



**MURAT DAĞI TERMAL VE KAYAK TURİZM
MERKEZİ ZİYARETÇİLERİNİN MOTİVASYON
VE MEMNUNİYET SEVİYELERİNİN
DEĞERLENDİRİLMESİ**

İfakat KARADUMAN

**Yüksek Lisans Tezi
Coğrafya Ana Bilim Dalı
Prof. Dr. Salih BİRİNCİ
2025
Her Hakkı Saklıdır**

**T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
COĞRAFYA ANA BİLİM DALI**

İfakat KARADUMAN

**MURAT DAĞI TERMAL VE KAYAK TURİZM MERKEZİ
ZİYARETÇİLERİNİN MOTİVASYON VE MEMNUNİYET
SEVİYELERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**TEZ YÖNETİCİSİ
Prof. Dr. Salih BİRİNCİ**

ERZURUM-2025



TEZ BEYAN FORMU

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddelerine göre hazırlamış olduğum **"MURAT DAĞI TERMAL VE KAYAK TURİZM MERKEZİ ZİYARETÇİLERİNİN MOTİVASYON VE MEMNUNİYET SEVİYELERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ"** adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Gereğini bilgilerinize arz ederim *.

☒ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

☐ Tezimin/Raporumun makale için **altı ay**, patent için **iki yıl** süreyle erişiminin ertelenmesini istiyorum.

21.04.2025

İfakat KARADUMAN

Aslı Islak İmzalıdır

* **LİSANSÜSTÜ TEZLERİN ELEKTRONİK ORTAMDA TOPLANMASI, DÜZENLENMESİ VE ERİŞİME AÇILMASINA İLİŞKİN YÖNERGE**

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler

Lisansüstü tezlerin erişime açılmasının ertelenmesi **MADDE 6– (1)** Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu **iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.**

(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkânı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile **altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.**

Gizlilik dereceli tezler MADDE 7– (1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Graduate School of Social Sciences

TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Prof. Dr. Salih BİRİNCİ danışmanlığında, İfakat KARADUMAN tarafından hazırlanan bu çalışma 21 / 04 / 2025 tarihinde aşağıda isimleri yazılı jüri tarafından Coğrafya Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan	: Doç. Dr. Yusuf KIZILKAN	İmza:	Aslı Islak İmzalıdır
Jüri Üyesi	: Prof. Dr. Salih BİRİNCİ	İmza:	Aslı Islak İmzalıdır
Jüri Üyesi	: Dr. Öğr. Üyesi Aykut CAMCI	İmza:	Aslı Islak İmzalıdır

Prof. Dr. Hanifi ŞAHİN

Enstitü Müdürü

Aslı Islak İmzalıdır

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	III
ABSTRACT	IV
KISALTMALAR VE SİMGELER DİZİNİ	V
TABLolar DİZİNİ	VI
ŞEKİLLER DİZİNİ	VIII
FOTOĞRAFLAR DİZİNİ	IX
TEŞEKKÜR	X
GİRİŞ	1
I. ARAŞTIRMANIN AMACI ve ÖNEMİ	3
II. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ.....	4
III. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	4
IV. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI.....	6
V. ARAŞTIRMA ALANININ YERİ, SINIRLARI VE COĞRAFİ ÖZELLİKLERİ	7

BİRİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

1.1. TURİZM KAVRAMI	10
1.2. TURİZM ÇEŞİTLERİ	13
1.2.1. Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm	15
1.2.2. Kişi Sayısına Göre Turizm.....	18
1.2.3. Yaşa Göre Turizm	20
1.2.4. Sosyo-Ekonomik Duruma Göre Turizm	22
1.2.5. Katılan Kişilerin Amaçlarına Göre Turizm.....	25
1.3. DÜNYADA TURİZM FAALİYETLERİ.....	28
1.4. TÜRKİYE'DE TURİZM.....	34

İKİNCİ BÖLÜM

BULGULAR

2.1. ÇALIŞMA ALANININ TURİZM ÇEKİCİLİĞİ.....	42
2.2. NİCEL ARAŞTIRMAYA İLİŞKİN BULGULAR	51

2.2.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri	51
2.2.2. Katılımcıların Geliş Şekli ve Motivasyonuna İlişkin Durum.....	54
2.2.3. Katılımcıların Konaklama Türü ve Süresine İlişkin Durum	60
2.2.4. Katılımcıların Memnuniyet Düzeyine İlişkin Durum	62
2.3. NİTEL ARAŞTIRMAYA İLİŞKİN BULGULAR.....	67
2.3.1. Paydaşların Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'nin Turizm Faaliyetlerine İlişkin Görüşleri.....	67
2.3.2. Kurum/Kuruluş veya işletmelerin Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezinde Gerçekleştirilen Turizmle İlişkisi ve Bunların Bölgedeki Turizm Faaliyetlerindeki Etkinlikleri.....	69
2.3.3. Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'ne Turizm Amacıyla Gelen Başlıca Gruplar/Kişilerin Profili ve Son Yıllarda Değişiklik Gösteren Bu Profilin Olumlu ve Olumsuz Tarafları.....	71
2.3.4. Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi İçindeki Turizmin, Civarda Yaşayan Hanelerin Ekonomik, Sosyal Ve Kültürel Gelişmesine Olumlu ve Olumsuz Etkilerinin Yanı Sıra; Yakın Köy ve Kasabalardaki Halkın Turizme Katılım Düzeyi	78
2.4.5. Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezinin Turizmle Bağlantılı Olarak Geleceğinin ve Turizmin Gelişimine Dair Sorunların Değerlendirilmesi	82
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	85
KAYNAKÇA	93
EKLER.....	108
EK 1. Etik Kurul Onay Belgesi.....	108
EK 2. Ölçek Kullanım İzni.....	109
EK 3. Murat Dağı Termal ve Kayak Turizm Merkezi Değerlendirme Anketi	110
EK 4. Görüşme Formu	112
EK 5. Görseller.....	114
ÖZGEÇMİŞ.....	125

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MURAT DAĞI TERMAL VE KAYAK TURİZM MERKEZİ ZİYARETÇİLERİNİN
MOTİVASYON VE MEMNUNİYET SEVİYELERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

İfakat KARADUMAN

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Salih BİRİNCİ

2025, 125 sayfa

Jüri: Prof. Dr. Salih BİRİNCİ

Bu çalışmanın amacı, Murat Dağı Termal ve Kayak Turizm Merkezi'ni ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin motivasyon ve memnuniyet düzeylerini detaylı bir şekilde incelemektir. Araştırma, ziyaretçilerin demografik özelliklerinden başlayarak bu merkeze geliş nedenlerini, katıldıkları faaliyetleri, deneyimlerinden duydukları memnuniyeti ve bu faktörlerin turizm merkezi üzerindeki etkilerini ele almayı hedeflemiştir. Bu bağlamda, Murat Dağı TKTM'nin turizm potansiyelini artırmaya yönelik stratejiler geliştirmek ve sürdürülebilir bir turizm anlayışı için veri temelli öneriler sunmak amaçlanmıştır.

Araştırma, nicel ve nitel veri toplama yöntemlerinin bir arada kullanıldığı karma yöntemle gerçekleştirilmiştir. Nicel veriler, ziyaretçilere uygulanan anketlerden elde edilmiştir. Toplamda 33 sorudan oluşan anket, katılımcıların demografik özellikleri, motivasyonları ve memnuniyet düzeylerini ölçmeyi amaçlamaktadır. Nitel veriler ise turizm merkezi yöneticileri, çalışanlar ve yerel halk ile yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilmiştir. Görüşme verileri tematik analiz yöntemi ile değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında kullanılan ölçme araçları için gerekli izin ve etik kurul onayı alınmıştır.

Araştırma bulguları, ziyaretçilerin büyük çoğunluğunun Murat Dağı TKTM'yi doğa ile iç içe bir tatil fırsatı olarak değerlendirdiğini ortaya koymaktadır. Katılımcılar arasında ailece yapılan seyahatlerin yaygın olduğu, motivasyonların ise ağırlıklı olarak dinlenme, sağlık ve kış sporlarına yönelik olduğu tespit edilmiştir. Ziyaretçilerin memnuniyet düzeyleri genel olarak yüksek olmakla birlikte, tesis altyapısı, ulaşım ve tanıtım faaliyetlerinin iyileştirilmesi gerektiği yönünde geri bildirimler alınmıştır. Ayrıca, bölgenin ekonomik ve sosyal gelişimine katkıda bulunmakla birlikte çevresel sürdürülebilirlik açısından bazı risklerin mevcut olduğu belirlenmiştir.

Bu çalışma, Murat Dağı Termal ve Kayak Turizm Merkezi'nin hem ekonomik hem de sosyal açıdan önemli bir turistik destinasyon olduğunu göstermiştir. Elde edilen veriler, turizm merkezi yönetimine, ziyaretçi memnuniyetini artırmaya yönelik politika ve stratejiler geliştirme noktasında önemli bilgiler sunmaktadır. Ayrıca çalışma kapsamında elde edilen sonuçların, Türkiye'nin kış ve termal turizm potansiyelinin daha etkin bir şekilde değerlendirilmesine yönelik akademik literatüre katkı sağlayacağı ümit edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Termal Turizm, Kış Turizmi, Ziyaretçi Memnuniyeti, Motivasyon, Murat Dağı

ABSTRACT**MASTER’S THESIS****EVALUATION OF MOTIVATION AND SATISFACTION LEVELS OF MURAT
MOUNTAIN THERMAL AND SKI TOURISM CENTER VISITORS****İfakat KARADUMAN****Advisor: Prof. Dr. Salih BİRİNCİ****2025, 125 pages****Jury: Prof. Dr. Salih BİRİNCİ**

This study aims to thoroughly examine the motivation and satisfaction levels of domestic and international tourists visiting the Murat Dağı Thermal and Ski Tourism Center. The research seeks to address visitors' demographic characteristics, reasons for visiting the center, activities participated in, satisfaction derived from their experiences, and the effects of these factors on the tourism center. In this context, the study aims to develop strategies to enhance the tourism potential of Murat Dağı and provide data-driven recommendations for a sustainable tourism approach.

The research was conducted using a mixed-methods approach, combining quantitative and qualitative data collection techniques. Quantitative data were obtained through surveys administered to visitors. The survey consisted of 33 questions designed to measure participants' demographic characteristics, motivations, and satisfaction levels. Qualitative data were gathered through semi-structured interviews with tourism center managers, employees, and local residents. The interview data were analyzed using thematic analysis. The necessary permission and ethics committee approval were obtained for the measurement tools used in the study.

The findings reveal that the majority of visitors perceive Murat Dağı as an opportunity for a nature-immersive vacation. Family trips are prevalent among participants, with motivations primarily centered around relaxation, health, and winter sports. While satisfaction levels are generally high, feedback indicated the need for improvements in facility infrastructure, transportation, and promotional activities. Additionally, although the center contributes to regional economic and social development, certain risks concerning environmental sustainability were identified.

This study demonstrates that Murat Dağı Thermal and Ski Tourism Center is a significant tourist destination both economically and socially. The data obtained provide valuable insights for tourism center management to develop policies and strategies aimed at enhancing visitor satisfaction. Furthermore, the findings contribute to the academic literature by highlighting ways to better utilize Turkey's winter and thermal tourism potential.

Keywords: Thermal Tourism, Winter Tourism, Visitor Satisfaction, Motivation, Murat Dağı

KISALTMALAR VE SİMGELER DİZİNİ

3S	: Deniz, Kum, Güneş Turizmi
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ADNKS	: Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi
AIEST	: Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanlar Birliği
COVID	: Korona, Virüs ve Hastalık
ERASMUS	: Üniversite Öğrencilerinin Hareketliliği için Avrupa Topluluğu Eylem Programı
GAP	: Güneydoğu Anadolu Projesi
GSYİH	: Gayrisafi Yurtiçi Hasıla
K	: Katılımcı
KS	: Kolmogorov-Smirnov
Km	: Kilometre
m	: Metre
p	: Olasılık
SPA	: Sudan Gelen Sağlık
SPSS	: Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paket Programı
SS	: Standart Sapma
TKTM	: Termal ve Kayak Turizm Merkezi
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
UNESCO	: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu
UNWTO	: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
VIP	: Çok Önemli Kişi
%	: Yüzde

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1.1. Turizm Türlerinin Sınıflandırılması.....	15
Tablo 2.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	52
Tablo 2.2. Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	53
Tablo 2.3. “Murat Dağı TKTM’ye Kiminle Geldiniz?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar ...	54
Tablo 2.4. “Murat Dağı TKTM’ye Hangi Araçla Geldiniz?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar.....	55
Tablo 2.5. “Murat Dağı TKTM’ye Hangi Amaçla Geldiniz?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar.....	56
Tablo 2.6. “Murat Dağı TKTM’yi Hangi Sıklıkla Gelirsiniz?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar.....	56
Tablo 2.7. “Murat Dağı TKTM’ye Hangi Dönemlerde Gelirsiniz?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar.....	57
Tablo 2.8. “Murat Dağı TKTM’ne Kış Mevsimi Dışındaki Hangi Dönemde Geldiniz?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar:	58
Tablo 2.9. “Kış mevsimi dışındaki dönemlerde Murat Dağı TKTM’ye hangi amaçla geldiniz?” Sorusuna ilişkin dağılımlar:	58
Tablo 2.10. “Murat Dağı TKTM’ye kış mevsimi dışındaki geldiğiniz dönemlerde hangi aktivitelere katıldınız?” Sorusuna ilişkin dağılımlar:	59
Tablo 2.11. “Murat Dağı TKTM’de Konaklama Süreniz Nedir?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar	61
Tablo 2.12. “Murat Dağı TKTM’de Nerede Konaklıyorsunuz?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar	61
Tablo 2.13. “Murat Dağı TKTM’de Konakladığınız Yeri Seçmenizde Aşağıdakilerden Hangisi Etkili Oldu?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar	62
Tablo 2.14. “Murat Dağı TKTM’yi Diğer İnsanlara Tavsiye Eder misiniz?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar	63
Tablo 2.15. “Murat Dağı TKTM’yi Neden Tavsiye Etmezsınız?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar	63
Tablo 2.16. “Murat Dağı TKTM’yi Neden Tavsiye Edersiniz?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar	64
Tablo 2.17. Katılımcıların Murat Dağı TKTM’ne Yönelik Memnuniyet Değerleri	65

Tablo 2.18. Bireylerin Murat Dağı'na İlişkin Verdikleri Bilgilere Dayalı Spearman

Korelasyon Analizi 66

Tablo 2.19. Görüşülen Kişilerin Profilleri..... 68**Tablo 2.20.** Görüşme Sorusuna İlişkin Tema, Frekans Tablosu 70**Tablo 2.21.** Görüşme Sorusuna İlişkin Tema, Frekans Tablosu 72**Tablo 2.22.** Görüşme Sorusuna İlişkin Tema, Frekans Tablosu 74**Tablo 2.23.** Görüşme Sorusuna İlişkin Tema, Frekans Tablosu 76**Tablo 2.24.** Görüşme Sorusuna İlişkin Tema, Frekans Tablosu 79**Tablo 2.25.** Görüşme Sorusuna İlişkin Tema, Frekans Tablosu 81**Tablo 2.26.** Görüşme Sorusuna İlişkin Tema, Frekans Tablosu 83

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Araştırma Alanı Lokasyon Haritası	8
Şekil 1.1. Bölgelere Göre Gelen Uluslararası Turist Sayısı.....	32



FOTOĞRAFLAR DİZİNİ

Fotoğraf 2.1. Murat Dağı Termal Tesisler ve Konaklama Alanlarının Drone Görünümü.....	43
Fotoğraf 2.2. Murat Dede Türbesi	44
Fotoğraf 2.3. Murat Dağı Termal Tesislerden Bir Görünüm.....	46
Fotoğraf 2.4. Murat Dağı TKTM’de Kısa Kayak Pistinden Bir Görünüm.....	48
Fotoğraf 2.5. Murat Dağı Termal ve Kayak Turizm Merkezi’nde Farklı Nitelikte Kamp ve Konaklama İmkânları İle Ziyaretçilere Hizmet Verilmektedir.....	51
Fotoğraf 1. Tesis Yolları	114
Fotoğraf 2. Tesis Girişi	114
Fotoğraf 3. Jandarma Kontrol Noktası.....	115
Fotoğraf 4. Otopark.....	115
Fotoğraf 5. Kayak Merkezi (Cafe, Konaklama, Kayak Malzeme Kiralama Vs.).....	116
Fotoğraf 6. Kayak Pistleri Genel Görünüm	116
Fotoğraf 7. Uzun Kayak Pisti.....	117
Fotoğraf 8. Kısa Kayak Pisti	117
Fotoğraf 9. Kızak Kiralama	118
Fotoğraf 10. Yol Açma Çalışması.....	118
Fotoğraf 11. Termal Tesisler.....	119
Fotoğraf 12. Murat Dede Efsanesi	119
Fotoğraf 13. Restaurant.....	120
Fotoğraf 14. Açık Havuz.....	120
Fotoğraf 15. Konaklama Tesisleri.....	121
Fotoğraf 16. Konaklama Tesisleri.....	121
Fotoğraf 17. Konaklama Tesisleri.....	122
Fotoğraf 18. Konaklama Tesisleri.....	122
Fotoğraf 19. Veri Toplama.....	123
Fotoğraf 20. Veri Toplama.....	123
Fotoğraf 21. Veri Toplama.....	124
Fotoğraf 22. Veri Toplama.....	124

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimim ve araştırmalarım süresince yol gösteren ve yardımlarını esirgemeyen danışmanım Prof. Dr. Salih Birinci'ye teşekkürlerimi iletirim. Ayrıca tez sürecimde yönlendirmeleriyle destek olan Doç. Dr. Yusuf KIZILKAN'a ve Dr. Öğr. Üyesi Aykut CAMCI'ya teşekkürlerimi sunarım.

Hayatım boyunca yanımda duran, maddi ve manevi desteğini hiçbir zaman eksik etmeyen, üzerimde büyük emekleri olan başta annem olmak üzere değerli aileme minnettar olduğumu ifade etmek isterim.

Çalışmalarım süresince desteklerini esirgemeyen, daima motive eden, varlıklarıyla yaşamıma anlam katan kıymetli eşime ve canım kızlarıma sevgimi ve sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Erzurum-2025

İfakat KARADUMAN

GİRİŞ

Turizm sektörü, küresel ölçekte ekonomik, sosyal ve çevresel katkılarıyla her geçen gün daha fazla önem kazanmaktadır. Ülkeler için döviz girdisi sağlama, ödemeler dengesine olumlu etkiler yapma, gelir ve istihdam yaratma gibi ekonomik katkılarının yanı sıra, altyapı ve üstyapı gelişimini destekleyen stratejik bir sektördür. Ayrıca, turizmin toplumsal etkileri arasında kadın istihdamını teşvik etme, kültürel değerlerin korunmasına katkı sağlama, toplumsal hoşgörüyü artırma ve aile bağlarını güçlendirme gibi unsurlar bulunmaktadır (Kozak, 2012). Çevresel açıdan ise tarihi ve doğal alanların korunması, çevre bilincinin artması ve sürdürülebilirlik uygulamalarının teşvik edilmesi gibi olumlu etkiler öne çıkmaktadır. Bu olumlu etkiler arasında, turizmin yerel ekonomiyi canlandırarak küçük işletmelere destek sağlaması ve toplumların refah düzeyini artırması da bulunmaktadır. Aynı zamanda, turizm faaliyetleri yerel kültürlerin uluslararası platformlarda tanıtılmasına imkân tanıyarak kültürel mirasın korunmasına ve nesiller boyunca aktarılmasına katkıda bulunur (Özgüç, 2010; Emekli, 2021).

Türkiye, sahip olduğu coğrafi ve kültürel zenginlikleriyle küresel turizm sektöründe önemli bir konuma sahiptir. Üç tarafı denizlerle çevrili olan ülke, eşsiz tarihi, doğal ve kültürel değerleriyle turizm açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Ancak, turizm politikalarının uzun yıllar boyunca daha çok deniz, kum ve güneş (3S) turizmi ekseninde şekillenmesi ve sektördeki eğitimin yetersizliği gibi nedenler, bu potansiyelin tam anlamıyla değerlendirilmesini engellemiştir (Akova, 2012). Türkiye, tarihi ve doğal güzelliklerinin yanı sıra, farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış olmasıyla, alternatif turizm çeşitliliği açısından da zengin bir altyapıya sahiptir. Ancak, bu zenginliklere rağmen turizm sektöründen elde edilen fayda, potansiyelin çok altında kalmaktadır (Gümüş & Belber, 2019). Son yıllarda, Türkiye'nin turizm politikaları sürdürülebilirlik odaklı bir dönüşüm geçirmeye başlamış ve turizm çeşitliliğini artırma hedefleri ön plana çıkmıştır. Özellikle alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi ve turizm sezonunun yılın tamamına yayılması, sektörün geleceği açısından stratejik hedefler olarak belirlenmiştir. Buna karşın, Türk Lirası'nın düşük değeri, "her şey dâhil" sisteminin yaygınlığı ve turizmde yeterince gelir elde edilememesi gibi sorunlar, sektördeki yapısal sorunların birer yansımasıdır. Türkiye'nin yüksek rakımlı dağlık bölgeleri ve elverişli iklim koşulları, alternatif turizm türlerinden biri olan kış turizmi için büyük bir potansiyel sunmaktadır (Özçelik, 2019). Son yıllarda bu potansiyel giderek daha fazla önem

kazanmakta ve kış turizmi, Türkiye'nin turizm çeşitliliğini artırma çabalarında önemli bir rol oynamaktadır. Bununla birlikte, turizm faaliyetleri yerel halkın yaşam standartlarını artırabilir ve yerel kültürlerin korunmasına katkıda bulunabilir (Baykal, 2012). Sosyal olarak, turizm farklı kültürler arasında anlayışı artırabilir ve insanların birbirlerini daha iyi tanımalarına yardımcı olabilir (Turan, 2018). Kültürel olarak, turizm, tarihi ve kültürel mirası korumak için önemli bir araç olabilir ve bu mirasın gelecek nesillere aktarılmasına yardımcı olabilir. Bu nedenlerden dolayı, turizmin önemi gün geçtikçe artmakta ve birçok ülke için ekonomik ve sosyal kalkınmanın önemli bir unsuru haline gelmektedir (Arabacı, 2018).

Türkiye, termal ve kayak turizmi açısından önemli ziyaret noktalarına ev sahipliği yaparak turistik cazibe merkezlerini çeşitlendiren bir konuma sahiptir. Bu destinasyonlardan biri de doğal güzellikleri, kayak alanları ve termal kaynaklarıyla dikkat çeken Murat Dağı Termal ve Kayak Turizm Merkezi'dir (TKTM). Yerli ve yabancı turistlere doğayla iç içe bir tatil deneyimi sunan bu merkez, bölgesel ekonomiye katkı sağlamanın yanı sıra, turistik faaliyetlerin çeşitlendirilmesi açısından da stratejik bir öneme sahiptir. Özellikle termal sularıyla tanınan Murat Dağı, kış aylarında sunduğu kayak olanakları ile de rekreasyonel turizmin farklı bileşenlerini bünyesinde barındırmaktadır (Koçan, 2011).

Turistik destinasyonların başarısı yalnızca doğal kaynaklarla sınırlı kalmayıp, ziyaretçi motivasyonları ve memnuniyet düzeyleriyle doğrudan ilişkilidir. Murat Dağı TKTM özelinde gerçekleştirilen bu araştırma, ziyaretçilerin seyahat kararlarını etkileyen faktörleri, beklentilerini ve destinasyondaki deneyimlerine dair değerlendirmeleri kapsamlı bir şekilde ele almaktadır. Turizm merkezinin mevcut yapısına ilişkin veri temelli analizler sunarak, pazarlama stratejilerinin geliştirilmesine ve rekabet avantajlarının belirlenmesine yönelik önemli katkılar sağlaması amaçlanmaktadır. Ayrıca, turizm işletmeleri ve turizm merkezi yöneticileri için ziyaretçilerin tercih eğilimlerini ve deneyimlerini iyileştirmeye yönelik politika önerileri geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Turizm merkezi yönetimi açısından mevcut potansiyelin değerlendirilmesi kadar, karşılaşılan sorunların tespit edilmesi ve çözüm önerileri geliştirilmesi de büyük önem taşımaktadır. Bu doğrultuda, Murat Dağı TKTM'nin sürdürülebilir gelişimi, yerel

ekonomiye sağladığı katkının artırılması ve uzun vadeli turizm politikalarının oluşturulması sürecine yönelik analizler gerçekleştirilmektedir. Türkiye'nin turizm sektörü içinde kış turizminin ve termal kaynakların daha etkin kullanılması adına sağlanacak bulgular, akademik literatüre katkıda bulunmanın yanı sıra sektör profesyonelleri için de yol gösterici olacaktır.

I. ARAŞTIRMANIN AMACI ve ÖNEMİ

Bu araştırmanın amacı, Murat Dağı TKTM'ye turizm ve rekreasyon faaliyetleri amacıyla gelen yerli veya yabancı turistlerin, geliş amaçlarının ve yaşadıkları memnuniyet seviyelerinin analiz edilmesidir. Bu doğrultuda Türkiye'de bilinirliği ve ziyaretçi sayısı giderek artan uğrak noktalarından birisi olan Murat Dağı TKTM'ye, bir veya daha fazla günlüğüne gelerek konaklama yapan turistlerin;

- Hangi profillerde oldukları,
- Demografik özellikleri,
- Hangi sebeplerle bu alanı seçtikleri,
- Konakladıkları süre içerisinde alanda ne tür rekreasyonel faaliyetlere katıldıkları,
- Yer aldıkları faaliyetlerden ne derece memnun kaldıkları gibi hususların kapsamlı bir şekilde incelenmesi araştırmanın hedeflerindendir.

Ziyaretçilerin katıldıkları aktivitelerle ilgili değerlendirmeleri, destinasyonun güçlü ve zayıf yönlerini belirleme açısından önemli veriler sunmaktadır. Bu doğrultuda, mevcut turizm ve rekreasyon faaliyetlerinin analiz edilmesi, bölgenin turistik kapasitesini artıracak geliştirme önerileriyle birlikte ele alınacaktır. Özellikle, turistik destinasyonlarda sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşılabilmesi için doğa temelli turizm uygulamalarının ve yerel halkın turizme katılım düzeyinin nasıl artırılacağı üzerine odaklanılacaktır.

Turizm merkezinin rekreasyonel potansiyelinin yalnızca ekonomik getiri üzerinden değil, sosyal ve çevresel boyutlarıyla da değerlendirilmesi hedeflenmektedir. Böylece, Murat Dağı TKTM'nin sürdürülebilir turizm ilkeleri doğrultusunda nasıl daha etkin yönetilebileceğine dair somut öneriler sunulacaktır. Özellikle, bölgedeki turizm

faaliyetlerinin çevresel sürdürülebilirliğe etkisi ve yerel toplumlarla entegrasyonu üzerinde durulacaktır.

Turizm sektörü, ekonomik kalkınmanın yanı sıra, destinasyonların rekabet gücünü artıran ve sosyal yapıyı dönüştüren dinamik bir alan olarak değerlendirilmektedir. Türkiye'nin kış turizmi açısından sahip olduğu potansiyelin daha verimli kullanılması, rekabet edebilirlik açısından kritik bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, Murat Dağı TKTM'nin sürdürülebilir büyüme sürecine katkı sağlayacak politikaların geliştirilmesi ve ziyaretçi deneyimlerini iyileştirmeye yönelik stratejilerin belirlenmesi gerekmektedir. Araştırma kapsamında elde edilecek bulgular, bu destinasyonun gelecekteki gelişim planlarına akademik bir temel sunarak bölgesel ve ulusal turizm politikalarına yön vermeyi hedeflemektedir.

Bu araştırmanın önemi, öncelikle Murat Dağı TKTM'yi tercih eden ziyaretçilerin motivasyonlarını ve memnuniyet düzeylerini inceleyerek, turistik destinasyon seçimlerinin arkasındaki faktörleri anlamamıza yardımcı olmaktadır. Bu, turizm merkezi yöneticilerine ve turizm endüstrisine, pazarlama stratejilerini geliştirme ve turistlerin beklentilerini karşılama konusunda daha iyi bir anlayış kazandırabilir. Aynı zamanda turizm merkezinin mevcut durumunun ve olası sorunlarının tespit edilmesi çalışmanın temel odak noktalarındandır.

II. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Bu araştırma Murat Dağı TKTM'nin turizm potansiyelindeki başlıca problemler göz önüne alınarak tasarlanmıştır. Temel problem cümlesi “Murat Dağı Termal ve Kayak Turizm Merkezi ziyaretçilerinin motivasyon ve memnuniyet seviyeleri nedir?” şeklinde belirlenmiştir. Aynı zamanda ziyaretçilerin demografik özellikleri, ziyaret sebepleri, katıldıkları faaliyetlerin neler olduğu gibi çeşitli durumlar da araştırmaya konu edilecektir. Bunun yanı sıra ilişkili kurum çalışanlarının turizm merkezine yönelik görüşleri ve tespitleri de araştırmada yer alacaktır.

III. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma sahasında ziyaretçilerin motivasyonları ve memnuniyet düzeylerini ölçen bir araştırmaya rastlanmamıştır. Murat Dağı TKTM üzerine yapılmış çeşitli

araştırmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalar alanın milli park planlaması, antik geçmişi, ekoturizm potansiyeli, jeodinamik özellikleri, faunası, yer altı kaynakları konuları üzerine yapılmıştır. Bu anlamda Koçan (2011) Murat Dağı'nın ekoturizm potansiyelinin belirlenmesi üzerine bir araştırma gerçekleştirmiştir. Yüksel (2013) Murat Dağı Melanji'nın jeodinamik özelliklerine ilişkin çalışma yapmıştır. Keser (2013) Murat Dağı'nda endemizme etki eden topografik faktörler üzerine araştırma gerçekleştirmiştir. Aytaç (2003) Murat Dağı'nın milli park planlaması ve çevre eğitimi açısından değerlendirilmesi üzerine araştırma yapmıştır. Murat Dağı bitki formasyonu üzerine ise Oy (2018) İçbatı Anadolu'da bir dağ Murat Dağı adlı çalışması ile katkı sağlamıştır. Araştırmanın veri seti; ziyaretçilerle yapılan anket bulguları, ilgili kurum personelleri ile yapılan (nitel) görüşme bulguları ve alana ilişkin kurumlardan alınan istatistikî (kurumsal) ikincil verilerden oluşmaktadır.

Bu araştırma Haziran 2023 ve Kasım 2024 yıllarında nicel ve nitel araştırma metodlarının birlikte kullanıldığı “karma desen” olarak nitelendirilen yöntemle gerçekleştirilmiştir. Bu tarihler aralığında çalışma alanı 13 kez ziyaret edilmiştir. Çalışmada nicel ve nitel verilerin toplanması için uygulanan anket ve yarı yapılandırılmış görüşme formları için Atatürk Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulunda 23.05.2023 Tarih ve 149 karar numarası ile etik kurul izni alınmıştır. Ayrıca araştırma sahasıyla bağlantılı kurum ve kuruluşlardan elde edilen istatistikî ikincil veriler de çalışma kapsamında incelenmiştir. Nitel bulgular için görüşmeler çalışma alanı ve konusuyla doğrudan bağlantılı kişilerle gerçekleştirilmiştir. Bu sayede Murat Dağı TKTM'de bulunan paydaşlarla görüşmeler 15.01.2024-20.01.2024 tarihleri arasında yüz yüze yaklaşık 60'ar dakika olarak gerçekleştirilmiştir. Paydaşlardan cevaplamaları istenilen sorular bağlantılı ve birbirini tamamlar nitelikte olduğundan dolayı verilen cevaplar bir bütün olarak değerlendirilmeye alınmıştır. Nicel çalışma kapsamında ziyaretçilere yönelik 33 soruluk değerlendirme anketi uygulanmıştır. Bu anket uygulamaları öncesinde deneklerden ön onamlar alınmıştır. Anketler ve ölçme işlemlerinden elde edilen veriler SPSS İstatistik 22 paket yazılımıyla betimsel (şekil, tablo, grafik) olarak analiz edilmiştir. Ölçeğin, katılımcıların memnuniyet seviyelerini ölçen likert bölümü için Spearman korelasyon analizi yapılmıştır. Ayrıca tesis personelleri ve turizm merkezi ile ilgili özel firma veya kamudaki çalışanlara yönelik olarak yarı yapılandırılmış 20 sorudan oluşan görüşme formu uygulanmıştır. Formdan

elde edilen veriler (ses kaydı ve notlar) betimsel olarak analiz edilmiştir. Temalar ve öne çıkan anahtar olgular frekans tablolarıyla raporlaştırılmıştır. Bu çalışmada kullanılan ölçekler, Parinaz Naghipour tarafından 2017 yılında hazırlanan Ilgaz Dağı kış turizm merkezi ziyaretçilerinin motivasyon ve memnuniyet düzeylerinin değerlendirilmesi adlı çalışmasında geliştirdiği anket sorularından uyarlanmış olup, ölçeklerin telif hakkı ve akademik etik kurallarına uygun şekilde kullanılması amacıyla ilgili yazardan izin alınmıştır. Ölçme araçlarının geçerliliğine dair izin süreci ve ilgili belgeler araştırma eklerinde sunulmuştur.

IV. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Bu çalışma, Murat Dağı TKTM'de turizm ve rekreasyon amacıyla gelen ziyaretçilerin motivasyonlarını ve memnuniyet düzeylerini değerlendirmeyi amaçlamıştır. Ancak, araştırmamız bazı sınırlılıklara tabi olmaktadır:

1. Örneklem Sınırlılığı: Çalışmada, belirli bir zaman diliminde ve belirli bir örnekleme dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle, elde edilen sonuçların genelleme yapılabirliği sınırlı olabilir. Farklı zaman dilimlerinde veya farklı örneklemlemlerle yapılan çalışmalar farklı sonuçlar ortaya çıkarabilir.
2. Veri Toplama Yöntemi Sınırlılığı: Bu çalışma, anket ve görüşmeler gibi veri toplama yöntemlerine dayalıdır. Bu yöntemler, katılımcıların yanıtlarının kişisel yargılara veya hafıza etkisine dayanması nedeniyle bazı sınırlılıklar içerebilir. Ayrıca, ölçeklerin doğruluğu ve katılımcıların dürüst yanıtlar verme eğilimleri de sonuçları etkileyebilir.
3. Dönemsel Sınırlılık: Veriler 2023 ve 2024 yıllarında toplanmıştır. Turizm sektörü, zaman içinde değişebilir ve etkilenebilir. Dolayısıyla, bu çalışmanın sonuçları zaman içinde farklılık gösterebilir.
4. Bağımlı Değişkenlerin Karmaşıklığı: Memnuniyet ve motivasyon gibi bağımlı değişkenler karmaşıktır ve birden çok faktör tarafından etkilenebilir. Bu faktörlerin tümünü kontrol etmek veya ölçmek her zaman mümkün olmayabilir.

Bu sınırlılıklar göz önüne alındığında, elde edilen bulguların ve sonuçların dikkatli bir şekilde yorumlanması ve kullanılması önemlidir.

V. ARAŞTIRMA ALANININ YERİ, SINIRLARI VE COĞRAFİ ÖZELLİKLERİ

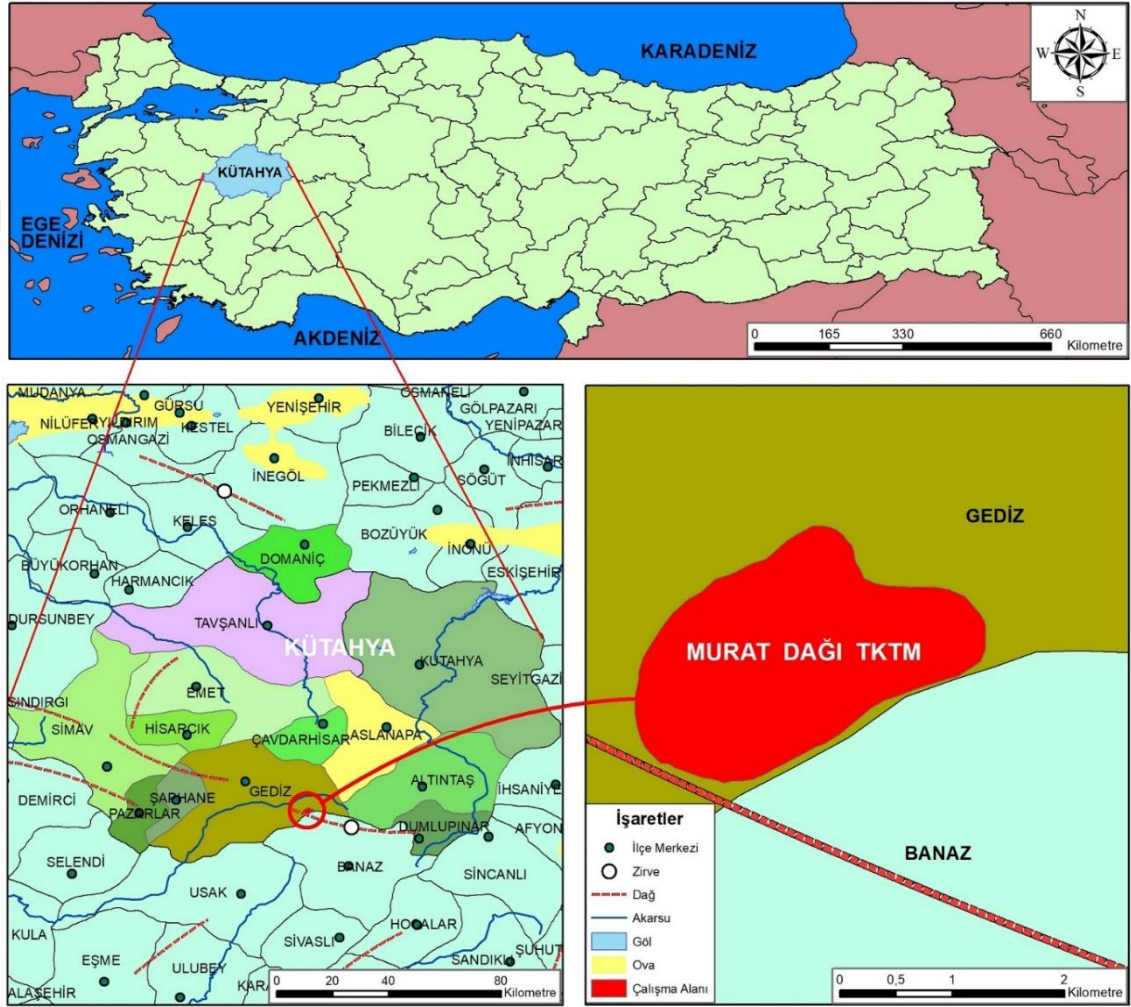
Araştırma alanı olan Murat Dağı Termal Kayak Turizm Merkezi (TKTM), Ege Bölgesi'nin İç Batı Anadolu Bölümü'nde yer almakta ve fiziki coğrafya açısından dikkat çeken özellikler taşımaktadır. Yükseltisi 2.309 m olan Murat Dağı, İç Batı Anadolu Bölümü'nün en yüksek, Ege Bölgesinin de Honaz Dağının (2528 m) ardından ikinci en yüksek dağdır (Keser, 2013). Yeryüzü şekilleri bakımından dağlık ve engebeli bir yapıya sahip olan bu bölge, kayak turizmi için elverişli eğimlere ve yüksek irtifaya sahiptir. Ayrıca Akarçay, Porsuk (Sakarya), Gediz ve Büyük Menderes olmak üzere dört önemli hidrografik havzanın su toplama ve dağıtım noktasıdır. Termal su kaynakları ve doğal akarsular, bölgenin hidrojeolojik açıdan zengin bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir.

Murat Dağı ve çevresinde ulaşım açısından en elverişli seçenek karayolu taşımacılığıdır. Bölgeye erişimde en işlek ve stratejik güzergâh, İzmir-Afyon karayoludur. Murat Dağı'nın çeşitli merkezlere olan uzaklıkları şu şekildedir: Gediz'e 30 km, Uşak'a 87 km, Kütahya'ya 127 km, İzmir'e 235 km, Ankara'ya 442 km ve İstanbul'a 487 km. Dağ içerisindeki ana ulaşım ağı asfalt yollardan oluşmakta olup, tali yollar ise stabilize nitelikteki orman yollarıdır. Ormanlık alanların daha yüksek kesimlerinde ise ulaşım genellikle patika yollar aracılığıyla sağlanmaktadır (Koçan, 2011).

Murat Dağı, iklim özellikleri bakımından hem İç Anadolu'nun karasal iklimi hem de Ege Bölgesi'nin ılıman iklimi arasında bir geçiş alanı özelliği taşır. Bu iklimsel çeşitlilik, bitki örtüsünde de kendini göstermektedir. Bölgenin ormanlık alanları karaçam, kızılçam, sarıçam, kayın, çınar, ceviz, kavak, söğüt gibi türlerden oluşurken, yüksek kesimlerde alpin çayırlarına rastlanmaktadır (Oy, 2018). Murat Dağı'nın 34000 hektarlık alanı ormanlarla kaplı olup 22000 hektarı koru ormanı, 12000 hektarı bozuk veya baltalık orman şeklindedir (Koçan, 2011). Murat Dağı eteklerinde kurulan Çukurören, Uğurluca, Karaağaç, Sumaklı köylerinde ormancılık faaliyetleri yoğun şekilde yapılmaktadır (Ulutürk, 2020). Toprak yapısı, volkanik kökenli ve organik madde açısından zengindir, bu da hem tarım hem de doğal bitki örtüsü açısından önemli bir avantaj sağlamaktadır.

Bölge, termal turizm ve kış sporları gibi turizm faaliyetleriyle ekonomik açıdan ön plana çıkmaktadır. Murat Dağı TKTM, yıl boyunca sağlık turizmi ve kayak turizmi için genellikle yerli turistlerin ilgisini çekmektedir. Ayrıca, bölge halkı tarım, hayvancılık ve

turizm sektörlerinde faaliyet göstermektedir. Özellikle kiraz, elma, üzüm, vişne ve tahıl üretimi ile küçükbaş hayvancılık, ekonomik faaliyetler arasında yer almaktadır. Turizmin gelişmesi, çevredeki yerleşim yerlerinde istihdam olanaklarını artırmış ve yerel halkın ekonomik refahını olumlu yönde etkilemiştir. Murat Dağı, hem doğal hem de beşeri özellikleriyle Türkiye'nin dikkat çeken turistik destinasyonlarından biri olarak, ekonomik ve kültürel potansiyelini artırmaya devam etmektedir.



Şekil 1. Araştırma Alanı Lokasyon Haritası

Murat Dağı, kuzeybatı-güneydoğu uzantılı konumuyla Kütahya ve Uşak illerinin sınırını oluşturmaktadır. Dağın zirvesini oluşturan Kartaltepe 2.309 m'lik bir yükseltiye sahiptir ve Ege Bölgesi'nin önemli yükseltilerinden biridir. Dağın diğer önemli zirveleri arasında 2218 m rakıma sahip Kırkpınartepe, 2097 m rakıma sahip Tınaztepe, 1990 m rakıma sahip Çatmalı Mezar Tepe ve 1857 m yükseklikteki Kazıkbatmaz Tepe

bulunmaktadır (Özav, 2010). Murat Dağı, coğrafi konumu itibariyle Gediz havzası, Sakarya Nehri havzası (Porsuk Çayı) ve Büyük Menderes Havzalarının içinde yer almaktadır. Ayrıca, yaz aylarında kuruyan 1785 m yükseltideki Gölyeri (Sarıçiçek Yaylası) ve 1925 m rakımdaki Kuzugöl sahadaki önemli çekicilikler arasında bulunmaktadır (Koçan, 2011).

Murat Dağı TKTM'nin bulunduğu Gediz ilçesinin nüfusu 2024 yılı Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemine (ADNKS) göre 49 bin 246'dır. Merkezde 26 bin 365 kişi yaşarken belde ve köylerde 22 bin 875 kişi yaşamaktadır. ADNKS verilerine göre Gediz'in nüfusu geçtiğimiz yıla göre yüzde 1,35 azalmıştır (TÜİK, 2024).

Gediz ilçesi, çevresine kıyasla daha alçakta konumlandığı için iklim açısından çevresine göre daha ılımlı bir yapıya sahiptir. İlçede, Akdeniz iklimi ile karasal iklim arasında bir geçiş özelliği gösteren iklim tipi hâkimdir. Bununla birlikte, ilçenin geniş bir kesimi dağlık alanlardan oluşmakta olup, bu alanlar yoğun ve geniş orman örtüsü ile kaplıdır (Karayel, 2019). Gediz'de yerleşim biçimleri ile ekonomik faaliyetler, dağlık alanlarla çöküntü alanları arasında belirgin farklılıklar göstermektedir. Ova köyleri, sokakların daha düzenli olması ve yapılarının planlı bir şekilde inşa edilmesi yönüyle dikkat çekerken; dağlık bölgelerdeki köylerde ise yerleşim düzeni büyük ölçüde topografik koşullara göre şekillenmiştir (Ulutürk, 2020).

28 Mart 1970 tarihinde Gediz, 7.2 büyüklüğünde şiddetli bir deprem felaketiyle karşı karşıya kalmış; bu olayda 1086 kişi hayatını kaybetmiş, 1258 kişi ise yaralanmıştır. Deprem sonucunda toplamda 9473 yapı ya tamamen yıkılmış ya da ciddi hasar görmüştür. Söz konusu deprem, Türkiye tarihinde yaşanan büyük depremler arasında yer almaktadır. Bu felaketin ardından, Bakanlar Kurulu'nun 5 Ağustos 1970 tarihli ve 7/1164 sayılı kararı doğrultusunda ilçe merkezi, bugünkü konumuna taşınmıştır. Bu yönüyle Gediz, yerleşim yeri tamamen değiştirilen nadir yerleşim birimlerinden biri olma özelliği taşımaktadır. Depremin merkez üssü olan ve şu an "Eskigediz" adıyla bilinen eski yerleşim yerinde ise yaşam halen sürmektedir (Zafer Kalkınma Ajansı, 2016).

BİRİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Turizm alanında yapılan araştırmalar, turistlerin turizm merkezi seçimlerini ve turistik deneyimlerini anlamak için teorik bir temel oluşturmanın önemini vurgulamaktadır. Bu bölüm, çalışmanın teorik temelini oluşturan turizm, motivasyon, memnuniyet ve ilgili kavramları ele alacaktır. Ayrıca daha önce yapılmış olan benzer araştırmaların sonuçlarına da yer verilecek ve bu çalışmanın literatürdeki yerini açıklayacaktır. İlgili araştırmaların analizi, bu çalışmanın önemini ve katkılarını vurgulamamıza yardımcı olacaktır.

Turizm alanındaki literatür, turistlerin turizm merkezi tercihlerini, motivasyonlarını ve tatil deneyimlerini anlamaya yönelik çeşitli teoriler ve yaklaşımlar içermektedir (Özçelik, 2019).

1.1. TURİZM KAVRAMI

Turizm, tarihsel süreç içinde farklı açılardan ele alınan, çeşitli disiplinlerin katkılarıyla şekillenen dinamik bir kavramdır (Acar, 2020). İlk olarak seyahat olgusu çerçevesinde ele alınan turizm, zaman içinde ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel boyutlarıyla genişlemiş ve uluslararası etkileşimi artıran stratejik bir alan haline gelmiştir. Coğrafya bilimi, turizmi hem fiziksel coğrafya hem de beşerî coğrafya bağlamında değerlendirmektedir. Coğrafyacılar, turizmin doğal unsurlar üzerindeki etkilerini ve sosyo-kültürel yapılarla olan ilişkisini analiz etmektedir. Özellikle turizm coğrafyası, turizmin mekânsal dağılımı, turizm merkezi planlaması, çevresel sürdürülebilirlik ve turist hareketliliği gibi konulara odaklanmaktadır (Zaman & Birinci, 2009; Doğaner, 2019) Turizmin tanımlanması, etimolojik olarak Latince "tornus" kelimesinden türeyen ve ilk kez 1905 yılında E. Guyer-Feuler tarafından "seyahat faktörü" olarak kullanılan bir terime dayanmaktadır (Emekli, 2006; Özgüç, 2010; Kozak, 2012). Daha sonra, 1910 yılında Hermann von Schullern zu Schrattenhofen'in "ekonomik yönlü" yaklaşımı ile turizmin ülkeler, şehirler ve bölgeler arasındaki ekonomik hareketlilikle bağlantılı bir süreç olduğu ifade edilmiştir (Aslan, 2015).

Turizm; sosyal bilimlerin, özellikle coğrafya, ekonomi, sosyoloji, psikoloji ve antropoloji gibi alanların temel kavramlarından biri haline gelmiş ve geniş kapsamlı bir inceleme alanı sunmuştur (Zaman & Birinci, 2009). Farklı araştırmacılar tarafından ulaştırma, geçici yer değiştirme, turistik çekicilikler, konaklama ve ekonomik ölçütler gibi çeşitli bileşenler üzerinden tanımlanmış ve yorumlanmıştır. Örneğin, Kanada Turizm Komisyonu turizmi, 80 km sınırında ve 12 ayı geçmeyen seyahatler olarak tanımlarken, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ise turizmi, mekân değişikliği gerçekleştirilen kişilerin 24 saat süreyle yaptıkları seyahatler olarak ele almaktadır. Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanlar Birliği (AIENT) tarafından yapılan tanıma göre turizm, insanların sürekli ikamet ettikleri yerlerin dışına seyahat ederek, turistik işletmelerin ürettiği mal ve hizmetleri talep etmeleriyle oluşan olay ve ilişkiler bütünüdür. Bir diğer önemli tanım ise Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından yapılmış olup, turizmin çevresel, sosyal ve ekonomik denge gözetilerek yönetilmesi gereken bir sektör olduğu vurgulanmaktadır. Günümüzde, turizmin sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi gerekliliği, sadece ekonomik büyümeyi desteklemekle kalmayıp, aynı zamanda doğal ve kültürel mirasın korunmasına da katkı sağlamayı zorunlu kılmaktadır.

Turizmin tarihsel kökenleri incelendiğinde, farklı dönemlerde değişen anlamlar taşıdığı görülmektedir. Antik çağlardan itibaren insanlar çeşitli nedenlerle seyahat etmişlerdir. İlk başta dini amaçlarla yapılan hac ziyaretleri ve ticaret yolları boyunca gerçekleşen hareketlilik, zaman içinde keşif seyahatlerine ve eğlence odaklı yolculuklara dönüşmüştür (Pelit, Katırcıoğlu & Başar, 2021). Orta Çağ'da seyahatler genellikle dini ve ticari amaçlarla gerçekleştirilirken, 17. yüzyıl itibarıyla Avrupa'da soylu sınıfın eğitim ve kültürel gelişim amacıyla yaptığı "Grand Tour" adı verilen geziler turizmin başlangıcı olarak kabul edilebilecek önemli hareketlerden biri olmuştur. Ancak modern anlamda turizmin gelişimi, sanayi devrimi ile birlikte ulaşım ve iletişim alanında yaşanan yeniliklerin etkisiyle hız kazanmıştır. Nitekim 19. ve 20. yüzyılda ulaşımın gelişmesi, otelcilik sektörünün doğması ve kitle turizminin ortaya çıkması, turizmin bugünkü yapısını oluşturmuştur (Kozak, Kozak & Kozak, 2014).

Turizmin ekonomik yönü, günümüzde sektörün en önemli boyutlarından birini oluşturmaktadır. Dünya genelinde önemli bir gelir kaynağı olan turizm, ülkelerin gayri safi milli hasıllarına büyük katkı sağlamaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde turizm sektörü, istihdam yaratma ve döviz girdisi sağlama açısından kritik bir role

sahiptir. Uluslararası turizm, ülkeler arası ekonomik ilişkileri de güçlendiren bir dinamik olarak değerlendirilmektedir (Kozak, 2012). Bununla birlikte, turizmin ekonomik kalkınmaya sağladığı katkı sürdürülebilir planlamalar ile desteklenmediğinde, aşırı turizm (overtourism) gibi sorunlar ortaya çıkmakta ve doğal çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır. Bu noktada, turizmin sadece ekonomik bir kazanç kaynağı değil, aynı zamanda çevresel ve sosyal faktörlerle dengelenmesi gereken bir alan olduğu unutulmamalıdır (Özdemir & Kervankıran, 2013). Bu bağlamda, turizmin mekânsal boyutunu ve bölgesel etkilerini ele alan turizm coğrafyası, konuya bütüncül bir bakış açısı sunmaktadır.

Turizm coğrafyası, turistik faaliyetlerin mekânsal dağılımını ve bu faaliyetlerin farklı ölçeklerdeki etkilerini inceleyen, coğrafyanın önemli bir alt dalıdır. Turistik hareketlerin belirli bölgelerde yoğunlaşmasının nedenleri ve sonuçları, coğrafi prensipler çerçevesinde değerlendirilmekte ve bölgesel gelişme üzerindeki etkileri analiz edilmektedir. Doğal güzellikler, iklim koşulları, kültürel miras ve ulaşım altyapısı gibi faktörler, destinasyonların gelişiminde kritik rol oynamaktadır (Ünal, 2016). Bununla birlikte, turizmin mekânsal etkileri yalnızca ekonomik kalkınma ile sınırlı kalmayıp, çevresel sürdürülebilirlik bağlamında da ele alınmalıdır. Hızlı ve plansız turizm gelişimi, doğal kaynakların aşırı tüketilmesine, ekosistemlerin zarar görmesine ve tarihi alanların bozulmasına yol açabilmektedir. Bu nedenle, turizm coğrafyası çalışmaları, turistik faaliyetlerin çevresel, ekonomik ve sosyal dengeler çerçevesinde yönetilmesi için bilimsel bir temel oluşturmaktadır (Akın, 2018). Ayrıca, turizmin yerel topluluklar üzerindeki sosyal etkileri de göz önünde bulundurulmalıdır. Özellikle kırsal ve kültürel turizm alanlarında, yerel halkın turizm süreçlerine aktif katılımı teşvik edilerek sürdürülebilir kalkınma sağlanmaktadır. Turizmin sosyal ve kültürel boyutları da dikkate alındığında, toplumlar üzerindeki etkisinin giderek arttığı gözlemlenmektedir. Küreselleşmenin etkisiyle, turizm sadece ekonomik bir faaliyet olmaktan çıkıp, kültürel etkileşimi teşvik eden, toplumlar arası diyalogu geliştiren bir araç haline gelmiştir (Özgüç, 2010). Ancak bu etkileşim her zaman olumlu sonuçlar doğurmamaktadır. Kültürel bozulma, yerel halkın ekonomik kazançlardan yeterince faydalanamaması ve turistlerin yerel değerlere duyarsız davranışları, turizmin olumsuz sosyal etkileri arasında sayılmaktadır. Bu nedenle, yerel halkın turizme katılımının sağlanması ve kültürel

mirasın korunmasına yönelik politikaların geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır (Koca, Zaman & Coşkun, 2007).

Turizmin gelişimi, farklı disiplinlerin katkılarıyla şekillenen dinamik bir süreç olup, ekonomi, coğrafya, sosyoloji, psikoloji ve çevre bilimleri gibi alanların kesişim noktasında yer almaktadır. Turizm araştırmaları, sektörde yaşanan değişimlerin daha iyi anlaşılmasına ve turizmin sürdürülebilir bir model çerçevesinde yönetilmesine katkı sağlarken, aynı zamanda turizm politikalarının planlanması ve uygulanması açısından da önemli bilimsel temeller sunmaktadır (Gürdal, 2014). 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren turizm araştırmalarında yeni yaklaşımlar ortaya çıkmış ve disiplinler arası bakış açısıyla turizmin ekonomik, çevresel ve sosyal etkileri üzerine çok sayıda bilimsel çalışma yapılmıştır. Bu süreçte, sürdürülebilir turizm kavramı öne çıkmış ve turistik faaliyetlerin çevresel etkilerini en aza indirirken, yerel halkın ekonomik refahını artırmayı amaçlayan bir perspektif geliştirilmiştir. Bu bağlamda, doğa turizmi, eko-turizm, kırsal turizm ve kültürel turizm gibi alternatif turizm türleri giderek daha fazla önem kazanmış, kitle turizmine alternatif olarak daha sorumlu ve doğayla uyumlu turizm modelleri geliştirilmeye başlanmıştır (İçöz, Var & İlhan, 2019).

1.2. TURİZM ÇEŞİTLERİ

Turizm, insanların çeşitli talep ve ihtiyaçlarını karşılamak adına geliştirilen bir kavram olup araştırmacılar tarafından çok çeşitli şekillerde sınıflandırılmaktadır (Çolak, 2009; Mengü, 2017). Turizm türleri; sağlık ve termal turizmi, kış turizmi, botanik turizmi, eko-turizm, dağ turizmi, kırsal turizm, yayla turizmi, yaban hayat gözlemciliği turizmi, mağara turizmi, atlı doğa turizmi, av turizmi, kongre turizmi, golf turizmi, yat turizmi, inanç turizmi, yön bulma turizmi, hava sporları turizmi, balon turizmi, dağ ve doğa yürüyüşü turizmi, olağanüstü olayları izleme turizmi, akarsu-rafting turizmi, sualtı dalış turizmi ve kuş gözlemciliği turizmi şeklinde ayrılmaktadır (Emekli, 2006; Aslan, 2015; Ceylan, Çetin & Özdiçiner, 2019; Garipağaoğlu Uğur & Akova, 2022). Mevcut süreç içerisinde belirtilen turizm türleri kendi içerisinde önem kazanmakla birlikte sektörler arasında da payı gün geçtikçe artmaktadır. Bununla birlikte kimi turizm türlerinin de paylarının azaldığı bildirilmiştir (Mehtiyeva & Sterne, 2017).

Turizm sektörü oldukça geniş bir alanı kapsamaktadır. Bu bağlamda birçok alt kola sahiptir. Sektör içerisinde hizmet edilen kişilerin farklı ihtiyaçları ve istekleri doğrultusunda hareket edilmektedir (Eraslan, Bulu & Bakan, 2008). Belirtilen bu farklı ihtiyaç ve isteklere yönelik oluşturulan cevaplar kapsamında da turizm türleri oluşmaktadır (Akyurt, 2008).

Türkiye'nin sahip olduğu çeşitli coğrafi özellikler, turizm potansiyelini artıran önemli faktörler arasında yer almaktadır. Ülkenin ortalama yükseltisinin kış sporları için elverişli olması, Alpler ve Kafkaslar gibi popüler ziyaret noktalarına rakip olabilecek kayak merkezlerinin gelişmesini sağlamaktadır. Ayrıca, zengin tarihi geçmişi ve kültürel mirası, Türkiye'yi sadece Avrupa'da değil, dünya genelinde de benzersiz bir turizm destinasyonu haline getirmektedir. Antik kentlerden Osmanlı mirasına, geleneksel el sanatlarından çok kültürlü yapısına kadar uzanan bu çeşitlilik, Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin ilgi odağı olmaktadır (Acar, 2020). Turizm coğrafyası bağlamında değerlendirildiğinde, Türkiye'nin üç tarafının denizlerle çevrili olması, kıyı turizminin gelişmesini desteklerken, farklı iklim kuşaklarına sahip olması da dört mevsim turizm olanaklarını mümkün kılmaktadır (Deniz, 2017). Ayrıca, yüksek dağlık alanlardan termal su kaynaklarına kadar doğal kaynakların çeşitliliği, sağlık turizmi ve doğa turizmi gibi alternatif turizm türlerinin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Tüm bu coğrafi ve kültürel zenginlikler, Türkiye'yi hem Avrupa hem de dünya turizm pazarında önemli bir konuma yerleştirmektedir. Bu durum, ülkenin turizm coğrafyasının sunduğu avantajlarla uluslararası alandaki rekabet gücünü artırdığını göstermektedir (Köroğlu & Karaman, 2014).

Türkiye'nin bulunduğu konum itibarı ile yer şekilleri ve ikliminin turizme karşı elverişli olması, dünyanın ender ülkelerinden birisi sayılmasında oldukça önemli bir faktördür (Kozak, 2012). Türkiye'de değerlendirilen turizm türleri; turizme katılan kişilerin özellikleri ve turizmin yapılma amaçları olarak ikiye ayrılmaktadır. Başlıca turizm türleri ise; deniz turizmi, doğa turizmi, kış turizmi, inanç turizmi, av turizmi, fuar, festival ve kongre turizmi, kültür turizmi, sağlık turizmi, spor turizmi ve rekreasyonel turizm şeklinde sınıflandırılmaktadır (Sarkim, 2007). Tablo 1.1'de uygun turizm çeşitleri detaylı olarak gösterilmiştir.

Tablo 1.1. Turizm Türlerinin Sınıflandırılması

TURİZM TÜRLERİ	
Katılan Kişilere Göre	Katılan Kişilerin Amaçlarına Göre
Ziyaret Edilen Yere Göre	Deniz Turizmi
İç Turizm/Dış Turizm	Doğa Turizmi
Kişi Sayısına Göre	Kış Turizmi
Bireysel Turizm	İnanç Turizmi
Kitle Turizmi	Av Turizmi
Grup Turizmi	Fuar, Festival ve Kongre Turizmi
Yaşa Göre	Kültür Turizmi
Gençlik Turizmi	Sağlık Turizmi
Yetişkin Turizmi	Spor Turizmi
Üçüncü Yaş Turizmi	Rekreasyonel Turizm
Sosyo Ekonomik Duruma Göre	
Lüks Turizm	
Sosyal Turizm	

Kaynak: (Kozak, 2012).

Turizm sektörü kapsamındaki insanların seyahat motivasyonlarına, destinasyonların sunduğu doğal ve kültürel zenginliklere, ekonomik dinamiklere ve toplumsal eğilimlere bağlı olarak sürekli değişim göstermektedir. Günümüzde turizm, sadece tatil ve dinlenme amacıyla yapılan seyahatlerin ötesine geçerek sağlık, macera, ekoloji, spor ve gastronomi gibi farklı ilgi alanlarına hitap eden çok yönlü bir yapıya bürünmüştür. Turizm türlerinin çeşitlenmesi, turistlerin deneyimlerini zenginleştirmenin yanı sıra, destinasyonların rekabet gücünü artırarak yerel ekonomilere katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte, bu çeşitlilik, sürdürülebilir turizm ilkeleri çerçevesinde ele alınmalı ve çevresel, sosyal ve kültürel faktörler gözetilerek planlanmalıdır (Baykal, 2015).

1.2.1. Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm

Turizmin mekânsal dağılımı, ziyaretçilerin tercih ettiği destinasyonların coğrafi özelliklerine bağlı olarak şekillenmekte olup, bu bağlamda iç turizm ve dış turizm olmak

üzere iki temel kategori altında incelenmektedir. Bu sınıflandırma, hem turistik hareketliliğin sınırlarını belirlemekte hem de turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel etkilerini analiz etme açısından önemli bir çerçeve sunmaktadır. İç ve dış turizm kavramları, ülkelerin turizm politikalarını, mekânsal planlamalarını ve turizmin sürdürülebilirlik stratejilerini doğrudan etkilemektedir (Özgüç, 2010).

İç turizm, bireylerin kendi ülkeleri sınırları içinde gerçekleştirdiği seyahatleri kapsayan bir turizm türüdür. Ulusal turizm hareketliliği, özellikle ekonomik erişilebilirlik, kültürel yakınlık ve ulaşım kolaylığı gibi faktörlerden doğrudan etkilenmektedir. İç turizmin temel dinamikleri arasında tatil amaçlı seyahatler, akraba ve arkadaş ziyaretleri, kırsal ve doğa turizmi, dini ve kültürel ziyaretler, spor ve eğlence faaliyetleri ile sağlık turizmi gibi unsurlar bulunmaktadır. İç turizmin gelişiminde, bir ülkenin bölgesel kalkınma stratejileri, altyapı yatırımları, ulaşım ağlarının etkinliği ve turistik hizmetlerin yaygınlığı belirleyici faktörler arasında yer almaktadır. İç turizm, genellikle ülke içinde gelir dağılımına, demografik yapıya ve turistik bölgelere olan erişilebilirliğe bağlı olarak şekillenmektedir (Doğanay & Zaman, 2016). Özellikle ekonomik kriz dönemlerinde veya küresel sağlık krizleri gibi uluslararası hareketliliği kısıtlayan durumlarda, iç turizm ekonomik canlanmanın sağlanması açısından kritik bir öneme sahiptir. Bununla birlikte, iç turizm, bir ülkenin kültürel mirasının korunması, kırsal kalkınmanın teşvik edilmesi ve turistik talebin dengeli dağıtılması gibi sürdürülebilir kalkınma hedeflerine katkı sağlamaktadır. Bölgesel farklılıklar, iç turizmde önemli bir rol oynar; büyükşehirlerde yaşayan bireyler genellikle doğa, deniz veya tarihi miras destinasyonlarını tercih ederken, kırsal kesimde yaşayan bireyler şehir merkezlerindeki alışveriş ve eğlence olanaklarını değerlendirmektedir (Tümertekin & Özgüç, 2016). İç turizmin ekonomik etkisi, mevsimsellik faktörü, destinasyonların taşıma kapasitesi ve konaklama olanaklarının çeşitliliği gibi unsurlara bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Özellikle kıyı şehirleri, termal turizm merkezleri, tarihi ve kültürel alanlar, iç turizm hareketliliğinin en yoğun olduğu bölgeler arasında yer almaktadır. Türkiye özelinde bakıldığında, Antalya, Muğla, Çanakkale, Kapadokya, Karadeniz yaylaları ve Ege kıyıları, iç turizm açısından büyük önem taşımaktadır. İç göç, şehirleşme, çalışma hayatının dinamikleri ve ekonomik refah seviyesi, iç turizmin gelişimini etkileyen sosyo-ekonomik faktörler arasında yer almaktadır (Karaman & Dinç, 2022).

Dış turizm, bireylerin kendi ülkelerinden başka ülkelere yaptıkları turistik seyahatleri kapsamaktadır. Uluslararası turizm hareketleri, ülkeler arasındaki ekonomik, politik, kültürel ve teknolojik faktörlerden doğrudan etkilenmektedir. Küreselleşme, ulaşım teknolojilerindeki gelişmeler, uluslararası vize politikaları, döviz kurları ve turistik destinasyonların küresel tanıtım stratejileri, dış turizmi yönlendiren en önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Dış turizmin temel dinamikleri arasında kültürel keşif, tatil turizmi, iş ve kongre turizmi, sağlık turizmi, eğitim turizmi, dini turizm ve alışveriş turizmi gibi farklı motivasyonlara dayalı seyahat türleri bulunmaktadır (Kozak, 2012). Özellikle çok uluslu şirketlerin ve küresel organizasyonların yaygınlaşması, iş ve kongre turizminin dış turizm içindeki payını artırmaktadır. Üniversiteler arası değişim programları, uluslararası sempozyumlar ve eğitim merkezleri, dış turizmin akademik ve eğitim bağlamında gelişimini teşvik eden faktörlerdir. Dış turizm, küresel ölçekte bireylerin sosyo-kültürel deneyimlerini zenginleştiren bir araç olmanın yanı sıra, ülkeler arası diplomatik ilişkileri ve ekonomik etkileşimleri de güçlendiren bir mekanizmadır. Turistik destinasyonlar açısından, dış turizm döviz girdisi sağlama, istihdam yaratma, kültürel tanıtım ve marka değeri oluşturma gibi birçok avantaj sunmaktadır (Aydın, 2012). Ancak, dış turizmin getirdiği çevresel baskılar, turist yoğunluğunun yerel halk üzerindeki etkileri ve ekonomik dengesizlikler, sürdürülebilir turizm politikalarının gerekliliğini ortaya koymaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkeler, dış turizmden elde ettikleri gelirlerle ekonomik büyümeyi teşvik etmeye çalışmaktadır. Örneğin, Karayipler, Maldivler, Tayland ve Meksika gibi ülkeler, turizm gelirlerinin büyük bir kısmını dış turizm hareketlerinden elde etmektedir. Buna karşın, Avrupa ve Kuzey Amerika gibi gelişmiş ülkeler, uluslararası turist akışının en büyük kaynak pazarları olarak öne çıkmaktadır (Barca, Akdeve & Gedik Balay, 2013).

Dış turizmin gelişimi, küresel siyasi istikrar, ekonomik büyüme oranları, pandemiler, doğal afetler ve uluslararası güvenlik politikaları gibi çok çeşitli değişkenlerden etkilenmektedir. Örneğin, 2008 Küresel Ekonomik Krizi ve 2020 COVID-19 pandemisi, dış turizmi olumsuz etkileyen küresel olaylar arasında yer almaktadır. Dış turizmin mekânsal yayılımı, genellikle uluslararası ulaşım ağları, havayolu şirketleri, sınır politikaları ve döviz kurları gibi ekonomik değişkenlere bağlı olarak şekillenmektedir (Karakaş & Güngör, 2015). Türkiye açısından dış turizm değerlendirildiğinde, ülke hem gelen hem de giden turistler açısından önemli bir turizm

merkezi ve çıkış noktası konumundadır. İstanbul, Kapadokya, Ege kıyıları ve Karadeniz Bölgesi, uluslararası turistlerin en çok tercih ettiği destinasyonlar arasında yer alırken, Türk vatandaşlarının en çok ziyaret ettiği ülkeler arasında Yunanistan, İtalya, Almanya, Fransa ve Orta Doğu ülkeleri bulunmaktadır. Dış turizmin en büyük avantajlarından biri, döviz girdisi ve dış ticaret dengesi açısından ekonomik katkılar sağlamasıdır. Ancak, bu turizm türü, uluslararası krizlere, güvenlik tehditlerine ve ekonomik dalgalanmalara karşı oldukça hassastır. Bu nedenle, ülkeler turizm sektörünü çeşitlendirme, iç turizmi teşvik etme ve sürdürülebilir turizm politikaları geliştirme gibi stratejilerle dış turizmin olası kırılganlıklarını minimize etmeye çalışmaktadır (Eskin, Tuncer & Demirçivi, 2017).

1.2.2. Kişi Sayısına Göre Turizm

Turizm faaliyetleri, seyahate katılan kişi sayısına bağlı olarak farklı dinamikler sergileyen bir yapıya sahiptir. Seyahat eden bireylerin tek başlarına mı, büyük gruplar halinde mi yoksa belirli bir organizasyon kapsamında mı hareket ettikleri, turizmin ekonomik boyutunu, sosyo-kültürel etkilerini ve destinasyon yönetimi stratejilerini doğrudan etkilemektedir. Kişi sayısına göre turizm; bireysel turizm, kitle turizmi ve grup turizmi olmak üzere üç temel kategoriye ayrılmaktadır. Her bir turizm türü, farklı seyahat motivasyonlarına, organizasyon yapısına ve turizm merkezi tercihlerine göre şekillenmektedir (Çeviker & Özcan, 2020).

Bireysel turizm, kişinin bağımsız hareket ettiği, seyahat planlarını kendisinin oluşturduğu ve genellikle esnek programlara dayanan bir turizm türüdür. Bu tür turizm, seyahat eden kişinin tercihleri, bütçesi ve ilgileri doğrultusunda şekillenir ve genellikle özgürlük, keşif ve kişisel deneyim odaklıdır. Bireysel turistler, kitle turizmine kıyasla daha az yapılandırılmış bir seyahat deneyimi yaşamakta ve genellikle turistik bölgelerden uzak, daha özgün ve otantik destinasyonları tercih etmektedir (Polat, 2017). Bağımsız seyahat eden bireyler, genellikle yerel kültürle daha fazla etkileşim kurar, daha küçük ölçekli işletmeleri destekler ve toplu turistik hareketlilikten kaçınarak çevresel sürdürülebilirlik açısından daha olumlu etkiler yaratır. Bununla birlikte, bireysel turizmin bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Planlama ve organizasyon tamamen bireye bağlı olduğu için zaman yönetimi, ulaşım planlaması, güvenlik ve bütçe yönetimi gibi konular ekstra sorumluluk gerektirmektedir (Karakaş & Güngör, 2015). Özellikle ilk kez seyahat eden bireyler için, dil bariyeri, yön bulma ve lojistik sorunlar bireysel turizmin zorlukları

arasında yer almaktadır. Teknolojik gelişmeler, dijital platformlar ve çevrimiçi rezervasyon sistemleri bireysel turizmin gelişimini büyük ölçüde desteklemektedir. Airbnb, Booking.com, Google Maps ve TripAdvisor gibi platformlar, bağımsız turistlerin destinasyon seçimlerinden konaklamaya, yeme-içmeden ulaşım planlamasına kadar geniş bir yelpazede kolaylık sağlamaktadır (Köroğlu & Karaman, 2014).

Kitle turizmi, büyük grupların belirli bir destinasyona yönelik olarak organize edildiği, genellikle tatil paketleri ve tur operatörleri tarafından planlanan turizm türüdür. Kitle turizmi, turizm sektörünün ekonomik büyümesine önemli katkılar sağlayan ve büyük ölçekli turistik hareketlilik yaratan bir modeldir. Büyük oteller, tatil köyleri, kurvaziye gemileri, entegre eğlence merkezleri ve mega destinasyonlar, kitle turizminin en önemli bileşenleridir. Maldivler, Antalya, İbiza, Bangkok ve Miami gibi destinasyonlar, yoğun kitle turizmine hizmet eden bölgeler arasında yer almaktadır (Çakır, 2013).

Kitle turizminin en önemli avantajlarından biri, maliyet etkinliği ve erişilebilirliktir. Tur operatörleri tarafından sunulan toplu paketler, bireysel seyahate kıyasla daha uygun maliyetli seçenekler sunmakta ve özellikle düşük bütçeli turistler için ekonomik bir alternatif oluşturmaktadır. Ayrıca, kitle turizmi kapsamında düzenlenen turlar, seyahat eden bireyler için planlama ve organizasyon yükünü büyük ölçüde ortadan kaldırmakta ve rehberli turlar, ulaşım koordinasyonu ve önceden belirlenmiş programlarla daha sorunsuz bir seyahat deneyimi sunmaktadır (Garda & Temizel, 2016). Ancak, kitle turizmi özellikle çevresel ve sosyo-kültürel etkiler açısından büyük tartışmalara yol açmaktadır. Yoğun turist akışı, destinasyonlarda çevresel bozulmaya, aşırı yapılaşmaya, doğal kaynakların tükenmesine ve kültürel mirasın ticari bir ürüne dönüşmesine neden olabilmektedir. Barselona, Venedik ve Bali gibi popüler destinasyonlar, aşırı turizm (overtourism) sorunlarıyla mücadele eden şehirler arasında yer almakta ve yerel yönetimler, turist sayısını dengelemek amacıyla çeşitli düzenlemeler getirmektedir (Çelik, 2018).

Grup turizmi, belirli bir amaç doğrultusunda bir araya gelen turist gruplarının organize şekilde gerçekleştirdiği seyahatleri kapsamaktadır. Bu turizm türü, genellikle kongre ve iş turizmi, eğitim ve kültürel değişim programları, spor organizasyonları, dini hac turları ve aile/arkadaş gruplarıyla yapılan seyahatler gibi farklı motivasyonlarla

gerçekleşmektedir. Grup turizmi, katılımcılar arasındaki etkileşimi artıran, sosyal bağları güçlendiren ve genellikle belirli bir plan çerçevesinde hareket edilen bir turizm türüdür. Grup turizmi, kitle turizmine benzer şekilde planlı ve organize bir seyahat modeli sunduğu için lojistik açısından daha az belirsizlik içermektedir (Şahinkoç & Yüksel, 2020) Özellikle büyük şirketlerin, akademik kurumların ve dini organizasyonların düzenlediği turlar, belirli bir amaç doğrultusunda yapılandırıldığı için ulaşım, konaklama ve rehberlik hizmetleri önceden belirlenmiş bir program dâhilinde sunulmaktadır. Bu, bireysel turistler için zaman ve planlama açısından avantaj sağlarken, turistik faaliyetlerin daha düzenli bir şekilde gerçekleştirilmesini mümkün kılmaktadır. Ancak, grup turizmi bazı sınırlamaları da beraberinde getirmektedir. Esneklik eksikliği, bireysel ilgi alanlarına göre hareket edememe ve programın katı bir şekilde uygulanması, grup turizminin dezavantajları arasında yer almaktadır. Ayrıca, büyük grupların hareketliliği, turistik bölgelerdeki yerel halkla etkileşimi sınırlayabilmekte ve turizmin otantik deneyim boyutunu azaltabilmektedir (Karadağ & Marangoz, 2017). Özellikle UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan turistik alanlar, büyük grupların ziyaretlerinden kaynaklanan yoğunluk, aşınma ve tarihi eserlerin zarar görmesi gibi risklerle karşı karşıya kalmaktadır.

1.2.3. Yaş Göre Turizm

Turizm hareketliliği, turistlerin yaş gruplarına göre farklı motivasyonlarla şekillenmekte ve destinasyon seçiminden seyahat biçimine, harcama alışkanlıklarından konaklama tercihlerine kadar geniş bir yelpazede farklılaşmaktadır. Gençlik turizmi, yetişkin turizmi ve üçüncü yaş turizmi olarak üç temel kategoriye ayrılan bu sınıflandırma, her yaş grubunun turizm eğilimlerini anlamak ve buna yönelik sürdürülebilir turizm politikaları geliştirmek açısından önem taşımaktadır. Yaş faktörü, turistik destinasyonların pazarlanması, seyahat sektörünün ürün ve hizmet sunumu ile turizm ekonomisinin şekillendirilmesi açısından belirleyici bir unsurdur (Çam & Çılgınoğlu, 2020).

Gençlik turizmi, 18-35 yaş aralığındaki bireylerin gerçekleştirdiği turistik faaliyetleri kapsamaktadır. Bu yaş grubundaki bireyler, genellikle keşif, eğlence, sosyal etkileşim ve düşük bütçeli seyahat odaklı tercihler yapmaktadır. Genç turistler, geleneksel tatil anlayışından farklı olarak, daha dinamik, macera odaklı ve özgürlük temelli bir seyahat modeli benimsemektedir. Özellikle sırt çantalı gezginler (backpackers), öğrenci

değişim programları, dil kursları, festival ve konser turizmi ile macera turizmi, gençlik turizminin en yaygın türleri arasında yer almaktadır (Demirer & Hatırnaz, 2023). Genç turistlerin turizm hareketliliği, büyük ölçüde düşük bütçeli ve esnek planlama anlayışına dayanmaktadır. Bu gruptaki bireyler, hostel, Airbnb, kamp alanları gibi ekonomik konaklama seçeneklerini tercih etmekte ve toplu taşıma araçlarını yoğun bir şekilde kullanmaktadır. Aynı zamanda, bu yaş grubu için dijitalleşme ve teknoloji seyahat planlamasında kritik bir role sahiptir. Sosyal medya, online rezervasyon platformları, seyahat blogları ve dijital haritalar, genç turistlerin seyahat deneyimlerini şekillendirmede en önemli araçlardır (Edinsel & Adıgüzel, 2014). Gençlik turizmi, aynı zamanda uluslararası etkileşimi ve kültürel alışverişi teşvik eden bir turizm türü olarak öne çıkmaktadır. Erasmus ve Work and Travel gibi uluslararası öğrenci değişim programları, gençlerin farklı kültürleri deneyimlemelerini sağlarken, festivaller ve büyük çaplı etkinlikler (örneğin, Tomorrowland, Coachella, Glastonbury) genç turistlerin yoğun ilgi gösterdiği turistik faaliyetler arasındadır. Ancak genç turistler, güvenlik, sağlık ve seyahat sigortası gibi konulara yeterince dikkat etmemeleri nedeniyle bazı risklerle karşı karşıya kalabilmektedir (Uluslan & Batman, 2010).

Yetişkin turizmi, 35-60 yaş aralığındaki bireyleri kapsayan ve daha planlı, konfor odaklı, genellikle iş ve aile yaşamıyla bağlantılı seyahat biçimlerini içeren bir turizm türüdür. Yetişkin turistler, gençlere kıyasla daha yüksek bütçeli tatil planları yapmakta ve konaklama, yeme-içme, ulaşım gibi harcamalar konusunda daha seçici davranmaktadır. Lüks oteller, tatil köyleri, özel turlar ve gurme restoranlar, yetişkin turistlerin en çok tercih ettiği hizmetler arasında yer almaktadır (Tören, 2023). Yetişkin turistlerin motivasyonları iş seyahatleri, kültürel ve gastronomi turizmi, doğa turizmi, sağlık turizmi ve aile tatilleri gibi unsurlar üzerine şekillenmektedir. İş dünyasında seyahat eden bireyler için kongre ve konferans turizmi, yetişkin turistlerin büyük bir bölümünü oluşturmaktadır. Şirketler arası toplantılar, eğitim programları ve fuar organizasyonları, yetişkin turizminin büyük bir kısmını teşkil etmektedir (Kılıçarslan & Yozukmaz, 2022).

Aile içindeki rol ve sorumluluklar, yetişkin turistlerin seyahat kararlarını doğrudan etkilemektedir. Özellikle çocuklu ailelerin seyahat planları, çocuk dostu destinasyonlara, eğlence parklarına ve aile tatil köylerine yönelmektedir. Disneyland, Universal Studios ve Legoland gibi eğlence merkezleri, yetişkin turistlerin çocuklarıyla birlikte ziyaret etmeyi tercih ettikleri popüler destinasyonlar arasında yer almaktadır. Bunun yanında,

çiftler için lüks balayı destinasyonları, yetişkin turizminin önemli bir alt kategorisini oluşturmaktadır (Şengül & Bulut, 2019).

Yetişkin turistlerin kültürel deneyimlere olan ilgisi, bu yaş grubunu sanat, tarih ve gastronomi turizmine yönlendirmektedir. Müze ve tarihi alan ziyaretleri, Michelin yıldızlı restoranlar, şarap tadım turları ve gurme festivaller, yetişkin turistlerin en çok tercih ettiği etkinlikler arasında yer almaktadır. Yetişkin turistlerin sağlık ve wellness turizmine olan ilgisi de giderek artmakta, termal kaplıcalar, spa merkezleri ve yoga kampları gibi destinasyonlar büyük ilgi görmektedir (Kozak, 2012).

Üçüncü yaş turizmi, 60 yaş ve üzerindeki bireylerin turistik hareketliliğini ifade etmekte olup, dünya genelinde yaşlı nüfusun artmasıyla birlikte hızla büyüyen bir turizm segmenti haline gelmiştir. Emeklilik sonrası ekonomik refah seviyesine bağlı olarak gelişen üçüncü yaş turizmi, uzun süreli tatiller, sağlık turizmi, kültürel geziler ve kurvaziye seyahatleri gibi turizm türlerini kapsamaktadır. Üçüncü yaş turistleri, genellikle daha sakin, rahat ve sağlık odaklı destinasyonları tercih etmekte ve turizm planlamalarında medikal altyapısı güçlü bölgeleri, düşük yoğunluklu tatil merkezlerini ve özel hizmetler sunan otelleri göz önünde bulundurmaktadır (Tuncer & Çavuş, 2017). Bu yaş grubundaki bireyler için konfor, güvenlik ve sağlık hizmetlerine erişim en önemli faktörler arasında yer almaktadır. Üçüncü yaş turizminin en yaygın türlerinden biri kurvaziye turizmidir. Karayipler, Akdeniz, Norveç fiyortları ve Alaska, üçüncü yaş turistler için popüler kurvaziye rotaları arasında yer almaktadır. Uzun süreli konaklamalar, rehberli turlar ve eksiksiz hizmet paketleri, bu turizm türünün önemli avantajları arasında sayılmaktadır. Aynı zamanda, üçüncü yaş turistleri kültürel turizme büyük ilgi göstermekte ve UNESCO Dünya Mirası alanlarını ziyaret etmeye yönelik turlar düzenlemektedir (Ayaz & Yalı, 2017).

1.2.4. Sosyo-Ekonomik Duruma Göre Turizm

Turizm faaliyetleri, bireylerin sosyo-ekonomik durumlarına göre farklılaşan dinamikler içermektedir. Gelir düzeyi, tüketim alışkanlıkları, yaşam tarzı ve seyahat bütçesi gibi faktörler, bireylerin turistik tercihlerinde belirleyici unsurlar arasında yer almaktadır. Sosyo-ekonomik durum, sadece seyahat eden bireylerin destinasyon seçimlerini ve tatil süresini değil, aynı zamanda konaklama türlerini, yeme-içme

alışkanlıklarını, ulaşım tercihlerine kadar geniş bir yelpazeyi şekillendirmektedir (Yiğit, Güven, Yılmaz & Temizkan, 2021). Bu bağlamda turizm, lüks turizm ve sosyal turizm olmak üzere iki temel kategoriye ayrılarak değerlendirilmektedir.

Lüks turizm, yüksek gelir grubuna mensup bireylerin, konfor, özel hizmetler ve ayrıcalıklı deneyimler üzerine şekillenen turistik aktivitelerini kapsayan bir turizm türüdür. Bu tür turizm, yüksek harcama kapasitesine sahip turistleri hedef alarak, özel tasarlanmış deneyimler, ultra lüks konaklama seçenekleri, kişiye özel hizmetler ve prestij odaklı seyahat programları sunmaktadır. Lüks turizmin en belirgin özelliklerinden biri, standart turistik hizmetlerden çok daha farklı, kişiselleştirilmiş ve ayrıcalıklı hizmet anlayışına dayanmasıdır (Gümüş & Özüpekçe, 2009). Lüks turistler genellikle beş yıldızlı oteller, butik villalar, özel adalar, süper yatlar ve özel jetler gibi prestijli konaklama ve ulaşım seçeneklerini tercih etmektedir. Özellikle Maldivler, Dubai, Fransız Rivierası, Santorini, İsviçre Alpleri, Bora Bora ve Monte Carlo, dünya genelinde lüks turizmin en önemli merkezleri arasında yer almaktadır. Lüks turizmin temel bileşenlerinden biri de gastronomi ve fine dining deneyimleridir. Michelin yıldızlı restoranlar, özel şarap tadım etkinlikleri ve gurme yemekler, lüks turistlerin önemli harcama kalemlerinden biri olarak öne çıkmaktadır (Temurçin, Atayeter & Tozkoparan, 2019).

Lüks turizm aynı zamanda kişiselleştirilmiş seyahat deneyimleriyle de öne çıkmaktadır. Turistler, standart tur programlarının aksine, kendi ilgi alanlarına göre özel tasarlanmış turlar, rehberli geziler ve VIP etkinlikler aracılığıyla daha özgün bir tatil deneyimi yaşamaktadır. Örneğin, Afrika'da özel safari turları, Antarktika keşif gezileri, uzay turizmi deneyimleri, özel sanat koleksiyonları için düzenlenen müze turları ve kişiye özel wellness programları, lüks turizmin sunduğu ayrıcalıklı hizmetler arasında yer almaktadır (Alaeddinoğlu, 2007).

Lüks turizmin en önemli unsurlarından biri de gizlilik ve mahremiyettir. Üst gelir grubuna mensup bireyler, özellikle özel adalar, villa kiralama, VIP hizmetler ve kişiye özel ulaşım seçenekleriyle diğer turistlerden izole olmayı tercih etmektedir. Güvenlik, ayrıcalıklı hizmet ve kişisel alanın korunması, lüks turizmin en belirgin özellikleri arasında bulunmaktadır. Ancak lüks turizmin bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Öncelikle yüksek maliyetler, bu tür turizmi yalnızca belirli bir gelir seviyesine sahip bireyler için erişilebilir kılmaktadır (Karacaoğlu & Birdir, 2018). Ayrıca, lüks turizm

faaliyetleri, çevresel sürdürülebilirlik açısından bazı olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Örneğin, büyük ölçekli tatil köyleri, süper yatlar ve özel jet seyahatleri, yüksek karbon ayak izi bırakmakta ve doğal kaynak tüketimini artırmaktadır. Bu nedenle, son yıllarda sürdürülebilir lüks turizm kavramı gündeme gelmiş ve çevre dostu lüks oteller, karbon nötr seyahat paketleri ve ekolojik bilinçli tatil seçenekleri ön plana çıkmaya başlamıştır (Türkay, 2015).

Sosyal turizm ise daha düşük veya orta gelir grubuna hitap eden, ekonomik erişilebilirliği yüksek olan ve sosyal devlet politikaları çerçevesinde teşvik edilen bir turizm türüdür. Sosyal turizm, özellikle çalışan kesim, emekliler, öğrenciler, engelli bireyler ve düşük gelirli gruplar için tasarlanmış, devlet destekli veya uygun fiyatlı turistik faaliyetleri kapsamaktadır. Bu turizm türü, tatil hakkının herkes için erişilebilir olması gerektiği anlayışına dayanarak, sosyal adalet ve turizmin demokratikleşmesi ilkelerini ön plana çıkarmaktadır (Mansuroğlu, 2006). Sosyal turizm, özellikle devlet, sendikalar, sivil toplum kuruluşları ve yerel yönetimler tarafından teşvik edilerek, dezavantajlı grupların da turistik faaliyetlere katılımını sağlamak amacıyla geliştirilmektedir. Örneğin, birçok Avrupa ülkesinde devlet destekli tatil programları, düşük maliyetli konaklama imkânları, kırsal bölgelerde turizm teşvikleri ve sosyal tesisler gibi uygulamalar sosyal turizmin yaygınlaşmasına katkı sağlamaktadır (Yiğit, 2020).

Sosyal turizmin en yaygın örneklerinden biri, kamp alanları, gençlik yurtları, devlet destekli tatil köyleri ve kooperatif tatil tesisleridir. Özellikle öğrenciler ve gençler için tasarlanan Erasmus programları, değişim projeleri, gönüllü çalışma kampları ve bütçe dostu öğrenci seyahatleri, sosyal turizmin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Ayrıca, engelli bireylere yönelik özel olarak tasarlanmış tatil destinasyonları ve yaşlı turistlere yönelik devlet teşvikli seyahat programları, sosyal turizmin kapsayıcı bir yapı oluşturmalarını sağlamaktadır (Aymankuy, 2001).

Sosyal turizmin bir diğer önemli yönü de kırsal ve yerel turizmi desteklemesi ve yerel ekonomilere katkı sağlamasıdır. Özellikle kırsal bölgelerde düşük maliyetli konaklama seçenekleri, eko-turizm projeleri ve yerel kültürel deneyimler, sosyal turizmin gelişmesine olanak tanımaktadır. Türkiye’de GAP turları, Karadeniz yayla turizmi ve köy pansiyonları, sosyal turizmin en başarılı uygulamalarından bazılarıdır. Ancak sosyal turizmin karşı karşıya olduğu bazı zorluklar da bulunmaktadır. Devlet destekli turizm

programlarının finansal sürdürülebilirliği, altyapı eksiklikleri ve düşük bütçeli turizm hizmetlerinin kalite standartlarının korunması, bu turizm türünün karşılaştığı başlıca sorunlar arasındadır. Ayrıca, sosyal turizmin teşvik edilmesi için devletler ve özel sektör arasında güçlü bir iş birliği gerekmektedir (Ertuna, Güney, Güven & Aydemir, 2012). Özellikle pandemi sonrası dönemde, sosyal turizmin tekrar canlandırılması ve ekonomik olarak zor durumda olan bireylerin turistik faaliyetlere katılımının sağlanması büyük önem taşımaktadır.

1.2.5. Katılan Kişilerin Amaçlarına Göre Turizm

Turizm faaliyetleri, seyahate katılan bireylerin motivasyonları doğrultusunda şekillenmekte ve turistlerin seyahat amacına göre farklı kategorilere ayrılmaktadır. İnsanların turizme katılım nedenleri, hem bireysel tercihler hem de toplumsal, kültürel ve ekonomik faktörler doğrultusunda değişiklik göstermektedir. Deniz turizmi, doğa turizmi, kış turizmi, inanç turizmi, av turizmi, fuar, festival ve kongre turizmi, kültür turizmi, sağlık turizmi, spor turizmi ve rekreasyonel turizm gibi çeşitli alt başlıklar altında ele alınan bu turizm türleri, katılımcıların tatilden beklentilerine göre belirlenmektedir (Aslan, 2015).

Deniz turizmi, en yaygın turizm türlerinden biri olup, deniz, kum ve güneş üçgeni üzerine kurulu tatil anlayışına dayanmaktadır. Tatilcilerin büyük bir bölümü, plajlar, yat turları, dalış aktiviteleri, su sporları ve deniz kenarındaki tatil köyleri gibi seçenekleri içeren deniz turizmini tercih etmektedir. Ege ve Akdeniz kıyıları, Karayipler, Maldivler, Bali ve Miami gibi destinasyonlar, deniz turizmi açısından büyük ilgi gören bölgeler arasındadır. Deniz turizmi, lüks tatil konseptlerinden, ekonomik aile tatillerine kadar geniş bir yelpazeye hitap etmekte olup, aynı zamanda ekonomik anlamda da birçok bölge için büyük bir gelir kaynağı oluşturmaktadır (Öztürk, 2018).

Doğa turizmi, insanların doğayla iç içe vakit geçirmeyi amaçladığı ve genellikle ekolojik farkındalıkla sürdürülen bir turizm türüdür. Dağcılık, trekking, kampçılık, doğa yürüyüşleri, kuş gözlemciliği, yaban hayatı izleme ve eko-turizm gibi faaliyetler, doğa turizminin temel unsurları arasında yer almaktadır. Doğa turizminin temel motivasyonlarından biri, kentleşme, hava kirliliği ve yoğun şehir hayatından kaçış isteği olup, bireylerin doğada dinlenmesini ve stres atmasını sağlamaktır. Amazon Ormanları,

Kanada'nın doğal parkları, Alpler ve Karadeniz yaylaları, doğa turizmi açısından önemli destinasyonlar arasında yer almaktadır (Köroğlu, Köroğlu & Alper, 2012).

Kış turizmi, özellikle dağlık ve soğuk bölgelerde gerçekleştirilen turizm faaliyetlerini kapsamakta olup, kayak, snowboard, buz pateni ve kızak gibi aktiviteler bu turizm türünün temel bileşenleridir (Birinci & Kaymaz, 2015). Alpler, Rocky Dağları, Erzurum Palandöken, Uludağ ve Avusturya'nın kış tatil merkezleri, kış turizminin en popüler destinasyonları arasında yer almaktadır. Geleneksel turizmden uzaklaşılarak alternatif, spor, macera ve özel ilgi turizminin önem kazandığı dağlık alanlar, günümüzde turizm için büyük bir kaynak haline gelmiştir (Kızıllan, Kaymaz & Birinci, 2019). Kış turizmi, özellikle lüks otel konseptleri, sıcak su kaplıcaları ve kayak tatilleriyle birleşerek ekonomik olarak büyük bir pazar oluşturmaktadır. Tesislere yağın karın kalınlığı, kalitesi ve yerde kalma süresi kış turizminin yapılacağı süreyi belirlemektedir (Camcı, Birinci & Kaymaz, 2015). Ancak, iklim değişikliği ve kar yağışındaki azalma, kış turizmini uzun vadede tehdit eden unsurlar arasındadır (Kozak, 2012).

İnanç turizmi, dini inanışlara bağlı olarak yapılan seyahatleri içeren bir turizm türüdür. Bu turizm türü, hac ve kutsal mekân ziyaretleri, manastır turları, dini festivaller ve dini liderlerin anıldığı organizasyonları kapsamaktadır. Mekke ve Medine'ye yapılan hac ve umre ziyaretleri, Vatikan'a düzenlenen dini turlar, Kudüs'teki kutsal mekânlar ve Hindistan'daki dini festivaller, inanç turizminin en önemli destinasyonları arasında yer almaktadır. İnanç turizmi, sadece dini bir motivasyona dayalı olmayıp, kültürel ve tarihi mirasları keşfetme amacıyla da tercih edilen bir seyahat türü haline gelmiştir (Özgüç, 2010).

Av turizmi, belirli yasalar ve düzenlemeler çerçevesinde gerçekleştirilen, bireylerin avlanma amacıyla seyahat ettikleri bir turizm türüdür. Genellikle yaban hayatı açısından zengin bölgelerde, kontrollü ve sürdürülebilir avcılık faaliyetleriyle yürütülen av turizmi, özellikle Afrika'daki safari turları, Kanada ve Sibirya'daki büyük av organizasyonları ve Türkiye'de İç Anadolu ve Doğu Anadolu bölgelerindeki av sahaları ile öne çıkmaktadır. Ancak, av turizmi çevresel ve etik açılardan tartışmalı bir konu olup, kaçak avlanma ve doğal yaşamın tahrip edilmesi gibi riskler nedeniyle sıkı denetim gerektirmektedir (Şahin & Meriç, 2020).

Fuar, festival ve kongre turizmi, uluslararası ve ulusal organizasyonlara katılım amacıyla gerçekleştirilen turistik faaliyetleri kapsamaktadır. Bilimsel kongreler, iş dünyasına yönelik fuarlar, kültürel festivaller ve müzik organizasyonları, bu turizm türünün temel bileşenleridir. Cannes Film Festivali, Venedik Bienali, Coachella Müzik Festivali, Frankfurt Kitap Fuarı ve uluslararası iş kongreleri, dünya genelinde en popüler organizasyonlar arasında yer almaktadır. Kongre turizmi, iş dünyasının küresel ağ oluşturmasını sağlarken, kültürel festivaller ve sanatsal etkinlikler, turizmin sanatsal ve kültürel boyutunu güçlendirmektedir (Şengel, Zengin, Şengel & Işkın, 2018).

Kültür turizmi, bireylerin farklı toplumların tarihini, sanatını ve yaşam tarzlarını deneyimlemek amacıyla yaptıkları turizm faaliyetlerini kapsamaktadır. Kültürel turizm, müzeler, tarihi şehirler, antik kentler, yerel halkla etkileşim ve geleneksel festivaller gibi unsurları içermektedir. İstanbul, Paris, Roma, Atina ve Kyoto, kültürel turizmin en çok tercih edilen destinasyonları arasında yer almaktadır. Kültürel turizmin önemli bir avantajı, yerel ekonomiye katkı sağlaması ve kültürel mirasın korunmasına yardımcı olmasıdır (Emekli, 2006).

Sağlık turizmi, bireylerin tıbbi tedavi, rehabilitasyon veya wellness (sağlıklı yaşam) hizmetleri almak amacıyla gerçekleştirdiği turizm türüdür. Sağlık turizmi, termal turizm, medikal turizm ve wellness turizmi olmak üzere üç ana kategoriye ayrılmaktadır. Almanya ve Macaristan'daki kaplıcalar, Hindistan'daki geleneksel Ayurveda merkezleri, İsviçre'deki detoks klinikleri ve Türkiye'deki saç ekimi klinikleri, sağlık turizminin önemli merkezleri arasında yer almaktadır. Özellikle son yıllarda, plastik cerrahi, diş tedavileri ve organ nakli operasyonları için sağlık turizmi büyük bir ivme kazanmıştır (Aydın, 2012).

Spor turizmi, bireylerin spor etkinliklerine katılım veya izleyici olarak takip etme amacıyla gerçekleştirdiği turizm türüdür. Bu turizm türü, futbol turnuvaları, olimpiyatlar, maratonlar, Formula 1 yarışları ve ekstrem spor aktiviteleri gibi geniş bir etkinlik yelpazesini kapsamaktadır. Katar 2022 Dünya Kupası, Paris 2024 Olimpiyatları, Boston Maratonu ve Monaco Grand Prix, spor turizminin en önemli organizasyonları arasında yer almaktadır (Hazar, 2007).

Rekreasyonel turizm, bireylerin dinlenme, eğlence ve boş zaman aktivitelerine katılma amacıyla gerçekleştirdiği bir turizm türüdür. Bu turizm türü, tatil köyleri,

aquaparklar, doğa yürüyüşleri, spa merkezleri, eğlence parkları ve gezi turları gibi etkinlikleri içermektedir. Karayipler'deki tatil köyleri, Las Vegas'taki eğlence merkezleri ve Disneyland gibi tematik parklar, rekreasyonel turizmin en popüler destinasyonları arasındadır (Meriç & Bozkurt, 2017).

1.3. DÜNYADA TURİZM FAALİYETLERİ

Turizm, küresel ölçekte ekonomik kalkınmaya sağladığı önemli katkılar, toplumlar arası etkileşimi artırıcı yapısı ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine olan etkisi nedeniyle dünya genelinde en stratejik sektörlerden biri olarak kabul edilmektedir. Bu sektör, hem doğrudan hem de dolaylı olarak milyonlarca insanın geçim kaynağı olmasının yanı sıra, ülkeler arasındaki ekonomik iş birliklerinin güçlenmesine ve kültürel diplomasiye katkıda bulunarak uluslararası ilişkilerde de önemli bir rol üstlenmektedir (Zoğal & Emekli, 2017). İnsanların farklı coğrafyaları keşfetme arzusu, tarih boyunca kültürel etkileşimlerin temel dinamiklerinden biri olmuş, toplumsal değişim ve ekonomik büyümenin en güçlü itici unsurlarından biri haline gelmiştir. Modern turizm anlayışı, yalnızca tatil ve eğlence amaçlı seyahatleri kapsamamakta; sağlık, eğitim, spor, kültürel miras, gastronomi, ekoturizm, kongre ve iş turizmi gibi çok çeşitli segmentleri bünyesinde barındırmaktadır. Bu çeşitlilik, turizmin farklı sektörlerle entegre olmasını sağlayarak ekonominin pek çok alanında doğrudan ve dolaylı etkiler yaratmasına neden olmaktadır (Özgüç, 2010).

Günümüzde turizm, yerel ekonomilerden uluslararası pazarlara kadar geniş bir etkileşim alanına sahip olup, altyapı yatırımlarının artmasını teşvik etmekte, istihdam yaratmakta ve ticaret hacmini genişleterek ekonomik büyümeyi desteklemektedir. Küresel turizm faaliyetlerinin ekonomik büyümeye olan katkısı, ülkelerin sosyo-ekonomik yapıları üzerinde büyük etkilere sahiptir (Garda & Temizel, 2016). Uluslararası turist hareketleri, dünya ekonomisinin genel seyriyle doğrudan bağlantılı olup, ülkelerin gayrisafi yurtiçi hasılasına (GSYİH) sağladığı katkı açısından büyük bir önem taşımaktadır. Turizm sektörü, özellikle gelişmekte olan ülkeler için büyük bir döviz kaynağı oluştururken, gelişmiş ülkelerde de önemli bir ekonomik büyüme unsuru olarak değerlendirilmektedir. Dünya genelinde turizme yönelik yatırımların artması, turizm merkezi yönetimi ve sürdürülebilir turizm politikalarının daha kapsamlı şekilde ele alınmasını gerektirmektedir. Aynı zamanda turizmin doğal kaynaklar üzerindeki etkisinin

minimize edilmesi, destinasyonların taşıma kapasitelerinin göz önünde bulundurulması ve çevresel yönetim stratejilerinin uygulanması, sektörde uzun vadeli sürdürülebilir kalkınmayı destekleyen kritik faktörler arasında yer almaktadır (Aslan, 2015).

Turizmin ekonomik büyüme ve kültürel etkileşim üzerindeki rolü, uluslararası kuruluşlar ve hükümetler tarafından da yakından takip edilmekte ve bu alanda stratejik planlamalar yapılmaktadır. Özellikle dijitalleşmenin turizm sektörü üzerindeki etkileri, teknolojik gelişmelerin sektöre entegrasyonu ve değişen tüketici tercihleri doğrultusunda inovasyonun teşvik edilmesi, turizmin geleceğini belirleyen önemli unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Son yıllarda sürdürülebilir turizm kavramının daha fazla benimsenmesiyle, turistik faaliyetlerin çevresel ve kültürel miras üzerinde yaratabileceği olumsuz etkilerin azaltılmasına yönelik politikalar geliştirilmeye başlanmıştır. Bu doğrultuda, ekoturizm, yeşil turizm, karbon nötr destinasyonlar ve topluluk temelli turizm modelleri giderek daha fazla önem kazanmaktadır (Alaeddinoğlu, 2006).

Turizmin tarihsel gelişimi incelendiğinde, 1950'li yıllardan itibaren modern anlamda turizm sektörünün hızla büyüdüğü görülmektedir. Nitekim 1970'lerde yaklaşık 200 milyon olan uluslararası turist sayısı, 2018 yılına gelindiğinde 1,4 milyar gibi rekor bir seviyeye ulaşarak önemli bir gelişim göstermiştir (Şahin, 2022). Ancak bu süreç, 2020 yılı itibarıyla COVID-19 pandemisinin ortaya çıkmasıyla kesintiye uğramış, turizm sektörü tarihindeki en büyük krizlerden biriyle karşı karşıya kalmıştır. Dünya genelinde 4,5 trilyon dolar gelir kaybına ve 62 milyon kişinin işini kaybetmesine yol açan bu küresel sağlık krizi, turizmin kırılgan yapısını gözler önüne sermiştir. Pandemi sürecinde yaşanan kapanmalar, seyahat yasakları ve ekonomik durgunluk, birçok ülkenin turizm gelirlerinde büyük çaplı düşüslere neden olmuş, özellikle turizme bağımlı ekonomilerde ciddi bir durgunluk yaşanmıştır. Bununla birlikte, 2022 itibarıyla toparlanma süreci başlamış ve turizm hareketliliği kademeli olarak eski seviyelerine yaklaşmıştır (Erdoğan & Zaman, 2023).

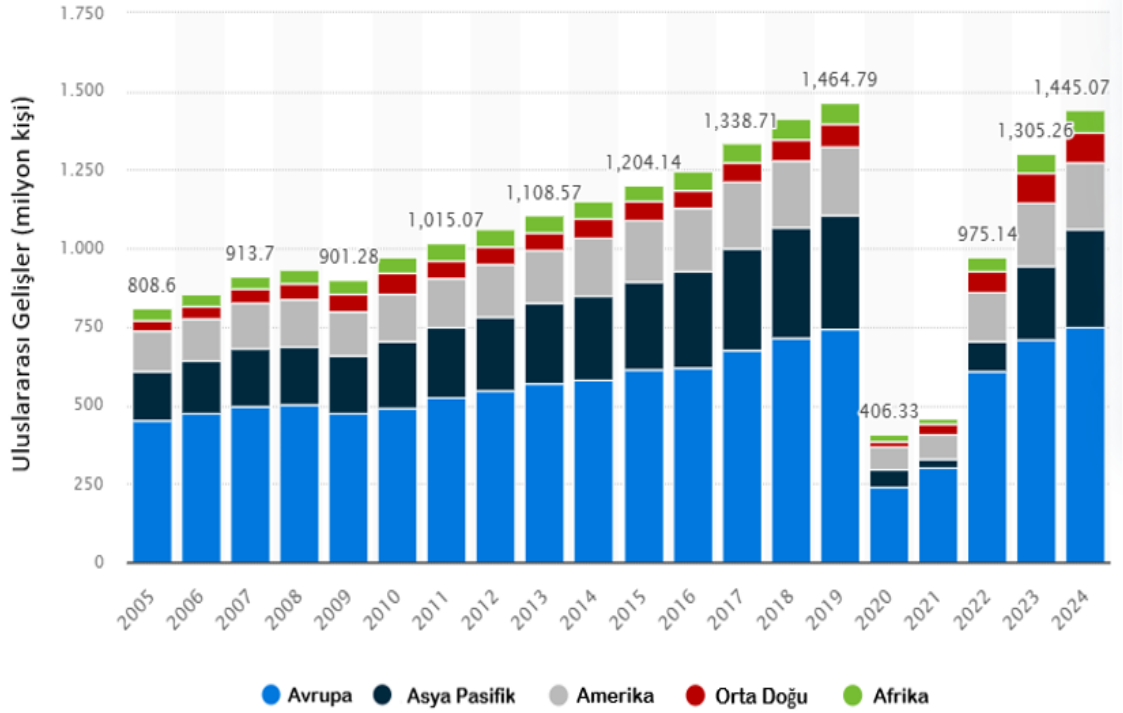
Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) 2024 yılı verilerine göre, uluslararası turizm sektörü pandeminin ardından önemli bir iyileşme sürecine girmiştir. 2024 yılında uluslararası seyahat gerçekleştiren turist sayısı 1,1 milyara ulaşarak 2019 seviyelerinin %98'ine yaklaşmıştır. Bu yükseliş, turizmin küresel ekonomi içindeki stratejik önemini ve sektörün toparlanma gücünü bir kez daha kanıtlamıştır. Turizm

sektöründen elde edilen gelirler 2024 itibarıyla 900 milyar doları aşmış ve 2023'e kıyasla %20'lik bir büyüme kaydetmiştir. Pandemi sürecinin etkisiyle ortaya çıkan doğa turizmine olan ilgi artışı, kırsal alanlara yönelik turist akınını teşvik etmiş; ABD ve Avrupa'da milli park ziyaretlerinde rekor seviyelere ulaşılmıştır. Bununla birlikte, aşırı turist yoğunluğu atık yönetimi, ekosistem tahribatı ve yerel topluluklar üzerindeki olumsuz etkileri gibi sorunları da beraberinde getirmiştir. Turizmde sürdürülebilirlik anlayışı, bu tür olumsuzlukları en aza indirmek ve doğal çevreyi koruma altına almak adına giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Özellikle az bilinen ziyaret noktalarına yönelik seyahatlerin artışı, turizmde dengeli bir dağılımın sağlanması açısından önemli bir gelişme olarak değerlendirilmektedir. Bu süreç, hem turistik çekim merkezlerindeki aşırı yoğunluğu azaltmak hem de yerel topluluklara ekonomik katkı sağlamak adına kritik bir adımdır (Aliagaoglu, 2004).

Dünya Ekonomik Forumu'nun 2022 Küresel Risk Raporu, küresel ölçekte karşı karşıya kalınan risklerin önemli bir bölümünün çevresel tehditlerden kaynaklandığını ortaya koymaktadır. Turizm sektörü, doğal kaynaklara dayalı bir yapıya sahip olduğundan, bu tehditlere karşı oldukça savunmasızdır. İklim değişikliği, aşırı hava olayları, biyolojik çeşitlilik kaybı ve su kıtlığı gibi faktörler, turizm destinasyonlarının geleceğini doğrudan etkileyen unsurlar arasında yer almakta ve bu durum, sektörün uzun vadede sürdürülebilirliğini tehdit etmektedir. Bu bağlamda, çevre dostu turizm politikalarının benimsenmesi, karbon ayak izinin azaltılması ve turistik destinasyonların ekolojik sürdürülebilirlik kriterlerine göre yönetilmesi bir gereklilik haline gelmiştir. Özellikle kıyı turizmi, dağ turizmi ve doğa turizmi gibi alanlarda iklim değişikliğinin etkileri açıkça hissedilmektedir. Deniz seviyesindeki yükselmeler, kıyı şeridindeki turistik tesisleri tehdit ederken, aşırı sıcaklık artışları ve kuraklık gibi sorunlar da turistik faaliyetlerin verimliliğini azaltmaktadır. Öte yandan, ekoturizm ve sürdürülebilir turizm uygulamalarına duyulan ilgi giderek artmakta olup, hem yerel yönetimlerin hem de uluslararası kuruluşların çevre dostu politikaları teşvik etmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Turizmin çevresel sürdürülebilirliğini sağlamaya yönelik alınacak tedbirler, uzun vadede sektörde yaşanabilecek krizlerin önüne geçilmesini de sağlayacaktır (Baykal, 2015).

Dünya Ekonomik Forumu'nun Seyahat ve Turizm Geliştirme Endeksi verilerine göre, 2019-2021 yılları arasında turizm sektöründe küresel büyüme oldukça sınırlı

seviyelerde gerçekleşmiştir. Bu dönemde dünya genelinde turizm sektöründeki büyüme yalnızca %0,1 olarak kaydedilmiş ve birçok ülke turizm gelirlerinde ciddi düşüşler yaşamıştır. Japonya, turizm alanındaki yatırım ve teşvik politikaları sayesinde %31,8'lik büyüme oranıyla sektörde en yüksek büyüme kaydeden ülke olurken; Amerika Birleşik Devletleri, İspanya, Fransa, Almanya, İsviçre ve Avustralya gibi gelişmiş ülkeler sektördeki güçlü konumlarını koruyarak rekabet avantajlarını sürdürmüştür. Ancak aynı dönemde, Çad, Yemen, Mali ve Sierra Leone gibi ülkelerde turizm sektöründe ciddi gerilemeler gözlemlenmiş; bu ülkeleri Angola, Kamerun, Lesotho, Nijerya, Malavi ve Venezuela takip etmiştir. Küresel değerlendirme kapsamında ele alınan 117 ülkeden 57'sinde turizm sektöründe düşüş yaşanmış olup, bu durum, pandemi sonrası toparlanmanın tüm dünyada eşit şekilde gerçekleşmediğini ortaya koymaktadır. Buna karşılık, Vietnam, Endonezya ve Suudi Arabistan gibi ülkeler, turizme yönelik yatırımlarını artırarak sektörde büyüme kaydeden ülkeler arasında yer almış ve uluslararası turizm pazarında rekabet avantajlarını güçlendirmiştir. Turizm sektörünün küresel krizler karşısında daha dirençli hale getirilmesi ve gelecekte benzer olumsuzlukların en aza indirilmesi adına sürdürülebilir turizm uygulamalarının teşvik edilmesi gerekmektedir. Özellikle ekoturizm ve yeşil turizm projeleriyle doğa dostu turizm politikalarının yaygınlaştırılması, sektörde uzun vadeli istikrarın sağlanması açısından kritik bir öneme sahiptir. Turizm merkezi yönetimi stratejilerinin çevresel sürdürülebilirlik odaklı olarak yeniden ele alınması, turizm faaliyetlerinin yerel ekonomilere olan katkısını artırırken, doğal kaynakların korunmasına da katkı sağlamaktadır (Emekli, 2005; Koday & Kızıllan, 2018). Küresel turizm sektörünün geleceği, çevresel tehditlere karşı alınacak önlemler ve sürdürülebilir kalkınma politikalarının etkin bir şekilde uygulanmasına bağlı olacaktır.



Şekil 1.1. Bölgelere Göre Gelen Uluslararası Turist Sayısı (Statista, 2024)

Şekil 1.1, 2005-2024 yılları arasındaki uluslararası turist girişlerinin bölgesel dağılımını ortaya koymaktadır. Veriler, turizm sektörünün 2019 yılına kadar küresel ölçekte istikrarlı bir büyüme eğilimi sergilediğini göstermektedir. Grafik dikkatle incelendiğinde, 2005 yılından itibaren uluslararası turist sayısında yıllık bazda düzenli bir artış yaşandığı; özellikle 2010 yılı sonrasında bu artışın daha da belirgin hâle geldiği anlaşılmaktadır. Bu eğilim, küreselleşme sürecinin ivme kazanması, ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, turistik bölgelerde gerçekleştirilen yatırımların artması ve dünya genelinde yaşam standartlarının yükselmesi gibi faktörlerin turizme olan talebi önemli ölçüde artırdığını göstermektedir. Bölgesel düzeyde yapılan değerlendirmeler, Avrupa kıtasının uluslararası turizmdeki payının ve etkisinin diğer bölgelere kıyasla oldukça yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Grafik üzerinde mavi renkle temsil edilen Avrupa bölgesi, tüm dönem boyunca en fazla uluslararası turist çeken seyahat bölgesi olarak öne çıkmaktadır. Avrupa'nın bu hâkimiyeti, kıtanın sahip olduğu tarihi ve kültürel mirasın çeşitliliği, gelişmiş ulaşım altyapısı ve turistik hizmetlerin yüksek kalitesi ile ilişkilendirilmektedir (Emekli, 2005). Ayrıca, Schengen bölgesi gibi vizesiz seyahat imkânları, kıta içi turizmin canlı kalmasına katkıda bulunmuştur. Asya-Pasifik bölgesi, 2010 sonrası dönemde güçlü bir büyüme ivmesi yakalamış ve küresel

turizmdeki payını giderek artırmıştır. Çin, Japonya, Güney Kore, Tayland ve Endonezya gibi ülkelerin turizm sektörüne yönelik yaptığı yatırımlar, bölgedeki turist girişlerinin artış göstermesinde önemli bir rol oynamıştır. Özellikle Çin'in yükselen ekonomik gücü, hem iç turizmi hem de outbound (yurt dışına seyahat eden) turizmi açısından küresel turizm sektörüne büyük katkılar sağlamıştır. Amerika çatısı altında, Kuzey ve Güney Amerika ülkeleri, turistik çekicilik açısından oldukça farklı destinasyonlara sahip olup, ABD ve Kanada gibi ülkeler iş, kültür ve eğlence turizmi açısından büyük bir cazibe merkezi olmuştur. Aynı zamanda, Karayipler, Brezilya ve Arjantin gibi ülkeler de doğal güzellikleri ve kültürel miraslarıyla önemli destinasyonlar arasında yer almaktadır. Orta Doğu bölgesi ise görece daha küçük bir paya sahip olmasına rağmen, 2015 sonrası dönemde istikrarlı bir büyüme göstermiştir. Katar, Birleşik Arap Emirlikleri ve Suudi Arabistan gibi ülkelerin büyük ölçekli turizm yatırımları ve etkin destinasyon yönetimi politikaları, bölgenin turizmdeki payının artmasına neden olmuştur (Öztürk & Yazıcıoğlu, 2002).

Özellikle Expo 2020 Dubai gibi büyük çaplı etkinlikler, Orta Doğu bölgesindeki uluslararası turizmin gelişimine katkıda bulunmuştur. Afrika kıtası, grafikte en düşük paya sahip bölge olarak gözlemlenmektedir. Ancak 2015 sonrası dönemde Afrika'da turizm sektörünün gelişmeye başladığı görülmektedir. Özellikle Sahra Altı Afrika ülkeleri, doğa turizmi, safari ve kültürel miras alanlarında sunduğu benzersiz deneyimlerle uluslararası turizm pazarında kendilerine yer edinmeye başlamıştır. Bununla birlikte, kıtada altyapı eksiklikleri, siyasi istikrarsızlıklar ve güvenlik sorunları gibi faktörler, turizm sektörünün daha hızlı büyümesini kısıtlamaktadır.

Küresel turizm sektörünün 2020 yılında ciddi bir düşüş yaşadığı açıkça görülmektedir. Bu gerilemenin temel sebebi, COVID-19 pandemisi nedeniyle dünya genelinde uygulanan seyahat yasakları ve kapanmalardır. Pandemi süreci, uluslararası turizm sektörünü tarihinin en büyük krizlerinden biriyle karşı karşıya bırakmış, özellikle havacılık ve konaklama sektörü büyük ölçüde zarar görmüştür. Devam eden süreçte 2021 ve 2022 yıllarında ise kademeli bir toparlanma sürecine girildiği görülmektedir. Aşı programlarının yaygınlaşması, seyahat kısıtlamalarının gevşetilmesi ve turistik destinasyonlarda uygulanan teşvik politikaları, uluslararası turist akışının yeniden artmasını sağlamıştır. Daha sonra 2023 ve 2024 yılları itibarıyla uluslararası turist sayılarının pandemi öncesi seviyelere ulaştığı gözlemlenmektedir. Bu durum, turizm

sektörünün krizlere karşı dirençli bir yapıya sahip olduğunu ve ekonomik toparlanma süreçlerinin etkili bir şekilde yönetildiğini göstermektedir. Ancak, turizm sektöründeki büyümenin sürdürülebilirliği açısından, çevresel etkilerin en aza indirilmesi, destinasyon yönetimi stratejilerinin geliştirilmesi ve aşırı turizmin yaratabileceği olumsuzlukların önlenmesi büyük önem taşımaktadır (Karakaş & Güngör, 2015).

1.4. TÜRKİYE'DE TURİZM

Türkiye, stratejik coğrafi konumu sayesinde tarih boyunca gezginlerin ve seyyahların önemli rotalarından biri olmuştur. Cumhuriyet'in ilk yıllarında, dünya genelinde yaşanan ekonomik, askeri ve siyasi istikrarsızlıklar ile Türkiye'nin kendini yeniden inşa süreci, turizme yeterince önem verilmesini engelleyen faktörler arasında yer almıştır. Ancak, 1950'li yıllardan itibaren ülke turizmi önemli bir ivme kazanmıştır (Erdem, 2017). Türkiye'de 1963 yılından itibaren beş yıllık kalkınma planları, turizm sektörüne yönelik olumlu etkiler sağlarken, 16 Mart 1982 tarihli ve 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nun Resmî Gazete'de yayınlanması, turizmin Türkiye'deki gelişiminin önünü açmıştır (Çavuş, Ege & Çolakoğlu, 2009). Bu dönemde askeri, siyasi ve ekonomik gelişmelere oldukça duyarlı bir yapıya sahip olan turizm sektörü, 2000'li yıllardan itibaren Türkiye ekonomisinin önemli bir bileşeni haline gelmiştir.

Türkiye'de turizmin sürdürülebilir bir anlayışla yönetilmesi, ülkenin doğal, tarihsel ve kültürel mirasına bağlı politikalar benimsenmesiyle mümkündür. Bu mirası göz ardı eden ya da vizyon ve misyonunun merkezine koymayan bir turizm yaklaşımı, uzun vadede başarısızlığa mahkûm olacaktır. Böylesi bir anlayış, yalnızca geri dönüşü olmayan çevresel ve kültürel tahribata yol açmaktadır. Türkiye'nin zengin tarihi, çok katmanlı kültürü, çok dinli ve çok dilli yapısı, ülkeyi dünya gezginlerinin vazgeçilmez destinasyonları arasında birinci sıraya taşıyacak niteliktedir. Doğu ile batının buluşma noktası olan Türkiye, adeta bir açık hava müzesi konumundadır. Ülkenin “ucuz ülke” algısı yerine, bir “kültür ülkesi” algısına yönlendirilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda, “turistlere çağrı” anlayışı yerine, “gezinlere çağrı” kavramının ön plana çıkarılması önem arz etmektedir (Pekin, 2011).

Türkiye, 1990'lardan itibaren hızla büyüyen bir turizm sektörüyle dikkat çekmiş ve uluslararası turizm pazarında önemli bir yer edinmiştir. Nitekim 1990 yılında Türkiye'ye

gelen turist sayısı yaklaşık 5 milyon iken, bu sayı 2000 yılında 10 milyonun üzerine çıkmıştır ve 2000’li yıllar boyunca gerek altyapı yatırımları gerekse tanıtım faaliyetleri ile turizm sektörü hızla gelişmiştir (Tutar, Alpaslan, Tutar & Erkan, 2013). Sonrasında ise 2014 yılında turist sayısı 41 milyon ile zirve yapmıştır. Bu yıllarda Türkiye, özellikle deniz-kum-güneş turizmi ve kültürel miras turizmiyle öne çıkmış, Akdeniz ve Ege kıyıları yoğun ziyaretçi çekmiştir. Devam eden süreçte 2016 yılında yaşanan siyasi ve güvenlik sorunları nedeniyle turist sayısında ciddi bir düşüş yaşanmış ve bu sayı 25,3 milyona gerilemiştir. Ancak 2017’den itibaren toparlanma sürecine girilmiş ve 2019 yılında Türkiye, 51,9 milyon turiste ev sahipliği yaparak tarihindeki en yüksek uluslararası turist sayısına ulaşmıştır. COVID-19 pandemisinin küresel etkileri, Türkiye’nin turizm sektörünü de derinden sarsmış ve 2020 yılında turist sayısında dramatik bir düşüş yaşanmıştır (Şahin & Güzel, 2020).

Pandemi sonrası dönemde ise sektör, 2021 yılında 29 milyon ve 2022 yılında 44,5 milyon turist ağırlayarak toparlanma sürecini hızlandırmıştır. Sonrasında 2023 ve 2024 yıllarında ise uluslararası seyahatlerin normalleşmesiyle birlikte Türkiye’nin turist sayısının 50 milyonun üzerine çıktığı ve yeniden pandemi öncesi seviyelere yaklaştığı görülmüştür. COVID-19 pandemisi, Türkiye’nin turizm sektörü üzerinde derin ve belirgin etkiler bırakmıştır. TÜİK verilerine göre, 2020 yılında ülkemize gelen ziyaretçi sayısı %69,14 azalarak 15,9 milyona düşmüştür. Bu ziyaretçilerin 12,7 milyonunu yabancı turistler oluştururken, 3,2 milyonunu ise yurtdışında ikamet eden Türk vatandaşları meydana getirmiştir. Aynı yıl içinde Türkiye’ye en çok ziyaretçi gönderen ülkeler arasında Rusya, Bulgaristan, Almanya, Ukrayna ve İngiltere yer almıştır. Gelen ziyaretçiler, İstanbul, Antalya, Edirne, Muğla ve Artvin gibi sınır kapılarıyla giriş yapılan şehirlerde yoğunlaşmıştır (TÜİK, 2023). Bu durum, pandeminin etkisiyle daralan turizm sektörünün gelecekte daha dirençli ve sürdürülebilir bir yapı kazanması gerektiğini göstermektedir.

Türkiye’nin, uluslararası turizmde sahip olduğu benzersiz coğrafi konumu, zengin kültürel mirası ve doğal güzellikleri, yabancı ziyaretçilerin her yıl artarak bu ülkeyi tercih etmelerinin ana nedenlerini oluşturmaktadır. Ancak bu durum, ülkeye giriş yapan ziyaretçilerin demografik özelliklerinden ziyaret amaçlarına kadar pek çok dinamik açısından detaylı bir analizi gerektirmektedir (Özgüç, 2010). Güncel veriler, yabancı ziyaretçilerin davranışlarının hem ekonomik hem de sosyal etkilerini anlamak için önemli

ipuçları sunmaktadır. Türkiye'yi ziyaret eden yabancı ziyaretçilerin profili, konaklama alışkanlıkları, harcama kalemleri ve ziyaret motivasyonları, uluslararası turizm literatüründe daha önce yapılan çalışmalarla karşılaştırıldığında dikkate değer farklılıklar ve benzerlikler göstermektedir (Barlak & Başar, 2024). Öncelikle, Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin demografik ve coğrafi dağılımları incelendiğinde, Avrupa Birliği ülkelerinden gelen turistlerin halen önemli bir ağırlığa sahip olduğu, buna karşın Asya ve Orta Doğu ülkelerinden gelen turistlerin payında da önemli artışlar gözlemlendiği anlaşılmaktadır (Karataş & Babür, 2013). Bu durum, özellikle COVID-19 sonrası dönemde uluslararası seyahatlerin yeniden şekillendiği bir bağlamda değerlendirilmelidir. Literatürde, COVID-19'un turizm davranışları üzerindeki etkilerine ilişkin çalışmalar, seyahat motivasyonlarının değiştiğini ve daha kısa süreli, sağlık odaklı veya doğal ortamları ön plana çıkaran destinasyonların tercih edildiğini göstermektedir. Türkiye'nin termal turizm ve kırsal turizm potansiyelinin bu bağlamda ön plana çıkması, bu literatürle uyumludur. Ancak Türkiye'nin şehir turizmi ve kültürel miras odaklı turizm çeşitliliği, diğer ülkelerle karşılaştırıldığında hala avantajlarını korumaktadır (Soyak, 2013).

Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin geceleme sürelerine ilişkin veriler de önemli bir içgörü sunmaktadır. Özellikle 2023 yılı verileri, Türkiye'de geceleme süresinin ortalama 4,5 gece olduğunu göstermektedir ki bu, Avrupa ortalamasının altındadır. Bunun başlıca nedenlerinden biri, Türkiye'ye günübirlik veya kısa süreli iş gezileri için gelen ziyaretçilerin oranındaki artış olmaktadır. Aynı zamanda, tatil sürelerinin kısalması ve bireylerin seyahatlerini daha sık ama daha kısa sürelerle planlama eğilimi, Türkiye'deki geceleme ortalamasını doğrudan etkilemektedir. Ziyaretçilerin konaklama sürelerinin destinasyon memnuniyeti ve harcama miktarları üzerindeki etkilerine ilişkin çalışmalarda, uzun süreli konaklamaların yerel ekonomiye daha fazla katkı sağladığı vurgulanmaktadır. Türkiye için bu verilerin analizinde, özellikle ziyaretçilerin uzun süreli konaklamalara yönlendirilmesi amacıyla stratejiler geliştirilmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır (TÜİK, 2023).

Yabancı ziyaretçilerin Türkiye'deki harcama kalıplarını analiz etmek, ülke ekonomisine olan katkılarını değerlendirmek açısından büyük önem taşımaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, 2023 yılının dördüncü çeyreğinde yabancı turistlerin kişi başı ortalama harcaması 626 dolar olarak kaydedilmiştir. Ancak,

bu ortalama harcama tutarları ziyaretçilerin geldikleri ülkelere ve seyahat amaçlarına göre farklılık göstermektedir. Özellikle Körfez ülkelerinden gelen turistlerin harcama eğilimleri, diğer bölgelerden gelen ziyaretçilere kıyasla daha yüksek seviyededir. Doğu Karadeniz Bölgesi'nde yapılan bir analiz, Arap turistlerin Türkiye'yi ziyaret eden diğer yabancı turistlerin ortalamasının yaklaşık dört katı fazla harcama yaptığını ortaya koymuştur. Bu yüksek harcama eğilimi, lüks otellerde konaklama, alışveriş ve sağlık turizmi gibi alanlardaki yoğun taleplerinden kaynaklanmaktadır (Düzgün & Ödemiş, 2020).

Öte yandan, Avrupa ülkelerinden gelen turistler genellikle kültürel ve tarihi ziyaret noktalarına ilgi göstermekte ve harcamalarını bu doğrultuda planlamaktadır. Bu ziyaretçilerin harcama kalıpları, Körfez ülkelerinden gelen turistlere göre daha düşük seviyelerde seyretmektedir. Visa tarafından yapılan bir araştırmaya göre, Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistler seyahat başına ortalama 2.900 dolar harcamaktadır. Ancak, bu ortalama harcama tutarı, ziyaretçilerin geldikleri bölgelere ve seyahat amaçlarına göre değişiklik gösterebilmektedir (Visa, 2024). Turizm harcamaları ile destinasyon memnuniyeti arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar, yüksek harcama yapan turistlerin genellikle daha yüksek gelir gruplarından geldiğini ve bu ziyaretçilerin destinasyondan beklentilerinin daha fazla olduğunu göstermektedir (Çilesiz & Selçuk, 2018). Bu bağlamda, Türkiye'nin yüksek gelir gruplarına yönelik pazarlama stratejilerini çeşitlendirmesi, turizm gelirlerini artırmak açısından önemli bir fırsat sunabilmektedir. Özellikle lüks konaklama, sağlık turizmi ve alışveriş olanaklarının geliştirilmesi, bu segmentteki turistlerin ilgisini çekebilmektedir.

Yabancı ziyaretçilerin Türkiye'yi tercih etme nedenleri arasında kültürel miras, doğal güzellikler ve uygun fiyatlı turizm olanakları öne çıkmaktadır. Örneğin, Kapadokya, Pamukkale ve Efes gibi dünya çapında bilinen destinasyonlar, yabancı turistlerin Türkiye'yi tercih etmelerindeki en önemli çekim unsurları arasında yer almaktadır. Bununla birlikte, Antalya ve Bodrum gibi sahil bölgelerinin yanı sıra termal turizm potansiyeli olan Afyon ve Yalova gibi destinasyonlar da farklı ziyaretçi grupları için cazip birer seçenek sunmaktadır (Günel, Alaeddinoğlu & Şahinalp, 2009; Kaya, 2018). Bu bağlamda, literatürde farklı turizm türlerinin destinasyon cazibesi üzerindeki etkileri incelendiğinde, Türkiye'nin sunduğu çeşitliliğin, ülkenin uluslararası turizmdeki rekabet gücünü artırdığı sonucuna varılabilmektedir. Ancak, bu potansiyelin tam

anlamıyla değerlendirilebilmesi için sürdürülebilir turizm politikalarının hayata geçirilmesi gerekmektedir.

Türkiye’yi ziyaret eden yabancı turistlerin profili, ülkenin uluslararası turizmdeki mevcut ve gelecekteki konumunu anlamak açısından önemli ipuçları sunmaktadır. Bu ziyaretçilerin motivasyonları, harcama alışkanlıkları ve demografik özellikleri, Türkiye’nin turizm stratejilerinin gelecekte nasıl şekillendirilmesi gerektiğine dair önemli veriler sağlamaktadır. Türkiye’nin, kültürel miras ve doğal güzellikler gibi geleneksel çekim unsurlarını korurken, dijital pazarlama, kişiselleştirilmiş turizm deneyimleri ve sürdürülebilir turizm uygulamaları gibi modern stratejileri benimsemesi, uluslararası turizmdeki rekabet gücünü artırabilmektedir (Çiğdemli, 2016). Bu bağlamda, yabancı turistlerin Türkiye’ye yönelik ilgisinin sürdürülebilir bir şekilde artması, hem ülke ekonomisine hem de yerel halkın refahına önemli katkılar sağlamaktadır. Ancak, bu süreçte, çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik unsurlarının göz önünde bulundurulması ve mevcut turizm altyapısının güçlendirilmesi hayati bir öneme sahiptir (TÜİK, 2023).

Türkiye’de termal ve kayak turizminin önemi, ülkenin sahip olduğu eşsiz coğrafı, iklimsel ve doğal avantajlarla doğrudan ilişkilidir (Soykan, 2003). Bu iki turizm türü, Türkiye’nin ulusal turizm gelirlerini artırmada ve uluslararası turizm pazarındaki konumunu güçlendirmede stratejik bir role sahiptir. Ülkenin termal kaynaklar açısından dünya sıralamasında üst sıralarda yer alması ve dağlık coğrafyasının sunduğu benzersiz kayak olanakları, bu turizm türlerinin potansiyelini artırmaktadır (Emekli, 2002). Ancak bu potansiyelin etkin bir şekilde değerlendirilebilmesi için altyapı, pazarlama ve sürdürülebilirlik gibi kritik konularda daha fazla çaba harcanması gerekmektedir (Gürün, 2014).

Türkiye’de termal turizm, hem sağlık hem de rekreasyon amaçlı seyahatler açısından giderek daha fazla tercih edilmektedir. Afyonkarahisar, Yalova, Kütahya, Denizli ve Balıkesir gibi iller, termal kaynak zenginlikleri ile öne çıkmaktadır (Gündüz, 2015; Kızıldemir, İbiş & Çöp, 2019). Bu bölgelerde bulunan termal tesisler, romatizmal hastalıklar, cilt sorunları, solunum yolu rahatsızlıkları ve kas-iskelet sistemi hastalıkları gibi sağlık problemleri için tedavi olanakları sunmaktadır (Kök, 2013). Bu durum, özellikle yaşlı turistler ve sağlık odaklı seyahat eden ziyaretçiler için Türkiye’yi cazip bir turizm merkezi haline getirmektedir. Literatürde, termal turizmin sağlık turizmi alt

kategorilerinden biri olarak ekonomik açıdan önemli katkılar sağladığı ve turistlerin daha uzun süreli konaklama eğilimi gösterdiği belirtilmektedir. Türkiye'nin termal kaynaklarının çeşitliliği ve şifa özellikleri, bu eğilimlerle uyum göstermektedir. Ancak, termal turizmin daha fazla gelir yaratabilmesi için hizmet kalitesinin artırılması, tesislerin modernize edilmesi ve uluslararası sağlık turizmi standartlarına uygun hale getirilmesi gerekmektedir (Doruk, 2019).

Kayak turizmi açısından değerlendirildiğinde, Türkiye, dağlık coğrafyası ve dört mevsim iklimi sayesinde önemli bir avantaja sahiptir. Ülkenin farklı bölgelerinde yer alan Uludağ, Palandöken, Kartalkaya, Erciyes ve Sarıkamış gibi kayak merkezleri, hem yerli hem de yabancı turistler için cazip destinasyonlar sunmaktadır (Doğanay & Doğanay, 2005; Zaman & Birinci, 2009; Doğaner, 2012; Emekli, 2015; Somuncu, 2019). Türkiye'nin sahip olduğu bu kış turizmi potansiyeli, sadece kayak ve snowboard gibi kış sporları ile sınırlı kalmayıp, yıl boyunca doğa turizmi, dağcılık ve diğer açık hava etkinlikleri ile de desteklenebilir niteliktedir. Bu bağlamda, Türkiye'nin kış turizmi altyapısını daha da güçlendirmesi, turistik çeşitliliği artırarak sektördeki rekabet gücünü yükseltmesine yardımcı olabilir. Özellikle Palandöken'in uzun kayak pistleri ve Erciyes'in uluslararası standartlardaki altyapısı, Türkiye'nin kış turizmi alanındaki büyüme potansiyelini göstermektedir.

Kayak turizminin gelişimi, yalnızca ekonomik katkılar açısından değil, aynı zamanda bölgesel kalkınma ve istihdam yaratma açısından da büyük bir önem taşımaktadır. Akademik çalışmalar, kayak merkezlerinin bulunduğu bölgelerde istihdam oranlarının arttığını, yerel ekonominin canlandığını ve altyapının geliştiğini göstermektedir (Koşan & Türkmendağ, 2018). Bu noktada, Türkiye'nin kış turizmi potansiyelini daha ileriye taşımak için bölgesel iş birliklerinin artırılması, uluslararası spor organizasyonlarının düzenlenmesi ve özel sektör yatırımlarının teşvik edilmesi gerekmektedir (Özgüç, 2010). Ancak, bu gelişmelerin çevresel sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde ele alınması büyük önem arz etmektedir. Kayak merkezlerinin doğal yaşam alanları üzerindeki etkileri göz önüne alındığında, çevresel koruma stratejilerinin bir öncelik olarak benimsenmesi gerekmektedir (Özçoban, 2019). Özellikle kar üretimi için kullanılan teknolojilerin doğa dostu olması, su kaynaklarının sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi ve doğal habitatların korunması, kış turizminin uzun vadede sürdürülebilir bir sektör olarak varlığını sürdürmesini sağlamaktadır (Koca, Zaman & Coşkun, 2007).

Türkiye’de termal ve kayak turizmi, uluslararası tanıtım stratejileri açısından da oldukça önemli bir konumda yer almaktadır. Son yıllarda, Türkiye termal kaynaklarını ve kış turizmi destinasyonlarını uluslararası fuarlarda tanıtarak, sağlık ve kış turizmine yönelik kampanyalar düzenlemektedir. Ancak, bu tanıtım faaliyetlerinin daha kapsamlı bir şekilde ele alınması ve destinasyonların küresel rekabet gücünü artıracak şekilde pazarlanması gerekmektedir (Türksoy & Türksoy, 2010). Literatürde, destinasyonların dijital pazarlama stratejileri ile daha geniş bir kitleye ulaşabildiği ve turistlerin destinasyon tercihlerini etkilediği belirtilmektedir (Aklanoğlu, 2008; Zengin & Eker, 2016; Ayaz & Yalı, 2017). Bu doğrultuda, Türkiye’nin termal ve kayak turizmi destinasyonları için dijital platformlarda daha güçlü bir varlık göstermesi, uluslararası rekabet gücünü artırabilir. Dijital pazarlamanın yanı sıra, sosyal medya ve influencer pazarlaması gibi yöntemlerle turizm destinasyonlarının tanıtımının yapılması, turistlerin ilgisini çekme açısından etkili bir strateji olmaktadır.

Termal ve kayak turizmi, ekonomik faydalarının yanı sıra, sosyal ve kültürel etkileri açısından da değerlidir. Termal tesislerde yapılan uzun süreli konaklamalar, turistlerin yerel kültürle daha fazla etkileşim kurmasını sağlamak ve bölge halkının ekonomik refahına katkıda bulunmaktadır (Şengül & Bulut, 2019). Benzer şekilde, kayak merkezleri genç turist grupları ve aileler için cazip destinasyonlar olup, sosyal etkileşimleri artırarak bölgesel turizmin sürdürülebilirliğine katkı sunmaktadır. Ancak, bu etkileşimlerin bölge halkı üzerindeki sosyo-ekonomik etkilerinin daha yakından incelenmesi gerekmektedir (Aklanoğlu, 2008). Literatürde, turizmin yerel topluluklar üzerindeki olası olumsuz etkilerine dikkat çekilmekte, kültürel kimliğin korunması ve yerel halkın turizmden elde ettiği faydanın artırılması gerektiği vurgulanmaktadır (Sandıkçı & Özgen, 2013; Taş, 2012). Bu bağlamda, yerel halkın turizm sektörüne entegrasyonunun sağlanması ve turizm gelirlerinin adil bir şekilde dağıtılması, bölgesel kalkınma politikalarının önemli bir parçası olarak ele alınmalıdır.

Türkiye’nin sahip olduğu bu potansiyelin değerlendirilmesi için sürdürülebilir turizm politikalarının benimsenmesi, altyapı geliştirme projelerinin uygulanması ve uluslararası pazarlama stratejilerinin güçlendirilmesi gerekmektedir. Kayak ve termal turizmi alanındaki gelişmelerin çevresel sürdürülebilirlik çerçevesinde ele alınması, ekosistem dengesinin korunması açısından büyük önem taşımaktadır. Bu noktada, Türkiye’de ön plana çıkan büyük ölçekli termal ve kış turizmi destinasyonlarına ek

olarak, bölgesel kalkınma açısından stratejik bir potansiyel taşıyan Murat Dağı Termal ve Kayak Turizm Merkezi gibi destinasyonların da değerlendirilmesi gerekmektedir. Murat Dağı, sahip olduğu doğal ve rekreatif kaynaklar ile bölgesel turizm çeşitliliğine katkı sağlayabilecek önemli bir alan olup, bu potansiyelin sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi, Türkiye'nin kış ve sağlık turizmi alanındaki konumunu daha da güçlendirebilmektedir.



İKİNCİ BÖLÜM

BULGULAR

2.1. ÇALIŞMA ALANININ TURİZM ÇEKİCİLİĞİ

Antik dönemde "Ddymus" adıyla anılan Murat Dağı, M.Ö. 1200'lü yıllarda Frigyalıların yerleşim alanı olmuştur. Bu dönemden sonra, bölge sırasıyla Makedonya Krallığı'nın ve Bizans İmparatorluğu'nun egemenliğine girmiştir. Türk hâkimiyetine geçmesinin ardından ise Murat Dağı, önce Germiyanogulları Beyliği'nin, ardından Osmanlı Devleti'nin topraklarına dâhil edilmiştir. Dağ, adını 1313 yılında burada şehit düşen Murat Gazi'den almaktadır. Başkomutanlık Millî Parkı'nın batısında konumlanan Murat Dağı'nın doğuya uzanan kesimleri ise söz konusu millî park sınırları içerisinde yer almaktadır. 1922 yılında gerçekleşen Kurtuluş Savaşı sürecinde, Murat Dağı'nın eteklerinde önemli çatışmalar yaşanmıştır (Aytaç, 2003).

Murat Dağı Termal ve Kayak Turizm Merkezi (TKTM), sahip olduğu doğal güzellikler, beşeri yapılar ve kültürel miras öğeleri ile Türkiye'nin önemli alternatif turizm merkezlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Bu bölge, sahip olduğu coğrafi çeşitlilik sayesinde dört mevsim boyunca farklı turizm türlerine olanak sağlayarak, geniş bir ziyaretçi kitlesine hitap etmektedir. Murat Dağı, Batı Anadolu'da Uşak ve Kütahya illeri sınırları içinde yer almakta olup, 2.309 metre yüksekliği ile Batı Anadolu'nun en yüksek zirvelerinden birini oluşturmaktadır (Koçan, 2011).

Bölge aktif olarak yatırım almaya devam etmektedir. Son olarak yapımına 2021 yılında başlanan Murat Dağı Gençlik Kampı faaliyetlerine başlamıştır. 215 yatak kapasiteli, 8 binadan oluşan, 56 odalı, olimpik yüzme havuzuna sahip, 205 seyirci kapasiteli spor salonu bulunan ve 32 oyunluk macera ip parkuruyla birçok etkinlik alanını barındıran kamp çeşitli faaliyetlere ev sahipliği yapabilecek potansiyele sahiptir (Gediz Belediyesi, 2024).

Bölgenin jeomorfolojik yapısı oldukça çeşitlidir ve bu durum turizm faaliyetlerinin yıl boyunca devam etmesine olanak tanımaktadır. Alpin çayırıları, geniş orman ekosistemleri, derin vadiler ve sarp kayalıklar bölgenin karakteristik doğal yapısını oluşturmaktadır. Yüksek rakımlı olması nedeniyle yaz aylarında bile serin bir iklim sunarak, sıcak yaz aylarında serinlik arayan ziyaretçiler için çekici bir kaçış noktası

olmaktadır. Kış aylarında ise yoğun kar yağışı alması sayesinde kayak turizmi açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Özellikle kayak, snowboard ve kızak gibi kış sporları için elverişli pistlere sahip olması, bölgeyi kış turizmi açısından cazip hale getirmektedir. Bununla birlikte, bölgedeki termal kaynakların varlığı, kayak ve termal turizmin bir arada sunulmasını sağlayarak, ziyaretçilere farklı bir deneyim sunmaktadır.

Murat Dağı, yalnızca kış turizmiyle değil, doğa turizmi ve ekoturizm açısından da büyük bir öneme sahiptir. Bölgenin sahip olduğu bitki örtüsü çeşitliliği, özellikle doğaseverler, ekoturizm meraklıları ve botanik araştırmacıları için büyük bir çekim merkezi oluşturmaktadır. Bölge, çam, meşe ve ardıç ormanları ile kaplı (Fotoğraf 2.1.) geniş alanlara sahip olup, bu durum doğa yürüyüşü, trekking, dağ bisikleti ve kampçılık gibi açık hava etkinlikleri açısından önemli bir avantaj sağlamaktadır. Yüksek rakımlı bölgelerde yer alan endemik bitki türleri, bilimsel araştırmalar açısından büyük değer taşıırken, doğa fotoğrafçılığıyla ilgilenen ziyaretçiler için de ilgi çekmektedir.



Fotoğraf 2.1. Murat Dağı Termal Tesisler ve Konaklama Alanlarının Drone Görünümü (Gediz Belediyesi, 2020)

Murat Dağı'nın doğal çekiciliğinin yanı sıra insan faaliyetleri ve turistik altyapısı da bölgenin cazibesini artıran önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Özellikle orman içi yürüyüş parkurları, yamaç yapısı sayesinde dağcılık ve kaya tırmanışı imkânları ve çeşitli doğa sporları için uygun ortamların bulunması, ziyaretçilerin farklı turizm

aktivitelerine yönelmesine olanak tanımaktadır. Aynı zamanda, bölge kampçılık, karavan turizmi ve doğa fotoğrafçılığı gibi çeşitli turizm türlerine de ev sahipliği yaparak, doğayla iç içe bir tatil deneyimi arayan ziyaretçiler için ideal bir turizm merkezi niteliğindedir. Ayrıca bölgede yer alan Murat Dede (Kara Bali) türbesi de inanç turizmi kapsamında ziyaretçilerin bölgeyi tercih ediş sebeplerindendir (Fotoğraf 2.2).



Fotoğraf 2.2. Murat Dede Türbesi

Murat Dağı, turizm açısından sunduğu olanakların çeşitliliği ve zengin doğal kaynakları sayesinde, hem bireysel hem de grup halinde gerçekleştirilen turizm faaliyetleri için uygun bir ortam sunmaktadır. Bölgenin sunduğu turizm çeşitliliği ve dört mevsim boyunca ziyaretçilerini ağırlayabilme potansiyeli, Murat Dağı'nı Batı Anadolu'nun en önemli turistik destinasyonlarından biri haline getirmektedir. Bu özellikleriyle bölge, hem yerel hem de ulusal ölçekte sürdürülebilir turizm politikalarının uygulanması ve turizm altyapısının güçlendirilmesi açısından büyük bir öneme sahiptir.

Murat Dağı, sahip olduğu zengin jeotermal kaynakları ile termal turizm açısından Türkiye'nin önemli merkezlerinden biri olma potansiyelini taşımaktadır. Bölgenin jeotermal kaynakları, doğal şifalı suları ile öne çıkmakta ve sağlık turizmi kapsamında değerlendirilmektedir. Özellikle yer altından çıkan sıcak su kaynaklarının kimyasal ve mineral yapıları, birçok sağlık sorununa yönelik tamamlayıcı tedavi yöntemi olarak kullanılabilir. Bölgedeki termal su kaynakları, tarih boyunca yerel halk tarafından çeşitli sağlık sorunlarının tedavisi amacıyla kullanılmış olup, bu gelenek günümüzde de devam etmektedir. Jeotermal kaynaklara sahip olan Murat Dağı, bu yönüyle sadece yerel

halkın değil, sağlık turizmine ilgi duyan turistlerin de dikkatini çekmektedir. Bölgedeki termal suyun bileşimi incelendiğinde, içerisinde kalsiyum, magnezyum, sülfat ve bikarbonat gibi çeşitli minerallerin bulunduğu görülmektedir. Bu mineral bileşenleri nedeniyle Murat Dağı termal suları, özellikle romatizmal hastalıklar, kas-iskelet sistemi rahatsızlıkları, cilt hastalıkları ve bazı sinirsel rahatsızlıklar için rahatlatıcı ve destekleyici bir etkiye sahiptir. Termal suların rahatlatıcı ve yenileyici özellikleri, modern tıp uygulamalarıyla birleştiğinde sağlık turizmi açısından büyük bir çekicilik oluşturmaktadır (Özav, 2010). Özellikle yaşlı bireyler, spor yaralanmalarından iyileşme sürecinde olan kişiler ve stresten arınmak isteyen ziyaretçiler, bu termal sulardan yararlanarak kendilerini fiziksel ve zihinsel olarak yenileme fırsatı bulmaktadır.

Murat Dağı'nın termal turizm potansiyelini artıran bir diğer önemli faktör, bölgenin dört mevsim boyunca turistik faaliyetler için uygun bir yapıya sahip olmasıdır. Kış aylarında kayak turizmi için gelen ziyaretçiler, kayak sonrası kas gevşetici ve dinlendirici etkisi bulunan termal sulardan yararlanarak bölgedeki tatillerini daha keyifli hale getirebilmektedir. Bu durum, Murat Dağı'nın hem kış turizmi hem de sağlık turizmi açısından entegre bir turizm destinasyonu haline gelmesine olanak tanımaktadır. Bu doğrultuda yapılacak altyapı tesisleri, planlama ve pazarlama stratejileri ile ziyaretçilerin konaklama sürelerinin uzatılması ve bölgeye yapılan turizm harcamaları payının artırılması mümkün olacaktır.

Murat Dağı, sahip olduğu doğal ve kültürel değerler doğrultusunda, 18 Mart 1987 tarihli ve 11608 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile "Turizm Merkezi" statüsüne kavuşmuştur. Bölge, çeşitli niteliklerde termal kaynakları bünyesinde barındırmaktadır. Bu termal kaynaklar, Murat Dağı'nın yaklaşık 1450 metre rakımında yer almaktadır. Kaplıca sularının toplam debisi 45.26 litre/saniye olup, sıcaklık değerleri 29 ila 50 °C arasında değişmektedir. Suların kimyasal bileşenleri arasında sülfat, kalsiyum, magnezyum ve bromür bulunmaktadır (Koçan, 2011).

Termal turizm kapsamında Murat Dağı'nda bulunan mevcut termal tesislerde (Fotoğraf 2.3), modern spa uygulamaları, geleneksel Türk hamamları, masaj ve terapötik banyo hizmetleri gibi farklı sağlık ve wellness olanakları sunulmaktadır. Bu sayede, bölge yalnızca sağlık turizmi açısından değil, aynı zamanda wellness hizmetleri bağlamında da gelişim göstermektedir. Termal otellerin sayısının artması ve mevcut tesislerin

yenilenmesi, Murat Dağı'nı sağlık ve termal turizmde rekabetçi bir turizm merkezi haline getirebilir.

Bölgedeki turizm altyapısı sürekli olarak geliştirilmektedir. Kayak merkezi ve termal tesisler, ziyaretçilerin konforlu bir deneyim yaşaması için modernize edilmekte ve genişletilmektedir (Özav, 2010). Bölgenin jeotermal kaynaklarının ekonomik olarak değerlendirilmesi, sürdürülebilir turizm politikaları çerçevesinde ele alınmalıdır. Termal turizme yapılacak yatırımların, çevresel dengeyi bozmayacak şekilde planlanması ve sürdürülebilir su yönetimi politikaları ile desteklenmesi büyük önem taşımaktadır. Murat Dağı'nın ekolojik yapısı korunarak geliştirilecek termal turizm faaliyetleri, bölgenin uzun vadede turistik cazibesini artıracak ve yerel ekonomiye katkı sağlayacaktır.



Fotoğraf 2.3. Murat Dağı Termal Tesislerden Bir Görünüm.

Çalışma sahasına ilişkin sıcaklık verileri, Gediz, Uşak ve Kütahya meteoroloji istasyonlarının ölçümlerinin ortalamasıdır. Bu istasyonlardan elde edilen yıllık ortalama sıcaklık değerleri; Gediz ve Uşak için 12.6 °C, Kütahya için ise 10.8 °C olarak kaydedilmiştir. Murat Dağı'nda en düşük sıcaklıkların görüldüğü dönemler Ocak ve Şubat aylarıdır; bu aylarda Uşak'ta ortalama sıcaklık 2.9 °C, Kütahya'da 1.1 °C ve Gediz'de 3.0 °C olarak tespit edilmiştir. En yüksek sıcaklık değerleri ise Temmuz ayında görülmektedir; bu ayda Uşak'ta 23.5 °C, Kütahya'da 20.9 °C ve Gediz'de 24.0 °C ortalama sıcaklık değerleri ölçülmüştür. Bölgenin rüzgâr rejimi incelendiğinde, Murat Dağı zirvesinde hâkim yönün kuzeybatı sektörü olduğu belirlenmiştir. Yıllık ortalama yağış miktarı 571 mm olup, özellikle dağın kuzey yamaçlarında Karadeniz kıyılarına

benzer düzeyde yağış gözlemlenmektedir. Karla kaplı gün sayısı ise ortalama olarak Uşak'ta 13 gün, Kütahya'da 39 gün, Gediz'de ise 9 gün olarak belirlenmiştir (Devlet Meteoroloji İşleri Genel Müdürlüğü, 2025).

Kış turizmi açısından ele alındığında, Murat Dağı Termal ve Kayak Turizm Merkezi (TKTM), sahip olduğu doğal koşullar, uzun süren kar örtüsü ve turistik altyapısıyla bölgenin önemli kış sporları destinasyonlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Batı Anadolu'nun en yüksek noktalarından biri olan Murat Dağı, yüksek rakımı sayesinde mevsimsel kar yağışının düzenli olarak gerçekleştiği ve kar kalitesinin yüksek olduğu bir alandır. Özellikle soğuk hava koşulları ve bölgenin coğrafi yapısı, karın uzun süre yerde kalmasına ve kayak sezonunun bölge şartlarında uzun sürmesine olanak tanımaktadır. Bu durum, kış turizmi açısından oldukça önemli bir avantaj sağlamaktadır; zira kayak merkezlerinin turistik çekiciliği, kar kalitesi ve sezon uzunluğu gibi faktörlere bağlı olarak şekillenmektedir. Murat Dağı, bu bağlamda bölgedeki en dikkat çekici kayak merkezlerinden biri olarak değerlendirilmektedir.

2024 yılı itibarıyla Murat Dağı'nda 753 metre uzunluğa ve 700 kişilik kapasiteye sahip bir teleski (T-BAR) tesisi bulunmaktadır. Ayrıca kısa pist için kullanılan yürüyen bant 2024 yılı itibarıyla hizmete girmiştir (Fotoğraf 2.4). Bölgede toplam 7.767 metre uzunluğundaki kayak pistlerinin 2.053 metrelik kısmı aktif olarak kullanılmaktadır. Murat Dağı TKTM'de zorluk derecelerine göre sınıflandırılmış pistler yer almaktadır: iyi düzey kayakçılar için kırmızı, orta düzey için mavi ve başlangıç düzeyindekiler için yeşil renkli kayak pistlerinin yanı sıra bir adet kızak pisti de mevcuttur. Merkezde kayaklı koşu, snowboard ve alp disiplini gibi kış sporlarına yönelik faaliyetler yürütülmekte; ayrıca kayak sporunun dışında atletizm dağ koşusu branşında Türkiye Şampiyonası ve millî takım seçmeleri düzenlenmektedir. Bunun yanında, dağcılık, off-road, kampçılık gibi çeşitli doğa sporları etkinliklerine de ev sahipliği yapılmaktadır (Kütahya Valiliği, 2024).

Murat Dağı TKTM'de bulunan pistlerin fiziksel yapısı ve genişliği, hem amatör hem de profesyonel kayakçılar için ideal koşullar sunmaktadır. Kayak merkezinde bulunan pistler farklı eğimlere ve zorluk seviyelerine sahiptir. Amatör sporcular ve çocuklar için daha az eğimli ve güvenli pistler bulunurken, profesyonel kayakçılar için daha dik ve teknik beceri gerektiren pistler mevcuttur. Pistlerin genişliği, uzunluğu ve eğimi, kayakçılar için güvenli ve keyifli bir kayak deneyimi sunarken, pistlerin düzenli

olarak bakımı ve kar ezme makineleriyle hazırlanması, kayak yapmayı daha konforlu hale getirmektedir.

Murat Dağı Kayak Merkezi, modern telesiyej ve teleski sistemlerine sahip olup, kayak severlerin pistlere kolay ve hızlı erişimini sağlamaktadır. Telesiyejler, kayakçıların zirveye taşınmasını hızlandırarak pistlerdeki yoğunluğu azaltmakta ve kayak deneyimini daha verimli hale getirmektedir. Bu sistemler, ziyaretçilerin uzun süre beklemeden pistlere ulaşmasını sağlamakta, böylece kayak süresi maksimum düzeye çıkmaktadır. Telesiyej ve teleski sistemlerinin modern teknolojiyle donatılmış olması, ziyaretçilerin konforunu artırırken aynı zamanda bölgenin turistik çekiciliğine katkı sağlamaktadır.

Murat Dağı TKTM'nin bir diğer önemli özelliği, kış sporlarına yönelik sunduğu çok yönlü olanaklardır. Kayak ve snowboard gibi kış sporlarının yanı sıra, kızak pistleri, kar motoru turları ve yürüyüş parkurları gibi alternatif kış turizmi aktiviteleri de sunulmaktadır (Fotoğraf 2.4). Bu olanaklar, kayak yapmayı tercih etmeyen veya farklı kış sporları deneyimlemek isteyen ziyaretçilere çeşitli seçenekler sunarak, Murat Dağı'nın kış turizmi açısından daha geniş bir kitleye hitap etmesini sağlamaktadır. Bölgedeki konaklama olanaklarının gelişmekte olması, kış turizminin sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır. Ayrıca kayak ve termal turizmin entegre edilmesi, hem spor hem de sağlık turizmini bir araya getirerek Murat Dağı'nı benzersiz bir kış turizmi destinasyonu haline getirmektedir.



Fotoğraf 2.4. Murat Dağı TKTM'de Kısa Kayak Pistinden Bir Görünüm.

Murat Dağı ve çevresi, sadece doğal güzellikleriyle değil, aynı zamanda beşeri ve kültürel değerleriyle de önemli bir turizm destinasyonu olma potansiyeline sahiptir. Bölge, tarihsel süreç içerisinde farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış olup, arkeolojik ve etnografik izler barındıran bir coğrafya olarak dikkat çekmektedir. Murat Dağı'nın çevresindeki yerleşimler, geleneksel kırsal yaşam tarzının korunmuş olmasıyla, kültürel turizm açısından çekiciliğe sahiptir. Bölgenin kültürel değerleri arasında, el sanatları, tarımsal üretim biçimleri, yerel mutfak kültürü ve geleneksel festivaller önemli yer tutmaktadır. Bunun yanı sıra, bölgedeki tarımsal faaliyetler de organik ve yerel ürünler üzerinden gastronomi turizmine katkıda bulunabilecek bir potansiyele sahiptir. Doğal yöntemlerle üretilen bal, peynir, süt ürünleri, kurutulmuş otlar ve baharatlar, turistler için hem sağlıklı hem de yöresel mutfak kültürünü deneyimleme açısından oldukça ilgi çekicidir. Geleneksel mutfak kültürü kapsamında keşkek, tarhana çorbası, sac kavurma ve yöresel gözlemeler, bölgeyi ziyaret eden turistlere yerel gastronomiyi sunmaktadır. Bölgedeki köy pazarları ve organik ürün satış noktaları, bu tür ürünlerin turistlerle buluşturulması açısından büyük önem taşımaktadır.

Murat Dağı Termal ve Kayak Turizm Merkezi (TKTM), doğa sporları ve ekstrem sporlar açısından da önemli bir potansiyele sahip olup, farklı doğa tutkunlarına hitap edebilecek çeşitli aktiviteleri barındırmaktadır. Bölgenin fiziksel yapısı, rakımı, yamaç eğimleri ve geniş ormanlık alanları, dağcılık, yamaç paraşütü, off-road sürüşleri gibi ekstrem sporlar için oldukça uygun bir ortam oluşturmaktadır. Dağcılık açısından değerlendirildiğinde, Murat Dağı zirvesine yapılan tırmanışlar hem manzara hem de doğayla iç içe bir deneyim sunarak, macera tutkunları için cazip bir seçenek oluşturmaktadır. Zorlu ve teknik parkurları bulunan dağcılık rotaları, profesyonel dağcılar için iddialı tırmanışlar sunarken, daha kolay seviyedeki yürüyüş rotaları ise doğaseverler için alternatif fırsatlar oluşturmaktadır. Yamaç paraşütü, bölgenin yüksek rakımlı olması ve geniş vadilerle çevrili olması nedeniyle oldukça uygun bir spor dalı olarak değerlendirilmektedir. Uygun hava koşulları sağlandığında, Murat Dağı'ndan yapılan yamaç paraşütü uçuşları, muazzam doğal manzaralar eşliğinde heyecan verici bir deneyim yaşamaya olanak sağlamaktadır. Bu tür aktivitelerin düzenli organizasyonlarla desteklenmesi ve yamaç paraşütü festivalleri ile tanıtılması, bölgenin doğa sporları destinasyonu olarak daha fazla tanınmasına katkı sağlayabilir.

Bölgenin aşırı eğimli, engebeli ve doğal yolları, off-road sporları için oldukça uygun olup, özellikle arazi araçlarıyla yapılan turlar ve motor sporları açısından büyük bir potansiyel barındırmaktadır. Bölgedeki doğal parkurlar, çamurlu ve taşlık yollar, kış aylarında karlı zeminler ile birleşerek off-road sporları için zengin bir alan oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra, Murat Dağı'nın sunduğu geniş kamp alanları ve doğa yürüyüş parkurları, doğaseverler ve trekking tutkunları için büyük bir çekim noktası oluşturmaktadır. Orman içi yürüyüş yolları, zengin bitki örtüsü ve temiz hava, yürüyüş yapan ziyaretçilere doğayla baş başa kalma fırsatı vermektedir. Bu parkurlar, günübirlik yürüyüşler için olduğu kadar uzun süreli doğa keşifleri için de uygundur. Kampçılar için ise ormanlık alanların sunduğu doğal ortam, yıldızların altında konaklama ve doğayla iç içe bir deneyim yaşama imkânı sunmaktadır (Fotoğraf 2.5). Bölgenin yaban hayatı çeşitliliği, fotoğrafçılar ve doğa belgeseli yapımcıları için eşsiz kareler yakalama fırsatı yaratmaktadır. Bölgede düzenlenen doğa sporları organizasyonları ve festivaller, Murat Dağı'nın turistik cazibesini artırmak için etkili birer araç niteliğindedir. Yamaç paraşütü festivalleri, dağcılık etkinlikleri, trekking maratonları, kampçılık festivalleri ve off-road yarışları, bölgenin ulusal ve uluslararası çapta tanınırlığını artırabilecek etkinlikler arasında yer almaktadır. Bu tür etkinliklerin turizm destinasyonunun pazarlanmasına katkı sağlaması, bölgedeki turistik altyapının gelişmesine de doğrudan etki edebilecektir.



Fotoğraf 2.5. Murat Dağı Termal ve Kayak Turizm Merkezi'nde Farklı Nitelikte Kamp ve Konaklama İmkânları İle Ziyaretçilere Hizmet Verilmektedir

2.2. NİCEL ARAŞTIRMAYA İLİŞKİN BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde nicel verilerden elde edilmiş, bulgular sunulmaktadır. Bu bölümde kullanılan veriler çalışma sahasında 2023-2024 yıllarında kış mevsiminde anket yöntemiyle elde edilmiştir. Araştırmanın konusuna uygun olarak anket soruları hazırlanmış ve bu sorular alana gelen ziyaretçilere uygulanmıştır. Toplanan veriler SPSS İstatistik 22 paket programında betimsel olarak analiz edilmiştir.

2.2.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırmada ziyaretçilerin motivasyon seviyelerini ve seyahatlerinden kaynaklanan memnuniyetlerine belirlemek için 456 kişiye yüz yüze anket düzenlenmiştir. Katılımcıların %62,5'i erkek ve %37,5'i kadındır. Katılımcıların yaşları incelendiğinde %8,6'sı 0-19 yaş, %40,1'i 20-39 yaş, %48,5'i 40-59 yaş, %2,9'u 60 yaş ve üzeri kişilerden oluşmaktadır (Tablo 2.1).

Tablo 2.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler	Değişkenler	Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	285	62,5
	Kadın	171	37,5
Yaş	15-19	39	8,6
	20-39	183	40,1
	40-59	221	48,5
	60+	13	2,9
Medeni Durum	Bekâr	106	23,2
	Evli	350	76,8
Eğitim Durumu	Okuryazar	3	0,7
	Okuryazar Değil	1	0,2
	İlkokul mezunu	16	3,5
	Ortaokul mezunu	26	5,7
	Lise mezunu	127	27,9
	Ön Lisans	52	11,4
	Lisans	125	27,4
	Lisansüstü	106	23,2
Sürekli Yaşadığı İl	Afyon	6	1,3
	Balıkesir	1	0,2
	Bodrum	2	0,4
	Eskişehir	4	0,9
	İstanbul	4	0,9
	İzmir	7	1,5
	Kayseri	2	0,4
	Kütahya	391	82,7
	Manisa	11	2,4
	Uşak	28	6,1

Ankete katılan katılımcıların medeni durumları incelendiğinde %23,2’si bekâr ve %76,8’i evlidir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %3,5’i İlkokul, %5,7’sinin Ortaokul, %27,9’unun Lise, %11,4’ünün Ön Lisans, %27,4’ünün Lisans mezunu ve %23,2’si

Lisansüstü mezunlardan oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sürekli yaşadıkları illerin dağılımlarına bakıldığında, %82,7 ile en çok orana sahip Kütahya ili ön plana çıkmaktadır. Bunun sebebi araştırma sahasının il sınırları içinde ve gününbirlik ziyaretlere uygun olmasıdır. Ayrıca ziyaretçilerin sürekli yaşadıkları diğer illere bakıldığında, % 1,3'ü Afyon, %0,2'si Balıkesir, %0,4'ü Muğla, %0,9'u Eskişehir, % 1,5'i İzmir, %0,9'u İstanbul, %0,4'ü Kayseri, %2,4'ü Manisa, %6,1'i Uşak olduğu görülmektedir. Bu durum Murat Dağı TKTM'nin yerel nitelikte bir turizm merkezi özelliği gösterdiğinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir (Tablo 2.1).

Katılımcıların çocuk sayısına ilişkin bilgiler incelendiğinde, katılımcıların %22,1'inin çocuğunun olmadığı, %16,7'sinin 1 çocuğu olduğu, %38,6'sının 2 çocuğu olduğu, %19,7'sinin 3 çocuğu olduğu, %2,4'ünün 4 çocuğu olduğu ve %0,4'ünün ise 5 ve üzeri sayıda çocuğu olduğu görülmektedir (Tablo 2.2).

Tablo 2.2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler	Değişkenler	Frekans	Yüzde
Çocuk Sayısı	0	101	22,1
	1	76	16,7
	2	176	38,6
	3	90	19,7
	4	11	2,4
	5+	2	0,4
Meslek	Çiftçi	13	2,9
	Emekli	21	4,6
	Ev Hanımı	41	9,0
	İşsiz	15	3,3
	Kamuda çalışanlar	119	26,1
	Öğrenci	56	12,3
	Özel sektörde kendi hesabına çalışan	46	10,1
	Özel sektörde ücretli çalışanlar	145	31,8
Gelir Düzeyi	Gelir Giderden Az	83	18,2
	Gelir Giderden Fazla	106	23,2
	Gelir Gidere Denk	267	58,6

Katılımcıların mesleklerine ilişkin dağılımlar incelendiğinde %2,9'unun çiftçi, %4,6'sının emekli, %9'unun ev hanımı, %3,3'ünün işçi, %26,1'inin kamu çalışanı, %12,3'ünün öğrenci, %10,1'inin özel sektörde kendi hesabına çalışan bireyler ve %31,8'inin özel sektörde ücretli çalışan bireyler olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca katılımcıların gelir düzeyleri incelendiğinde %18,2'sinin gelirinin giderinden az, %23,2'sinin gelirinin giderden fazla ve %58,6'sının gelir-gider seviyesinin denk düzeyinde olduğu görülmektedir (Tablo 2.2). Bu verilerden alanı ziyaret eden veya kullananların büyük oranda yüksek gelir seviyesine sahip olamayanlardan oluştuğu çıkarımını yapmak mümkündür.

2.2.2. Katılımcıların Geliş Şekli ve Motivasyonuna İlişkin Durum

Araştırmada elde edilen veriler, Murat Dağı TKTM'yi ziyaret edenlerin büyük bir çoğunluğunun (%80,3) aileleriyle geldiğini göstermektedir. Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde merkezi ziyaret edenlerin büyük bir kısmının ailelerden oluştuğu sonucunu çıkarmak mümkündür (Tablo 2.3). Murat dağı TKTM'nin kiminle geldiklerine ilişkin bulgu, Murat Dağı'nın aileler için popüler bir turizm merkezi olduğunu ve aile odaklı aktivitelerin ön planda olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 2.3. “Murat Dağı TKTM'ye Kiminle Geldiniz?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Ailemle geldim	366	80,3
Arkadaş grubumla geldim	63	13,8
Tura katıldım	5	1,1
Yalnız geldim	22	4,8
Toplam	456	100,0

Katılımcıların %13,8'inin arkadaş gruplarıyla, %1,1'inin turla ve %4,8'inin ise yalnız gelmesi, ziyaretçilerin tercih ettiği sosyal dinamiklerin çeşitlilik gösterdiğini ancak ağırlıklı olarak ailelerin tercih ettiğini vurgulamaktadır. Ziyaretçilerin Murat Dağı TKTM'ye ulaşım tercihlerinde özel otomobille ulaşım açık ara ilk sırada yer almaktadır. Katılımcıların %91,7'si özel otomobille ulaşımı tercih ederken, diğer ulaşım araçlarının kullanım oranları oldukça düşüktür. Ayrıca, motosikletin (%1,3) oldukça az tercih

edilmesi, ulaşım alışkanlıklarının daha çok konfor ve kolaylık arayışına dayalı olduğunu göstermektedir (Tablo 2.4). Bu veriler, bölgedeki turizm altyapısının özel araçlara bağımlı olduğunu ve toplu taşıma seçeneklerinin artırılmasıyla ziyaretçi erişiminin çeşitlendirilebileceğini göstermektedir. Aynı zamanda, özel otomobile olan bu yüksek bağımlılık, otopark alanlarının yeterliliği ve çevresel etkiler gibi konuların daha detaylı bir şekilde ele alınması gerektiğini de vurgulamaktadır. Bu durum, sürdürülebilir turizm politikalarının geliştirilmesi açısından önemli bir veri sunmaktadır.

Tablo 2.4. “Murat Dağı TKTM’ye Hangi Araçla Geldiniz?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Minibüs	17	3,7
Motosiklet	6	1,3
Otobüs	14	3,1
Özel otomobil	419	91,7
Toplam	456	100,0

Murat Dağı TKTM’yi ziyaret eden bireylerin bölgeye geliş amaçlarını çeşitlilik gösteren bir dağılım sunmaktadır. Ziyaretçilerin büyük bölümü (%34,9) gezip görme amacıyla turizm merkezine geldiklerini ifade etmişlerdir. Bu, bölgenin doğal ve kültürel cazibesinin ziyaretçiler üzerinde güçlü bir etkisi olduğunu ve turistik çekim merkezi olarak algılandığını göstermektedir. Kayak yapmak (%29,2) ve termal tesislerden yararlanmak (%16,0) ise diğer önemli ziyaret sebeplerini oluşturmakta, Murat Dağı’nın hem kış turizmi hem de termal sağlık turizmi açısından çift yönlü bir cazibe merkezi olduğunu ortaya koymaktadır. Dinlenme amacıyla gelen ziyaretçiler de önemli bir orana sahiptir (%15,4). Bu da bölgenin huzurlu ve sakin bir ortam arayan bireyler için uygun bir destinasyon olduğunu düşündürmektedir. Genel olarak bu dağılım, Murat Dağı TKTM’nin çeşitli turizm türlerini destekleme potansiyeline sahip olduğunu, ancak daha az tercih edilen faaliyetlerin teşvik edilmesi veya geliştirilmesiyle bölgenin daha geniş bir ziyaretçi kitlesine hitap edebileceğini ortaya koymaktadır. Bu veriler, bölgenin turizm planlaması ve pazarlama stratejilerinin şekillendirilmesinde önemli bir rehber niteliğindedir.

Tablo 2.5. “Murat Dağı TKTM’ye Hangi Amaçla Geldiniz?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Dinlenmek	70	15,4
Gezip görmek	159	34,9
Kayak yapmak	133	29,2
Piknik	2	0,4
Spor yapmak	2	0,4
Termal tesisler	73	16,0
Türbe ziyareti	17	3,7
Toplam	456	100,0

Murat Dağı TKTM’yi ziyaret eden bireylerin bölgeye yönelik ziyaret sıklıkları merkez hakkında önemli bilgiler sunmaktadır. Ziyaretçilerin büyük bir kısmı (%37,1) bölgeyi her yıl birkaç kez ziyaret ettiğini belirtmiştir. Bu veri, merkezin düzenli olarak tercih edilen bir destinasyon olduğunu ve ziyaretçilerin memnuniyetini artırarak tekrar ziyaret etme motivasyonu sağladığını göstermektedir. Birkaç defa geldiğini belirten ziyaretçilerin oranı (%30,5), Murat Dağı’nın yeni deneyimler arayan veya bölgeye daha az düzenli olarak ulaşan kişiler için de cazip bir turizm merkezi olduğunu işaret etmektedir. İlk kez gelen ziyaretçilerin oranı ise %16,9’dur. Bu oran, bölgenin yeni ziyaretçiler çekme potansiyeline sahip olduğunu, ancak bu potansiyelin daha fazla geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir. Murat Dağı TKTM’ne her yıl bir kez geldiğini belirten ziyaretçilerin oranı %15,6 ile diğer kategorilere kıyasla daha düşüktür (Tablo 2.6).

Tablo 2.6. “Murat Dağı TKTM’yi Hangi Sıklıkla Gelirsiniz?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Birkaç defa geldim	139	30,5
Her yıl bir kez gelirim	71	15,6
Her yıl birkaç kez gelirim	169	37,1
İlk defa geldim	77	16,9
Toplam	456	100,0

Murat Dağı TKTM'yi ziyaret eden bireylerin bölgeye hangi dönemlerde geldiklerine ilişkin tercihleri incelendiğinde, katılımcıların önemli bir kısmı (%39,3) hem kış hem de yaz mevsimlerinde Murat Dağı'nı ziyaret ettikleri sonucuna ulaşılmaktadır. Bu durum, bölgenin dört mevsim boyunca farklı turizm aktivitelerine uygun olduğunu ve gerek yaz gerekse kış turizmi açısından çekiciliğin açısından öne çıktığını söylemek mümkündür. Ziyaretçilerin %33,6'sı yılın tüm mevsimlerinde Murat Dağı'na geldiklerini belirtmiştir. Bu oran, bölgenin mevsimsel özelliklerinden bağımsız olarak ziyaretçi çekme kapasitesine sahip olduğunu ve geniş bir yelpazede rekreasyonel faaliyetlere imkân sunduğunu ifade etmektedir. Şüphesiz bu durumda alanın termal turizm tesislerinin varlığının önemli bir payı bulunmaktadır. Bununla birlikte sadece kış mevsiminde sahaya gelenlerin oranı %10,3 ile sınırlı kalmıştır (Tablo 2.7). Murat Dağı'nın ziyaretçi kitlesi yaz ve kış turizmi arasında dengeli bir dağılım sergilemektedir. Ancak yılın tüm mevsimlerinde yapılan ziyaretlerin ve hem kış hem yaz dönemlerinde gelenlerin oranının yüksek olması, bölgenin mevsimsel çeşitliliğinin bir avantaj olarak değerlendirildiğini göstermektedir. Bu bulgular, bölgenin dört mevsim turizm potansiyelini daha fazla değerlendirebilecek stratejiler geliştirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Tablo 2.7. “Murat Dağı TKTM’ye Hangi Dönemlerde Gelirsiniz?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Hem kış mevsiminde hem de yaz mevsiminde	179	39,3
	Yalnızca kış mevsiminde	47	10,3
	Yılın tüm mevsimlerinde	153	33,6
İlintili değil	İlk defa gelenler	77	16,9
Toplam		456	100,0

Murat Dağı TKTM'yi ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğu (%60,1) yaz mevsiminde ziyaret etmektedir. Bu durum, yaz döneminde Murat Dağı TKTM'nin turistik açıdan en cazip dönemlerden biri olduğunu ve ziyaretçilerin bu mevsimde sunulan aktiviteleri tercih ettiğini göstermektedir. İlkbahar (%7,9) ve sonbahar (%7,2) mevsimlerinde yapılan ziyaretler ise oldukça düşük bir orana sahiptir (Tablo 2.8). Ziyaretçilerden %24,8'inin "ilintili değil" kategorisinde yer alması, bu sorunun yalnızca belirli bir gruba (örneğin, yalnızca kış mevsiminde gelenlere) hitap ettiğini veya yanıt verenlerin bir kısmının bu dönemlerde ziyaret yapmadığını göstermektedir.

Tablo 2.8. “Murat Dağı TKTM’ne Kış Mevsimi Dışındaki Hangi Dönemde Geldiniz?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	İlkbahar	36	7,9
	Sonbahar	33	7,2
	Yaz	274	60,1
İlintili değil		113	24,8
Toplam		456	100

Verilere göre, ziyaretçilerin %26,5’inin "gezip eğlenmek" amacıyla merkeze ziyaret ettikleri anlaşılmaktadır. Bu oran, Murat Dağı'nın doğal ve sosyal ortamının eğlence ve gezi için çekici bir turizm merkezi olduğunu göstermektedir. Bunun yanı sıra alanın doğal güzelliklerinin ve açık hava aktivitelerinin çeşitliliği nedeniyle "doğadan yararlanmak" amacıyla gelenlerin oranı da oldukça yüksektir (%23,0). Termal tesislerden faydalanmak amacıyla gelen ziyaretçilerin oranı ise %16,7 olup, bu da bölgenin sağlık turizmi açısından da değerlendirildiğini göstermektedir. "dinlenmek" amacıyla gelenlerin oranı %7,2 iken, "mantar toplamak," "piknik yapmak," "spor yapmak" ve "türbe ziyareti" gibi özel aktiviteler için geldiklerini belirten katılımcılar da yer almaktadır (Tablo 2.9). "Her şeyi yapmak" amacıyla gelenlerin oranı ise %0,7 gibi çok düşük bir seviyededir, bu da ziyaretçilerin genellikle belirli bir hedef veya amaçla bölgeyi ziyaret etmediği göstermektedir.

Tablo 2.9. “Kış mevsimi dışındaki dönemlerde Murat Dağı TKTM’ye hangi amaçla geldiniz?” Sorusuna ilişkin dağılımlar:

	Frekans	Yüzde
Dinlenmek	33	7,2
Doğadan yararlanmak	105	23,0
Gezip eğlenmek	121	26,5
Mantar toplamak	2	0,4
Piknik	2	0,4
Spor yapmak	2	0,4
Termal tesisler	76	16,7
Türbe ziyareti	2	0,4
Hepsi	3	0,7
Toplam	456	100

Murat Dağı'na kış mevsimi dışında yapılan ziyaretlerde katılımcıların tercih ettikleri aktivitelerin dağılımını incelendiğinde ziyaretçilerin en çok tercih ettiği aktivitenin %32,0 oranıyla "piknik" olduğu anlaşılmaktadır. Kuşkusuz bu durum Murat Dağı TKTM'nin açık hava rekreasyon alanları olarak geniş bir çekiciliğe sahip olduğunu ve özellikle piknik yapmak isteyen ziyaretçiler için popüler bir destinasyon olduğunu ifade etmektedir. Bunun dışında "doğa yürüyüşü" (%10,5), "termal aktiviteler" (%9,6) ve "motokros" (%7,2) gibi aktiviteler de ziyaretçiler tarafından sıklıkla tercih edilmiştir. Bu bulgular, Murat Dağı TKTM'nin doğa ve macera turizmi açısından çeşitli olanaklar sunduğunu ve farklı ziyaretçi gruplarının ilgisini çekebileceğini göstermektedir. Ayrıca merkeze çok az da olsa "trekking" (%6,4), "kamp" (%4,8) ve "yamaç paraşütü" (%2,0) gibi faaliyetler için gelenler bulunmaktadır. "İzcilik" (%1,3), "dağ tırmanışı", "gezmek", "kamp-piknik-doğa yürüyüşü" ve "mantar toplama" gibi aktiviteler amacıyla gelenlerin sayısı ise oldukça düşük oranlarda kalmıştır (%0,4). Bu durum alanda bu tür etkinliklerin ya sınırlı erişime sahip olduğunu ya da ziyaretçiler arasında popüler olmadığını göstermektedir (Tablo 2.10).

Tablo 2.10. “Murat Dağı TKTM’ye kış mevsimi dışındaki geldiğiniz dönemlerde hangi aktivitelere katıldınız?” Sorusuna ilişkin dağılımlar:

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Dağ tırmanışı	2	0,4
	Dağ yürüyüşü (trekking)	29	6,4
	Doğa yürüyüşü	48	10,5
	Gezmek	2	0,4
	İzcilik	6	1,3
	Kamp	22	4,8
	Kamp piknik doğa yürüyüşü	2	0,4
	Mantar	2	0,4
	Motokros	33	7,2
	Piknik	146	32,0
	Termal aktiviteler	44	9,6
	Yamaç paraşütü	9	2,0
İlintili değil		111	24,3
Toplam		456	100

Elde edilen veriler, bölgenin yalnızca kış turizmi açısından değil, yıl boyunca farklı rekreasyonel faaliyetler için de cazip bir destinasyon olarak değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Özellikle açık hava etkinliklerinin yüksek oranlarda tercih edilmesi, Murat Dağı'nın doğa turizmi açısından önemli bir potansiyel sunduğunu göstermektedir. Veriler incelendiğinde en çok tercih edilen aktivitenin piknik olduğu görülmektedir (Tablo 2.10). 146 kişi (%32,0) tarafından tercih edilen bu aktivite, Murat Dağı'nın günübirlik ziyaretler açısından önemli bir çekim merkezi olduğunu ve rekreasyonel kullanım açısından yüksek bir popülerliğe sahip olduğunu göstermektedir. Piknik etkinlikleri, aileler ve arkadaş grupları için uygun bir seçenek olup, bölgenin yerel halk tarafından da yoğun bir şekilde ziyaret edildiğini göstermektedir. Doğa sporları ve rekreatif aktiviteler açısından doğa yürüyüşü (%10,5, 48 kişi), motokros (%7,2, 33 kişi), termal aktiviteler (%9,6, 44 kişi) ve kamp (%4,8, 22 kişi) gibi faaliyetler de öne çıkmaktadır. Doğa yürüyüşü (trekking ve genel doğa yürüyüşü toplamda %16,9 oranında tercih edilmiştir) ve bu durum, bölgenin yürüyüş yolları ve doğal peyzaj açısından turistler için cazip bir alan sunduğunu göstermektedir. Özellikle trekking ve doğa yürüyüşlerinin bu kadar yüksek oranda tercih edilmesi, ekoturizm kapsamında bölgenin önemli bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde, motokros sporunun %7,2 oranında tercih edilmesi, bölgenin arazi yapısının motor sporları açısından da uygun olduğunu ve bu tür ekstrem sporların bölgedeki turizm çeşitliliğine katkı sağlayabileceğini göstermektedir. Termal kaynakların kullanımına ilişkin termal aktivitelerin %9,6 (44 kişi) oranında tercih edildiği görülmektedir. Öte yandan, yamaç paraşütü (%2,0, 9 kişi), izcilik (%1,3, 6 kişi) ve dağ tırmanışı (%0,4, 2 kişi) gibi aktiviteler de bölgedeki ziyaretçiler tarafından tercih edilmektedir. Kamp ve doğa yürüyüşü gibi aktivitelerin farklı şekillerde birleştirilerek tercih edilmesi (kamp-piknik-doğa yürüyüşü %0,4, mantar toplama %0,4 gibi) ise ziyaretçilerin çok yönlü aktivitelerden faydalandığını göstermektedir (Tablo 2.10).

2.2.3. Katılımcıların Konaklama Türü ve Süresine İlişkin Durum

Murat Dağı TKTM'ye yapılan ziyaretlerdeki konaklama sürelerini analiz etmek için sorulan soruya katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%84,6) alanı günübirlik olarak ziyaretler ettikleri cevabını vermişlerdir. Başka bir ifade ile ankete katılanların (456 kişi) 386'sının merkezde konaklama yapmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Turizm merkezinde 1-2 günlük konaklama yapanların oranı %11,6 iken, 3-6 gün konaklayanların oranı %2,2,

1 hafta ve üzeri konaklama yapanların oranı ise yalnızca %1,5 olarak kaydedilmiştir (Tablo 2.11).

Tablo 2.11. “Murat Dağı TKTM’de Konaklama Süreniz Nedir?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
1 hafta ve üzeri	7	1,5
1-2 günlük	53	11,6
3-6 günlük	10	2,2
Günübirlik	386	84,6
Toplam	456	100,0

Murat Dağı TKTM’yi ziyaret eden bireylerin konaklama tercihleri incelendiğinde katılımcıların %11,0’ının apart, devre mülk veya bungalov gibi yapı türlerinde konaklamayı tercih ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Çadırda konaklayanların oranı %2,6 olup, bu düşük oranın nedenselliği, bölgenin açık hava aktivitelerine uygun olsa da kamp olanaklarının sınırlı olması ve ziyaretçiler tarafından yeterince değerlendirilememesidir. Aynı şekilde, bölgede ikamet eden bir yakının evinde kalanların oranı ise %2,0 seviyesindedir. Katılımcıların geri kalanı ise günübirlikçilerden oluştuğu için merkezde konaklama yapmadıkları anlaşılmaktadır (Tablo 2.12).

Tablo 2.12. “Murat Dağı TKTM’de Nerede Konaklıyorsunuz?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Apart / Devre mülk / Bungalov	50	11,0
	Bölgede ikamet eden bir yakınının evinde	9	2,0
	Çadırda	12	2,6
İlntili değil	Günübirlikçiler	385	84,4
Toplam		456	100,0

Katılımcıların Murat Dağı TKTM’de konaklama yerinin seçiminde etkili olan faktörler arasında ilk sırada %10,3 oranıyla "arkadaş tavsiyesi" yer almaktadır. Bu durum, ağızdan ağıza iletişim ve sosyal çevrenin konaklama tercihleri üzerindeki etkisini göstermektedir. Murat Dağı TKTM’ye yönelik olumlu deneyimlerin ziyaretçiler

tarafından paylaşılması, destinasyonun tanıtımında önemli bir rol oynamaktadır. İnternet kaynaklarının etkisi %2,9 ile oldukça düşük bir seviyede kalmıştır. Reklamların etkisi ise %0,9 ile çok daha düşük bir orana sahiptir. Bu değerler TKTM'nin reklam ve pazarlama stratejilerinin zayıf kaldığını veya potansiyel ziyaretçilere ulaşmada yeterince etkili olmadığını görülmektedir. Katılımcıların %86,0 gibi çok yüksek bir bölümü ise günübirlikçilerden oluştuğu için konaklama yeri seçiminde herhangi bir etken tespit edilememiştir (Tablo 2.13).

Tablo 2.13. “Murat Dağı TKTM’de Konakladığınız Yeri Seçmenizde Aşağıdakilerden Hangisi Etkili Oldu?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Arkadaş tavsiyesi	47	10,3
	İnternet kaynakları	13	2,9
	Reklam	4	0,9
İlintili Değil	Günübirlikçiler	392	86,0
Toplam		456	100,0

2.2.4. Katılımcıların Memnuniyet Düzeyine İlişkin Durum

Murat Dağı TKTM’yi ziyaret eden bireylerin bu destinasyonu diğer insanlara tavsiye etme eğilimlerini incelendiğinde katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%85,7) turizm merkezini tavsiye edebileceklerini belirtmiştir. Bu, ziyaretçilerin genel olarak destinasyondan memnun kaldıklarını ve burayı olumlu bir deneyim olarak değerlendirdiklerini göstermektedir. Alanı tavsiye etmeyeceklerini belirten %14,3'lük bölüm ise, bazı ziyaretçilerin beklentilerinin karşılanmadığını veya belirli faktörlerin memnuniyetsizlik yarattığını görülmektedir (Tablo 2.14). Murat Dağı TKTM yüksek bir tavsiye edilme oranına sahip olması, destinasyonun güçlü bir potansiyele sahip olduğunu ve sosyal ortamlarında duyulan tavsiyeler şeklinde daha fazla ziyaretçi çekme olasılığının yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 2.14. “Murat Dağı TKTM’yi Diğer İnsanlara Tavsiye Eder misiniz?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Yüzde
Evet	391	85,7
Hayır	65	14,3
Toplam	456	100,0

Verilere göre, tavsiye etmeme sebepleri arasında en büyük pay %7,7 oranıyla "ulaşım zorluğu"na aittir. Bu, bölgenin erişilebilirlik açısından sorunlar yaşadığını ve ulaşım altyapısının geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir. Ulaşım problemleri, ziyaretçilerin genel deneyimini olumsuz etkileyen önemli bir faktör olarak öne çıkmaktadır. Diğer sebepler arasında, "kış sporları için yetersiz altyapı" (%2,4), "ekonomik olmaması" (%1,3), "konaklama problemi" (%0,9), "temizlik sorunları" (hijyenik değil %0,4, temiz değil %0,4) ve genel olarak "yetersiz" olduğu algısı (%0,9) yer almaktadır. "Ulaşım, olanaklar ve temizlik" gibi birden fazla sorunu içeren bir gerekçe ise %0,2 oranında belirtilmiştir, bu da bazı ziyaretçilerin birden fazla faktörden kaynaklanan memnuniyetsizlik yaşadığını ortaya koymaktadır. Ancak, katılımcıların %85,7'si "ilintili değil" kategorisinde yer almakta, yani büyük bir çoğunluk Murat Dağı'nı tavsiye etmeye yönelik bir sorun belirtmemektedir (Tablo 2.15).

Tablo 2.15. “Murat Dağı TKTM’yi Neden Tavsiye Etmezsiniz?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Ekonomik değil	6	1,3
	Hijyenik değil	2	0,4
	Kış sporları için yetersiz altyapı	11	2,4
	Konaklama problemi	4	0,9
	Temiz değil	2	0,4
	Ulaşım zorluğu	35	7,7
	Ulaşım, olanaklar ve temizlik	1	0,2
	Yetersiz	4	0,9
İlintili değil	Tavsiye edenler	391	85,7
Toplam		456	100,0

Katılımcıların Murat Dağı TKTM'yi tavsiye etme nedenlerinde ilk sırada (%26,8 oranıyla) alanın "sessiz ve güzel bir yer" olma özelliği gelmektedir. Bu, Murat Dağı'nın sakin ve doğal güzellikleriyle huzur arayan ziyaretçiler için çekici bir turizm merkezi olduğunu göstermektedir. "Kış sporları için altyapının varlığı" %19,3 oranıyla ikinci sırada yer almakta, sahanın kış turizmi açısından önemli bir cazibe merkezi olduğunu ve bu tür faaliyetlerin ziyaretçiler tarafından beğenildiğini göstermektedir. "Termal tesisler" %12,1 oranında belirtilirken "alternatif etkinlikler yapılabiliyor" (%9,4) ve "ekonomik" (%9,4) gibi faktörler, Murat Dağı TKTM'nin hem aktivitelerin çeşitliliği hem de uygun maliyetli olması sebebiyle tavsiye edildiğini göstermektedir. "Eğlenceli bir ortam" ise %8,8 oranıyla sosyal ve dinamik bir atmosfer arayan ziyaretçilerin dikkatini çekmektedir. "İlintili değil" kategorisinde yer alan %14,3'lük oran ise, bu soruya yanıt vermeyen ya da herhangi bir özel sebep belirtmeyen katılımcıları işaret etmektedir (Tablo 2.16). Murat Dağı'nın doğal güzellikleri, kış sporları altyapısı, termal tesisleri ve ekonomik etkinlik seçenekleri, ziyaretçiler tarafından en çok takdir edilen özellikleridir.

Tablo 2.16. “Murat Dağı TKTM'yi Neden Tavsiye Edersiniz?” Sorusuna İlişkin Dağılımlar

		Frekans	Yüzde
Geçerli	Alternatif etkinlikler yapılabiliyor	43	9,4
	Eğlenceli bir ortam	40	8,8
	Ekonomik	43	9,4
	Kış sporları için altyapının varlığı	88	19,3
	Sessiz ve güzel bir yer	122	26,8
	Termal tesisler	55	12,1
İlintili değil	Tavsiye etmeyenler	65	14,3
Toplam		456	100

Katılımcıların görüşlerine göre genel memnuniyet ortalaması 2,45 olup, bu değer orta düzeyde bir memnuniyete işaret etmektedir. En yüksek memnuniyet oranı 3,23 ile alışveriş kategorisinde görülmekte, bu durum bölgedeki alışveriş olanaklarının ziyaretçilerin beklentilerini karşıladığını göstermektedir. Benzer şekilde, turistik danışma hizmetleri (2,94) ve yemek kategorisi de (2,65) olumlu bir algı yaratmaktadır. Bununla birlikte, ulaşım (2,62) ve iletişim (2,54) kategorilerinde memnuniyetin orta düzeyde

kalması, bu alanlarda daha fazla iyileştirme yapılması gerektirmektedir. Öte yandan, doğal manzaralar kategorisinin ortalama memnuniyet değeri (1,58) oldukça düşük seviyede olup, bu sonuç dikkat çekicidir. Ayrıca, kültür (2,14), güvenlik (2,39) ve seyahat masrafı (2,16) gibi kategorilerdeki düşük memnuniyet değerleri, turizm merkezinin bu alanlarda da gelişim fırsatlarına sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Tablo 2.17). Standart sapma değerlerinin yüksek olduğu kategorilerde ziyaretçi deneyimlerinin homojen olmadığı ve bireyler arasında memnuniyet düzeylerinin çeşitlilik gösterdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 2.17. Katılımcıların Murat Dağı TKTM'ne Yönelik Memnuniyet Değerleri

	X (Ortalama)	SS (Standard Sapma)
Genel olarak	2,2434	0,85931
Murat Dağı'na ulaşım	2,6294	1,01241
Konaklama	2,2522	0,86444
Yemek	2,6557	1,01737
Alışveriş	3,2390	1,18872
Doğal manzaralar	1,5899	0,96341
Kültür	2,1469	0,95291
Turistik danışma hizmeti	2,9408	1,14968
İletişim	2,5461	0,98676
Seyahat masrafı	2,1667	0,81650
Güvenlik	2,3991	0,85852
Genel	2,4545	0,60435

Katılımcıların Murat Dağı TKTM Memnuniyetlerine ilişkin değişkenlerin korelasyon analizi sonuçları unsurlar arasında çeşitli ilişkiler olduğunu göstermektedir. Veriler incelendiğinde, özellikle yemek, alışveriş ve turistik danışma hizmetleri gibi unsurlar arasında güçlü pozitif ilişkiler dikkat çekmektedir. Bu durum, ziyaretçilerin bu unsurları birbirine bağlı şekilde değerlendirdiğini ve bir alandaki memnuniyetin diğer alanları da olumlu etkileyebileceğini göstermektedir. Ayrıca, turistik danışma hizmetleri ile yemek memnuniyeti arasındaki güçlü korelasyon, danışma hizmetlerinin yönlendirme rolünü vurgulamaktadır (Tablo 2.18).

Tablo 2.18. Bireylerin Murat Dağı'na İlişkin Verdikleri Bilgilere Dayalı Spearman Korelasyon Analizi

	Turizm merkezine ulaşım	Konaklama	Yemek	Alışveriş	Doğal manzaralar	Kültür	Turistik danışma hizmeti	İletişim	Seyahat masrafı	Güvenlik
Turizm merkezine ulaşım	1.000	0.310*	0.450*	0.430*	0.094	0.182	0.466***	0.408*	0.245	0.251
Konaklama	0.310*	1.000	0.416*	0.339*	0.019	0.232	0.214	0.281	0.205	0.160
Yemek	0.450*	0.416*	1.000	0.613***	0.098	0.413*	0.599**	0.437*	0.294	0.397*
Alışveriş	0.430*	0.339*	0.613*	1.000	-0.033	0.363*	0.679**	0.458*	0.294	0.380
Doğal manzaralar	0.094	0.019	0.098	-0.033	1.000	0.341*	-0.014	0.019	0.037	0.204
Kültür	0.182	0.232	0.413*	0.363*	0.341*	1.000	0.385*	0.267	0.251	0.439*
Turistik danışma hizmeti	0.466**	0.214	0.599**	0.679**	-0.014	0.385*	1.000	0.519**	0.317*	0.485*
İletişim	0.408*	0.281	0.437*	0.458*	0.019	0.267	0.519**	1.000	0.217	0.352*
Seyahat masrafı	0.245	0.205	0.294	0.294	0.037	0.251	0.317	0.217	1.000	0.322*
Güvenlik	0.251	0.160	0.397*	0.380*	0.204	0.439*	0.485*	0.352*	0.322*	1.000

Tabloda, turizm merkezine ulaşım, konaklama, yemek, alışveriş, doğal manzaralar, kültür, turistik danışma hizmeti, iletişim, seyahat masrafı ve güvenlik gibi değişkenler arasındaki Spearman korelasyon katsayıları yer almaktadır (Tablo 2.18). Analiz sonuçları, turistik unsurların birbirleriyle ne derece bağlantılı olduğunu ve ziyaretçilerin deneyimlerine yönelik hangi faktörlerin daha güçlü ilişkiler gösterdiğini ortaya koymaktadır. Tablo incelendiğinde, turizm merkezine ulaşım ile diğer değişkenler arasındaki korelasyon değerleri pozitif yönlüdür. En yüksek korelasyon turistik danışma hizmeti (0.466) ile görülmekte olup, bu durum turistlerin ulaşım imkânlarıyla danışma hizmetlerinden yararlanma düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir. Ayrıca, yemek (0.450) ve alışveriş (0.430) değişkenleri de ulaşım ile yüksek korelasyon göstermektedir. İletişim hizmetleriyle ulaşım arasındaki korelasyonun da 0.408 olduğu görülmektedir, bu da turistik danışma ve iletişim hizmetlerinin ziyaretçilerin ulaşım deneyimleriyle doğrudan bağlantılı olduğunu göstermektedir. Konaklama açısından değerlendirildiğinde, en güçlü korelasyon yemek (0.416) ve alışveriş (0.339) değişkenleriyle gözlemlenmektedir. Konaklama ile kültür arasındaki korelasyon 0.232 olup, kültürel turizmin konaklama tercihleri üzerinde nispeten daha zayıf bir etkisi olduğu görülmektedir. Yeme-içme olanakları, turistik deneyimin önemli bir unsuru olup,

alışverişle (0.613), turistik danışma hizmetleriyle (0.599) ve kültürel unsurlarla (0.413) yüksek bir korelasyon göstermektedir. Özellikle alışveriş ile yemek arasındaki yüksek korelasyon değeri, turistlerin yemek deneyimi ile hediyelik eşya ve yöresel ürünlere yönelik harcamalarının doğrudan bağlantılı olduğunu göstermektedir. Aynı şekilde, yeme-içme ile güvenlik arasındaki korelasyonun 0.397 olması, turistlerin güvenlik algısının gastronomik deneyimleriyle ilişkili olabileceğini ortaya koymaktadır. Alışveriş değişkeni, turistik danışma hizmetleriyle (0.679) ve yemekle (0.613) yüksek korelasyon göstermektedir. Doğal manzaralar değişkeni, diğer değişkenlerle daha düşük korelasyon katsayılarına sahip olup, yalnızca kültürel unsurlarla (0.341) anlamlı bir ilişki göstermektedir. Turistik danışma hizmetleri, turistlerin seyahat planlamasında önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Bu hizmetler, alışveriş (0.679), yeme-içme (0.599), iletişim (0.519) ve güvenlik (0.485) gibi unsurlarla yüksek korelasyon göstermektedir. İletişim hizmetleri, turistik danışma hizmetleriyle (0.519), güvenlikle (0.352) ve yemekle (0.437) pozitif korelasyon göstermektedir. Seyahat masrafı, güvenlikle (0.322), kültürel değerlerle (0.251) ve turistik danışma hizmetleriyle (0.317) pozitif korelasyon göstermektedir. Turistlerin bütçelerini planlarken danışma hizmetlerinden yararlandıkları ve güvenli destinasyonları tercih ettikleri anlaşılmaktadır. Güvenlik faktörü, yeme-içme (0.397), alışveriş (0.380), kültür (0.439) ve turistik danışma hizmetleri (0.485) ile pozitif bir ilişkiye sahiptir.

2.3. NİTEL ARAŞTIRMAYA İLİŞKİN BULGULAR

2.3.1. Paydaşların Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'nin Turizm Faaliyetlerine İlişkin Görüşleri

Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezinde çeşitli turizm faaliyetleri ve aktiviteler bulunmaktadır. Bu faaliyetlerin gerçekleşmesinde rol alan kurum ve kurum sahipleri arasında otel müdürleri, ziyaretçilere hizmet veren personeller, kayak federasyon temsilcileri, teknik personel ve bölgenin güvenliğinden sorumlu jandarma bulunmaktadır (Tablo 2.19). Nitel bulgular için görüşmeler çalışma alanı ve konusuyla doğrudan bağlantılı kişilerle yapılmıştır. Bu sayede Murat Dağı TKTM'de bulunan paydaşlarla görüşmeler 15.01.2024-20.01.2024 tarihleri arasında yüz yüze yaklaşık 60'ar dakika olarak gerçekleştirilmiştir. Paydaşlardan cevaplamaları istenilen sorular bağlantılı ve

birbirini tamamlar nitelikte olduğundan dolayı verilen cevaplar bir bütün olarak değerlendirilmeye alınmıştır.

Tablo 2.19. Görüşülen Kişilerin Profilleri

Katılımcı	Meslek	Yaş	Eğitim Durumu	Tarih
K1	Garson	25-34	Lise Mezunu	15.01.2024
K2	Termal Turizm Müdürü	35-44	Lise Mezunu	15.01.2024
K3	Kayak Federasyonu İlçe Temsilcisi	35-44	Yüksek Lisans	16.01.2024
K4	Gediz Kaymakamlığı Özel İdare Birim Şefi	45-54	Yüksek Lisans	16.01.2024
K5	Kayak Federasyonu İl Temsilcisi	35-44	Yüksek Lisans	17.01.2024
K6	Murat Dağı Termal Kayak Merkezi (İşçi)	25-34	Lisans Mezunu	17.01.2024
K7	Murat Dağı Termal Kayak Merkezi (İşçi)	25-34	Lisans Mezunu	18.01.2024
K8	TSK Jandarma Astsubay	35-44	Lisans Mezunu	18.01.2024
K9	GDZ Otel Resepsiyon Sorumlusu	25-34	Lise Mezunu	18.01.2024
K10	Termal Kayak Tesis Müdürü	45-54	Yüksek Lisans	19.01.2024
K11	Kaplıca Görevlisi	35-44	Lise Mezunu	19.01.2024
K12	Teknisyen	35-44	Lise Mezunu	20.01.2024

Murat Dağı TKTM’inde görüşülen kişilerin meslek, yaş, eğitim durumu ve görüşme tarihlerini içeren profiller ayrıntılı olarak verilmiştir (Tablo 2.19). Görüşme yapılan kişiler alanda farklı konularda hizmet veren kişilerden seçilmiştir. Katılımcıların yaş aralığı 25 ile 54 arasında değişmekte olup, en sık görülen yaş grubu 35-44’tür. Bu durum, bölgede çalışan veya faaliyetlerde bulunan kişilerin büyük ölçüde genç bireylerden oluştuğunu göstermektedir. Eğitim düzeyi açısından bakıldığında, katılımcılar arasında lise mezunlarının (5 kişi) çoğunlukta olduğu, bunu lisans (3 kişi) ve yüksek lisans mezunlarının (4 kişi) izlediği görülmektedir. Bu dağılım, bölgedeki çalışan profiline hem daha temel hem de ileri düzey eğitim almış bireyleri içerdiğini göstermekte ve farklı bilgi ve beceri seviyelerinin bir arada bulunduğunu işaret etmektedir. Meslek profilleri açısından değerlendirildiğinde, katılımcıların büyük bir kısmı turizm sektörüyle

doğrudan bağlantılı görevlerde (garson, resepsiyon sorumlusu, termal kayak merkezi çalışanları, otel müdürleri ve kaplıca görevlisi) çalışanlardan oluşmasına dikkat edilmiştir. Bunun yanı sıra, kayak federasyonu temsilcileri ve Gediz Kaymakamlığı'ndan bir idare birim şefi gibi yönetici pozisyonlarında bulunan kişilerin de yer alması, turizmin organizasyonel ve yönetsel boyutlarına dair bilgi edinme fırsatı sunmaktadır. Ayrıca, TSK'dan bir jandarma astsubayın dâhil edilmesi, güvenlik ve düzenin de bölgenin turizm faaliyetleri için önemli bir bileşen olduğunu vurgulamaktadır.

2.3.2. Kurum/Kuruluş veya işletmelerin Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezinde Gerçekleştirilen Turizmle İlişkisi ve Bunların Bölgedeki Turizm Faaliyetlerindeki Etkinlikleri

Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi, hem termal sağlık turizmi hem de kış sporları açısından önemli bir turizm merkezi olarak, bölgede faaliyet gösteren kurum, kuruluş ve işletmelerle güçlü ilişkiler içerisinde. Turizm çekim unsurları ve bölgesel katkılarına ilişkin veriler ise Tablo 2.20'de verilmiştir.

Turizm çekim unsurları kapsamında değerlendirildiğinde, bölgenin en önemli cazibe noktaları arasında kayak tesisleri, termal kaynaklar, doğal güzellikler ve turistik altyapı yer almaktadır. Özellikle termal kaynaklar en yüksek frekans değeri olan 3 ile öne çıkarken, bu durum Murat Dağı TKTM'nin sağlık turizmi açısından güçlü bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Bunun yanı sıra, kayak tesisleri ve doğal güzellikler unsurları ise 2 frekans değeri ile dikkat çekmektedir. Bu bulgu, bölgenin sahip olduğu doğal peyzajın turistik cazibe açısından önemli bir rol oynadığını ve aynı zamanda kış sporları turizminin çekiciliğini artırdığını ortaya koymaktadır. Bölgesel katkılar temasına bakıldığında, sağlık turizmi en yüksek frekans değerine sahip olup (2), bu unsurun termal kaynaklarla olan bağlantısının altı çizilmektedir. Bunun yanı sıra, yerel ekonomik gelişim, kültürel tanıtım ve doğal kaynakların kullanımı unsurlarının her biri 1 frekans değeri ile temsil edilmiştir (Tablo 2.20).

Tablo 2.20. Görüşme Sorusuna İlişkin Tema, Frekans Tablosu

Tema	Alt Tema	Frekans
Turizm Çekim Unsurları	Kayak Tesisleri	2
	Termal Kaynaklar	3
	Doğal Güzellikler	2
	Turistik Altyapı	1
Bölgesel Katkılar	Sağlık Turizmi	2
	Yerel Ekonomik Gelişim	1
	Kültürel Tanıtım	1
	Doğal Kaynakların Kullanımı	1

Bölgede faaliyet gösteren işletmeler, Murat Dağı TKTM'nin turizm potansiyelini en üst düzeye çıkarmak için çeşitli stratejiler geliştirmiş ve bu stratejiler doğrultusunda faaliyetlerini organize etmiştir. Bu bağlamda, turizm merkezinde bulunan bir otelin temsilcisi, turizmle ilişkilerini şu şekilde ifade etmiştir: *“Evet, kurumumuz Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'nde bulunan otel olarak bu turizm bölgesiyle oldukça yakından ilişkilidir. Kuruluşumuz, bölgedeki termal kaynakların sunduğu sağlık ve dinlenme imkânlarını misafirlerimize sunmak amacıyla konumlandırılmıştır. Ayrıca, kayak sezonunda da bölgenin sunduğu doğal güzellikleri ve kayak olanaklarını misafirlerimize sunarak turizm ile yakın ilişki içindeyiz. Bu ilişki, hem yerel ekonomiye katkı sağlamak hem de misafirlerimize unutulmaz bir deneyim sunmak adına önemlidir”* (K2, 2024).

Alanda faaliyet gösteren başka bir işletme yetkilisi ise turizm potansiyelini değerlendirme çabalarını şu sözlerle dile getirmiştir: *“Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi, işletmemiz için önemli bir destinasyondur. Kuruluşumuz, bölgenin sunduğu turizm potansiyelini en iyi şekilde değerlendirmek adına burada çeşitli turizm paketleri ve aktiviteler düzenlemekteyiz. Termal kaynakların sağlık turizmi için sunduğu avantajlar ve kayak sezonunda bölgedeki eşsiz pistler ve doğal güzellikler, işletmemizin sunduğu turizm paketlerinin ana unsurlarını oluşturur. Bu sayede, bölgeye olan turist akışını arttırarak hem işletmemizin hem de bölgenin turizm potansiyelini arttırmaya çalışıyoruz”* (K7, 2024).

Merkezde bir başka katılımcı, Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'nin turizm açısından geliştirilmesi amacıyla yürütülen projelerden bahsederek şu ifadeleri kullanmıştır: *“İşletmemiz, bölgedeki turizm potansiyelini arttırmak ve bölgeyi turizm*

açısından daha da geliştirmek adına çeşitli projeler yürütmektedir. Bu projeler arasında, bölgenin tanıtımını yapmak, turist akışını arttırmak, altyapıyı geliştirmek ve turizm sektöründe istihdamı arttırmak gibi hedefler bulunmaktadır. Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi, bu projelerin merkezinde yer alır ve bölgedeki turizmin canlanması için önemli bir rol oynamaktadır” (K11, 2024).

Bu ifadeler, Murat Dağı TKTM’nin sadece bölgesel bir turizm merkezi olarak değil, aynı zamanda yerel ekonomiye katkıda bulunan ve turistik çeşitliliği artırmayı hedefleyen bir destinasyon olarak önemini ortaya koymaktadır. Termal kaynakların sağlık turizmi için cazibesi, kış sporlarının altyapısıyla birleşerek, bölgenin çok yönlü bir turizm destinasyonu olmasını sağlamaktadır. Katılımcıların vurguladığı gibi, turist akışını artırmaya yönelik çalışmalar ve altyapı geliştirme projeleri, bölgenin sürdürülebilir turizm potansiyelini güçlendirmektedir.

2.3.3. Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi’ne Turizm Amacıyla Gelen Başlıca Gruplar/Kişilerin Profili ve Son Yıllarda Değişiklik Gösteren Bu Profilin Olumlu ve Olumsuz Tarafları

Sizin gözlemlerinize dayalı olarak turizm amacıyla gelen başlıca gruplar/kişiler kimlerdir? Bunların özellikleri nelerdir?

Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi’ne turizm amacıyla gelen ziyaretçilerin profilleri, merkezdeki turizm faaliyetlerinin çeşitliliğini ve bu ziyaretçilerin ihtiyaçlarına yönelik hizmetlerin önemini göstermektedir. Murat Dağı TKTM, ziyaretçi profilleri ve turizm faaliyetlerinin çeşitliliği açısından dikkat çekici bir turizm merkezi niteliği taşımaktadır. Ziyaretçilerin ihtiyaçlarına yönelik hizmetlerin önemi, bölgedeki turizm faaliyetlerinin sürekliliği ve potansiyelinin artırılması açısından kritik bir rol oynamaktadır. Özellikle mevsimsel değişikliklere bağlı olarak artış gösteren ziyaretçi trafiği, bölgenin hem kış sporları hem de termal turizm açısından farklı dönemlerde cazibe merkezi olmasını sağlamaktadır. Kış sporları, bu çeşitlilik içinde öne çıkan bir çekim unsuru olup, kayak severlerin ilgisini bölgeye çekerken, termal turizm de sağlık odaklı ziyaretçilerin taleplerini karşılamaktadır. Her iki unsurun bir araya gelmesi, Murat Dağı TKTM’nin çok yönlü bir turizm destinasyonu olmasını desteklemektedir. Bölgesel katkılar açısından değerlendirildiğinde, doğal güzelliklerin korunması ve sağlık turizmi

faaliyetleri ön plana çıkmaktadır. Doğal güzelliklerin sürdürülebilir bir şekilde korunması, bölgenin çevresel değerlerini korurken, aynı zamanda turistik cazibesini artırmaktadır. Sağlık turizmi ise, termal kaynakların sunduğu avantajlarla, özellikle uzun süreli konaklama yapan ziyaretçilerin ilgisini çekmekte ve bölgenin ekonomik kalkınmasına katkı sağlamaktadır.

Tablo 2.21. Görüşme Sorusuna İlişkin Tema, Frekans Tablosu

Tema	Alt Tema	Frekans
Turizm Artışları	Mevsimsel Değişiklikler	3
	Kış Sporları	2
	Termal Turizm	2
Bölgesel Katkıları	Doğal Güzelliklerin Korunması	1
	Sağlık Turizmi	2

Katılımcıların gözlemleri, bölgeye gelen başlıca grupların farklı motivasyonlarla geldiğini ve bu grupların özelliklerinin turizm faaliyetlerine yön verdiğini ortaya koymaktadır. Bir katılımcının belirttiği üzere, termal kaynakların çekiciliği sağlık turizmi için bölgeyi cazip kılmaktadır: “*Termal kaynakların bulunduğu bir bölge olarak, Murat Dağı TKTM’ye gelen birçok kişi sağlık turizmi amacıyla gelir. Genellikle romatizmal rahatsızlıklar, cilt problemleri veya solunum yolları sorunları gibi sağlık sorunlarını tedavi etmek veya rahatlamak için buraya gelirler. Bu turistler genellikle orta yaş ve üstü olabilirler ve termal otellerde uzun süreli konaklamalar tercih edebilirler*” (K12, 2024). Bu gözlem, termal suların sağlık üzerindeki olumlu etkilerinin, özellikle orta yaş ve üstü ziyaretçiler için önemli bir motivasyon kaynağı olduğunu göstermektedir. Kış sezonunda ise bölgeye doğa sporlarına ve maceraya ilgi duyan genç gruplar gelmektedir. Katılımcılardan biri, bu grupların tercihlerini şu şekilde ifade etmiştir: “*Kayak sezonu boyunca, dağcılık ve doğa sporlarıyla ilgilenen gruplar Murat Dağı’na gelir. Bu gruplar genellikle gençlerden oluşur ve macera dolu bir tatil arayanlar arasından gelirler. Onlar için dağın eşsiz manzaraları, doğa yürüyüşleri ve kayak aktiviteleri büyük önem taşır*” (K4, 2024). Bu gruplar, Murat Dağı’nın kış sporları ve doğal güzellikleriyle macera turizmine yönelik potansiyelini ortaya koymaktadır. Aileler ve şehir hayatından uzaklaşarak dinlenmek isteyen hafta sonu grupları da bölgenin önemli ziyaretçi profillerini oluşturmaktadır. Bir başka katılımcı bu grupları şu şekilde tanımlamaktadır:

“Aileler ve hafta sonu kaçıışı arayanlar, genellikle şehir hayatından uzaklaşmak ve dinlenmek için Murat Dağı'na gelirler. Bu gruplar genellikle küçük çocuklara sahip ailelerden oluşur ve termal otellerde ailecek keyifli bir zaman geçirmeyi tercih ederler. Onlar için termal suların sağlık yararları, çocuk dostu aktiviteler ve doğal güzellikler önemlidir” (K3, 2024). Bu gözlem, Murat Dağı TKTM'nin aile dostu bir turizm merkezi olarak değerlendirildiğini ve hem çocuklar hem de ebeveynler için çeşitli olanaklar sunduğunu göstermektedir. Son olarak, hem yerli hem de yabancı turistler, bölgeyi tarih, kültür ve yerel deneyimler için ziyaret etmektedir. Bu turist profili şu şekilde tanımlanmıştır: *“Hem yerli hem de yabancı turistler, Murat Dağı'nı keşfetmek ve bölgenin sunduğu olanaklardan yararlanmak için gelirler. Bu turistler genellikle bölgenin tarihini, kültürünü ve yerel mutfağını deneyimlemek isteyen gezginlerden oluşur. Yerli turistler genellikle hafta sonu veya bayram tatilleri gibi kısa süreli ziyaretler yaparken, yabancı turistler genellikle daha uzun süreli tatiller için bölgeyi tercih ederler”* (K6, 2024). Bu ifadeler, Murat Dağı TKTM'nin hem yerli hem de uluslararası turizm açısından zengin bir potansiyele sahip olduğunu ve kültürel ve gastronomik deneyimlerin önemli bir çekim unsuru olduğunu vurgulamaktadır.

Turizm faaliyetine katılımcılar artıyor mu azalıyor mu? Bunun nedeni nedir?
Artış en çok hangi mevsimde yaşanmaktadır?

Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'ndeki turizm faaliyetlerine katılımın artış veya azalış eğilimleri, bölgedeki çeşitli faktörlere bağlı olarak şekillenmektedir. Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'ndeki turizm faaliyetlerine katılım, bölgedeki sosyo-ekonomik ve altyapısal dinamiklerin etkisiyle artış veya azalış göstermektedir. Katılım eğilimlerini etkileyen engeller ve destekleyici faktörler, bölgedeki turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliği açısından kritik öneme sahiptir. Özellikle bilgi ve bilinç eksikliği, yerel halkın ve işletmelerin turizm sektöründeki fırsatları tam anlamıyla değerlendirmesini engellemektedir. Ayrıca, ekonomik sınırlamalar ve altyapı eksiklikleri, turistlerin bölgeye erişimini ve konaklama seçeneklerini kısıtlayarak turizm katılımını olumsuz yönde şekillendirmektedir. Buna karşılık, turizme olan ilgi ve katılımда gözlemlenen artış eğilimleri, bölgenin turistik potansiyelini ortaya koymaktadır. Bu artışın sürdürülebilir bir şekilde devam etmesi için tanıtım faaliyetlerinin artırılması ve yerel işletmelerin turizme aktif katılımının sağlanması gereklidir. Tanıtım ihtiyacı, bölgenin geniş bir kitleye

ulaşabilmesi açısından önem taşıırken, yerel işletmelerin katılımı, ekonomik kalkınmayı destekleyen bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

Tablo 2.22. Görüşme Sorusuna İlişkin Tema, Frekans Tablosu

Tema	Alt Tema	Frekans
Katılım Engelleri	Bilgi ve Bilinç Eksikliği	2
	Ekonomik Sınırlamalar	1
	Altyapı Eksikliği	2
Katılım Destekleri	Turizme İlgi ve Katılım Artışı	2
	Tanıtım İhtiyacı	2
	Yerel İşletmelerin Katılımı	1

Katılımcıların ifadeleri, bölgedeki turizmin özellikle tanıtım, altyapı ve ekonomik koşullar gibi unsurlara bağlı olarak gelişim gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bir katılımcının görüşüne göre, bölgenin tanıtımına yönelik yapılan çalışmalar, turizm faaliyetlerinde artışa neden olabilecek önemli bir etkidir: *“Bölgedeki oteller, turizm acentaları ve yerel yönetimlerin artan turizm tanıtımı ve pazarlama çabaları, bölgeye olan ilgiyi artırabilir. Dijital pazarlama, sosyal medya kampanyaları, turizm fuarlarına katılım gibi aktivitelerle Murat Dağı'nın tanıtımı yapılarak potansiyel ziyaretçilere çekici bir destinasyon olarak sunulabilir”* (K5, 2024). Bu ifade, dijital iletişim araçlarının ve aktif tanıtım faaliyetlerinin, bölgenin bilinirliğini artırmada ve potansiyel ziyaretçileri cezbetmede kritik bir rol oynadığını göstermektedir. Bölgedeki altyapı gelişimi ve turizm hizmetlerindeki iyileşmeler de turistlerin memnuniyetini artırarak ziyaret sayısına olumlu katkı sağlamaktadır. Katılımcılardan biri bu durumu şu şekilde açıklamaktadır: *“Bölgedeki altyapı geliştirme çalışmaları ve turizm hizmetlerindeki kalitenin artması, turistlerin bölgeye olan güvenini ve memnuniyetini artırabilir. Yeni otellerin açılması, kayak tesislerinin genişletilmesi ve termal tesislerin yenilenmesi gibi çalışmalar, bölgeye olan talebi artırabilir”* (K7, 2024). Bu durum, turizm hizmetlerinin kalitesinin artmasının, bölgeye gelen ziyaretçi sayısında doğrudan bir artışa neden olabileceğini ortaya koymaktadır. Ekonomik faktörlerin de turizm faaliyetlerine etkisi büyüktür. Bir katılımcı, ekonomik istikrarın ve gelir düzeylerindeki artışın turizme olan katkısını şu şekilde ifade etmektedir: *“Ekonomik istikrar ve gelir düzeylerindeki artış, insanların seyahat etmeye daha fazla harcama yapabilecek durumda olmalarını sağlayabilir. Bu durum da turizm*

faaliyetlerinde bir artışa neden olabilir” (K1, 2024). Gelir düzeylerindeki artışın, bireylerin seyahat etmeye daha fazla kaynak ayırabilmelerine imkân tanıdığı ve bunun turizm sektöründe bir hareketlilik yarattığı görülmektedir. Turizm faaliyetlerindeki artışın en çok hangi dönemde yaşandığına dair değerlendirmelerde, kış mevsimi öne çıkmaktadır. Bir katılımcının ifadesine göre: “Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'nde turizm faaliyetlerindeki artış genellikle kış mevsiminde yaşanır. Bu dönemde kayak severlerin bölgeye olan ilgisi artar ve oteller, kayak tesisleri ve restoranlar gibi turizm işletmeleri yoğun bir şekilde ziyaret edilir. Ancak, termal tesislerde sağlık turizmi için yaz mevsiminde de bir artış görülebilir. Bölgenin doğal güzellikleri ve termal suları, yaz aylarında da turistlerin ilgisini çeker ve ziyaretçi sayısının artmasına katkı sağlar” (K8, 2024). Bu değerlendirme, kış sezonunda kayak turizminin, yaz sezonunda ise termal ve doğa turizminin bölgeye farklı dönemlerde ziyaretçi sayısındaki artışlar getirdiğini vurgulamaktadır.

Murat Dağı’nda turizm faaliyetlerine katılım, tanıtım faaliyetleri, altyapı geliştirme, ekonomik istikrar ve mevsimsel avantajlar gibi çok yönlü faktörlere bağlı olarak artış göstermektedir. Kış sezonundaki yoğunluk, kayak turizmine olan talebi vurgularken, yaz aylarındaki termal turizm ve doğal güzellikler, bölgenin dört mevsim boyunca cazibesini korumasını sağlamaktadır. Bu bulgular, turizm faaliyetlerinin mevsimsel ve stratejik planlama ile daha da geliştirilebileceğini göstermektedir.

Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezine turizm amacıyla gelenlerin profilinde son yıllarda bir değişiklik var mıdır? Varsa bu değişimi olumlu veya olumsuz olarak nasıl tanımlayabilirsiniz?

Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi’ne gelen turist profilinde son yıllarda belirgin değişiklikler gözlemlenmiştir. Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi’ne gelen turist profilindeki son yıllardaki değişimler, bölgedeki turizmin ekonomik, çevresel ve sosyal-kültürel etkilerinde önemli dönüşümler yaratmıştır. Bu değişimler, hem olumlu hem de olumsuz sonuçlar doğurarak bölgenin turizm dinamiklerini yeniden şekillendirmiştir. Ekonomik etkiler açısından, turistlerin bölgeye olan ilgisinin artmasıyla yerel halkın gelir düzeyinde belirgin bir artış gözlemlenmiştir. Turizm faaliyetlerinin yerel ürünlere olan talebi artırması, bölgedeki üretici ve esnafların ekonomik faaliyetlerini desteklemektedir. Ancak bu potansiyelin sürdürülebilir bir şekilde

değerlendirilmesi, turizme yönelik stratejik planlamalarla mümkündür. Çevresel etkiler ise bölgedeki doğal kaynaklar üzerinde hem olumlu hem de olumsuz izler bırakmaktadır. Turist akışındaki yoğunluk, çevre kirliliğine yol açarken, bazı doğal alanların zarar görmesine neden olmaktadır. Bu durum, çevrenin korunması ve turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliği açısından ciddi bir tehdit oluşturmaktadır. Özellikle, Murat Dağı gibi doğal zenginliklere sahip bölgelerde, çevresel etkilerin minimize edilmesi için kapsamlı önlemler alınması gerekmektedir. Sosyal ve kültürel etkiler bağlamında, turizmin kültürel değerlerin korunmasına katkıda bulunduğu gözlemlenmektedir. Bölgeye gelen turistlerin yerel kültürle etkileşimi, bu değerlerin daha geniş kitlelere tanıtılmasına olanak sağlamaktadır.

Tablo 2.23. Görüşme Sorusuna İlişkin Tema, Frekans Tablosu

Tema	Alt Tema	Frekans
Ekonomik Etkiler	Gelir Artışı	2
	Yerel Ürünlere Talep	1
Çevresel Etkiler	Çevre Kirliliği	2
	Doğal Alanların Zarar Görmesi	1
Sosyal ve Kültürel Etkiler	Kültürel Değerlerin Korunması	1
	Sosyal Katkıların Sınırlı Olması	1

Katılımcıların ifadeleri, bu değişimin hem olumlu hem de olumsuz yönlerini ortaya koymakta, turistlerin bölgeye olan ilgilerinin nasıl çeşitlendiğini ve bunun bölgeye olan etkilerini vurgulamaktadır. Bir katılımcının gözlemlerine göre, özellikle sağlık turizmi amacıyla gelen ziyaretçilerin sayısındaki artış dikkat çekicidir: *“Son yıllarda Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'ne gelen turist profili biraz değiştiğini gözlemliyoruz. Özellikle sağlık turizmi amacıyla gelen ziyaretçi sayısında belirgin bir artış yaşanıyor. Eskiden daha çok doğa ve macera severler bölgeye akın ederken, son yıllarda termal sağlık tesislerine olan ilginin artmasıyla birlikte bu profilde bir değişiklik görülüyor. Bu değişikliği olumlu olarak değerlendiriyorum çünkü sağlık turizmi, bölgeye kaliteli ve uzun süreli konaklamalar getiriyor ve turizm gelirlerini artırıyor”* (K10, 2024). Bu ifade, sağlık turizminin bölgenin ekonomik gelirlerini artırırken ziyaretçi deneyimini de daha sürdürülebilir hale getirdiğini göstermektedir. Bir başka katılımcı ise, turistlerin konfor ve lüks arayışındaki artışı vurgulamaktadır: *“Evet, son yıllarda turist profili biraz*

değiştiğini gözlemliyoruz. Artık Murat Dağı'na gelen misafirler daha çok konfor ve lüks arıyorlar. Termal tesislerdeki kapasite artışıyla birlikte lüks otellerde konaklama talebinde belirgin bir artış var. Bu durumu olumlu olarak değerlendiriyorum çünkü bölgeye yüksek gelir getiren turistleri çekmek, yerel ekonomiye önemli bir katkı sağlıyor” (K3, 2024). Bu durum, turizm altyapısındaki gelişmelerin, bölgeye daha fazla gelir sağlayabilecek turist gruplarını çektiğini ve yerel ekonomiye katkı sağladığını göstermektedir. Ancak, turist profilindeki değişimin olumsuz yönleri de dile getirilmiştir. Bir katılımcı, sağlık turizmine yönelimin, bölgenin doğal ve kültürel zenginliklerinin ihmal edilmesine yol açabileceğini ifade etmiştir: *“Turist profili değiştiğini gözlemliyoruz ancak bu değişim olumsuz bir yönde. Eskiden bölgeye gelen turistler daha çok doğa ve macera aktivitelerine ilgi gösterirken, son yıllarda kalabalık gruplar halinde gelen sağlık turistleri, yerel kültürü ve doğal güzellikleri ihmal ediyor gibi görünüyor. Bu durumu olumsuz olarak değerlendiriyorum çünkü bölgenin doğal ve kültürel zenginliklerini korumak ve tanıtmak da önemlidir”* (K5, 2024). Bu ifade, turist çeşitliliğinin artmasının, bölgenin ekolojik ve kültürel sürdürülebilirliği üzerinde olumsuz bir etki yaratabileceğine işaret etmektedir. Son olarak, bir başka katılımcı, değişen turist profilinin çeşitlilik açısından olumlu etkilerini şu şekilde dile getirmiştir: *“Turist profili belirgin bir değişiklik gösteriyor. Artık bölgeye gelen turistler daha çeşitli ve çeşitlilikten hoşlanan bir profil oluşturuyor. Hem sağlık turizmi hem de doğa turizmi taleplerinde artış var. Bu durumu olumlu olarak değerlendiriyorum çünkü bölgeye gelen turistlerin çeşitlenmesi, işletmelerimiz için yeni pazarlama ve hizmet fırsatları yaratıyor”* (K6, 2024). Bu değerlendirme, bölgeye gelen turistlerin farklı ihtiyaçlarının, işletmelerin hizmetlerini çeşitlendirmesi ve pazarlama stratejilerini geliştirmesi için yeni fırsatlar sunduğunu göstermektedir.

2.3.4. Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi İçindeki Turizmin, Civarda Yaşayan Hanelerin Ekonomik, Sosyal Ve Kültürel Gelişmesine Olumlu ve Olumsuz Etkilerinin Yanı Sıra; Yakın Köy ve Kasabalardaki Halkın Turizme Katılım Düzeyi

Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi içinde turizmin çevre üzerindeki ve civar köy ve kasabalarda olumlu ve olumsuz etkileri nelerdir? Çevrede yaşayan köy ve kasabalardaki halkın turizme katılım düzeyini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'ndeki turizm faaliyetlerinin, çevrede yaşayan hanelerin ekonomik, sosyal ve kültürel gelişimine etkileri oldukça çeşitlidir. Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'nde gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinin, çevrede yaşayan haneler üzerinde ekonomik, sosyal ve kültürel boyutlarda çok yönlü etkileri bulunmaktadır. Turizmde ziyaretçi profili açısından, olumlu değişimler bölge için umut verici bir tablo çizmektedir. Turist profilinde meydana gelen çeşitlilik, bölgenin farklı kesimlerden ve ihtiyaçlardan gelen turistleri çekebilme kapasitesini göstermektedir. Bununla birlikte, olumsuz değişimler de göz ardı edilmemelidir. Bazı ziyaretçilerin bölgeye olan ilgisinin azalması veya turistlerin çevre üzerindeki olumsuz etkileri gibi sorunlar, turizmin sürdürülebilirliği için dikkate alınması gereken hususlardır. Ayrıca, mevsimsel farklılıklar, bölgedeki turizmin yıl boyunca dengeli bir şekilde sürdürülmesini zorlaştırmaktadır. Yerel katılım eksikliği ise turizm faaliyetlerinin bölgesel ekonomiye olan olumlu etkilerini sınırlayabilmektedir. Yerel halkın turizme daha fazla dâhil edilmesi, turizm faaliyetlerinin etkilerini daha geniş bir tabana yaymak açısından önemlidir. Bölgesel katkılar bağlamında, turizmin ekonomik faydaları belirgin bir şekilde öne çıkmaktadır. Turizm faaliyetleri, yerel halkın gelir düzeyini artırarak ekonomik kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda, turistlerin yerel ürünlere olan talebi, bölge esnafı ve üreticileri için önemli bir gelir kaynağı yaratmaktadır. Sosyal ve kültürel etkiler ise, yerel halkın kültürel değerlerini koruması ve tanıtması için bir fırsat sunmaktadır. Bununla birlikte, bu etkilerin sınırlı kalması, turizm faaliyetlerinin toplumsal faydalarını tam anlamıyla yansıtamamasına neden olmaktadır.

Tablo 2.24. Görüşme Sorusuna İlişkin Tema, Frekans Tablosu

Tema	Alt Tema	Frekans
Turizmde Ziyaretçi Profili	Olumlu Değişim	3
	Olumsuz Değişim	2
	Mevsimsel Farklılıklar	2
	Yerel Katılım Eksikliği	1
Bölgesel Katkılar	Ekonomik Faydalar	2
	Sosyal ve Kültürel Etkiler	1

Katılımcıların ifadeleri, turizmin hem olumlu hem de olumsuz yönlerini ortaya koymakta, bölgedeki yerel halkın turizme katılım düzeyinin önemini vurgulamaktadır. Bir katılımcı, turizmin çevresel etkilerine değinerek şu şekilde açıklamada bulunmuştur: *“Bölgedeki doğal güzelliklerin ve ekosistemin korunması turizm faaliyetleriyle tehdit altına girebilir. Yoğun turist trafiği, çevre kirliliği ve doğal habitatın bozulması gibi sorunlar ortaya çıkabilir. Ancak bölgedeki yerel halk için turizm, ekonomik fırsatlar sunar. Turizm işletmelerinde istihdam artışı ve yerel halkın turizmle ilgili işletmelere ve etkinliklere katılması, bölgenin kalkınmasına katkı sağlayabilir. Ancak bu katılım düzeyi bazen yetersiz olabilir ve yerel halkın turizmin olumlu etkilerinden yeterince faydalanamamasına neden olabilir”* (K1, 2024). Bu ifade, turizmin çevresel baskı yaratırken, aynı zamanda ekonomik fırsatlar sunarak yerel halk için bir kazanç kapısı oluşturduğunu ancak bu fırsatların eşit şekilde değerlendirilmediğini göstermektedir. Bir başka katılımcı, doğal kaynakların aşırı kullanımına ve yerel halkın turizme katılımındaki düşük seviyeye dikkat çekmiştir: *“Turizmin çevre üzerindeki etkileriyle ilgili olarak, bölgedeki doğal kaynakların aşırı kullanımı ve çevre kirliliği gibi olumsuz sonuçlar gözlemlenebilir. Ancak turizm faaliyetlerinin bölgedeki ekonomik kalkınmaya olumlu etkileri de vardır. Yerel halk için turizm, iş ve gelir fırsatları sağlar. Turizm işletmelerinde çalışarak veya turizmle ilişkili diğer hizmetlerde yer alarak gelir elde edebilirler. Bununla birlikte, bazı yerlerde turizme katılım düzeyi düşük olabilir. Yerel halk, turizmin getirdiği değişimlere karşı direnç gösterebilir veya turizmin bölgeye getirdiği faydaları göremeyebilir”* (K4, 2024). Bu değerlendirme, turizmin ekonomik katkısına rağmen yerel halkın turizme katılımında yaşanan sorunların sürdürülebilir kalkınmayı olumsuz etkileyebileceğini ortaya koymaktadır. Turizmin sürdürülebilirliği ve yerel halkın

katılımının önemi ise bir başka katılımcı tarafından şu şekilde vurgulanmıştır: *“Turizmin çevre üzerindeki etkileri ve çevrede yaşayan köy ve kasabalardaki halkın turizme katılımı oldukça önemlidir. Turizm faaliyetleri, bölgedeki doğal kaynakların sürdürülebilir bir şekilde kullanılması ve çevrenin korunması konularında dikkatli olunmasını gerektirir. Aynı zamanda, yerel halkın turizme katılımı, bölgenin sürdürülebilir kalkınması için önemlidir. Yerel halk, turizm sektöründe istihdam edilerek veya yerel ürünlerin turistlere sunulmasıyla gelir elde edebilir. Ancak turizmin çevresel ve kültürel etkileri göz önünde bulundurularak, yerel halkın turizme katılım düzeyinin artırılması için çeşitli önlemler alınmalıdır”* (K9, 2024). Bu ifade, turizmin çevresel etkilerini azaltmaya yönelik önlemler alınırken, yerel halkın ekonomik faydalardan daha fazla yararlanabilmesi için çalışmalar yapılması gerektiğini göstermektedir. Son olarak, bir katılımcı turizmin çevre üzerindeki olumsuz etkilerini belirtirken ekonomik katkıların göz ardı edilmemesi gerektiğini ifade etmiştir: *“Yoğun turist trafiği çevre kirliliği ve doğal habitatın bozulması gibi sorunlara neden olabilir. Ancak, turizm faaliyetlerinin bölgedeki ekonomik kalkınmaya katkısı da göz ardı edilmemelidir. Turizm, bölgedeki yerel halk için iş ve gelir fırsatları sunar. Turizm işletmelerinde çalışarak veya turizmle ilgili diğer hizmetlerde yer alarak gelir elde edebilirler. Ancak bu katılım düzeyi bazen yetersiz olabilir ve yerel halkın turizmin olumlu etkilerinden yeterince faydalanamamasına neden olabilir”* (K3, 2024). Bu yorum, çevresel ve ekonomik dengelerin sağlanmasının önemine dikkat çekmektedir.

Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'ndeki turizmin yakın çevredeki haneler üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri olduğu açıktır. Ekonomik olarak iş ve gelir fırsatları sunan turizm, çevresel ve kültürel etkiler nedeniyle eleştiri alabilmektedir.

Turizmin bu çevrede yaşayan hanelerin ekonomik sosyal ve kültürel gelişmesine olumlu-olumsuz etkileri nelerdir?

Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi çevresinde yaşayan haneler üzerinde turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel etkileri hem olumlu hem de olumsuz yönleriyle değerlendirilmiştir. Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi çevresinde yaşayan haneler üzerinde turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkileri, çok boyutlu bir şekilde değerlendirilmiştir. Bu etkiler, hem olumlu hem de olumsuz yönleriyle, turizmin bölgesel kalkınmaya katkıları ve beraberinde getirdiği zorluklar açısından önemli bir tablo

çizmektedir. Ekonomik etkiler açısından, turizmin yerel halkın gelir düzeyini artırıcı etkisi belirgin bir şekilde görülmektedir. Özellikle, turistlerin bölgeye olan ilgisiyle birlikte, yerel ürünlere talebin artması, bölgedeki küçük işletmeler ve üreticiler için yeni fırsatlar yaratmaktadır. Bu durum, yerel ekonominin güçlenmesine katkı sağlarken, hane halklarının refah seviyesini yükseltmektedir.

Tablo 2.25. Görüşme Sorusuna İlişkin Tema, Frekans Tablosu

Tema	Alt Tema	Frekans
Ekonomik Etkiler	Gelir Artışı	3
	Yerel Ürün Satışı	2
Sosyal ve Kültürel Etkiler	Kültürel Farkındalık	3
	Toplumsal Bütünleşme	2
Çevresel Etkiler	Doğal Kaynakların Korunması	1
	Çevre Kirliliği	2

Katılımcıların ifadeleri, turizmin bölge halkı için çeşitli fırsatlar sunduğunu, ancak beraberinde bazı zorluklar da getirdiğini ortaya koymaktadır. Bir katılımcı, turizmin ekonomik ve kültürel katkılarına dikkat çekmiştir: *“Turizmin bu çevrede yaşayan hanelerin ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmesine olumlu etkileri vardır. Öncelikle, turizm faaliyetleri bölgede yeni iş imkânları yaratır ve yerel halkın gelir düzeyini artırabilir. Turizm işletmelerinde istihdam edilenlerin yanı sıra, turizme bağlı olarak yerel hizmet ve ürünlerin talebi de artar, bu da yerel esnafın ve girişimcilerin iş hacmini genişletebilir. Ayrıca, turizm faaliyetleri yerel kültürün ve geleneklerin korunmasına katkı sağlayabilir. Ancak turizmin olumsuz etkileri de göz ardı edilmemelidir. Özellikle, aşırı turist trafiği çevre kirliliği ve doğal kaynakların tükenmesi gibi sorunlara yol açabilir”* (K11, 2024). Bu ifade, turizmin hem ekonomik kazanç sağladığını hem de yerel kültürü canlandırma potansiyeline sahip olduğunu, ancak çevresel etkiler konusunda dikkatli olunması gerektiğini göstermektedir. Bir başka katılımcı, ekonomik kalkınmanın turizmle doğrudan bağlantısını şu şekilde ifade etmiştir: *“Özellikle, turizm faaliyetleri bölgede iş imkânlarının artmasına ve yerel ekonominin canlanmasına katkı sağlayabilir. Turizm işletmelerinde istihdam artışı ve yerel halkın turizmle ilgili işletmelere ve etkinliklere katılması, bölgenin kalkınmasına katkı sağlayabilir. Ancak, turizmin olumsuz etkileri de yok sayılmamalıdır”* (K5, 2024). Bu görüş, turizmin yerel halk için istihdam

ve ekonomik fırsatlar sunduğunu, ancak aynı zamanda dikkatli bir yönetim gerektirdiğini vurgulamaktadır. Turizmin çevresel etkileri ve ekonomik faydaları arasındaki dengeye dikkat çeken bir başka katılımcı, şu şekilde bir değerlendirme yapmıştır: *“Gelir ve hane halkı refahı açısından elbette olumlu etkileri vardır. Ancak gelen turist kalabalığı çevrenin kirlenmesine de sebep olmaktadır. Bu noktada denge kurucu önlemler almakta fayda vardır”* (K7, 2024). Bu ifade, ekonomik kalkınma ile çevresel sürdürülebilirlik arasında bir denge kurulması gerektiğini işaret etmektedir. Son olarak, turizmin refah seviyesini artırıcı etkilerine değinen bir katılımcı, şu şekilde bir değerlendirme yapmıştır: *“Ekonomik açıdan hem yerel halk hem de işletmeler açısından olumlu sonuçları vardır. Buradaki turizm geliştikçe gelir ve refah artmaktadır. Ancak kalabalığın getirdiği olumsuz etkileri de görmezden gelmemek gerekir”* (K6, 2024). Bu görüş, turizmin ekonomik faydalarının uzun vadede sürdürülebilir olabilmesi için dikkatli bir yönetim gerektiğini ortaya koymaktadır.

Murat Dağı çevresindeki turizmin ekonomik olarak hane halkı refahını artırdığı, yerel esnaf ve girişimcilere fırsatlar sunduğu ve sosyal olarak yerel kültürün canlanmasına katkı sağladığı görülmektedir. Bununla birlikte, çevresel kirlilik, doğal kaynakların aşırı kullanımı ve turizm yoğunluğunun olumsuz etkileri, bölgenin sürdürülebilir kalkınmasını tehdit edebilecek unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, turizmin bölgeye olan etkilerinin dengeli bir şekilde yönetilmesi gerektiğini göstermekte ve hem yerel halk hem de çevre için sürdürülebilir bir yaklaşımın benimsenmesinin önemini vurgulamaktadır.

2.4.5. Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezinin Turizmle Bağlantılı Olarak Geleceğinin ve Turizmin Gelişimine Dair Sorunların Değerlendirilmesi

Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'nin turizmle bağlantılı geleceği, katılımcıların ifadelerine göre oldukça umut verici görünmekte, ancak çözülmesi gereken bazı önemli sorunlar da bulunmaktadır. Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'nin turizmle bağlantılı geleceği, bölgenin sunduğu potansiyel ve katılımcıların ifadeleri doğrultusunda umut verici bir tablo çizse de, çözülmesi gereken sorunlarla birlikte değerlendirildiğinde dengeli bir yaklaşım gerektirmektedir. Bölgenin turizm geleceğini şekillendiren olumlu ve olumsuz faktörler, sürdürülebilir bir kalkınma planı ile yönetilmelidir. Turizm geleceği açısından, Murat Dağı'nın sunduğu doğal ve turistik

çekim unsurları, bölge için parlak bir gelecek vaat etmektedir. Katılımcıların ifadelerinde vurgulanan bu olumlu değerlendirme, bölgenin hem termal turizm hem de kış sporları açısından çeşitliliğe sahip bir turizm merkezi olarak daha geniş kitlelere hitap edebileceğini göstermektedir. Ancak bu potansiyelin tam anlamıyla değerlendirilebilmesi için yatırımların artırılması gerekliliği öne çıkmaktadır.

Tablo 2.26. Görüşme Sorusuna İlişkin Tema, Frekans Tablosu

Tema	Alt Tema	Frekans
Turizm Geleceği	Parlak Gelecek	3
	Yatırım Gerekliliği	2
Turizm Sorunları	Altyapı Eksikliği	3
	Tanıtım Eksikliği	2
	Çevresel Sorunlar	2
	Finansman Sorunları	1

Katılımcılar, bölgenin turizm potansiyelinin artışı için altyapı, çevresel sürdürülebilirlik ve pazarlama gibi konularda gelişim sağlanması gerektiğini vurgulamaktadır. Bir katılımcı, turizmin gelecekteki potansiyelini ve karşılaşılan sorunları şu şekilde ifade etmektedir: *“Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'nin turizmle bağlantılı geleceği oldukça parlak görünüyor ancak bazı sorunlar da göz ardı edilmemelidir. Öncelikle, altyapı ve ulaşım sorunları bölgedeki turizm potansiyelini kısıtlayabilir. Yolların yetersizliği, ulaşımın zorluğu ve altyapı eksiklikleri, bölgeye olan turist akışını sınırlandırabilir. Ayrıca, çevresel koruma ve sürdürülebilirlik konuları da dikkate alınmalıdır. Doğal kaynakların korunması ve çevre kirliliğinin önlenmesi için etkili önlemler alınmalıdır. Bununla birlikte, bölgedeki turizm potansiyelinin artırılması için pazarlama ve tanıtım faaliyetlerine daha fazla önem verilmelidir. Bölgenin sunduğu termal ve kayak olanakları daha geniş kitlelere tanıtılmalı ve turist çekmek için çeşitli kampanyalar düzenlenmelidir”* (K12, 2024). Bu ifade, altyapı sorunlarının giderilmesi ve çevresel sürdürülebilirliğin sağlanmasının, bölgenin turizmdeki geleceği için kritik olduğunu vurgulamaktadır. Bir başka katılımcı ise ulaşım ve altyapı sorunlarının turizm üzerindeki kısıtlayıcı etkisine şu şekilde dikkat çekmiştir: *“Yetersiz yollar, ulaşımın zorluğu ve altyapı eksiklikleri, bölgeye olan turist akışını sınırlandırabilir. Buradaki turizm potansiyelini arttırmanın yolu öncelikle bu eksikliklerin giderilmesiyle mümkün olur”*

(K4, 2024). Bu değerlendirme, turist erişimini kolaylaştıracak altyapı yatırımlarının öncelikli olması gerektiğini ortaya koymaktadır. Turizmin geleceğiyle ilgili umutlu bir bakış açısını dile getiren bir başka katılımcı, sorunların yatırımlarla çözülebileceğine işaret etmektedir: *“Turizm ile ilgili geleceği oldukça umut verici görünüyor ancak bazı sorunlar var. Sorunlar genellikle teknik altyapı konaklama imkânları gibi yatırım arttıkça bu sorunların ortadan kalkacağını düşünüyorum”* (K9, 2024). Bu ifade, turizmin sürdürülebilir gelişimi için hem kamu hem de özel sektör yatırımlarının önemine dikkat çekmektedir. Son olarak, bölgenin turizmden sağladığı ekonomik ve sosyal faydalara değinen bir katılımcı, turizmin bölgeye katkılarını şu şekilde ifade etmektedir: *“Geleceği parlak görünüyor gerek yerel halka sağladığı katkı gerekse işletmelere sağladığı faydalar göz önüne alındığında oldukça umut verici diyebilirim”* (K2, 2024). Bu değerlendirme, turizmin yalnızca ekonomik bir faaliyet değil, aynı zamanda yerel topluma olumlu sosyal etkiler sağlayan bir araç olduğunu göstermektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'ne ilişkin elde edilen bulgular, bölgenin turizm potansiyeli ve mevcut ziyaretçi profiliyle ilgili önemli ipuçları sunmaktadır. Sonuç bölümünde, bu bulgular önceki araştırmalarla karşılaştırılarak daha geniş bir çerçevede ele alınmıştır. Böylece, Murat Dağı'nın turizm faaliyetleri açısından güçlü ve geliştirilmesi gereken yönleri, literatürle uyumlu veya farklılaşan noktalarıyla birlikte değerlendirilmiştir.

Ziyaretçilerin aileleriyle gelme oranlarının (%80,3) yüksek olması, bölgenin aile dostu bir destinasyon olarak öne çıktığını göstermektedir. Bu durum, özellikle Kavas ve arkadaşlarının (2019) ailelerin turizm destinasyonu seçiminde huzurlu ve güvenli ortamların önemine vurgu yaptığı çalışmalarıyla uyum içindedir. Bununla birlikte, yalnız veya turla gelen ziyaretçilerin düşük oranlarda kalması (%4,8 ve %1,1), bireysel ve grup temelli turizmin daha fazla teşvik edilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Bu bulgu, Türker'in (2020) grup temelli turizmin destinasyonlar üzerindeki ekonomik etkilerini değerlendirdiği araştırmasında ortaya koyduğu eksikliklerle örtüşmektedir.

Ulaşım açısından, özel otomobilin %91,7 gibi yüksek bir oranla tercih edilmesi, bireysel ulaşım olanaklarının bölgeye erişimde büyük bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Bu sonuç, Ünüvar'ın (2018) yerel turizm destinasyonlarına erişimde özel araç kullanımının önemi hakkındaki bulgularıyla paralellik göstermektedir. Ancak, toplu taşıma araçlarının (%3,7 minibüs, %3,1 otobüs) düşük tercih edilmesi, toplu taşıma altyapısının güçlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, Öztürk (2020) toplu taşımanın turistik bölgelerdeki sürdürülebilir ulaşım üzerindeki etkilerini değerlendirdiği çalışmasında da benzer bir eksikliğe dikkat çekilmektedir. Bu nedenle, Murat Dağı TKTM'nin sürdürülebilir turizm politikasına daha fazla odaklanarak otopark kapasiteleri ve çevre dostu ulaşım yöntemlerine yönelik yatırımlar yapılması önerilmektedir.

Ziyaretçilerin geliş amaçlarına ilişkin bulgular, bölgenin çok yönlü bir turizm destinasyonu olma potansiyelini destekler niteliktedir. Gezip görmek (%34,9), kayak yapmak (%29,2) ve termal tesislerden yararlanmak (%16,0) gibi amaçlar, bölgenin hem doğal hem de rekreasyonel açıdan zengin bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu bulgular, özellikle Kuter'in (2009) kış ve termal turizmin entegrasyonunun bölgesel kalkınma üzerindeki etkilerini ele aldığı çalışmalarıyla örtüşmektedir.

Ziyaret sıklıkları açısından, ziyaretçilerin %37,1'inin her yıl birkaç kez bölgeyi ziyaret etmesi, Murat Dağı TKTM'nin sadık bir ziyaretçi kitlesine sahip olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, özellikle Ünal'ın (2019) bir destinasyonun tekrar ziyaret edilme oranlarının memnuniyet düzeyiyle ilişkisini değerlendirdiği araştırmalarını destekler niteliktedir. Ancak, ilk defa gelenlerin oranının (%16,9) düşük olması, bölgenin yeni ziyaretçileri çekme potansiyelinin daha fazla geliştirilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Benzer şekilde, yılın tüm mevsimlerinde (%33,6) ve hem yaz hem kış aylarında (%39,3) gelen ziyaretçilerin oranları, bölgenin mevsimsel çeşitliliğinin bir avantaj olarak değerlendirildiğini göstermektedir. Bu durum, Özer'in (2024) dört mevsim turizmin sürdürülebilir kalkınmaya etkilerini değerlendirdiği çalışmayla paralellik göstermektedir. Son olarak, kış mevsimi dışındaki dönemlerde yapılan aktiviteler arasında piknik (%32,0) ve doğa yürüyüşü (%10,5) öne çıkarken, motokros (%7,2) ve termal aktiviteler (%9,6) de dikkat çeken diğer faaliyetlerdir. Bu bulgular, özellikle Garipağaoğlu Uğur ve Akova, (2022) açık hava etkinliklerinin turizm destinasyonlarına etkilerini ele aldığı çalışmalarında vurguladığı avantajlarla uyumludur. Ancak, dağ tırmanışı (%0,4), yamaç paraşütü (%2,0) ve kamp (%4,8) gibi aktivitelerin düşük oranlarda kalması, bu tür faaliyetlerin altyapı ve tanıtım açısından desteklenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Elde edilen bulgular, katılımcıların %84,6 gibi büyük bir oranının Murat Dağı'na günübirlik ziyaret gerçekleştirdiğini göstermektedir. Bu bulgu, bölgenin özellikle kısa süreli aktiviteler ve günlük geziler için tercih edilen bir turizm merkezi olduğunu ortaya koymaktadır. Literatürde, günübirlik turizmin yoğun olduğu destinasyonlarda, ziyaretçi kalış sürelerinin artırılmasının yerel ekonomiye daha fazla katkı sağlayacağı vurgulanmaktadır (Kervankıran, 2014; Doğan, Ceylan & Tekin, 2015; Zaro & Belber, 2024). Özellikle termal ve doğa turizmi potansiyeline sahip bölgelerde, uzun süreli konaklama olanaklarının artırılmasının ekonomik faydaları daha belirgin hale gelmektedir. Ancak Murat Dağı TKTM özelinde 1-2 günlük (%11,6) ve 3-6 günlük (%2,2) konaklama sürelerinin düşük olması, bölgedeki altyapı ve turistik cazibenin bu süreleri desteklemediğini göstermektedir. Bölgedeki konaklama türlerine yönelik veriler de bu durumu destekler niteliktedir. Katılımcıların yalnızca %11'inin apart, devre mülk

veya bungalov gibi yapılarda konaklaması, bu tür tesislerin sınırlı bir ziyaretçi kitlesine hitap ettiğini göstermektedir. Benzer şekilde, çadırda konaklama oranının %2,6 gibi düşük bir seviyede kalması, açık hava turizmi ve kamp olanaklarının yeterince gelişmediğini düşündürmektedir. Literatürde, bu tür yapıların doğa turizmi destinasyonlarında tercih edilme oranlarının artmasının, destinasyonun farklı ziyaretçi profillerine hitap etme kapasitesini artırdığı belirtilmektedir (Aldırmaz Akkaya, 2019; Evren & Kozak, 2019). Murat Dağı'nda bu tür seçeneklerin çeşitlendirilmesi, ziyaretçi kalış sürelerini artırma potansiyeline sahiptir.

Katılımcıların %85,7'sinin Murat Dağı TKTM'yi diğer insanlara tavsiye edeceğini belirtmesi, bölgenin genel anlamda ziyaretçiler üzerinde olumlu bir izlenim bıraktığını göstermektedir. Bu bulgu, ziyaretçi memnuniyeti ve ağızdan ağıza iletişimin destinasyonların tanıtımı üzerindeki etkilerini ele alan çalışmalarla uyumludur (Aslan, 2019; Aktaş & Keskin, 2021). Ancak %14,3 oranındaki olumsuz geri dönüş, bölgede belirli sorunların ziyaretçi deneyimini olumsuz etkilediğini işaret etmektedir. Özellikle ulaşım zorluğu (%7,7), kış sporları altyapısındaki yetersizlikler (%2,4) ve hijyenik koşullarla ilgili olumsuzluklar, bu sorunlar arasında öne çıkmaktadır.

Memnuniyet düzeyine ilişkin analizler de bu sorunları destekler niteliktedir. Katılımcıların genel memnuniyet ortalaması 2,45 olup, orta düzeyde bir memnuniyeti işaret etmektedir. Doğal manzaralar kategorisinin (1,58) düşük bir memnuniyet değeri göstermesi dikkat çekicidir. Literatürde, doğal güzelliklerin turistik destinasyonların çekiciliğini artırdığı vurgulanmaktadır (Eren & Eroğlu, 2019). Ancak Murat Dağı TKTM özelinde bu değerlerin düşük olması, doğal alanların yeterince korunmadığını veya etkin bir şekilde tanıtılmadığını düşündürmektedir. Öte yandan, alışveriş (3,23) ve turistik danışma hizmetleri (2,94) kategorilerinde nispeten yüksek memnuniyet değerleri, bölgedeki bu tür hizmetlerin ziyaretçilerin beklentilerini karşılamada daha başarılı olduğunu göstermektedir.

Korelasyon analizine göre, yemek, alışveriş ve turistik danışma hizmetleri arasında güçlü pozitif ilişkiler bulunmaktadır. Bu durum, ziyaretçilerin deneyimlerini bütünsel bir şekilde değerlendirdiğini göstermektedir. Örneğin, yemek hizmetlerinden duyulan memnuniyet, alışveriş deneyimlerini de olumlu yönde etkileyebilmektedir. Ancak doğal manzaralar ile diğer memnuniyet unsurları arasındaki zayıf ilişkiler, bu kategorinin diğer

hizmetlerden bağımsız değerlendirildiğini göstermektedir. Bu bulgu, doğal güzelliklerin ziyaretçilerin genel memnuniyetine katkıda bulunduğunu ancak diğer alanlarla etkileşimde bulunmadığını ortaya koymaktadır. Literatürde, bu tür zayıf ilişkilerin, doğal güzelliklerin etkin sunumu ve pazarlaması ile güçlendirilebileceği belirtilmektedir (Ünal & Caber, 2019). Elde edilen bulgular, Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'nin turizm potansiyelini artırmak için bir dizi iyileştirme çalışması yapılması gerektiğini göstermektedir. Konaklama altyapısının çeşitlendirilmesi, günübirlik ziyaretçilerin daha uzun süreli konaklamalara yönlendirilmesini sağlayabilir. Doğa yürüyüşü, kamp ve termal aktiviteler gibi alternatif turizm olanaklarının geliştirilmesi, bölgenin cazibesini artırabilir. Ayrıca, doğal alanların korunması ve tanıtımı, ziyaretçi memnuniyetini artırmaya yönelik kritik bir öneme sahiptir. Literatürde, bu tür stratejik iyileştirmelerin sürdürülebilir turizme olan katkıları geniş bir şekilde ele alınmıştır (Tokmak, 2023).

Araştırma bulguları, Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'nin çok yönlü bir turizm destinasyonu olarak değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Paydaş görüşleri, bölgenin farklı alanlarda uzmanlaşmış bir iş gücü tarafından desteklendiğini göstermiştir. Katılımcılar arasında otel yöneticileri, kayak federasyonu temsilcileri, yerel yönetim temsilcileri ve hizmet sektörü çalışanlarının bulunması, turizm faaliyetlerinin farklı uzmanlıklar gerektirdiğini ve bu uzmanlıkların bölgesel kalkınmaya katkı sağladığını ortaya koymaktadır. Bu bulgular, Ataberk (2020) tarafından turizm destinasyonlarının başarılı olabilmesi için çok paydaşlı bir yaklaşıma ihtiyaç duyulduğunu belirten çalışmayla uyum göstermektedir. Ancak, paydaşlar arasında eğitim düzeyinin çeşitlilik göstermesi (örneğin, lise mezunları ile yüksek lisans mezunlarının aynı sektörde farklı roller üstlenmesi) dikkat çekici bir bulgudur. Bu durum, bölgenin turizm faaliyetlerinde uzmanlaşmış insan kaynağına olan ihtiyacını ortaya koymaktadır. Literatürde, eğitim düzeyi yüksek personelin turizm sektöründe kaliteyi artırdığı ve müşteri memnuniyetini doğrudan etkilediği belirtilmektedir (Kaya, 2012). Murat Dağı TKTM özelinde, eğitim ve mesleki gelişim programlarına yönelik bir stratejinin benimsenmesi, turizm kalitesini artırmada önemli bir rol oynayabilir.

Araştırmada, Murat TKTM'ne gelen ziyaretçi profillerinin çeşitliliği ve bu profillerin ihtiyaçları detaylı bir şekilde analiz edilmiştir. Ziyaretçiler arasında sağlık turizmi, kış sporları ve doğal güzellikleri keşfetmek isteyen grupların bulunması, bölgenin çok yönlü turizm potansiyelini ortaya koymaktadır. Özellikle sağlık turizmine

olan ilginin artması, termal kaynakların bölge için bir cazibe merkezi olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, Dalkıran ve Göncü'nün (2023) sağlık turizmi destinasyonlarının ekonomik sürdürülebilirlik açısından güçlü bir katkı sağladığını belirttiği çalışmayla uyum göstermektedir. Bununla birlikte, ziyaretçilerin büyük çoğunluğunun günübirlik geziler için bölgeyi tercih ettiği görülmüştür. Bu durum, uzun süreli konaklama altyapısının ve cazibe unsurlarının yetersizliğine işaret etmektedir. Benzer şekilde, Öztürk ve Yazıcıoğlu (2002), günübirlik turizmin ekonomik katkısının sınırlı olduğunu ve konaklama sürelerinin artırılmasının bölgesel kalkınma açısından daha faydalı olacağını vurgulamaktadır. Murat Dağı TKTM'de bu durumu tersine çevirmek için konaklama altyapısının geliştirilmesi ve uzun süreli ziyaretleri teşvik edici paketlerin sunulması gereklidir.

Turizmin bölgedeki ekonomik etkileri açısından elde edilen bulgular, yerel halk için yeni iş ve gelir fırsatları yarattığını göstermektedir. Katılımcılar, turizm faaliyetlerinin yerel ürünlere olan talebi artırarak yerel esnafa destek olduğunu belirtmiştir. Ancak, katılımcıların bir kısmı, ekonomik faydaların yalnızca sınırlı bir kesime ulaştığını ve yerel halkın turizme yeterince entegre olamadığını ifade etmiştir. Bu, yerel katılım eksikliğinin bölgesel kalkınmadaki sınırlayıcı etkisini ortaya koymaktadır.

Sosyal ve kültürel etkiler bağlamında, turizmin yerel kültürel değerlerin korunmasına ve tanıtılmasına katkı sağladığı belirtilmiştir. Ancak, bu katkının daha sistematik ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşturulması gerektiği de ifade edilmiştir. Çakır ve Sağıroğlu (2021), kültürel mirasın turizm yoluyla korunmasının ancak bu mirasın aktif bir şekilde turistlere sunulmasıyla mümkün olabileceğini savunmaktadır. Murat Dağı TKTM özelinde, yerel kültürel etkinliklerin çeşitlendirilmesi ve turistlere daha etkili bir şekilde tanıtılması, sosyal ve kültürel faydaları artırabilir.

Murat Dağı TKTM'de artan turizm faaliyetlerinin çevresel etkileri de bulgular arasında dikkat çekmiştir. Yoğun turist akışı, çevre kirliliği ve doğal kaynakların aşırı kullanımı gibi sorunlara neden olmaktadır. Bu durum, Güripek'in (2013) turizm destinasyonlarının taşıma kapasitesine ilişkin modelinde belirttiği gibi, destinasyonun sürdürülebilirliği açısından kritik bir risk oluşturmaktadır. Murat Dağı'nın doğal güzelliklerinin korunması ve çevre kirliliğinin önlenmesi için etkin politikalar geliştirilmesi gerekmektedir. Örneğin, ekoturizm uygulamaları ve çevre dostu altyapı

yatırımları, bölgenin çevresel sürdürülebilirliğini destekleyebilir. Araştırmada, Murat Dağı'ndaki altyapı eksiklikleri ve tanıtım yetersizliği, bölgenin turizm potansiyelini sınırlandıran önemli sorunlar olarak öne çıkmıştır. Altyapı eksiklikleri, turistlerin bölgeye erişimini zorlaştırmakta ve konaklama deneyimlerini olumsuz etkilemektedir. Benzer şekilde, Duman'ın (2020) çalışması, altyapının turizm destinasyonlarının rekabet gücündeki rolünü vurgulamaktadır. Murat Dağı için ulaşım altyapısının geliştirilmesi ve konaklama kapasitesinin artırılması, turizmin daha geniş bir kitleye hitap etmesini sağlayacaktır.

Tanıtım eksikliği ise, bölgenin ulusal ve uluslararası düzeyde bilinirliğinin artırılmasını gerektiren bir diğer önemli konudur. Literatürde, dijital pazarlama araçlarının etkin kullanımıyla turizm destinasyonlarının tanıtımında önemli ilerlemeler kaydedildiği belirtilmektedir (Arıkan & Polat, 2021). Murat Dağı TKTM'nin tanıtımı için sosyal medya kampanyaları, dijital platformlarda aktif bir varlık ve uluslararası turizm fuarlarına katılım gibi stratejiler benimsenmelidir.

Bu araştırma, Türkiye'deki önemli kış turizmi merkezlerinden olan Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi ziyaretçilerini motive eden faktörleri ve Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi hakkındaki memnuniyet düzeylerini incelemiştir.

Murat Dağını ziyaret eden misafirlerin çoğunlukla erkek olduğu, misafirlerin daha çok 40-59 yaş aralığındaki orta yaşlı bireylerden oluştuğu ve ziyaretçilerin büyük bölümünün evli olduğu sonucuna varılmıştır. Alan ziyaretçilerinin iyi eğitilmiş oldukları, genellikle iki çocuğa sahip oldukları, büyük bölümünün kamu çalışanı olduğu, gelir düzeyi olarak orta halli bir seviyede oldukları ve neredeyse tamamına yakının Kütahya İlinden alanı ziyaret etmeye geldikleri yine elde edilen sonuçlardır.

Murat Dağı TKTM ziyaretçilerinin çoğu aileleriyle, özel otomobilleriyle, gezip görmek, kayak yapmak ve dinlenmek için alanda bulunduğu tespit edilmiştir. Ayrıca ziyaretçiler her yıl birkaç kez turizm merkezine hem kış mevsiminde hem de yaz mevsiminde ziyaret etmektedir. Kış mevsimi dışında yapılan ziyaretlerin en çok yaz mevsiminde yapıldığı tespit edilmiştir. Murat Dağını yaz mevsiminde ziyaret eden misafirlerin gezip eğlenmek ve doğadan yararlanmak için alanda bulundukları, kış mevsiminde ziyaret eden misafirlerin piknik, doğa yürüyüşü ve termal aktiviteler için alanda bulundukları sonucuna varılmıştır.

Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi turizm alanında ziyaretçilere uygulanan anketler verilerine göre, gelen ziyaretçilerin büyük bir oranda alandan memnun kaldıkları ve bir başkasına tavsiye edebilecekleri yönünde alana ilişkin olumlu bir algıya sahip oldukları görülmektedir.

Murat Dağı'ndaki turizm potansiyelinin geleceği parlak görünse de ulaşımın zorluğu ve altyapı eksiklikleri, bölgeye olan ziyaretçi sayısını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma sonuçlarından yola çıkarak turizm merkezinin sürdürülebilir gelişimi için aşağıda belirtilen konularda çalışmaların gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

- Bölgeye ziyaret eden kadınların az olması sebebiyle kadınlara özel turlar, etkinlikler ve programlar sunulabilir.
- Alanı ziyaret eden katılımcıların genellikle orta yaş grubu olması sebebiyle gençlere yönelik spor etkinlikleri, turnuvalar, festivaller düzenlenebilir.
- Ziyaretçilerin çoğunluğunun Kütahya ilinden gelmesi sebebiyle diğer illerden gelmek isteyen turistlere ulaşım kolaylığı veya özel ayrıcalıklar sunulabilir.
- Ziyaretçilerin büyük bölümünün konaklama yapmaması sebebiyle, ziyaretçilerin alanda daha uzun vakit geçirebileceği etkinlik ve organizasyonlar yapılabilir.
- Ziyaretçilerin konaklama tercihini en çok arkadaş tavsiyesinin etkilemesi sebebiyle diğer (sosyal medya, reklam) pazarlama araçlarına daha fazla eğilim gösterilip alanın tanıtılmasına ve konaklama tercihlerinin yönlendirilmesine katkı sağlanabilir.
- Yolların yetersizliği, ulaşımın zorluğu ve altyapı eksiklikleri gibi sorunların çözülmesi, alana gelen ziyaretçi sayısını arttırabilir.
- Kayak pistlerinin bakımlarının düzenli olarak yapılması ve kış sezonunda haftanın tüm günlerinde hizmet verilmesi müşteri memnuniyetini arttırabilir.
- Termal turizm tesis kapasitelerinin arttırılarak aynı anda daha fazla kişiye hizmet verilebilmesi sağlanabilir. Ayrıca kaydıraklı havuz gibi eklemeler alanı ziyaret eden çocuklu aile sayısını arttırabilir.
- Grup konaklamaları için indirimler uygulanarak bölgeye daha fazla ziyaretçi çekilebilir.

- Motokros ve yamaç paraşütü gibi ekstrem sporlara yönelik parkur çalışmaları ve tanıtım faaliyetleri yapılarak alana ilgi çekilebilir.
- Alternatif turizm alanlarına (dağcılık, doğa yürüyüşü, kamp, inanç ziyaretleri vb.) yönelik tesis düzenlemeleri ve tanıtıcı etkinlikler ile ziyaretçi sayısı artırılarak merkezin dört mevsim turist çekmesi sağlanabilir.



KAYNAKÇA

- Acar, D. (2020). “Turizmin Tarihî Kökenleri–I: Eski Çağlar–Mezopotamya Uygarlıkları.” *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31(3), 307-313.
- Akın, A. (2018). *Turizm Coğrafyası (Akdeniz Ülkelerinden Destinasyonlar)*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Aklanoğlu, F. (2008). “Termal Turizm ve Afyon-Gazlıgöl Örneği”. *Social Sciences*, 3(1), 83-92.
- Aktaş, F. & Keskin, E. (2021). *Destinasyon Yemek İmajı, Destinasyon Kişiliği, Memnuniyet ve Davranışsal Niyet Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesi: Hatay Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akyurt, H. (2008). *Turizm Bölgesine Yönelik Talebi Etkileyen Faktörlerden İmaj ve Çeşme Örneği*. (Doktora Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alaeddinoğlu, F. (2006). *Van İlinin Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi ve Planlamaya Yönelik Öneriler*. (Doktora Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alaeddinoğlu, F. (2007). “Van Halkının Turisti ve Turizmi Algılama Şekli”. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 5(1), 1-16.
- Aldırmaz Akkaya, F. (2019). “Sürdürülebilir Turizm Gelişiminde Yenilenebilir Enerji Kooperatifleri (Kemaliye Özelinde Örnek Yatırım Analizi ve Finansal Katkı Değerlendirmesi)”. *Electronic Turkish Studies*, 14(4) 2003-2028.
- Aliağaoğlu, A. (2004). “Sosyo-Kültürel Miras Turizmi ve Türkiye’den Örnekler”. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2(2), 50-64.
- Arabacı, H. (2018). “Turizm Sektörünün Ekonomik Büyümeye Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme”. *Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences*, 4(3), 104-109.
- Arıkan, E. & Polat, H. (2021). “Ülkelerin Destinasyon Tanıtımında Kullandıkları Sosyal Medya Hesaplarının Kümeleme Analizi ile İncelenmesi (Investigation of Social

- Media Accounts Used by Countries in the Promotion of Destinations by Cluster Analysis)”. *Journal of Tourism ve Gastronomy Studies*, 9(4), 2612-2623.
- Aslan, Y. (2019). *Karahayit Kaplıcaları Ziyaretçilerinin Memnuniyet Düzeylerinin Destinasyon Bağımlılığıyla Olan İlişkisi*. (Yüksek Lisans Tezi). İzmir: İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aslan, Z. (2015). *Genel Turizm*. Ankara: Grafiker Yayınları.
- Ataberk, E. (2020). “Sürdürülebilir Kırsal Turizme Bütüncül Yaklaşım”. *Ege Coğrafya Dergisi*, 29(2), 229-242.
- Ayaz, N. & Yalı, S. (2017). “Kültürel Turistlerin Seyahat Tercihleri ve Yiyecek-İçecek Beklentileri: Safranbolu Örneği”. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 43-61.
- Aydın, O. (2012). “Türkiye’de Alternatif Bir Turizm; Sağlık Turizmi”. *Kahraman Maraş Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 91-96.
- Aymankuy, Ş. Y. (2001). “Turizm Sektöründe Kriz Yönetimi”. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(6), 105-118.
- Aytaç, A. S. (2003). *Murat Dağı'nın Milli Park Planlaması ve Çevre Eğitimi Açısından Değerlendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Barca, M., Akdeve, E. & Gedik Balay, İ. (2021). “Türkiye Sağlık Turizm Sektörünün Analizi ve Strateji Önerileri”. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 64-92.
- Barlak, S. & Başar, M. S. (2024). “2018–2023 Yılları Arasında Türkiye'nin Turizm İstatistikleri Üzerine Bir Değerlendirme”. *TURAN: Stratejik Araştırmalar Merkezi*, 16(64), 141-149.
- Baykal, D. (2012). *Küreselleşme Sürecinin Uluslararası Turizme Ve Türkiye'ye Etkileri*. (Yüksek Lisans Tezi). Düzce: Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Baykal, F. (2015). “Uluslararası Turizm Ulaştırmasının Akış Yönü ve Dağılım Dokusu”. *Ege Coğrafya Dergisi*, 24(2), 57-68.
- Birinci, S. & Kaymaz, Ç. (2015). “Gelişmekte Olan Bir Spor ve Kış Turizm Merkezinin Sürdürülebilir Yönetimi: Kandilli (Erzurum)”. *Doğu Karadeniz Bölgesi*

Sürdürülebilir Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, Trabzon: Gümüşhane Üniversitesi Yayınları, 31, 177-188.

- Camcı, A., Birinci, S. & Kaymaz, Ç. K. (2015). “Sivas’ta Yeni Bir Turizm Destinasyon Alanı: Yıldızdağı (Sivas) Kış Sporları Turizm Merkezi” [Bildiri]. Kutay Oktay, Muharrem Avcı, Canan Tanrısever, Aydoğan Aydoğdu, Hüseyin Pamukçu (Ed). *1.Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu, 19-21 Kasım 2015*, 238-248, Kastamonu: Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi Bildiriler Kitabı.
- Ceylan, S., Çetin, A. & Özdiçiner, N. S. (2019). “Alternatif Turizm Türleri İle İlgili Bir Literatür Taraması”. *In SETSCI-Conference Proceedings*, 11, 227-230.
- Çakır, G. (2013). “Trakya Bölgesi’nde Kırsal Turizm Arz Potansiyelinin Belirlenmesi ve Geliştirilebilir Kırsal Turizm Faaliyetleri”. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3(2), 08-20.
- Çakır, S. & Sağıroğlu, Ö. (2021). “Sürdürülebilir Turizm Planlaması Yoluyla İnebolu Kültürel Mirasının Korunmasına Yönelik Bir Araştırma”. *Journal of Architectural Sciences and Applications*, 6(2), 586-606.
- Çam, O. & Çılgınoğlu, H. (2020). “Kastamonu İli Turizm Potansiyeli ve İnanç Turizminin Şehirdeki Yeri ve Önemi”. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 76-90.
- Çavuş, Ş., Ege, Z. & Çolakoğlu, O. E. (2009). *Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim İçinde*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çelik, S. (2018). “Alternatif Turizm”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(56), 2018, www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581 <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.20185638991>.
- Çeviker, K. & Özcan, C. (2020). “Turizm Faaliyetlerinin Yerel Halk Tarafından Nasıl Algılandığının Analizi: Adana Örneği”. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(10), 43-57.
- Çiğdemli, A. Ö. (2016). *Akdeniz Kruvaziyer Turizm Destinasyonlarının Karşılaştırmalı Rekabet Analizi ve Türkiye Destinasyonunun Konumu*. (Doktora Tezi). Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Çilesiz, E. & Selçuk, G. (2018). “Hizmet Adaleti, Fiyat Adaleti ve Güven Algılarının Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Kış Koridorunda Konaklayan Yabancı Turistler Üzerine Bir Araştırma”. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 42-78.
- Çolak, O. (2009). *Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Kırsal Turizm ve Kırsal Turizm İşletmeciliği: Şirince Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dalkıran, G. B. & Göncü, K. K. (2023). “Ekonomik Sürdürülebilirlik Açısından Sınır Şehirlerinde Sağlık Turizmi Pazarının SWOT AHP Yöntemiyle Analizi: Edirne Örneği”. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(3), 1642-1663.
- Demirer, D. & Hatırnaz, B. (2023). “Alternatiflik mi, Aşırılışma mı? Turizm Çeşitlerinin Son Güncel Durumu”. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 32-62.
- Deniz, M. (2017). “Kruvaziyer Turizminin Türk Turizm Sektörü Açısından Değerlendirilmesi”. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 1-13.
- Devlet Meteoroloji İşleri Genel Müdürlüğü (2025). *Uşak, Kütahya, Gediz Rasat Verileri*. <http://www.meteor.gov.tr>.
- Doğan, M., Ceylan, Y. & Tekin, C. (2015). “Turistik Bir Destinasyon Olarak Hasankeyf’in Ziyaretçi Tatmini Üzerine Bir Araştırma”. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 7(1), 1-15.
- Doğanay, H. & Doğanay, S. (2005). Palandöken Dağı Kış Turizm Potansiyeli ve Değerlendirilmesindeki Yeni Gelişmeler. *Ulusal Coğrafya Kongresi*, 29-30.
- Doğanay, H. & Zaman, S. (2016). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. (Güncellenmiş 5. baskı). Ankara: Pegem Akademi Yayınevi.
- Doğaner, S. (2012). “Türkiye'nin Dağlık Alanlarında Kış Turizmini Etkileyen Coğrafi Etmenler”. *Coğrafya Dergisi*, (5), 19-44.
- Doruk, T. T. (2019). *Bir Sağlık Turizm Örneği Olarak Termal Turizm: Türk Sağlık Turizmi İçindeki Yerin Çeşitli Boyutlarıyla İncelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Duman, A. (2020). *Turizmde Destinasyon Rekabetçiliği: Alanya ve Kemer Turizm Destinasyonları Arasında Karşılaştırmalı Bir Analiz*. (Yüksek Lisans Tezi). Konya: Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Düzgün, E. & Ödemiş, M. (2020). “Arap Turistlerin Doğu Karadeniz Bölgesi’ne Ekonomik Katkılarını Belirlemeye Yönelik Betimsel Bir Araştırma”. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(1), 109-123.
- Edinsel, S. & Adıgüzel, O. (2014). “Türkiye’nin Sağlık Turizmi Açısından Son Beş Yıldaki Dünya Ülkeleri İçindeki Konumu ve Gelişmeleri”. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2), 167-190.
- Emekli, G. (2002). “Turistik Ürün Çeşitlendirilmesinde Termal Turizmin Önemi ve İzmir”. *Türkiye Turizmini Araştırma Enstitüsü*, 3, 267-286.
- Emekli, G. (2005). “Avrupa Birliği’nde Turizm Politikaları ve Türkiye’de Kültürel Turizm”. *Ege Coğrafya Dergisi*, 14(1-2), 99-107.
- Emekli, G. (2006). “Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm”. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15(1-2), 51-59.
- Emekli, G. (2015). “Dağlar, Dağcılık ve Turizm”. *Coğrafyada Yeni Yaklaşımlar*, 205, 217-226.
- Eraslan, H., Bulu, M. & Bakan, İ. (2008). “Kümelenmeler ve İnovasyona Etkisi: Türk Turizm Sektöründe Uygulamalar”. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5(3), 15-29.
- Erdem, A. (2017). *Turizm Faaliyetlerinin Yerel Halk Tarafından Nasıl Algılandığının Tespitine Yönelik Bir Çalışma: Kayseri Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erdoğan, H. & Zaman, S. (2023). “Haber İçeriklerine Yansıyan Turizm Problemleri Üzerine Bir Sorgulama: Bursa İli Örneği”. *International Journal of Social Inquiry*, 16(2), 655-680.
- Eren, D. & Eroğlu, S. (2019). “Niğde İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi”. *4. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi*, 122-136.

- Ertuna, B., Güney, S., Güven, Ö. & Aydemir, N. (2012). “Yerel Halkın Kırsal Turizm Gelişimine Katılma İsteğini Etkileyen Unsurlar: Kastamonu Örneği”. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 2(2), 59-66.
- Eskin, B., Tuncer, M. & Demirçivi, B. M. (2017). “Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Ekolojik Turizm: Hasan Dağı Örneği”. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(3), 15-26.
- Evren, S. & Kozak, N. (2019). “Kış Turizmi Destinasyonlarının Algılanan Performansı: Türkiye’deki Beş Destinasyonun Kıyaslaması”. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(1), 45-56.
- Garda, B. & Temizel, M. (2016). “Sürdürülebilir Turizm Çeşitleri”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, (12), 83-103.
- Garipağaoğlu Uğur, N. & Akova, O. (2022). “Açık Hava Rekreatif Aktivitelerinin Kırsal Turizme Etkisi”. *Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi*, 6(2), 111-122.
- Gediz Belediyesi (2020). *Kütahya, Tesislerin Görüntüleri [Fotoğraflar]*. <https://muratdagi.gediz.bel.tr/galeri>.
- Gediz Belediyesi (2024). *Murat Dağı Gençlik Kampı*. <https://gediz.bel.tr/>
- Gümüş, G. & Belber, B. G. (2019). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi: Kapadokya Bölgesindeki İnanç Turizmi Kaynaklarının Değerlendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gümüş, N. & Özüpekçe, S. (2009). “Foça’da Turizmin Ekonomik, Sosyal, Kültürel ve Çevresel Etkilerine Yönelik Yerel Halkın Görüşleri”. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 398-417.
- Günel, V., Alaeddinoğlu, F. & Şahinalp, M. S. (2009). “Cultural Tourism Tours and Main Routes Towards Turkey”. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 8(1), 275-298.
- Gündüz, H. (2015). *Sağlık Turizmi Kapsamında Pamukkale Termal Kaynaklarının Değerlendirilmesi ve Sağlık Bakanlığı Belgeli Otellerde Müşteri Memnuniyetinin*

- Belirlenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). İzmir: İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gürdal, M. (2014). *Türkiye Turizm Coğrafyası: Profesyonel Turist Rehberi ve Gezi Kılavuzu*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Güripek, E. (2013). *Turizm Destinasyonlarının Rekabet Gücünün Artırılmasında Stratejik Destinasyon Yönetimi: Çeşme Alaçatı destinasyonu Üzerine Bir Uygulama*. (Doktora Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gürün, M. (2014). *Termal Turizm İşletmelerine Gelen Ziyaretçilerin Tatmin Düzeylerinin Destinasyon Sadakati Üzerindeki Etkisi: Niğde Çiftehane Kaplıcalarında Bir Uygulama*. (Yüksek Lisans Tezi). Niğde: Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hazar, A. (2007). *Spor ve Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- İçöz, O., Var, T. & İlhan, İ. (2019). *Turizm Planlaması ve Politikası*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Karacaoğlu, S. & Birdir, K. (2018). “Sosyo-Demografik ve Sosyo-Ekonomik Açısından Yerel Halkın Toplum Temelli Turizm Gelişimine İlişkin Algı, Tutum ve Desteği”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(55), 1088-1111.
- Karadağ, L. & Marangoz, M. (2017). “Sürdürülebilir Turizm Açısından Alternatif Turizmin Önemi: Marmaris Örneği”. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 29-40.
- Karakaş, A. & Güngör, H. Y. (2015). “Turizm Faaliyetlerinin Çevreye Etkisi”. *Güneydoğu Anadolu Bölgesi Çevre Sorunları Sempozyumu*, 24, 25.
- Karaman, S. & Dinç, O. (2022). “İç Turizm ve Datça Yöresinde Bir Uygulama”. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 14(2), 146-179.
- Karataş, M. & Babür, S. (2013). “Gelişen Dünya'da Turizm Sektörünün Yeri”. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (2), 15-24.

- Karayel, H. B. (2019). “Kütahya-Gediz Koşullarında Yetiştirilen Rezene (*Foeniculum vulgare* Mill.) Bitkisinin Uçucu Yağ Bileşenlerinin Belirlenmesi”. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (16), 131-135.
- Kaya, G. (2018). *Kayseri'nin Kış Turizm Potansiyeli ve Tercihindeki Sebepler: Erciyes Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaya, İ. (2012). “Türk Turizm Sektöründe İstihdamın Temel Özelliklerinin ve Sorunlarının Ücretli Çalışanlar Açısından Coğrafi Bölgelere Göre Analizi”. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(28), 241-257.
- Kervankıran, İ. (2014). “Beypazarı/Ankara Örneğinde Turizmin Ekonomik, Toplumsal ve Çevresel Etkilerine Yerel Halkın Yaklaşımı”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2014(31), 133-153.
- Keser, N. (2013). “Murat Dağı'nda Endemizm Etki Eden Topografik Faktörler (İç Batı Anadolu)”. *Electronic Turkish Studies*, 8(12), 711-736.
- Kılıçarslan, Ö. & Yozukmaz, N. (2022). “Dünyadan Örneklerle Sağlık Turizmi ve Rekreasyon Arasındaki İlişkiye Dair Bir İnceleme”. *Pamukkale University Journal of Social Sciences Institute/Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 53, 385-402.
- Kızıldemir, Ö., İbiş, S. & Çöp, S. (2019). “Afyonkarahisar’da Faaliyet Gösteren Beş Yıldızlı Otel İşletmelerine Yönelik Yapılan Yorumların ve E-Şikâyetlerin Değerlendirilmesi”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (71), 1315-1324.
- Kızıllan, Y., Kaymaz, Ç. K. & Birinci, S. (2019). “Palandöken Dağları ve Çevresinde Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Tur Kayağı (Dağ Kayağı)”. *Farklı Perspektiflerden Kış Turizmi, Paradigma Akademi, Çanakkale*, 109-124.
- Koca, H., Zaman, S. & Coşkun, O. (2007). “Erzurum’un Spor-Kamp Turizmi Potansiyeli”. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 12 (18), 205-224.
- Koçan, N. (2011). “Murat Dağı’nın Ekoturizm Potansiyelinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma”. *Journal of the Institute of Science and Technology*, 1(3), 69-75.

- Koday, S. & Kızıllıkan, Y. (2018). “Ünye İlçe Merkezinin Doğal ve Kültürel Turizm Değerleri”. *Uluslararası Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Sempozyumu*, (ed.) Süleyman Uyar, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, 94-108.
- Koşan, A. & Türkmendağ, T. (2018). “Sürdürülebilirlik Kapsamında Kayak Turizmi: Palandöken Örneği”. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 150-178.
- Kozak, M. A. (2012). *Genel Turizm Bilgisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web Ofset Tesisleri.
- Kozak, N., Kozak, A. M. & Kozak, M. (2014). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kök, M. (2013). *Sağlık Turizmi Açısından Termal Turizm: Denizli örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Köroğlu, Ö., Köroğlu, A. & Alper, B. (2012). “Doğaya Dayalı Gerçekleştirilen Turizm Faaliyetleri İçerisinde Turist Rehberlerinin Rollerine Üzerine Bir İnceleme”. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (1), 131-139.
- Köroğlu, Ö. & Karaman, S. (2014). “Doğaya Dayalı Turizm Faaliyetlerinin Gelişiminde Toplum Temelli Doğal Kaynak Yönetiminin Önemi”. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2014(1), 95-106.
- Kütahya Valiliği (2024). *Türkiye'nin İlk ve Tek Termal Kayak Merkezi Murat Dağı'nda*. <http://www.kutahya.gov.tr>.
- Kuter, N. (2007). “Çankırı Kenti ve Çevresinin Turizm Açısından Değerlendirilmesi”. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 9(11), 71-77.
- Mansuroğlu, S. (2006). “Turizm Gelişmelerine Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Akseki/Antalya Örneği”. *Akdeniz University Journal of the Faculty of Agriculture*, 19(1), 35-46.
- Mehtiyeva, A. N. & Sterne, L. (2017). “Uluslararası Turizm: Alternatif Turizm Türleri”. *The International New Issues in Social Sciences*, 4(4), 7-14.
- Mengü, C. (2017). “Turizmde Motivasyon Stratejileri”. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 4(15), 1987-1999.

- Meriç, S. & Bozkurt, Ö. (2017). “Van Gölü’nün Rekreasyonel Turizm Potansiyelinin SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi”. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 154-167.
- Oy, H. (2018). “İçbatı Anadolu’da Kutsal Bir Dağ: Murat Dağı (Dindymos)”. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (40), 283-296.
- Özav, L. (2010). “Turizm Açısından Murat Dağının Önemi”. *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, (3), 57-78.
- Özçelik, Ö. M. (2019). *Kaçkar Dağlarında Dönüşümsel Sonuçlar Bir Bakış: Ayrılanların Seyahat Deneyimlerini Anlamaya Yönelik Bir Çalışma*. (Yüksek Lisans Tezi). Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı.
- Özçoban, E. (2019). “Türkiye’de Kış Turizmi ve Erciyes Kayak Merkezi Üzerine Bir Değerlendirme (Winter Tourism in Turkey and a Review on Erciyes Ski Resort)”. *Journal of Tourism ve Gastronomy Studies*, 7(3), 1606-1625.
- Özdemir, M. & Kervankıran, İ. (2013). “Turizm ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği”. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (24), 1-25.
- Özer, O. (2024). “Av Turizminin Kırsal Kalkınmaya Etkisi; Türkiye İle Kuzey Ülkeleri Karşılaştırılması”. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 7(1), 343-366.
- Özgüç, N. (2010). “Turizm Coğrafyası ve Kavramsal Çerçeve”. S. Günay (ed). *Turizm Coğrafyası* içinde. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web Ofset Tesisleri.
- Öztürk, Y. (2018). “Boş Zaman, Rekreasyon ve Turizm Kavramları Arasındaki İlişkinin Karşılaştırmalı Bir Analizi”. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 1(2), 31-42.
- Öztürk, Y. (2020). “Aşırı Turizm, Turizm Karşıtlığı ve Turizmde Sürdürülebilirlik Üzerine Bir Değerlendirme”. *Journal of Tourism ve Gastronomy Studies*, 8(Special Issue 4), 112-124.

- Öztürk, Y. & Yazıcıoğlu, İ. (2002). “Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma”. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(10), 183-195.
- Pekin, F. (2011). *Çözüm: Kültür Turizmi*. İstanbul: İletişim Yayınları, 32.
- Pelit, E., Katırcıoğlu, E. & Başar, B. (2021). *Turizm Bilimi: Tanımlar, Araştırmalar, Tartışmalar ve Uzlaşmalar* (1. Baskı). Ankara: Detay Yayınevi.
- Polat, E. (2017). “Turizm ve Coğrafi İşaretleme: Balıkesir Örneği”. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 17-31.
- Sandıkçı, M. & Özgen, Ü. (2013). Afyonkarahisar İlinin Termal Turizm Açısından SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(3), 51-79.
- Sarkim, M. (2007). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği*. (Doktora Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Somuncu, M. (2019). “Dağcılık ve Dağ Turizmindeki İkilem: Ekonomik Yarar ve Ekolojik Bedel (The Dilemma of Mountaineering and Mountain Tourism: Economic Benefits and Ecological Costs)”. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2(1), 1-21.
- Soyak, M. (2013). “Uluslararası Turizmde Son Eğilimler ve Türkiye’de Turizm Politikalarının Evrimi”. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (4), 1-18.
- Soykan, F. (2003). “Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi”. *Ege Coğrafya Dergisi*, 12(1), 1-11.
- Statista (2024). *Number of International Tourist Arrivals Worldwide From 2005 to 2024, by Region*. 22 Ocak 2025, <https://www.statista.com/statistics/186743/international-tourist-arrivals-worldwide-by-region-since-2010/>.
- Şahin, H. (2022). *Kastamonu Doğal Mirasının Turizm Potansiyeli ve Sürdürülebilir Doğa Turizmi İçin Bir Yol Haritası*. (Yüksek Lisans Tezi). Kastamonu: Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şahin, İ. & Güzel, F. Ö. (2020). “Olumsuz Güncel Gelişmelerin ve Krizlerin Türk Turizmine Etkileri: Profesyonel Turist Rehberlerinin Değerlendirmeleri ve

- Sektörel Çözüm Önerileri”. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 257-280.
- Şahin, S. & Meriç, S. (2020). *Gelecek Turizm Trendleri*. Çanakkale: Paradigma Akademi.
- Şahinkoç, E. M. & Yüksel, Ö. (2020). “Türkiye’de Turizm Çeşitlendirmesi Gerekliliği ve Küresel Salgın Sürecinde Gerçekleştirilebilecek Alternatif Turizm Türleri”. *Current Debates on Social Sciences*, 5, 147.
- Şengel, Ü., Zengin, B., Şengel, T. & Işkın, M. (2018). “Kongre ve Fuar Organizasyonlarının Turizm Sektörüne Etkileri: EMİTT Örneği”. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 7(1), 4-20.
- Şengül, H. & Bulut, A. (2019). “Sağlık Turizmi Çerçevesinde Türkiye’de Termal Turizm; Bir Swot Analizi Çalışması”. *ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi*, 4(1), 55-70.
- Taş, B. (2012). “Afyonkarahisar İlinde Termal Turizmin Gelişimi”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2012(26), 139-152.
- Temurçin, K., Atayeter, Y. & Tozkoparan, U. (2019). “Salda Gölü ve Çevresinin Turizm Potansiyeli ve Yeşilova İlçesinin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkisi”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(47), 40-63.
- Tokmak, C. (2023). “Turizm Politikalarının Sürdürülebilir Turizm İlkeleri Doğrultusunda Değerlendirilmesi (Türkiye Cumhuriyeti’nin 100. Yılında 41 Yıllık Turizm Politikaları)”. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 22(Cumhuriyet’in 100. Yılı), 738-752.
- Tören, E. (2023). “Kültüre Dayalı Turizm Çeşitlerinin Motivasyon Faktörlerinin İçerik Analizi”. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 6(1), 220-235.
- Tuncer, M. & Çavuş, S. (2017). “Gelişen Turizm Destinasyonlarından Biri Olarak Aksaray İlinin Alternatif Turizm Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Özel Sayı, 51-60.

- Turan, B. (2018). *Yerel Halkın Turizm Etkilerine Yönelik Algısı İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki: İzmir İli Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tutar, F., Alpaslan, C., Tutar, E. & Erkan, Ç. (2013). “Turizm Sektörünün İstihdam Üzerine Etkileri”. *Global Journal of Economics and Business Studies*, 2(4), 14-27.
- TÜİK (2023). *Turizm İstatistikleri Genel Değerlendirme 2023*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü.
- TÜİK (2024). *Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları*. <https://biruni.tuik.gov.tr/>.
- Tümertekin, E. & Özgüç, N. (2016). *Beşeri Coğrafya: İnsan, Kültür, Mekân*. İstanbul: Çantay Kitabevi
- Türkay, B. (2015). *Turizm İşletmelerinin Sosyo-Ekonomik Kalkınmada Sağlayacağı Katkıların Analizi: Tekirdağ İli Örnek*. (Yüksek Lisans Tezi). Tekirdağ: Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Türker, G. Ö. (2020). “Turizmin Etkileri Olumlu mu, Olumsuz mu? Türkiye’de Yapılmış Çalışmalara Yönelik Bir İnceleme”. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1477-1492.
- Türksoy, A. & Türksoy, S. S. (2010). “Termal Turizmin Geliştirilmesi Kapsamında Çeşme İlçesi Termal Kaynaklarının Değerlendirilmesi”. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 10(2), 699-725.
- Uluslan, Y. & Batman, O. (2010). “Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (23), 243-260.
- Ulutürk, A. (2020). *Gediz İlçesinin Ekonomik Coğrafyası*. (Yüksek Lisans Tezi). Uşak: Uşak Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- UNWTO (2024). *Global and Regional Tourism Performance*. (unwto.org): 13.11.2024
- IBEF, 2022 Hospitality Sector, Tourism In India | IBEF: 13.11.2024

- Ünal, A. (2019). “Turistik Tüketicilerin Destinasyon Seçimi Öncesi Beklentileri ve Satın Alma Sonrası Değerlendirmeleri: Kapadokya Örneği”. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 115-140.
- Ünal, C. & Caber, M. (2019). “Turist Rehberlerinin Mesleki Yeterliliklerinin Destinasyon İmajına ve Memnuniyetine Etkisi”. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(1), 82-92.
- Ünal, Ç. (2016). “Turizm Coğrafyasından Yeni Kavramlar ‘Yavaş Şehirler ve Yavaş Turizm’ ”, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 21(36), 13-28.
- Ünüvar, O. (2020). *Turizm Girişimcilik Eğiliminin Belirlenmesi ve Coğrafi Bilgi Sistemi İle Haritalandırılması*. (Doktora Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Visa (2023). *Global Seyahat Trendleri Araştırması*. Türkiye (3 Ocak, 2024), <https://www.visa.com.tr/visa/newsroom/press-releases.3308141.html>.
- Yiğit, F. (2020). *Turizmin Sosyokültürel ve Sosyoekonomik Etkilerinin Girişimcilerin Turizm Algısına Etkisi: Sakarya Karasu İlçesinde Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya: Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yiğit, F., Güven, E. Ö., Yılmaz, A. & Temizkan, V. (2021). “Turizmin Sosyo-Ekonomik Etkilerinin Girişimcilerin Turizm Algısına Etkisi”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(2), 744-771.
- Yüksel, A. K. (2013). *Muratdağı Melanjının Jeodinamik Özellikleri*. (Doktora Tezi). Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zafer Kalkınma Ajansı (2016). *TR33 Bölgesi Mevcut Durum Analizi*. <https://zafer.gov.tr/magazines?seotitle=/News/raporlar-strateji-belgeleri/raporlar/diger-rapor-ve-analizler>, Ankara.
- Zaro, E. & Belber, B. G. (2024). *Festival Turistlerinin Destinasyon İmajı Algılarının Davranışsal Niyetlere Etkisi: Kapadokya Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Zaman, M. & Birinci, S. (2009). “Kaçkar Dağları’nda Alternatif Bir Turizm Aktivitesi: Heliski (Dağ Kayağı)”. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(2), 33-46.
- Zengin, B. & Eker, N. (2016). “Sakarya İli Termal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi”. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(3), 165-181.
- Zoğal, V. & Emekli, G. (2017). “Yaratıcı Turizme Kavramsal ve Coğrafi Bir Yaklaşım”. *Ege Coğrafya Dergisi*, 26 (1), 21-34.



EKLER

EK 1. Etik Kurul Onay Belgesi



T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu Başkanlığı

Sayı : E.88656144-000-2300160326

ETİK KURUL ONAY BELGESİ

KARAR BİLGİLERİ	Oturum Sayısı : 9	Toplantı Tarihi: 23.05.2023
	Karar No : 149	
	Aşağıda bilgileri verilen proje ile ilgili çalışmanın, etik ilkeler açısından değerlendirilmesi isteği ile ilgili husus görüşüldü. Yapılan görüşmelerden sonra; söz konusu projeyle alakalı yapılacak çalışma için, araştırmanın gerekçe, amaç, yaklaşım ve yöntemleri dikkate alınarak konuyla ilgili çalışmanın gerçekleştirilmesinde <i>bilim etiği yönünden sakınca bulunmadığına</i>, Etik Kurulu oy birliği ile karar vermiştir.	
PROJE - TEZ BİLGİLERİ	Proje- Tez Danışmanı : Doç.Dr. Salih BİRİNCİ Proje- Tez Yürütücüsü : Yüksek Lisans Öğrencisi İfakat KARADUMAN Proje -Tez Konusu: "MURAT DAĞI TERMAL VE KAYAK TURİZM MERKEZİ ZİYARETÇİLERİNİN MOTİVASYON VE MEMNUNİYET SEVİYELERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ"	
	SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU	
	Unvanı/Adı Soyadı	Görevi
	Prof.Dr. Vedat KAYA	Etik Kurul Başkanı.
	Prof.Dr. Musa BİLGİZ	Etik Kurul Üyesi
	Prof.Dr. Gökalep Nuri SELÇUK	Etik Kurul Üyesi
	Prof.Dr. Ufuk ŞİMŞEK	Etik Kurul Üyesi
	Prof.Dr. Dilaver DÜZGÜN	Etik Kurul Üyesi
	Prof.Dr. Adem YILMAZ	Etik Kurul Üyesi
	Prof.Dr. Muhammet Dursun KAYA	Etik Kurul Üyesi

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Doğrulama Kodu: 8bbe8b37-673b-4025-bdea-00bf617677b5 Doğrulama Adresi: <https://www.turkiye.gov.tr/ataturk-universitesi-ebys>



EK 2. Ölçek Kullanım İzni

Ölçek Kullanım İzni



Parinaz Naghipour <

Kime: Siz

11.04.2023 Sal 12:51

"Murat Dağı Termal ve Kayak Turizm Merkezi Ziyaretçilerinin Motivasyon ve Memnuniyet Seviyelerinin Değerlendirilmesi" isimli tez çalışmanızda;

"İlgaz Dağı Kış Turizm Merkezi Ziyaretçilerinin Motivasyon Ve Memnuniyet Düzeylerinin Değerlendirilmesi" isimli tez çalışmamda kullanmış olduğum değerlendirme anketi ve yarı yapılandırılmış görüşme formunu kullanabilirsiniz.

İyi çalışmalar dilerim

EK 3. Murat Dağı Termal ve Kayak Turizm Merkezi Değerlendirme Anketi

Murat Dağı Termal ve Kayak Turizm Merkezi Değerlendirme Anketi

Değerli Katılımcı,

Bu anket formu bilimsel bir araştırma için veri toplamak amacıyla hazırlandığından, soruların doğru ya da yanlış cevabı yoktur. İçinizden geldiği biçimde cevaplamanız büyük önem taşımaktadır. Araştırmanın başarısı, soruların tamamına vereceğiniz içten ve samimi cevaplara bağlıdır. Anket sorularına verilecek cevaplar istatistiki kurallar çerçevesinde genelleneceğinden anket formunun herhangi bir yerine kimlik bilgisi koymanız beklenmemektedir. Araştırma açısından kimliğiniz değil, cevaplarınız önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra, soruları lütfen "olması gerekeni (ideali)" değil, "hali hazırda olanı" düşünerek cevaplayınız.

Katkılarınızdan dolayı teşekkür eder, çalışmalarınızda başarılar dileriz.

1. Yaşınız: ☐ 0-19 ☐ 20-39 ☐ 40-59 ☐ 60+

2. Cinsiyetiniz: ☐ Kadın ☐ Erkek

3. Eğitim Durumunuz:

☐ Okuryazar değil ☐ Okuryazar ☐ İlkokul ☐ Ortaokul
☐ Lise ☐ Ön lisans ☐ Lisans ☐ Lisansüstü

4. Medeni Durumunuz: ☐ Evli ☐ Bekâr

5. Çocuk Sayınız: ☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5+

6. İkamet Yeriniz:

7. Mesleğiniz:

☐ Kamuda ücretli çalışanlar ☐ Özel sektörde ücretli çalışanlar
☐ Çiftçi ☐ Özel sektörde kendi hesabına çalışan ☐ Öğrenci
☐ Ev Hanımı ☐ Emekli ☐ İşsiz ☐ Diğer.....

8. Ortalama aylık geliriniz:

☐ Gelir Giderden Az ☐ Gelir Gidere Denk ☐ Gelir Giderden Fazla

9. Murat Dağına kiminle geldiniz?

☐ Yalnız geldim
☐ Ailemle geldim
☐ Arkadaş grubumla geldim
☐ Tura katıldım

10. Hangi araçla geldiniz?

☐ Özel otomobil ☐ Otobüs ☐ Minibüs ☐ Motorsiklet ☐ Diğer:.....

11. Murat Dağına hangi amaçla geldiniz?

☐ Gezip görmek
☐ Dinlenmek
☐ Kayak yapmak
☐ Termal tesisler
☐ Spor yapmak
☐ Türbe ziyareti
☐ Araştırma yapmak
☐ Diğer:.....

12. Murat Dağına hangi sıklıkla gelirsiniz? (cevabınız "İlk defa geldim" ise 17. soruya geçiniz.)

☐ İlk defa geldim
☐ Birkaç defa geldim
☐ Her yıl bir kez gelirim
☐ Her yıl birkaç kez gelirim

13. Murat Dağına hangi dönemlerde gelirsiniz? (cevabınız "Yalnızca kış mevsiminde" ise 17. soruya geçiniz.)

a) Yalnızca kış mevsiminde
b) Hem kış mevsiminde hem de yaz mevsiminde
c) Yılın tüm mevsimlerinde

14. Kış mevsimi dışındaki hangi dönem geldiniz?

a) İlkbahar ☐ b) Yaz ☐ c) Sonbahar ☐

15. Kış mevsimi dışındaki dönemlerde Murat Dağına hangi amaçla geldiniz?

☐ Gezip eğlenmek ☐ Doğadan yararlanmak ☐ Dinlenmek ☐ Spor yapmak
☐ Konferans/kongreye katılmak ☐ Türbe ziyareti ☐ Termal tesisler ☐ Diğer:.....

16. Kış mevsimi dışındaki geldiğiniz dönemlerde hangi aktivitelere katıldınız?

☐ İzcilik ☐ Doğa yürüyüşü ☐ Motokros ☐ Dağ tırmanışı ☐ Yamaç Paraşütü
☐ Dağ yürüyüşü(trekking) ☐ Kamp ☐ Piknik ☐ Diğer:.....

17. Murat Dağında konaklama süreniz nedir? (cevabınız “Günübirlik” ise 20. soruya geçiniz.)

- ☐ Günübirlik
- ☐ 1-2 günlük
- ☐ 3-6 günlük
- ☐ 1 hafta ve üzeri

18. Nerede konaklıyorsunuz?

- ☐ Bölgede ikamet eden bir yakınımın evinde
- ☐ Apart / Devre mülk / Bungalov
- ☐ Otelde
- ☐ Çadırda

19. Konakladığınız yeri seçmenizde aşağıdakilerin hangisi etkili oldu?

- ☐ İnternet kaynakları
- ☐ Televizyon programları
- ☐ Reklam
- ☐ Gazete/dergi/rehber/kitap vb.
- ☐ Turizm firması
- ☐ Arkadaş tavsiyesi

20. Murat Dağı’nı diğer insanlara tavsiye eder misiniz? (cevabınız “Hayır” ise 21. soruyu “Evet” ise 22. soruyu cevaplayınız.)

- ☐ Evet ☐ Hayır

21. Murat Dağı’nı neden tavsiye etmezsiniz?

- ☐ Ekonomik değil
- ☐ Konaklama problemi
- ☐ Ulaşım zorluğu
- ☐ Kış sporları için yetersiz altyapı
- ☐ Diğer:.....

22. Murat Dağı’nı neden tavsiye edersiniz?

- ☐ Ekonomik
- ☐ Eğlenceli bir ortam
- ☐ Kış sporları için altyapının varlığı
- ☐ Termal tesisler
- ☐ Sessiz ve güzel bir yer
- ☐ Alternatif etkinlikler yapılabiliyor
- ☐ Diğer:.....

Murat Dağı Termal ve Kayak Turizm Merkezi ile ilgili olarak lütfen aşağıdaki ifadelere ilişkin memnuniyet derecenizi belirtiniz.

	Çok İyi	İyi	Normal	Kötü	Çok Kötü
Genel olarak	1	2	3	4	5
Turizm merkezine ulaşım	1	2	3	4	5
Konaklama	1	2	3	4	5
Yemek	1	2	3	4	5
Alışveriş	1	2	3	4	5
Doğal Manzaralar	1	2	3	4	5
Kültür	1	2	3	4	5
Turistik danışma hizmeti	1	2	3	4	5
İletişim	1	2	3	4	5
Seyahat masrafı	1	2	3	4	5
Güvenlik	1	2	3	4	5

EK 4. Görüşme Formu

GÖRÜŞME FORMU

Kurum/Kuruluş Adı :

Kurum Tipi (Kamu, Özel, STK) :

Göreviniz :

Kaç Yıldır Bu Görevde Bulunuyorsunuz :

Görüşülen kişinin;

Cinsiyeti: ☐ Erkek ☐ Kadın

Yaşı: ☐ 18-24 ☐ 25-34 ☐ 35-44 ☐ 45-54 ☐ 55-64 ☐ 65 yaşından büyük

Eğitim Durumu:

☐ Okuryazar değil ☐ Okuryazar ☐ İlkokul mezunu ☐ İlköğretim okulu mezunu

☐ Ortaokul mezunu ☐ Lise mezunu ☐ Üniversite mezunu ☐ Yüksek lisans mezunu

☐ Doktora mezunu ☐ Diğer (belirtiniz):

Mesleği:

☐ Çiftçi ☐ Kamuda Çalışan ☐ Özel Sektörde Çalışan ☐ Emekli ☐ Öğrenci ☐ Ev hanımı ☐ İşsiz

1- Kurumunuzun/kuruluşunuzun veya işletmenizin Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'ndeki turizmle ilişkisi var mıdır, varsa bu ilişki hangi düzeydedir?

.....

2- Sizin veya görev yaptığınız kuruluşun/işletmenin Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'nde gerçekleşen turizm faaliyetlerinde ne türden çalışmaları/etkinlikleri söz konusudur?

.....

3- Bu çalışmalar ne kadar süreden beri devam ediyor?

.....

4- Turizmle ilgili yaptığınız çalışmaları kendi kurumunuz/işletmeniz düzeyinde mi sürdürüyorsunuz, başka kurum-kuruluşlarla/işletmelerle işbirliği yapıyor musunuz?

.....

5- Sizin gözlemlerinize dayalı olarak turizm amacıyla gelen başlıca gruplar/kişiler kimlerdir? Bunların özellikleri nelerdir?

.....

6- Size göre turizm faaliyetleri katılımcıları artıyor mu azalıyor mu? Bunun nedeni nedir?

.....

7- Turistlerin en fazla sayıda geldiği mevsim hangisidir? Bunun nedenleri nelerdir?

.....

8- Size göre Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'nden turizm amacıyla yararlanma biçiminde son yıllarda bir değişiklik var mıdır? Varsa bu değişiklikler nelerdir ve neden kaynaklanmaktadır?

.....

9- Size göre Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'ne turizm amacıyla gelenlerin profilinde son yıllarda bir değişiklik var mıdır? Varsa bu değişiklikler nelerdir ve neden kaynaklanmaktadır?

.....

10- Size göre dağda turizm faaliyetlerinde ve gelen ziyaretçi profilinde bir değişim yaşıyorsa bu değişimi olumlu veya olumsuz olarak nasıl tanımlayabilirsiniz?

.....

11- Turizmin çevre üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri nelerdir?

Olumlu:.....

Olumsuz:.....

12- Size göre turizmin çevredeki köy veya kasabalara olumlu-olumsuz etkileri nelerdir?

Olumlu:.....

Olumsuz:.....

13- Size göre turizmin bu çevrede yaşayan hanelerin ekonomik gelişmesine olumlu-olumsuz etkileri nelerdir?

Olumlu:.....

Olumsuz:.....

14- Size göre turizmin bu çevrede yaşayanların sosyal ve kültürel gelişmesine olumlu-olumsuz etkileri nelerdir?

Olumlu:.....

Olumsuz:.....

15- Çevrede yaşayan köy ve kasabalardaki halkın turizme katılım düzeyini nasıl değerlendiriyorsunuz?

(1) Çok ilgisiz

(2) Pek fazla ilgili değil

(3) İlgili

(4) Çok ilgili

(5) Başka (Belirtiniz:.....)

16- Turizm konusunda bölge insanının yeterince bilgisi olduğunu düşünüyor musunuz?

☐Evet

☐Hayır

17- Cevabınız hayır ise; Sizce ne tür bilgi eksiklikleri görülmektedir?

.....

.....

18- Murat Dağının turizmle bağlantılı olarak geleceğini nasıl görüyorsunuz?

.....

19- Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'nde turizmin gelişimi konusunda sorunlar var mıdır? Varsa bu sorunlar nelerdir?

.....

20- Murat Dağı Termal ve Kayak Merkezi'nde turizme ilişkin sizin belirtmek istediğiniz diğer konuları lütfen maddeler halinde sıralayınız.

(1)

(2)

(3)

(4)

EK 5. Görseller**Fotoğraf 1. Tesis Yolları****Fotoğraf 2. Tesis Giriş**



Fotoğraf 3. Jandarma Kontrol Noktası



Fotoğraf 4. Otopark



Fotoğraf 5. Kayak Merkezi (Cafe, Konaklama, Kayak Malzeme Kiralama Vs.)



Fotoğraf 6. Kayak Pistleri Genel Görünüm



Fotoğraf 7. Uzun Kayak Pisti



Fotoğraf 8. Kısa Kayak Pisti



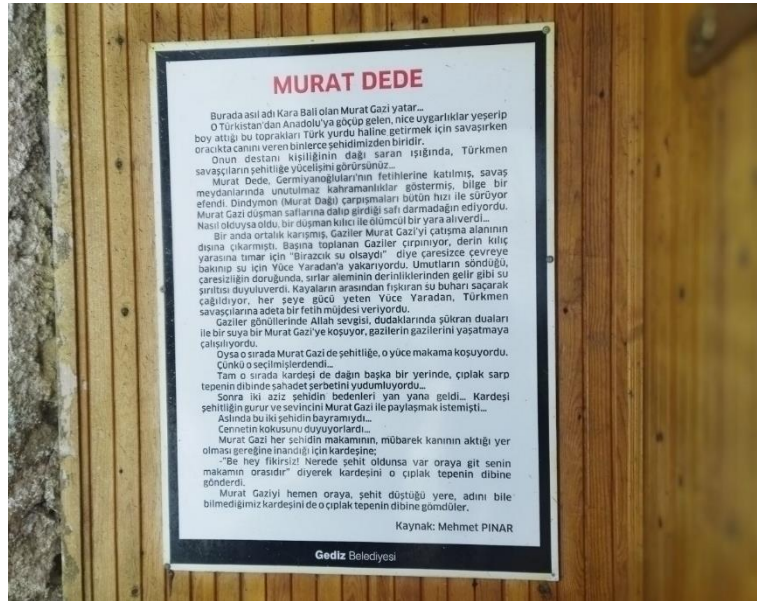
Fotoğraf 9. Kızak Kiralama



Fotoğraf 10. Yol Açma Çalışması



Fotoğraf 11. Termal Tesisler



Fotoğraf 12. Murat Dede Efsanesi



Fotoğraf 13. Restaurant



Fotoğraf 14. Açık Havuz



Fotoğraf 15. Konaklama Tesisleri



Fotoğraf 16. Konaklama Tesisleri



Fotoğraf 17. Konaklama Tesisleri



Fotoğraf 18. Konaklama Tesisleri



Fotoğraf 19. Veri Toplama



Fotoğraf 20. Veri Toplama



Fotoğraf 21. Veri Toplama



Fotoğraf 22. Veri Toplama

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	İfakat KARADUMAN
Doğum Yeri ve Tarihi	
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi / Edebiyat Fakültesi / Coğrafya
Y. Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Bildiği Yabancı Diller	
Bilimsel Faaliyetleri	
İş Deneyimi	
Stajlar	
Projeler	Expert Guides of the Digital World (Erasmus+ KA210-SCH Projesi) Generation Z Leaves Marks on the Future with Creative Project (eTwinning Projesi – Avrupa Kalite Etiketi)
Çalıştığı Kurumlar	Süphandağı Anadolu Lisesi (Patnos, Ağrı) Yunus Emre MTAL (Gediz, Kütahya)
İletişim	
E-Posta Adresi	
Tarih	21.04.2025