

Kültür Turisti Tipolojilerinin Belirlenmesi: İstanbul Örneği

Identification of Cultural Tourist Typologies: The Case of Istanbul

Mustafa Cevdet ALTUNEL*, **Nüzhet KAHRAMAN****

*Araş. Gör., İstanbul Ticaret Üniversitesi, Selman-ı Pak Caddesi. 34672. Üsküdar/İstanbul.
E-posta: mcaltunel@iticu.edu.tr

** Prof. Dr., İstanbul Ticaret Üniversitesi, Selman-ı Pak Caddesi. 34672. Üsküdar/İstanbul.
E-posta: nkahraman@iticu.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale İşlem Bilgileri:

Gönderilme tarihi: 7 Ekim 2011

Birinci düzeltme: 15 Ocak 2012

İkinci düzeltme: 27 Şubat 2012

Üçüncü düzeltme: 12 Mart 2012

Kabul: 13 Mart 2012

Anahtar sözcükler:

*Kültür turisti,
Turist tipolojisi,
Seyahat güdüleri,
İstanbul.*

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 7 October 2011

Resubmitted: 15 January 2012

Resubmitted: 27 February 2012

Resubmitted: 12 March 2012

Accepted: 13 March 2012

Key words:

*Cultural tourist,
Tourist typology,
Travel motivations,
Istanbul.*

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, İstanbul'u ziyaret eden kültür turisti tipolojilerinin belirlenmesi ve belirlenen bu tipolojilerin demografik özellikler, tercih edilen aktiviteler, amaçlar ve seyahat güdüleri açısından incelenmesidir. Sultanahmet Bölgesi'nde yüz yüze görüşme yoluyla gerçekleştirilen anket çalışmasına, soruların tamamına cevap veren 538 adet kültür turisti katılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre turist tipolojileri demografik değişkenler, aktiviteler, amaçlar ve seyahat güdüleri açısından çeşitli farklılıklar göstermektedir. Amaçlı-derin deneyimli kültür turist tipolojisinin diğer turist tipolojilerine göre uluslararası seyahatlerinde eğitim ve kültürle daha fazla ilgili oldukları, kişisel gelişime önem verdikleri, diğer kültürler hakkında bilgi alma konusunda çok daha istekli oldukları görülmüştür. Aktif ve varlıklı bir kültür turisti özelliği gösteren bu grubun diğer gruplara nazaran daha fazla oranda müze ziyaret ettiği, yerel pazarları tercih ettiği ve daha fazla araştırma yapma eğiliminde olduğu görülmektedir. Elde edilen bulgulara göre bu tipolojinin kendi içerisinde de farklılık arz ettiği tespit edilmiş ve bu doğrultuda iki farklı grup halinde değerlendirilebileceği ifade edilmiştir.

ABSTRACT

The aim of this study is to identify the typologies of cultural tourists who visit Istanbul city and to test the typologies against the demographic variables, preferred activities, aims and travel motivations. In the survey, 538 cultural tourists filled the complete questionnaire through face to face interview that is held in Sultanahmet district. Study findings indicate that tourist typologies differ in terms of demographic variables, activities, aims and travel motivations. The purposeful cultural tourists tended to be more interested in education and culture during their travel, give importance to the personal development, and be informed about other cultures than the other groups. The purposeful cultural tourists that have the active and wealthy cultural tourist characteristic features were more willing to visit museums, prefer local markets and do research in comparison with the other typologies. According to the study results, it is understood that this typology can be examined in two different groups because it contains differences in itself.

GİRİŞ

Deniz, kum ve güneş üçlüsüne dayalı tatil turizmi dünya ölçeğinde halen önemli bir çekim unsurudur. Ne var ki, turistlerin tatil anlayışı ve tercihlerinde önemli değişiklikler meydana gelmektedir. Turistler bu üçlüyü sunan ve aşırı derecede ticarileşmiş bölgeleri, geçmişe nazaran daha az tercih etmektedirler (Kozak, Kozak ve Kozak 2001). Dolayısıyla günümüzde, destinasyonlar yalnızca deniz, kum ve güneş üçlüsüne dayanan bir turizm ürünü ile uluslararası alanda rekabetçi bir avantaj elde edememektedir. 2015 yılında Amerika turizm pazarındaki tüketici talebini tahmin etmeye yöne-

lik bir raporda, turistlerin artık fotoğraf çekmek ve etrafa bakmanın yanı sıra kültürü tecrübe etmek, yerel etkinliklere katılmak ve aktif katılımcılar olmak istedikleri belirtilmektedir (<http://www.turizmguzel.com>).

Başarılı bir pazarlama çalışmasının yürütülmesi, turistlerin tercih ve davranışlarında gözlemlenen bu değişimlerin tespit edilmesi ile mümkündür. Pazarlama teorisine göre, müşteri gereksinim ve isteklerinin belirlenmesinden sonra müşteri odaklı bir pazarlama stratejisinin tasarlanması gerekmektedir. Pazarlama stratejisi hangi müşterilere hizmet edileceği ve bu müşteriler için nasıl değer yaratı-

lacağı sorularına cevap aramaktadır. Stratejinin oluşturulmasında öncelikle kime hizmet edileceğine karar verilmelidir. Bu karar, pazarın müşteri dilimlerine ayrılması ve sonrasında uygun dilimin seçilmesi yoluyla verilmektedir. Bir sonraki aşama ise şirketin kendisini ne şekilde farklılaştırarak konumlandıracağıdır (Hooley, Piercy ve Nicoulaud 2008; Kotler, Bowen ve Makens 2010; West, Ford ve Ibrahim 2010). Kültür turistlerinin farklı gereksinim ve isteklerinin belirlenmesi, turistlerin çeşitli özelliklerine göre bölümlere ayrılması yoluyla mümkün olabilecektir.

Turizm literatüründe kültür turistlerinin tatil güdülenmelerinin diğer turist gruplarından farklılık arz ettiğine dikkat çekilmiştir. Ancak, uzun bir süre boyunca, kültür turizmi pazarı kendi içerisinde farklılık gösteren bir grup olarak değil, homojen bir bütün olarak değerlendirilmiştir (Tchetchik, Fleischer ve Shoval 2009). Bu çalışmalarda, kültür turistleri seyahate kültürel nedenlerle çıkan ve derin bir deneyim yaşamayı amaçlayan kişiler olarak ele alınmıştır. Daha sonraki çalışmalarda ise, kültür turistlerinin farklı gereksinim ve isteklere sahip heterojen gruplar olduğu öne sürülmüştür (Hughes 2002). Öyle ki, kültürel varlıkları ziyaret eden turistlerin bir kısmı için kültürel zenginliklerin destinasyon seçiminde hiç bir etkiye sahip olmayabileceği belirtilmektedir. Bu turist tipleri için kültür turizmi temel tercih olarak öne çıkmamakta olup ikincil bir aktivite olarak algılanabilmektedir (McKercher 2002). Dolayısıyla günümüzde tek tip bir kültür turisti çeşidinden bahsetmek mümkün gözükmemektedir.

Bu çalışmanın amacı; zengin tarihi, kültürel ve sosyal varlıklarıyla kültür turizmi açısından önemli bir çekim merkezi olan İstanbul'u ziyaret eden kültür turisti tiplerinin belirlenmesi ve belirlenen bu tiplerin demografik özellikler, tercih edilen aktiviteler, amaçlar ve seyahat güdülerini açısından incelenmesidir.

LİTERATÜR TARAMASI

Turizm literatüründe üzerinde anlaşmaya varılmış tek bir "kültür turizmi" tanımı bulunmamaktadır (Alzua, O'leary ve Morrison 1998). "Kültür" kavramının geniş kapsamlı olması, kültür turizmi kavramının sınırlarının çizilmesini güçleştirmektedir (Richards 2003). Yazarlar kendi bakış açılarına göre bu kavramı daha dar ya da geniş bakış açılarıyla ele almaktadırlar (Stylianou-Lambert 2011). Söz

konusu kavramın geniş ve dar bir bakış açısıyla yapılmış farklı tanımları aşağıda özetlenmiştir.

Adams'ın turizm ansiklopedisinde yer alan geniş çerçeveli tanımına göre kültür turizmi "kişisel zenginleşme adına yapılan seyahat"tir (Jafari 2000:126). Aynı kaynakta yer alan bir diğer geniş kapsamlı tanımlamada, kültür turizmi "diğer insanların nasıl yaşadığını görmek için duyulan arzunun ticarileşmiş dışavurumu" şeklinde ifade edilmektedir (Jafari 2000: 126). Bu tanıma göre destinasyonda yaşayan yöre halkının sanat ve el sanatları, müzik, literatür, gelenek-görenek ve yaşam biçimini içeren otantik çevresine ilgi duyan turistlerin merakının giderilmesi gerekmektedir (Jafari 2000). Benzer bir tanıma göre kültür turizmi; tarihi, sanatsal, bilimsel ya da kültürel varlıklar tarafından bütünüyle ya da kısmen motive edilen insanların yabancı ülkeye yaptıkları ziyarettir (Silberberg 1995). Geniş çerçeveli bir başka tanıma göre ise kültür turizmi; sürekli olarak oturdukları yerden, yeni bilgiler ve deneyimler edinmek amacıyla kültürel gereksinimlerini tatmin etmek isteyenlerin kültürel geçiciliklere yönelik seyahatleridir (Richards 1997).

Kültür turizmini daha dar bir açıyla ele alan, ancak işlevsel bakımdan kolaylık sağlayan tanımlarda ise kültür turizmi, turisti neyin güdülediğine bakmaksızın seyahat sırasında tüketilen kültürel hizmetlere odaklanmaktadır (Foo 1998; Hughes 2002). Bu yaklaşıma sadık kalınarak yapılan kültür turisti tanımı da, ana seyahat nedenine önem vermeksizin kültürel bir hizmetten yararlanan ya da yararlanma niyetinde olan tüm turistleri kültür turisti olarak kabul etmektedir (McKercher 2002). Bu çalışmada, kültür turistlerinin belirlenmesinde sağladığı kolaylık dolayısıyla kültür turizminin daha dar olan tanımı tercih edilmiştir.

Kültür turisti tipolojileri ile ilgili araştırmalarda, kültür turizmine katılan turistler değişik sınıflandırmalara tabi tutulmuş ve farklı kültür turisti tipolojileri önerilmiştir. Bu çalışmaların bir bölümünde, seyahat kararı sırasında kültürel nedenlere verilen önem, temel sınıflandırma kriteri olarak kullanılmıştır. Örneğin Foo ve Rosetto, Avustralya'yı ziyaret eden yabancı turistler üzerine yaptıkları çalışmada kültür turistlerini iki grupta ele almıştır: *Salt ve genel*. *Salt kültür turistinin* temel güdüsü Avustralya kültürünün belirli bir yönünü deneyimlemektir. *Genel kültür turistinin* temel motivasyonu ise, salt kültür turistinin aksine, kültür değeridir. Ancak, genel kültür turisti ziyareti sırasında kültürel bir etkinliğe katılabilmekte ya da bir kültürel

hizmeti tüketmektedir (Foo ve Rosetto 1998). Benzer şekilde Silberberg, kültürel bir hizmeti tüketen turistlerin motivasyon düzeylerinin birbirlerinden farklı olduğunu öne sürmüştür ve bu farklılıkları dört grupta toplamıştır. *Yüksek derecede güdülenmiş* turistlerin temel amacı kültürel bir ürünü deneyimlemektir. *Kısmen güdülenmiş* turistler kısmen kültür kısmen de akraba/arkadaş ziyareti gibi diğer sebeplerle motive olmaktadır. *Kültür ögesinden ikinci planda güdülenmiş* turistler kültürel aktiviteleri temel motivasyonlarını tamamlayan ikincil bir etkinlik olarak görmektedirler. *Kazara turistler* ise herhangi bir kültürel aktiviteye katılmak istemeyen ancak arkadaş ısrarı gibi nedenlerle bu hizmeti tüketmek durumunda kalan kişilerdir (Silberberg 1995). Bir başka sınıflandırma çalışmasında Hughes, Silberberg'in kurmuş olduğu çatıdan yararlanmış, ancak bu çatı üzerinde bir takım değişikliklerde bulunmuştur. Turistleri öncelikle *esaslı ve dolaylı* olmak üzere ikili bir ayrıma tabi tutan Hughes, daha sonra bu ikili sınıflandırmayı da ikili bir ayrıma tabi tutarak dört sınıflı bir tipolojiye ulaşmıştır. Kültürün belirli yönlerini deneyimlemek üzere o ülkeyi ziyaret eden *esaslı* turistler, *tek amaçlı ve çok amaçlı* şeklinde bölümlendirilmiştir. Birincisi, temel amacı kültürel bir hizmeti tüketmek olan turist tiplerine göndermede bulunurken, ikincisi kültürün yanında diğer amaçlara da eşit derecede önem veren turistleri kapsamaktadır. Deniz, kum, güneşe dayalı tatil seyahati ya da iş seyahati gibi benzeri nedenlerle evlerinden uzakta bulunan dolaylı turistler ise *rastlantısal ve kazara* olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Rastlantısal turistler için kültür, o ülkeyi ziyaret etmede önemli bir neden olmakla birlikte çeşitli nedenlerle motivasyon sebebi olarak daha geri planda kalmaktadır. Kazara turistlerin ise herhangi bir kültürel hizmet tüketimi konusunda herhangi bir güdülenmeleri bulunmamakta, ancak bir şekilde kendilerini o hizmeti tüketirken bulmaktadırlar (Hughes 2002). Hausmann ise yapmış olduğu sınıflandırmada Silberberg, (1995) McKercher ve DuCros (2002) ve Richards'ın (1997) çalışmalarından yararlanmış ve dörtlü bir ayırım önermiştir (Hausmann 2007). Ancak bu sınıflandırma çalışması, Silberberg ve özellikle de Hughes'un sınıflandırma çalışmasından önemli bir farklılık arz etmediği için burada detaylandırılmamıştır.

Diğer bir grup çalışmada ise, seyahat kararında kültürel nedenlere verilen önemin yanı sıra, kültürel hizmetin tüketildiği anda turistin yaşamış olduğu deneyimin derinliği de hesaba katılmaktadır.

McKercher, bu iki boyutu ele alarak oluşturmuş olduğu kültür turisti tipolojisini beş gruba ayırmaktadır. *Amaçlı-derin deneyimli kültür turisti*, kültürel nedenlerle seyahat kararı veren ve kültürel hizmetin tüketilmesi sırasında derin bir deneyim yaşayan turistlerdir. *Gezici-yüzeysel deneyimli kültür turisti*, seyahat kararını kültürel nedenlerle veren ancak yüzeysel bir deneyim yaşayan turistlerdir. *Sıradan-yüzeysel deneyimli kültür turisti*, seyahat kararında kültürün orta düzeyde etkili olduğu ve yüzeysel bir deneyim yaşayan turist tipidir. *Kazara-yüzeysel deneyimli kültür turisti*, seyahat kararında kültürün düşük düzeyde etkili olduğu ve yaşadığı deneyimin yüzeysel olduğu turist grubuna göndermede bulunmaktadır. Son olarak *rastlantısal-derin deneyimli kültür turisti* ise seyahat kararında kültürün etkisi düşük olmakla birlikte, kültürel hizmeti tüketmesi sırasında derin bir deneyim yaşayabilmektedir (McKercher 2002). Tablo 1'de, yukarıda özetlenen turist tipolojilerinin yazarları, orijinal isimleri ve bu çalışmanın yazarlarınca önerilen Türkçe karşılıkları sıralanmıştır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada Sultanahmet Bölgesi'ni ziyaret eden turistlerin, İstanbul'u ziyaret eden kültür turistlerini temsil ettiği kabul edilmiş ve tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan yargısal örnekleme metodu kullanılmıştır. Ayasofya Müzesi, Topkapı Sarayı, Aya İrini Kilisesi Müzesi, Büyük Saray Mozaikleri Müzesi, İstanbul Arkeoloji Müzesi, Sultan Ahmet Camii, Yere Batan Sarnıcı, Türk İslam Müzesi, Hipodrom, Mısır Çarşısı gibi pek çok turistik çekim merkezini bünyesinde barındıran Sultanahmet Bölgesi (Yenen 2009; Tonguç ve Yale 2010), İstanbul'a gelen kültür turistlerinin büyük bölümü tarafından ziyaret edilmektedir. Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü'nün verilerine göre 2009 yılında Topkapı Sarayı Müzesi'ni 2.373.311 kişi, Ayasofya Müzesi'ni ise 2.370.540 kişi ücretli olarak ziyaret etmiştir ve bu iki müze Türkiye çapında en çok gezilen iki müze olmuştur (<http://www.kvmgm.gov.tr>).

McKercher ve DuCros'un (2003) kullanmış olduğu soru formundan yararlanılarak oluşturulan anketin uygulanma aşamasında yüz yüze görüşme yöntemi tercih edilmiştir. Anket çalışmasını gerçekleştirmek üzere lisans düzeyinde Turizm İşletmeciliği eğitimine devam eden ve çalışmaya katılmaya gönüllü olan öğrenciler seçilmiştir. Öğrenciler, saha çalışması sırasında davranış, kullanılacak dil

Tablo 1. Turist Tipolojilerinin Orijinal İsimleri ve Türkçe Karşılıkları

Yazarın adı	Turist Tipolojisinin Orijinal Hali	Turist Tipolojisinin Türkçe Karşılığı
Foo ve Rosetto (1998)	Specific	Salt
	General	Genel
Silberberg (1995)	Greatly motivated	Yüksek derecede güdülenmiş
	In part	Kısmen güdülenmiş
	Adjunct	Kültür ögesinden ikinci planda güdülenmiş
	Accidental	Kazara
Hughes (2002)	Core primary	Esaslı-tek amaçlı
	Core multi-primary	Esaslı-çok amaçlı
	Peripheral incidental	Dolaylı-rastlantısal
	Peripheral accidental	Dolaylı-kazara
McKercher (2002)	Purposeful	Amaçlı-derin deneyimli
	Sightseeing	Gezici-yüzeysel deneyimli
	Casual	Sıradan-yüzeysel deneyimli
	Incidental	Kazara-yüzeysel deneyimli
	Serendipitous	Rastlantısal-derin deneyimli

ve teknik konularında ihtiyaç duyacakları eğitimi aldıktan sonra anket çalışmasını yürütmüşlerdir. Yapılan yüz yüze görüşmeler sonunda katılımcıların soru formunda yer alan soruları açık ve anlaşılır olarak değerlendirmeleri sebebiyle pilot çalışma uygulanmamıştır. 2010 yılı Nisan-Ağustos ayları arasında Sultanahmet Bölgesi'ni ziyaret eden yabancı turistlerle yapılan görüşmeler sonucunda 550 adet anket elde edilmiştir. Araştırma için büyük önem arz eden soruların cevaplanmadığı on iki adet anket analize dahil edilmemiştir. Dolayısıyla yapılan analizler 538 adet anket formu kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Örneklem sayısının hesaplanmasında Sekaran'ın kabul edilebilir örneklem büyüklüklerini gösteren tablosundan yararlanılmıştır. Bu yaklaşıma göre en az 384 yabancı turiste ulaşıldığı takdirde araştırmada belirlenen örneklem sayısının ana kitleyi temsil ettiği kabul edilecektir (Sekaran 2000: 295).

Araştırmaya katılmayı kabul eden turistlere öncelikle Sultanahmet gezileri esnasında müze, saray, sarnıç ve benzeri turistik ve kültürel bir çekim merkezini ziyaret edip etmedikleri sorulmuştur. Olumlu yanıt verenler anket formunu cevaplandırmıştır. Bu kapsamda turistlere cinsiyet, yaş, medeni durum, iş, eğitim düzeyi, uyruk ve gelir düzeylerine dair bilgileri elde etmek amacıyla demografik sorular yöneltilmiştir. Daha sonra McKercher ve DuCros'un (2003) çalışmasından yararlanılarak kültür turistlerinin tipolojilerini belirlemek üzere

iki adet soru sorulmuştur. İlk soruda turistin seyahat kararında kültür turizmüne verdiği önem derecesinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Cevaplar beşli Likert ölçeği bazında hazırlanmıştır (1=Önemsiz, 2= Çok önemli değil, 3= Ne önemli ne önemsiz, 4= Çok önemli, 5= Ziyaretin ana nedeni). İkinci soruda ise turistin kültürel çekim merkezini ziyareti sonrası yaşamış olduğu deneyim düzeyinin ölçülmesi hedeflenmiştir. Katılımcılardan dört cevap seçeneğinden bir tanesini seçmeleri istenmiştir (1=çoğunlukla gezip gördüm/fotoğraf çektim ya da ilginç ve farklı yerleri gördüm, 2=İstanbul'un kültür ve mirası hakkında biraz bilgiye sahip oldum, 3= İstanbul'un kültür ve mirası hakkında pek çok bilgiye sahip oldum, 4= İstanbul'un kültür ve mirası hakkında derin bir deneyim yaşadım).

Bu araştırmada kullanılan ilk sınıflandırmada, turist tipolojileri McKercher ve DuCros'un (2003) çalışmasını takiben amaçlı-derin deneyimli, gezici-yüzeysel deneyimli, sıradan-yüzeysel deneyimli, kazara-yüzeysel deneyimli ve rastlantısal-derin deneyimli olmak üzere beş farklı grup olarak tanımlanmıştır. Tablo 2'de turist tipolojilerinin oluşturulması esnasında kullanılan soru bileşenleri gösterilmektedir. Örneğin amaçlı-derin deneyimli kültür turisti, kültür turizmüne verdiği önem derecesinin sorulduğu birinci soruda 4. ya da 5. seçeneği işaretlemiş, yaşadığı deneyim düzeyinin sorulduğu ikinci soruda ise 4. seçeneğini işaretlemiştir. Dolayısıyla bu ilk sınıflandırmada McKercher ve DuCros'un

Tablo 2. Tipolojilerin Oluşturulma Biçimi

Turist tipolojileri	Soru 1'e Verilen Cevap	Soru 2'ye Verilen Cevap
Amaçlı-derin deneyimli	4 ya da 5	3 ya da 4
Gezici-yüzeysel deneyimli	4 ya da 5	1 ya da 2
Sıradan-yüzeysel deneyimli	3	1 ya da 2
Kazara-yüzeysel deneyimli	1 ya da 2	1 ya da 2
Rastlantısal-derin deneyimli	1, 2, ya da 3	3 ya da 4

çalışmasında kullanılan yöntemle sadık kalınmış ve her bir turist yalnızca bir tipolojinin içine dahil edilmiştir.

Amaçlı-derin deneyimli turistlerin tüm diğer turist tipolojileriyle demografik anlamda gösterdikleri farklılığın tespiti amacıyla ikinci bir sınıflandırma çalışmasına daha ihtiyaç duyulmuştur. Bu sınıflandırmada amaçlı-derin deneyimli turistler birinci gruba, gezici-yüzeysel deneyimli, sıradan-yüzeysel deneyimli, kazara-yüzeysel deneyimli ve rastlantısal-derin deneyimli turistlerin toplamından oluşan turistler ise diğer gruba oluşturmaktadır.

Tablo 3. Turistlerin Demografik Özellikleri

Cinsiyet			Medeni Durum		
	f	%	f	%	
Kadın	241	44,8	Evli	278	51,7
Erkek	297	55,2	Bekar	260	48,3
Toplam	538	100,0	Toplam	538	100
Eğitim Durumu			Çalışma Durumu		
	f	%	f	%	
Eğitim almamış	4	0,7	Çalışıyor	375	69,7
İlköğretim	6	1,1	Ev kadını	19	3,5
Ortaöğretim	80	14,9	Emekli	62	11,15
Lisans	358	66,5	Öğrenci	72	13,4
Lisansüstü	90	16,7	Diğer	10	1,9
Toplam	538	100	Toplam	538	100
Yaş			Gelir durumu		
	f	%	f	%	
25 ve altı	84	15,6	1000 \$'dan az	53	9,9
26-40	213	39,6	1001-3000 \$	163	30,3
41-60	164	30,5	3001-6000 \$	144	26,8
61 ve üstü	77	14,3	6001-9000 \$	49	9,1
Toplam	538	100	9001 \$ ve üzeri	43	8,0
			Düzenli bir geliri yok	50	9,3
			Toplam	502	93,3

Kültür turistlerinin tipolojilerini belirlemeye yönelik olarak sorulan bu iki sorudan sonra ise kültür turistlerinin uluslararası seyahat motiflerini öğrenmek amacıyla yedi adet soru sorulmuş ve cevaplar kategorik değişken olarak tanımlanmıştır. Demografik değişkenlerin turist gruplarına göre gösterdikleri farklılıkların incelenmesi amacıyla ki kare testi ve lojistik regresyon analizi kullanılmıştır. Turist gruplarının uluslararası seyahat motifleri açısından gösterdikleri farklılık ise ki kare testi ile incelenmiştir.

BULGULAR

Ankete katılan turistlerin cinsiyet, yaş, gelir durumu, eğitim durumu, medeni durumu ve çalışma durumunu kapsayan demografik özellikleri Tablo 3'te sunulmuştur.

Bu sonuçlara göre, araştırmaya katılan turistlerin % 44,8'i kadın ve % 55,2'si erkeklerden oluşmaktadır. Turistlerin yaş aralıklarına göre yapılan yüzde dağılımında ise sırasıyla şu sonuçlar elde edilmiştir: 25 yaş ve altı % 15,6; 26-40 yaş arası % 39,6; 41-60

yaş arası % 30,5 ve 61 yaş ve üstü % 14,3. Katılımcıların bir bölümü gelir durumlarını belirtmek istememişlerdir. Dolayısıyla gelir durumunu belirten 502 kişinin % 9,9'u 1000 \$'dan az, % 30,3'ü 1001-3000 \$ arası, % 26,8'i 3001-6000 \$ arası, % 9,1'i 6001-9000 \$ arası, % 8'i 9001 \$ ve üzeri gelire sahip olduklarını beyan etmişlerdir. % 9,3'lük bir bölümün ise, düzenli bir geliri bulunmamaktadır. Turistlerin eğitim durumlarında % 66,5 ile lisans eğitiminin büyük bir yoğunlukta olduğu görülmektedir. Lisansüstü eğitimi % 16,7 ile ikinci sırada yer almaktadır. Bunu sırasıyla % 14,9 ile ortaöğretim, %1,1 ile ilköğretim, % 0,7 ile eğitim almamış kişiler takip etmektedir. Araştırmaya katılanların % 51,7'si evli, % 48,3'ü ise yalnız olduklarını belirtmişlerdir. Çalışma durumunda ise, katılımcıların % 69,7'sinin herhangi bir işte çalıştıkları, % 3,5'inin ev kadını, % 11,15'inin emekli ve % 13,4'ünün ise öğrenci oldukları görülmüştür. Çalışma durumuna ilişkin sorulan soruda, katılımcıların meslekleri sorulmuş, fakat çalışıp çalışmadığı ile öğrenci, emekli ve ev kadını olup olmadığı öğrenilmek istenmiştir. Bu durumun sebebi, bahsi geçen bu farklı grupların içerisinde yer alan kişilerin boş zaman, hayata bakış açısı ve zevk ve tercihler açısından birbirlerinden farklılık göstereceklerinin ve bu farklılıklardan ötürü ayrı turist tipolojilerine ait olabileceklerinin düşünülmüştür.

Sultanahmet Bölgesi'ni ziyaret eden turistlerin tipolojilerine göre yapılan yüzde ve frekans dağılımı Tablo 4'te görülmektedir. Bu sonuçlara göre, kültür turistlerinin büyük bir bölümü, % 63,6 ile amaçlı-derin deneyimli turistlerden oluşmaktadır. Gezici-yüzeysel deneyimli turistler % 13'ünü, sıradan-yüzeysel deneyimli turistler % 11,2'sini, kazara-yüzeysel deneyimli turistler % 4,8'ini ve rastlantısal-derin deneyimli turistler ise tüm turistlerin % 7,4'ünü oluşturmaktadır.

Bahsi geçen turist tipolojilerinin demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermedikleri ki kare testi ile incelenmiştir. Sonuçlar, fayda

temelli bölümlendirme çalışmalarında demografik değişkenlerin belirleyici olmadığını belirten ve yalnızca yaş değişkeninde anlamlı bir farklılık bulan McKercher ve DuCros'un (2003) çalışmasıyla çelişir gözükmemektedir. Elde edilen sonuçlara göre yaş değişkenleri ($\chi^2=68,350$, Df= 12, p= 0,000) açısından turist tipolojilerinde anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Amaçlı-derin deneyimli turistlerin orta ve üst yaş aralıklarında oldukları görülmüşken, sıradan-yüzeysel deneyimli ve kazara-yüzeysel deneyimli turistlerin daha genç olma eğiliminde oldukları tespit edilmiştir. Medeni duruma bakıldığında, amaçlı-derin deneyimli turistlerin evli olma eğiliminde oldukları, rastlantısal-derin deneyimli ve sıradan-yüzeysel deneyimli turistlerin ise bekar olma eğiliminde oldukları görülmüştür. Dolayısıyla turist grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($\chi^2= 15,949$, Df= 15, p= 0,003). Çalışma durumunda da gruplar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($\chi^2=90,509$, Df= 16, p= 0,000). Amaçlı-derin deneyimli turistlerin çok büyük bir oranda çalışıyor oldukları, diğer gruplara nazaran emekli yüzdesinin yüksek, öğrenci yüzdesinin ise çok düşük olduğu görülmüştür. Sıradan-yüzeysel deneyimli ve gezici-yüzeysel deneyimli turist gruplarında ise öğrenci olma eğiliminin, amaçlı-derin deneyimli turist grubuna göre çok daha yüksek olduğu fark edilmiştir. Gelir durumunda amaçlı-derin deneyimli turistlerin 1001-3000 ve 3001-6001 gelir gruplarında yoğunlaştıkları, 9001 ve üstü gelir grubunda diğer gruplara nazaran daha fazla, düzenli gelire sahip olmayanlarda ise daha az bir yüzdeye ulaştıkları görülmüştür. Sıradan-yüzeysel deneyimli ve gezici-yüzeysel deneyimli turist gruplarının ise diğer gruplara nazaran daha yüksek bir düzenli gelire sahip olmama eğiliminde oldukları bulunmuştur. Sonuç olarak gelir durumuna göre gruplar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($\chi^2=75,790$, Df= 20, p= 0,000).

Turist tipolojilerinin demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermedikleri ki-kare testi ile incelendikten sonra, demografik değişkenlerin gücünü ve anlamlılığını test etmek amacıyla bir lojistik regresyon modeli kurulmuştur. Lojistik regresyon analizi, bağımlı değişkenin iki ya da çok düzeyli kategorik verilerden oluştuğu ve bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasındaki neden sonuç ilişkilerinin incelendiği durumlarda kullanılmaktadır (Agresti 1996). Çoklu regresyon ve çoklu diskriminant analizlerinin bir kombinasyonu olan lojistik regresyon modelleri, bağımlı değişke-

Tablo 4. Turist Tipolojilerinin Yüzde ve Frekans Dağılımı

Turist tipolojileri	f	%
Amaçlı-derin deneyimli	342	63,6
Gezici-yüzeysel deneyimli	70	13
Sıradan-yüzeysel deneyimli	60	11,2
Kazara-yüzeysel deneyimli	26	4,8
Rastlantısal-derin deneyimli	40	7,4
Toplam	538	100

nin metrik düzeyde ölçülmemesi yönüyle çoklu regresyon analizinden, bağımsız değişken olarak metrik ve metrik olmayan tüm değişkenlerin kullanılabilmesi açısından ise çoklu diskriminant analizinden farklılık göstermektedir (Hair, Black, Babin, Anderson ve Tatham 2006).

Kurulan lojistik regresyon modelinde bağımlı değişken, iki düzeyli kategorik verilerden oluşturulmuştur. Bu kategorilerden ilki, turist tipolojileri içerisinde 342 kişi ile en kalabalık grubu oluşturan amaçlı-derin deneyimli yabancı turist grubudur. Oluşturulan ikinci grup ise, amaçlı-derin deneyimli turist tipolojisine girmeyen diğer tüm yabancı turistlerden meydana gelmektedir. Böylelikle amaçlı derin deneyimli turistler ile bu gruba girmeyen turistlerin, demografik değişkenlerle olan nedensellik ilişkileri bakımından karşılaştırılmaları mümkün olmaktadır. Zengin bir tarihi ve kültürel mirasa sahip olan destinasyonlar açısından öncelikli

hedef kitle durumunda olan amaçlı-derin deneyimli turistlerin diğer tüm kültür turistleriyle betimsel özellikler açısından karşılaştırılmaları, hem turizm sektörü hem de araştırma sonuçları açısından önem teşkil etmektedir. Tablo 5'te lojistik regresyon analizinin sonuçlarına yer verilmiştir.

Analiz sonuçlarına göre cinsiyet ($p=0,537$), medeni durum ($p=0,355$) ve eğitim durumu ($p=0,115$) açısından herhangi bir farklılık tespit edilmemiştir. Yaş ve çalışma durumlarında ise belirli kategorilerde farklılık gözlenmiştir. 61 ve üzeri yaş aralığındaki yabancı turistlerin, 25 ve altı yaş aralığındaki turistlere göre amaçlı-derin deneyimli turist grubuna dahil olma eğilimleri daha fazla olmaktadır ($p=0,037$; $b=1,285$). Ancak 25 ve daha altı yaş aralığındaki turistler ile 26-40 ($p=0,982$) ve 41-60 ($p=0,103$) yaş aralığındaki turistler arasında herhangi bir farklılık tespit edilmemiştir. Çalışma durumlarında ise çalışıyor olanların öğrencilere göre

Tablo 5. Demografik Değişkenlere Göre Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları

Özellikler	B	Wald	Odds ratio (95% C.I.)	p-değeri
Yaş		12,680		0,005
25 ve altı			1 (Referans)	
26-40	-0,010	0,001	0,990 (0,419-2,341)	0,982
41-60	0,803	2,657	2,232 (0,850-5,862)	0,103
61 ve üstü	1,285	4,358	3,615 (1,082-12,079)	0,037
Çalışma Durumu		16,936		0,002
Çalışıyor			1 (Referans)	
Ev kadını	0,000	0,000	1,000 (0,349-2,864)	1,000
Emekli	-0,477	1,220	0,621 (0,266-1,447)	0,269
Öğrenci	-1,771	14,404	0,170 (0,068-0,425)	0,000
Diğer	-1,050	2,411	0,350 (0,093-1,317)	0,121
Cinsiyet				
Erkek			1 (Referans)	
Kadın	0,125	0,381	1,133 (0,762-1,684)	0,537
Medeni Durum				
Evli			1 (Referans)	
Bekar	0,221	0,855	1,248 (0,780-1,995)	0,355
Eğitim Durumu		7,432		0,115
Eğitim almamış			1 (Referans)	
İlköğretim	-1,519	1,087	0,219 (0,013-3,804)	0,297
Orta öğretim	-1,115	0,855	0,328 (0,031-3,488)	0,355
Lisans	-0,423	0,128	0,655 (0,065-6,625)	0,720
Lisansüstü	-0,685	0,325	0,504 (0,048-5,313)	0,569
Sabit	0,903	0,525	2,467	0,469

($p=0,000$; $b=-1,771$) amaçlı-derin deneyimli turist grubuna dahil olma eğilimleri daha fazla olmaktadır. Diğer bir ifadeyle öğrencilerin amaçlı-derin deneyimli turist grubuna dahil olma eğilimleri çalışıyor olanlara göre daha düşük düzeyde olmaktadır. Ancak çalışıyor grubu ile ev kadını ($p=1,000$), emekli ($p=0,269$) ve diğer ($p=0,121$) gruplar arasında herhangi bir farklılık bulunmamaktadır. Dolayısıyla, amaçlı-derin deneyimli turistlerin orta yaşlı, aktif ve varlıklı bir kültür turisti profili çizdiği görülmektedir.

Bu bulgulara göre amaçlı-derin deneyimli turist grubu; Alzua ve diğerlerinin (1998) "daha yaşlı/kentsel miras (older/urban heritage)" olarak isimlendirdiği, orta yaş ve üzerinde olan, kentsel miras, müze, galeri ve tarihi alan ziyareti ile ilgilenen ve üst gelir grubuna hitap eden restoranlarda yemek yemeyi tercih eden turist tipi ile benzerlik göstermektedir.

Kültür turistlerinin tatil güdülenmeleri ve uluslararası seyahatleri esnasında tercih ettikleri etkinliklerin neler olduğunun ve değişik turist grupları arasında bu kriterlere göre ne gibi farklılıklar bulunduğu tespit edilmesi amacıyla yedi adet soru sorulmuştur. Yapılan ki kare testi sonucunda sorulardan altısına verilen cevaplarda anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. İyi bilinen/tanınmayan yerlere yönelik tercihlerin sorulduğu soruda ise gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Kültür turistlerinin tatil güdülenmelerine ilişkin verdikleri cevaplar Tablo 6'da görülmektedir. Amaçlı-derin deneyimli turistlerin diğer gruplara göre uluslararası seyahatlerinde eğitim ve kültürle daha fazla ilgili oldukları, kişisel gelişime önem verdikleri ve diğer kültürler hakkında bilgi alma konusunda çok daha istekli oldukları görülmektedir. Gezici-yüzeysel deneyimli turistlerin de benzer nedenlerle motive oldukları ancak bu nedenlerin amaçlı-derin deneyimli turistlerinki kadar baskın olmadığı tespit edilmiştir. Rastlantısal-derin deneyimli turistlerin seyahat motivasyonlarında tek bir nedenden ziyade iki nedenin eşit oranda etkili olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla diğer gruplara nazaran iki motivasyonun eşit oranda etkili olduğu seçenekleri daha fazla tercih etmişlerdir. Kazara-yüzeysel deneyimli turistler diğer gruplara göre daha fazla oranda rekreasyon ve eğlenceye önem vermekte, daha ziyade rahatlama amacıyla seyahatlerini gerçekleştirmekte ve de ağırlıklı olarak aile ve arkadaşlarıyla beraber olma eğiliminde olmaktadır.

Elde edilen sonuçlar McKercher ve DuCros'un (2003) bulgularıyla büyük oranda örtüşmektedir. Rastlantısal-derin deneyimli turistlerin cevaplarında ise bir farklılık gözlenmektedir. McKercher ve DuCros'un (2003) çalışmasında rastlantısal-derin deneyimli turistler daha ziyade rekreasyon ve eğlence, rahatlama ve aile/arkadaşlarla beraber olma seçeneklerinden motive olduklarını belirtmişlerdir. Çalışmanın bulguları, Cohen'in (1979) turist tipolojileri üzerine yaptığı çalışma sonuçlarıyla karşılaştırıldığında ise fiziksel ve zihinsel rahatlama önem veren, aynı zamanda kültürel derinliğe vurgu yapmayan ve derin deneyim arayışı içinde olmayan dinlentsel (recreational) turist tipinin ve seyahati yaşamın sıkıcılığından ve anlamsızlığından bir kaçış olarak gören fakat anlam arayışı içinde olmayan eğlentsel (diversionary) turist tipinin, bu çalışmada yer alan sıradan-yüzeysel deneyimli ve kazara-yüzeysel deneyimli turist tipleriyle örtüştüğü görülmektedir. Cohen'in (1979) çalışmasında, günlük hayatın anlamsızlığı, başka yaşamlardaki anlamı ve otantikliği arayarak gidermeye çalışan deneyimsel (experiential) turist tipi bu noktada, gezici-yüzeysel deneyimli ve amaçlı derin-deneyimli turist tipleriyle benzerlik göstermektedir. Cohen'e (1979) göre asıl amacı seyahat ettiği yerlerdeki kültürel birikimi özümsemek olan varoluşsal (existential) turist ve otantik hayatı gözlemlemek isteyen fakat bu amaca kendisini tamamen adamayarak özel istek ve ihtiyaçlarını gidermek için diğer alternatiflere de açık olan deneysel (experimental) turist tipolojileri ise sırasıyla amaçlı derin-deneyimli turist tipi ve gezici-yüzeysel deneyimli turist tipi ile benzerlik göstermektedir.

Kültür turistlerinin uluslararası seyahatleri sırasında tercih ettikleri etkinlikler, Tablo 7'de yer almaktadır. Amaçlı-derin deneyimli turistlerin diğer gruplara göre daha fazla oranda müze ziyaret ettikleri, daha fazla oranda yerel pazarları tercih ettikleri ve daha fazla araştırma yapma eğiliminde oldukları görülmektedir. Gezici-yüzeysel deneyimli turistler de daha düşük düzeylerde benzer özellikler göstermişlerdir. Sıradan-yüzeysel deneyimli turistlerin ise diğer gruplara göre iki ayrı etkinliği eşit oranda yapmayı tercih ettikleri saptanmıştır. Bu turist grubu, hem alışveriş/müze ziyareti hem de yerel pazar/marka mağaza ziyaretlerini eşit oranda tercih etme konusunda diğer gruplara göre üstünlük sağlamıştır. Kazara-yüzeysel deneyimli turistlerin diğer gruplara göre daha fazla oranda alışveriş yaptıkları ve marka mağazaları tercih et-

Tablo 6. Turist Tipolojilerinin Uluslararası Seyahatlerindeki Tercihleri

	Rastlantısal-Derin Deneyimli	Kazara-Yüzeysel Deneyimli	Sıradan-Yüzeysel Deneyimli	Gezici-Yüzeysel Deneyimli	Amaçlı-Derin Deneyimli	
<i>Uluslararası seyahatlerimde genellikle şunu tercih ederim:</i>						
Daha çok eğitim ve kültür	32,5	15,4	13,3	28,6	38	$\chi^2=111,128$
Eğitim ve kültür/rekreasyon ve eğlence eşit oranda	65	26,9	51,7	54,3	57,6	Df= 8
Daha çok rekreasyon ve eğlence	2,5	57,7	35	17,1	4,4	P=0,000
<i>Uluslararası seyahatlerimi genellikle şöyle bir fırsat olarak değerlendiririm:</i>						
Daha ziyade kişisel gelişim	10	15,4	6,7	31,4	33	$\chi^2=92,108$
Kişisel gelişim / rahatlama eşit oranda	62,5	23,1	48,3	52,9	57,3	Df= 8
Daha ziyade rahatlama	27,5	61,5	45	15,7	9,6	P=0,000
<i>Uluslararası seyahatlerimde genellikle şunu tercih ederim:</i>						
Ağırlıklı olarak diğer kültürler hakkında bilgi alma	40	23,1	25	60,3	68,5	$\chi^2=81,837$
Bilgi alma / aile ve arkadaşlarla beraber olma eşit oranda	57,5	46,2	56,7	35,3	26,8	Df= 8
Ağırlıklı olarak aile ve arkadaşlarla beraber olma	2,5	30,8	18,3	4,4	4,7	P=0,000

tikleri görülmektedir. Bu sonuçlar sıradan-yüzeysel deneyimli turistlerin tercihleri haricinde büyük oranda McKercher ve DuCros'un (2003) çalışmasıyla uyum göstermektedir.

SONUÇ

Günümüzde büyük şehirler dünya ölçeğinde önemli birer çekim merkezi haline gelmiştir. Kültür, eğlence, alışveriş, sağlık, iş ve benzeri pek çok farklı nedenle geniş kitleleri kendilerine çekebilmektedirler. Ancak, bu şehirler turizm ürününün niteliği açısından birbirlerinden farklılık gösterebilmektedir. Öyle ki, kültür turizmine odaklanan iki farklı şehirden bir tanesi 20. yüzyıl gibi yakın bir tarihin modern mimari eserlerini turizm ürünü

şeklinde kullanarak turist çekerken, bir diğeri ortaçağın tüm gizemini gözler önüne sererek farklı bir ürünü ziyaretçilerin beğenisine sunabilmektedir. Dolayısıyla bu şehirleri ziyaret eden turistlerin amaçları ve yaşadıkları deneyimler bir şehirden diğerine ya da bir turizm ürününden bir diğeri turizm ürününe farklılık gösterebilmektedir.

Roma, Bizans ve Osmanlı İmparatorluklarının kültürel ve tarihi mirasına ev sahipliği yapan İstanbul da 2011 yılında 8.057.879 yabancı ziyaretçi sayısı ile önemli bir şehir ve turistik çekim merkezidir (<http://www.turizm gazetesi.com>). İstanbul'u kültür turisti olarak ziyaret eden kişilerin amaçları, yaşadıkları deneyim düzeyleri, kültürel ve diğer hizmetlerden beklentileri ile zevk ve tercihlerinin belirlenmesi yoluyla daha kaliteli bir kültürel su-

Tablo 7. Turist Tipolojilerinin Uluslararası Seyahatlerindeki Tercihleri

	Rastlantısal-Derin Deneyimli	Kazara-Yüzeysel Deneyimli	Sıradan-Yüzeysel Deneyimli	Gezici-Yüzeysel Deneyimli	Amaçlı-Derin Deneyimli	
<i>Uluslararası seyahatlerimde genellikle şunu tercih ederim:</i>						
Daha ziyade alışveriş	17,9	42,3	10	5,7	5,3	$\chi^2=77,273$
Alışveriş/müze ziyareti eşit oranda	71,8	57,7	78,3	62,9	55,4	Df= 8
Daha ziyade müze ziyareti	10,3	-	11,7	31,4	39,3	P=0,000
<i>Uluslararası seyahatlerimde genellikle şunu tercih ederim:</i>						
Daha ziyade iyi bilinen yerleri ziyaret ederim.	32,5	46,2	36,7	37,1	36,1	$\chi^2=4,969$
İyi bilinen/tanınmayan yerleri eşit oranda ziyaret ederim.	60	50	51,7	48,6	49,6	Df= 9
Daha ziyade tanınmayan yerleri ziyaret ederim.	7,5	3,8	11,7	14,3	14,4	P=0,761
<i>Uluslararası seyahatlerimde genellikle şunu tercih ederim:</i>						
Genellikle yerel pazarları ziyaret ederim.	42,5	30,8	28,3	48,6	63,5	$\chi^2=38,717$
Yerel pazarlar/marka mağazaları eşit oranda ziyaret ederim.	50	57,7	63,3	42,9	32,9	Df= 8
Genellikle marka mağazaları ziyaret ederim.	7,5	11,5	8,3	8,6	3,6	P=0,000
<i>Uluslararası seyahatlerimde genellikle:</i>						
Genellikle araştırma yaparım.	50	19,2	23,3	37,1	50,9	$\chi^2=36,100$
Bazen araştırma yaparım/ Bazen de araştırma yapmam.	35	65,4	71,7	45,7	41,2	Df= 8
Genellikle araştırma yapmam.	15	15,4	5	17,1	7,9	P=0,000

num yapılabilecektir. Ayrıca şehrin turistler açısından cazip kalabilmesi için, İstanbul'u hangi kültür turisti tipolojisine giren grupların ağırlıklı olarak tercih ettiğinin ortaya çıkarılması da önem teşkil etmektedir. Bu sayede hangi grupların hedef kitle olarak seçileceği saptanabilecektir.

Bu çalışmada kültür turistlerini, ziyaret amaçları ve yaşadıkları deneyim düzeyi temelinde gruplara ayıran bir yaklaşım tercih edilmiştir. Araştırmaya katılan turistlerin % 63,6 gibi büyük bir oranla amaçlı-derin deneyimli turistlerden oluştuğu görülmüştür. Bu sonuç, McKercher ve DuCros'un (2003) Hong Kong'u ziyaret eden kültür turisti tipolojilerini incelediği ve amaçlı-derin deneyimli turistlerin oranını % 13,4 olarak tespit ettiği çalışmaya göre bu yönüyle büyük bir farklılık göstermektedir. Bu durum, İstanbul ve Hong Kong arasındaki tarihi ve kültürel farklılıklardan kaynaklanıyor olabileceği gibi, dünya ölçeğinde turistlerin giderek daha fazla düzeyde yerel kültürleri tecrübe etme ve deneyim kazanma eğilimlerinin sonucu da olabilir. Diğer yandan, McKercher ve DuCros'un (2003) çalışmasında kültür turistlerine havaalanında ulaşılmışken, bu çalışmada kültür turistlerine bizzat kültür ve tarihi deneyimledikleri yer olan Sultanahmet Bölgesi'nde ulaşılmıştır. Kültürel bir hizmetin tüketilmesinin ardından belirli bir zamanın geçmesi ve ortamın farklılaşması, yaşanan deneyim düzeyinin etkisinin görece olarak azalabilmesine neden olabilecektir.

Amaçlı-derin deneyimli yabancı turistlerin özelliklerine genel olarak bakıldığında bu turist grubunun kültür-tarih, yerel çarşılarında alışveriş ve hafif nitelikli eğlenceyi tercih ettiği görülmektedir. Ayrıca, araştırmaya konu bu turist grubunun % 70'i 40-60 yaş aralığındadır. Bu özellikler, orta yaşlı, aktif ve varlıklı bir kültür turisti profilinin göstergesidir. Dolayısıyla yüksek katma değere sahip olan bu turist profilinin İstanbul kentini daha çok tercih etmesini sağlamak amacıyla, uluslararası turizm pazarlarında yapılacak tanıtım etkinliklerinde kültürel ve tarihi değerleri; alışveriş ve eğlence olanaklarını daha fazla öne çıkartmak gerekmektedir.

Turist tipolojileri içerisindeki en büyük grup olan amaçlı-derin deneyimli turistlerin uluslararası seyahatlerindeki tercihlerine yönelik sorulara verdikleri cevaplar incelendiğinde, bu tipolojinin büyük bir bölümünün uluslararası seyahatlerinde ağırlıklı olarak eğitim/kültür ve eğlenceyi eşit oranda tercih ettikleri tespit edilmiştir. Amaçlı-derin deneyimli turistlerin içerisinde yer alan ikinci büyük

grubun ise, daha çok eğitim ve kültüre önem verdiği görülmüştür. Uluslararası seyahat tercihlerine yönelik olarak sorulan bir diğer soruda, amaçlı-derin deneyimli turist tipolojisinin içerisinde yer alan % 57,3'lük büyük bir grup kişisel gelişim ve rahatlamaya eşit oranda önem verirken, % 33'lük daha küçük bir grup daha ziyade kişisel gelişime önem vermektedir. Benzer şekilde alışveriş ve müze ziyaretlerine eşit oranda önem verenler daha büyük bir oran oluştururken, ikinci büyük grubu daha ziyade müze ziyaretini tercih edenler oluşturmuştur. Buradan yola çıkarak amaçlı-derin deneyimli turistlerin de kendi içerisinde iki grupta ele alınabileceği sonucuna ulaşılabilmektedir. Öyle ki, gruplardan bir tanesi kişisel gelişime önem vererek, ağırlıklı olarak müze ve yerel pazarları ziyaret ederken, diğer grup ise kişisel gelişimin yanında eğlence öğesinin de eşanlı olarak mevcut bulunmasını tercih etmektedir.

Pazarlama teorisi farklı gereksinim ve isteklere sahip olan müşterilere farklı ürün ve hizmetlerin sunulması gerekliliğinin altını çizmektedir. Sunulacak ürün ya da hizmet açısından, ağırlıklı olarak müze ve yerel pazarları ziyaret eden "yoğun" amaçlı-derin deneyimli turist ile aynı anda eğlence öğesinin de mevcut bulunmasını isteyen "hafif" amaçlı-derin deneyimli turist arasında bir farklılık olabilecektir. Eğlence öğesine kişisel gelişim kadar önem veren grup için kültürel sunumların içerisinde, sunum ile bağlantısı olan hoş zaman geçirci ilginç aktiviteler ya da gösteriler eklenmesi düşünülebilir. Ayrıca eserlerin dikkat çekici şekilde sergilenmesi, eserler hakkında aydınlatıcı tarihi bilgilerin sıkıcı olmayacak tarzda ziyaretçiye sunulması gerekmektedir. Özellikle, müzelerde kullanılan elektronik sesli turist rehberliği uygulamalarında ziyaretçilere aynı dil için farklı seçenekler sunulması düşünülmelidir. Kişisel gelişime eğlenceden daha fazla önem veren turistler için teknik terimlerin daha yoğun kullanıldığı bir anlatım tercih edilebilir. Diğer turist grubu için ise teknik terimlerden kaçınan ve daha anlaşılır ve eğlenceli bir dil kullanılabilir.

Diğer yandan, seyahat acentelerinin düzenlediği şehir turlarında, standart bir güzergâh ve anlatımın benimsenmesi yerine, farklı turist tipolojilerinin ilgisini çekebilecek alternatif güzergâhlar ve anlatımda farklı içeriklere sahip olan değişik tur seçenekleri turistlere sunulabilir. Örneğin "yoğun" amaçlı derin deneyimli kültür turisti grubu için standart bir Sultanahmet şehir turunun yanında,

İstanbul şehrinin farklı kültürlerini bir arada barındıran Pera, Balat, Fener, Eyüp benzeri bölgeler, ilgi çekici anlatımlarla özellikli bir turistik ürün şeklinde sunulabilir. Ayrıca, önceden şehir hakkında araştırma yaparak genel bir bilgi düzeyiyle ziyaretini gerçekleştiren bu turist grubunun memnuniyetini sağlamak için, standart anlatımın dışına çıkabilecek bir bilgi düzeyi ve anlatım gücüne sahip olan turist rehberlerine daha çok ihtiyaç duyulmaktadır. Öte yandan, değişik turist grupları için, akşam yemeği sonrası düzenlenen alışlagelmiş oryantal öğeler barındıran aktiviteler ve eğlenceler yanında, ilgi çekici tarihi hikâyelerin anlatıldığı teatral gösteriler düzenlenebilir. Bu tür kültürel içerikli teatral aktiviteleri, değişik turist gruplarının isteklerini göz önünde bulundurarak düzenleyebilecek işletmelere de ihtiyaç duyulacaktır.

Amaçlı derin deneyimli turist grubu ile tüm diğer turist grubunun demografik özelliklerinin karşılaştırıldığı analizde, çalışıyor olma ve öğrenci olma seçenekleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Özellikle lüks turizm talebine hizmet veren ve amaçlı-derin deneyimli turistlerin tercih edebileceği kalitede konaklama potansiyeline sahip olan İstanbul şehrinde, turizm sektörünün daha düşük gelire sahip olan öğrencilere de uygun fiyatlı, temiz ve güvenliğin sağlandığı bir konaklama olanağını sunması ve gençlere yönelik konaklama ürününü çeşitlendirmesi gerekmektedir.

Bu araştırma, bünyesinde çeşitli kısıtları da barındırmaktadır. Araştırma sonuçlarının genellenmesini engelleyen bir kısıt, örnekleme yöntemidir. Tesadüfi olmayan bir örnekleme yöntemi olan yargısal örnekleme, araştırmacıların örneklem üzerindeki değerlendirmeleriyle tasarlanmaktadır. Bu yöntemde ana kitleden seçilen bireylerin seçilme olasılıkları birbirlerine eşit değildir. Ancak araştırmanın yapıldığı bölge, Türkiye’de en çok ziyaret edilen iki müzeyi ve pek çok tarihi ve kültürel dokuyu içinde barındırmaktadır. Bu bölge, sahip olduğu karakteristik özellikler sebebiyle ulaşılacak istenen kitle için ana çekim merkezi olduğundan, söz konusu örneklem yönteminin çalışma için uygun olduğu düşünülmüştür.

Bu çalışma, turist tipolojilerinin Türkçe çevirisinde bir takım değişikliklere gitmiştir. Literatürde kullanılmakta olan turist tipolojisi tanımlamalarının Türkçe olarak daha anlaşılır bir şekilde ifade edilebilmesi için önceki Türkçe çevirilerden farklı olarak ikili tanımlamalar tercih edilmiştir. Araştırmacıların görüşüne göre, “amaçlı” turist ifadesi ye-

rine “amaçlı-derin deneyimli” turist ifadesinin kullanılması ile bu tipolojiye atfedilmek istenen turist özelliği daha iyi açıklanmaktadır ve tipolojiler arasındaki olası anlam kargaşası önlenmektedir.

Bu çalışmada İstanbul’u ziyaret eden yabancı kültür turistleri, seyahat motivasyonu ve kültürel hizmet tüketimleri sonrasında elde ettikleri deneyim açısından sınıflandırılmıştır. Turistlerin İstanbul’daki kültürel hizmetlerden edindikleri deneyim düzeyi, her bir kültürel hizmet için ayrı ayrı değil, tümünün genel bir değerlendirmesi şeklinde elde edilmiştir. Araştırma her bir kültürel hizmet için özel olarak yapıldığında, farklı sonuçlara ulaşılması olasıdır. Dolayısıyla kendi işletmelerine dair turist tipolojilerini tespit etmek isteyen turistik birimlerin, bu çalışmayı sadece kendi ziyaretçilerine uygulayarak güvenilir sonuçlara ulaşmaları mümkün olabilecektir.

KAYNAKÇA

- Agresti, A. (1996). *An Introduction to Categorical Data Analysis*. New York: John Wiley and Sons. Inc.
- Alzua, A., O’leary J. T. ve Morrison A. M. (1998). Cultural and Heritage Tourism: Identifying niches for International Travelers, *The Journal of Tourism Studies*, 9: 2-13.
- Cohen, E. (1979). Aphenomenology of Tourist Experiences, *Sociology*, 178-201.
- Foo, L. (1998). Cultural Tourism in Australia: Characteristics and Motivations, *Australian Tourism and Hospitality Research Conference*, (1-19) Gold Coast, Queensland, Australia.
- Foo, L. ve Rossetto, A. (1998). *Cultural Tourism in Australia: Characteristics and Motivations*. BTR Occasional Paper No. 27, Canberra: Bureau of Tourism Research.
- Jafari, J. (Editor) (2000). *Encyclopedia of Tourism*. Londra ve New York, Routledge.
- Hair, J. F., Black W., Babin, B., Anderson, R. E., Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis with Readings*. 6. Baskı, New Jersey: Prentice-Hall International.
- Hausmann, A. (2007). Cultural Tourism: Marketing Challenges and Opportunities for German Cultural Heritage, *International Journal of Heritage Studies*, 13: 170-184.
- Hooley, G., Piercy, N.F. ve Nicoulaud, B. (2008). *Marketing Strategy and Competitive Positioning*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Hughes, L. H. (2002). Culture and Tourism: A Framework For Further Analysis, *Managing Leisure*, 7: 164-175.
- <http://www.komgm.gov.tr/belge/1-45478/bakanligimiz-bagli-muzeler.html> Erişim Tarihi: 26.09.2011.
- <http://www.turizm gazetesi.com/news/news.aspx?id=64438> Erişim Tarihi: 13.01.2012.
- <http://www.turizm guncel.com/?tg=guncel&i=3073> Erişim Tarihi: 10.07.2011.
- Kotler, P., Bowen J.T. ve Makens, J.C. (2010). *Marketing for Hospitality and Tourism*. New Jersey: Pearson International Edition.

- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2001). *Genel Turizm-İlkelere-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mckercher, B. (2002). Towards Classification of Cultural Tourists, *International Journal of Tourism Research*, 4: 29-38.
- Mckercher, B. ve Du Cros, H. (2003). Testing a Cultural Tourism Typology, *International Journal of Tourism Research*, 5: 45-58.
- Richards, G. (1997). The Social Concept of Cultural Tourism: İçinde Richards, G. (ed.) *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford: CAB International.
- Richards, G. (2003). What is Cultural Tourism? İçinde van Maaren, A. (editör) *Erfgoed voor Toerisme*. National Contact Monumenten.
- Sekaran, U. (2000). *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach*. 3. Baskı, UK: Wiley&Sons.
- Silberberg, T. (1995). Cultural Tourism and Business Opportunities For Museums and Heritage Sites, *Tourism Management*, 16: 361-365.
- Stylianou-Lambert, T. (2011). Gazing From Home: Cultural Tourism and Art Museums, *Annals of Tourism Research*, 38: 403-421.
- Tchetchik, A., Fleischer, A. ve Shoval, N. (2009). Segmentation of Visitors to a Heritage Site Using High-Resolution Time-Space Data, *Journal of Travel Research*, 48: 216-229.
- Tonguç, S. E. ve Yale, P. (2010). *İstanbul Hakkında Her Şey*. İstanbul: Boyut Yayıncılık.
- West, D., Ford, J. ve Ibrahim, E. (2010). *Strategic Marketing-Creating Competitive Advantage*. New York: Oxford University Press.
- Yenen, Ş. (2009). *İstanbul*. İstanbul: Quick Guide.