



I. ULUSAL MESLEK YÜKSEKOKULLARI SOSYAL VE TEKNİK BİLİMLER KONGRESİ

BİLDİRİLER KİTABI



BÜLENT ECEVİT ÜNİVERSİTESİ ÇAYCUMA MESLEK YÜKSEKOKULU

meslek.beun.edu.tr

22-23
MAYIS
2014



BÜLENT ECEVİT ÜNİVERSİTESİ
ÇAYCUMA MESLEK YÜKSEKOKULU



**1. ULUSAL MESLEK YÜKSEKOKULLARI
SOSYAL VE TEKNİK BİLİMLER KONGRESİ
(MESTEK)**

BİLDİRİLER KİTABI

22-23 Mayıs 2014
Çaycuma / ZONGULDAK

Editör

Yrd. Doç. Dr. Nermin ÇELİK

Yayına Hazırlayanlar

Öğr. Gör. Metehan KÜÇÜKER

Öğr. Gör. Umut ÜZMEZ

Öğr. Gör. Hilal TURAN

Düzenleyen Kuruluş

Bülent Ecevit Üniversitesi

Çaycuma Meslek Yüksekokulu

İletişim

Bülent Ecevit Üniversitesi Çaycuma Meslek Yüksekokulu

67900 Çaycuma/Zonguldak

<http://cmyo.beun.edu.tr/cmyowp/>

mstek@beun.edu.tr

Baskı Bilgileri

ISBN: 978-605-344-138-0

Baskı Yılı: Mayıs, 2014

Gazi Kitabevi

Döğol Cad. No: 49/B Beşevler/ANKARA

Tel: (0312) 223 7773 Faks: (0312) 215 1450

www.gazikitabevi.com.tr

Bu kitap, 1. Ulusal Meslek Yüksekokulları Sosyal ve Teknik Bilimler Kongresi kapsamında yayımlanmıştır. Bu kitapta yer alan makalelerin içeriği yazarların kendi düşünceleridir.

Kongre Onur Kurulu

Prof. Dr. Mahmut ÖZER- Bülent Ecevit Üniversitesi Rektörü

Prof. Dr. Haluk GÜVEN- Bülent Ecevit Üniversitesi Rektör Yardımcısı

Prof. Dr. Muhlis BAĞDİGEN- Bülent Ecevit Üniversitesi Rektör Yardımcısı

Prof. Dr. Orhan UZUN- Bülent Ecevit Üniversitesi Rektör Yardımcısı

Kongre Koordinatörü

Yrd. Doç. Dr. Hikmet YAZICI

Bülent Ecevit Üniversitesi Çaycuma Meslek Yüksekokulu Müdürü

Kongre Yürütme Kurulu

Yürütme Kurulu Başkanı

Yrd. Doç. Dr. Nermin ÇELİK

Yürütme Kurulu Üyeleri

Yrd. Doç. Dr. Aykut ŞARKGÜNEŞİ

Öğr. Gör. Hakan ÇETİN

Öğr. Gör. Umut ÜZMEZ

Öğr. Gör. İlker KEÇETEP

Öğr. Gör. Metehan KÜÇÜKER

Öğr. Gör. Mustafa ZOR

Kongre Bilim Kurulu

Prof. Dr. Ahmet ŞEKERKAYA (İstanbul Üniversitesi)

Prof. Dr. Ahmet Vecdi CAN (Sakarya Üniversitesi)

Prof. Dr. Ali HALICI (Başkent Üniversitesi)

Prof. Dr. Arif KARADEMİR (Bursa Teknik Üniversitesi)

Prof. Dr. Aydoğan ÖZDEMİR (İstanbul Teknik Üniversitesi)

Prof. Dr. Aykut AYTAÇ (Hacettepe Üniversitesi)

Prof. Dr. Aymil DOĞAN (Hacettepe Üniversitesi)

Prof. Dr. Aypar USLU (Marmara Üniversitesi)

Prof. Dr. Ayşegül MENGİ (Ankara Üniversitesi)

Prof. Dr. Aytekin İŞMAN (Sakarya Üniversitesi)

Prof. Dr. A. Ercan GEGEZ (Marmara Üniversitesi)

MESLEK YÜKSEKOKULU ÖĞRENCİLERİ GÖZÜYLE GÜZELYURT'TA TURİZMİN GELİŞİMİNİ ETKİLEYEN SORUNLARIN BELİRLENMESİ

Öğr. Gör. Şule ARDIÇ YETİŞ
Aksaray Üniversitesi, Güzelyurt Meslek Yüksekokulu
ardicsule@gmail.com

Öğr. Gör. Neşe ÇULLU KAYGISIZ
Aksaray Üniversitesi, Güzelyurt Meslek Yüksekokulu
nesecullu@hotmail.com

Özet

Güzelyurt tarihi, kültürel ve doğal güzelliklere sahip turistik ürün olarak pazarlanabilecek birçok kaynağa sahiptir ancak bu kaynaklar istenilen oranda kullanılamamaktadır. Yeterli turist çekilemeyen ilçede turizm ile ilgili yaşanan sorunların ilçede yaşayan ve farklı illerden gelen öğrencilerin gözüyle ortaya konulması, yerel yönetimlerin sorunları anlaması ve bu sorunlara çözümler geliştirmesinde katkı sağlayacak ve ilçede turizm gelirini artıracak potansiyelin etkin kullanımı sağlanabilecektir. Çalışmada, Güzelyurt'ta turizmin gelişim sorunlarını belirlemek ve çözüm önerileri getirmek amaçlanmaktadır. Çalışmada Güzelyurt Meslek Yüksekokulu öğrencilerine konu ile ilgili anket uygulanmıştır. Çalışma somucunda, bölgede turizmin gelişmesine etki eden sorunlar ortaya çıkarılacaktır. Ayrıca katılımcıların demografik özelliklerine göre sorunları algılamaları arasındaki farklılıklar belirlenecektir.

Anahtar Kelimeler: MYO Öğrencileri, Güzelyurt, Turizm Sorunları.

Alan Kodu: D

Abstract

Güzelyurt has various natural, historical and cultural assets to be marketed but these assets are not at the desired rate. That problems associated with tourism in Güzelyurt to reveal the students' perspective, local government understand the issues and will contribute to the development of solutions. Also the potential to increase tourism revenues in Güzelyurt's effective use will be provided. This research is aimed to determine the problems with development of Güzelyurt tourism and provide suggestions for their solutions. The research data collected from students of Güzelyurt Vocational School according to the subject. The research results are indicated problems to affect the development of tourism in Güzelyurt. Also, demographic characteristics of the participants will be determined by the difference between detect problems.

Key Words: Students of Vocational School, Güzelyurt, Problems of Tourism.

1. Giriş

Turizm birçok ülke için önemli olarak görülmektedir. Bunun nedenleri arasında turizmin ülkede toplumsal, siyasal ve ekonomik katkılarının olmasıdır. Turizmin gelişmesinde ekonomik refahın artması, ulaşımda yaşanan gelişmeler, toplumsal değişiklikler ve barış ortamının yaratılması gibi nedenler gösterilmektedir (Akoğlan Kozak, 2012; Kozak, 2008). Bölgelerin gelişmesinde önemli bir katkısı olan turizm bu nedenlerle gelişme göstermektedir. Turizm kalkındırıcı gücünü fark eden destinasyonlar mevcut güçlerini artırmak ve sahip olduğu rekabetçilik düzeyini kuvvetlendirmede başarının yollarını aramaktadırlar (İlban ve Bezirgan, 2012: 964).

Turizm destinasyonları ziyaretçilerine sahip olduğu doğal ve kültürel güzellikleri dışında diğer turizm ürünlerini sunmaktadır ve ziyaretçilerin sonunda memnun ayrılmalarını amaçlamaktadır. Bu anlamda, bölge turizm gelişiminde ziyaretçilerin algıladığı bölge sorunlarını en aza indirilmesi bölgenin turizmde gelişmesine katkı sağlayacaktır. Destinasyonun ziyaretçilerine sunduğu tüm imkanlar ile ilgili sorunların tespiti ile bölgede gelişmeler görmek mümkündür. Turizm sektörünün gelişmesinin önündeki engellerin tespit edilmesi, tespit edilen sorunlara yönelik çözüm önerileri geliştirilmesi ve çözüm önerilerinin uygun politikalar dahilinde uygulanabilmesi sektörün sağlıklı bir şekilde gelişimi ve ülke ekonomisine sağlayacağı katkılarının artması yönünden büyük önem arz etmektedir (Emir ve Yılmaz, 2010: 621).

Güzelyurt, Aksaray'ın turizm çekiciliği yüksek olan destinasyonlarından biridir. İhlara'nın sınırları içerisinde bulunması, hem kültür hem de inanç turizmi için önemli bir yerdir. Güzelyurt Kapadokya bölgesinde yer almasına rağmen gereken turist potansiyeline ulaşamamaktadır. Daha önceki çalışmalarda, yerel halka (İlban ve Diğ., 2013; İlban ve Bezirgan, 2012), bölgedeki turizm işletmelerine (İlban ve Kaşlı, 2011; İlban ve Kaşlı, 2009) ve bölgeyi ziyaret eden turistlerden (Seçilmiş, 2011; Akkılıç ve Günalan, 2007) bölgenin yaşadığı sorunları ve çözüm önerileri hakkında fikirleri incelenmiştir. Bu çalışmada, Aksaray Üniversitesi'ne bağlı olan Güzelyurt Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin geçici olarak yaşadıkları bölge ile ilgili algıladıkları sorunları belirlemek ve Güzelyurt için alternatif çözüm önerileri sunmaları amaçlanmaktadır. Destinasyonda yerel halk kadar yaşayan ve ayrıca farklı yerlerden gelen önlisans öğrencilerinin Güzelyurt'ta turizm alanında yaşanan sorunlar ile ilgili düşünceleri yerel yönetimlerin ve girişimcilerin dikkatini çekeceği düşünülmektedir. Bu çalışma, bölgede öğrenim gören birçoğu hizmet işletmelerine ara eleman olarak istihdam edilecek öğrencilerin hem bölgede turizm gelişimi hakkında alınacak kararlarda fikirlerini ifade etmesi için bir veri oluşturacak hem de sadece turizm işletmeleri ve yerel halk ile sınırlı kalan literatüre de katkı sağlayacaktır.

Güzelyurt, tarihi Kapadokya bölgesi sınırları içerisinde bulunan ve tarihi ve kültürel zenginliğe sahip bir kırsal bölgedir. 2013 yılının ilk 9 aylık verilerine bakıldığında; İhlara'yı ziyaret eden yerli ve yabancı turist sayısı 266 bin 910 sayısına ulaşmıştır (URL-1, 2014). Ancak Türkiye'nin önemli bir turizm çekiciliği olan İhlara'yı sınırlarında barındıran Güzelyurt'ta turist potansiyelinin bu kadar düşük olması düşündürücüdür. Bu sorun Güzelyurt için bir problem oluşturmaktadır. Bu problemin oluşumunda Nevşehir'in rakip olmasından ziyade turizm gelişimini engelleyen birtakım sorunlar olabileceği akla yakın gelmektedir. Turistlerin destinasyon seçiminde bölgenin turistik ürünleri, tanıtım gibi olanakları önem taşımaktadır (Kaşlı ve Yılmazdoğan, 2012; İnan ve Diğ., 2011; Öztürk ve Qu, 2008; Üner ve Diğ., 2006). Bu çalışmanın amacı, beklenen oranda turist potansiyeli olmayan Güzelyurt ilçesinde turizm gelişimini engelleyen sorunların belirlenmesi ve bu sorunlara ilçede öğrenim gören önlisans öğrencileri perspektifinden bakmaktır.

2. Kavramsal Çerçeve

Ülke ve bölge turizm gelişmelerinde yaşanan sorunları belirlemeye yönelik literatürde birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalar yapılan taramada (Becker, 1987; Johnson, 1995; Thompson&Diğ., 1995; Dinçer ve Kızıllırmak, 1998; Clements&Georgiou, 1998; Warnaby, 1998; Turner&Reisinger, 2001; Çakır, 2002; Seckelmann, 2002; Duman ve Yağcı, 2004; Öztürk ve Seyhan, 2005; Tunçsiper ve İlban, 2006; Türksoy, 2007; Akkılıç ve Günalan, 2007; Yılmaz, 2007; Dickinson&Robinsons, 2008; Bilgin, 2008; İlban ve Kaşlı, 2009; Akbulut, 2010; Çakıcı ve Diğ., 2010; İlban ve Kaşlı, 2011; İlban ve Bezirgan, 2012; İlban ve Diğ., 2013) incelenmiştir ve bu çalışmalarda bir bölgede turizmin istenilen düzeyde gelişmesini etkileyen sorunlar özetlenmiştir.

Turizmin gelişmesini etkileyen ilk sorun, hizmet kalitesi sorunudur. Tüketici bir ürün veya hizmeti alırken ihtiyaç ve isteklerini karşılayacağını düşünmektedir. Kalite, beklentilerle performansın karşılaştırılması olarak ifade edilmektedir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985: 42). Hizmet kalitesi, müşterinin hizmeti satın aldıktan sonra o hizmetten sağladıklarının kendisinde yarattığı duygu olup, söz konusu hizmetten ne kadar tatmin olup olmadığını ifade etmektedir (Çiçek ve Doğan, 2009: 203). Destinasyonlarda sunulan ürünlerin ve hizmetlerin kaliteli olması ile ziyaretçilerin isteklerini karşılamış olacaktırlar. Bunun aksi bir durum yaşandığında destinasyonun başarılı olması düşünülemez. Kaliteli ürün sunmayı amaçlayan turizm işletmeleri ziyaretçilerini tatmin ederek destinasyondan memnun ayrılmalarını hedef edinmelidir. Bu sayede ziyaretçi destinasyonu tekrar ziyaret edebilir ya da yakın çevresine destinasyonu tavsiye edebilir.

Turizmin gelişmesini etkileyen turizm sorunlarından bir diğeri ise alt ve üst yapı sorunlarıdır. Bir destinasyonun turistik nitelik kazanabilmesi için alt (elektrik, su ve iletişim, ulaşım v.b.) ve üst yapı (turistik tesisler, çarşılar ve mekanlar v.b.) olanakları olmalıdır. Alt ve üst yapı yatırımlarının yeterli olması bir destinasyonun turistik faaliyetleri için önem taşımaktadır (İlban ve Kaşlı, 2009: 1278). Yapılan birçok çalışmada, bir bölgede ziyaretçilerin en çok şikayet ettikleri konulardan biri de alt ve üst yapı sıkıntılıları olup özellikle ulaşım sorunu belirtilmektedir (İlban ve Diğ., 2013: 1167).

Güvenlik sorunu turizm gelişmelerini etkileyen bir sorun olarak görülmektedir. Turizm faaliyetleri turistlerin ikamet ettiği yerden başka bir yere ve kültüre geçici süre ile gerçekleştirdikleri konaklama, yeme-içme ve gezi faaliyetleridir. Bilmediği bir yere giden turist yerel halk ve diğer turistlerle sosyal çatışmalar (kılık-kıyafet, alışkanlıklar) yaşayabilmektedir ve ya zaman zaman suçlara (hırsızlık, cinayet, tecavüz ve ya taciz) karışabilmektedir. Yaşanan olumsuz durumlar destinasyonun ve ülkenin turizm

imajını etkilemektedir. Kapadokya bölgesinde meydana gelen Japon turist cinayetleri ve Gezi Parkı olayları Türkiye'nin dış turizmını olumsuz etkilemiştir. O dönem içerisinde birçok rezervasyon ve uçak iptalleri yaşanmıştır. Bu anlamda, turistlere güvenli bir ortam algısı sunmak bölge turizmi için önem taşımaktadır.

Tanıtım ve pazarlama sorunları destinasyonların turizm anlamında gelişmesini etkileyen bir sorundur. Bir bölgede turizm sektöründen beklenen yararların gerçekleşebilmesi öncelikle etkin bir talebin yaratılabilmesine, yaratılan aktif talebin beklentilerine cevap verebilecek arz kaynaklarının varlığına ve turistlerin ülkelerine memnun dönmelerinin sağlanması bağlıdır. Bu talebin yaratılabilmesi için etkili tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ihtiyaç duyulmaktadır (Çetinel, 2001: 152). Yöresel turizm pazarlaması, genel pazarlama stratejileri yerine bölgesel ve şehirselleşmiş tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine, pazardaki rakiplerle mücadeleye ve kaynakların etkin kullanımına ağırlık vermektedir (Tosun ve Bilim, 2004: 126). İç ve dış turizm faaliyetlerinde artan rekabetler ile birlikte genel bir pazarlama ve tanıtımdan ziyade sadece bölgesel özellikleri tanıtmak ve hedef ziyaretçilerin ihtiyaç ve isteklerini ön plana çıkarmak esastır.

Turizmin gelişmesini etkileyen bir diğer sorunda turizm sektöründe çalışan eğitimli personel yetersizliğidir. Turizm işletmelerinin ziyaretçiler ile iletişim halinde olan yüzü istihdam ettiği personelleridir. Bu anlamda, nitelikli ve eğitimli personel istihdam eden turizm işletmelerinin hizmet kalitesi yükselmektedir ve ziyaretçilerde tatmin ve bağlılık yaratılmaktadır. Nitelikli işgücü meslek liseleri ve üniversite düzeyinde Türkiye'de verilmektedir. Bunun aksine nitelikli işgücü, turizm işletmelerinde düşük ücret, yetersiz sosyal hak ve terfi fırsatlarındaki adaletsizlikler gibi konular nedeniyle istihdam edilememektedir (Kuşluvan ve İlhan, 2011: 90). Hizmet işletmelerinde personelin eğitimli olması ve işyerinde mutlu olması tüketicilerinde işletmeden memnun ayrılmalarını sağlayacaktır.

Turizm sorunu olarak ele alınacak bir diğer konu olan ürün çeşitlendirmesi, işletmelerin karlılıklarını ve varlıklarını sürdürebilmek ve yaşam süreçlerini uzatabilmek için kullandıkları önemli bir pazarlama aracıdır (Seçilmiş, 2011: 41). Turizm sektörü soyut ürünler ortaya çıkarmaktadır ve bu nedenle insan odaklı üretim ve pazarlama uygulamalarını benimsemelidirler. Turizm işletmelerinde ziyaretçilerin istek ve ihtiyaçları göz önüne alınarak yapılan bir rekabet edilebilir ürün yelpazesi sunmak amaçlanmaktadır. Her destinasyon, oluşturduğu ürün karmasına, bölgeye turisti çeken veya turistini gelmesinde önemli etkisi olan bir lider ürün dahil etmeli ve tanıtım faaliyetlerinde de lider ürün üzerine yoğunlaşmalıdır. Çünkü lider ürün, tek başına çekim gücü olan ve rakiplere göre önemli avantajlar sağlayan bir ürün çeşididir (İlban ve Diğ., 2013: 1168). Ayrıca destinasyonlar yeni ürün geliştirme ve mevcut ürünleri değerlendirerek ürün çeşitlendirme ile rekabet edebilir duruma geleceklerdir.

Bir destinasyonda turizmin gelişmesini etkileyen bir sorun da pazarlama karması elemanlarından fiyat olarak kabul edilmektedir. Bir tüketici tatil kararı almadan önce destinasyonun hem fonksiyonel (akılcı) hem de duygusal (hedonik) yönlerini ele alarak tercih yapmaktadır ve fiyatta akılcı etkenlerden sayılmaktadır. Bu anlamda destinasyonda her gelir grubuna hitap eden ürünlerin olması ve bunlarda farklı fiyatlar uygulanması önemlidir. Turizm işletme yöneticileri fiyatın turistik ürün satın alma kararında önemi konusunda bilinçlendirilerek işletme kararlarına yansıtılmalıdır.

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Güzelyurt Aksaray'da turistik ürün olarak pazarlanacak çeşitli doğal, tarihi, kültürel zenginliklere sahip olmasına rağmen turizm potansiyeli istenilen düzeye ulaşamamaktadır. Türkiye'nin görülmesi gereken en önemli doğal güzelliklerinden biri olan İhlara, Güzelyurt ilçesinde bulunmasına rağmen Güzelyurt'a çok az ziyaretçi gelmektedir. İnanç ve kültür turizmi anlamında Kapadokya bölgesinde yer alan Güzelyurt'ta yaşanan sorunların ortaya konulması yerel yöneticiler tarafından sorunların belirlenmesini ve çözümünü sağlayacaktır. Çözüm süreci ile birlikte bölgede turizm gelirlerinde artış gözlenebilecektir. Bu anlamda, Güzelyurt turizminin gelişmesini etkileyen sorunların belirlenmesi ve yetkililerin dikkatinin çekilmesi amaçlanmıştır. Çalışma Güzelyurt Meslek Yüksekokulu öğrencilerine yönelik yapılmıştır.

3.2. Örneklem Süreci

Araştırmanın örneklemini Güzelyurt Meslek Yüksekokulu'nda okuyan öğrenciler oluşturmaktadır. Güzelyurt'ta 2008 yılında faaliyete giren Güzelyurt Meslek Yüksekokulu beş bölümü ve okula kayıtlı 328 öğrencisi olan bir yüksek öğrenim kurumudur. Çalışma 24 Şubat- 3 Mart tarihleri arasında her bölümde

dersin sorumlu öğretim görevlisi eşliğinde öğrencilere anket dağıtılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmada İlban ve Kaşlı'nın (2011) oluşturduğu turizm sorunlarına ilişkin ölçekten yararlanılmıştır. Çalışmada 5'li likert ölçeği kullanılarak 1 "Kesinlikle Katılmıyorum", 2 "Katılmıyorum", 3 "Kararsızım", 4 "Katılıyorum" ve 5 "Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde ölçek oluşturulmuştur. Anket yapılan ders saatinde sınıfta bulunmayan ve okula kayıtlı olmasına rağmen devamsız olan öğrencilere uygulanamamıştır. Anket çalışması sonunda 172 anket toplanabilmiştir. Ankette toplam 28 soru vardır ve iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde Güzelyurt turizminin gelişmesini engellediği düşünülen sorular ve ikinci bölümde öğrencilerin demografik özellikleri ile ilgili sorular yer almaktadır.

4. Bulgular Ve Yorum

4.1. Tanımlayıcı Bilgiler

Araştırmaya katılan Güzelyurt Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin demografik özelliklerine ait bilgiler bu bölümde verilmektedir. Öğrencilerin cinsiyet açısından dağılımına bakıldığında, kız öğrencilerin (%53,5) erkek öğrencilerden (%46,5) fazla olduğu anlaşılmaktadır.

Yaş dağılımları incelendiğinde 20 yaşında olan öğrenciler %30,8 ile fazla iken, en az 25 yaşında olan öğrenci bulunmaktadır. Burada dikkat çeken nokta, öğrenciler arasında 29 yaşında olanlarda yer almaktadır. Bu durumda yaş aralığı 19-22 yaş arasında yoğunlaşmıştır denilebilir.

Ankete katılan öğrencilerin ailelerinin yaşadıkları şehirleri ankette yazmaları istenmiştir ve daha sonra analiz edilmeden önce büyükşehir, küçük şehir ve Aksaray olarak kategorileştirilmiştir. Buna göre, öğrencilerin % 45,9 büyükşehirden gelmektedir. %30,8 ise küçük şehirlerden ve %23,3 Aksaray'dan Güzelyurt'a geli-gidiş yapmaktadır veya Güzelyurt'ta kalmaktadır. Bu anlamda, Büyükşehirden gelen öğrenciler fazladır ancak Aksaray'dan gelen öğrenci sayısı da ağırlık taşımaktadır.

Tablo1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Özellikler (N=172)		Sayı	Yüzde-%
Cinsiyet	Kadın	92	53,5
	Erkek	80	46,5
Yaş	18	9	5,2
	19	29	16,9
	20	53	30,8
	21	42	24,4
	22	18	10,5
	23	9	5,2
	24	7	4,1
	25	2	1,2
	29	3	1,7
Yaşanılan Şehir	Büyükşehir	79	45,9
	Küçükşehir	53	30,8
	Aksaray	40	23,3
Aile Geliri	500-1000TL arası	58	33,7
	1001-1500TL arası	35	19,8
	1501-2000TL arası	46	26,8
	2001-2500TL arası	13	7,5
	2501-3000TL arası	15	8,8
	3000 TL ve üzeri	5	3
Aylık Harcama	0-200TL arası	14	8,2
	201-400TL arası	60	34,7
	401-600TL arası	76	44,2
	601-800TL arası	18	10,6
	801-1000TL arası	4	2,3

Öğrencilerin aile gelirlerine bakıldığında büyük bir çoğunluğun (%33,7) 500-1000 tl arası aile gelinine sahip olduğu görülmektedir. Ailesi 3000 tl ve üzeri gelire sahip olan azınlıkta (%3) öğrenci bulunmaktadır. Bu anlamda aileler düşük veya orta gelir düzeyine sahiptir denilebilir.

arası h
harcama

4.2. Algıları

C
turizm s
yapılmış
nedenle
sonuçlar
(KMO)
gösterm
gelişme
ve davra

Tablo 2.

Faktör
Faktör
Konakl
Güzely
Güzely
Hizmet
Konakl
Güzely
Faktör
Güzely
Güzely
Diğer t
Güzely
Faktör
Güzely
Güzely
Turizm
Yerel h
Yerel e
Yerel h
Faktör
Güzely
Turistik
Güzely
Faktör
Güzely
Hizmet
Güzely
vb.)
Turistle
değerler

Anket
Cronbach
Alpha de
değeri 0
güvenilir
için gene

Ankete katılan öğrencilerin aylık harcamaları incelendiğinde büyük kısmının (%44,2) 401-600 tl arası harcama yaptığı görülmektedir. Öğrencilerin %34,7si 201-400 tl, %8,2si 0-200 tl arası harcamaktadır. 801 ve üzeri harcama yapan öğrenci oranı %2,3tür.

4.2. Güzelyurt'ta Turizmin Gelişmesini Etkileyen Sorunlara Yönelik MYO Öğrencileri Algılarına Yönelik Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları

Güzelyurt'ta okuyan Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin Güzelyurt'un gelişmesini etkileyen turizm sorunları ilişkin görüşlerinin ölçülmesi sonucunda elde edilen verilere açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Anket sorularında yer alan 3 madde güvenilirliği düşürdüğü için ölçekten çıkarılmıştır ve bu nedenle yeni boyutların belirlenebilmesi için açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Barlett test sonuçlarına göre ($p < 0,05$) verilerin faktör analizi için uygun olduğu belirlenmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi sonuçlarının 1'e yakın olması (0,79) örneklemin faktör analizi için uygun olduğu göstermektedir. Yapılan faktör analizi sonucunda çalışmada kullanılan veri toplama aracında turizm gelişmesini etkileyen sorunların alt boyutlarından oluşan 5 faktör (hizmet kalitesi, ürün çeşitliliği, tutum ve davranış, altyapı-üstyapı ve tanıtım) ortaya çıkmıştır. Analiz sonuçları Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları (N=172)

Faktörler	Faktör Yükleri
Faktör 1: Hizmet Kalitesi	
Konaklama tesislerinin genel temizliği yeterlidir.	,862
Güzelyurt'taki konaklama tesislerinin hizmet kalitesi yeterlidir.	,788
Güzelyurt'ta turistlere yönelik güvenli bir ortam bulunmaktadır.	,708
Hizmet işletmelerinde yeterli sayıda eğitilmiş personel çalışmaktadır.	,644
Konaklama tesisi ve restoranların sayısı yeterlidir.	,586
Güzelyurt'ta temizlik ve hijyen standartları yeterlidir.	,541
Faktör 2: Altyapı-Üstyapı	
Güzelyurt'un turistik ve genel altyapısı (su,drenaj,enerji,iletişim, yollar vb.) yeterlidir.	,723
Güzelyurt'ta yerli ve yabancı turistler açısından ulaşım hizmetleri yeterlidir.	,703
Diğer turizm ürünü satan işletmelerin sayısı yeterlidir.	,636
Güzelyurt'ta turizmin gelişmesi için planlamalar yapılmaktadır.	,530
Faktör 3: Tutum ve Davranış	
Güzelyurt'ta doğal yaşamın korunmasına dikkat edilmektedir.	,859
Güzelyurt'ta tarihi ve kültürel değerlerin korunmasına dikkat edilmektedir.	,827
Turizmde çalışan personelin turistlere yönelik tutum ve davranışları iyidir.	,742
Yerel halkın turistlere karşı tutum ve davranışları olumludur.	,732
Yerel esnafın turistlere karşı tutum ve davranışları olumludur.	,580
Yerel halkın turizm bilinci yeterli düzeydedir.	,520
Faktör 4: Tanıtım	
Güzelyurt'taki konaklama tesislerinin reklam faaliyetleri yeterlidir.	,712
Turistik bir destinasyon (tatil bölgesi) olarak Güzelyurt'un tanıtımı yeterlidir.	,679
Güzelyurt'ta yeterli derecede alışveriş olanakları bulunmaktadır.	,526
Faktör 5: Ürün Çeşitliliği	
Güzelyurt'ta turist çeşitliliği(yerli,yabancı, ve farklı gelir gruplarından) bulunmaktadır.	,615
Hizmet işletmelerinde farklı gruplara yönelik fiyat çeşitliliği bulunmaktadır.	,593
Güzelyurt turizm çeşitliliği açısından yeterli bir destinasyondur. (kültür, inanç, doğa turizm vb.)	,553
Turistlere Güzelyurt ve çevresine yönelik olarak <i>rekreatif</i> (turlar ve boş zaman değerlendirme) düzenlenmektedir.	,533

Anket formunda kullanılan ölçeklerin güvenilirliği, ölçeklerin geneline ve alt boyutlarına ilişkin Cronbach's Alpha katsayıları hesaplanarak ölçülmüştür. Nunnally (1978: 245), 70 ve üzerindeki bir Alpha değerinin ölçeğin güvenilirliği açısından yeterli olduğunu vurgulamaktadır. Cronbach Alfa katsayı değeri 0 (sıfır) ile 1 (bir) arasında değişen bir sayısal değer olup bu değer 1'e yaklaştıkça ölçeğin güvenilirliğinin arttığı kabul edilir (Kurtuluş, 2010: 184). Bir ölçeğin güvenilir olarak kabul edilebilmesi için genellikle bu katsayının 0.70 ve daha büyük olması gerekmektedir. Bu çalışmada kullanılan turizm

sorunları ölçeğinin geneline ilişkin Cronbach Alpha değeri 0,85'tir. Tablo 3'te ölçek boyutlarına ilişkin Cronbach Alpha değerleri verilmektedir.

Tablo 3. Araştırmada Kullanılan Ölçek ve Boyutlarının Güvenilirlik Katsayıları

Ölçek Boyutları	Madde Sayısı	Cronbach Alpha (α)
Turizm Sorunları	23	0,85
Hizmet Kalitesi	6	0,73
Ürün Çeşitliliği	4	0,56
Tutum ve Davranış	6	0,70
Altyapı-Üstyapı	4	0,60
Tanıtım	3	0,69

Tablo 3'te görüldüğü üzere araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik katsayısının yüksek ve tatmin edici düzeyde ($\alpha > 0.70$) olduğu gözlenmektedir. Turizm sorunları ölçeğinin alt boyutlarına ilişkin hesaplanan Cronbach's Alpha katsayılarına bakıldığında; hizmet kalitesinin (.73), ürün çeşitliliğinin (.56), tutum ve davranışların (.70), altyapı-üstyapı durumlarının (.60) ve tanıtımın (.69) olduğu görülmektedir.

Tablo 4'te Güzelyurt'un gelişmesini etkileyen turizm sorunlarına ait ölçeğe ilişkin tanımlayıcı istatistikler verilmiştir.

Tablo 4. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerle İlgili Bazı Tanımlayıcı İstatistikler

Ölçek Boyutları	Standart Sapma	Genel Ortalama
Turizm Sorunları Ölçeği	0,53	2,05
Ürün Çeşitliliği Boyutu	0,74	1,63
Hizmet Kalitesi Boyutu	0,68	2,01
Altyapı-Üstyapı Boyutu	0,67	1,85
Tutum ve Davranış Boyutu	0,72	2,26
Tanıtım Boyutu	0,74	1,63

Tablo 4 incelendiğinde Meslek Yüksekokulu öğrencileri Güzelyurt'un gelişmesini etkileyen turizm sorunlarının olduğunu genel olarak düşünmektedirler (2,05). Tablo incelendiğinde en yüksek ortalamaya tutum ve davranış sorunlarının sahip olduğu görülmektedir (2,26). Öğrencilerin Güzelyurt'ta bulunan ürün çeşitliliğinde ve tanıtım sorunlarında en fazla sorun olduğunu düşünmektedirler (1,63). Ayrıca yapılan analiz sonucunda araştırmaya katılan öğrenciler Güzelyurt'un gelişmesini etkileyen genel olarak altyapı-üstyapı (1,85) ve hizmet kalitesi (2,01) sorunlarının da yaşandığını düşünmektedirler.

Çalışmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklerine göre Güzelyurt'ta turizmin gelişmesini etkileyen sorunları algılamalarındaki farklılıklara yönelik yapılan t testi ve Anova sonuçlarına göre sorun algıları ile demografik özellikleri arasında herhangi bir farklılık tespit edilmemiştir.

5. Sonuç Ve Öneriler

Günümüzde refah düzeyinin artması, çalışma saatlerinin azalmasına bağlı olarak tüketicilerin boş zamanlarının artması yeni yerler görme ve yeni kültürler, tatlar tanıma düşüncesini ortaya çıkarmıştır. Bu noktada turizmin gelişmesi ve ekonomik bir yapı oluşması sağlanmıştır. Turizm bir bölgenin ekonomik ve sosyo-kültürel yapısını değiştirmektedir. Turizm potansiyeline sahip her bölge pastadan daha fazla pay alabilmek için bir rekabet halindedir. Bu rekabette önemli olan gelecek nesillere bu değerleri bırakmaktır.

Güzelyurt, Aksaray ilinde bulunan kültür ve inanç turizmi anlamında önemli bir turistik bölgedir. Güzelyurt Hristiyanlığın yayılmasında ve Cumhuriyet dönemi mübadele sırasında bölgede yaşayan Rumların bıraktıkları kültür dokusu ile bugün bile dokunulmamış bir turizm değerine sahiptir. Ayrıca ülke turizmi için önemli yerlerden biri olan İhlara Vadisi Güzelyurt ilçesinde yer almaktadır. İhlara her yıl yerli ve yabancı birçok turisti bölgeye çekerken Güzelyurt merkezine istenilen düzeyde turist çekilememektedir. Bu çalışmada, Aksaray Üniversitesi'ne bağlı olan Güzelyurt Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin geçici olarak yaşadıkları bölge ile ilgili algıladıkları sorunları belirlemek ve Güzelyurt için ne gibi alternatif çözüm önerileri sunulabileceği incelenmiştir. Literatürde daha önceki çalışmalarda bölgede çalışan yönetici, girişimcilere ve yerel halka bölgenin turizm açısından gelişmesini etkileyen sorunlara ilişkin görüşleri ve önerileri alınmıştır. Bu çalışmada literatürden farklı olarak başka bölgelerden gelen öğrencilerin geçici olarak yaşadıkları Güzelyurt'a ilişkin algıladıkları turizmi etkileyen sorunlar belirlenmiştir.

Çalışmada 172 öğrenciden anket yoluyla veri toplanmıştır. Çalışmaya katılan öğrencilerin büyük bir çoğunluğu Ankara, İstanbul, Kayseri gibi büyükşehirlerden gelmektedir. Aksaray merkezinden ya da diğer ilçelerinde gelen öğrencilerin sayısı da yadsınamayacak düzeydedir. Verilerin analizi sonucunda, Güzelyurt'ta turizmin gelişmesini etkileyen turizm sorunları 5 boyutta ortaya çıkarılmıştır. Ürün çeşitliliği, hizmet kalitesi, tutum ve davranışlar, altyapı-üstyapı ve tanıtım sorunları Güzelyurt'ta turizmin gelişmesini engelleyen faktörlerdir.

Yerel halkın ve esnafın tutum ve davranışları ilk faktördür ve bu faktörün ortalaması 2,26 ile en yüksek ortalamaya sahiptir. Öğrenciler genel olarak yerel halk ve esnafın tutum ve davranışları ile ilgili net bir görüşe sahip değildir. Yerel halka ve esnafa zaman zaman seminer ve toplantılarda Güzelyurt'un turizme kazandırılmasının önemi ifade edilmelidir. Güzelyurt'un sahip olduğu turistik ürün çeşitliliği ve tanıtım sorunu öğrencilere göre en büyük problem (1,63) olarak görülmektedir. Bu noktada, yerel girişimcilere ve iş adamları devreye girmektedir. Güzelyurt'un kültür ve inanç turizmi anlamında önemli bir destinasyon olduğu ve ayrıca Kapadokya'da bakir bir yer olduğu önemli bir tanıtım konusudur. Ulusal ve uluslararası yapılan turizm toplantılarda, festivallerde ve fuarlarda Güzelyurt'un tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilmelidir. Yöneticiler işletmelerinin tanıtımının yanı sıra bölge tanıtımına da önem vermelidir.

Bir diğer faktör olan hizmet kalitesi ortalaması 2,01 olarak gösterilmiştir. Bu konuda işletme yöneticilerine iş düşmektedir. Otel, yiyecek-içecek, hediyelik ve diğer turizm işletmelerinde çalışan personelin eğitimi ve işini bilen kişiler olmasına özen göstermelidir. Ayrıca işletmelerde genel temizlik ve hijyen konusu ayrı bir öneme sahiptir. Altyapı-üstyapı sorunları ortalaması 1,85'tir. Yerel yönetimler ve siyasiler Güzelyurt'un ulaşım, yeşil alan, kanal, su, elektrik ve yerleşim düzeyi gibi altyapı-üstyapı sorunlarına dikkatlerini vermeleri gereklidir.

Çalışma zaman ve maliyet açısından sadece Güzelyurt Meslek Yüksekokulu öğrencileri ile yapılmıştır. İleriki çalışmalarda diğer ön lisans ve lisans öğrencilerinin turizmin gelişmesini etkileyen sorunlara yönelik fikirleri alınırsa daha yararlı olabilir. Ayrıca literatürde yapılan çalışmalar yerel halka yapılmıştır. Bu tarz bir çalışma turistlere de yapılarak karşılaştırma olanağı doğabilir.

Kaynakça

- Akbulut, G., (2010). Türkiye'de kaplıca turizmi ve sorunları. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 35-54.
- Akkılıç, M.E., Günelan, M., (2007). Edremit Körfezi'nde turizm problemleri ve çözüm önerileri üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi*, 12(9), 121-127.
- Akoğlan Kozak, M., vd (2012). Genel turizm bilgisi. *Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları*, No: 1443.
- Becker, C., (1987). Domestic tourism in FRG: Trends and problems. *Annals of Tourism Research*, 14, 516-530.
- Bilgin, M., (2008). Çorum ili turizminin sorunlar ve çözüm önerileri. *Karadeniz Araştırmaları*, 18, Yaz 2008, 143-155.
- Clements, M.A., Georgiou, A., (1998). The impact of political instability on a fragile tourism product. *Tourism Management*, 19(3), 283-288.
- Çakıcı, A.C., Atay, L., Aksu, M., (2010). Bozcaada turizmi için geçerli olabilecek fırsatlar, üstünlükler, zayıflıklar ve tehlikeleri tespit etmeye yönelik bir araştırma. *ÇOMU Biga İ.İ.B.F. Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt: 8(1), 147-166.
- Çakır, P., (2002). Turizm sektörünün istihdam yapısı ve sorunları. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1-2), 195-202.
- Çetinel, F.G., (2001). Türkiye'de tanıtım ve reklam faaliyetlerinin önemi: Türkiye'nin tanıtımında Turizm Bakanlığı'nın yurtdışında faaliyet gösteren medya araçlarında yaptığı reklam harcamaları ile Türkiye'ye gelen turist sayısı arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12 Güz, 151-161.
- Çiçek, R., Doğan, İ.C., (2009). Müşteri memnuniyetinin artırılmasında hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik bir araştırma: Niğde ili örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 11 (1), 199-217.

- Dickinson, J.E., Robbins, D., (2008). Representations of tourism transport problems in a rural destination. *Tourism Management*, 29, 1110-1121.
- Dinçer İstanbullu, F., Kızıllırmak, İ., (1998). Turizmin çeşitlendirilmesi kapsamında Doğu Karadeniz Bölgesinin sorunları ve çözüm önerileri. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 206-235.
- Duman, T., Yağcı, M.G., (2004). Mersin’de turizmi geliştirmek için ne yapmalı?. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15(1), 9-20.
- Emir, O., Yılmaz, G. (2010). Bir destinasyon olarak İzmir’de turizm sorunları ve çözüm önerileri: Otel yöneticileri tarafından bir değerlendirme. *11. Ulusal Turizm Kongresi*, Adnan Menderes Üniversitesi, Kuşadası, 620-633.
- İlban, M.O., Bezirgan, M., Yıldırım, H.H., (2013). Yerel halkın bakış açısıyla Burhaniye’de turizmin gelişimini etkileyen sorunlar. *14. Ulusal Turizm Kongresi*, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, 1163-1180.
- İlban, M.O., Bezirgan, M. (2012). Destinasyon yöneticilerinin imaj algıları: Edremit Körfezi örneği. *13. Ulusal Turizm Kongresi*, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 963-985.
- İlban, M.O., Kaşlı, M., (2011). Altınoluk’ta turizmin gelişmesini etkileyen sorunlar: Hizmet işletmelerinde bir araştırma. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 20, 27-52.
- İlban, M.O., Kaşlı, M. (2009). Termal turizmin gelişimini etkileyen sorunları belirlemeye yönelik Gönen’de bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 9(4): 1275-1293.
- İnan Atılğan, E., Akıncı, S., Kıymalıoğlu, A., Akyürek, M.S., (2011). Kurvaziyer turizmde turistlerin tavsiye niyetlerinde destinasyon imajının etkisi. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 11(3), 487-497.
- Johnson, M., (1995). Czech and Slovak tourism: Patterns, problems and prospects. *Tourism Management*, 16(1), 21-28.
- Kaşlı, M., Yılmazdoğan, O.C., (2012). İmajın turistik talebe etkisi: Eskişehir örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(2), 199-209.
- Kozak, N. vd (2008). *Genel turizm: İlkeler ve kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kurtuluş, K., (2010). Araştırma yöntemleri, İstanbul, Türkmen Kitabevi.
- Kuşluvan, S., İlhan, İ., 2011. Nevşehir’de turizm gelişiminin temel sorunları ve çözüm önerileri. 1. Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu, Nevşehir Üniversitesi, 16-19 Kasım 2011, 81-90.
- Nunnally, C. J., (1978). *Psychometric theory*. 2nd Edition, New York: McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L., (1985). A Conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Öztürk, Y., Seyhan, K., (2005). Konaklama işletmelerinde sunulan hizmet kalitesinin artırılmasında işgören eğitiminin yeri ve önemi. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 121-143.
- Öztürk, A. B., Ou, H., (2008). The impact of destination images on tourists’ Perceived value, expectations and loyalty. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 9(4), 275-297.
- Seckelmann, A., (2002). Domestic tourism chance for regional development in Turkey?. *Tourism Management*, 23, 85-92.
- Seçilmiş, C., (2011). Ziyaretçilerin gözüyle Eskişehir turizminin gelişimini etkileyen sorunlar. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 37-57.
- Thompson, C., O’Hare, G., Evans, K., (1995). Tourism in the Gambia: Problems and proposals. *Tourism Management*, 16, 571 - 581.
- Tosun, C., Bilim, Y., (2004). Şehirlerin turistik açıdan pazarlanması: Hatay örneği. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 125-138.

- on.
niz
esi
zm
tel
es
in
3-
3.
t
c
1
- Tunçsiper, B., İlban, M. O., (2006). Turizm işletme belgeli otel işletmelerinin pazarlama sorunları: Balıkesir ilinde bir alan araştırması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 225-244.
- Turner, L.W., Reisinger, Y., (2001). Shopping satisfaction of domestic tourists. *Journal of Retailing and Customer Services*, 8, 15-27.
- Türksoy, A., (2007). Konaklama işletmelerinde mali başarısızlığa yol açan etmenler. *Ege Akademik Bakış*, 7(1), 99-115.
- Üner, M.M., Güçer, E., Taşçı, A., (2006). Türkiye turizminde yükselen destinasyon olarak İstanbul şehrinin imajı. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(2), 189-201.
- Warnaby, G., (1998). Viewpoint – Marketing UK cities as shopping destinations: Problems and prospects. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 5(1), 55-58.
- Yılmaz, H.(2007). Turizm sektörü KOBİ'lerinin finansman sorunlarının analizi: Bodrum örneği. *MUFAD Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 33, Ocak, 162-170.
- URL-1: <http://emlakkulisi.com/ihlara-vadisini-ziyaret-eden-turist-sayisi-yuzde-17-artti/198268>, Erişim Tarihi: 26.02.2014.