

Likya Yolu Yürüyüşçülerinin Profilleri ve Memnuniyet Düzeyleri

Profiles and Satisfaction Levels of Lycian Way Walkers

Burcu TÛTÛNCÛ*, **Hüseyin PAMUKÇU****, **Canan TANRISEVER*****

* (Sorumlu Yazar), Bilim Uzmanı, Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Kuzeykent, Orgeneral Atilla Ateş Paşa Caddesi. No: 15/A, 37150, Sariömer, Kastamonu.

E-posta: burcututuncu95@gmail.com

ORCID: 0000-0003-1870-8042

**Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Kuzeykent, Orgeneral Atilla Ateş Paşa Caddesi. No: 15/A, 37150, Sariömer, Kastamonu.

E-posta: pamukcuhuseyin@gmail.com

ORCID:0000-0002-9673-5604

***Doç. Dr., Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Kuzeykent, Orgeneral Atilla Ateş Paşa Caddesi. No: 15/A, 37150, Sariömer, Kastamonu.

E-posta: ctanrisever@kastamonu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-4747-5903

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 1 Kasım 2019

Düzeltilme: 14 Ocak 2020

Düzeltilme: 3 Şubat 2020

Düzeltilme: 4 Mart 2020

Kabul: 7 Nisan 2020

Anahtar sözcükler: Turist memnuniyeti, Kültür rotası, Likya Yolu.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 1 November 2019

Resubmitted: 14 January 2020

Resubmitted: 3 February 2020

Resubmitted: 4 March 2020

Accepted: 7 April 2020

Key words: Tourist satisfactions, Cultural route, Lycian Way.

ÖZ

Likya Yolu Rotası, Türkiye'nin işaretlenen ilk kültür rotasıdır. Sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi değerleriyle ön plana çıkan rotayı ziyaret eden turist sayısı gün geçtikçe artış göstermektedir. Çalışmanın temel amacı Likya Yolu yürüyüşçülerinin, yürümüş oldukları etapların olanaklarına yönelik memnuniyet düzeyinin belirlenmesidir. Katılımcıların demografik özelliklerinin belirlenerek, yürüyüşçü profilinin saptanması ise çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Nicel açıdan betimsel araştırma modelinden faydalanılan araştırmada, kolayda örnekleme yöntemi ile 416 yürüyüşçüye ulaşılmıştır. Çalışmanın verileri anketler aracılığıyla elde edilmiştir. Anketler katılımcılara 2018 yılının Eylül, Ekim ve Kasım aylarında uygulanmıştır. Elde edilen veriler sonucunda yürüyüşçülerin büyük bir kısmının 40 yaş ve üzeri, bekâr ve en az lisans düzeyinde eğitim seviyesine sahip olduğu ortaya konulmuştur. Memnuniyet düzeyine yönelik yapılan analizlerle, katılımcıların rotanın güvenliğine dair memnuniyetlerinin yüksek düzeyde olduğu, ancak su kaynağı kısıtlılığı, çevre kirliliği, bilgilendirici ve yönlendirici levha eksikliği gibi birçok unsurun memnuniyeti olumsuz etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada elde edilen bulgulardan hareketle birtakım öneriler geliştirilmiştir.

ABSTRACT

Lycian Way is the first cultural route of Turkey. The number of tourists visiting the route which stands out with its natural, cultural and historical values, is increasing day by day. The aim of this study is to determine the satisfaction levels of the Lycian Way about the facilities of their walking paths. The other aim of it is to determine the walkers' profile by detecting demographic features of the participants. In the research which descriptive research model was used quantitatively, 416 participants were reached by being used simple sampling method. The data of the study were obtained through the questionnaires. The questionnaires were implemented to participants in September, October and November 2018. As a result of the data obtained, it was revealed that most of the walkers were single, over 40 years old and had at least undergraduate level. According to the analysis about satisfaction level, it has been concluded that participants' satisfaction level about route safety is high, but several factors such as lack of water source, environmental pollution, lack of informative and directive signboards affect the satisfaction negatively. Some suggestions have been brought forward with reference to the data obtained in this study.

GİRİŞ

Son yıllarda önemi giderek artan kültür rotaları ilk kez 1964 yılında Avrupa Konseyi çalışma grubu tarafından ortaya atılmıştır (Karataş 2015: 14).

Bu rotalar, turistleri bir bölgeye çekmenin yanı sıra onları zaman ve para harcamaya teşvik etme potansiyeline sahip olmayan çeşitli cazibe merkezlerini birbirine bağlamaktadır (Meyer 2004:

2). Kültür rotası fikri, seyahat aracılığıyla Avrupa kültürüne yönelik farkındalık oluşturmak, kültürel turizm için ağlar yaratmak ve Avrupa kültürel mirasını sosyal bir teşvik aracı olarak kullanma temeline dayanmaktadır (Briedenhann ve Wickens 2004: 72). Kültürel rotalar, farklı coğrafik unsurlar barındırması, farklı seyahat araçları kullanılabilmesi ve günümüze ya da tarihin belli bir dönemine ait unsurları birleştirebilmesi sebebiyle çeşitlilik göstermektedir (Puczko ve Rätz 2006: 133).

Likya Yolu Rotası, Türkiye’de işaretlenen ilk kültür rotasıdır (Kulözü 2009; Clow 2017). Kate Clow tarafından oluşturulan proje, 1996 yılında Garanti Bankası öncülüğünde gerçekleşen kültür ve sanata destek projeleri yarışmasını kazanması sonucu Türkiye’ye kazandırılmıştır. Kate Clow ve gönüllülerle birlikte gerçekleştirilen işaretleme ve haritalandırmayla birlikte 1999 yılında rota tamamen açılmıştır (Turgut ve Clow 2010; Pazarbaşı 2014). Özel ilgi turizmi çeşitlerinden olan bu rotanın olanaklarının iyileştirilmesi, geliştirilmesi ve daha fazla ziyaret edilebilmesi için yürüyüşçülerin istek ve ihtiyaçlarının belirlenmesi adına profillerinin ortaya konulması ve memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi gerekmektedir (Demirkol, Salha ve Cinnioğlu 2016: 1). Bu doğrultuda çalışmada Likya Yolu Rotası’nı yürüten turistlerin profillerinin ve rota ile yakın çevresinin sahip olduğu olanaklara yönelik memnuniyet düzeyinin belirlenmesi esas alınmıştır.

TURİST MEMNUNİYETİ

Küreselleşme, uluslararası rekabetin artışı, eğitim düzeyinin yükselmesi ve turizm bilincinin artmasıyla beklenti ve isteklerde değişim meydana gelmiş ve müşteri bilinci kavramı oluşmaya başlamış, müşteri memnuniyetine ilişkin çalışmalara yoğunluk verilmeye başlanmıştır (Özgen 2000; Kılıç ve Pelit 2004). Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1994), memnuniyetin sağlanmasında hizmet kalitesi unsurlarının (nezaket, duyarlılık, vb.) yanı sıra satın alınacak ürünün niteliklerinin de (otel odası büyüklüğü, vb.) önemli olacağını öne sürmektedir (Cam 2011: 9). Turist memnuniyeti de turistlere sunulan bu mal ya da hizmetin beklentiyi karşılaması sonucu genel memnuniyet

tin ve aynı ürün ya da hizmetten tekrar yararlanma isteğinin oluşmasıdır (Pizam, Neumann ve Reichel 1978; Buluk 2016).

İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Sahip olduğu doğal ve kültürel unsurlarıyla ön plana çıkan Likya Yolu, Türkiye için oldukça önemli bir fırsattır. Rotanın sahip olduğu olanakların en etkin ve verimli şekilde değerlendirilebilmesi için gelen turistlere yönelik Likya Yolu memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi önem arz etmektedir. Likya Yolu Rotası yirmi yıldır yürünse de kültür rotalarının bilinirliği son yıllarda artmıştır. Ancak alanyazında Likya Yolu ile ilgili kıssıtlı çalışma bulunmaktadır.

Likya Yolu ile ilgili yapılan ilk çalışma Baştemur’un 2011 yılında Likya Yolu ve çevresinde yer alan doğal ve kültürel kaynakların belirlenerek, Avrupa Kültür Rotaları programına dâhil edilmesini sağlamak adına yapılabileceklerin ortaya konulmasını amaçlayan çalışmasıdır. Pazarbaşı ise 2014 yılında Likya Yolu Rotası’nın altı etabında ziyaretçilerin demografik özellikleri, seyahat motivasyonları, memnuniyet düzeyleri ve geleceğe yönelik davranışlarını incelemiştir. Likya bölgesini ziyaret eden turistlerin gastronomi kültürüne yönelik tutumları, yiyecek içeceklerle ve işletmeler ile işletme çalışanları hakkındaki görüşlerini irdelemek üzere de Üzümcü, 2018 yılında bir çalışma yapmıştır.

Likya Yolu yürüyüşçülerinin memnuniyet düzeylerinin kapsamlı bir şekilde belirlenmesinin hedeflendiği bu çalışmada rota üzerinde yer alan destinasyonların eksik yönleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışma, yerel yönetici ve işletmelerin gün geçtikçe bilinirliği artan Likya Yolu Rotası’nda belirlenen eksikliklerin giderilmesi ve rotanın iyileştirilmesi açısından önem arz etmektedir.

Alanyazında cinsiyete göre farklılıklara bakıldığında Frohlick (2005) ve Muhar vd. (2007) yaptıkları çalışmalarda dağcılık ve yürüyüş etkinliklerine en çok erkek bireylerin yöneliminin fazla olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Çalışmada cinsiyete göre farklılıkların belirlenmesi amacıyla “Likya Yolu yürüyüşçülerinin memnuniyet düzeyi cinsiyete göre farklılık gösterir mi?” sorusu

oluşturulmuştur. Medeni durum ile doğa sporlarına katılım arasındaki ilişkinin üzerinde pek fazla durulmasa da doğru evliliğin yaşam doyumunu artırdığı bilinmektedir (Hicks ve Platt 1970; Laws 1971). Dolayısıyla bu durumun bireylerin çevresiyle etkileşiminin yanı sıra rekreatif etkinliklere katılımını da olumlu yönde etkilediği düşünülmektedir (Ardahan ve Lapa 2011: 1335). Medeni durumun memnuniyet üzerindeki etkisi "Likya Yolu yürüyüşçülerinin memnuniyet düzeyi medeni duruma göre farklılık gösterir mi?" sorusuyla değerlendirilmiştir.

Pazarbaşı (2014) tarafından gerçekleştirilen çalışmada Likya Yolu yürüyüşüne genel itibariyle T.C. vatandaşlarının katılım sağladığı görülmektedir. Üzümcü (2018) ise yürüyüşçülerin daha çok Türkiye'den katıldıklarını vurgulamıştır. Yürüyüşçülerin uyruklarına göre farklılıkların olup olmadığı "Likya Yolu yürüyüşçülerinin memnuniyet düzeyi uyruğa göre farklılık gösterir mi?" sorusuyla belirlenmiştir. Alanyazında doğa sporlarına yönelik yaş gruplarına bakıldığında Brämer (2009), ileri yaştaki insanların sağlıklarına daha çok dikkat etmesi sebebiyle tercih ettiklerini vurgulamaktadır. Genç nesil ise daha çok yürüyüşün sportif ve maceracı yönüyle ilgilenmektedir. Yaş demografik değişkeninin memnuniyet üzerindeki etkisinin belirlenmesi amacıyla "Likya Yolu yürüyüşçülerinin memnuniyet düzeyi yaşa göre farklılık gösterir mi?" sorusu oluşturulmuştur.

Bir diğer demografik değişken olan öğrenim durumu, "Likya Yolu yürüyüşçülerinin memnuniyet düzeyi öğrenim durumuna göre farklılık gösterir mi?" sorusuyla değerlendirilmiştir. Çalışma örnekleminin yaklaşık yüzde 71'i yüksek öğrenimini tamamlamış bireylerden oluşmaktadır. Ayrıca yürüyüşçülerin gelir düzeyine göre farklılıkların belirlenmesi amacıyla "Likya Yolu yürüyüşçülerinin memnuniyet düzeyi ortalama aylık gelir düzeyine göre farklılık gösterir mi?" sorusu oluşturulmuştur. Cerin, Leslie ve Owen (2009) öğrenim durumunun ve gelir düzeyinin ulaşım ile ilgili yürüyüş sıklığını dahi etkilediğini vurgulamaktadır. Gelir düzeyi genellikle öğrenim durumu ile ilişkilendirildiğinden açık hava etkinliklerine katılımında gelir düzeyinin yüksek

olduğu düşünülmektedir (Muhar vd. 2007: 10). Ancak çalışmada bu düşüncenin aksine katılımcıların yarısının gelir düzeyinin 3.500 TL ve daha az olduğu görülmüştür. Clarke (1956) ve Burdge (1969), sosyal statü ile bağlantılı ve finansal ya da kültürel kaynak gerektiren etkinliklerle mesleki statü ve boş zaman etkinlikleri arasında anlamlı bir ilişki olduğunu vurgulamıştır (Lee, Scott ve Floyd 2001: 429). Çalışmanın son sorusu Clarke ve Burdge'un çalışmasından yararlanılarak mesleğe göre oluşabilecek farklılıklar üzerine "Likya Yolu yürüyüşçülerinin memnuniyet düzeyi mesleğe göre farklılık gösterir mi?" şeklinde hazırlanmıştır.

YÖNTEM

Çalışmanın temel amacı, Likya Yolu Rotası'nı yürüyen turistlerin yürümüş olduğu parkur ve çevresine yönelik memnuniyet düzeylerinin belirlenmesidir. Ayrıca rotayı yürüyen turistlerin demografik özelliklerinin belirlenerek yürüyüşçü profilinin çıkarılması çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Çalışma ile birlikte rotanın ve rotada yer alan destinasyonların eksik yönlerinin saptanması hedeflenmiştir. Böylelikle yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çeken Likya Yolu Rotası'nın geliştirilmesi konusunda farkındalık oluşturacağı düşünülmüştür. Ayrıca eksikliklerin giderilmesi konusunda işletmelere, yerel halka ve yerel destinasyon örgütlerinin çalışmalarına katkı sunması amaçlanmıştır.

Yerli ve yabancı Likya Yolu Rotası'nı yürüyen tüm turistler çalışmanın evreni olarak belirlenmiştir. Güncel ziyaretçi sayısı konusunda istatistiksel bir veri bulunmamaktadır. 80'den fazla şirketin grup ya da bireysel olarak ziyaretçi taşıdığı bilinmektedir (Tanrısever 2020). Bu sebeple Kültür Rotaları Derneği tarafından belirtilen 20.000 kişi çalışmanın evreni olarak belirlenmiştir. Örneklem büyüklüğünün hesaplanırken;

$$n = \frac{NPQZ^2}{(N-1)d^2 + PQZ^2}$$

formülünden yararlanılmıştır (Yamane 1967; Özer 2004). Formüle göre araştırmanın minimum örneklem büyüklüğü 377'dir.

Çalışmada nicel yöntem benimsenmiş ve betimsel araştırma modelinden yararlanılmıştır. Akademik alanyazının taranmasıyla başlatılan süreçte, çalışmanın amaçlarına uygun çalışmalar (Güngör 2010; Pazarbaşı 2014; Tekin, Turhan ve Turhan 2018) incelenerek bir ölçek uyarlanmıştır. Uyarlanan memnuniyet ölçeğinin yer aldığı anket öncelikle Likya Yolu Rotası yürüyüşçülerine ve ilgili akademisyenlere uygulanmıştır. Ankette öncelikle katılımcıların demografik özellikleri ve Likya Yolu yürüyüşü deneyimi öncesi ve sonrasında yönelik bilgiler öğrenilmiştir. Son olarak da katılımcıların yürüyüşlerini gerçekleştirdikleri parkur/parkurlar ve çevresine yönelik memnuniyetlerine ilişkin sorular 5'li Likert derecelendirmeli olarak yöneltilmiştir.

Likya Yolu 1999 yılında 23 yürüyüş etabı ile açılmıştır. 2015 yılına kadar yapılan düzenlemeler ve alternatif güzergâhların eklenmesiyle birlikte bu sayı 33'e çıkarılmıştır (Clow 2017). Anket uygulanma sürecinde bireylerin Ovacık'tan başlayıp, Geyikbayırı'nda biten bu 33 adet etaptan en az birini yürümüş olması esas alınmıştır. Anketler yürüyüşçülere hem yüz yüze hem e-posta yolu ile uygulandığından, tüm etaplarda yürüyüş gerçekleştiren katılımcılara ulaşılabilme olanağı sağlanmıştır. Çalışmada, memnuniyet düzeyinin katılımcıların demografik özellikleriyle ilgisinin olup olmama durumuna yönelik yedi adet sorunun yanıtı aranmaktadır. Söz konusu demografik özellikler "cinsiyet", "medeni durum", "uyruk", "yaş", "öğrenim durumu", "ortalama aylık gelir düzeyi" ve "meslek" olarak belirlenmiştir. Anket, kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenen 416 yürüyüşçüye uygulanmıştır.

Çalışmanın üç adet sınırlılığı bulunmaktadır. İlki çalışma alanının, alternatif güzergâhlarla birlikte toplamda 33 adet yürüyüş parkurundan oluşmasıdır. Anket yerli ve yabancı turistlere uygulanmak üzere Türkçe ve İngilizce olarak iki farklı dilde hazırlanmıştır. Veri toplama sürecinde daha çok yerli turistlere ulaşılabilmesi çalışmanın ikinci sınırlılığını oluşturmaktadır. Son olarak veri toplama aracının uygulanma süresi 2018 yılının Eylül, Ekim ve Kasım ayı olarak sınırlandırılmıştır. Araştırma sürecinde veri toplama aracı olarak kullanılan ölçeğin (Güngör 2010)

yapısal geçerliliğini ölçmek amacı ile keşfedici faktör analizi yapıldığından bilgilerin geçerli ve güvenilir olduğu, araştırmada belirlenen örneklem grubunun evreni temsil edebileceği ve uyarlanan anket ölçeğinin, çalışmanın amaçlarına ve çalışma sorularına yanıt olabilecek nitelikte olduğu varsayılmaktadır.

BULGULAR

Katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, öğrenim durumu, ortalama aylık gelir düzeyi, meslek, hangi ülkenin vatandaşı oldukları ve yürüyüşe hangi ülkeden katılım sağladıklarına yönelik bilgiler Tablo 1'de verilmiştir.

Tabloda verildiği üzere katılımcıların yüzde 64,7'sini erkek bireyler oluşturmaktadır. Daha çok 40 yaş ile üzeri ve bekârlardan oluşan katılımcıların eğitim seviyelerinin yüzde 57,2 oranında lisans mezunu olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcıların yüzde 49,3'ü özel sektörde çalışmaktadır ve katılımcıların yarısının ortalama aylık gelir düzeyi 3.500 TL altındadır. Katılımcıların yüzde 94'ü T.C. vatandaşıdır ve yüzde 94,7'si de yürüyüşlerine Türkiye'den katılım sağlamaktadır.

Pilot çalışma sürecinde elde edilen verilerden, anket sorularının neredeyse tamamının anlaşılabilir düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Uyarlanan ölçeğin faktör analizine uygunluğunun ve örneklem yeterliliğinin belirlenmesi amacıyla KMO ve Bartlett Testi uygulanmıştır (Gürüş ve Astar 2019). Test sonucunda KMO değerinin 0,947 olduğu, yani örneklemin yeterli düzeyde olduğu görülmektedir. Ayrıca ulaşılan anlamlılık değerinin <0,05 olduğu görülmektedir. Bu durum ise verilerin faktör analizi için uygun olduğu göstermektedir. Bartlett Küresellik Testi sonucunda veri seti 0,000 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Ölçekte yer alan maddelerin faktör dağılımı ve güvenilirlik analizi sonuçları devamında Tablo 2'deki gibidir.

Tablo 2'de görüldüğü üzere, ölçekte yer alan 49 maddeden "Likya Yolu mobil telefon uygulamaları yeterliliği", faktör yükü 0,362 ile en düşük madde olması sebebiyle çıkarılmıştır. Böylelikle ölçekteki soru sayısı 48 olarak belirlenmiştir. Açıklanan toplam varyans oranı yüzde 58,747

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Sıklık Analizi

		N	%
Cinsiyetiniz	Kadın	147	35,3
	Erkek	269	64,7
Yaşınız	25 yaş ve altı	110	26,4
	26-32 yaş arası	104	25,0
	33-39 yaş arası	88	21,2
	40 yaş ve üzeri	114	27,4
Medeni durumunuz	Bekâr	241	57,9
	Evli	175	42,1
Öğrenim durumunuz	Ortaöğretim ve altı	61	14,6
	Önlisans	60	14,4
	Lisans	238	57,2
	Lisansüstü	57	13,7
Ortalama aylık gelir düzeyiniz	3.500 TL ve daha az		
	3.501-7.000 TL arası	208	50,0
	7.001-10.500 TL arası	140	33,7
	10.501 TL ve daha fazla	42	10,1
Mesleğiniz	Kamu çalışanı	74	17,8
	Özel sektör çalışanı	205	49,3
	Emekli	45	10,8
	Öğrenci	68	16,3
	Diğer	24	5,8
Hangi ülkenin vatandaşısınız?	T.C.	391	94,0
	Diğer	25	6,0
Hangi ülkeden katılım sağlıyorsunuz?	TR	394	94,7
	Diğer	22	5,3

olan ölçekte, Cronbach's Alpha iç tutarlılık katsayısı çalışmanın yüksek düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların memnuniyetinin belirlenmesine yönelik uyarlanan ölçeğe, Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testleri kullanılarak normallik testi uygulanmıştır. Yapılan analizle ölçeğin normal dağılım göstermediği ($p < 0,05$) sonucuna ulaşılmış, bu sebeple çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmıştır. Analiz sonucunda çarpıklık ve basıklık değerinin 1,96 olduğu belirlenmiştir. Bu değerlerin +2 ve -2 arasında olması verilerin normal bir dağılım gösterdiği anlamına gelmektedir (George ve Mallery 2003).

Çalışmanın birinci sorusu "Likya Yolu yürüyüşçülerinin memnuniyet düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık gösterir mi?" şeklinde belirlen-

miştir. İkinci soru "Likya Yolu yürüyüşçülerinin memnuniyet düzeyleri medeni durumlarına göre farklılık gösterir mi?" şeklindedir. "Likya Yolu yürüyüşçülerinin memnuniyet düzeyleri uyruklarına göre farklılık gösterir mi?" ise çalışmanın üçüncü sorusudur. Karşılaştırılacak grup sayısının iki olması sebebiyle bağımsız örneklem t-testi uygulanmış ve Tablo 3'teki sonuçlar elde edilmiştir.

Uygulanan t-testi sonucunda memnuniyet ölçeğinde yer alan alt yapı, üst yapı ve görsel peyzaj gruplarının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği ($p > 0,05$), ancak tanıtımın anlamlı bir farklılık gösterdiği ($p < 0,05$) görülmüştür. Buna göre memnuniyet düzeyi cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Medeni durum açısından alt yapı, üst yapı, görsel peyzaj ve tanıtım gruplandırılmalarına verilen cevapların ortalamalar yönünden arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür ($p > 0,05$). Bu durum memnuniyet düzeyinin medeni duruma göre anlamlı bir farklılık içermediğini göstermektedir. Ayrıca alt yapı ile görsel peyzaj uyruğa göre anlamlı bir farklılık göstermediği ($p > 0,05$), ancak üst yapı ile tanıtımın uyruğa göre anlamlı bir farklılık gösterdiği ($p < 0,05$) sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre memnuniyet düzeyi uyruğa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Çalışmanın dördüncü sorusu "Likya Yolu yürüyüşçülerinin memnuniyet düzeyleri yaşlarına göre farklılık gösterir mi?" olarak belirlenmiştir. Beşinci soru ise "Likya Yolu yürüyüşçülerinin memnuniyet düzeyleri öğrenim durumlarına göre farklılık gösterir mi?" şeklindedir. Karşılaştırılacak grup sayısının ikiden fazla olması sebebiyle tek yönlü ANOVA testi uygulanmış, analiz sonucu Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4'te görüldüğü üzere alt yapı, üst yapı, tanıtım ve görsel peyzaj gruplarının tüm yaş grupları ile arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür ($p < 0,05$). Farklılıkların tespit edilebilmesi amacıyla Levene istatistik testi yapılmış ve varyans homojenliğine bakılmıştır. Levene istatistiği sonucunda, üst yapı, görsel peyzaj ve tanıtımın varyans homojenliği sağlanırken ($p > 0,05$), alt yapının varyans homojenliği sağlanamamıştır ($p < 0,05$). Bu sebeple, alt yapı veri seti için Tamhane ve diğer gruplar için ise Tukey tes-

Tablo 2. Memnuniyet Ölçeği Maddelerinin Faktör Dağılımı ve Güvenirlilik Analizi Sonuçları

<i>Faktörler-Maddeler</i>	<i>Faktör Yüğü</i>	<i>Özdeğer</i>	<i>Açıklanan Varyans Oranı</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Güvenirlilik</i>
Alt Yapı		20,217	41,259	3,161	,900
Yararlı turistik bilgilere ulaşılabilirlik	,680				
Kişisel güvenlik ve destinasyon güvenirliliği	,668				
Turistik yerlerin emniyet ve güvenliği	,653				
Kültür ve Turizm Bakanlığı işletmeleri	,637				
İnternet erişimi	,555				
Sağlık hizmetlerine erişebilirlik	,549				
Yürüyüş etaplarının güvenirliliği	,546				
Yönlendirme levhaları	,535				
Su kaynaklarının yeterliliği	,524				
Ziyaret edilen yerlerdeki lavaboların temizliği	,506				
Uluslararası işletmeler (kırmızı-beyaz işletmeler)	,478				
Ulaşım hizmetleri	,471				
Yürüyüş etaplarının temizliği	,468				
Likya Yolu mobil telefon uygulamaları yeterliliği	,362				
Üst Yapı		3,441	7,022	,938	3,172
Eserlerin tarihi dokuya uygun restorasyonu	,775				
Tarihi yapıların ve eserlerin korunması	,757				
Eserler hakkında bilgilendirme panoları	,732				
Açık hava aktiviteleri çeşitliliği	,709				
Tarihi mekânlara erişebilirlik	,708				
Kişisel ihtiyaçları temin edebilme	,694				
Kentin ve çevresinin modernliği	,694				
Turist bilgilendirme merkezlerinin mevcudiyeti	,690				
Alışveriş mekânları yeterliliği	,671				
Yerel yönetimin duyarlılığı	,653				
Kültürel etkinlikler ve festivaller	,631				
Plajların kalitesi	,625				
Yiyecek-içecek işletmeleri yeterliliği	,613				
Konaklama imkânları	,597				
İşletmelerde hizmet kalitesi	,552				
İşletmelerdeki fiyatların uygunluğu	,513				
Yerel halkın genel tavrı	,503				
Görsel peyzaj		2,937	5,995	,914	3,623
İklim koşullarının rekreatif etkinlikler için uygunluğu	,710				
Fauna çeşitliliğinin yürüyüş için uygunluğu	,680				
Fauna çeşitliliğinin yeterliliği	,675				
Flora çeşitliliğinin yürüyüş için uygunluğu	,669				
Fauna (hayvan türleri) bilgilendirme panoları	,667				
İklim koşullarının yürüyüş için uygunluğu	,647				
Flora çeşitliliğinin yeterliliği	,647				
Flora (bitki türleri) bilgilendirme panoları	,643				
İklim koşullarının kamp yapmaya uygunluğu	,599				

Tablo 2. Memnuniyet Ölçeği Maddelerinin Faktör Dağılımı ve Güvenirlik Analizi Sonuçları (Devam)

İklim koşullarının kamp yapmaya uygunluğu	,599				
Tanıtım		2,191	4,471	,951	3,126
Kültürel çekiciliklerin tanıtımı	,791				
Doğal çekiciliklerin tanıtımı	,787				
Tarihi ve kültürel değerlerin tanıtımı	,779				
Destinasyonların tanıtımı	,772				
Yapılabilecek rekreatif etkinliklerin tanıtımı	,753				
Mavi bayraklı plajların tanıtımı	,718				
Yakın çevredeki konaklama işletmelerinin tanıtımı	,712				
Yakın çevredeki yiyecek-içecek işletmelerinin tanıtımı	,653				
Likya Yolu mobil telefon uygulamalarının tanıtımı	,475				

Tablo 3. Memnuniyet Ölçeğinin Cinsiyet, Medeni Durum ve Uyuşa Göre Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları

Cinsiyet		N	Ortalama	SS	T	P
Genel	Kadın	147	3,3267	,73269	1,499	,135
	Erkek	269	3,2156	,71658		
Alt Yapı	Kadın	147	3,2562	,76731	1,383	,167
	Erkek	269	3,1490	,74936		
Üst Yapı	Kadın	147	3,2449	,74680	1,453	,147
	Erkek	269	3,1319	,76497		
Görsel Peyzaj	Kadın	147	3,6327	,97696	,158	,875
	Erkek	269	3,6175	,85347		
Tanıtım	Kadın	147	3,2676	,99149	2,077	,038
	Erkek	269	3,0492	1,04338		
Medeni Durum		N	Ortalama	SS	T	P
Genel	Bekâr	241	3,2857	,71901	1,429	,154
	Evli	175	3,2124	,72930		
Alt Yapı	Bekâr	241	3,2320	,72936	1,348	,178
	Evli	175	3,1248	,79041		
Üst Yapı	Bekâr	241	3,2145	,72510	-,074	,941
	Evli	175	3,1129	,80315		
Görsel Peyzaj	Bekâr	241	3,6201	,90780	,696	,487
	Evli	175	3,6267	,88666		
Tanıtım	Bekâr	241	3,1563	1,00042	1,021	,308
	Evli	175	3,0851	1,06971		
Uyruk		N	Ortalama	SS	T	P
Genel	T.C.	391	3,2380	,73269	-1,884	,060
	Diğer	25	3,5183	,71658		
Alt Yapı	T.C.	391	3,1773	,76731	-1,021	,308
	Diğer	25	3,3367	,74936		
Üst Yapı	T.C.	391	3,1489	,74680	-2,442	,015
	Diğer	25	3,5294	,76497		
Görsel Peyzaj	T.C.	391	3,6192	,97696	-,328	,743
	Diğer	25	3,6800	,85347		
Tanıtım	T.C.	391	3,0995	,99149	-2,115	,035
	Diğer	25	3,5467	1,04338		

Tablo 4. Memnuniyet Ölçeğinin Yaş ve Öğrenim Durumuna Göre Tek Yönlü ANOVA Testi Sonuçları

		N	Ortalama		F	P
			Ortalama	SS		
Genel	25 yaş ve altı	110	3,4824	,70016	21,486	,000
	26-32 yaş arası	104	3,4371	,75477		
	33-39 yaş arası	88	3,2985	,61827		
	40 yaş ve üzeri	114	2,8353	,61269		
Alt Yapı	25 yaş ve altı	110	3,3848	,79065	11,512	,000
	26-32 yaş arası	104	3,3165	,81678		
	33-39 yaş arası	88	3,2112	,60608		
	40 yaş ve üzeri	114	2,8589	,66760		
Üst Yapı	25 yaş ve altı	110	3,4118	,69446	20,789	,000
	26-32 yaş arası	104	3,3117	,76076		
	33-39 yaş arası	88	3,2774	,69107		
	40 yaş ve üzeri	114	2,7312	,69292		
Görsel Peyzaj	25 yaş ve altı	110	3,8455	,86775	13,761	,000
	26-32 yaş arası	104	3,8397	,96080		
	33-39 yaş arası	88	3,6326	,80165		
	40 yaş ve üzeri	114	3,2027	,79291		
Tanıtım	25 yaş ve altı	110	3,3980	,89945	17,503	,000
	26-32 yaş arası	104	3,4412	,99832		
	33-39 yaş arası	88	3,0922	1,06310		
	40 yaş ve üzeri	114	2,6033	,94512		
Öğrenim Durumu		N	Ortalama	SS		
	Ortaöğretim ve altı	61	3,2609	,84258		
Genel	Önlisans	60	3,3681	,67022	,623	,601
	Lisans	238	3,2252	,72084		
	Lisansüstü	57	3,2529	,65382		
	Ortaöğretim ve altı	61	3,2254	,91253		
Alt Yapı	Önlisans	60	3,2306	,74288	,167	,919
	Lisans	238	3,1702	,74084		
	Lisansüstü	57	3,1696	,75657		
	Ortaöğretim ve altı	61	3,1466	,83719		
Üst Yapı	Önlisans	60	3,3069	,74384	,808	,490
	Lisans	238	3,1396	,76064		
	Lisansüstü	57	3,1909	,68467		
	Ortaöğretim ve altı	61	3,6138	,99269		
Görsel Peyzaj	Önlisans	60	3,7037	,87001	,433	,730
	Lisans	238	3,5864	,90468		
	Lisansüstü	57	3,6998	,79930		
	Ortaöğretim ve altı	61	3,1712	1,09555		
Tanıtım	Önlisans	60	3,3463	,91809	1,297	,275
	Lisans	238	3,0859	1,02695		
	Lisansüstü	57	3,0156	1,06914		
	Ortaöğretim ve altı	61	3,1712	1,09555		

tine bakılmıştır. Tamhane ve Tukey testi analizleri sonucunda 40 yaş ve üzeri grubun, diğer tüm gruplarla arasında anlamlı bir farklılık bulunduğu tespit edilmiştir. Buna göre memnuniyet düzeyi yaşa göre farklılık göstermektedir.

Beşinci sorunun analizine yönelik uygulanan ANOVA testi sonucu ulaşılan ortalamalar; alt yapı, üst yapı, görsel peyzaj ve tanıtım gruplandır-

maları ile öğrenim grupları ile arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür ($p>0,05$). Buna göre Lıkyayolu yürüyüşçülerinin memnuniyetleri öğrenim durumlarına göre farklılık göstermemektedir.

Çalışmanın altıncı sorusu "Lıkyayolu yürüyüşçülerinin memnuniyet düzeyleri ortalama aylık gelir düzeylerine göre farklılık gösterir mi?"

Tablo 5. Memnuniyet Ölçeğinin Ortalama Aylık Gelir Düzeyi ve Mesleğe Göre Tek Yönlü ANOVA Testi Sonuçları

Ortalama Aylık Gelir Düzeyi		N	Ortalama	SS	F	P
Genel	3.500 TL ve daha az	208	3,2782	,74640	1,237	,296
	3.501-7.000 TL arası	140	3,2735	,75417		
	7.001-10.500 TL arası	42	3,2381	,58663		
	10.501 TL ve daha fazla	26	2,9944	,51910		
Alt Yapı	3.500 TL ve daha az	208	3,2051	,77764	,444	,722
	3.501-7.000 TL arası	140	3,1827	,79302		
	7.001-10.500 TL arası	42	3,0694	,64232		
	10.501 TL ve daha fazla	26	3,2532	,53928		
Üst Yapı	3.500 TL ve daha az	208	3,2005	,77566	1,329	,265
	3.501-7.000 TL arası	140	3,2025	,77809		
	7.001-10.500 TL arası	42	3,0840	,65350		
	10.501 TL ve daha fazla	26	3,9186	,66240		
Görsel Peyzaj	3.500 TL ve daha az	208	3,6512	,94214	2,294	,077
	3.501-7.000 TL arası	140	3,6278	,89971		
	7.001-10.500 TL arası	42	3,7328	,74234		
	10.501 TL ve daha fazla	26	3,1923	,63987		
Tanıtım	3.500 TL ve daha az	208	3,1522	1,01567	3,337	,019
	3.501-7.000 TL arası	140	3,1754	1,06023		
	7.001-10.500 TL arası	42	3,2116	1,00250		
	10.501 TL ve daha fazla	26	2,5171	,85776		
Meslek		N	Ortalama	SS	F	P
Genel	Kamu çalışanı	74	3,3711	,68837	10,849	,000
	Özel sektör çalışanı	205	3,2322	,71405		
	Emekli	45	2,7301	,65999		
	Öğrenci	68	3,5766	,62642		
	Diğer	24	3,1623	,73318		
Alt Yapı	Kamu çalışanı	74	3,2759	,76226	8,594	,000
	Özel sektör çalışanı	205	3,1764	,75102		
	Emekli	45	2,6685	,63452		
	Öğrenci	68	3,4743	,69203		
	Diğer	24	3,1869	,72019		
Üst Yapı	Kamu çalışanı	74	3,3021	,70711	10,847	,000
	Özel sektör çalışanı	205	3,1570	,73742		
	Emekli	45	2,6092	,77717		
	Öğrenci	68	3,4913	,65863		
	Diğer	24	3,0466	,76696		
Görsel Peyzaj	Kamu çalışanı	74	3,7132	,82454	4,852	,001
	Özel sektör çalışanı	205	3,5772	,92793		
	Emekli	45	3,1975	,92232		
	Öğrenci	68	3,9134	,81827		
	Diğer	24	3,7083	,71994		
Tanıtım	Kamu çalışanı	74	3,2688	1,03319	7,849	,000
	Özel sektör çalışanı	205	3,0976	,98241		
	Emekli	45	2,5506	1,05886		
	Öğrenci	68	3,5490	,82745		
	Diğer	24	2,8148	1,29770		

olarak belirlenmiştir. Çalışmanın son sorusu ise “Lıkyalı yürüyüşçülerinin memnuniyet düzeyleri mesleklerine göre farklılık gösterir mi?” şeklindedir. Sorular tek yönlü ANOVA testi ile değerlendirilmiş, elde edilen sonuçlar Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 5’te verilen tek yönlü ANOVA testi sonucunda alt yapı, üst yapı ve görsel peyzaj gruplarının ortalama aylık gelir düzeyi ile arasında anlamlı bir farklılık olmadığı ($p>0,05$), ancak tanıtımın ortalama aylık gelire göre farklılık gösterdiği

($p<0,05$) saptanmıştır. Tanıtım grubu farklılığının saptanması amacıyla yapılan Tukey testi sonucunda, gelir düzeyi 10.501 TL ve daha fazla olan grubun diğer tüm gruplarla arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Buna göre memnuniyet düzeyi ortalama aylık gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Memnuniyet ölçeğinin meslek gruplarına göre yapılan tek yönlü ANOVA testi sonucunda alt yapı, üst yapı, tanıtım, görsel peyzaj ve genel ile tüm meslek grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu saptanmış ($p<0,05$), farklılığın belirlenmesine yönelik Tamhane ve Tukey testleri uygulanmıştır. Test sonucu alt yapı, üst yapı ve tanıtımda; emeklilerin, tüm meslek gruplarıyla, öğrencilerin de emeklilerin yanı sıra özel sektör çalışanlarıyla arasında anlamlı bir farklılık olmadığını göstermektedir. Ayrıca görsel peyzajda, emeklilerin kamu çalışanları ve öğrencilerle arasında ortalamalar yönünden anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu durum memnuniyet düzeyinin mesleğe göre anlamlı bir farklılık içerdiğini göstermektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Hayat standartlarının değişimiyle birlikte bireylerin istekleri ve beklentileri farklılık göstermeye başlamıştır. İşletmelerin bu durumdan en az zararlı çıkabilmesi için hedef kitesini tanıması ve talebe yönelik stratejilerin geliştirmesi gerekmektedir. İşletmeler gibi destinasyonların da ziyaretçilerine yönelik birtakım tanımlayıcı faaliyetler sürdürmesi ve bu faaliyetlere yönelik memnuniyeti sağlaması gerekmektedir. Bu çalışma, Türkiye'nin işaretlenen ilk kültür rotası olan Likya Yolu Rotası'nı yürüten turistlerin, rotanın sahip olduğu olanaklara yönelik memnuniyetlerinin belirlenmesini esas edinmiştir.

Elde edilen veriler ışığında, Likya Yolu'na yönelik memnuniyetin yüksek oranda sağlandığı görülmüştür. Çalışmasını Likya Yolu'nu yürüten turistlerin memnuniyetin düzeyi üzerinde gerçekleştiren Pazarbaşı (2014), genel memnuniyetin tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde negatif bir etkide bulunduğu sonucuna ulaşmıştır. Ancak bu çalışmada, tıpkı daha önce yapılan çalışmalarda olduğu gibi (Baker ve Crompton 2000;

Kozak ve Rimmington 2000; Duman ve Öztürk 2005; Cam 2011; Ashton 2018) genel memnuniyetin tekrar ziyaret etme üzerinde olumlu bir etkisi olduğu belirlenmiştir.

Yürüyüşçülerin değerlendirmelerine göre; rota çevresinde yaşanan terör olaylarına rağmen en fazla güvenlik konusunda memnun oldukları anlaşılmıştır. Oluşan güvenin sürdürülmesine yönelik olası durumlarda gerekli bilgilendirmeler sağlanarak, güvenlik önemleri artırılabilir. Su kaynaklarına erişim başta olmak üzere, sağlık hizmetlerine ve internete erişim konusunda ise büyük oranda sorun yaşanmaktadır. Yürüyüşçülerin ortak sorunlarından bir diğeri temizlik konusudur. Çevredeki işletmelerin atıkları ve yapılan rekreatif etkinlikler sonrası oluşan kirliliğe yönelik yeterli çalışma yapılmamaktadır. Yürüyüşçülerin açık hava etkinliklerinin daha sık yapılması yönündeki taleplerinin gerçekleştirilerek, etkinlik sonrası oluşabilecek çevre kirliliğine yönelik tedbirler alınabilir. Likya Yolu sahip olduğu flora ve fauna zenginliğiyle ön plana çıkmaktadır. Bu zenginliğe rağmen rota üzerinde ziyaretçilerin bilgilendirilmesi amacıyla konulması gereken flora ve fauna panoları bulunmamaktadır. Panoların yanı sıra rota üzerindeki yönlendirme levhaları da büyük oranda eksik olmakla birlikte hâlihazırdaki levhaların da yenilenmeye ihtiyacı vardır.

Yürüyüşçüler, rota üzerinde bulunan konaklama, yiyecek-icecek ve hizmet veren diğer kurum ve kuruluşların sunduğu ürün çeşitliliğinin yeterli olmadığı halde yüksek fiyat politikası uyguladıkları konusunda hemfikirdir. Ürün çeşitliliğinin artırılmasının yanı sıra hizmet kalitesinin ve hijyen konusundaki hassasiyetin üst seviyede tutulması gerekmektedir. Bu doğrultuda sunulan hizmet kalitesiyle orantılı olarak fiyat düzenlemesi yapması önerilmektedir. Yürüyüşçülerin görüşleri doğrultusunda destinasyonların ve konaklama işletmelerinin tanıtımının yapıldığı, ancak mobil uygulamalara yönelik tanıtımının çok fazla yapılmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Anketin uygulandığı dönemde Likya Yolu'na yönelik bir mobil uygulama bulunmamaktadır. Ancak kısa bir süre sonra üç farklı kültür rotası için mobil uygulama geliştirilmiştir.

KAYNAKÇA

- Ashton, A. S. (2018). Spiritual Retreat Tourism Development in the Asia Pacific Region: Investigating the Impact of Tourist Satisfaction and Intention to Revisit: A Chiang Mai, Thailand Case Study, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23 (11): 1098-1114.
- Baker, D. A. ve Crompton, J. L. (2000). Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions, *Annals of Tourism Research*, 27 (3): 785-804.
- Baştemur, C. (2011). A New Destination for Alternative Tourism; Lycian Way, *International Conference on Tourism (ICOT)* (ss. 76-83). Yunanistan.
- Brämer, R. (2009). Profilstudie Wandern '08-1. Basismodul "Wer Wandert Warum?", <https://www.wanderforschung.de/WF/wanderstudien/profilstudien-wandern-lang.html>, Erişim tarihi: 10 Şubat 2020.
- Briedenhann, J. ve Wickens, E. (2004). Tourism Routes As a Tool For The Economic Development of Rural Areas-Vibrant Hopeor Impossible Dream?, *Tourism Management*, 25 (1): 71-79.
- Buluk, B. (2016). Online Seyahat Acenteleri Aracılığıyla Seyahat Satın Almada Turist Memnuniyet: İstanbul Örneği (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı.
- Burdge, R. (1969). Levels of Occupational Prestige and Leisure Activity, *Journal of Leisure Research*, 1: 262-274.
- Cam, T. T. A. (2011). Explaining Tourist Satisfaction and Intention to Re-visit Nha Trang, Vietnam (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Norway: The Norwegian College of Fishery Science University of Tromso Vietnam: Nha Trang Üniversitesi.
- Cerin, E., Leslie, E. Ve Owen, N. (2009). Explaining Socio-Economic Status Differences Inwalking for Transport: An Ecological Analysis of Individual, Socialand Environmental Factors, *Social Science & Medicine*, 68 (6): 1013-1020.
- Clarke, A. (1956). The Use of Leisure and Its Relations to Levels of Occupational Prestige, *American Sociological Review*, 21: 301-132.
- Clow, K. (2017). *Türkiye'nin İlk Uzun Mesafeli Yürüyüş Rotası Likya Yolu* (Çev. H. Eryurt). İstanbul: Hil Yayın.
- Demirkol, C., Salha, H. ve Cinnioğlu, H. (2016). Trakya Bağ Rotasına Gelen Turistlerin Profiline Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (4): 109-120.
- Duman, T. ve Öztürk, A. B. (2005). Yerli Turistlerin Mersin Kızkalesi Destinasyonu ve Tekrar Ziyaret Niyetleri ile İlgili Algılamaları Üzerine Bir Araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16 (1): 9-23.
- George, D. ve Mallery, M. (2003). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*. Boston: Allyn & Bacon.
- Güngör, E. (2010). Turistik Yörelere Memnuniyet ve Geleceğe Yönelik Ziyaretçi Davranışları: Antalya Örneği. (Basılmamış Doktora Tezi). Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı.
- Gürüş, S. ve Astar, M. (2019). *Bilimsel Araştırmalarda SPSS ile İstatistik*. İstanbul: Der Yayınları.
- Hicks, M. W. ve Platt, M. (1970). Marital Happiness and Stability: A Review of the Research in the Sixties, *Journal of Marriage and the Family*, 32: 553-574.
- Frohlick, S. (2005). That Playfulness of White Masculinity: Mediating Masculinities and Adventure at Mountain Film Festivals, *Tourist Studies*, 5 (2): 175-193.
- Karataş, E. (2015). *ÇEKÜL Vakfı Kültür Rotaları Planlama Rehberi*. İstanbul: Tarihi Kentler Birliği Yayınları.
- Kılıç, İ. ve Pelit, E. (2004). Yerli Turistlerin Memnuniyet Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15 (2): 113-124.
- Kozak, M. ve Rimmington, M. (2000). Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain as An Off-Season Holiday Destination, *Journal of Travel Research*, 38: 260-269.
- Kulözü, N. (2009). St Paul Yolu (Perge-Antalya/Yalvaç Pisidia Antiocheia) ve Yakın Çevresinin Turizm ve Rekreasyon Kullanımına Yönelik Peyzaj Potansiyelinin Saptanması Üzerine Bir Araştırma. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Ana Bilim Dalı.
- Laws, J. L. (1971). A Feminist Review of Marital Adjustment Literature: The Rape of Locke, *Journal of Marriage and the Family*, 33: 483-516.
- Lee, J. H., Scott, D. ve Floyd, M. F. (2001). Structural Inequalities in Outdoor Recreation Participation: A Multiple Hierarchy Stratification Perspective, *Journal of Leisure Research*, 33 (4): 427-449.
- Meyer, D. (2004). Tourism Routes and Gateways: Key Issues for The Development of Tourism Routesand Gateways and Their Potential for Pro-poor Tourism, https://www.researchgate.net/publication/242371864_Key_issues_for_the_development_of_tourism_routes_and_gateways_and_their_potential_for_Pro-Poor_Tourism, Erişim Tarihi: 5 Şubat 2020.
- Muhar, A., Schauppenlehner, T., Brandenburg, C. ve Aramberger, A. (2007). Alpine Summer Tourism: The Mountaineers' Perspective and Consequences for Tourism Strategies in Austria, *Forest Snow and Landscape Research*, 81 (7): 7-17.
- Özer, H. (2004). *Nitel Değişkenli Ekonometrik Modeller: Teori ve Bir Uygulama*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Özgen, Ö. (2000). Kapadokya'yı Ziyaret Eden Turistlerin Genel Seyahat Motivasyonları ve Tatmin Olma Durumları, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11 (2): 12-20.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. ve Berry, L. L. (1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research, *Journal of Marketing*, 58: 120-135.
- Pazarbaşı, G. (2014). Likya Yolu'nu Yürüten Turistlerin Seyahat Motivasyonları ve Memnuniyet Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı.
- Pizam A., Neumann Y. ve Reichel A. (1978). Dimentions of Tourist Satisfaction With a Destination Area, *Annals of Tourism Research*, 5 (3): 314-322.
- Puczko, L. ve Rätz, T. (2006). Trailing Goethe, Humbertand Ulysses: Cultural Routes in Tourism. İçinde Richards, G. (Editör), *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives* (ss. 131-143). Londra: Psychology Press.

Tanrısever, C. (2020). Kültür Rotacılığını Başlatan Kadın Kate Clow. İçinde Kozak, N. ve Kozak, M. (Editörler), *Turizme Kanat Gerenler*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Tekin, Ö. A., Turhan, A. A. ve Turhan, E. A. (2018). Helal Turizm Turist Profili: Antalya Destinasyonu 2017. Müstakil Sanayici ve İş adamları Derneği (MÜSİAD), Uluslararası Helal Turizm Derneği (IHATO), https://www.researchgate.net/publication/325528947_Helal_Turizm_Turist_Profilini_Antalya_Destinasyonu_-_2017, Erişim tarihi: 17 Ocak 2020.

Turgut, İ. ve Clow, K. (2010). *Likya Yolu'nda Yürümek*. İstanbul: Mart Matbaacılık.

Üzümcü, O. O. (2018). Gastronomi Kültürü ve Gastronomi Turizmi Açısından Likya Bölgesini Ziyaret Eden Turistler Üzerine Bir İnceleme. (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı.

Yamane, T. (1967). *Elementary Sampling Theory*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.



Burcu TÜTÜNCÜ

Lisansının ilk iki yılını Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde tamamladı (2015). Daha sonra yatay geçiş yaparak Ondokuz Mayıs Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nden mezun oldu (2017). Yüksek lisansını Kastamonu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı'ndan "Likya Yolu'nu Yürüyen Turistlerin Memnuniyet Düzeyi" adlı çalışması ile aldı (2019). Yüksek lisans öğrenimi sürecinde başlayan çeşitli konulardaki akademik çalışmaları halen devam etmektedir. Temel çalışma alanları, turizm işletmeciliği ve turizm pazarlamasıdır.



Hüseyin PAMUKÇU

Niğde Üniversitesi Ulukışla Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü'nden önlisans derecesi ile mezun oldu (2007). Lisans derecesini ise Mustafa Kemal Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan aldı (2011). Lisans eğitiminin son yılını ise Erasmus Programı kapsamında Uluslararası Değişim Öğrencisi olarak Macaristan Kodolanyi Janos Foiskola Üniversitesi'nde tamamladı. Erasmus programı ile 14 farklı Avrupa ülkesinde çeşitli turistik faaliyetlerde bulundu. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı'ndan yüksek lisans derecesi ile bilim uzmanı olmuştur (2014). Doktora derecesini Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı'ndan almıştır (2017). Halen Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi'ndeki öğretim üyeliği görevini sürdüren Pamukçu, çok sayıda uluslararası ve ulusal nitelikli araştırmayı (makale, bildiri, kitap bölümü, gazete ve dergilerde köşe yazısı vb.) alanyazına kazandırmıştır.



Canan TANRISEVER

Başkent Üniversitesi Ticari Bilimler Fakültesi Turizm ve Rehberlik Bölümü'nden burslu olarak mezun oldu (2005). Yüksek lisans derecesini Ankara Üniversitesi Peyzaj Mimarlığı Dalı'ndan (2010), doktora derecesini de aynı üniversiteden aldı (2013). University of South Carolina'da hem doktora sonrası araştırmacı hem de eş zamanlı öğretim üyesi olarak hizmet verdi. Kırktan fazla ülkede kongre ve organizasyonlara katılıp ders verdi. İstanbul Aydın Üniversitesi'nde başlayan akademik hayatı, sonrasında Bilkent Üniversitesi'nde devam etmiştir. 1996 yılında Çırağan Sarayı'nda başlayan mesleki kariyeri ise Holiday Inn Crown Plaza, THY, Esmeralda Turizm, ETS, Dedeman, Elit Palace Boutique Hotel ve Karacan Dershanelerinde akademiye katılmadan önce devam etmiştir. Halen Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde Turizm Rehberliği Bölüm Başkanı olarak görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları, turist rehberliği, kültür rotaları, kültürel miras ve turizm coğrafyasıdır.