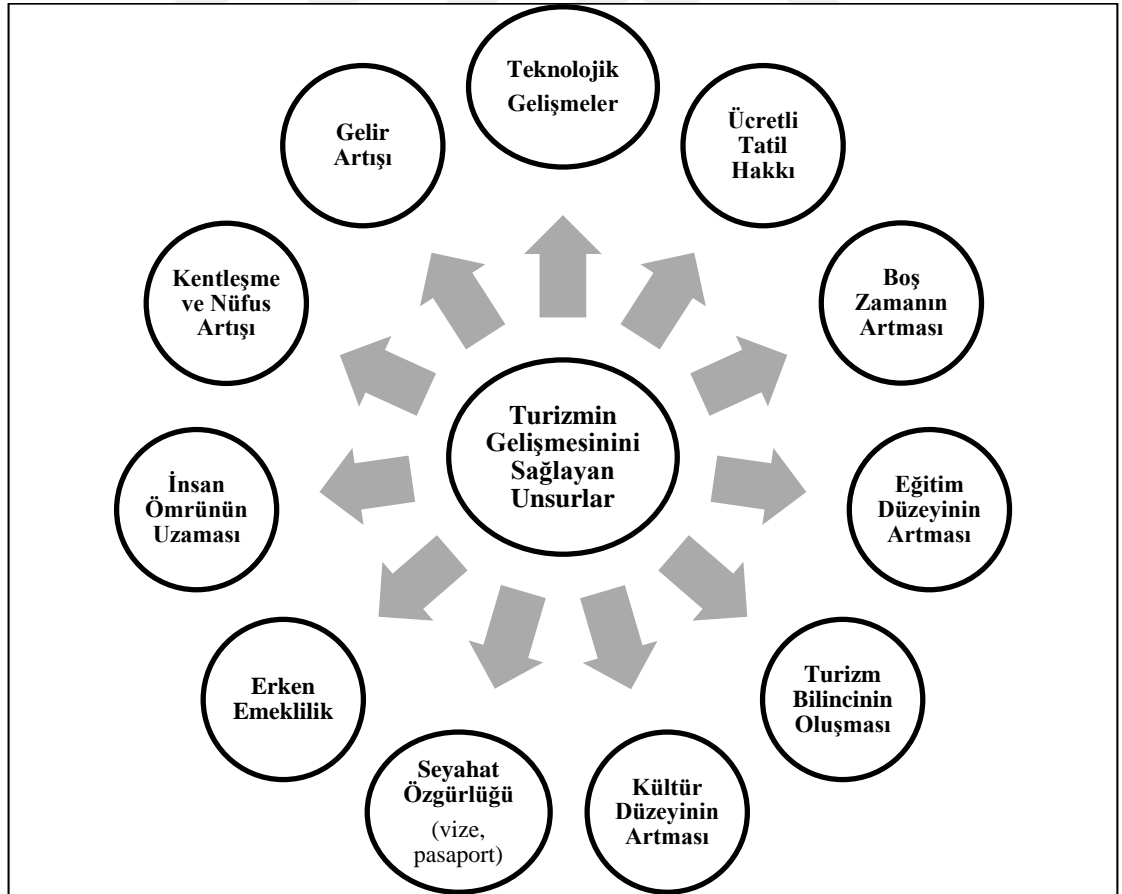
- Yatırım oranlarının yüksek olduğu bir sektördür.
- Turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu hammadde o ülkenin doğal, tarihi, kültürel değerlerinden oluşmaktadır.
- Riskin oldukça yüksek olduğu bir sektördür.
- Yapılan hizmet üretiminin, hızlı şekilde tüketildiği bir sektördür.
- Kesintisiz hizmetin olduğu bir sektördür.
- Emek yoğun bir sektördür.
- İkinci büyük istihdam yaratan sektör olma özelliğine sahiptir.

2.2. Turizm Sektörünün Gelişmesini Sağlayan Unsurlar

Endüstri devrimi sonucunda insana olan değerin artmasıyla birlikte turizm faaliyetleri hızlı bir şekilde gelişim göstermeye başlamıştır. Turizm faaliyetleri ilk başlarda toplumun belirli bir kesimini kapsarken, küreselleşme sürecinin de hızlanmasıyla birlikte daha geniş kitlelere ulaşmıştır. Turizmin günümüzde bu kadar büyük bir sektör olmasında sürdürülebilir turizm anlayışının etkisi büyüktür. Turizm destinasyon sayılarının ve turizme yapılan yatırımların artması sonucunda yeni iş imkanları artmış ve sosyo-ekonomik ilerlemeler gerçekleşmiştir. Turizmin gelişim göstermesi birçok ülke için döviz ve yabancı sermayenin artmasına, istihdamın artmasına ve bölgesel kalkınmaları sağlamıştır. (Bozok, 2016)

Gelişim ve değişimin hızı yaşandığı turizm sektöründe, bu gelişimin oluşmasını sağlayan bazı unsurlar vardır. Bunlar;

Şekil 1. Turizmin Gelişmesini Sağlayan Unsurlar



Kaynak: Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar, Nazmı KOZAK, 2008

2.3. Turizm Sektörünün Gelişmemesine Etki Eden Sorunlar

Türkiye turizm açısından yeteri kadar kaynağı elinde bulundurmasına rağmen istenilen turist sayısına ve turizm gelirin e ulaşamamaktadır. Bu sorunun oluşmasına neden olan birçok etken vardır. Turizm sektöründen istenilen faydanın elde edilebilmesi için sektörü oluşturan tüm unsurların incelenmesi gerekmektedir. Turizm sektöründeki problemlerin ortaya konulup, bu problemlere yönelik çözüm önerileri geliştirilmeli ve bulunan çözüm önerilerinin uygulanması için gerekli yatırımların yapılması gerekmektedir. Turizm sektörünün gelişmesine etki eden unsurları şu şekilde sıralamak mümkündür;

Yanlış Yapılanma: Turizm sektöründe, turizm eğitim ve bilgisine sahip olmayan kişilerin ve işletmelerin turizm hizmeti vermesinden kaynaklı doğan sonuçları ifade etmektedir. Bu durum turizm sektörünün kalitesiz bir şekilde yapılmasına neden olmaktadır. Bu duruma sebep olan durum ise kişilerin turizm üzerinden sadece para kazanmayı amaçlamalarıdır.

Tanıtım ve Pazarlama Yapamama: Turizmin en önemli sorunlarının başında gelmektedir çünkü yapılan tanıtım ve pazarlama taktikleri sayesinde ülkeye gelen turist sayısının artması sağlanabilir. Bir bölgede turizmin gelişmesi, bölgenin her şeyden önce sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel varlıkların pazarda etkin ve doğru bir şekilde sunulabilmesine bağlı olduğundan, turistik ürünlerin tüketicisine ulaşmasını sağlayan en önemli unsur pazarlama ve tanıtım faaliyetleridir.

Turizmin Çeşitlendirilememesi: Turizmin sadece deniz ve yaz turizmi ibaret olmadığını, alternatif turizm çeşitlerinin de turizme kazandırılması gerektiğini ifade eden bir turizm sorunudur.

Altyapı ve Üstyapı sorunları: gerek altyapılarda gerekse üstyapılarda oluşan sorunlar veya bulunan eksiklikler turizmin gelişmesinde sorun teşkil etmektedir. Özellikle Türkiye gibi turizm açısından istenilen faydayı elde edemeyen bir ülke için önemli ve halledilmesi gereken bir sorundur çünkü çoğu turizm bölgesinde hala internet ve elektrik gibi altyapı sorunları bulunmaktadır. Çoğu denize kıyısı olan turistik bölgelerde ise işletme atıkları denizlere boşaltılmaya devam etmektedir.

Mevsimsellik: Turizm faaliyetlerinin 12 ay devam etmesi gerektiğini ifade eden bir sorundur. Bu sorunun çözümü sayesinde turizm gelirleri yıl boyunca kazanılmış olacaktır.

İmaj Problemi: Türkiye'nin uygulamış olduğu ve yine kendi iç problemlerinden kaynaklı ortaya çıkan bir sorundur. Bu sorundan dolayı yabancı turistlerin fikirlerinde olumsuz bir algı oluşmaktadır ve bunun sonucunda da gelen turist sayısında düşüşler yaşanabilmektedir. Terörizm bu sorunun başlıca sebeplerinden birisi olarak ifade edilmektedir.

Finansman Sorunları: Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de turizm işletmeleri finansman sorunları yaşamaktadır. Bu durum sektördeki turizm işletmelerinin ve turizm sektörünün de başarısız olmasına neden olabilmektedir. Yatırım maliyetlerindeki yükseklik, turistik talebin dalgalı seyri, yüksek enflasyon problemi, faizlerin yüksekliği gibi sebeplerle de turizm işletmeleri yeterli yatırım yapamamaktadır. (Demir, 2018)

Hizmet Kalitesi Sorunu: Turizm sektörünün ve destinasyonlarının gelişememe nedenlerinden bir diğeri de bu sorundur. Hizmet kalitesindeki aksaklıklar ve yetersizlikler turistlerin o turizm yerini veya bölgesini tekrar ziyaret etme isteğini olumsuz yönde etkilemektedir.

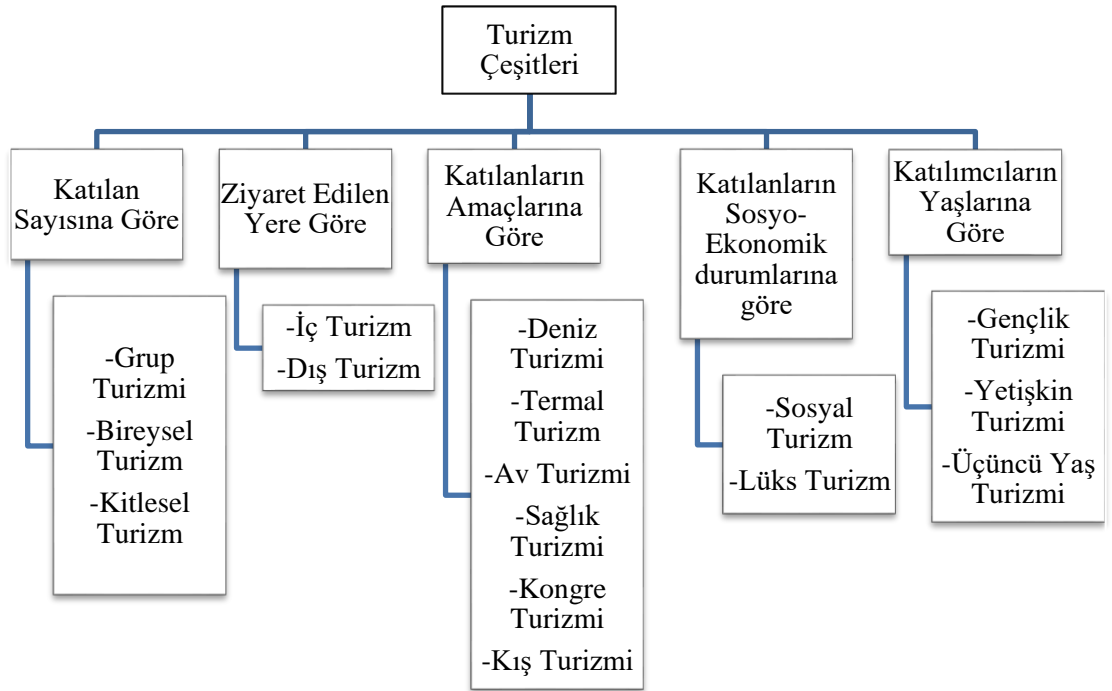
Eğitimsiz İşgücü Sorunları: Bir bölgede veya ülkede turizmin gelişimi büyük oranda kaliteli, nitelikli, gerekli eğitim ve donanıma sahip personel istihdamına da bağlıdır. Türkiye'de turizm sektöründe çalışanların yabancı dil konuşamaları bu durumlardan başlıcasıdır.

3. Turizm Çeşitlerinin Sınıflandırılması

Türkiye gibi dört mevsim turizm faaliyetlerinin yapıldığı bir ülke için, turizm çeşitliliğinin fazla olması, turizm gelirlerinin de artmasını sağlamaktadır. Turizm çeşitliliğindeki artış, turizm sektörünün on iki ay boyunca canlı kalmasını sağlamakta ve bölgesel kalkınma ve istihdam olanakları artmaktadır.

Birçok farklı kritere göre sınıflandırılması yapılan turizm çeşitlerinin bazıları katılan sayısına göre, ziyaret edilen yere göre, katılanların amaçlarına göre, katılımcıların sosyo-ekonomik durumlarına göre ve katılımcıların yaşlarına göre sınıflandırmak mümkündür. Bazı turizm türleri yapısından dolayı diğer sınıflarda da yer almaktadır. (GÜMÜŞ, 2019)

Şekil 2. Turizm Çeşitlerinin Sınıflandırılması



Kaynak: Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar, Nazım KOZAK, 2008

3.1. Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Çeşitleri

Bireysel turizm, grup turizmi ve kitlesel turizm olmak üzere üç gruba ayrılmıştır. Yapılan turizm faaliyetlerine kişinin tek başına katılması sonucunda bireysel turizm çeşidi gerçekleşmiş olurken, ortak hareket ederek birkaç kişinin beraber turistik faaliyetler yapmasıyla grup turizmi gerçekleşmiş olur. Birbirleriyle ilişkileri olmadan yine grup şeklinde yapılan turizm çeşidi ise kitlesel turizmdir. Kitlesel turizme örnek olarak tur şirketleri tarafından yapılan seyahatlerdir. (TUBAN, 2019)

3.2. Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm Çeşitleri

İç turizm ve dış turizm olarak ikiye ayrılmaktadır. Bir ülkede yaşayan bir kişinin o ülke sınırları içerisinde yaptığı turizm faaliyetlerinin tümüne iç turizm, bir ülkede yaşayan kişilerin başka bir ülkeye seyahat etmelerine ise dış turizm denilmektedir. İç turizmde pasaport, vize gibi işlemlere gerek yokken dış turizmde zorunludur. İç turizmin ülkeye döviz kazandırıcı özelliği yokken dış turizm bunu sağlamaktadır. İç turizm bölgeler arası turizm dengesinin sağlanmasında önemli rol oynamaktadır. Dış turizm ise döviz getirici etkisinden dolayı ekonomik anlamda önemlidir. (Hussein & Saç, 2008)

3.3. Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizm Çeşitleri

Turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde kişilerin ekonomik boyutları ve toplumsal statüleri yapılan turizmi etkilemiş ve bunun sonucunda sosyal turizm ve lüks turizm çeşitleri ortaya çıkmıştır. Sosyal turizm; ekonomik ve sosyal düzeyi düşük kişilerin yapmış oldukları turizm çeşitleridir. Lüks turizm; yüksek gelire sahip kişilerin yaptıkları turizm biçimidir. Turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesi için parasal kaygı oluşmaz, zevk ve eğlence ön plandadır. (Üstüner, 2008)

3.4. Katılımcıların Yaşlarına Göre Turizm Çeşitleri

Turizm faaliyetlerinin gruplandırılmasında kullanılan diğer bir faktör de kişilerin yaşlarıdır. Kişiler yaşlarına göre gruplandırıldığında üç ayrı turizm türü ortaya çıkmaktadır. Bunlar; gençlik, yetişkin ve üçüncü yaş turizmidir.

Gençlik Turizmi: 15-24 yaş grubundaki kişilerin ebeveynleri olmadan yaşadıkları, eğitim gördükleri çalıştıkları yer dışına; gezme, eğlenme, seyahat amaçlı çıkarak gittikleri yerin ürün ve hizmetlerinden yararlanmalarından oluşan turizm çeşididir. (Belber, 1999)

Yetişkin Turizmi: orta yaş turizmi de denilen 25-60 yaş aralığındaki bireylerin turizm faaliyetleridir. Bu turizm çeşidindeki insanlar daha çok çalışan, evli veya belirli bir düzen içerisinde yaşayan insanlar olduklarından dolayı, genellikle uygun oldukları zamanlarda turizm hareketlerini gerçekleştirirler. (KOZAK, Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar, 2014)

Üçüncü Yaş Turizmi: 60 ve üzeri yaş grubundaki insanların gerçekleştirdikleri turizm türüdür. Emekli ve boş vakitleri bol olan kişilerden oluşmaktadır. Daha çok sağlık, kültür ve doğa turizmini yapmayı tercih ederler. (ŞAHİNER, 2012)

3.5. Katılımcıların Amaçlarına Göre Turizm Çeşitleri

Bireylerin farklı amaçlarla yaptıkları turizm faaliyetleri sonucunda turizm çeşitleri amaçlarına göre sınıflandırılmıştır. Kendi içerisinde de birçok alt gruba ayrılmaktadır. Alternatif turizm çeşitlerinin de artmasıyla bu turizm çeşidinin içeriği de artmaktadır. Gezi, eğlence, eğitim, sağlık, ticari ilişkiler, spor, din, konferans, fuar gibi amaçlar bu turizm kategorisini oluşturmaktadır. (KÜÇÜKASLAN, 2007)

Bu amaçlarla gerçekleştirilen bazı turizm çeşitlerine aşağıda değinilmiştir.

3.5.1. İnanç Turizmi

Dini amaçlarla ve kutsal yerleri görme amaçlarıyla yapılan turizm faaliyetlerine inanç turizmi denilmektedir. Türkiye gibi tarih boyunca farklı dinlerden insanlara ev sahipliği yapmış bir ülkede de sayısız inanç turizminin yapılabileceği turizm destinasyonu vardır. (KAYNAK & SEZGİN)

Değişen turizm anlayışına bağlı olarak tüm dünyada artan inanç turizm kapsamında mevcut değerlerin korunması, turizme kazandırılması ve tanıtımın yapılması inanç turizminin sürdürülebilirliği için büyük önem taşımaktadır.

3.5.2. Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi en genel anlamda, kişilerin kendi yaşadıkları yerden başka bir yere sağlık amacı ile seyahat etmelerinden dolayı oluşan turizm hareketlerinin tümüdür. (TENGLİMOĞLU, 2017)

Türkiye’de genelde sağlık turizmi denilince akla ilk gelen termal ve spa turizmi olmuştur. Son yıllarda Türkiye’de yapılan sağlık reformlarıyla birlikte sağlık turizmin alt bir dalı olan medikal turizm faaliyetlerinde büyük artışlar olmuştur. Gün geçtikçe dış ülkelerden sağlık turizmi için gelen kişi sayıları artmaktadır. Bu artışların yükselmeye devam etmesi için sağlık sektörüne olan yatırımlar artmalı ve sağlık kurumlarının hizmet kalitesi geliştirilmelidir. Sağlık turizminin ekonomik getirisinin yüksek olmasının yanı sıra sağlık sektörünün gelişmesi Türkiye’nin de gelişmiş ülkeler seviyesine gelmesinde önemli bir paya sahip olacaktır.

3.5.3. Deniz Turizmi

Dünya’da da olduğu gibi Türkiye’de en çok turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği alan deniz turizmidir. Türkiye’nin yarım ada olmasından kaynaklı deniz turizminin gerçekleşmesi için gerekli uzun, temiz ve doğal deniz ve kıyılara sahiptir. (Öztaş & Karabulut, 2006)

Türkiye’de dört mevsim yaşanmasından dolayı deniz turizminin on iki ay yapılamaması bu turizm türünün karşılaştığı en büyük sorundur. Deniz turizmi Türkiye’de hem yabancı hem de yerli turistlerin en çok yararlandığı turizm çeşidi olma özelliğine sahiptir.

3.5.4. Kış Turizmi

Türkiye’de turizmin her mevsim yapılabilmesi olmasından dolayı bir alternatif turizm çeşidi olan kış turizmi faaliyetleri artmıştır. Kış turizminin temelini oluşturan kayak sporunun da yaygınlaşmasıyla birlikte kış turizmi destinasyonları artmıştır. Kış turizminin Türkiye’ye sağladığı en büyük fayda sosyal ve ekonomik

anlamda bölgesel kalkınmaları sağlamasıdır. Türkiye yine de kış turizmi bakımından diğer Avrupa ülkelerine göre geri planda kalmıştır. Kış turizminin payını artırmak için 2023 Turizm Eylem Planında kış turizmi öncelikli turizm türleri arasındadır. (ÖZBAY, 2018)

3.5.5. Kongre Turizmi

Her kongre bir turistik hareket nedenidir. Türkiye'nin bugün dünya pazarlarından aldığı pay büyük boyutlarda olmamasına karşın, özellikle İstanbul, İzmir, Antalya ve Ankara gibi yeterli alt ve üst yapıya sahip bölgeleri ile dünya kongre pazarından isminden bahsedilen ülkeler arasında yer almaya başlamıştır.

3.5.6. Av Turizmi

Av turizmi, bilinçli ve belli bir eğitime dayanarak, doğaya zarar vermeden yapılan sadece olgunluğa erişmiş hayvanların avlanması olayıdır. Av turizmi, ancak A grubu seyahat acenteleri aracılığıyla yapılmaktadır. Av turizmi, bilinçli ve kurallara uygun olarak yapılması durumunda her yönden olumlu etkileri olan bir turizm türüdür. Bir yandan ülkenin yaban hayatını koruyup geliştirirken, diğer yandan da, önemli bir gelir kaynağını oluşturmaktadır. Av turizminin önemsendiği ülkelerde av hayvanları sayıca artmakta, çevreye ve yaban hayatına özen gösterme duygusu gelişmektedir.

BÖLÜM 2

2.TÜRKİYE'DE TURİZM

Dünya'da turizm, özellikle 2.Dünya Savaşından sonra büyük bir ilerleme göstermeye başlamış ve büyük kitleleri ilgilendiren bir sektör haline gelmiştir. Ulusal ve uluslararası platformlarda hızla gelişim gösteren turizm sektörü, dünya şehirlerinin ekonomik sorunlar, düşüşler yaşadığı dönemlerde büyük bir ekonomik getiri kazandırarak, dış ticaret açıklarının düşürülmesinde, istihdamın azaltılmasında da önemli rol sahibidir. Özellikle oluşturduğu istihdam olanakları ile turizm sektörü, dünya ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır. Başarılı bir şekilde uygulanan turizm politikaları ülkelerin, şehirlerin bölgeler arası dengesizlikleri giderici, ülkeye büyük döviz sağlayan, işsizliği önemli ölçüde düşüren, kadınlara ve gençlere yön verici vb. birçok özelliğe sahiptir. Turizm sektörünün sahip olduğu bu özellikler Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülke için önemli bir sektör olduğunun göstergesidir.

Türkiye sahip olduğu eşsiz turizm coğrafyasının getirisiyle turizm alanında yüksek kalkınma potansiyeline sahiptir. Dünyada en çok turist ziyaret ettiği ülkelerden birisi olmasına rağmen Türkiye sahip olduğu turizm potansiyelini yeteri kadar değerlendirememektedir.

Bu bölümde Türkiye'nin turizm gelirleri ve giderleri, gelen turist sayısı ve gelen turistler yaptıkları kişi başı harcamalar incelenmiş ve tablo şeklinde gösterilmiştir.

2019 yılının aralık ayından tüm dünyada Covid -19 virüsünün yayılmasından ve bu virüsten birçok sektör olumsuz etkilendiği için kullanılan veriler 2019 yılına ait turizm verileridir. Diğer sektörler gibi 2020 yılı turizm sektörü de bu durumdan dolayı büyük zararlar elde etmiş ve Türkiye'de gelen turist sayısı ve turizm gelirlerinde çok büyük düşüşler yaşamıştır.

Tablo 2. 2019 Yılı Toplam Turist Sayıları

AYLAR	YABANCI TURİST SAYILARI	YURTDIŐI İKAMETLİ YERLİ TURİST SAYILARI	TOPLAM ZİYARETÇİ SAYISI
Ocak	1.539.496	460.146	1.999.642
Őubat	1.670.238	443.671	2.113.909
Mart	2.232.358	513.801	2.746.159
Nisan	3.293.176	516.643	3.809.819
Mayıs	4.022.254	489.766	4.512.020
Haziran	5.318.984	650.997	5.969.981
Temmuz	6.617.380	796.507	7.413.887
Ağustos	6.307.508	708.822	7.016.330
Eylül	5.426.818	555.971	5.982.789
Ekim	4.291.574	526.427	4.818.001
Kasım	2.190.622	502.529	2.693.151
Aralık	2.147.878	523.633	2.671.511
Toplam	45.058.286	6.688.913	51.747.199

Kaynak: TÜİK

Türkiye'nin turist sayıları; 2019 yılı ocak ayında toplamda 1 milyon 999 bin 642 kişi, őubat ayında toplamda 2 milyon 113 bin 909 kişi, mart ayında toplamda 2 milyon 746 bin 159 kişi, nisan ayında toplamda 3 milyon 809 bin 819 kişi, mayıs ayında toplamda 4 milyon 512 bin 20 kişi, haziran ayında toplamda 5 milyon 969 bin

981 kişi, temmuz ayında toplamda 7 milyon 413 bin 887 kişi, ağustos ayında toplamda 7 milyon 16 bin 330 kişi, eylül ayında toplamda 5 milyon 982 bin 789 kişi, ekim ayında toplamda 4 milyon 818 bin 1 kişi, kasım ayında toplamda 2 milyon 693 bin 151 kişi ve aralık ayında toplamda 2 milyon 671 bin 511 kişi olarak hesaplanmıştır. Genel 2019 yılı verileri toplamında da Türkiye'yi 51 milyon 747 bin 199 kişi ziyaret etmiştir.

Bu veriler incelendiğinde Türkiye en çok turist sayısına yaz döneminde, en az turist sayısına ise kış döneminde ulaşmıştır. Bu durum Türkiye'nin hala en çok yaz turizmi için ziyaret edildiğini göstermektedir.

Ayrıca 2019 verilerine göre Türkiye Avrupa'da turist sayısı bakımından Fransa, İspanya ve İtalya'dan sonra 4. sırada yer alırken Dünya'da ise Fransa, İspanya, A.B.D, Çin ve İtalya'dan sonra 6. sırada yer almaktadır. 2010 yılında ise Avrupa'da 7. sırada, Dünya'da ise 13. sırada yer almaktaydı. (TÜRSAB)

2019 yılı turist sayılarına göre dünyada turist sayısında bir önceki yıla göre %3,8 artış göstererek 1,5 milyar kişi turizm hareketi gerçekleştirmiştir. Bu hareketlilik bütün kıtalarda yaşanmıştır. Ortadoğu %8'lik artışla ilk sırada yer alırken Ortadoğu'yu Asya ve Pasifik bölgesi %5 büyüme ile takip etti. Avrupa, Afrika ve Amerika kıtalarında ise %4'lük bir artış yaşanmıştır. (Dünya Turizm Örgütü)

Tablo 3. Türkiye yıllara göre turizm gelir ve turist harcamaları

YILLAR	TURİZM GELİRLERİ	KİŞİ BAŞI ORTALAMA HARCAMALARI
2010	24,9 milyar \$	755 \$
2011	28,1 milyar \$	778 \$
2012	29,1 milyar \$	795 \$
2013	32,3 milyar \$	824 \$
2014	34,3 milyar \$	828 \$
2015	31,4 milyar \$	756 \$
2016	22,1 milyar \$	705 \$
2017	26,2 milyar \$	681 \$
2018	29,5 milyar \$	647 \$
2019	34,5 milyar \$	666 \$
2020	8,1 milyar \$	722 \$

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu

Yukarıdaki tabloda yer alan veriler incelendiğinde Türkiye'nin 2010-2019 yılları arasında turizmden elde edilen gelirler ortalama olarak 22 milyar dolar ile 35 milyar dolar arasında değişkenlik göstermekte olup, yıllara göre artış ve azalışlar meydana gelmiştir. 2020 yılında ise Türkiye'nin turizm geliri ciddi bir düşüş yaşayarak 8 milyar dolar seviyelerine kadar gerilemiştir. Bunun şüphesiz en büyük nedeni ise tüm dünyayı 2019 yılı aralık ayından itibaren etkisi altına alan Covid-19 salgın hastalığından kaynaklı turizm hareketlerinin 2020 yılında tam olarak yapılamamasındandır.

Türkiye 2019 turizm gelirleri bakımından İspanya, Fransa, İngiltere, İtalya ve Almanya'dan sonra Avrupa'da 6. sırada yer almaktadır. Dünya turizm gelirleri bakımından ise 13. sırada bulunmaktadır. (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı)

Turizmin ülke gelirine daha fazla katkı sağlaması için, gelen turist sayısının artmasının yanı sıra turistlerin yaptıkları harcamaların da artması gerekiyor. Türkiye'ye gelen turist sayısında artış yaşanırken, kişi başına yapılan harcama ise hedef gösterilen seviyelere ulaşamamaktadır. Tabloda turizm harcamaları incelendiğinde ortalama bir turist son 10 yılda 600 ile 850 dolar arasında harcama yaptığı hesaplanmıştır. Türkiye'nin hedefi ise kişi başı turist harcamalarını daha yüksek seviyelere çıkarmaktır.

Türkiye en son 2003 yılında kişi başı turist harcamasında 850 dolara ulaşmıştır ve henüz bu rakamı geçememiştir. “OECD listesinde ilk sırada yer alan İspanya'ya giden turistler ise 2017 yılında kişi başına ortalama bin 62 Euro harcama yapmışlardır”. (TÜROB)

Türkiye turizm açısından dünya da popüler olmuş bir ülkedir ve bazı ülkelerin ilk tercihi olmuştur. Dünya'nın birçok ülkesinden birçok insan her yıl Türkiye'ye tatil için gelmektedir. Bu ülkelerden gelen turist sayıları ise şöyledir:

2019 yılında en çok turist geldiği 5 ülke: Rusya'dan 7 milyon kişi, Almanya'dan 5 milyon kişi, Bulgaristan'dan 2,7 milyon kişi, İngiltere'den 2,6 milyon kişi ve İran'dan 2,1 milyon kişi ülkeyi ziyaret etmiştir. (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı)

2.1. Turizm Gelirlerinin Gayrisafi Milli Hasıla İçindeki Yeri

“Gayri safi milli hasıla, bir ülke vatandaşlarının bir yıl içerisinde ürettikleri toplam mal ve hizmetlerin, belirli bir para karşılığındaki değerinin toplamına denir.” (wikipedia, 2021) Turizmin lke içerisindeki konumunu belirten göstergelerden biriside gayri safi milli hasıladır. Turizm gelirleri Türkiye’nin gayrisafi milli hasıla içindeki payı yıllara göre sürekli değişkenlik göstermiştir. Aşağıda verilen tabloda 2010 yılları ile 2018 yılları arasındaki GSMH değerlerine yer verilmiştir.

Tablo 4. Turizm Gelirlerinin Gayri Safi Milli Hâsıla İçindeki Payı

2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
3,4	3,6	3,7	3,9	4,3	6,2	2,6	3,1	3,8

Kaynak: TROFED

BÖLÜM 3

3.KAPADOKYA-NEVŞEHİR BÖLGESİ TURİZM ÖZELLİKLERİ

3.1. Kapadokya Bölgesinin Tarihi

Türkiye'nin önemli turizm lokasyonlarından biri olan Kapadokya, tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Adını Pers dilinde ‘‘Güzel Atlar Diyarı’’ anlamına gelen Katpatuka’dan almıştır. (Kaleli, 2016)

Kapadokya bölgesinin tarihinin, yedi bin yıl öncesine kadar dayandığı bilinmektedir. M.Ö. 1750-700 yılları arasında, Hitit egemenliği altında olduğu bilinmektedir. Hititler, Kapadokya bölgesinin her yerine izlerini bırakacak kadar uzun yıllar bu bölgede varlıklarını sürdürmüşlerdir. Kapadokya'nın önemli unsurlarından olan yeraltı şehirlerinin o dönemde yapılan işgallerlerden kurtulmak için birçoğunun Hititler tarafından yapıldığına dair kanıtlar bulunmuştur. Bölge M.Ö. 6. yüzyıldaki Pers işgalinden sonra, Pers hakimiyetine girmiştir. M.Ö. 332 yılında Büyük İskender tarafından işgal edilmiştir. Büyük İskender'in ölümünden sonra M.S. 17 yılında Tiberius tarafından Roma imparatorluğunun egemenliğine girmiştir. Bu dönemde yapılan birçok kilise ile birlikte bölgede hristiyanlık hızlıca yayılmaya başlamıştır. Roma imparatorluğunun bölünmesiyle birlikte uzun yıllar Doğu Roma tarafından yönetilmiştir. (www.kapadokyadayım.com)

Kapadokya Bölgesi'nin Türkleşme süreci, 1071'de Türklerle Bizanslılar arasında gerçekleşen Malazgirt Savaşı sonrasında Anadolu Türk beyliklerinden Danişment Beyliği'nin egemenliği altına girmesi ile başlamaktadır. Daha sonraki yıllarda ise bu bölge, Anadolu Selçukluları, onların yıkılışı ile Karaman Beyliği egemenliği altına girmiştir. Uzun süren Osmanlı-Karaman Beyliği çekişmesi Fatih Dönemi'ne kadar uzanmaktadır. İki Türk beyliği arasındaki mücadele, Osmanlıların bölgeye hâkim olmaları ile son bulmuştur. (Dinleyen, 2012)

Tablo 5. Kapadokya-Nevşehir Bölgesinin Kronolojik Sıralaması

M.Ö. 3000-1750	Asur Ticaret Kolonileri
M.Ö. 1750-1400	Hitit Krallık Dönemi
M.Ö. 1400-1200	Hitit İmparatorluk Dönemi
M.Ö. 1200-1100	Ege ve Kuzey Kavimlerinin Gelişi
M.Ö. 1100-950	Frigyalılar
M.Ö. 950-585	Lidyalılar
M.Ö. 585-334	Pers Egemenliği
334 - M.S. 17	Kapadokya Krallığı
M.S. 17-395	Roma İmparatorluğu
M.S. 395	Doğu Roma(Bizans) İmparatorluğu
1072	Türk Boylarının Yerleşmeye Başlaması
1086-1175	Danişmedliler
1175	Anadolu Selçuklular
1243	Moğol Hakimiyeti
1318	İlhanlı Valisi Timurtaş'ın Yönetimi
1340	Bağımsız Eratna Beyliği
1365	Karamanoğulları Beyliği
1381	Kadı Burhannetin Yönetimi
1398	Karamanoğulları Beyliği
1398-1402	Osmanlı Egemenliği
1402	Timur'un Bölgeyi Tekrar Karamanoğullarına Vermesi

1466	Kapadokya'nın Kesin Olarak Osmanlıya Bağlanması
1867	Nevşehir Livasının Kazaya Çevrilerek Niğde'ye Bağlanması
1902	Nevşehir'in Ankara Sancağına Bağlanması
1954	Nevşehir'in İl Olması

Kaynak: Nevşehir Fibhaber

Uzun yıllar ‘‘Muşkara’’ adı ile bilinen bugünkü Nevşehir, 1718 yılında bir Osmanlı sadrazamı olan Damat İbrahim Paşa'nın bu yeri il yapma amacıyla ilk başta ismini Nevşehir olarak değiştirmiştir. Damat İbrahim Paşa'nın Patrona Halil İsyanı sırasında ölmesiyle Damat İbrahim'in Nevşehir il yapma isteği gerçekleşmemiştir. Nevşehir'in il olma süreci ancak 1954 yılında Niğde ilinde ayrılarak gerçekleşmiştir. (Dinleyen, 2012)

3.2. Kapadokya-Nevşehir Bölgesinin Coğrafyası

Kapadokya bölgesi güneyde Toros Dağları, batıda Aksaray, doğuda Malatya ve kuzeyde Doğu Karadeniz kıyılarına kadar uzanan büyük bir bölgedir. Bugün Kapadokya olarak adlandırılan bölge Nevşehir, Aksaray, Niğde, Kayseri ve Kırşehir illerinin kapladığı alandır. Çekirdek Kapadokya olarak adlandırılan ve peri bacalarının en çok görüldüğü bölge ise Nevşehir ilinin ilçelerinden oluşan Göreme, Avanos, Uçhisar, Ürgüp, Derinkuyu, Kaymaklı, Ihlara ve çevresinden ibarettir. Bu bölgenin oluşumu ise Kayseri ilinde bulunan bir zamanlar aktif olan Erciyes Dağının lavları sonucunda oluşmuştur. Nevşehir ilinin hemen hemen her ilçesinde peri bacası olarak adlandırılan vadileri, şekilleri görmek mümkündür. Nevşehir ili eski yanardağların kül ve lavlarının birikmesiyle oluşmuş geniş bir platoyu kapsamaktadır. Vadi yamaçlarından inen sel sularının ve rüzgarların kayaları aşındırması sonucu Nevşehir'in en önemli turistik ögesi olan peribacalarını oluşturmuştur.

Peribacalarının en yoğun olduğu yerler ise Ürgüp, Göreme, Uçhisar ve Avanos'tur. Dünya'da benzersiz bir jeolojiye sahip olan bu bölge turizm açısından Türkiye'nin popüler turizm yerlerindedir. Bölgede sıcak hava balonu , trekking, dağ bisikleti, atlı safari turizmi gibi daha birçok doğa sporu yapma şansı elde edebilirsiniz. Unesco Dünya Doğal ve Kültürel Miras listesinde "Göreme Doğal ve Tarihi Milli Parkı" olarak kültürel çeşitliliği sayesinde dünya miras listesinde yerini bulmuştur. Günümüzde bu bölge birbirinden farklı ve güzel kiliseleri, vadileri, ve yer altı şehirleri ile bir açık hava müzesi konumundadır. (AHİKA, 2014)

3.3. Kapadokya-Nevşehir Bölgesinin Destinasyon Olarak Seçilmesinin Nedenleri

Nevşehir bölgesinin destinasyon olarak seçilmesinde birçok sebep bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, tarih boyunca önemli ticaret yollarının bu bölgeden geçmiş olması ve bu bölgenin Türkiye'nin ortasında olmasından dolayı diğer bölgelere ulaşımın kolay olmasını sağlamaktadır. En önemli nedeni ise bölgenin jeolojik özellikleridir. Kapadokya ile bütünleşmiş olan fakat daha Nevşehir il sınırları içerisinde olan peribacalarının bu bölgeyi eşsiz bir turizm destinasyonuna çevirmektedir.

Kapadokya bölgesi tarih boyunca birçok medeniyete ve dine sahip kişilere ev sahipliği yaptığı için, günümüzde de bu medeniyetlere ve dinlere ait izleri bu bölgede görmek mümkündür. Bundan dolayı kişiler hem tarihi izleri görmek hem de kişilerin dini inançları açısından kutsal olarak bilinen yerleri görmek için bu bölgeyi destinasyon olarak seçmektedirler. Özellikle Hristiyanlık dinine ait birçok kiliseyi ve manastırı bünyesinde barındırmaktadır.

Türkiye genelinde deniz turizminin yaygın oluşu bu bölgenin daha da önemli turizm merkezi olmasını sağlamaktadır. Bölgenin elinde bulundurduğu alternatif turizm çeşitliliği sayesinde, sadece yaz aylarında değil on iki ay boyunca turizm faaliyetleri gerçekleşmektedir. Bu durum bölgenin ekonomik, sosyal kalkınmasında önemli rol oynamaktadır. Ayrıca mevsimlik turizm anlayışının yıkılmasına yardımcı olmaktadır.

3.4. Nevşehir Bölgesine Ulaşım

Bu bölgeye ulaşım hali hazırda karayolu ve havayolu ile yapılmaktadır. Bölge anadolunun tam ortasında olmasından kaynaklı kara yolu ile ulaşım her bölge için kolay bir şekilde yapılabilmektedir. Türkiye'nin her şehrinden otobüs seferleri düzenlenmektedir. Havayolu ulaşımında ise Gülşehir ilçesinde bulunan Kapadokya Hava Limanı yaygın olarak kullanılmaktadır. İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük şehirlere hergün seferleri bulunmaktadır. Ayrıca Nevşehir'e bir saat uzaklıkta bulunan Kayseri Havaalanı da bölgeye ulaşım için kullanılabilir.

3.5. Nevşehir Konaklama Olanakları

Şehirde konaklamak için birçok tarzda işletme bulunmaktadır. Bunları tablo 6 üzerinde şu şekilde göstermek mümkündür.

Tablo 6. 08/09/2020 Tarihli Nevşehir Konaklama İstatistikleri

İşletme Belgeli Tesis Sayısı	Yatırım Belgeli Tesis Sayısı	Belediye Belgeli Tesis Sayısı	TOPLAM
109	18	324	451
İşletme Belgeli Oda Sayısı	Yatırım Belgeli Oda Sayısı	Belediye Belgeli Oda Sayısı	
5544	1190	5824	12.558
İşletme Belgeli Yatak Sayısı	Yatırım Belgeli Yatak Sayısı	Belediye Belgeli Yatak Sayısı	
11.690	2393	13.732	27.815

Kaynak: Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Nevşehir il genelinde 08.09.2020 Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre toplamda 451 adet konaklama tesisi bulunmaktadır. Toplam oda sayısı 12.558 adet ve toplam yatak sayısı ise 27.815 adettir.

3.6. Kapadokya-Nevşehir Bölgesinin Alternatif Turizm Çeşitliliği

Nevşehir sahip olduğu çekicilikler ve güzellikler ile yerli ve yabancı turistler için adeta doğa harikası bir bölgedir. Bu bölgede birçok farklı alternatif turizm çeşidini bir arada bulmak mümkün olduğundan dolayı bölge hem yerli hem de yabancı turistler açısından tercih edilen bir turizm bölgesidir. Balon turizminden atlı turizme, safariden termal turizme gibi daha birçok turizm çeşidini bu bölgede görmek mümkündür. Nevşehir'in turizm getirisi her geçen yıl artmaktadır. Türkiye'nin özellikle de doğa ve kültür turizmi açısından öne çıkan turizm yerlerinden biridir. Bölge tarihi ve kültürel değerleriyle, insanlık tarihinin tüm zamanlarına öncülük eden özellikler taşımakta, çok sayıda uygarlığa ait izlerinde bünyesinde bulundurmaktadır. (Nevşehir İl Kültür Tturizm Müdürlüğü)

3.6.1. Balon Turizmi

Bir turistik ürün olan balon turizmi, Kapadokya-Nevşehir bölgesini görmek için gelen hem yerli hem de yabancı turistler tarafından en çok talep edilen turizm çeşitlerinin başında gelmektedir. Bu turizm çeşidi sayesinde turistler Kapadokya'nın eşsiz doğal manzarasını havadan görme şansına sahip olmaktadır.

Ülkemizde sıcak hava balon turizminin ilk uygulandığı noktalardan olan Nevşehir bölgesi balon turizmi faaliyetlerinden bağımsız düşünülemez. Bölgeye yönelik uygulanan tüm pazarlama ve tanıtım uygulamalarında sıcak hava balonlarına ve peribacalarına yer verilmektedir. Bu iki unsur bu bölge ile bağdaşmıştır. (Özen, 2019) Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (SHGM) verilerine 2019 yılında balon turlarına katılan kişi sayısı 537 bin 500 kişiye ulaşmış ve bu turlardan turizme 70 milyon avro katkı sağlanmıştır. Bu bölgede balon turizminin gerçekleştirilmesi için 25 balon firması ve bu firmaların toplamda 239 adet sıcak hava balonu vardır. Genellikle sabahın ilk ışıklarında yapılan balon turizmi bazı zamanlarda yoğun talep olduğunda akşamüzeri gün batımlarında da yapılmaktadır. Türkiye'de her ne kadar Kapadokya bölgesiyle bütünleşen bir turizm çeşidi olsa da günümüzde Denizli-Pamukkale, Eskişehir-Frig Vadisi ve Burdur-Kamanlı gibi bölgelerde de gerçekleştirilmektedir.

3.6.2. Bağ ve Şarap Turizmi

Nevşehir bölgesi, geçmiş yıllardan bu zamana kadar ¼z¼m bağları ile T¼rkiye'deki ¼z¼m yetiştirilen bölgelerden birisidir. Bölgede yetiştirilen ¼z¼mlerin kalitesinin sebebi bölgenin sahip olduğu t¼fl¼ topraklardır. Bu y¼zden bölge ¼z¼m yetiŐtiricilięi ve Şarap ¼retiminde oldukça ilerlemiŐ durumdadır. Bölgede yer alan b¼y¼k ve k¼¼k lekli Şarap yapım işletmelerinin neredeyse hepsi bölgenin ¼z¼mlerini kullanmaktadır. Bu gastronomi zenginliğinin sayesinde turistler bölgede ¼retilen Őarapların yapım aŐamasına katılıp daha sonra da bu ¼r¼nleri t¼ketererek eşsiz bir turizm faaliyeti gerçekleştirmiş olurlar. Sonucunda hem bölge halkı hem bölge turizm sektör¼ bu durumdan kazanç saęlamıŐ olurlar. (Katlav vd., 2019)

Bölgenin Şarap tarihi o kadar eskiye dayanmaktadır ki, bölge ile b¼t¼nleŐmiŐ olan yer altı Şehirleri incelendiğinde ¼z¼m çiğneme ve Şarap ¼retim alanlarını görmek m¼mk¼nd¼r.

T¼rkiye'de Kapadokya'da Nevşehir, İzmir'de Alaçatı ve Şirince, Tekirdağ'da Őarköy, Çanakkale'de Bozcaada ve Balıkesir'de AvŐa gibi bölgeler bağ ve Şarap turizmi açısından zengin ve turizmin gelişmesini sağlayan başlıca bölgelerdir. (T¼rkben vd., 2012)

3.6.3. Atlı Doğa Turizmi

Adı Pers dilinde Katpatuka (G¼zel Atlar ¼lkesi) anlamına gelen Kapadokya bölgesinin adıyla b¼t¼nleŐmiŐ olan turizm aktivitelerinden birisi de atlı doğa turizmidir. Son yıllarda Nevşehir bölgesindeki artan turizm hareketlilikleri sonucunda bölgede atlı turizme olan giriŐimler artmıştır. Saatlik, g¼nl¼k veya talebe göre haftalık Şekilde yapılmak ¼zere d¼zenlenen turlar ile turistler, bölgenin doğal, tarihi ve k¼lt¼rel dokularını ve özellikle araç ile ulaşım sağlanamayan vadilerini at ¼zerinde yolculuk yaparak eşsiz bir turizm aktivitesi gerçekleştirmiş olurlar. (Hazar, 2007)

Atlı turizm faaliyetleri turu d¼zenleyen çiftlikler tarafından, tecr¼beli at binicileri eŐlięinde, belirli g¼zergâhlar ¼zerinden daha çok grup Şeklinde

yapılmaktadır. Bölgede bu turizm aktivitesini gerçekleştirmek için farklı bölgelerde farklı at çiftlikleri bulunmaktadır. Bunlardan bazıları şöyledir;

Tablo 7. Nevşehir'deki At Çiftlikleri, Yeri

At Çiftliğinin Adı	Çiftliğin Bulunduğu Yer
Kirkit Voyage	Avanos İlçesi
Akhal-Teke Horse Ridding Center	Avanos İlçesi
Cemal Ranch	Ortahisar Belediyesi
Sinosos Ranch Kapadokya	Mustafa Paşa Köyü
Rainbow Ranch	Göreme Belediyesi
Dalton Brothers Çiftliği	Göreme Belediyesi
Kadost	Göreme Belediyesi

Kaynak: (Güngör, Alternatif Turizm Etkinliği Ve Ürün Çeşitliliği Oluşturmada Atın Kullanımı: Nevşehir Örneği, 2016)

3.6.4. Termal ve Sağlık Turizmi

Kapadokya-Nevşehir bölgesindeki alternatif turizm çeşitliliklerinden birisi de termal ve sağlık turizmidir. Türkiye termal kaynaklar bakımında dünyada 7. Avrupa'da ise ilk sırada yerini almıştır. Turizm kavramının insanlar tarafından değişmesi sonucunda bu iki farklı turizm çeşidi bir araya gelmiştir. Nevşehir'in Kozaklı ilçesinde bu turizm çeşidi açısından oldukça zengindir. İlçede birçok otel ve motel bulunmaktadır. Yılın her zamanı genellikle yerli turistler tarafından talep gören bir bölgedir. “Kozaklı kaplıcaları Alman Kaplıcaları Birliği sınıflamasına göre Sodyumlu, Kalsiyumlu ve Klorlu olup A ve C grubu şifalı sular grubuna girmektedir. Su sıcaklığı 27°C ve 93°C arasında değişmektedir.” (Nevşehir Termal Turizm Raporu, 2014)

Sağlık turizminde önemli bir yere sahip kaplıcalar Kozaklı ilçesinde son yıllarda yapılan yatırımlarla birlikte önemli bir gelişim sağlamıştır. Türkiye'nin en önemli Termal Sağlık merkezlerinden biri olan Nevşehir'in Kozaklı İlçesindeki Turistik Konaklama Tesislerinde sağlık turizmine yönelik faaliyet içeren 26 adet tesis bulunmaktadır ve 6.972 yatak kapasitesi ile hizmet vermektedir. İlçede ayrıca hem termal ve sağlık turizmin gelişmesini hem de bölgenin gelişmesini amaçlayarak

170 yatak kapasiteli ‘‘Kozaklı Fizik Tedavi Hastanesi’’ açılmıştır. (Kozaklı Termal Turizm , 2020)

3.7. Nevşehir’de Gezilmesi Gereken Yerler Listesi

3.7.1. Nevşehir Kalesi

Nevşehir şehir merkezinde bulunan ve şehrin simgesi olan kale 12. yüzyılda Selçuklular zamanında yapıldığı bilinmektedir. Turistler tarafından çok fazla talep görmeyen kale, 2014 yılında kale bölgesinin kentsel dönüşümü sırasında kalenin çevresinde dünyanın en büyük yer altı şehrinin bulunmasıyla birlikte, bölgeye olan turizm yatırımları artmış ve ilk başta kale restore edilerek günümüzde turizme hizmet vermeye başlamıştır. Kale çevresinde bulunan yer altı şehride 2023 yılında hizmete girmeye hazırlanmaktadır. Günümüzde büyük bir kısmı temizlenmiş durumdadır. Böylece çok fazla turistin ziyaret etmediği Nevşehir şehir merkezinin turizme kazandırılması amaçlanmaktadır. (www.kültürportalı.gov.tr)

3.7.2. Damat İbrahim Paşa Külliyesi

18. yüzyılda Nevşehirli Damat İbrahim Paşa tarafından yaptırılan külliye Nevşehir’in tarihi değerlerinden birisidir. İçerisinde ibadet etmek için yerler, hamam ve mektepten oluşan birçok oda bulunmaktadır. (Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü)

3.7.3. Vadiler

Nevşehir’in doğal güzelliklerinin en önemli göstergelerinden olan vadiler ve vadileri oluşturan peribacaları bölgenin en çok turist çeken yerleridir. Bölgede birçok vadi bulunmakta olup bunlardan bazıları şunlardır; (www.cappadocia4u.com)

Güllüdere Vadisi: Çavuşin köyü ile Göreme beldesi arasında yeralan 4 kilometre bir alanı kapsayan vadiyi araçlarla gezmek mümkün olmadığından daha çok turistler tarafından yürüyerek, bisiklet ve ATV’lerle ziyaret edilmektedir. Vadi içerisinde birçok kilise ve manastır bulunmakta olup doğa ve tarihin, turizm ile birleştiği bir noktadır.

Ihlara Vadisi: Nevşehir'e 100 kilometre uzaklıkta bulunan vadinin uzunluğu 18 km, genişliği 200 metre, derinliği ise 150 metredir. Vadiye kişisel araçlarla veya turlar tarafından ulaşım sağlanmaktadır. Vadinin içerisinde geçen Melendiz Çayı sayesinde, vadi yeşillikler içerisinde. Vadinin içerisinde eski zamanlardan kalma birçok yerleşim yeri bulunmaktadır. Vadi kanyon şeklinde olduğu için vadiye inmek ve çıkmak için tam 397 basamaktan oluşan merdiveni kullanmak gerekmektedir.

Paşabağ Rahipler Vadisi: Göreme Milli Parkı içerisinde yer alan ve diğer bir adı "Keşişler Vadisi" olan vadi, bölgenin en çok ziyaret edilen yerlerinin başında gelmektedir. Vadiyi develerin ve atların sırtında gezmek mümkündür.

Güvercinlik Vadisi: Göreme ve Uçhisar arasında bulunan vadi, ismini vadide yaşayan binlerce güvercinden almaktadır. Vadinin simgelerinden olan eski zamanlarda yapılmış olan güvercin evleri bölgeye tarihi bir hava katmaktadır.

Kızılçukur Vadisi: Çavuşin ve Ortahisar arasında yer alan vadi, ismini gün doğumu ve gün batımı sırasında, vadiyi oluşturan tüf kayalarının kızıl renge dönüşmesinden almaktadır. Sıcak kava balonlarında havalanmasıyla vadide eşsiz bir manzara ortaya çıkmaktadır. Vadi içerisinde bulunan Üzümlü Kilise, Direkli Kilise, Haçlı Kilise ve Anna Johachim Kilisesini de ziyaret etmek mümkündür.

Zelve Vadisi: 1950'li yılına kadar köy olarak kullanılmaya devam etmiştir. Vadi içerisinde bulunan oyma kayalık evler vadinin simgeleridir. Ayrıca içerisinde birçok kilise ve manastır bulunmaktadır.

Devren Vadisi, Zemi Vadisi, Soğanlı Vadisi, Gomedada Vadisi, Pancarlık Vadisi gibi başka vadiler de bu bölgede bulunmaktadır.

3.7.4. Müzeler

Tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Kapadokya-Nevşehir bölgesi, bu medeniyetlere ait izleri ve eserleri bölgede bulunan farklı müzelerde görmek mümkündür. Bu müzelerden bazıları şöyledir; (Nevşehir Müzeler Müdürlüğü)

Kapadokya Sanat ve Tarih Müzesi: Ürgüp ilçesine 10 kilometre uzaklıkta bulunan Mustafapaşa Köyü'nde yer alan diğer bir adıyla "Bebek Müzesi" olan Sibel Radiye Gül tarafından açılmıştır. Müzede bölgeye ait birçok eserin dışında, hepsi el yapımı olan 3 bin adetten fazla bezbebek bulunmakta olup, bu özelliğiyle Türkiye'nin ilk el yapımı bebek müzesidir.

Atatürk Evi Müzesi: Hacıbektaş ilçesinde bulunan, Mustafa Kemal Atatürk'ün Sivas Kongresi sonrası Ankara'ya dönüşte bir gece konakladığı bu ev 2011 yılında müzeye dönüştürülmüştür.

Göreme Açık Hava Müzesi: Bir vadi olan bu müze içerisinde; kiliseler, manastırlar, şapeller ve evler bulunmaktadır. Manastır eğitim sisteminin başladığı yer olarak kabul edilen bu bölge 16 Aralık 1985 yılından itibaren UNESCO Dünya Miras Listesinde yer almaktadır.

Avanos Saç Müzesi: Garip Körükçü tarafından açılan bu müze hem dünyanın hem de Türkiye'nin tek saç müzesidir. Dünyanın en ilginç 15 müzesinden biri seçilen ve 1998 yılında Guinness Rekorlar Kitabına girmiş bir müzedir. Kayıtlı olarak 16 bini aşkın kadının saçı bu müzede sergilenmektedir ve günümüzde turistler bu müzeye gelerek saçlarından bir tutam keserek bu müzeye bırakmaya devam etmektedirler.

Güray Müzesi: Sadece Türkiye'de değil dünyada da bir ilk olan oyma kaya içerisinde sergilenen seramiklerin bulunduğu seramik müzesidir. Tarihleri 5 bin yılı aşkın olan eserler bu müzede turistlerin ilgisini çekmektedir.

Bölgede turistleri bekleyen başka müzelerde bulunmaktadır.

3.7.5. Asmalı Konak

2000’li yıllarda televizyonda yayınlanan ve ismini de bu diziden alan ‘‘Asmalı Konak’’ turistler tarafından ziyaret edilen tarihi bir mekandır. İki bölümden oluşan bu konağın, bir bölümü restoran ve otel olarak kullanılırken diğer bir bölümü ise müze olarak kullanılmaktadır. (www.kültürportali.gov.tr)

3.7.6. Temenni Seyir Tepesi

Ürgüp ilçesinin tam merkezinde bulunan, yaklaşık 100 metre yüksekliğe sahip olan bu kayadan oluşan seyir tepesi, bölgeyi izlemek isteyenler için bir mola noktasıdır. (www.ürgüpbelediyesi.com)

3.7.7. Hacı Bektaş Veli Türbesi

Nevşehir’in Hacıbektaş ilçesinde bulunan 13. yüzyılda Hacı Bektaş Veli tarafından kurulan bu külliye, beктаşiliğın yayılmaya başladığı nokta olarak kabul edilir. Külliye hem müze hem de ibadet etmek isteyen daha çok yerli turistler tarafından ziyaret edilmektedir. Nadar Avlusu, Dergah Avlusu ve Hazret Avlusu olarak üç ayrı avludan oluşan müze birçok tarihi eşya, hat sanatı örnekleri ve el yazmalarını bünyesinde bulundurmaktadır. (www.kültürturizm.gov.tr)

3.7.8. Turasan Şarap Mahzeni

Nevşehir sadece doğal güzellikleri ile değil, bölgede yetiştirilen üzümlerden üretilen kaliteli şaraplarıyla da meşhurdur. Hasan Turasan’ın sahip olduğu Turasan Şarap Mahzeni ziyaret etmek isteyen turistler hem şarap tadımı hem de şarap alışverişi yapabilmektedirler. (www.turasan.com.tr)

3.7.9. Yer Altı Şehirleri

Tarihlerinin çok eskiye dayandığı bilinen yer altı şehirleri, zamanında işgal ve saldırı sırasında gizlenebilmek amacıyla yapılmışlardır. Binlerce insanın günlerce hiç dışarı çıkmadan yaşayabilecekleri şekilde tasarlanan bu mekanların içerisinde erzak depoları, su kuyuları, havalandırmalar, tuvaletler, mezarlıklar, ibadethaneler, ahırlar gibi her türlü yaşamsal faaliyetlerin sürdürülebilmesi amaçlanarak inşaa edilmiştir. Kapadokya bölgesinde 150-200 tane yer altı şehri olduğu düşünülmektedir, bunların günümüzde yaklaşık 30 tanesi kullanılabilir durumdadır. Ayrıca Nevşehir şehir merkezinde 2014 yılında kentsel dönüşüm sırasında dünyanın en büyük yer altı şehri bulunmakta olup, turizme kazandırılması için çalışmalar devam etmektedir. Nevşehir’de turistler tarafından ilgi gören bazı yer altı şehirleri şunlardır; (Okuyucu, 2008)

Kaymaklı Yer Altı Şehri: Nevşehir şehir merkezine 20 kilometre uzaklıkta bulunan kaymaklı kasabasıdır. Kasabanın en önemli turistik değeri olup, 5.000 kişi kapasiteye sahip olan 8 katı bulunmakta ve sadece 4 katı ziyarete açık durumdadır. İlk katı hayvanlar için ahır olarak inşaa edilmiş, ikinci katı ise sürgülü kaya kapılarla girişin sağlandığı bir kiliseden oluşmaktadır. Barınma, erzak depoları gibi yaşam alanları ise 3 ve 4. kata yayılmıştır. 1964 yılında ziyarete açılmış, 1984 yılından itibaren UNESCO Dünya Kültür Mirasları listesinde yer almaktadır.

Derinkuyu Yer Altı Şehri: Nevşehir’in Derinkuyu ilçesinde bulunan yer altı şehri, bölgenin en büyük yer altı şehridir. 1963 yılında keşfedilmiş olup, 1967 yılında ziyarete açılmıştır. Günümüzde derinliği 50 metreyi bulan 8 katı açık durumdadır. Gerçek derinliğinin ise 85 metre olduğu tahmin edilmektedir. İçerisinde 52 adet su kuyusu bulunmaktadır. Dışarıdan çok belli olmayan bir girişe sahip yeraltı şehrinin katları basamaklı dar koridorlarla birbirine bağlanmıştır. Tehlike anında girişleri engellemek için ise, çekilerek hareket ettirilebilen değirmen taşı gibi devasa yuvarlak taşlar kullanılmaktadır. Bu yer altı şehrinde aynı anda 50 bin kişinin yaşayabileceği tahmin edilmektedir.

Özkonak Yer Altı Şehri: Nevşehir'in Avanos ilçesinin Özkonak kasabasında bulunmaktadır. 1972 yılında ziyarete açılan bu yer altı şehri apartman şeklini anımsatacak biçimde yapılmıştır. Kaymaklı ve Derinkuyu yer altı şehirlerine göre küçük olup, benzer özellikler taşımaktadır. 4 kata sahip olan yer altı şehri diğerlerinde olduğu gibi ilk katı ahır, diğer katları ise yaşam alanı olarak kullanılmaktadır.



BÖLÜM 4

4. TURİZM SEKTÖRÜNÜN KAPADOKYA-NEVŞEHİR BÖLGESİNE SOSYO-EKONOMİK KATKILARI VE KARŞILAŞTIĞI SORUNLAR

4.1. YÖNTEM

Araştırmanın bu kısmında araştırma amaçları ve kapsamı, örneklem seçimi, veri toplama araçlarının yapısı işe geçerlilik ve güvenilirlik bulguları, araştırma hipotezleri, araştırma modeli ve araştırmada kullanılan istatistiksel analiz tekniklerinden bahsedilmiştir.

4.2. Amaç Ve Kapsam

Araştırmanın amacı Nevşehir Bölgesinde ikamet eden vatandaşların Turizm sektörüne karşı algılarının Sosyal, Ekonomik ve Çevresel alt boyutlarda değerlendirmektedir. Söz konusu amaca ek olarak Nevşehir bölgesinde yaşayan vatandaşların Turizm sektörüne karşı algılarının cinsiyet, yaş grubu, medeni durum, eğitim düzeyi, çalışılan işletme ve gelir durumlarına göre değişip değişmediğinin incelenmesi de araştırma kapsamında tutulmuştur.

4.3. Veri Toplama Araçları

Araştırma kapsamında veri toplama aracı olarak çevrim içi ortamda doldurulan anket yöntemi benimsenmiştir. Araştırma amaçlarına yönelik geliştirilen anket formu 2 kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısım demografik ve tanımlayıcı bilgileri içeren kişisel bilgi formu iken, ikinci kısım vatandaşların turizm sektörünü Sosyal, Ekonomik ve Çevresel boyutlardaki tutumlarını ölçmek üzere Mathew ve Sreejesh (2017) tarafından oluşturulan Sorumlu Turizm ölçeğine ait 3 adet alt boyut kullanılmıştır. Söz konusu alt boyutlar şu şekildedir; Ekonomik Sorumluluk Alt Boyutu, Sosyal Sorumluluk Alt Boyutu, Çevresel Sorumluluk Alt Boyutu.

4.3.1 Örneklem

Araştırma kapsamında araştırma amaçları doğrultusunda oluşturulan anket formu kolayına örnekleme yöntemi çerçevesinde Nevşehir ilinde ikamet eden 240 adet örnekleme uygulanmıştır. (Malhotra, 2006)

Elde edilen veriler sapkın (aşırı uç) değerler bakımından ölçek maddelerinin Z-Skorları hesaplanarak incelenmiştir. Z-Skor değerinin 3.29 değerini aşmasının sapkın değer olarak nitelendirildiği bilindiğinden söz konusu gözlemlerin incelenmesine karar verilmiştir. (Tabachnick & Fidel, 2013, s. 73) S-Skor değerleri incelendiğinde 19 adet gözlemin sapkın değer içerdiği görülmüştür. Sapkın değer içeren gözlemler ile demografik değişkenler arasında yapılan Ki-Kare analizlerinde, sapkın değer içeren ve içermeyen gözlem sayısının herhangi bir demografik değişkene göre değişmediği görülmüştür. ($p>0.05$). Bu sayede söz konusu değerlerin herhangi bir demografik özelliğe ait tepkiler olmadığı görüldüğünden sapkın değer içeren 19 adet gözlem bilgi çarpıtma kuşkusu olmaksızın araştırma dışında bırakılmıştır. (Tabachnick & Fidel, 2013, s. 77)

4.3.2. Geçerlilik Ve Güvenirlilik Analizleri

Araştırmanın bu kısmında araştırmanın ölçme aracı olan Sorumlu Turizm ölçeği geçerlilik ve güvenirlilik analizleri yapılmıştır. Ölçek yapısal geçerliliklerinin ortaya koyulması amacıyla ölçeğe varimax rotasyon yöntemi ile temel bileşenler analizi uygulanmıştır. Ölçek güvenirlilik düzeyinin belirlenmesi amacıyla ise Cronbach's Alpha güvenirlilik analizi uygulanmıştır.

Açıklayıcı faktör analizi, araştırmacının tek bir veri setindeki hangi değişkenlerin bir diğerlerinden nispeten bağımsız olarak tutarlı alt kümeleri oluşturduğunu keşfetmeye ilgi duyduğunda kullandığı istatistiksel bir tekniktir. Birbiri ile ilişkili olan, fakat büyük ölçüde değişkenlerin diğer alt kümelerinden bağımsız olan değişkenler, faktörler olarak birleştirilirler. Faktörlerin değişkenler arasındaki korelasyonları oluşturan temel süreçleri yansıttıkları düşünülür. (Tabachnick & Fidel, 2013, s. 612-613)

Açıklayıcı faktör analizi öncesi Kaiser Meyer Olkin (KMO) örnekleme yeterliliği değeri ile Bartlett küresellik test istatistikleri denetlenmiştir. Kaiser Meyer Olkin örnekleme yeterliliği ölçüsü k maddeden oluşan ölçeğin fenomeni ölçmedeki yeterliliğini belirtir. Bir fenomeni ölçmek için çok sayıda farklı sorulardan oluşan ölçekler geliştirilebilir. Mevcut ölçek bu ölçekler uzayında hangi değere sahiptir. Kaiser Meyer Olkin örnekleme yeterliliği değeri, k maddeden oluşan mevcut örneğin fenomeni ölçmedeki benzerlerine göre yeterliliğini ortaya koyan bir değerdir. Değerin 0.5'den büyük olması gerekir. Değer 1'e yaklaştıkça mevcut ölçeğin fenomeni ölçmede yüksek yeterlilikte bir ölçek olduğu gösterir. (Özdamar, Ölçek Ve Test Geliştirme, 2016, s. 150-151)

Bartlett küresellik testi ise mevcut ölçeğin maddelerinin birbiri ile ilişkili olup olmadığını, ölçeğin en azından bir ya da daha fazla alt boyuttan oluşup oluşmadığını belirler. Bartlett küresellik testi olasılık değeri $p > 0.05$ ise ölçekteki maddelerin birbirinden bağımsız oldukları ya da yeterli korelasyon düzeyinde olmadıkları anlamına gelir. $P < 0.05$ düzeyi ise ölçeğin fenomenin alt boyutlarını ölçmede etkin olduğu anlamına gelir. (Özdamar, Ölçek Ve Test Geliştirme, 2016, s. 151)

Cronbach's Alpha bir ölçekteki soruların varyanslarının toplamı, genel varyansa bölünerek elde edilir. Alfa katsayısı ile bir ölçekteki soruların, belirli gruplar halinde, türdeş bir yapıyı oluşturup oluşturmadıkları belirlenmeye çalışılır. 0 ile 1 arasında değer alır. Alfa değerinin negatif çıkması, güvenilirliğin bozulduğu anlamına gelir. Cronbach's Alpha katsayısı için sosyal bilimlerde genellikle tablo 8'deki aralıklar için karşılığındaki güvenilirlik düzeyi tanımlanabilir.

Tablo 8. Cronbach's Alpha Referans Değerleri

Aralık	Güven Düzeyi
Alpha <0.50	Yetersiz Güvenirlilik Düzeyi
0.50<Alpha<0.70	Genel Kabul Gören Güvenirlilik Düzeyi
0.70<Alpha<0.80	İyi Derecede Güvenilir
0.80<Alpha<0.90	Çok İyi Derecede Güvenilir
0.90<Alpha	Mükemmel Derecede Güvenilir

Kaynak: (Özdamar, Ölçek Ve Test Geliştirme, 216, s. 114)

Ölçeğe uygulanan ilk varimax rotasyonlu temel bileşenler analizinde ölçeğin tüm maddeleri ile yapısal geçerlilik özelliğine sahip olduğu görülmüştür. Ölçeğe ait geçerlilik ve güvenilirlik analizi bulguları tablo 9'daki gibidir.

Tablo 9.Sorumlu Turizm Ölçeği Geçerlilik Ve Güvenirlik Analitik Analizi Bulguları

Madde	Bileşen			Açıklanan Varyans (%)	Kümülatif Varyans (%)	Cronbach's Alpha
	F1	F2	F3			
Turizm, atıkları en aza indirmeye ve gerekli durumlarda atık kullanımını önlemeye teşvik etmektedir.	.855					
Mevcut turizm faaliyetleri çeşitli farkındalık çalışmalarına odaklanmıştır (çevre koruma vb.).	.828					
Turizm sayesinde biyolojik çeşitliliğe, yaşam alanlarına ve yaban hayatın korunmasına özen gösterilmektedir.	.825			21.4888	21.488	0.814
Destinasyon (turizm bölgesi) yönetimi, çevresel farkındalık ve koruma üzerine odaklanmaktadır.	.627					
Turizm yerel ürünlere olan talebi artırmaktadır.	.614					
Turizmin gelişimi, yerel çevre kalitesini koruma koşullarına uygundur.	.591					
Turizm, yerel halk için daha fazla istihdam olanağı yaratmaktadır.	.775					
Turizm, yerel halkın yaşam standardını yükseltir.	.707					
Bana göre turizm sektörü yerel halkın sahip olduğu işletmelere katkıda bulunmaktadır.	.682			21.125	42.613	0.795
Turizm, yerel halka gelir sağlayan kaynaklardan biri haline gelmiştir.	.656					
Destinasyonun gelişmesi, ekonomik seviyesi düşük olan insanlar için fırsatlar sağlamaktadır.	.646					
Turizm yerel ürünlere olan talebi artırmaktadır.	.614					
Turizm, yerel halkın tarihi mirasına, özgün kültürüne, geleneklerine ve farkındalığına katkı sağlamaktadır.			.784			
Turizm kültürel alışverişe katkı sağlamaktadır.			.735			
Turizmin gelişimi, toplum üyeleri arasında kendi kültürlerine saygı ve gururu artırmaktadır.			.729	17.990	60.603	0.863
Turizm yerel kültürünün, geleneklerinin devam ettirilmesine ve korunmasına katkı sağlamaktadır.			.592			

Tanısal İstatistikler**Ölçek Cronbach's Alpha Güvenirlilik Katsayısı**

Alpha=0.887

KMO Örneklem Yeterliliği Ölçütü

KMO=889

Bartlett Küresellik Testi $\chi^2(105)\approx 1431.263 *$

Sig.=0.000

*(%5) anlamlılık düzeyinde anlamlılığı simgeler, χ^2 (Serbestlik derecesi) \approx Yaklaşık Ki-Kare Test İstatistiği,

F1:Çevresel Sorumluluk, F2:Ekonomik Sorumluluk, F3: Sosyal Sorumluluk

Tablo incelendiğinde ölçeğin yüksek örnekleme yeterliliğine sahip olduğu (KMO>0.8) ve maddeler arası ilişkilerin %5 anlamlılık düzeyinde bir üst olguyu açıklamak üzere yeterli ilişki seviyesinde oldukları görülmektedir. ($\chi^2(105)\approx 1431.263$, sig.<0.05) Ölçek maddelerinin tamamını faktör yükü 0.5'in üzerindedir. Ölçeğin toplam açıklanan varyansı ise 60.603 olarak hesaplanmıştır. Söz konusu oranın %50'nin üzerinde olması ölçeğin ölçme gücü bakımından oldukça olumlu bir bulgu olarak yorumlanabilir.

Ölçek güvenilirlik düzeyleri incelendiğinde; Ekonomik Sorumluluk alt boyutunun iyi derecede ($0.70 < \text{Alpha} < 0.80$), Sosyal Sorumluluk Alt Boyutu, Çevresel Sorumluluk alt boyutu ve Sorumlu Turizm Ölçeğinin çok iyi derecede ($0.80 < \text{Alpha} < 0.90$) güvenilir ölçme araçları oldukları görülmektedir.

4.4. Araştırma Hipotezleri

Araştırma amaçları doğrultusunda belirlenen araştırma hipotezleri aşağıdaki gibidir;¹

H1: Nevşehir bölgesinde ikamet eden vatandaşların Turizm Sorumluluk düzeyleri cinsiyete göre değişmektedir.

H2: Nevşehir bölgesinde ikamet eden vatandaşların Turizm Sorumluluk düzeyleri yaş gruplarına göre değişmektedir.

H3: Nevşehir bölgesinde ikamet eden vatandaşların Turizm Sorumluluk düzeyleri medeni durumlarına göre değişmektedir.

H4: Nevşehir bölgesinde ikamet eden vatandaşların Turizm Sorumluluk düzeyleri eğitim düzeylerine göre değişmektedir.

H5: Nevşehir bölgesinde ikamet eden vatandaşların Turizm Sorumluluk düzeyleri çalıştıkları işletmelere göre değişmektedir.

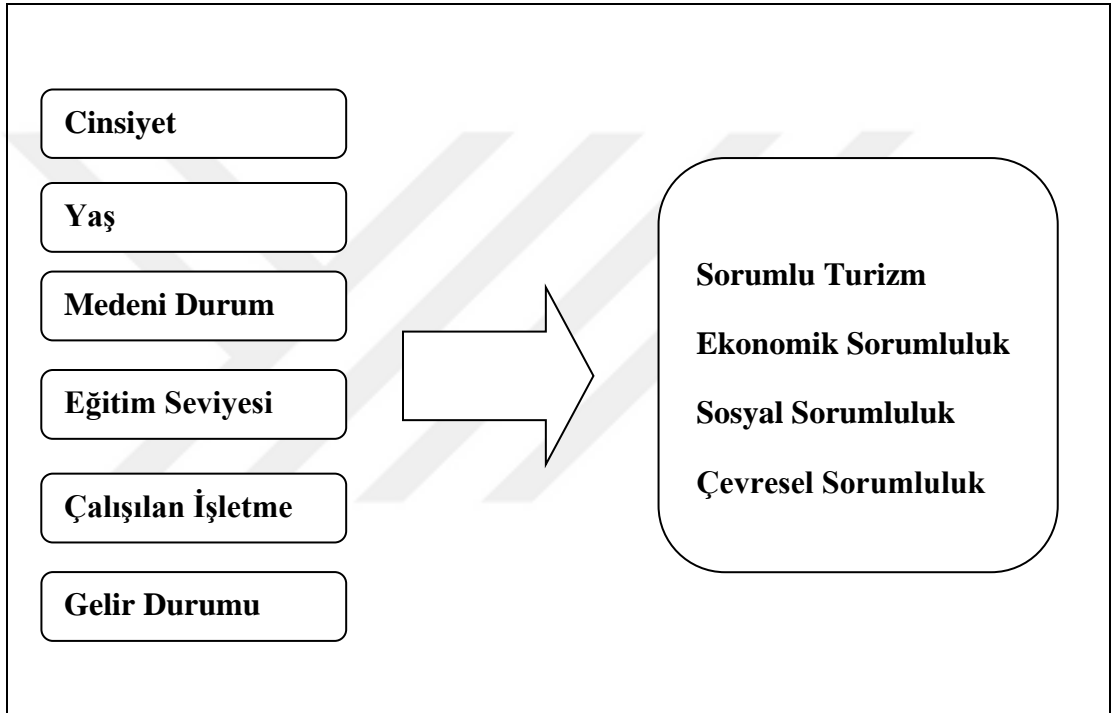
H6: Nevşehir bölgesinde ikamet eden vatandaşların Turizm Sorumluluk düzeyleri gelir durumlarına göre değişmektedir.

¹ Tüm hipotezler alt boyutlar ve toplam ölçek bazında sınanacaktır. Sade bir gösterim amacıyla hipotezlerin yazımında sadece ölçek ismine yer verilmiştir.

4.5. Araştırma Modeli

İstatistiksel tarama model kullanılarak gerçekleştirilen araştırma için araştırma amaçları ve araştırma hipotezleri göz önünde bulundurulduğunda araştırma modeli şekil 1'deki gibi görselleştirilebilir.

Şekil 3.Araştırma Model Şeması



4.6. Veri Analizi

Araştırma kapsamında çevrim içi ortamda toplanan veriler önce Microsoft Excel programına alınmış, gerekli sayısal kodlamaların yapılmasının ardından IBM SPSS 22.0 sürümüne aktarılıp değişen tanımlamaları yapıldıktan sonra tüm istatistiksel analizler söz konusu paket program aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

İzleyen bölüm olan Bulgular bölümünün ilk kısmında araştırmaya dâhil edilen örnekleme ait demografik ve tanımlayıcı bulgular yer almaktadır. İkinci kısım ölçek maddelerinin frekans dağılımları ile ortalama ve standart sapma değerlerini içermektedir. Üçüncü kısımda ölçek ve alt boyutların toplamsal değerleri üzerinden hesaplanan betimsel istatistikler ve normal dağılım test istatistikleri yer almaktadır.

Ölçek ve alt boyutların normale yakın dağılım gösterdiği görüldüğünden dördüncü kısımdaki hipotez testlerinde normal dağılım varsayımının sağlandığı düşünülerek parametrik test istatistiklerinden faydalanılmıştır.

Araştırma hipotezlerinin sınanması esnasında iki grup arasındaki farkların tespitini içeren hipotezlerin test edilmesi amacıyla bağımsız örneklem t testi, ikinden fazla grup arasındaki farkların test edilmesi amacıyla ise tek yönlü varyans analizinden (Anova) faydalanılmıştır. Parametrik testlerde karşılaştırılacak grupların üye sayılarının bağımsız örneklem t-testi için 30'un üzerinde olma, tek yönlü varyans analizinde ise 15'in üzerinde olma varsayımlarının sağlanması amacıyla bazı gruplar birleştirilmiştir. Bağımsız örneklem t-testi sonucu gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunması durumunda grup ortalamaları karşılaştırılıp yorumlanmıştır. Varyans analizinde anlamlı farklılık tespit edilmesi durumunda ise farkın kaynağı olan grup veya grupların tespiti için Tukey Post Hoc ikili karşılaştırma testlerine başvurulmuştur. (Karagöz, 2016, s. 419)

Sorumlu Turizm ölçeği alt boyutları arasındaki ilişkilerin incelenmesi ise korelasyon analizinden faydalanılmıştır.

Korelasyon katsayılarının yorumu aşağıdaki gibi yapılabilir. (Akgül & Çevik, 2003, s. 358);

$R_{XY}=0$ ise X ile Y arasında korelasyon yok,

$0.00 < R_{XY} \leq 0.25$ X ile Y arasında çok zayıf pozitif korelasyon,

$0.26 \leq R_{XY} \leq 0.49$ X ile Y arasında zayıf pozitif korelasyon,

$0.50 \leq R_{XY} \leq 0.69$ X ile Y arasında orta dereceli pozitif korelasyon,

$0.70 \leq R_{XY} \leq 0.89$ X ile Y arasında yüksek dereceli pozitif korelasyon,

$0.90 \leq R_{XY} < 1$ X ile Y arasında çok yüksek dereceli pozitif korelasyon,

$R_{XY}=1$ ise X ile Y arasında tam korelasyon vardır.

Korelasyon katsayısının işareti ise korelasyonun yönünü belirtmektedir.

5. BULGULAR

Araştırmanın bu kısmında anket analizleri sonucu elde edilen bulgular paylaşılmıştır.

5.1. Demografik Ve Tanımlayıcı Bulgular

Araştırmaya dâhil edilen örnekleme ait demografik ve tanımlayıcı istatistikler tablo 10'daki gibidir.

Tablo 10. Demografik Ve Tanımlayıcı İstatistikler

Değişken	Kategori	Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	151	68.3%
	Erkek	70	31.7%
	Toplam	221	100.0%
Yaş Grubu	18-25 Yaş	135	61.1%
	26-33 Yaş	71	32.1%
	34-41 Yaş	13	5.9%
	42-49 Yaş	1	0.5%
	50+ Yaş	1	0.5%
	Toplam	221	100.0%
Medeni Durum	Bekâr	179	81.0%
	Evli	42	19.0%
	Toplam	221	100.0%
Eğitim Düzeyi	İlkokul	4	1.8%
	Ortaokul	3	1.4%
	Lise	22	10.0%
	Ön lisans	28	12.7%
	Lisans	94	42.5%
	Yüksek Lisans	61	27.6%
	Doktora	9	4.1%
Toplam	221	100.0%	
Çalışılan İşletme	Çalışmıyor	98	44.3%
	Kamu	40	18.1%
	Turizm	15	6.8%
	Diğer İşletmeler	68	30.8%
	Toplam	221	100.0%
Gelir Durumu	Çalışmıyor	90	40.9%
	1000-2500 TL	23	10.5%
	2501- 4000 TL	56	25.5%
	4001-5500 TL	27	12.3%
	5501 TL ve Üzeri	24	10.9%
Toplam	220	100.0%	

Araştırmaya dâhil edilen örneklemin cinsiyete göre dağılımı şu şekildedir; %68.3 kadın (n=151), %31.7 erkek (n=70). Örneklemin yaş gruplarına göre dağılımı şu şekildedir; %61.1 18-25 yaş (n=135), %32.1 26-33 yaş (n=71), %5.9 34-41 yaş (n=13), %0.5 42-49 yaş (n=1), %0.5 50 yaş ve üzeri (n=1). Örneklemin medeni durumlarına göre dağılımı şu şekildedir; %81 bekâr (n=179), %19 evli (n=42). Örneklemin eğitim seviyesine göre dağılımı şu şekildedir; %1.8 ilkokul (n=4), %1.4 ortaokul (n=3), %10 lise (n=22), %12.7 ön lisans (n=28), %42.5 lisans (n=94), %27.6 yüksek lisans (n=61), %4.1 doktora (n=9). Örneklemin çalıştıkları işletmeye göre dağılımı şu şekildedir; %44.3 çalışmıyor (n=98), %18.1 kamu (n=40), %6.8 turizm (n=15), %30.8 diğer işletmeler (n=68). Örneklemin aylık gelir durumuna göre dağılımı şu şekildedir; %100 toplam (n=221), %40.9 çalışmıyor (n=90), %10.5 1000-2500 TL (n=23), %25.5 2501- 4000 TL (n=56), %12.3 4001-5500 TL (n=27), %10.9 5501 TL ve üzeri (n=24).

5.2. Frekans Analizleri

Araştırmanın bu kısmında örneklemin ölçek sorularına verdikleri yanıtların frekans dağılımları ile madde ortalama ve standart sapma değerleri sunulmuştur.

Ekonomik sorumluluk alt boyutu maddeleri frekans dağılımları ile ortalama ve standart sapma değerleri tablo 11'deki gibidir.

Tablo 11. Ekonomik Sorumluluk Alt Boyutu Madde Frekans Analizleri

Madde	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Ortalama	Standart Sapma
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Turizm, yerel halk için daha fazla istihdam olanağı yaratmaktadır.	0	0.0	2	.9	22	10.0	59	26.7	138	62.4	4.51	0.71
Turizm yerel ürünlere olan talebi artırmaktadır.	1	.5	5	2.3	23	10.4	55	24.9	137	62.0	4.46	0.81
Bana göre turizm sektörü yerel halkın sahip olduğu işletmelere katkıda bulunmaktadır.	0	0.0	4	1.8	15	6.8	58	26.2	144	65.2	4.55	0.70
Turizm, yerel halkın yaşam standardını yükseltir.	1	.5	3	1.4	38	17.2	55	24.9	124	56.1	4.35	0.84
Turizm, yerel halka gelir sağlayan kaynaklardan biri haline gelmiştir.	0	0.0	2	.9	14	6.3	50	22.6	155	70.1	4.62	0.65
Destinasyonun gelişmesi, ekonomik seviyesi düşük olan insanlar için fırsatlar sağlamaktadır.	0	0.0	4	1.8	48	21.7	70	31.7	99	44.8	4.19	0.84

“Turizm, yerel halk için daha fazla istihdam olanağı yaratmaktadır.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %0.9 katılmıyorum (n=2), %10 kararsızım (n=22), %26.7 katılıyorum (n=59), %62.4 katılıyorum (n=138). Madde ortalaması incelendiğinde (4.51±0.71) örneklem ortalamasının kesinlikle katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“Turizm yerel ürünlere olan talebi artırmaktadır.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %0.5 kesinlikle katılmıyorum (n=1), %2.3 katılmıyorum (n=5), %10.4 kararsızım (n=23), %24.9 katılıyorum (n=55), %62 katılıyorum (n=137). Madde ortalaması incelendiğinde (4.46±0.81) örneklem ortalamasının katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“Bana göre turizm sektörü yerel halkın sahip olduğu işletmelere katkıda bulunmaktadır.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %1.8 katılmıyorum (n=4), %6.8 kararsızım (n=15), %26.2 katılıyorum (n=58), %65.2 katılıyorum (n=144). Madde ortalaması incelendiğinde (4.55±0.7) örneklem ortalamasının kesinlikle katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“Turizm, yerel halkın yaşam standardını yükseltir.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %0.5 kesinlikle katılmıyorum (n=1), %1.4 katılmıyorum (n=3), %17.2 kararsızım (n=38), %24.9 katılıyorum (n=55), %56.1 katılıyorum (n=124). Madde ortalaması incelendiğinde (4.35±0.84) örneklem ortalamasının katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir."

“Turizm, yerel halka gelir sağlayan kaynaklardan biri haline gelmiştir.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %0.9 katılmıyorum (n=2), %6.3 kararsızım (n=14), %22.6 katılıyorum (n=50), %70.1 katılıyorum (n=155). Madde ortalaması incelendiğinde (4.62±0.65) örneklem ortalamasının kesinlikle katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“Destinasyonun gelişmesi, ekonomik seviyesi düşük olan insanlar için fırsatlar sağlamaktadır.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %1.8 katılmıyorum (n=4), %21.7 kararsızım (n=48), %31.7 katılıyorum (n=70), %44.8 katılıyorum (n=99). Madde ortalaması incelendiğinde (4.19±0.84) örneklem ortalamasının katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir.

Sosyal sorumluluk alt boyutu maddeleri frekans dağılımları ile ortalama ve standart sapma değerleri tablo 12'deki gibidir.

Tablo 12. Sosyal Sorumluluk Alt Boyutu Madde Frekans Analizleri

Madde	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Ortalama	Standart Sapma
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Turizm yerel kültürünün, geleneklerinin devam ettirilmesine ve korunmasına katkı sağlamaktadır.	4	1.8	10	4.5	35	15.8	64	29.0	108	48.9	4.19	0.98
Turizm kültürel alışverişe katkı sağlamaktadır.	1	.5	3	1.4	15	6.8	53	24.0	149	67.4	4.57	0.72
Turizmin gelişimi, toplum üyeleri arasında kendi kültürlerine saygı ve gururu artırmaktadır.	1	0.5	9	4.1	36	16.3	54	24.4	121	54.8	4.29	0.91
Turizm, yerel halkın tarihi mirasına, özgün kültürüne, geleneklerine ve farkındalığına katkı sağlamaktadır.	0	.0	9	4.1	21	9.5	62	28.1	129	58.4	4.41	0.82

“Turizm yerel kültürünün, geleneklerinin devam ettirilmesine ve korunmasına katkı sağlamaktadır.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %1.8 kesinlikle katılmıyorum (n=4), %4.5 katılmıyorum (n=10), %15.8 kararsızım (n=35), %29 katılıyorum (n=64), %48.9 katılıyorum (n=108). Madde ortalaması incelendiğinde (4.19±0.98) örneklem ortalamasının katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“Turizm kültürel alışverişe katkı sağlamaktadır.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %0.5 kesinlikle katılmıyorum (n=1), %1.4 katılmıyorum (n=3), %6.8 kararsızım (n=15), %24 katılıyorum (n=53), %67.4 katılıyorum (n=149). Madde ortalaması incelendiğinde (4.57±0.72) örneklem ortalamasının kesinlikle katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“Turizmin gelişimi, toplum üyeleri arasında kendi kültürlerine saygı ve gururu artırmaktadır. “maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %0.5 kesinlikle katılmıyorum (n=1), %4.1 katılmıyorum (n=9), %16.3 kararsızım (n=36), %24.4 katılıyorum (n=54), %54.8 katılıyorum (n=121). Madde ortalaması incelendiğinde (4.29±0.91) örneklem ortalamasının katılıyorum cevabına yakın olduğu görölmektedir.

“Turizm, yerel halkın tarihi mirasına, özgün kültürüne, geleneklerine ve farkındalığına katkı sağlamaktadır.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %4.1 katılmıyorum (n=9), %9.5 kararsızım (n=21), %28.1 katılıyorum (n=62), %58.4 katılıyorum (n=129). Madde ortalaması incelendiğinde (4.41±0.82) örneklem ortalamasının katılıyorum cevabına yakın olduğu görölmektedir.

Çevresel sorumluluk alt boyutu maddeleri frekans dağılımları ile ortalama ve standart sapma değerleri tablo 13’deki gibidir.

Tablo 13. Çevresel Sorumluluk Alt Boyutu Madde Frekans Analizleri

Madde	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Ortalama	Standart Sapma
	n	%	N	%	N	%	n	%	n	%		
Turizmin gelişimi, yerel çevre kalitesini koruma koşullarına uygundur.	1	0.5	23	10.4	43	19.5	55	24.9	99	44.8	4.19	0.98
Destinasyon (turizm bölgesi) yönetimi, çevresel farkındalık ve koruma üzerine odaklanmaktadır.	4	1.8	21	9.5	47	21.3	64	29.0	85	38.5	4.57	0.72
Turizm sayesinde biyolojik çeşitliliğe, yaşam alanlarına ve yaban hayatın korunmasına özen gösterilmektedir.	14	6.3	34	15.4	73	33.0	40	18.1	60	27.1	4.29	0.91
Turizm, atıkları en aza indirmeye ve gerekli durumlarda atık kullanımını önlemeye teşvik etmektedir.	33	14.9	35	15.8	68	30.8	24	10.9	61	27.6	4.41	0.82
Mevcut turizm faaliyetleri çeşitli farkındalık çalışmalarına odaklanmıştır (çevre koruma vb).	13	5.9	39	17.6	68	30.8	38	17.2	63	28.5	4.62	0.65

“Turizmin gelişimi, yerel çevre kalitesini koruma koşullarına uygundur. “maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %0.5 kesinlikle katılmıyorum (n=1), %10.4 katılmıyorum (n=23), %19.5 kararsızım (n=43), %24.9 katılıyorum (n=55), %44.8 katılıyorum (n=99). Madde ortalaması incelendiğinde (4.19±0.98) örneklem ortalamasının katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir.

“Destinasyon (turizm bölgesi) yönetimi, çevresel farkındalık ve koruma üzerine odaklanmaktadır.” maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %1.8 kesinlikle katılmıyorum (n=4), %9.5 katılmıyorum (n=21), %21.3 kararsızım (n=47), %29 katılıyorum (n=64), %38.5 katılıyorum (n=85). Madde

ortalaması incelendiğinde (4.57 ± 0.72) örneklem ortalamasının kesinlikle katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir."

"Turizm sayesinde biyolojik çeşitliliğe, yaşam alanlarına ve yaban hayatın korunmasına özen gösterilmektedir. "maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %6.3 kesinlikle katılmıyorum ($n=14$), %15.4 katılmıyorum ($n=34$), %33 kararsızım ($n=73$), %18.1 katılıyorum ($n=40$), %27.1 katılıyorum ($n=60$). Madde ortalaması incelendiğinde (4.29 ± 0.91) örneklem ortalamasının katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir.

"Turizm, atıkları en aza indirmeye ve gerekli durumlarda atık kullanımını önlemeye teşvik etmektedir." maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %14.9 kesinlikle katılmıyorum ($n=33$), %15.8 katılmıyorum ($n=35$), %30.8 kararsızım ($n=68$), %10.9 katılıyorum ($n=24$), %27.6 katılıyorum ($n=61$). Madde ortalaması incelendiğinde (4.41 ± 0.82) örneklem ortalamasının katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir.

"Mevcut turizm faaliyetleri çeşitli farkındalık çalışmalarına odaklanmıştır (çevre koruma vb.). maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %5.9 kesinlikle katılmıyorum ($n=13$), %17.6 katılmıyorum ($n=39$), %30.8 kararsızım ($n=68$), %17.2 katılıyorum ($n=38$), %28.5 katılıyorum ($n=63$). Madde ortalaması incelendiğinde (4.62 ± 0.65) örneklem ortalamasının kesinlikle katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir.

5.3. Betimsel İstatistikler ve Normal Dağılım Testleri

Araştırmanın bu kısmında araştırmanın ölçme aracı olan ölçek ve alt boyutlara ait maddelerin ortalamasından elde edilen değişken değerlerine ait betimsel istatistikler ve normal dağılım test istatistikleri sunulmuştur. Değişken betimsel istatistikleri tablo 14'deki gibidir.

Tablo 14. Değişken Betimsel İstatistikleri

Alt Boyut / Ölçek	N	Minimum	Maximum	\bar{X}	S.S
Ekonomik Sorumluluk Alt Boyutu	221	3.000	5.000	4.446	0.548
Sosyal Sorumluluk Alt Boyutu	221	2.250	5.000	4.362	0.681
Çevresel Sorumluluk Alt Boyutu	221	1.200	5.000	3.611	0.964
Sorumlu Turizm Ölçeği	221	2.767	5.000	4.140	0.603

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

Tabloda görüldüğü üzere Ekonomik Sorumluluk alt boyutu minimum 3.000, maksimum 5.000 arasında 0.548 standart sapma ile 4.446 ortalama etrafında dağılmaktadır. Sosyal Sorumluluk alt boyutu minimum 2.250, maksimum 5.000 arasında 0.681 standart sapma ile 4.362 ortalama etrafında dağılmaktadır. Çevresel Sorumluluk alt boyutu minimum 1.200 maksimum 5.000 arasında 0.964 standart sapma ile 3.611 ortalama etrafında dağılmaktadır. Sorumlu Turizm ölçeği minimum 2.767, maksimum 5.000 arasında 0.603 standart sapma ile 4.140 ortalama etrafında dağılmaktadır.

Sorumlu turizm ölçeği alt boyutlarından en yüksek ortalama Ekonomik Sorumluluk alt boyutunda iken, en düşük ortalama Çevresel Sorumluluk alt boyutundadır. Standart sapma değerleri değerlendirildiğinde ise örneklem için değişirliği en yüksek olan alt boyutun Çevresel Sorumluluk alt boyutu, en düşük olan alt boyutun ise Ekonomik Sorumluluk alt boyutu olduğu söylenebilir.

Değişkenlere ait normal dağılım test istatistikleri ise tablo 15'deki gibidir.

Tablo 15. Değişken Normal Dağılım İstatistikleri

Alt Boyut / Ölçek	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk			S	K
	ist.	S.D.	Sig.	ist.	S.D.	Sig.		
Ekonomik Sorumluluk	.159	221	.000	.881	221	.000	-.791	-.302
Sosyal Sorumluluk	.204	221	.000	.856	221	.000	-.975	.208
Çevresel Sorumluluk	.097	221	.000	.954	221	.000	-.131	-.841
Turizm Sorumluluk	.077	221	.003	.957	221	.000	-.272	-.896

İst: Normal Dağılım Test İstatistiği, S.D: Test Serbestlik Derecesi, S: Çarpıklık, K: Basıklık

Tablo 15 incelendiğinde değişkenler için yapılan normal dağılım test istatistiği anlamlılık değerlerine göre %5 anlamlılık düzeyinde değişkenlerin normal dağılmadıkları görülmektedir.(sig.<0.05) Bilindiği üzere sosyal bilimlerde için ölçekler yardımıyla toplanan verilerde normal dağılım testleri ile normal dağılımın saptanması oldukça zordur. Araştırmacılar bu tarz değişkenler için çarpıklık katsayılarının incelenmesini ve manidar bir çarpıklık olmaması durumunda normal dağılım varsayımının sağlandığını düşünmenin doğru olacağını önermektedirler. (Tabachnick & S. Fidel, 2013)

Değişkenler çarpıklık katsayıları bakımından incelendiğinde tamamının mutlak değerce 1'den küçük olduğu görülmektedir. Bu durumda değişkenlerin manidar bir çarpıklığa sahip olmadığı söylenebilir.($|S|<1$) (Hair, 2013). Söz konusu bulgular ışığında araştırma problemlerinin çözümlenmesi amacıyla değişkenler ile yapılacak hipotez testlerinde aynı koşullarda daha güvenilir oldukları bilinen parametrik test tekniklerinden faydalanılmasının uygun olacağı düşünülmüştür.

Araştırmada yer alan değişkenler arasındaki korelasyon matrisi tablo 16'daki gibidir.

Tablo 16. Değişkenler Arası Korelasyon Matrisi

Değişken	İstatistik	Ekonomik Sorumluluk	Sosyal Sorumluluk	Çevresel Sorumluluk	Turizm Sorumluluk
Ekonomik Sorumluluk	R _{XY} sig	1	.577**	.416*	.742*
Sosyal Sorumluluk	R _{XY} sig		1	.543*	.840*
Çevresel Sorumluluk	R _{XY} sig			1	.863*
Turizm Sorumluluk	R _{XY} sig				1

*(%5) anlamlılık düzeyinde istatistiksel anlamlılığı ifade eder, R_{XY}: X ve Y gibi iki değişken arasındaki korelasyon katsayısını ifade eder.

Tablo incelendiğinde Sorumlu Turizm ölçeği alt boyutlarının tamamı arasında %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı pozitif ve zayıf ile orta derece arasında değişen korelasyon katsayılarının hesaplandığı görülmektedir. Ayrıca ölçeği oluşturan alt boyutlarının toplam ölçek ile olan korelasyon katsayıları incelendiğinde ise beklendiği gibi yüksek dereceli ve istatistiksel olarak %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı korelasyon katsayılarının hesaplandığı görülmektedir. ($0.70 \leq R_{XY} \leq 0.89$). Alt boyutlar arasındaki en kuvvetli korelasyon ilişkisi Ekonomik Sorumluluk ile Sosyal Sorumluluk arasında iken, en zayıf korelasyon ilişkisi Ekonomik Sorumluluk ile Çevresel Sorumluluk arasındadır. Alt boyut ölçek ilişkisinde ise en yüksek korelasyon ilişkisi Çevresel Sorumluluk ile Sorumlu Turizm ölçeği arasında iken en düşük korelasyon ilişkisi Ekonomik Sorumluluk ile Sorumlu Turizm ölçeği arasındadır.

5.4. Hipotez Testleri

Araştırmanın bu kısmında araştırma hipotezleri uygun parametrik test istatistikleri ile sınanıp, bulgular tablo ve yorumlar ile birlikte sunulmuştur.

5.4.1. Hipotez 1

Birinci araştırma hipotezi şu şekildedir;

H₁: Nevşehir bölgesinde ikamet eden vatandaşların Turizm Sorumluluk düzeyleri cinsiyete göre değişmektedir.

Hipotezin sınanması amacıyla yapılan bağımsız örneklem t-testi bulguları tablo 17'de sunulmuştur.

Tablo 17. Cinsiyete Göre Sorumlu Turizm Ölçeği Bakımından Farkları Sınayan Bağımsız Örneklem T-Testi Bulguları

Değişken	Cinsiyet	N	\bar{X}	S.S	t(219)	sig.
Ekonomik Sorumluluk Alt Boyutu	Kadın	151	4.449	0.578	0.140	0.889
	Erkek	70	4.438	0.478		
Sosyal Sorumluluk Alt Boyutu	Kadın	151	4.382	0.675	0.655	0.513
	Erkek	70	4.317	0.694		
Çevresel Sorumluluk Alt Boyutu	Kadın	151	3.549	0.953	-1.389	0.166
	Erkek	70	3.742	0.989		
Sorumlu Turizm Ölçeği	Kadın	151	4.127	0.613	-0.448	0.655
	Erkek	70	4.166	0.584		

\bar{X} : Ortalama, S.S: Standart Sapma, (parantez içi test serbestlik derecesini içerir.)

Ekonomik sorumluluk alt boyutu bakımından kadın (4.449±0.578) ve erkek (4.438±0.478) katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır. (t(219)= 0.140, Sig.>0.05).

Sosyal sorumluluk alt boyutu bakımından kadın (4.382±0.675) ve erkek (4.317±0.694) katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır. (t(219)= 0.655, Sig.>0.05).

Çevresel sorumluluk alt boyutu bakımından kadın (3.549±0.953) ve erkek (3.742±0.989) katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır. (t(219)= -1.389, Sig.>0.05).

Sorumlu turizm ölçeği bakımından kadın (4.127±0.613) ve erkek (4.166±0.584) katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır. (t(219)= -0.448, Sig.>0.05).

5.4.2. Hipotez 2

İkinci araştırma hipotezi şu şekildedir;

H₂: Nevşehir bölgesinde ikamet eden vatandaşların Turizm Sorumluluk düzeyleri yaş gruplarına göre değişmektedir.

Hipotezin sınanması amacıyla yapılan Anova bulguları tablo 18’de sunulmuştur.

Tablo 18. Yaş Gruplarına Göre Sorumlu Turizm Ölçeği Bakımından Farkları Sınayan Anova Testi Bulguları

Değişken	Yaş Grubu	N	\bar{X}	S.S	F(2, 218)	Sig.	Tukey
Ekonomik Sorumluluk Alt Boyutu	18-25 Yaş	135	4.404	0.597	1.019	0.363	-
	26-33 Yaş	71	4.512	0.470			
	34 Yaş ve Üzeri	15	4.511	0.396			
Sosyal Sorumluluk Alt Boyutu	18-25 Yaş	135	4.411	0.661	1.035	0.357	-
	26-33 Yaş	71	4.268	0.706			
	34 Yaş ve Üzeri	15	4.367	0.731			
Çevresel Sorumluluk Alt Boyutu	18-25 Yaş	135	3.600	0.972	0.023	0.997	-
	26-33 Yaş	71	3.625	0.995			
	34 Yaş ve Üzeri	15	3.640	0.783			
Sorumlu Turizm Ölçeği	18-25 Yaş	135	4.138	0.622	0.025	0.976	-
	26-33 Yaş	71	4.135	0.598			
	34 Yaş ve Üzeri	15	4.173	0.476			

\bar{X} : Ortalama, S.S: Standart Sapma, (parantez içi test serbestlik derecesini içerir.), - Fark bulunmayan değişkenler için Tukey Post Hoc testleri uygulanmamıştır.

Ekonomik sorumluluk alt boyutu bakımından 18 ile 25 yaş arası (4.404±0.597), 26 ile 35 yaş arası (4.512±0.470), 34 ve üzeri yaş (4.511±0.396) gruplarında bulunan katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir fark bulunmamaktadır. (F(2, 218)= 1.019, Sig.>0.05).

Sosyal sorumluluk alt boyutu bakımından 18 ile 25 yaş arası (4.411±0.661), 26 ile 35 yaş arası (4.268±0.706), 34 ve üzeri yaş (4.367±0.731) gruplarında bulunan

katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir fark bulunmamaktadır. (F(2, 218)= 1.035, Sig.>0.05).

Çevresel sorumluluk alt boyutu bakımından 18 ile 25 yaş arası (3.600±0.972), 26 ile 35 yaş arası (3.625±0.995), 34 ve üzeri yaş (3.640±0.783) gruplarında bulunan katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir fark bulunmamaktadır. (F(2, 218)= 0.023, Sig.>0.05).

Sorumlu turizm ölçeği bakımından 18 ile 25 yaş arası (4.138±0.622), 26 ile 35 yaş arası (4.135±0.598), 34 ve üzeri yaş (4.173±0.476) gruplarında bulunan katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir fark bulunmamaktadır. (F(2, 218)= 0.025, Sig.>0.05).

5.4.3. Hipotez 3

Üçüncü araştırma hipotezi şu şekildedir;

H₃: Nevşehir bölgesinde ikamet eden vatandaşların Turizm Sorumluluk düzeyleri medeni durumlarına göre değişmektedir.

Hipotezin sınanması amacıyla yapılan bağımsız örneklem t-testi bulguları tablo 19'da sunulmuştur.

Tablo 19. Medeni Duruma Göre Sorumlu Turizm Ölçeği Bakımından Farkları Sınayan Bağımsız Örneklem T-Testi Bulguları

Değişken	Cinsiyet	N	\bar{X}	S.S	t(219)	sig.
Ekonomik Sorumluluk Alt Boyutu	Bekâr	179	4.419	0.565	-1.500	0.135
	Evli	42	4.559	0.452		
Sosyal Sorumluluk Alt Boyutu	Bekâr	179	4.377	0.643	0.680	0.497
	Evli	42	4.297	0.824		
Çevresel Sorumluluk Alt Boyutu	Bekâr	179	3.563	0.973	-1.524	0.129
	Evli	42	3.814	0.904		
Sorumlu Turizm Ölçeği	Bekâr	179	4.119	0.602	-1.006	0.315
	Evli	42	4.223	0.608		

\bar{X} : Ortalama, S.S: Standart Sapma, (parantez içi test serbestlik derecesini içerir.)

Ekonomik sorumluluk alt boyutu bakımından bekâr (4.419±0.565) ve evli (4.559±0.452) katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır. (t(219)= -1.500, Sig.>0.05).

Sosyal sorumluluk alt boyutu bakımından bekâr (4.377±0.643) ve evli (4.297±0.824) katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır. (t(219)= 0.680, Sig.>0.05).

Çevresel sorumluluk alt boyutu bakımından bekâr (3.563±0.973) ve evli (3.814±0.904) katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır. (t(219)= -1.524, Sig.>0.05).

Sorumlu turizm ölçeği bakımından bekâr (4.119±0.602) ve evli (4.223±0.608) katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır. (t(219)= -1.006, Sig.>0.05).

5.4.4. Hipotez 4

Dördüncü araştırma hipotezi şu şekildedir;

H4: Nevşehir bölgesinde ikamet eden vatandaşların Turizm Sorumluluk düzeyleri eğitim düzeylerine göre değişmektedir.

Hipotezin sınanması amacıyla yapılan Anova bulguları tablo 20’de sunulmuştur.

Tablo 20 Eğitim Seviyesine Göre Sorumlu Turizm Ölçeği Bakımından Farkları Sınayan Anova Testi Bulguları

Değişken	Eğitim Seviyesi	N	\bar{X}	S.S	F(3, 217)	sig.	Tukey
Ekonomik Sorumluluk Alt Boyutu	A.)Lise ve Altı	29	4.460	0.550	3.507*	0.016	D> C*
	B.)Ön Lisans	28	4.595	0.443			
	C.)Lisans	94	4.316	0.569			
	D.)Lisans Üzeri	70	4.555	0.526			
Sosyal Sorumluluk Alt Boyutu	A.)Lise ve Altı	29	4.388	0.809	1.946	0.123	-
	B.)Ön Lisans	28	4.634	0.551			
	C.)Lisans	94	4.285	0.643			
	D.)Lisans Üzeri	70	4.346	0.705			
Çevresel Sorumluluk Alt Boyutu	A.)Lise ve Altı	29	3.745	0.918	3.535*	0.016	B>D*
	B.)Ön Lisans	28	4.079	0.992			
	C.)Lisans	94	3.579	0.951			
	D.)Lisans Üzeri	70	3.411	0.937			
Sorumlu Turizm Ölçeği	A.)Lise ve Altı	29	4.198	0.635	3.054*	0.029	B>C
	B.)Ön Lisans	28	4.436	0.558			
	C.)Lisans	94	4.060	0.607			
	D.)Lisans Üzeri	70	4.104	0.575			

Ekonomik sorumluluk alt boyutu bakımından lise ve altı (4.460 ± 0.550), ön lisans (4.595 ± 0.443), lisans (4.316 ± 0.569), lisans üzeri (4.555 ± 0.526) eğitim seviyesindeki katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli farklar bulunmaktadır. ($F(3, 217) = 3.507$, $\text{Sig.} < 0.05$). Farkın kaynağı olan grup veya grupların tespiti için yapılan Tukey testi sonuçlarında göre lisans üzeri eğitime sahip katılımcıların lisans seviyesinde eğitime sahip katılımcılardan daha yüksek ekonomik sorumluluk boyut ortalamasına sahip oldukları, diğer gruplar arasındaki farkların istatistiksel olarak önemsiz oldukları görülmüştür.

Sosyal sorumluluk alt boyutu bakımından lise ve altı (4.388±0.809), ön lisans (4.634±0.551), lisans (4.285±0.643), lisans üzeri (4.346±0.705) eğitim seviyesindeki katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir fark bulunmamaktadır. (F(3, 217)= 1.946, Sig.>0.05).

Çevresel sorumluluk alt boyutu bakımından lise ve altı (3.745±0.918), ön lisans (4.079±0.992), lisans (3.579±0.951), lisans üzeri (3.411±0.937) eğitim seviyesindeki katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli farklar bulunmaktadır. (F(3, 217)= 3.535, Sig.<0.05). Farkın kaynağı olan grup veya grupların tespiti için yapılan Tukey testi sonuçlarında ön lisans seviyesinde eğitime sahip katılımcıların lisans üzeri eğitime sahip katılımcılardan daha yüksek çevresel sorumluluk boyut ortalamasına sahip oldukları, diğer gruplar arasındaki farkların istatistiksel olarak önemsiz oldukları görülmüştür.

Sorumlu turizm ölçeği bakımından lise ve altı (4.198±0.635), ön lisans (4.436±0.558), lisans (4.060±0.607), lisans üzeri (4.104±0.575) eğitim seviyesindeki katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli farklar bulunmaktadır. (F(3, 217)= 3.054, Sig.<0.05). Farkın kaynağı olan grup veya grupların tespiti için yapılan Tukey testi sonuçlarında ön lisans seviyesinde eğitime sahip katılımcıların lisans seviyesinde eğitime sahip katılımcılardan daha yüksek çevresel sorumluluk boyut ortalamasına sahip oldukları, diğer gruplar arasındaki farkların istatistiksel olarak önemsiz oldukları görülmüştür.

5.4.5. Hipotez 5

Beşinci araştırma hipotezi şu şekildedir;

H₅: Nevşehir bölgesinde ikamet eden vatandaşların Turizm Sorumluluk düzeyleri çalıştıkları işletmelere göre değişmektedir

Hipotezin sınanması amacıyla yapılan Anova bulguları tablo 21’de sunulmuştur.

Tablo 21. Çalışılan İşletmeye Göre Sorumlu Turizm Ölçeği Bakımından Farkları Sınayan Anova Testi Bulguları

Değişken	İşletme	N	\bar{X}	S.S	F(3, 217)	sig.	Tukey
Ekonomik Sorumluluk Alt Boyutu	Çalışmıyor	98	4.378	0.588	1.421	0.238	-
	Kamu	40	4.588	0.424			
	Turizm	15	4.467	0.550			
	Diğer İşletmeler	68	4.456	0.546			
Sosyal Sorumluluk Alt Boyutu	Çalışmıyor	98	4.298	0.689	0.749	0.524	-
	Kamu	40	4.488	0.585			
	Turizm	15	4.367	0.876			
	Diğer İşletmeler	68	4.379	0.677			
Çevresel Sorumluluk Alt Boyutu	Çalışmıyor	98	3.551	0.957	0.657	0.579	-
	Kamu	40	3.800	0.866			
	Turizm	15	3.627	1.053			
	Diğer İşletmeler	68	3.582	1.015			
Sorumlu Turizm Ölçeği	Çalışmıyor	98	4.076	0.643	1.220	0.303	-
	Kamu	40	4.292	0.478			
	Turizm	15	4.153	0.657			
	Diğer İşletmeler	68	4.139	0.595			

Ekonomik sorumluluk alt boyutu bakımından çalışmayan (4.378 ± 0.588), kamuda çalışan (4.588 ± 0.424), turizm sektöründe çalışan (4.467 ± 0.55), diğer işletmelerde çalışan (4.456 ± 0.546) katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir fark bulunmamaktadır. ($F(3, 217) = 1.421$, Sig. > 0.05).

Sosyal sorumluluk alt boyutu bakımından çalışmayan (4.298 ± 0.689), kamuda çalışan (4.488 ± 0.585), turizm sektöründe çalışan (4.367 ± 0.876), diğer

işletmelerde çalışan (4.379±0.677) katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir fark bulunmamaktadır. (F(3, 217)= 0.749, Sig.>0.05).

Çevresel sorumluluk alt boyutu bakımından çalışmayan (3.551±0.957), kamuda çalışan (3.800±0.866), turizm sektöründe çalışan (3.627±1053), diğer işletmelerde çalışan (3.582±1015) katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir fark bulunmamaktadır. (F(3, 217)= 0.657, Sig.>0.05).

Sorumlu turizm leği bakımından çalışmayan (4.076±0.643), kamuda çalışan (4.292±0.478), turizm sektöründe çalışan (4.153±0.657), diğer işletmelerde çalışan (4.139±0.595) katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir fark bulunmamaktadır. (F(3, 217)= 1.220, Sig.>0.05).

5.4.6. Hipotez 6

Son araştırma hipotezi şu şekildedir;

H₆: Nevşehir bölgesinde ikamet eden vatandaşların Turizm Sorumluluk düzeyleri gelir durumlarına göre değişmektedir.

Hipotezin sınanması amacıyla yapılan Anova bulguları tablo 22’de sunulmuştur.

Tablo 22. Gelir Seviyesine Gruplarına Göre Sorumlu Turizm Ölçeği Bakımından Farkları Sınayan Anova Testi Bulguları

Değişken	Gelir	N	\bar{X}	S.S	F(4, 215)	sig.	Tukey
Ekonomik Sorumluluk Alt Boyutu	Çalışmıyor	90	4.407	0.581			
	1000-2500 TL	23	4.377	0.571			
	2501- 4000 TL	56	4.426	0.569	1.370	0.245	-
	4001-5500 TL	27	4.488	0.480			
	5501 TL ve Üzeri	24	4.681	0.364			
Sosyal Sorumluluk Alt Boyutu	Çalışmıyor	90	4.314	0.695			
	1000-2500 TL	23	4.543	0.515			
	2501- 4000 TL	56	4.415	0.670	1.422	0.228	-
	4001-5500 TL	27	4.176	0.784			
	5501 TL ve Üzeri	24	4.510	0.592			
Çevresel Sorumluluk Alt Boyutu	Çalışmıyor	90	3.598	0.936			
	1000-2500 TL	23	3.313	0.998			
	2501- 4000 TL	56	3.704	0.954	1.335	0.258	-
	4001-5500 TL	27	3.519	0.993			
	5501 TL ve Üzeri	24	3.908	0.947			
Sorumlu Turizm Ölçeği	Çalışmıyor	90	4.106	0.634			
	1000-2500 TL	23	4.078	0.595			
	2501- 4000 TL	56	4.181	0.578	1.177	0.322	-
	4001-5500 TL	27	4.061	0.596			
	5501 TL ve Üzeri	24	4.366	0.496			

Ekonomik sorumluluk alt boyutu bakımından çalışmayan (4.407±0.581), 1000 ile 2500 TL arasında gelir sahip (4.377±0.571), 2501 ile 4000 TL arasında gelire sahip (4.426±0.569), 4001 ile 5500 TL arası gelire sahip (4.488±0.48.), 5501 TL ve üzeri gelir sahip (4681±0.364) katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir fark bulunmamaktadır. (F(4, 215)=1.370, Sig.>0.05).

Sosyal sorumluluk alt boyutu bakımından çalışmayan (4.314±0.695), 1000 ile 2500 TL arasında gelir sahip (4.543±0.515), 2501 ile 4000 TL arasında gelire sahip (4.415±0.670), 4001 ile 5500 TL arası gelire sahip (4.176±0.784), 5501 TL ve üzeri gelir sahip (4.510±0.592) katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir fark bulunmamaktadır. (F(4, 215)= 1.422, Sig.>0.05).

Çevresel sorumluluk alt boyutu bakımından çalışmayan (3.598±0.936), 1000 ile 2500 TL arasında gelir sahip (3.313±0.998), 2501 ile 4000 TL arasında gelire sahip (3.704±0.954), 4001 ile 5500 TL arası gelire sahip (3.519±0.993), 5501 TL ve üzeri gelir sahip (3.908±0.947) katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir fark bulunmamaktadır. (F(4, 215)= 1.335, Sig.>0.05).

Sorumlu Turizm Ölçeği bakımından çalışmayan (4.106±0.634), 1000 ile 2500 TL arasında gelir sahip (4.078±0.595), 2501 ile 4000 TL arasında gelire sahip (4.181±0.578), 4001 ile 5500 TL arası gelire sahip (4.061±0.596), 5501 TL ve üzeri gelir sahip (4.366±0.496) katılımcılar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir fark bulunmamaktadır. (F(4, 215)= 1.177, Sig.>0.05).

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bir hizmet sektörü olan turizm sektörü geçmişten bugüne kadar hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için önemli bir sektör konumundadır. Bu sektörün bu kadar önemli olmasının nedeni ise ekonomik getirisinin ülkeler için büyük rakamlara ulaşmasıdır. Son yıllarda değişen turizm politikaları sayesinde dünyada turizm sektörü büyük bir sıçrayış gerçekleştirmiştir. Gelişmiş ülkeler turizm sektörünün daha çok ekonomik boyutlarıyla ilgilenirken, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler ise ekonomik boyutlarının yanında turizm sayesinde ülkeye girecek olan döviz artışını amaçlamaktadırlar. Ayrıca gelişmekte olan ülkelerin genel sorunlarından biri olan işsizlik sorunu da, turizm sektörünün sağladığı istihdam ile bu sorunun çözülmesine yardımcı olmaktadır.

Türkiye gibi zengin turizm arzına sahip bir ülke için bu sektörün değeri daha da büyüktür çünkü Türkiye'nin coğrafi konumundan kaynaklı en büyük avantajı dört mevsim yapılabilecek turizm çeşitliliğine sahip olmasıdır. Bu sebeple turizm sektörü Türkiye için büyük gelir kaynağı olan bir pazardır. Böylesine büyük bir gelir kaynağına sahip olduğu için turizme yapılan yatırımlar son yıllarda büyük ölçüde artmıştır.

Turizmdeki yatırımlardan payını alan turizm merkezlerinden biriside çekirdek Kapadokya olarak adlandırılan Nevşehir bölgesidir. Bu bölge dünyada nadir rastlanan doğal güzelliklere ve kültürel zenginliklere sahip olmasından dolayı turizm açısından önemli bir destinasyondur. Her geçen yıl daha da artarak, binlerce yerli ve yabancı turistler tarafından ziyaret edilen bir bölge olmuştur. Fakat bu bölge de çoğu turizm bölgesinde olduğu gibi istenilen turist sayısına, turizm gelirin ve kişi başı turist harcamalarına ulaşamamaktadır. Bu duruma neden olan birçok sebep bulunmaktadır. Bu sebeplerin başında ise tanıtım sorunu, yanlış turizm yapılanması, mevsimsellik, alternatif turizm çeşitliliğinin olmaması ve imaj problemi gibi nedenler vardır. Nevşehir gibi ekonomisinin büyük bir bölümünü turizm gelirlerinden oluşan bölge için bu sorunların giderilmesi bölgenin sosyal ve ekonomik anlamda gelişmesine katkı sağlayacaktır. Aynı zamanda bu gelişme

paralel olarak ülke ekonomisine de yararlı olacaktır. Turizm ekonomik olduğu kadar sosyal ve kültürel bir hizmet olduğundan bu alanlarda da gelişmesi gerekmektedir.

Turizm, ekonomi ve sosyo-kültürel çevre üzerinde etkileri fazla olan bir sektördür. Turizm ekonomiyi ve sosyo-kültürel çevreyi olumlu ve olumsuz şekilde etkilemektedir. Bölgesel kalkınmayı sağlaması, yaşam standartlarını yükseltmesi, ülke ekonomisine katkısı ve istihdam yaratması gibi birçok olumlu etkisi vardır. Diğer yandan mal ve hizmet fiyatlarındaki aşırı artış, ev kira ve fiyatlarındaki artış, çevresel kirlenmelerin artması gibi de birçok olumsuz etkisi mevcuttur. Bu etkileri ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel olarak ayırmak mümkündür. Bu çalışmada; Nevşehir turizmi açısından bu etkilerin anlaşılabilmesi için bölgede anket çalışması yapılmış olup anket, Nevşehir Bölgesinde ikamet eden vatandaşların turizm sektörüne karşı algılarının Sosyal, Ekonomik ve Çevresel alt boyutlarda değerlendirmektedir. Söz konusu amaca ek olarak Nevşehir bölgesinde yaşayan vatandaşların turizm sektörüne karşı algılarının cinsiyet, yaş grubu, medeni durum, eğitim düzeyi, çalışılan işletme ve gelir durumlarına göre değişip değişmediğinin incelenmesi de araştırma kapsamında tutulmuştur.

Araştırma kapsamında araştırma amaçları doğrultusunda oluşturulan anket formu kolayına örnekleme yöntemi çerçevesinde Nevşehir ilinde ikamet eden 240 adet örnekleme uygulanmıştır. Araştırmanın ölçme aracı olan Sorumlu Turizm ölçeği geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Ölçek yapısal geçerliliklerinin ortaya koyulması amacıyla ölçeğe varimax rotasyon yöntemi ile temel bileşenler analizi uygulanmıştır. Ölçek güvenilirlik düzeyinin belirlenmesi amacıyla ise Cronbach's Alpha güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Ölçek güvenilirlik düzeyleri hesaplandığında; Ekonomik Sorumluluk alt boyutunun iyi derecede ($0.70 < \text{Alpha} < 0.80$), Sosyal Sorumluluk Alt Boyutu, Çevresel Sorumluluk alt boyutu ve Sorumlu Turizm Ölçeğinin çok iyi derecede ($0.80 < \text{Alpha} < 0.90$) güvenilir ölçme araçları oldukları görülmektedir. Araştırmaya katılan katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde çoğunluğun kadınlardan, 18-25 yaş aralığından, bekar kişilerden, öğrenci ve kamu çalışanlarından ve gelir düzeylerinin de ise bariz bir madde de yoğunlaşma olmadığı gözlemlenmektedir.

Daha sonra ise madde frekans analizleri yapılarak, araştırmanın bu kısmında örneklemin ölçek sorularına verdikleri yanıtların frekans dağılımları ile madde ortalama ve standart sapma değerleri sunulmuştur. Diğer bir hesaplamada da araştırma hipotezleri uygun parametrik test istatistikleri ile sınanıp, bulgular tablo ve yorumlar ile birlikte sunulmuştur.

Sonuç olarak Nevşehir bölgesindeki turizm faaliyetleri ekonomik, sosyal ve çevresel yönleriyle ele alındığında bazı somut öneriler de bulunmak mümkündür. Bu önerileri şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Nevşehir turizm bölgesinin eşsiz bir turizm yeri olmasından dolayı turizm faaliyetleri gerçekleştirilirken, doğasının, tarihi ve kültürel miraslarının korunması gerekmektedir.
- Bölgenin ulusal ve uluslararası platformlarda pazarlama ve tanıtımının daha etkili bir şekilde yapılması gerekmektedir.
- Bölge geniş bir turizm coğrafyasına sahip olduğu için ulaşımda sıkıntılar yaşanabilmektedir, birçok turizm yerine sadece kişisel araçlarla ulaşmak mümkün olduğu için turistlerin ilgisi kaybedilmektedir.
- Bölgedeki mevcut rehberlik hizmetlerinin artırılması gerekmektedir.
- Bölge halkının turistleri ekonomik bir güç olarak görmeleri yerine daha misafirperver yaklaşımlarda bulunmaları gerektiği yönünde bilgilendirmelerin yapılması gerekmektedir.
- Bölgedeki alternatif turizm çeşitlerinin artırılması için çalışmalar yapılmalıdır.
- Altyapı ve üstyapı sorunlarına çözüm önerileri bulunmalıdır.
- Bölgeye olan finansal desteklerin artırılması gerekmektedir.

Bu çalışma çekirdek Kapadokya olarak adlandırılan Nevşehir ve ilçelerinde yapılmış olup, bundan sonra bu konuda yapılacak çalışmalara katkı sağlayacaktır. Yukarıda bahsedilen çözüm önerilerinin giderilmesi hem ülke turizmi için hem de Nevşehir bölge turizmi için ekonomik, sosyal ve çevresel anlamda elde edeceği faydanın artırılmasında etkili olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

AHİKA. (2014). Kapadokya'da Turizm Yatırım Olanakları. *Ahiler Kalkınma Ajansı* .

Akgül, A., & Çevik, O. (2003). *İstatistiksel Analiz Teknikleri*. Ankara: Emek Ofset.

Avcıkurt, C. (2003). *Turizm Sosyolojisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Belber, B. G. (1999). *Gençlik Turizmi Pazarlaması ve Türkiye Uygulamaları*.

Malatya: İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bozok, D. (2016). Turizmin Gelişmesine Etki Eden Unsurlar. *Genel Turizm* (s. 77). içinde İstanbul: Paradigma Akademi.

Civelek, A. (2014). Turizmin Sosyal Yapıya ve Sosyal Değişmeye Etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 331-350.

Demir, R. (2018). Turizm Sektöründe Kobilerin Finansman Sorunları Ve Çözüm Önerileri: Şirince Örneği. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* .

Dinleyen, M. (2012). *Nevşehir'de Halk İnançları*. Nevşehir: Nevşehir Belediyesi Kültür Yayınları.

Dünya Turizm Örgütü. (tarih yok). UNWTO.org: <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance> adresinden alınmıştır

Ersoy, H. (2017). *Turizmin Gelişiminin Yerel Halk Üzerine Sosyo-Kültürel Etkileri: Manavgat Örneği*. İzmir: İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

GÜMÜŞ, G. (2019). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi: Kapadokya Bölgesindeki İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlendirilmesi*. Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Güngör, Ş. (2016).

Güngör, Ş. (2016). *Alternatif Turizm Etkinliği Ve Ürün Çeşitliliği Oluşturmada Atın Kullanımı: Nevşehir Örneği*. Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü.

Hazar, A. (2007). *Spor ve Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Hussein, A., & Saç, F. (2008). *Genel Turizm Gelişimi Geleceği*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Kaleli, A. İ. (2016). Kapadokya gezi rehberi: Tarih ve kültürün buluştuğu şehir! *İndigo Dergisi* .

Karagöz, Y. (2016). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Analizler*. Ankara: Noberl.

Katlav vd., ,. E. (2019). Kapadokya’da Bağcılığın Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* .

KAYNAK, H., & SEZGİN, M. (tarih yok). İnanç Turizmi Kapsamında Dinlerde Seyahat. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* .

KOZAK, N. (2014). Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar. N. KOZAK içinde, *Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar* (s. 14-15). Ankara: Detay Yayıncılık.

KOZAK, N., & AKOĞLAN KOZAK, M. (2014). *Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

(2020). *Kozaklı Termal Turizm* . Nevşehir: Kozaklı Kaymakamlığı.

KÜÇÜKASLAN, N. (2007). *Özel İlgi Turizmi*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Malhotra, N. (2006). *Questionnaire Design And Scale Development*. Georgia: Georgia Institute of Technology.

Meydan Uygur, S. (1998). *Sürdürülebilir Turizm Gelişimi ve Güney Antalya Turizm Gelişim Projesi Alanına Yönelik Bir Anket Uygulaması Sonucu*. Ankara: Gazi Üniversitesi TTEF Dergisi.

Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (tarih yok). 03 03, 2021 tarihinde <https://nevsehir.ktb.gov.tr/TR-227537/merkez.html> adresinden alındı

Nevşehir Müzeler Müdürlüğü. (tarih yok). 03 05, 2021 tarihinde T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı: <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-44132/nevsehir-muze-mudurlugu.html> adresinden alındı

(2014). *Nevşehir Termal Turizm Raporu.* Nevşehir: Nevşehir Yatırım Destek Ofisi.

Okuyucu, D. (2008). Kapadokya Bölgesin Yeraltı Şehirlerinde Bulunan Şaraphanelerden Birkaç Örnek. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 138-148.

Olalı, H., & Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi.* İzmir: Ofis Ticaret Matbacılık.

ÖZBAY, G. (2018). Alternatif Turizm Politikaları İçerisinde Kış Turizmi: Türkiye'ye Yönelik Swot Analizi. *The Journal of International Lingual, Social and Educational Sciences* , 204-210.

Özdamar, K. (2016). *Ölçek Ve Test Geliştirme.* Eskişehir: Nisan Yayın Evi.

Özdamar, K. (2016). *Ölçek Ve Test Geliştirme.* Eskişehir: Nisan Yayın Evi.

Özen, İ. A. (2019). Kapadokya Sıcak Hava Balonculuğu Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi* , 579-595.

Öztaş, K., & Karabulut, T. (2006). *Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri.* Nobel Yayıncılık.

Susam, N., & Çak, M. (2007). *Türkiye'de Turizm Ekonomisi.* İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.

ŞAHİNER, T. (2012). *İnanç Turizmi Potansiyeli ve Halkın İnanç Turizmine Bakışı Açısından Karaman.* Karaman: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (tarih yok). 1 8, 2021 tarihinde T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı web sitesi: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> adresinden alındı

Tabachnick, B. G., & Fidel, L. (2013). *Usinde Multivariate Statistics*. California: Pearson.

TAYFUN, A., & KILIÇLAR, A. (2007). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

TENGİLİMOĞLU, D. (2017). *Sağlık Turizmi*. Ankara: Siyasal Kitapevi.

TUBAN, B. (2019). *Bir Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Yamaç Paraşütü: Uçmaktare Üzerine Bir Çalışma*. Tekirdağ: Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

TUNÇ, A., & SAÇ, F. (2008). *Genel Turizm*. Ankara: Siyasal Yayınevi.

TÜİK. (1996). Ankara: Seyahat Acenteleri Yönetmeliği.

Türkay, B. (2015). *Turizm İşletmelerinin Sosyo-Ekonomik Kalkınmada Sağlayacağı Katkıların Analizi: Tekirdağ İli Örneği*. Tekirdağ: Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Türkben vd., , C. (2012). Türkiye'de Bağcılığın Tarım Turizmi (Agro-Turizm) İçinde Yeri ve Önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* , s.47-50.

TÜROB. (tarih yok). 01 08, 2021 tarihinde TÜROB.COM: <http://www.turob.com/tr/istatistikler/unwto-2017-turizm-barometresi#:~:text=UNWTO%3B%20Uluslar%20aras%C4%B1%20seyahat%202017,art%C4%B1%C5%9Fla%201%2C322%2> adresinden alındı

TÜRSAB. (tarih yok). 01 12, 2021 tarihinde TÜRSAB.COM: <https://www.tursab.org.tr/> adresinden alındı

Üstüner, B. (2008). *Sürdürülebilir Kalkınma Kapsamında Kars İlinin ekonomik kaynaklarının Değerlendirilmesi: Turizm Sektörü*. Kars: Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

wikipedia. (2021). www.wikipedia.org.tr:

https://tr.wikipedia.org/wiki/Gayrisafi_mill%C3%AE_has%C4%B1 adresinden alınmıştır

www.cappadocia4u.com. (tarih yok). Kapadokyanın En Güzel Vaileri:

<https://cappadocia4u.com/tr/kapadokya-en-guzel-vadiler/> adresinden alınmıştır

www.kapadokyadayim.com. (tarih yok). www.kapadokyadayim.com:

<https://www.kapadokyadayim.com/kapadokyanin-tarihi/> adresinden alınmıştır

www.kültürportali.gov.tr. (tarih yok). 03 03, 2021 tarihinde

<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/nevsehir/gezilecekyer> adresinden alındı

www.kültürportali.gov.tr. (tarih yok). 03 05, 2021 tarihinde Türkiye Kültür Portalı:

<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/nevsehir/gezilecekyer/asmali-konak> adresinden alındı

www.kültürturizm.gov.tr. (tarih yok). Hacı Bektaş Veli Müzesi:

<http://dosim.kulturturizm.gov.tr/muze/181> adresinden alınmıştır

www.turasan.com.tr. (tarih yok). Turasan Şarapçılık: <https://www.turasan.com.tr/> adresinden alınmıştır

www.ürgübelediyesi.com. (tarih yok). 03 04, 2021 tarihinde Ürgüp Belediyesi:

<https://www.urgup.bel.tr/kesfedin/temenni-tepesi> adresinden alındı

Yıldız, Z. (2016). Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerine Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi* , 54-71.

Yılmaz, E., & Ön Esen, F. (2015). Turizmin Gelişmesine Etki Eden Sorunlar Ve Destinasyon Sadakati İlişkisi: Yerli Turistler Üzerine Ayvalık'ta Bir Araştırma. *ACADEMIA* .