

Kapadokya'yı Ziyaret Eden Turistlerin Genel Seyahat Motivasyonları ve Tatmin Olma Durumları

Özlen ÖZGEN

Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Ev Ekonomisi Yüksekokulu

ÖZ

Bu araştırma, turistlerin fiziksel, kültürel, bireyler arası ilişki kurma ve prestij/statü motivasyonlarını kapsayan genel seyahat motivasyonlarının, tatmin olma durumlarının ve seyahat motivasyonları ile tatmin olma durumları arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla Kapadokya'yı ziyaret eden 300 turist üzerinde yürütülmüştür. Araştırma verilerinin elde edilmesinde, McIntosh 1977'den yararlanılarak hazırlanan soru formu kullanılmıştır. Soru formu, 18-45 yaş kategorisinde olan, Kapadokya'da 10 Mayıs-20 Haziran 1999 tarihleri arasında 3 gün ya da daha fazla konaklayan 150 yerli ve 150 yabancı turistte uygulanmıştır. Soru formu, yabancı turistler için İngilizce olarak hazırlanmıştır. Veriler; yerli ya da yabancı olma, gelir, cinsiyet, yaş ve öğrenim durumu açıklayıcı değişkenleri dikkate alınarak irdelenmiştir. Bulgular, kültürel seyahat motivasyonlarının yerli ya da yabancı olma ve gelir durumuna bağlı olarak değiştiğini ($P<0.05$) göstermektedir. Seyahatten tatmin olma durumunun da yerli ya da yabancı olma durumuna göre $P<0.01$, gelir durumuna göre ise $P<0.05$ düzeyinde farklı olduğu bulunmuştur. Pearson korelasyon analizi sonuçlarına göre; tatmin olma durumu ile kültürel seyahat motivasyonları arasında $P<0.01$, fiziksel ve bireylerarası ilişki kurma motivasyonları arasında ise $P<0.05$ düzeyinde ilişki olduğu saptanmıştır. Tatmin olma durumu ile prestij/statü motivasyonları arasındaki ilişki önemsiz ($P>0.05$) bulunmuştur. Genel seyahat motivasyonları ile tatmin olma durumu arasındaki ilişki de istatistik açıdan önemsizdir ($P>0.05$).

Anahtar Kelimeler: Genel motivasyon, Kapadokya, tatmin, turist

GİRİŞ

Dinlenmek, eğlenmek, gezip görmek, öğrenmek ya da iş seyahatleri yapmak için devamlı yaşadıkları yerleri geçici olarak terkeden, kendi ülkelerinde ya da başka ülkelerde seyahat eden, konaklayan; kısaca, sosyal yaşamlarını belirli bir süre başka yerlere taşıyan insanların sayısı her yıl yüz milyonlar ile ifade edilmektedir. Bu geçici yer değiştirme durumunun ulusal ve uluslararası bağlamda geniş ve olumlu / olumsuz etkileri olmaktadır.

Turizm, işe girip gelir elde etmemek ve sürekli yerleşmemek koşulu ile insanların herhangi bir yere seyahatleri ve konaklamaları sonucunda ortaya çıkan olay ve ilişkilerin tümüdür. Turist ise geçici olarak boş vakti olan, yaşadığı yerden uzaktaki bir yeri değişiklik yaşamak amacı ile ziyaret eden bireydir. Turizm olayından söz edilebilmesi için turistik amaçlar ile seyahat etme ve konaklama gerektiğine göre, ön-

celikle seyahat etme isteğinin oluşması gerekmektedir (Ata 1985, Smith 1989).

Turistler; günlük yaşamdan, çalışma çevresinden, kirlilikten, trafik yoğunluğundan kaçma arzusu gibi itici, gidilecek yörenin çekiciliği, akraba ve arkadaşları ziyaret etme, spor yapma ya da seyretme gibi çekici nedenler ile seyahat etmektedirler (Mathieson ve Wall 1982).

Tüm bunlar turizmin sosyal ve psikolojik bir olgu olarak ele alınma eğilimini artırmıştır (Van Raaij ve Francken 1984, Stringer ve Pierce 1984, Doğan 1985, Mannell ve Iso-Ahola 1987, Doğan 1990, Dunn Ross ve Iso-Ahola 1991). Turistlerin seyahat davranışlarını etkileyen çok sayıda faktörden sözedilebilir. Ancak, turistlerin davranışlarının açıklanmasına yardımcı olabilecek en önemli faktör motivasyondur. Davranışların gerisinde yer alan fizyolojik ve psikolojik güçler motivasyon ile ifade edilir (Moutinho 1987,

Fodness 1994). Seyahat ile ilgili motivasyonlar; beklentiler, gereksinimler ve istekler ile ilgili olup, turistlerin kişiliklerini ve sosyo-ekonomik profillerini yansıtır. Gereksinim ise bir şeyin olmamasından doğan bir iç durumdur ve mevcut olmasının bireyin refahını etkileme eğilimi vardır. Duyusal, ruhsal ve fiziksel gereksinimler turistlerin motivasyonlarının belirleyicileridir (Mathieson ve Wall 1982).

Temel motivasyon teorisi; motivasyonu bireylerin zihin ve vücutlarında rahatsızlık verecek düzeyde gerilim oluşturan gereksinimler, istekler ve amaçlar gibi psikolojik faktörlere ilişkin dinamik bir süreç olarak ele alır. Gerilim ile sonuçlanan gizli gereksinimlerin varlığı, gerilimi azaltacak faaliyetlerin gerçekleştirilmesini, dolayısı ile gereksinimlerin karşılanmasını gerektirir (Fodness 1994).

1970'li yıllara kadar insanların neden seyahat ettikleri sorusunun yanıtı pek fazla araştırılmamıştır. Prof. S. Wahab (1975), seyahat motivasyonlarını turizm araştırmalarındaki en temel ve incelenmesi en gerekli konulardan biri olarak tanımlamıştır (Wahab 1975). Bazı araştırmacılar turist motivasyonlarını sınıflandırmayı denemişlerdir. Ancak, motivasyonlar ile ilgili her bir ögenin nisbi önemine ilişkin tam bir fikir birliği sağlanamamıştır (Mathieson ve Wall 1982).

Seyahat motivasyonları konusundaki genel sınıflandırmalardan birinde, zevk amacı ile yapılan seyahatlerin nedeni gezi isteği ve güneş isteği olarak belirlenmiştir. Gezi isteği; insanların doğasında olduğu varsayılan, alışık oldukları ortamları geride bırakarak değişik kültürleri, yerleri ya da tarihi kalıntı, eser ve anıtları ile ünlü olan yerlerdeki eski kültür öğelerini görmek istemelerine dayalı bir motivasyondur. Güneş isteği ise, belirli bir amaç ile ilgili olarak bireyin yaşadığı yerden farklı bir yerde daha iyi olanak ve hizmetlerin bulunmasından kaynaklanan özel bir durum olup, çok çeşitli zevk seyahatlerini içeren geniş bir kavramdır (Gray 1970). Bir diğer çalışmada, insanları turizme yönelten temel motivasyon yenilik ve değişiklik arama isteği olarak belirlenmiştir (Cohen 1972). Bazı çalışmalarda ise, motivasyonlar genel ve özel olmak üzere iki grupta ele alınmıştır. Genel motivasyonlar, insanların çoğu zaman tümü ile farkında olmadıkları seyahat nedenleri ile ilgilidir (Moutinho 1987). Birey seyahat etmeye ikna olduğunda motivasyonlar genel bir düzeyde oluşmaktadır (Mathieson ve Wall 1982). Bazı genel seyahat motivasyonları 'eğitimsel ve kültürel', 'rahatlama, macera ve zevk', 'sağlık ve rekreasyon', 'etik ve aile' ve 'sosyal ve rekabete dayalı' motivasyonlardır (Moutinho 1987). Genel seyahat motivasyonlarına ilişkin bir başka sınıflandırmada ise, ana başlıklar 'fiziksel', 'kültürel', 'bireyle-

rarası ilişki kurma' ve 'prestij / statü' olarak ele alınmıştır (McIntosh 1977). Özel seyahat motivasyonları; bireysel deneyim, bilgi, arkadaşların önerileri, kitlerle iletişim araçları yolu ile elde edilen doğrudan ve dolaylı bilgiler, reklamlar ve seyahate aracı olan diğer unsurlara dayalı imaj ile ilişkilidir (Moutinho 1987).

Seyahat ile ilgili tatmin; istek ve beklentileri vurgulayarak gerilimin ortadan kaldırılmasını kapsar. Tatmin, turizm davranışının açıklanmasına yardımcı olabilecek temel kavramlardandır (Moutinho 1987, Dunn Ross ve Iso-Ahola 1991). Bireylerin değişim, yeni deneyimler kazanma, macera ve estetik merakı seyahatler ve turistik faaliyetler yolu ile tatmin edilebilir (Mathieson ve Wall 1982). Seyahatin bitiminde beklentiler ve gerçekleşenler karşılaştırılır. Beklentiler ve gerçekleşenler birbirine ne kadar yakın ise tatmin o kadar yüksek olur. Tatmin yüksek olduğunda, olumlu anılar ve deneyimler daha iyi hatırlanır ve geleceğe yönelik seyahat kararlarını etkiler (Odabaşı 1988).

Ailelerin tatil kararı verme sürecinin incelenmesi amacı ile yapılan bir araştırmada, ailelerin % 82.2'sinin tatil motivasyonunun dinlenme, % 8.7'sinin eğlenme, % 6.7'sinin yaşanan çevreden uzaklaşma, % 0.9'unun sağlık kazanma, % 0.7'sinin akrabaları ziyaret etme, % 0.4'ünün kültürü artırma, % 0.2'sinin spor yapma ve % 0.2'sinin moda uyma olduğu, ayrıca ailelerin tatil yöresi ve tüm seyahate ilişkin kararlarını tatmin edici buldukları belirlenmiştir (Özgen 1995). Öğretim elemanları ve öğrenciler üzerinde yapılan bir çalışmada en çok yenilik isteği, dinlenme, eğlenme ve çevreden uzaklaşma nedenleri ile seyahat edildiği saptanmıştır (Ataol ve ark. 1991). Aile yaşam dönemleri ve turist davranış kalıpları arasındaki ilişkilerin incelendiği bir başka çalışmanın bulguları ise, emeklilik döneminde daha çok oturularak yapılan kültürel etkinliklerin tercih edildiğini ve dindendirici bir tatil deneyimi yaşanmak istendiğini göstermektedir (Lawson 1991).

Bu araştırma, Kapadokya'yı ziyaret eden turistlerin fiziksel, kültürel, bireylerarası ilişki kurma ve prestij / statü motivasyonlarını kapsayan genel seyahat motivasyonlarının, seyahatten tatmin olma durumlarının ve seyahat motivasyonları ile tatmin olma durumları arasındaki ilişkinin incelenmesi amacı ile planlanmış ve yürütülmüştür.

MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırma Bölgesi

Türkiye'nin en önemli turistik bölgelerinden biri olan ve her yıl çok sayıda turist tarafından ziyaret edilen 'Kapadokya', araştırma bölgesi olarak seçilmiştir.

Milyonlarca yıl önce Erciyes ve Hasan Yanarağları'nın püskürmesi ile yöreye dağılan lavların soğumasından sonra, yörede özgün bir doğal yapı oluşmuştur. İnsanların yaşamaya başlaması ile birlikte Kapadokya'nın tarihi de başlamıştır. Kapadokya'da tarih ve doğa iç içedir. Yöreye gelen turistler dünyada eşi ve benzeri olmayan doğa güzelliklerini, peribacaları ve vadileri, yapımı milattan önceki yıllara ait olduğu tahmin edilen, daha sonra genişletilerek hem gizli ibadet yerleri hem de sığınak olarak kullanılan yeraltı şehirlerini, freskli kaya kiliselerini, türbe ve camileri görmek istemektedirler (Demir 1993). Kapadokya; turistlere kültür turizmi, vadi turizmi, atlı doğa turizmi, bisiklet turizmi, inanç turizmi, kongre turizmi ve kış turizmi gibi olanaklar sunabilen eşsiz bir bölgedir (Anon. 1997).

Araştırma Materyali

Araştırmanın evrenini Kapadokya'yı 10 Mayıs-20 Haziran 1999 tarihleri arasında ziyaret eden turistler oluşturmaktadır. Bölgede 3 gün ya da daha uzun süre konaklayan, 18-45 yaş grubunda olan, 150 yerli ve 150 yabancı olmak üzere toplam 300 turist araştırma materyalini oluşturmuştur. Nevşehir'de 90 (40 yerli, 50 yabancı), Ürgüp'te 80 (50 yerli, 30 yabancı), Avanos'ta 70 (40 yerli, 30 yabancı) ve Göreme'de 60 (20 yerli, 40 yabancı) turist araştırma kapsamına alınmıştır. Araştırma verileri; McIntosh (1977)'den yararlanılarak hazırlanan, turistlerin demografik özellikleri, genel seyahat motivasyonları ve seyahat ile ilgili tatmin olma durumlarını içeren soruların yer aldığı formların, turistler tarafından doldurulması ile elde edilmiştir. Soru formu yabancı turistler için İngilizce olarak hazırlanmıştır.

Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırma verileri yerli ya da yabancı olma ve gelir durumu değişkenleri dikkate alınarak irdelenmiştir. Ayrıca yaş, cinsiyet ve öğrenim durumu değişkenlerinin etkisi de araştırılmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde SPSS istatistik programı kullanılmıştır. Turistlerin genel seyahat motivasyonlarının ele alındığı sorularda 'çok önemli' (5), 'önemli' (4), 'kararsızım' (3), 'önemsiz' (2), 'çok önemsiz' (1); seyahat ile ilgili tatmin durumlarına ilişkin soruda ise 'çok tatmin edici' (5), 'tatmin edici' (4), 'kararsızım' (3), 'tatmin edici değil' (2) ve 'hiç tatmin edici değil' (1) seçenekleri 5'den 1'e kadar puan verilerek değerlendirilmiş, ortalama puanlar hesaplanarak değişkenlere bağlı farkların belirlenmesi için ikili gruplarda 'T-

Çizelge-1. Turistlerin demografik özellikleri

DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER	n	%
Uyruk		
Yerli	150	50.0
Yabancı	150	50.0
Cinsiyet		
Kadın	129	43.0
Erkek	171	57.0
Yaş		
— 25	83	27.7
26-30	94	31.3
31-35	56	18.7
36-40	31	10.3
41 —	36	12.0
Yıllık Gelir (Dolar)		
— 5000	92	30.7
5001-10000	69	23.0
10001-15000	37	12.3
15001-20000	41	13.7
20001 —	61	20.3
Öğrenim Durumu		
Lise ve daha az	76	25.3
Üniversite	224	74.7

testi', beşli gruplarda ise 'Tek yönlü varyans analizi' (F-testi) yapılmıştır. Varyans analizi sonucunun önemli çıkması durumunda farklı grupların belirlenmesi için 'Duncan testi' uygulanmıştır. İstatistik analiz sonucunda, cinsiyet değişkeninin etkisi tüm sorular için önemsiz bulunduğundan, bu değişkene metin içinde değinilmemiştir.

BULGULAR

Turistlerin Demografik Özellikleri

Araştırma kapsamına alınan turistlerin demografik özellikleri Çizelge 1'de verilmiştir.

Araştırma kapsamına alınan turistlerin % 50'si yerli % 50'si yabancıdır. Yabancılar, Amerikalı (% 50), İngiliz (% 20), Alman (% 10), Fransız (% 10), İspanyol (% 10) ve diğer (% 10) olarak dağılmıştır.

Çizelge 2. Yerli ya da yabancı olma durumuna göre turistlerin fiziksel seyahat motivasyonlarına ilişkin T-testi sonuçları

FİZİKSEL MOTİVASYONLAR	UYRUK	S.D.	ORTALAMA	St.HATA	K.ORT.	T DEĞERİ
Vücut ve zihnin dinlenmesi	Yerli	1,298	4.6600	0.048	4.320	2.889*
	Yabancı		4.4200	0.067		
Sağlık amaçları	Yerli	1,298	3.8267	0.089	4.083	1.763
	Yabancı		3.5933	0.098		
Spor faaliyetlerine katılma	Yerli	1,298	3.2667	0.100	21.870	-4.522
	Yabancı		3.8067	0.065		
Zevk-eğlence-heyecan	Yerli	1,298	4.1267	0.075	10.830	-4.099
	Yabancı		4.5067	0.054		
Alışveriş	Yerli	1,298	3.3933	0.092	19.763	3.792
	Yabancı		2.8800	0.100		

** P <0.01

* P <0.05

22.6), Alman (% 15.4), Avustralyalı (% 10.2), Yeni Zellandalı (% 9.4), İngiliz (% 6.6), Japon (% 5.4), Fransız (% 5.4), Güney Afrikalı (% 4.6), Çek (% 2.6), İspanyol (% 2.0), İtalyan (%2.0), Belçikalı (%1.4), Koreli (%1.4), Taylandlı (% 1.4), Malezyalı (% 0.6), Hintli (% 0.6), Portekizli (% 0.6), İrlandalı (% 0.6), Rus (% 0.6), Mısırlı (% 0.6) ve Meksikalı (% 0.6) turistlerden oluşmaktadır (Çizelge 1). Turistlerin % 43.0'ü kadın, % 57.0'si erkektir. Ortalama yaş 30.35 ± 0.41 , ortalama gelir $15.782 \pm \text{Dolar}$ olarak belirlenmiştir. Araştırmaya katılan turistlerin % 74.7'si üniversite mezunu olup, % 25.3'ü lise düzeyinde ya da daha az öğrenim görmüşlerdir.

Turistlerin Genel Seyahat Motivasyonları

Bu bölümde; araştırma kapsamına alınan turistlerin genel seyahat motivasyonları fiziksel, kültürel, bireylerarası ilişki kurma ve prestij/ statü motivasyonları olarak ele alınmış, yerli ya da yabancı olma, yaş, gelir ve öğrenim durumu açıklayıcı değişkenleri dikkate alınarak irdelenmiştir.

a) Turistlerin Fiziksel Seyahat Motivasyonları

Turistlerin fiziksel seyahat motivasyonları; 'vücut ve zihnin dinlenmesi', 'sağlık amaçları', 'spor faaliyetlerine katılma', 'zevk-eğlence-heyecan' ve 'alışveriş' olarak ele alınmıştır.

Turistlerin fiziksel seyahat motivasyonlarına ilişkin T-testi sonuçları, yerli ya da yabancı olma durumu dikkate alınarak Çizelge 2'de verilmiştir.

Çizelge 2'den de anlaşılacağı gibi, 'vücut ve zihnin dinlenmesi' ve 'spor faaliyetlerine katılma' motivasyonları açısından yerli ve yabancı turistler arasında $P < 0.01$, 'sağlık amaçları' motivasyonu açısından ise $P < 0.05$ düzeyinde farklılık belirlenmiştir. Yabancı turistlerin 'zevk-eğlence-heyecan' ve 'spor faaliyetlerine katılma'; yerli turistlerin ise 'vücut ve zihnin dinlenmesi' ile 'sağlık amaçları' motivasyonlarına ilişkin ortalama puanları daha yüksektir. Bu durum, yabancı turistlerin fiziksel motivasyonlarının yerli turistlere göre daha aktif faaliyetleri gerçekleştirmeye yönelik olduğunu göstermektedir.

Turistlerin fiziksel seyahat motivasyonlarına ilişkin varyans analizi sonuçları gelir durumu göz önüne alınarak Çizelge 3'de gösterilmiştir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, turistlerin gelir durumuna bağlı olarak 'vücut ve zihnin dinlenmesi' ve 'alışveriş' motivasyonlarının $P < 0.05$, 'spor faaliyetlerine katılma', 'zevk-eğlence-heyecan' motivasyonlarının ise $P < 0.01$ düzeyinde değiştiğini göstermektedir (Çizelge 3). Vücut ve zihnin dinlenmesi' motivasyonu yıllık geliri 5000 Dolar ve daha az olan grup ile 10001-15000 ve 15001-20000 Dolar olan gruplar arasında farklılık göstermektedir. 'Alışveriş' motivasyonu açısından yıllık geliri 10001-15000 Dolar olan grup ile 5000 Dolar ve daha az olan grup ve 5001-10000 Dolar olan grup arasında fark vardır. 'Spor faaliyetlerine katılma' motivasyonu sözkonusu olduğunda yıllık geliri 5000 dolar ve daha az olan grup ile diğer gelir grupları arasında fark olduğu saptanmıştır. 'Zevk-eğlence-heyecan' motivasyonu açısından ise, yıllık geliri 5000 Dolar ve daha az olanlar

Çizelge-3. Gelir durumuna göre turistlerin fiziksel seyahat motivasyonlarına ilişkin varyans analizi sonuçları

FİZİKSEL MOTİVASYONLAR	GELİR DURUMU (Dolar / Yıl)	S.D.	ORTALAMA	St. HATA	K.ORT.	F DEĞERİ
Vücut ve zihnin dinlenmesi	- 5000	4;295	4.6739a	0.056	1.274	2.450**
	5001 -10000		4.6377ac	0.085		
	10001-15000		4.3784bc	0.147		
	15001-20000		4.3659bc	0.120		
	20001-		4.4426ac	0.106		
Sağlık amaçları	- 5000	4;295	3.9565a	0.110	2.741	2.101
	5001 -10000		3.7246a	0.125		
	10001-15000		3.3784a	0.203		
	15001-20000		3.6098a	0.167		
	20001-		3.5902a	0.172		
Spor faaliyetlerine katılma	- 5000	4;295	3.1630a	0.133	4.850	4.455**
	5001 -10000		3.6377b	0.120		
	10001-15000		3.8108b	0.159		
	15001-20000		3.6585b	0.128		
	20001-		3.7377b	0.109		
Zevk-eğlence-heyecan	- 5000	4;295	4.0978ad	0.095	2.312	3.522**
	5001 -10000		4.4058bc	0.083		
	10001-15000		4.3514adce	0.130		
	15001-20000		4.2439adc	0.163		
	20001-		4.5738be	0.072		
Alışveriş	- 5000	4;295	3.3370a	0.119	3.613	2.569**
	5001 -10000		3.3188a	0.135		
	10001-15000		2.7568b	0.214		
	15001-20000		2.9024ab	0.181		
	20001-		3.0164ab	0.163		

** P < 0.01 * P < 0.05

ile 5001-10000 Dolar ve 20001 Dolar ve daha fazla olanlar arasındaki fark ve 15001-20000 Dolar ve 20001 Dolar'dan fazla olanlar arasındaki fark önemlidir.

Araştırma verileri ayrıca yaş ve öğrenim durumu değişkenleri dikkate alınarak da irdelenmiştir. 'Zevk-eğlence-heyecan' motivasyonunu yaş faktörü önemli ölçüde etkilemekte olup (F=5.118 P<0.01), 25 ve

daha küçük yaş grubu ile diğer yaş grupları arasında ve 26-30 yaş grubu ile 36-40 yaş grubu arasında fark vardır. Öğrenim durumu değişkeni dikkate alındığında ise, 'spor faaliyetlerine katılma' motivasyonunun farklılık gösterdiği bulunmuştur (T=-3.521 P<0.01). 'Spor faaliyetlerine katılma' motivasyonu açısından üniversite mezunu olanların ortalama puanları daha yüksektir. Bulgular, gençlerin ve üniversite mezunu

Çizelge -4. Yerli ya da yabancı olma durumuna göre turistlerin kültürel seyahat motivasyonlarına ilişkin T-testi sonuçları

KÜLTÜREL MOTİVASYONLAR	UYRUK	S.D.	ORTALAMA	St. HATA	K.ORT.	T DEĞERİ
Yeni yerleri ve insanları merak etme	Yerli	1;298	4.3800	0.065	2.613	-2.248
	Yabancı		4.5667	0.052		
Sanat-müzik-mimari ve folklorla ilgi duyma	Yerli	1;298	3.8267	0.085	17.763	-4.532*
	Yabancı		4.3133	0.065		
Tarihi yerlere ilgi duyma	Yerli	1;298	4.3000	0.071	0.000	0.000
	Yabancı		4.3000	0.065		

P<0.05

olanların spor faaliyetlerine katılma motivasyonlarının daha güçlü olduğunu göstermektedir.

b) Turistlerin Kültürel Seyahat Motivasyonları

Kültürel seyahat motivasyonları; ‘yeni yerleri ve insanları merak etme’, ‘sanat-müzik-mimari ve folklorla ilgi’, ‘tarihi yerlere (kalıntılar, eski eserler, kiliseler vb.) ilgi’ başlıkları altında ele alınmıştır.

Yerli ve yabancı turistlerin kültürel seyahat motivasyonlarına ilişkin T-testi sonuçları Çizelge 4’de

verilmiştir.

Çizelge 4’de de görüldüğü gibi, yerli ya da yabancı olma durumuna göre ‘sanat-müzik-mimari ve folklorla ilgi duyma’ motivasyonu P<0.01 düzeyinde değişiklik göstermektedir. Bu motivasyon açısından yabancı turistlerin ortalama puanlarının yerli turistlerden daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Turistlerin kültürel seyahat motivasyonlarına ilişkin varyans analizi sonuçları gelir durumu göz önüne alınarak Çizelge 5’de verilmiştir.

Çizelge- 5. Gelir durumuna göre turistlerin kültürel seyahat motivasyonlarına ilişkin varyans analizi sonuçları

KÜLTÜREL MOTİVASYONLAR	GELİR DURUMU (Dolar / Yıl)	S.D.	ORTALAMA	St. HATA	K.ORT.	F DEĞERİ
Yeni yerleri ve insanları merak etme	- 5000	4;295	4.3478a	0.085	1.073	2.075
	5001 -10000		4.4203a	0.089		
	10001-15000		4.5676a	0.106		
	15001-20000		4.7073a	0.080		
	20001-		4.5082a	0.089		
Sanat-müzik-mimari ve folklorla ilgi duyma	- 5000	4;295	3.7609a	0.106	4.664	5.356**
	5001 -10000		3.9710ac	0.120		
	10001-15000		4.3784b	0.131		
	15001-20000		4.2683bc	0.131		
	20001-		4.3279b	0.109		
Tarihi yerlere ilgi duyma	- 5000	4;295	4.3587a	0.087	1.275	1.845
	5001 -10000		4.0725a	0.106		
	10001-15000		4.4054a	0.131		
	15001-20000		4.4390a	0.099		
	20001-		4.3115a	0.116		

P<0.01

Çizelge-6. Yerli ya da yabancı olma durumuna göre turistlerin bireylerarası ilişki kurma motivasyonlarına ilişkin T-testi sonuçları

BİREYLERARASI İLİŞKİ KUR. MOTİVASYONLARI	UYRUK	S.D.	ORTALAMA	St.HATA	K.ORT.	T DEĞERİ
Akraba ve arkadaşları ziyaret etme	Yerli	1;298	3.3400	0.102	0.003	0.043
	Yabancı		3.3333	0.116		
Yeni insanlar ile tanışma, yeni dostluklar kurma	Yerli	1;298	3.8800	0.080	4.320	-2.289
	Yabancı		4.1200	0.068		
Yaşanılan çevreden uzaklaşma isteği	Yerli	1;298	4.0000	0.088	14.083	-3.996
	Yabancı		4.4333	0.064		
Manevi nedenler ile seyahat etme	Yerli	1;298	3.3800	0.104	10.453	2.419
	Yabancı		3.0067	0.114		

Bulgular, 'sanat-müzik-mimari ve folklorla ilgi duyma' motivasyonunun gelir durumuna göre önemli ölçüde ($P<0.01$) değiştiğini göstermektedir (Çizelge

5). Duncan testi sonuçları bu motivasyon açısından yıllık geliri 5000 Dolar ve daha az olanlar ile 10001-15000 Dolar, 15001-20000 Dolar ve 20001 Dolar ve

Çizelge-7. Gelir durumuna göre turistlerin bireylerarası ilişki kurma motivasyonlarına ilişkin varyans analizi sonuçları

BİREYLERARASI İLİŞKİ KUR. MOTİVASYONLARI	GELİR DURUMU (Dolar/Yıl)	S.D.	ORTALAMA	St. HATA	K.ORT.	F DEĞERİ
Akraba ve arkadaşları ziyaret etme	- 5000	4;295	3.5109 _a	0.130	1.288	0.720
	5001 -10000		3.3333 _a	0.150		
	10001-15000		3.1622 _a	0.242		
	15001-20000		3.1707 _a	0.242		
	20001-		3.2951 _a	0.172		
Yeni insanlar ile tanışma, yeni dostluklar kurma	- 5000	4;295	4.0217 _a	0.091	0.852	1.019
	5001 -10000		3.8126 _a	0.116		
	10001-15000		4.1081 _a	0.144		
	15001-20000		4.0732 _a	0.146		
	20001-		4.0656 _a	0.119		
Yaşanılan çevreden uzaklaşma isteği	- 5000	4;295	3.9239 _a	0.122	3.598	4.043**
	5001 -10000		4.2029 _{ac}	0.110		
	10001-15000		4.3514 _{bc}	0.130		
	15001-20000		4.3415 _{bc}	0.124		
	20001-		4.5082 _{bc}	0.095		
Manevi nedenler ile seyahat etme	- 5000	4;295	3.3152 _a	0.137	1.531	0.842
	5001 -10000		2.9420 _a	0.160		
	10001-15000		3.1892 _a	0.238		
	15001-20000		3.2683 _a	0.210		
	20001-		3.2459 _a	0.174		

$P<0.01$

Çizelge-8. Yerli ya da yabancı olma durumuna göre turistlerin prestij / statü kaynaklı seyahat motivasyonlarına ilişkin T-testi sonuçları

PRESTİJ/STATÜ MOTİVASYONLARI	UYRUK	S.D.	ORTALAMA	Sı HATA	K.ORT.	T DEĞERİ
Hobiler ile uğraşma	Yerli	1,298	3.5600	0.092	0.083	0.264
	Yabancı		3.5267	0.087		
Öğrenmeye devam etme isteği	Yerli	1,298	3.9400	0.092	1.203	-1.036
	Yabancı		4.0667	0.080		
Mesleki amaçlar ve iş ile ilgili iletişim	Yerli	1,298	3.3667	0.113	42.563	4.946
	Yabancı		2.6133	0.102		
Konferans ya da toplantılara katılma	Yerli	1,298	2.8533	0.109	3.630	1.435
	Yabancı		2.6333	0.108		
Modaya uyma	Yerli	1,298	2.4533	0.102	0.120	0.265
	Yabancı		2.4133	0.1		

P < 0.05

daha fazla olanlar arasında; ayrıca yıllık geliri 5001-10000 Dolar olanlar ile 10001-15000 Dolar ve 20001 Dolar ve daha fazla olanlar arasında fark olduğunu göstermektedir. Gelir yükseldikçe sanat-müzik-mimari ve folklorla duyulan ilgi artmaktadır.

Araştırma bulguları; kültürel seyahat motivasyonlarının yaşa bağlı olarak değişmediğini, öğrenim durumuna bağlı olarak ise, 'yeni yerleri ve insanları merak etme' (T= -2.776 P<0.05) ve 'sanat-müzik-mimari ve folklorla ilgi duyma' (T= -4.014 P<0.05) motivasyonlarının değiştiğini göstermektedir. Üniversite mezunu turistlerin ortalama puanlarının her iki motivasyon açısından da daha yüksek olduğu bulunmuştur.

c) Turistlerin Bireylerarası İlişki Kurma Motivasyonları

Turistlerin bireylerarası ilişki kurma motivasyonları 'akraba ve arkadaşları ziyaret etme', 'yeni insanlar ile tanışma – yeni dostluklar kurma', 'yaşanılan çevreden uzaklaşma isteği' ve 'manevi nedenler ile seyahat etme' olarak incelenmiştir.

Turistlerin bireylerarası ilişki kurma motivasyonlarına ilişkin T-testi sonuçları, yerli ya da yabancı olma durumu dikkate alınarak Çizelge 6'da gösterilmiştir.

Çizelgeden de anlaşılacağı gibi, bireylerarası ilişki kurma motivasyonları yerli ya da yabancı olma durumuna bağlı olarak değişiklik göstermemektedir.

Turistlerin bireylerarası ilişki kurma motivasyonlarına ilişkin varyans analizi sonuçları gelir durumu dikkate alınarak Çizelge 7'de gösterilmiştir.

Çizelge 7'de de görüldüğü gibi, 'yaşanılan çevreden uzaklaşma isteği' motivasyonu gelir durumuna bağlı olarak önemli ölçüde (P<0.01) değişiklik göstermektedir. 'Yaşanılan çevreden uzaklaşma isteği' motivasyonu açısından yıllık geliri 5000 Dolar ve daha az olanlar ile 10001-15000 Dolar, 15001-20000 Dolar ve 20001 Dolar ve daha fazla olanlar arasında fark belirlenmiştir. Araştırma bulguları, gelir yükseldikçe yaşanılan çevreden uzaklaşma isteğinde artış olduğunu ortaya koymaktadır. Yaş ve öğrenim durumu değişkenlerinin bireylerarası ilişki kurma motivasyonlarına etkisi ise önemsiz bulunmuştur.

d) Turistlerin Prestij / Statü Kaynaklı Seyahat Motivasyonları

Prestij / statü kaynaklı seyahat motivasyonları; 'hobiler ile uğraşma', 'öğrenmeye devam etme isteği', 'mesleki amaçlar ve iş ile ilgili iletişim kurma', 'konferans ya da toplantılara katılma' ve 'modaya uyma' başlıkları altında incelenmiştir.

Yerli ve yabancı turistlerin prestij / statü kaynaklı seyahat motivasyonlarına ilişkin T-testi sonuçları, yerli ya da yabancı olma durumu dikkate alınarak Çizelge 8'de verilmiştir.

Çizelge 8'den de anlaşılacağı gibi, 'modaya uyma' motivasyonu açısından yerli ve yabancı turistler arasında P<0.05 düzeyinde fark vardır. Yerli turistlerin bu motivasyona ilişkin ortalama puanları, yabancı turistlerden daha yüksek bulunmuştur.

Turistlerin prestij / statü kaynaklı seyahat motivasyonlarına ilişkin varyans analizi sonuçları Çizelge 9'dadır.

Çizelge-9. Gelir durumuna göre turistlerin prestij / statü kaynaklı seyahat motivasyonlarına ilişkin varyans analizi sonuçları

PRESTİJ/STATÜ MOTİVASYONLARI	GELİR DURUMU (Dolar/Yıl)	S.D.	ORTALAMA	St. HATA	K.ORT.	F DEĞERİ
Habilen ile uğraşma	- 5000	4;295	3.4348 _a	0.121	0.927	0.775
	5001 -10000		3.7246 _a	0.124		
	10001-15000		3.4595 _a	0.188		
	15001-20000		3.5122 _a	0.157		
	20001-		3.5738 _a	0.139		
Öğrenmeye devam etme isteği	- 5000	4;295	4.0000 _a	0.119	0.493	0.437
	5001 -10000		3.9130 _a	0.122		
	10001-15000		4.1622 _a	0.158		
	15001-20000		3.9268 _a	0.173		
	20001-		4.0656 _a	0.132		
Mesleki amaçlar ve iş ile ilgili iletişim	- 5000	4;295	3.3913 _a	0.146	7.897	4.401**
	5001 -10000		3.0725 _{ac}	0.159		
	10001-15000		2.8919 _{ad}	0.235		
	15001-20000		2.7317 _{bcd}	0.207		
	20001-		2.5246 _{bd}	0.156		
Konferans ya da toplantılara katılma	- 5000	4;295	2.8478 _a	0.139	1.863	1.053
	5001 -10000		2.7826 _a	0.158		
	10001-15000		2.8919 _a	0.235		
	15001-20000		2.7561 _a	0.212		
	20001-		2.4426 _a	0.161		
Modaya uyma	- 5000	4;295	2.5217 _α	0.135	0.605	0.354
	5001 -10000		2.3913 _α	0.151		
	10001-15000		2.4865 _α	0.238		
	15001-20000		2.2439 _α	0.194		
	20001-		2.4426 _α	0.173		

P 0.01

'Mesleki amaçlar ve iş ile ilgili iletişim kurma' motivasyonunun gelir durumuna bağlı olarak $P < 0.01$ düzeyinde değişiklik gösterdiği saptanmıştır (Çizelge 9). Duncan testi sonuçları, yıllık geliri 5000 Dolar ve daha az olan grup ile 15001-20000 Dolar ve 20001 Dolar ve daha fazla olan grup arasında; ayrıca 5001-10000 Dolar ve 20001 Dolar ve daha fazla olan grup arasında fark olduğunu göstermektedir.

Turistlerin prestij / statü kaynaklı seyahat motivasyonları yaşa bağlı olarak değişiklik göstermemektedir. 'Öğrenmeye devam etme isteği' motivasyonunun ise öğrenim durumuna bağlı olarak değişiklik gösterdiği saptanmıştır ($T = -2.306$ $P < 0.01$). 'Öğrenmeye devam etme isteği' söz konusu olduğunda, üniversite mezunu olanların ortalama puanlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Çizelge -10. Yerli ya da yabancı olma durumuna göre turistlerin toplam seyahat motivasyonlarına ilişkin T-testi sonuçları

TOPLAM SEYAHAT MOTİVASYONLARI	UYRUK	S.D.	ORTALAMA	St.HATA	K.ORT.	T DEĞERİ
Fiziksel	Yerli	1,298	19.2733	0.226	0.333	0.218
	Yabancı		19.2067	0.205		
Kültürel	Yerli	1,298	12.5067	0.175	34.003	-2.938*
	Yabancı		13.1800	0.148		
Bireylerarası ilişki kurma	Yerli	1,298	14.6000	0.226	6.453	-0.884
	Yabancı		14.8933	0.243		
Prestij / statü	Yerli	1,298	16.1733	0.359	63.480	1.837
	Yabancı		15.2533	0.349		
Genel	Yerli	1,298	62.5533	0.691	0.030	0.021
	Yabancı		62.533	0.679		

P<0.05

e) Turistlerin Toplam Seyahat Motivasyonları

Turistlerin fiziksel, kültürel, bireylerarası ilişki kurma ve prestij / statü motivasyonlarına ilişkin toplam değerler hesaplanarak, yerli ya da yabancı olma durumuna göre T-testi sonuçları Çizelge 10'da gösterilmiştir.

Bulgular, kültürel seyahat motivasyonlarının yerli ya da yabancı olma durumuna bağlı olarak P<0.05 düzeyinde değiştiğini, yabancı turistlerin ortalama puanlarının yerlilerden daha yüksek olduğunu göstermektedir (Çizelge 10).

Turistlerin toplam seyahat motivasyonlarına ilişkin varyans analizi sonuçları gelir durumuna göre Çizelge 11'de verilmiştir.

Kültürel seyahat motivasyonları açısından gelir grupları arasında P<0.05 düzeyinde farklılık belirlenmiştir. Kültürel seyahat motivasyonları, yıllık geliri 5000 Dolar ve daha az olan grup ile diğer gruplar arasında farklılık göstermektedir. Ayrıca, kültürel seyahat motivasyonları açısından yıllık geliri 5001-10000 Dolar olanlar ile yıllık geliri 10001-15000 Dolar ve 15001- 20000 Dolar olanlar arasında da fark belirlenmiştir. Bulgular, kültürel seyahat motivasyonları açısından yaş değişkeninin önemsiz olduğunu göstermektedir. Aynı durum, öğrenim durumu değişkeni için de söz konusudur. Kültürel seyahat motivasyonları tek tek incelendiğinde ' yeni yerleri ve insanları merak etme ve 'sanat-müzik-mimari ve folklorla ilgi duyma 'motivasyonları açısından öğrenim durumu değişkeni önemli iken kültürel motivasyonlar bir bütün olarak incelendiğinde fark bulunmamıştır.

Turistlerin fiziksel, kültürel, bireylerarası ilişki kurma ve prestij / statü motivasyonları dikkate alınarak hesaplanan genel seyahat motivasyonlarına ilişkin ortalama değerler arasındaki fark ise yerli ya da yabancı olma, gelir, yaş ve öğrenim durumu değişkenleri açısından önemsiz (P<0.05) bulunmuştur.

Turistlerin Seyahatten Tatmin Olma Durumları

Araştırma kapsamına alınan turistlerden Kapadokya seyahatini değerlendirmeleri istenmiştir. Turistlerin seyahatten tatmin olma durumlarına ilişkin T-testi sonuçları yerli ya da yabancı olma durumu göz önüne alınarak Çizelge 12'de gösterilmiştir.

Çizelge 12'den de anlaşılacağı gibi, turistlerin seyahatten tatmin olmaları yerli ya da yabancı olmalarına bağlı olarak önemli ölçüde (P<0.01) farklılık göstermektedir. Yabancı turistlerin tatmine ilişkin ortalama puanları, yerli turistlere göre daha yüksektir.

Turistlerin seyahatten tatmin olma durumlarına ilişkin varyans analizi sonuçları gelir gruplarına göre Çizelge 13'dedir.

Seyahatten duyulan tatminin gelir gruplarına bağlı olarak P<0.05 düzeyinde farklılık gösterdiği bulunmuştur (Çizelge 13). Duncan testi sonuçları, seyahat tatmini açısından yıllık geliri 5000 Dolar ve daha az olan grup ile 10001-15000 Dolar ve 20001 Dolar ve daha fazla olan gruplar arasında ayrıca yıllık geliri 5001-10000 dolar olan grup ile 20001 Dolar ve daha fazla olan grup arasında fark olduğunu göstermektedir. Bu araştırmanın bulgularına göre, yaş ve ögre-

Çizelge- 11. Gelir durumuna göre turistlerin toplam seyahat motivasyonlarına ilişkin varyans analizi sonuçları

TOPLAM SEYAHAT MOTİVASYONLARI	GELİR DURUMU (Dolar/Yıl)	S.D.	ORTALAMA	St. HATA	K.ORT.	F DEĞERİ
Fiziksel	- 5000	4;295	19.2283a	0.275	9.387	1.351
	5001 -10000		19.7246a	0.279		
	10001-15000		18.6757a	0.470		
	15001-20000		18.7805a	0.448		
	20001-		19.3607a	0.342		
Kültürel	- 5000	4;295	12.4674a	0.222	12.880	3.286*
	5001 -10000		12.4638b	0.258		
	10001-15000		13.3514ce	0.283		
	15001-20000		13.4146de	0.210		
	20001-		13.1475be	0.263		
Bireylerarası ilişki kurma	- 5000	4;295	14.7717a	0.274	5.836	0.705
	5001 -10000		14.2899a	0.374		
	10001-15000		14.8537a	0.524		
	15001-20000		15.1148a	0.478		
	20001-		14.7467a	0.372		
Prestij / statü	- 5000	4;295	16.1957a	0.490	15.893	0.837
	5001 -10000		15.8841a	0.461		
	10001-15000		15.8919a	0.815		
	15001-20000		15.1707a	0.641		
	20001-		15.0492a	0.532		
Genel	- 5000	4;295	62.6630a	0.853	2.544	0.036
	5001 -10000		62.3623a	1.001		
	10001-15000		62.7297a	1.483		
	15001-20000		62.2195a	1.332		
	20001-		62.6721a	1.088		

* P<0.01

nim durumu değişkenleri seyahatten duyulan tatmin üzerinde etkili değildir.

Turistlerin Seyahat Motivasyonları ve Tatmin Olma Durumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Turistlerin fiziksel, kültürel, bireylerarası ilişki kurma ve prestij / statü kaynaklı seyahat motivasyonları ile genel seyahat motivasyonları ve seyahatten tatmin olma durumları arasındaki ilişki Çizelge14 'de gösterilmiştir.

Bulgular, genel seyahat motivasyonu ile fiziksel, kültürel, bireylerarası ilişki kurma ve prestij / statü motivasyonları arasındaki ilişkinin istatistik anlamda önemli (P<0.01) düzeyde olduğunu göstermektedir (Çizelge 14). Analiz sonucunda ayrıca kültürel motivasyonlar ile, fiziksel; bireylerarası ilişki kurma motivasyonları ile fiziksel ve kültürel; prestij / statü motivasyonları ile fiziksel, kültürel ve bireylerarası ilişki kurma motivasyonları arasında P<0.01 düze-

Çizelge-12. Yerli ya da yabancı olma durumuna göre turistlerin seyahatten tatmin olma durumlarına ilişkin T-testi sonuçları

UYRUK	S.D.	ORTALAMA	St.HATA	K.ORT.	T DEĞERİ
Yerli	1;298	4.1467	0.055	5.603	-3.413**
Yabancı		4.4200	0.059		

P<0.01

yinde ilişki bulunmuştur. Tatmin olma durumu ile kültürel seyahat motivasyonları arasında P<0.01; fiziksel ve bireylerarası ilişki kurma seyahat motivasyonları arasında ise P<0.05 düzeyinde ilişki vardır. Seyahatten tatmin olma durumu ile fiziksel seyahat motivasyonları arasındaki ilişkinin negatif yönlü olması ise, motivasyondan doğan beklentinin yüksek oluşunun tatminin düşük olmasına yol açtığı biçiminde açıklanabilir.

SONUÇ

Bu çalışmada, Türkiye'nin en önemli turistik bölgelerinden biri olan Kapadokya'ya gelen turistlerin demografik özellikleri dikkate alınarak, hangi temel motivasyonlar ile seyahate karar verdikleri ve tatmin olma durumları araştırılmıştır.

Elde edilen bulgular; fiziksel, kültürel, bireylerarası ilişki kurma ve prestij / statü motivasyonları ile ilgili olarak 'vücut ve zihnin dinlenmesi', 'spor faaliyetlerine katılma', 'sağlık amaçları', 'sanat-müzik-mimari ve folklorla ilgi duyma' ve 'modaya uyma' motivasyonlarının yerli ya da yabancı olma; 'spor faaliyetlerine katılma', 'zevk-eğlence-heyecan', 'vücut ve zihnin dinlenmesi', 'alışveriş', 'sanat-müzik-mimari ve folklorla ilgi duyma', 'yaşanılan çevreden uzaklaşma isteği' ve 'mesleki amaçlar ve iş ile ilgili iletişim kurma' motivasyonlarının gelir; 'spor faaliyetlerine katılma', 'yeni yerleri ve insanları merak etme' 'sanat-müzik-mimari ve folklorla ilgi duyma' ve 'öğrenmeye devam etme isteği' motivasyonlarının öğrenim

durumu; 'zevk-eğlence-heyecan' motivasyonunun ise yaş değişkenlerine bağlı olarak farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Seyahatten tatmin olma durumunun, yerli ya da yabancı olma ve gelir durumuna göre farklılık gösterdiği saptanmıştır. Ayrıca, seyahatten tatmin olma durumu ile fiziksel, kültürel ve bireylerarası ilişki kurma seyahat motivasyonları arasında ilişki olduğu belirlenmiştir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, Kapadokya'da turizm sektörünün talebin ihtiyaç ve özelliklerine uyum sağlaması ve seyahatten duyulan tatminin artırılması açısından yarar sağlayabilir. Kapadokya'yı ziyaret eden turistlerin tüketim eğilimlerinin bilinmesi, pazarlama kaynaklarının etkin bir biçimde kullanılmasında, ayrıca turistlerin gereksinim ve isteklerine uygun mal ve hizmet üretilmesinde etkili olabilir. Turistlerin davranışları araştırılarak, tatmin olmayan tüketici grupların belirlenmesi ise sorunların çözümüne yönelik önlemler alınmasını kolaylaştırır. Kapadokya, turistlere çok çeşitli olanaklar sunabilen özel bir yöredir. Kapadokya'yı ziyaret eden turistlerin tiplerinin belirlenebilmesi için kapsamlı araştırmalar yapılması, bu araştırmalar yolu ile turist tüketicilerin davranışlarının temelini oluşturan motivasyon gibi iç değişkenler üzerinde durulması ve genellemelere gidilmesi etkin pazarlama stratejilerinin oluşturulabilmesi ve turist tüketicilerin korunma eğitilmelerine yönelik programların hazırlanması açısından önemlidir.

Çizelge-13. Gelir durumuna göre turistlerin seyahatten tatmin olma durumlarına ilişkin varyans analizi sonuçları

GELİR DURUMU (Dolar / Yıl)	S.D.	ORTALAMA	St. HATA	K.ORT.	F DEĞERİ
- 5000	4;295	4.1196a	0.074	1.637	3.392*
5001 -10000		4.2174ac	0.097		
10001-15000		4.4865bc	0.092		
15001-20000		4.2927ab	0.087		
20001-		4.4754b	0.089		

P<0.05

Çizelge-14. Turistlerin seyahat motivasyonları ve tatmin olma durumlarına ilişkin Pearson korelasyon matrisi

	FİZİKSEL	KÜLTÜREL	BİREYLERARASI İLİŞKİ KURMA	PRESTİJ/STATÜ	GENEL
Kültürel	0.227**	-	-	-	-
Bireylerarası ilişki kurma	0.241**	0.257**	-	-	-
Prestij / statü	0.331**	0.200**	0.472**	-	-
Genel	0.624**	0.504**	0.726**	0.834**	-
Tatmin olma durumu	-0.103*	0.208**	0.106*	-0.030	0.530

** P<0.01 *P<0.05

KAYNAKÇA

- Anon., 1997. *Nevşehir' 97*. Nevşehir: Met Ajans
- Ata, H. 1985. Turizm Olayı ve Türkiye'nin Durumu. *T.C. Turizm Bankası Turizm Yıllığı*. Ankara: Rekmay Ltd. şti: 19-22.
- Ataol, A. Katrinli, A. Özmen, Ö. 1991. Seyahat Etme Alışkanlığı Üzerine Bir İnceleme. *II. Ulusal Turizm Kongresi*, 21-23 Kasım 1991, Kuşadası.
- Cohen, E. 1972. *Toward a Sociology of International Tourism*. *Social Research*, 39.
- Demir, Ö. 1993. *Medeniyetin Beşiği Kapadokya*. Ankara: Ajans – Türk Matbaacılık San.
- Doğan, H.Z. 1985. Turizm Psikolojisinin Günümüzdeki Durumu. *T.C. Turizm Bankası. Turizm Yıllığı*. Ankara: Rekmay Ltd. şti: 144-151.
- Doğan, H.Z. 1990. Turizmin Davranışsal Yönleri Konusunda Bütünleştirici Bir Kavramsal Çerçeve Denemesi. *1988-89 Turizm Yıllığı*, Ankara: Rekmay Ltd. şti: 44-54.
- Dunn Ross, E.L. and Iso-Ahola, S. 1991. Sightseeing Tourists' Motivation and Satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 18: 226-237.
- Fodness, D.1994. Measuring Tourist Motivation. *Annals of Tourism Research*, 21: 555-581.
- Gray, H.P. 1970. *International Travel International Trade*. Heath Lexington: Lexington Books.
- Lawson, R. 1991. Patterns of Tourist Expenditure and Types of Vacation Across the Family Life Cycle. *Journal of Travel Research*, 29: 12-18.
- Mannell, R.C. and Iso-Ahola, S. 1987. Psychological Nature of Leisure and Tourism Experience. *Annals of Tourism Research*, 14: 314-331.
- Mathieson, A. and Wall, G. 1982. *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. London: Longman Group Ltd.

McIntosh, R.W. 1977. *Tourism: Principles, Practices and Philosophies*. Ohio: Grid Inc.

Moutinho, L. 1987. Consumer Behavior in Tourism. *European Journal of Marketing*, 21: 5-44.

Odabaşı, Y. 1988. Turizm Pazarlamasında Tüketici Satın Alma Karar Süreci. Eskişehir Anadolu Üniversitesi, *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 6: 81-90.

Özgen, Ö. 1995. *Farklı Sosyo-Ekonomik Düzeydeki Ailelerin Tatil Kararı Verme Süreci*. Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü, Araştırma ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı, Yayın No: 1995 / 1.

Smith, V.L. 1989. *Hosts and Guests*. USA: University of Pennsylvania Press.

Stringer, D. and Pierce, P.L. 1984. Toward a Symbiosis of Social Psychology and Tourism Studies. *Annals of Tourism Research*, 11: 5-17.

Van Raaij, W.F. and Francken, D.A. 1984. Vacation Decisions, Activities, and Satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 11: 101-112.

Wahab, S.E. 1975. *Tourism Management*. London: Tourism International Press.

Gönderilme tarihi: : Haziran 2000
Değerlendirme : Temmuz 2000
Düzeltilme : Ağustos 2000
Yeniden Değerlendirme : Eylül 2000
Kabul : Ekim 2000

Doç. Dr. Özlen Özgen, Ankara Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Ev Ekonomisi Yüksek Okulu, 06130 Aydınlıköyler, Ankara
E-mail: mozgen@tr.net