



*Araştırma Makalesi / Research Article*

## TURİST HARCAMALARININ BÖLGESEL EKONOMİYE ETKİLERİ: KÜTAHYA ÖRNEĞİ \*, \*\*

Gülten ŞEN<sup>1</sup>

### Öz

Ekonomi üzerinde olumlu etkilere sahip olan turizm sektörü, bölgesel kalkınmanın gelişmesinde önem arz etmektedir. Son yıllarda kırsal ve bölgesel ekonomilerin gelişiminde turizm sektörüne verilen değer gittikçe artmaktadır. Böylelikle, uzun vadede sürdürülebilir bölgesel kalkınma programları için güçlü temel sağlanabilecektir. Kütahya termal turizm için oldukça uygun potansiyele sahiptir. Sahip olduğu kaynaklar, bölgesel kaynaklara dayalı bir ekonominin geliştirilmesi ve istihdam yaratılması için büyük bir öneme sahiptir. Ağır sanayi imkânları sınırlı olan Kütahya bölgesinin kalkınmasında turizm sektörü önemli bir yer tutmaktadır. Bu çalışma ile Kütahya termal kaynaklarının ekonomik potansiyeli ile termal turizm faaliyetlerinin ekonomik durumu anket çalışması ile incelenmiştir. Kütahya'ya gelen turistlerin yaptıkları harcamaların bölgesel kalkınma açısından yardımcı bir unsur olduğu belirlenmiştir. Çalışma Kütahya için yapılacak turizm planlamalarının mikro ve makro düzeyde gerçekleştirilmesi durumunda, bölgenin turizmden daha fazla verimli sonuçlar elde edilebileceğini göstermektedir. Yerel ekonomiyi geliştirmede termal turizmin önemini açık bir şekilde kabul edilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Bölgesel Kalkınma, Ekonomi, Kütahya, Termal Turizm

**JEL Kodları:** R11, Z32

## THE EFFECTS OF TOURIST EXPENDITURES ON THE REGIONAL ECONOMY: THE CASE OF KÜTAHYA

### Abstract

The tourism sector, which has positive effects on the economy, is important in the development of regional development. In recent years, the value given to the tourism sector has been increasing in the development of rural and regional economies. Thus, a strong basis for sustainable regional development programs will be provided in the long run. Kütahya has a very suitable potential for thermal tourism. Its resources are of great importance for the development of an economy based on regional resources and the creation of employment. The tourism sector has an important place in the development of the Kütahya region, where heavy industry opportunities are limited. In this study, the economic potential of Kütahya thermal resources and the economic situation of thermal tourism activities were tried to be examined with a survey study. It has been determined that the expenditures of the tourists coming to Kütahya are an auxiliary factor in terms of regional development. The study shows that if tourism planning for Kütahya is carried out at micro and macro levels, more efficient results can be obtained from tourism in the region. The importance of thermal tourism in developing the local economy is openly recognized.

**Keywords:** Regional Development, Economics, Kütahya, Thermal, Tourism

**JEL Codes:** R11, Z32

\* Bu çalışma Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Lisans Üstü Eğitim Enstitüsü'nde hazırlanan "Termal Turizmin Bölgesel Ekonomik Etkilerinin Analizi: Kütahya Örneği" başlıklı doktora tezi temel alınarak oluşturulmuştur.

\*\* Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Yayın Etiği Kurulu'ndan 25.12.2019 ve 2019/ 01 karar nolu yazılı izin alınmıştır.

<sup>1</sup> Öğr.Grv.Dr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, [gulten.sen@dpu.edu.tr](mailto:gulten.sen@dpu.edu.tr), ORCID: 0000-0002-2057-359X.

**Başvuru Tarihi** (Received): 30.03.2022 **Kabul Tarihi** (Accepted): 24.10.2022

## Giriş

Bölgeler arasındaki ekonomik dengesizlik her geçen gün artmaktadır. Bu durum ülkeler açısından çözülemeyen bir sorun olarak görülmektedir. Kalkınma politikalarıyla, geri kalmış bölgelerdeki farklılıkların azaltılması, sosyo-ekonomik istikrarsızlıkların ortadan kaldırılması amaçlanmaktadır. Turizm sektörü kalkınmayı hızlandıran ve tamamlayan özellikleri bakımından bölgeler arasındaki dengesizliklerin kaldırılmasında araç olma özelliği kazanmıştır (Durgun, 2006: 3). Doğal, tarihsel, kültürel ve sosyal kaynakların kullanılmasını sağlayan turizm sektörü, sanayi ve ticari faaliyetlerin tam olarak gelişmediği bölgelerde açıkları kapatarak, bu bölgelerin gelişmesinde etkili bir role sahip bulunmaktadır (Gülbahar, 2009: 20). Sektör dünyada ve Türkiye’de son yıllarda gelişerek, iktisadi büyüme ve kalkınmaya yardımcı olacak bir potansiyele erişmiştir. Bölgelerin ekonomik olarak karşılaştıkları sorunların çözümünde önemli bir etken olarak görülmektedir.

Turizm sektörü, kaynakların etkin kullanılarak bölgeler arasındaki görülen dengesizliklerin giderilmesi ve bölgesel kalkınmanın sağlanması açısından önemli bir yere sahiptir (Çeken, 2008:294-295). Bu sebeple kalkınma yarışında geç kalmış olan ülkelerin, turizm sektörüne yönelmesi, potansiyele sahip olan bölgelerin gelişmesinin kalkınmaya olumlu etkisinin olacağı öngörülmektedir. Bu açıdan sahip olunan turizm potansiyelini akılcı olarak kullanılması, ulusal ve bölgesel kalkınmaya ayrıca bölgelerarasındaki kalkınmışlık farkının azalmasına yardım edecektir. Ekonomileri tam gelişmemiş, tarım ülkesi konumunda bulunan az gelişmiş ülkelerin turizm hareketliliğinin iktisadi yararları, gelişmiş olan ülkelerin ekonomilerine nispeten daha çok önem kazanmaktadır. Artan turizm gelirleri, ekonomide her düzeyde büyüme üzerinde pozitif etkiye sahiptir (Zhang ve Ruan, 2021: 624). Bu etki, sektörün büyümesiyle olumlu yayılma etkileri gösterecektir (Durberry, 2002: 863). Turizm; bölgeler arasında ekonomik istikrarı sağlamak, istihdam olanağı oluşturmak, altyapı yatırımlarını hareketlendirmek, döviz girdisi elde etmek gibi nedenlerden dolayı önemini artırmıştır. Ekonomik ve sosyal değeri sebebiyle, turizm sektörü hızlı bir şekilde dönüşerek, küresel rekabeti ortaya çıkartmıştır. Sahip oldukları değerlerden yararlanabilen, bu değerleri arz eden, başkalık oluşturabilen bölgeler bu sektörde hızla gelişebilmektedir. Sektör hareketliliği, geri kalmış bölgelerde değişen turizm taleplerinin paralel gelişmesine neden olmaktadır. Bölge ile birlikte, ülke içinde avantaj sağlamaktadır (Yeşiltaş ve Öztürk, 2008: 2). Sanayi sektörünün gelişmesi için yeterli kaynağı bulunmayan, fakat sektörün gelişebilmesi için yeterli güce sahip olan bölgeleri teşvik eden, destekleyen politikalar ile bölgenin turistik olarak kalkınmasının sağlanmasında etkili olabilecektir (Tunçsiper ve Yılmaz, 2009: 53). Artan turizm gelirleri, büyüme üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir (Scarlett, 2012: 1). İdareciler bölgenin iktisadi özelliklerini belirleyip yeniden yapılandırarak, paydaşlar da gerekli önemi vererek, uzun vadeli ekonomik kalkınma stratejileri oluşturulmasını sağlamalıdır (Çalık, 2016: 343).

Bu çalışma ile kamu ve özel turizm sektörü kuruluşlarının bölge için etkin politikalarını belirginleştirmek için istatistiki verilerin birlikte görülmesi sağlanmıştır. Çalışmamızda Kütahya bölgesinde termal turizm ile ilgili proje üretmek ve yatırım yapmak isteyen kişi ve kurumlar için veri oluşturulmuş, termal turizm hareketliliğinin arz ve talebin birbirleriyle uyumluluğu incelenmiştir. Böylelikle, bu alanda yapılacak girişimlere kaynak olacaktır.

### 1. Bölgesel Kalkınma için Termal Turizmin Önemi

Bölgeler arasındaki istikrarsızlığı azaltması ve kalkınmasını sağlamasından dolayı, bölgenin sahip olduğu turizm arz kaynağının etkili biçimde kullanılmasını gereklidir. Turizm sektörünün önemlilik arz eden faktörleri, bölgenin doğa, sosyokültürel ve tarihi değerlerine bağlı bulunmaktadır. Bu bağlılık başka sektörlerle kıyaslandığında, kalkınmayı hızlandıracaktır. Bunun nedeni sektörün diğer sektörler gibi varlığı çok fazla faktörle sınırlı değildir. Bu potansiyel bölgenin kalkınmasına yol açacaktır. Türkiye’de ödemeler bilançosu içerisinde turizm sektörü ihracattan sonra ikinci

büyük döviz geliri sağlayan faaliyet konumundadır. Sektör, başta inşaat, ulaştırma ve tarım sektörleri olmak üzere 38 sektörü de doğrudan etkilemektedir (Dilber,2007:210). Turizmin gelişmesi ekonomik yapıyı da geliştirecektir. Böylelikle diğer sektörler gelişerek bölgedeki kalkınma hızını yükseltecek, bölgelerin arasındaki dengesizlikler ve az gelişmişlik sorununu çözmekte de faydalı olacaktır (Çeken, 2008: 302). Yapılan çalışmalarla turizmin ekonomiye önemli ölçüde katkıda bulunduğu ortaya koyulmaktadır (Apergis ve Payne, 2012: 449).

Mineral termal kaynakların çevresel ve iklimsel etmenlerin, biyolojik platformda insan sağlığı üzerine olumlu etkisi, uzman doktorların tedavi ve denetimleri ile termal banyo, içme, hava yoluyla tedavi, çamur banyosu gibi benzeri farklı tedavi yöntemleriyle, iklim kürü, diyet, egzersiz alıştırma, fizik tedavi ve rehabilitasyon, psikolojik tedaviler gibi yardım tedavileri ile beraber yapılan, tedavi amaçlı turizm hareketlerine termal turizm denilmektedir (Özbek, 1991:16). Termal turizm, hayatın tekdüzeliğinden kaçma, dinlenme isteği, kendini tanıma, rahatlama, saygınlık, eş-dost, akraba bağlıklarını güçlendirme, sosyal etkileşim ve iletişim benzeri kültürel, inovasyon ve eğitim gibi çekici etkenlerle de belli başlı turistik destinasyonlara ilgi çekmektedir (Crompton, 1979: 409).

Termal sular ile ilgili araştırma ve çalışmalar, ellili yıllardan sonra hız kazanmaya başlamıştır. Mevcut ve potansiyel tüketicilerin ilgilerinin artması sonucunda genişlemiş ve çeşitlenmiştir. Bu güne kadar olan bilgiler yeni gelişmeler ışığında güncellenmiş, termal suların kullanılması ve korunmasıyla ilgisi olan yeni olanaklar değerlendirilmiş, ulusal ve küresel çözümlere imkan vermiştir. Bu durum bu alanda ki teorik bilgi birikiminin değişimine ve yeni değerlendirmelere yol açmıştır. Dünyada tanınan termal kaynaklar arasında ülkemizde önemli bir yer almaktadır. Yeni araştırma teknikleri ve çeşitli bilimsel disiplinlerden araştırmacıların katılımıyla ülkemizde de termal kaynaklar açısından önemli olan bilgi deneyimi oluşturulmuştur. Zaman içerisinde meydana gelen değişimler termal suların incelenmesi, turizm sektörüne kazandırılması ve korunması için yeni yaklaşımlara olan ihtiyacı ortaya koymuştur (Filipovic, vd., 1989: 2003).

Günümüzde toplumsal değişimler ve stresli bir hayat tarzı nedeniyle, fiziksel hastalıkların tedavisi, dinlenme ve rekreasyon olanakları geleneksel yöntemlere alternatif olarak öne çıkmaktadır (<http://www.irpet.it>). İnsanlar; tedavi olmak, sağlıklı durumlarını sürdürebilmek, daha kaliteli zaman geçirmek gibi sebeplerle termal turizm hareketliliğini tercih etmektedirler. Diğer turizm faaliyetleriyle kıyaslandığında termal turizm daha uzun süre konaklama süresini ve dolayısıyla çok harcamaya karşılık gelmektedir. Bunun yanı sıra, yıl boyunca aktif durumda olması avantaj yaratarak, istihdam üzerinde de olumlu etki yaratmaktadır. Kaynakların yer aldığı bölgenin sosyo-kültürel özellikleri de turistik çekicilik ögesi olarak turistlere sunulmaktadır. Hareketlilik bölgede yaşayan kişilere yeni istihdam olanakları ortaya yaratmaktadır (Parlaktuna ve Dinçer, 2019: 259).

## **2. Kütahya İli Termal Turizm Potansiyeli**

Kütahya; doğal güzellikleri ve sahip olduğu kaynaklarla tarih boyunca tercih edilmiştir. Farklı tarihi kültürlerin izlerini barındıran eserleri, stratejik düzeyde maden rezervlerine sahip olması, Evliya Çelebi'den başlayarak günümüze kadar sürekli bahse konu olmuş şifalı termal sularıyla, kaplıca ve sağlık turizmi bakımından ülkemizin önemli şehirlerinden biri olmuştur. Başta inanç turizmi başta olmak üzere, güçlü turizm potansiyeli ile alternatif turizm türleri içerisinde öncelikle aranan niteliklere sahiptir.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, sağlık ve termal turizme yönelik çalışmalar yapmaktadır. Ülke turizm gelirlerinin artırılması ve bölgesel gelişmeye de destek olunması açısından projeler geliştirilmektedir. Bölgelerde turizmin çeşitlendirilmesi kapsamında yürütülen projeler arasında termal turizm stratejik bir konumdadır. Proje çalışmaları ile yenilenebilir olan jeotermal kaynakların etkin ve verimli kullanılması ile geleneksel kaplıca kullanımından farklı bir anlayış ve yaklaşım geliştirilmesine çalışılmaktadır. Türkiye jeotermal kaynaklar bakımından dünyada ilk

yedi ülke arasında yer almaktadır. Avrupa’da kaynak potansiyeli bakımından birinci sırada, kaplıca uygulamalarında ise üçüncü sıradadır Termal Turizm Master Planı’nda belirlenen sürdürülebilir turizme bakışı ve bölgeye ait farklı turizm türlerinin uyumunun sağlanması, bölgeye has turizm türlerinden olan termal turizmin önemini ortaya koymaktadır. İlde kültür, doğa ve dağcılık, motor ve bisiklet, avcılık, at binışı, kamp ve karavan, mağara, termal, kuş gözlemciliği, bitki inceleme, doğa yürüyüşü, kış, inanç turizmleri yoğun olarak gerçekleştirilmektedir. Bölgesel kalkınmanın gerçekleşebilmesi için bölgenin elinde bulunan doğal kaynaklar oldukça önemli olmakta, ayrıca bu kaynakların da etkin ve tam kapasiteyle kullanılması gerekmektedir. “Termal Turizm Master Planı” ilin sahip olduğu doğal kaynaklar termal turizm amacıyla kullanılması, böylelikle kalkınmayla arasındaki ilişkiyi tanımlamayı hedeflemektedir (<https://yigm.ktb.gov.tr>).

Aşağıdaki tabloda Kütahya termal turizm kaynakları verilmiştir.

**Tablo 1: Kütahya Termal Merkezleri**

MERKEZ	ALANI (ha)	İLAN TARİHLERİ- SAYILARI
Gediz Ilcasu Termal Tur. Merkezi	2.700,00	04.12.2006 tarihi, 2006-11354
Gediz Muratdağı Termal Turizm Merkezi	1.800,00	22.10.2004 tarihi, 2004-8328
Ilıca Harlek Termal Turizm Merkezi	2.700,00	04.12.2006 tarihi, 2006-11354
Simav Eynal,Çitgöl,Naşa Ter.Tur. Mer.	10.000,00	11.05.2009 tarihi, 2009-14996
Tavşanlı Göbel Termal Turizm Merkezi	6.300,00	04.12.2006 tarihi 2006-11354
Emet Dereli Termal Turizm Merkezi	412,20	05.03.2012 tarihi 2012-2901
Kütahya Ortaca Turizm Merkezi	1.710,00	17.12.2012 tarihi 2012- 4153

**Kaynak:** Kütahya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

Kütahya Merkez ilçede Yoncalı, Emet ilçesinde Samrık, Yenice ve Hisarcık ilçesinde de Esire Kaplıcası yer almaktadır. Tablo incelendiğinde Kütahya ilinde önemli derecede termal kaynağın olduğu gözlemlenmektedir. Kütahya Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2018 verilerine göre ilde termal tesis sayısı 23, oda sayısı 1.298, yatak sayısı 4.143 olarak açıklanmıştır. Tesis sayısı en fazla Yoncalı Kaplıcalarındadır. Yatak ve oda sayısı en yüksek olan kaplıca Eynal Kaplıcalarıdır.

### 3. Turist Harcamalarının Alan Araştırması Yöntemi ile Değerlendirilmesi

Turistik harcamalar, turizm sektörünün gelir kısmını oluşturmaktadır. Böylece bölgeye gelir ve iş imkanları sağlanarak bölgesel kalkınma gerçekleşmiş olacaktır. Turizmin ekonomik etkilerinin ölçülebilmesi gerekmektedir. Ölçüm yapabilmek için farklı yöntemler ortaya konulmuştur (Unur, 2004: 120). Turizm geliri, ülkeye gelen turist harcamaları sonucu oluşmaktadır. Bölge turizm geliri iki aşamada belirlenmektedir. Birinci olarak, turizm hareketliliği ile turizm harcamaları vasıtasıyla belirlenen gelirdir. İkincisi ise, turizm harcamalarından sonra ekonominin tamamında ortaya çıkan ikincil gelirler yani dolaylı gelirlerdir (Kızıldemir, Sarıışık, 2018: 131). Sosyal alanda yapılan araştırmalarda veri kaynağı insandır. Anket yöntemi doğrudan bilgi alma yöntemlerinden biridir. Yöntem, birinci elden yani birincil kaynaktan veri toplama biçimidir. Alan yöntemi turist harcamalarının ölçülmesi için uygun bir yöntemdir (Bahar ve Kozak, 2012: 66). Anket yöntemi ile önceden seçilmiş gruplar seyahatleri süresince yaptıkları harcamalar tespit edilmeye çalışılmaktadır (Frechtling, 1994: 368). Bu tür anketlerin yapılması, turist tercihlerini daha iyi anlamayı ve potansiyel termal turizm çekiciliklerini değerlendirmeyi amaçlayan dolayısıyla yeni turistik ürünlerin ortaya çıkarılmasında önemli olan tamamlayıcı bir unsurdur (Ugolini vd., 2020: 22). Elde edilen birincil verilerin, ortalamaları alınır ve ana kütleinin sayısı ile çarpım işlemi yapılır. Çarpım sonucunda turistlerin tatilleri süresinde yapmış oldukları harcamaların, sektörler bazında paylaşımı ve toplam tutarı bölgeye gelen turistlerin harcamalarını belirlemektedir (Unur, 2004: 118). Anket yönteminin dezavantajları içerisinde, örnek gruplardan elde edilen anketlerin

genelleştirilmesi bulunmaktadır. Anket yönteminden verimli sonuçlar alabilmek için, örneklem büyüklüğünün doğru seçilmiş olması ve genelleştirme yapılabilecek miktarda anketin toplanması gerekmektedir. Bu faktörler bulunmadığında, değer elde etme ve toplanan anketlerin sonucunda yapılan genelleştirme yanlış olacaktır. Turizmin ikincil etkileri için hesaplamalarda hata olasılığı da ortaya çıkacaktır (Bahar ve Kozak, 2012:66). Bir diğer dezavantajı, yararlı ve uygulanabilecek veri toplamanın maliyetinin yüksek olmasıdır. Bazı turistler de harcamaları ile ilgili bilgi vermeye gönüllü olmamaktadırlar (Ünlüöner vd., 2014:2). Turistlerin yaptıkları harcamaları, ankete cevap verirken tam olarak hatırlamamaları da hata ihtimalini ortaya koymaktadır. Bazı turistler ulaşım, konaklama yada gıda harcaması gibi yapılan harcamaları hakkında doğru cevaplar verememekteyler. Sonuçta anket yöntemin dezavantajları olsa da uygulanabilirlik ve maliyet bakımından kullanımı yaygındır. Kütahya'ya gelen turistlerden belirlenen sayıda örnekleme ile elde edilen turistik harcama anketi, turizm faktörünün ile olan katkısı konusunda bilgi vermektedir.

#### 4. Yöntem

Turizm sektörünün gelişmesi arz ve talep arasındaki ilişkiye bağlıdır. Bölgenin sahip olduğu kaynakların arz edilmesiyle, bunlara olan taleplerin belirlenerek turizm planlanmasının temeli oluşturulmaktadır. Mevcut turizm hareketliliğinin arzı ile buna yönelik talep arasında uyumun sağlanabilmesi, turistlerin isteklerinin belirlenmesine bağlı olmaktadır. Turistlerin nitelik ve niceliksel tutumları, profillerinin tespit edilmesini gerçekleştiren talep analizi, bölgenin turizm potansiyelini tespit etmenin temel aşamaları içerisinde yer almaktadır. Bu özellikler turizmin gelişmesine katkı sağlayan ana unsurlardandır (Soykan, 2003:22-23). Bu çalışmada Kütahya'ya termal turizm ana faaliyetiyle gelen turistlerin profil ve ekonomik turistik harcamalarını belirlemek amacıyla anket uygulanması ortaya konulmuştur (Günel, 2005:58).

Yapılan araştırma ile uygulamada nicel araştırma tekniği kullanılmıştır. Bilginin toplanması amacıyla turist harcamalarının alan araştırması yöntemi ile incelenmesi için turistik harcama ölçeği anketinden yararlanılmıştır. Çalışmada 2004 yılında Gökalp Nuri Selçuk'un "Turizmin Erzurum Ekonomisindeki Yeri (Turizm Uydu Hesapları Yöntemiyle İncelenmesi)" adlı doktora tezinde kullandığı Turistik Harcama Anketinden yararlanılmıştır. Ankette açık ve kapalı uçlu olarak, on sekiz soru yer almaktadır. Ankette sorular iki gruba ayrılmıştır. Birinci grupta; turistlerin sosyo-demografik özellikleri, ikinci grupta turistlerin harcamalarına ilişkin alan araştırmasına özgü sorulardan oluşmaktadır. Alınan verileri SPSS (Statistical Package for Social Sciences) programı ile değerlendirilmiştir. Değişkenler arasındaki bağlantının değerlendirilmesinde, çapraz tablolar elde edilmesinde Chi square (Ki-Kare) testi kullanılmıştır. Test ile kesikli değişkenlerin dağılımlarının diğerlerinden farklılıkları belirlenmeye çalışılmıştır. İki ve ikiden fazla bağımsız gruplar arasındaki kesikli değişkenlere ait sayımlar karşılaştırılmıştır. Hesaplanan ki-kare değeri ile teorik ki-kare değeri arasındaki farkı basitleştirmek amacı ile dört göznlü düzenlerde genelde Yates düzeltmesinin yapılması tavsiye edilmektedir. Hücrelerin her biri için "gözlenmiş değer-beklenen değer" farkından 0,5 değerinin çıkartılmasıyla hesaplama işlemi yapılacaktır (Kılıç, 2016: 180). Gözlemlenen frekanslar (GF) ile beklenen frekanslar (BF) arasında görülen farkların istatistiksel bakımdan anlamlı olup olmadığını temel almaktadır (Pagano, 1993: 311).

Çalışma evreni Kütahya'dır. Kütahya'da termal turizm etkinliklerinden faydalanan turistler ile bölgesel paydaşlar çalışmanın örnekleimidir. Kütahya Kültür Turizm Müdürlüğü verilerine göre 2020 yılında Kütahya'ya 479.292 turist ziyaret etmiştir. Pandemi koşullarına rağmen turist sayısı bir önceki yıla göre yüzde 20 artış göstermiştir. Çalışmada, veriler olasılığa dayalı olmayan örnekleme tekniklerinden kota örnekleme yöntemi ile elde edilmiştir. Yoncalı Fizik Tedavi Hastanesinde tedavi olan hastalar ve 18 yaşından küçükler de anket kapsamı dışında tutulmuştur. Bu yüzden çalışma evreni küçüktür. Katılımcılara yollanan 300 ankette 256'sından geri dönüşüm sağlanmış, kalan 44 tanesi ise içerisinde tutarsız seçeneklerin işaretlenmesi ve soruların bazılarının boş bırakılması gibi nedenlerden iptal edilmiştir. Turistler genellikle yaz aylarında

yöreye gelmektedirler. Diğer dönemlerde ziyaretlerin nispeten az olması sebebiyle bu aylarda gelenler dikkate alınmıştır. Anket sonuçları bütün turistleri genellememektedir. Bir başka kısıtta formlarda istenilen bilgiyi verilmeye istekli olunmamasıdır.

Bu bağlamda, çalışma alanı içerisinde bazı değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koymak için, hipotezler ortaya konulmuştur. Bunlar;

H1:Kütahya iline gelen ziyaretçilerin cinsiyeti ile turizm faaliyetleri arasında ilişki bulunmaktadır.

H2: Kütahya ilini ziyaret edenlerin yaşları ile konaklama yapılan yer arasında ilişki bulunmaktadır.

H3: Ziyaretçilerin geceleme yapılan yerin türüne göre konaklama yaptıkları yerler arasında ilişki bulunmaktadır.

H4: Ziyaretçilerin Cinsiyet ve geceleme yapılan yerin türü arasında ilişki bulunmaktadır.

H5: Ziyaretçilerin cinsiyeti ile il dışındaki şehirleri de kapsamaları arasında ilişki bulunmaktadır.

H6: Ziyaretçilerin eğitim durumları ile geceleme yapılan yerin arasında ilişki bulunmaktadır.

Sonuçlara göre hipotezler oluşturularak ki-kare test analizi yapılmıştır.

**Tablo 2:** Ankete Katılan Turistlerin Demografik Özellikleri

Sayı / Oran	Grup	Frekans	% Yüzde
<b>Demografik Özellikler</b>			
Milliyetiniz	T.C.	246	96,9
	Diğer	8	3,1
İkamet Edilen Ülke	Türkiye	245	96,5
	Diğer	9	3,5
Cinsiyet	Kadın	98	38,6
	Erkek	157	61,4
Yaşınız	18-25	28	11
	26-30	121	47,6
	31-35	29	11,4
	36-45	36	14,2
	46 ve üzeri	40	15,7
Eğitim Durumunuz	Eğitimsiz	33	13
	İlkokul	44	17,3
	Lise	121	47,6
	Lisans	45	17,7
	Lisansüstü	11	4,3
Gelir Düzeyiniz	2.000 Tl altı	61	24
	2.000+3.000 tl	125	49,2
	3.000.-5.000 tl.	11	4,3
	5.000-9.000 tl.	23	9,1
	9.001 Tl ve üzeri	34	13,4
Medeni Haliniz	Evli	100	39,5
	Bekar	154	60,5
Meslek	İşveren	19	7,5
	Kendi işi	137	53,9
	Memur	38	15
	İşçi	17	6,7
	Emekli	15	5,9
	İşsiz	23	9,1
	Diğer	5	2

Katılımcıların demografik verileri incelendiğinde milliyetlerine göre % 96,9'u 246 kişi TC vatandaşı, %3,1'i 8 kişisi diğer milletlerdendir. Diğer milletlerden 9 kişiden 7'si Türk olup Hollanda ve Almanya'da yaşayan ve tatillerini ilde geçiren ziyaretçilerdir. Kalan 2 turist Suriyeli ve İranlıdır. İranlı turist İran'da yaşamakta olup merkez ilçede ikamet ettiğini, yılın belli

zamanlarında Türkiye'ye geldiğini ifade etmiştir. Yüzdeler oranı ile yerli turistlerin tercih ettiği, yabancı turistler ise oldukça az oranda katıldığı gözlemlenmektedir.

Katılımcılar, ikamet ettikleri ülkelere göre % 96,5'u 245 kişi Türkiye, % 3,5 ise 9 kişi diğer ülkeler olarak dağılmaktadır. Sonuç olarak, katılımcıların çoğunluğunu erkekler azını kadınlar oluşturmaktadır. Buna karşılık yapılan araştırmalarda, turizm tüketim ve aktivitelere katılma konusuna kadınların erkeklere nazaran daha fazla eğilimli oldukları belirlenmiştir. (Richards, 2001b:40). Çalışmada kadın ve erkek ziyaretçiler arasında oldukça ayrımlı sonuç çıkmaktadır. Kadınların seyahat etme konusunda daha az istekli oldukları sonucuna ulaşılmaktadır.

Katılımcıların yaşları incelendiğinde, % 47,6'sı 121 kişi 26-30 yaş, % 15,7'si 40 kişi 46 ve üzeri, % 14,2'si 36 kişi 36-45 yaş, % 11,4'ü 29 kişi 31-35 yaş ve % 11'i 28 kişi 18-25 yaş grubu olarak dağılmaktadır. Grupta en yüksek yaş 26-30 yaş olmakta, 46 yaş üzeri ise düşük oranda tercih etmektedir. Termal turizmin genelde önemli bir potansiyelini oluşturan ve bunların üçüncü yaş grubu olarak adlandırılması, emekli olmaları, boş zamanlarının çok olmasına karşılık ile gelme oranları nispeten azdır. Bu durum emekli maaşlarının düşüklüğü ve gezme alışkanlıklarının azlığı olarak açıklanabilir.

Eğitim durumuna bakıldığında katılımcıların % 47,6'sı 121 kişi lise, % 17,7'si 45 kişi lisans, % 17,3'ü 44 kişi lise, % 13'ü 33 kişi hiç eğitim almamış, % 4,3'ü 11 kişi ise yüksek lisans ve doktoralı olarak dağılım göstermektedir. Sonuçlara göre yüzde olarak en yüksek grubu lise mezunları oluşturmaktadır. Ziyaretçilerin eğitim seviyesinin yükselmesi ile gezi ve kültürleri tanıma isteklerinin paralel olarak arttığı gözlemlenmektedir.

Gelir düzeyine göre katılımcıların % 49,2'si 125 kişi 2001-3.000 TL, % 24'ü 61 kişi 2000 TL ve altı, % 13,4'ü 34 kişi 9.001 TL ve üstü, % 9,1'i 23 kişi 5.001-9.000 TL ve % 4,3'ü 11 kişi 3.001-5.000 TL olarak dağılmaktadır. Turistlerin yarısının gelir düzeyleri 2.00-3.000 TL arasındadır. Bu tutar neredeyse o tarihteki asgari ücret düzeyine yakındır. İle gelen turistler orta gelir grubunun özelliklerini temsil etmektedir.

Medeni durumuna göre katılımcıların % 60,5'u 154 kişi evli, % 39,5'i 100 kişi bekâr olarak dağılım göstermektedir. Buna göre evlilerin aileleriyle birlikte çoğunlukla akraba, arkadaş ziyaretleri için yapılmaktadır. Bekârların bölgeyi sosyal faaliyetlerin yetersiz olduğu düşüncesiyle tercih etmedikleri düşünülmektedir.

Mesleğe göre katılımcıların % 53,9'u 137 kişi kendi işi, % 15'i 38 kişi memur, % 9,1'i 23 kişi işçi, % 7,5'i 19 kişi işveren, % 6,7'si 17 kişi emekli, % 5,9'u 15 kişi emekli ve % 2'si 5 kişi diğer olarak görülmektedir. Ziyaretçiler içerisinde en yüksek oranı kendi işinde çalışanlar oluşturmaktadır. Memur ve işçilerin boş vakitleri ve tatil izin hakları olmasına rağmen ikinci sırada gelmektedirler.

**Tablo 3:** Ankete Katılan turistlerin *Seyahatleri İçin Gerekli Bilgiyi Sağladıkları Kaynakların Dağılımı*

Grup	Frekans	%Yüzde
Seyahat acentesi	32	12,6
Turizm bürosu	79	31,1
Arkadaş-akraba tavsiyesi	133	52,4
Turizm fuarı	9	3,5
Tv-gazete-dergi vb	63	24,8
Diğer	31	12,2

“Seyahatinizi için gerekli bilgiyi sağladığınız en önemli kaynak hangisidir?” sorusuna verilen yanıtlarda % 52,4 oranı 133 kişi ile arkadaş-akraba tavsiyesiyle, % 31,1 oranı 79 kişi turizm bürosu ile, % 24,8 oranı 63 kişi ile gazete-dergi-tv vb. ile % 12,6 oranı 32 kişi seyahat acentesi ve % 3,5 oranı 9 kişi ile turizm fuarı olduğu görülmektedir. Ziyaretçiler çoğunlukla eş dost akraba tavsiyesi üzerine ile gelmektedirler. İnternet günümüzde kullanılan en önemli iletişim aracı

olmasına karşılık oran oldukça düşük çıkmıştır. Kütahya'nın internet siteleri ve sosyal medyada çok fazla yer almadığını göstermektedir. Bu soruya birden fazla cevap verildiği için yüzde değerleri toplamı 100 den fazla çıkmaktadır.

**Tablo 4:** Ankete Katılan Turistlerin Seyahatlerinde Kütahya'yı Seçmelerindeki Amaçların Dağılımı

Grup	Frekans	% Yüzde
Tatil	78	30,7
Kültürel	119	46,9
Sportif ilişkiler	27	10,6
İş ilişkileri	12	4,7
Akraba-arkadaş ziyareti	34	13,4
T toplantı-konferans	8	3,1
Alışveriş	28	11
Eğitim-öğretim	12	4,7
Dini	26	10,2
Çalışma	12	4,7
Sağlık tedavisi	74	29,1
Ticari	20	7,9
Transit	10	3,9
Diğer	10	3,9

“Bu seyahatinizde Kütahya'yı seçmenizdeki en önemli amaç nedir?” sorusuna verilen cevaplarda % 46,9 oranı 119 kişi ile kültürel, % 30,7 oranı 78 kişi ile tatil, % 29,1 oranı 74 kişi ile sağlık tedavisi olma, % 13,4 oranı 34 kişi akraba-arkadaş ziyareti, % 11 oranı 28 kişi ile alışveriş yapma, % 10,6 oranı 27 kişi sportif faaliyetler, % 10,2 oranı 26 kişi dini amaçlı, % 7,9 oranı 20 kişi ticaret, % 4,7 oranı 12 kişi işi nedeniyle, eğitim-öğretim ve çalışma, % 3,9 oranı 10 kişi transit, diğer, % 3,1 oranı 8 kişi ise toplantı-konferans şeklinde dağılım göstermektedir. Kütahya'ya gelen turistler genelde kültürel faaliyetler nedeniyle gelmektedir. Sağlık turizmi için gelen turistler üçüncü yüksek grubu oluşturmaktadır. İl kültürel özellikleriyle termal turizmin çeşitlendirilmesi uygun olacaktır. Termal kaplıcaların tercih edilmesi ilin termal turizm potansiyelini açıklamaktadır. İş için ziyarete gelenler düşük kalmış ve diğer grubunda toplanmıştır. Bu soruya da birden fazla cevap verildiği için yüzde değerleri toplamı 100 den fazla çıkmaktadır.

**Tablo 5:** Ankete Katılan Turistlerin Seyahat Organizasyonunu Gerçekleştirme Seçeneklerinin Dağılımı

Gruplar	Frekans	% Yüzde
Bireysel	234	92,1
Paket tur	20	7,9
<b>Toplam</b>	<b>254</b>	<b>100</b>

“Seyahatinizi nasıl organize ettiniz?” sorusuna % 92,1 oranı 234 kişi bireysel, % 7,9 oranı 20 kişi paket tur şeklinde cevabını vermişlerdir. İl için paket tur seçenekleri oldukça azdır. Büyük seyahat acenteleri programlarında il destinasyonu olarak fazla yer almamaktadır.

**Tablo 6:** Ankete Katılan Turistlerin Toplam Seyahat Süreleri (Yol Dahil Gün Sayısı)

Gruplar	Frekans	Ortalama	Standard. Sapma
Toplam seyahat süresi (yol dahil)	254	4,1890	2,745

“Toplam seyahat süreniz yol dahil kaç gündür?” sorusuna verilen yanıtlara göre ortalama süre 4 gün olarak görülmektedir. Turizm ve Kültür Bakanlığı verilerine göre ocak ile eylül 2020 tarihleri arasında ortalama kalış süresi; yerli ziyaretçiler 1,9 gün, yabancı ziyaretçiler ise 3,2 gün tüm ziyaretçiler 2,3 gün olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların kalış süresi 4,189 olarak görülmüştür. Bu değer ortalamanın üstündedir.



**Tablo 7:** *Ankete Katılan Turistlerin Seyahatlerinde, Kütahya Dışında Başka Şehirleri de Kapsaması*

Gruplar	Frekans	%Yüzde
Evet	86	33,9
Hayır	168	66,1
<b>Toplam</b>	<b>254</b>	<b>100</b>

“Bu seyahatiniz Kütahya dışındaki şehirleri kapsıyor mu?” sorusuna % 66,1 oranı 168 kişi hayır, % 33,9 oranı 86 kişi evet olarak cevaplamıştır. Bu ziyaretlerin başka illeri de kapsaması, yakın illere gelen turistlerin bu ziyaretlere katılması, Kütahya’nın yol güzergahları üzerinde olması, ilin kültürel özellikleri, termal suların tedavi edici özellikleri de ankete katılanlar tarafından ifade edilmiştir. Hayır cevabı verenler ulaşım zorluğu ve kış şartlarını öne sürmüşlerdir.

**Tablo 8:** *Ankete Katılan Turistlerin Kalış Sırasına Göre En Az Bir Geceleme Yaptıkları Yerlerin Dağılımı*

Gruplar	Frekans	% Yüzde
Kütahya/Merkez	75	29,5
Emet	42	16,5
Simav	35	13,8
Ilıca	37	14,6
Yoncalı	48	18,9
Hisarcık	11	4,3
Tavşanlı	16	6,3
Gediz	18	7,1
Diğer	5	2

“Kalış sırası bakımından en az bir geceleme yapılan yerleridir, belirtiniz?” sorusuna verilen cevaplarda % 29,5 oranı 75 kişi Merkez, % 18,9 oranı 48 kişi Yoncalı’da, % 16,5 oranı 42 kişi Emet’te, % 14,6 oranı 37 kişi Ilıca’da, % 13,8 oranı 35 kişi Simav’da, % 7,1 oranı 18 kişi Gediz’de, % 6,3 oranı 16 kişi Tavşanlı’da, % 4,3 oranı 11 kişi Hisarcık’ta turizm faaliyetinde bulunmuşlardır. Merkez ilçenin tercih edilmesi yol üzerinde yer alması, ticari faaliyetlerde bulunmak üzere gelmesi veya alternatif turizm türleriyle birleştirilebilmesi gibi seçenekler bulunmaktadır. İlin bazı ilçeleri merkez ilçeye ve anayollara uzak konumdadır. Termal turizm merkezlerine ulaşım için yeni karayolları yapımı devam etmekte olup, bittiğinde ulaşım kolaylaşacaktır. Bu soruya birden fazla cevap verildiği için yüzde değerleri toplamı 100 den fazla çıkmaktadır

**Tablo 9:** *Ankete Katılan Turistlerin Konakladıkları Toplam Gece Sayısı*

Gruplar	Frekans	%Yüzde
1 gece	34	13,4
2 gece	56	22
3 gece	53	20,9
4 gece	26	10,2
5 gece	25	9,8
6 gece	8	3,1
7 gece	18	7,1
8 gece	8	3,1
9 gece ve üzeri	26	10,2
<b>Toplam</b>	<b>254</b>	<b>100</b>

“Konaklanan gece sayısı toplamı nedir?” sorusuna verilen cevaplarda % 22 oranı ile 56 kişi 2 gece, % 20,9 ile 53 kişi 3 gece, % 13,4 ile 34 kişi 1 gece, % 10,2 ile 26 kişi 4 gece, % 10,2 ile 9 gece ve üzeri, % 9,8 25 kişi 5 gece, %3,1 8 kişi 6 ve 8 gece yer almaktadır. Termal turizmin özelliklerinden birisi de diğer turizm türlerine göre daha uzun kalma durumudur.

**Tablo 10:** Ankete Katılan Turistlerin Konaklama Yaptıkları Yerlerin Türü

Gruplar	Frekans	%Yüzde
Otel, Motel	164	64,6
Kamp, Karavan	9	3,5
Pansiyon, Ev Pansiyonu, Kiralık Ev	80	31,5
Tatil Köyü	2	0,8

“Konaklama yapılan yerin türü?” sorusuna % 64,6 oranı 164 kişi otel, motel, % 31,5 oranı 80 kişi kiralık ev, pansiyon, % 3,5 oranı ile 9 kişi karavan, kamp, % 0,8 oranı ile 2 kişi tatil köyü olarak cevabı verilmiştir. Otel ve motel en çok tercih edilen seçenek olmuştur. İlde beş yıldızlı konaklama tesisi bulunmamaktadır. Kütahya Emet ilçesinde ilk ve tek beş yıldızlı otel olarak açılan tesis, bulunduğu bölgenin turizm potansiyeli nedeniyle standardını koruyamamıştır. Karavan Turizmi: turizm gelirini artırmaya yönelik projelerden biri olarak kabul edilmektedir. Karavan Park Projesi, Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın öncülüğünde Kütahya ili rotaları tespit edilmiş olup, bu çalışma henüz proje halindedir. Kamp ve karavan turizmi bölgede gelişme aşamasındadır.

**Tablo 11:** Ankete Katılan Turistlerin Ortalama Harcama Kategorileri ve Harcama Tutarları

HARCAMALAR (TL)								
	0-500	501-750	751-1000	1001-1500	1501-2000	2001-2500	2501 VE ÜZERE	ORTALAMA HARCAMA (TL)
Yemek-İçmek	159	22	10	10	4	3	0	23.511
Konaklama	124	23	20	21	3	3	12	42.360
Sağlık	201	1	0	5	1	0	0	41.750
Ulaştırma	205	0	0	1	2	0	0	102.307
Kültür ve Eğlence	204	0	3	0	0	0	1	59.375
Şehir İçi Tur Hizmet	208	0	0	0	0	0	0	10.090
Diğer Mal ve Hizmet	177	15	11	0	3	0	2	19.193
İl Dışına Götürmek İçin Alınan mallar	198	4	4	0	0	1	1	73.217
Ortalama Harcama								371.803

“Kütahya’ya seyahatiniz süresince yaptığınız harcamalarınızı belirtiniz?” sorusuna verilen cevaplara göre ortalama değerlere göre ortalama harcama kategorileri aşağıdaki gibidir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre göre 2020 Ocak-Eylül arasında turizm gelirinin harcama kalemlerine göre dağılımına bakıldığında toplam harcamalar içerisinde yemek içmek % 22,9 konaklama % 10,3 sağlık % 4,2 ulaştırma Türkiye içi % 7, kültür, spor, eğitim % 1,0 tur hizmeti % 0,3 yerli uluslararası ulaştırma % 15,8, cep telefonu dolaşım harcaması % 0,4 marina hizmet harcamaları % 0,2 diğer mal ve hizmetlerde 19,8 giyecek-ayakkabı % 12,4 hediyelik eşya % 3,7 halı, kilim vb % .0,2 diğer harcamalar % 3,4, paket tur harcamaları ile ülkemize kalan bölüm olarak açıklanmıştır. Buna göre veriler ülke verilerine göre farklılık göstermektedir. Bakanlık verilerine göre 2020 Ocak-Eylül arasında, ortalama turizm harcamaları, kişi başı ortalama turizm harcaması 724 \$, yabancılar için 680 \$, yurtdışında yaşayan ülke vatandaşları için 886 \$ olarak hesaplanmıştır. Katılımcı verilerine göre Kütahya’da yerli turistlerin ortalama harcamalarının 371,803 TL olarak tespit edilmiştir. Ortalama harcama içerisindeki en yüksek payı ulaştırma harcama kalemi 102,31 TL. yer almaktadır. İkinci sırada il dışına götürmek için alınan mallar yer almaktadır. Anket dışı sorularda ziyaretçiler hediyelik eşyaların büyük çoğunluğu, çini ve seramik eşyalarla, organik gıda ürünleri yer almaktadır.

**Tablo 12:** *Ankete Katılan Turistlerin İkamet Ettikleri Ülke Standartlarına Göre Gelir Düzeyleri*

Gruplar	Frekans	%Yüzde
Düşük	52	20,5
Orta	159	62,6
Ortanın üzeri	31	12,2
Yüksek	12	4,7
Toplam	254	100

“İkamet ettiğiniz ülke standartlarına göre, hangi gelir düzeyinde olduğunuzu düşünüyorsunuz?” sorusuna verilen cevaplara bakıldığında % 62,6 oranı 159 kişi orta, % 20,5 oranı 52 kişi düşük, % 12,2 oranı ile 31 kişi ortalamanın üzerinde ve % 4,7 oranı ile 12 kişi ortalamadan yüksek olarak ifade etmişlerdir. Sonuçlara göre ortalama gelire sahip olan turistler ili daha çok tercih etmektedirler.

**Tablo 13:** *Ankete Katılan Turistlerin Kütahya’da Gelir Elde Etme Durumları*

Gruplar	Frekans	%Yüzde
Hayır	216	85,0
Evet	38	15,0
Toplam	254	100,0

“İlimizde herhangi bir gelir elde ettiniz mi?” sorusuna % 85 oranı 216 kişi ile hayır, %15 oranı 38 kişi evet cevabını vermişlerdir.

**Tablo 14:** *Ankete Katılan Turistlerin Kütahya’da Gelir Elde Etme Durumunda Tutarın Dağılımı*

Gruplar	Frekans	%Yüzde
Kazanmadım	214	84,3
501-1000 TL	32	12,6
2500 TL ve üstü	8	3,1
Toplam	254	100

“İlimizde gelir elde ettiyseniz miktarını belirtiniz?” sorusuna % 84,3 214 kişi 0 TL, %12,6 32 kişi 501-1000 TL, %3,1 8 kişi 2500 TL ve üstü yanıtını vermişlerdir.

**Tablo 15:** *H1.Cinsiyet ile turizm faaliyetleri arasında ilişki bulunmaktadır.*

		Cinsiyet		Toplam	
		Erkek	Kadın		
		90	143	234	
<b>Bu seyahati nasıl organize ettiniz</b>	Bireysel	Bu Seyahati Nasıl Organize Ettiniz?	38,5%	61,1%	100,0%
	Paket Tur	Bu Seyahati Nasıl Organize Ettiniz?	7	13	20
		97	156	254	
<b>Toplam</b>		Bu Seyahati Nasıl Organize Ettiniz?	38,2%	61,4%	100,0%

**Tablo 16:** *H1 Ki Kare Testi Sonuçları*

	Değer	Serbestlik derecesi	P değeri
Pearson Ki Kare	189, <sup>a</sup>	2	910,
Olasılık Oranı	268,	2	875,
Linear-by-Linear Association	048,	1	826,
Örnekleme Sayısı	254		

Katılımcıların cinsiyetlerine bakımından seyahati organize etme şekilleri ki-kare testi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre katılımcıların cinsiyetlerine göre seyahati organize

etme şekilleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı anlaşılmaktadır.  $p>0,05$

**Tablo 17:** H2 Katılımcıların yaşları ile konaklama yapılan yer arasında ilişki bulunmaktadır.

		Yaş					Toplam
		18-25	26-30	31-35	36-40	ve 41 üzeri	
Konaklama Yapılan Yer İlçe	Evet	17	5	2	5	8	37
	Konaklama Yapılan Yer İlçe	45,9%	13,5%	5,4%	13,5%	21,6%	100,0%
Hayır		11	116	27	31	32	217
	Konaklama Yapılan Yer İlçe	5,1%	53,5%	12,4%	14,3%	14,7%	100,0%
Toplam		28	121	29	36	40	254
	Konaklama Yapılan Yer İlçe	11,0%	47,6%	11,4%	14,2%	15,7%	100,0%

**Tablo 18:** H2 Ki Kare Testi

	Değer	Serbestlik Derecesi	P değeri (iki taraflı)
Pearson Ki Kare	60,833 <sup>a</sup>	4	000,
Olasılık Değeri	48,109	4	000,
Linear-by-Linear Association	1,605	1	205,
Örnekleme Sayısı	254		

Katılımcıların yaşlarına göre konaklama yaptığı yerler arası ki-kare testi ile değerlendirilmiştir. Katılımcıların yaşları ile konaklama yaptıkları yerler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır  $p<0,05$ .

**Tablo 19:** H3 Katılımcıların geceleme yapılan yerin türüne göre konaklama yaptıkları yerler arasında ilişki bulunmaktadır.

		Yaş					41 ve üzeri	Toplam
		18-25	26-30	31-35	36-40			
Geceleme Yapılan Yerin Türü	Evet	9	36	5	9	21	80	
	Pansiyon Ve Pansiyon Kiralık Ev	11,3%	45,0%	6,3%	11,3%	26,3%	100,0%	
Hayır		19	85	24	27	19	174	
	Geceleme Yap. Yer	10,9%	48,9%	13,8%	15,5%	10,9%	100,0%	
Toplam		28	121	29	36	40	254	
	Geceleme Yapılan Yerin Türü Pansiyon veya Pansiyon Kiralık Ev	11,0%	47,6%	11,4%	14,2%	15,7%	100,0%	

**Tablo 20:** H3 Ki Kare Testi

	Değer	Serbestlik Derecesi	P değeri (2 taraflı)
Pearson Ki kare	11,790a	4	019,
Olasılık Değeri	11Ta,506	4	021,
Linear-by-Linear Association	2,929	1	087,
Örnekleme Sayısı	254		

Katılımcıların geceleme yaptıkları yerlerin türüne göre konaklama yaptıkları yerler ki-kare testi ile değerlendirilmiştir. Geceleme yapılan yerlerin türlerine göre konaklama yaptıkları yerlerin istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır  $p<0,05$

**Tablo 21:** *H4 Cinsiyet ve geceleme yapılan yerin türü arasında ilişki.*

		Cinsiyet		Toplam
		Erkek	Kadın	
		1	1	2
Geceleme yapılan yerin türü tatil köyü	evet	50,0%	50,0%	100,0%
	hayır	38,1%	61,5%	100,0%
Toplam		97	156	254
		38,2%	61,4%	100,0%

**Tablo 22:** *H4 Ki Kare Testi*

	Değer	Serbestlik Derecesi	P değeri
Pearson Chi-Square	124, <sup>a</sup>	2	940,
Olasılık Değeri	129,	2	938,
Linear-by-Linear Association	124,	1	725,
Örnekleme Sayısı	254		

Cinsiyetine göre tatil köyü tercih etme durumu ki-kare testi ile değerlendirilmiştir. Cinsiyetine göre tatil köyü tercih etme durumunda istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olmadığı anlaşılmaktadır  $p>0,05$ .

**Tablo 23:** *H5 Katılımcıların cinsiyeti ile il dışındaki şehirleri de kapsamı arasında ilişki mevcuttur.*

		Cinsiyet		Toplam
		Erkek	Kadın	
		35	50	86
Bu seyahatiniz ilimiz dışında ki şehirleri de kapsıyor mu?	evet	40,7%	58,1%	100,0%
	hayır	36,9%	63,1%	100,0%
Toplam		97	156	254
		38,2%	61,4%	100,0%

**Tablo 24:** *H5 Ki Kare Testi*

	Değer	Serbestlik Derecesi	P değeri
Pearson Ki Kare	2,395 <sup>a</sup>	2	302,
Olasılık Değeri	2,608	2	271,
Linear-by-Linear Association	047,	1	828,
Örnekleme Sayısı	254		

Cinsiyete göre seyahat diğer illeri de içerme durumu ki-kare testi ile analiz edilmiştir. Cinsiyete göre seyahatin diğer illeri kapsama durumuna istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı anlaşılmaktadır  $p>0,05$ .

**Tablo 25:** H6 Katılımcıların eğitim durumları ile geceleme yapılan yerin arasında ilişki

		Eğitim durumu					Toplam	
		Eğitimsiz	İlköğretim	Lise	Lisans	lisansüstü		
		1	0	1	0	0	2	
<b>Geceleme Yapılan Yerin Türü</b>	Evet	Geceleme Yapılan Yerin Türü	50,0%	0,0%	,50 %	0,0%	0,0%	100,0%
		Yapılan Tatil Köyü	32	121	43	45	11	252
<b>Tatil Köyü</b>	Hayır	Geceleme Yapılan Yerin Türü	12,7%	48,0%	,17 %	17,9%	4,4%	100,0%
		Yapılan Tatil Köyü	33	121	44	45	11	254
<b>Toplam</b>		Geceleme Yapılan Yerin Türü	13,0%	47,6%	,17 %	17,7%	4,3%	100,0%

**Tablo 26:** H6 Ki Kare Testi

	Değer	Serbestlik Derecesi	P değeri(2 taraflı)
Pearson Ki Kare	4,772 <sup>a</sup>	4	311,
Olasılık Oranı	4,853	4	303,
Linear-by-Linear	498,	1	481,
Örnekleme Sayısı	254		

Eğitim durumuna göre tatil kötü tercih etme durumu ki-kare testi ile değerlendirilmiştir. Eğitim durumuna ile tatil yeri tercih etme durumu istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı anlaşılmaktadır.  $p>0,05$ .

## 5. Sonuç

Bu çalışmada Kütahya'ya gelen turistlerin özellikleri ve harcamalarına dair bilgiler edinmek ve bölgesel kalkınma açısından ekonomideki rolünü belirlemeye yönelik anket yöntemi ile veriler toplanmaya çalışılmıştır. Kütahya'ya gelen turistlerin demografik bilgileri incelendiğinde, 26-30 yaş arasında grubun yüksek olması, katılımcıların genellikle eğitim durumunun lise mezunu ve yarısına yakınının 2000-3000 TL gelir elde ettiği ve meslek bakımından değerlendirildiğinde kendi işyeri sahipleri olduğu tespit edilmiştir. Ankete katılan turistler büyük çoğunluğu T.C. vatandaşı oluştururken yabancı turistlerin bölgeyi fazla tercih etmedikleri görülmektedir. Turistlerin Kütahya'ya gelmek için bilgi aldığı en önemli kaynaklar arkadaş/akraba tavsiyesi, turizm bürosu ve Tv-gazete-dergi vb dir. Kütahya'nın bir kültür ve tatil destinasyonu olarak görülmesi amacıyla ziyaret edilmesi bölgenin turizm potansiyelinin bir göstergesidir. Veriler ile Turizm Bakanlığı verileri ile karşılaştırıldığında turistlerin seyahat sürelerinin bölgede fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bölgeye gelen turistler seyahati bireysel organize etmişlerdir. Kütahya'ya gelen turistlerin seyahatlerini başka illeri kapsama oranı düşüktür. Turistlerin konaklama tercihlerinde birinci sırada otel, ikinci sırada pansiyon yer almaktadır. Kütahya'ya gelen turistlerin 2020 yılında ortalama kişi başına harcamalarının 371.803 TL olduğu ve bu paranın yaklaşık % 28 ulaştırma Hizmetlerine, % 20'si il dışı götürülen mallara, % 11'i konaklama ve sağlığa, % 7'si yeme ve içmeye, % 5'i kültür ve eğlenceye, % 7'sini ulaştırmaya % 5'sini ise diğer mal ve hizmetlere, % 2'si ise şehir içi tur hizmetine ayırdıkları görülmektedir. Yeme-içme kaleminin alt sıralarda olması da Kütahya mutfak kültürünün tanıtılmadığı anlamına gelmektedir.

Arzın yüksek olmasına rağmen talep düşük olduğundan, bölge kalkınmasından termal kaynaklardan istenilen düzeyde yararlanılmadığı görülmektedir. Kütahya ili, sanayileşme hamlesini beklenen düzeyde gerçekleştirememiştir. Komşu şehirlerle aralarındaki gelişmişlik farklarını azaltabilmek için, bölgenin sahip olduğu termal turizm kaynakları önemli rol oynayabilecek potansiyele sahiptir. Kütahya'da çok fazla sayıda termal kaynak bulunmaktadır. Ancak bu zenginlikten daha fazla yararlanmanın koşulları henüz oluşturulamamıştır. Bölgede yer alan tesisler ziyaretçilere konaklama, termal sağlık uygulamaları, rekreasyon hizmetlerini uluslararası standartlarda sunamamaktadırlar. Uluslararası standartlarda termal tedavi hizmeti için

tesislerin fiziksel nitelikleri ve yasal mevzuatlarda aranan özelliklere uyumun sağlanması gerekmektedir. Bölgedeki tesisler, geleneksel kaplıca/hamam olarak kullanılmaya devam edilmektedir. Tesislerin günümüz termal turizm şartlarına uygun hale getirilmesi hizmet vermesi sağlanmalıdır. Fiziksel nitelik artırılırken çalışanların niteliği de artırılmalıdır. Mevcut durumda istihdam edilenler personelin sektörün ihtiyacına uygun özellikte olmadığı izlenmiştir. Tesislerde sağlık turizmüne uygun uzman hekim ile sağlık personeli istihdam edilmemektedir. Bölgede yer alan termal tesislerin katma değer yaratacak tedavi merkezlerine dönüştürülmesi için bu anlamda istihdama ve fiziksel gerekliliğe hazır hale getirilmelidir. Bölgede doğru bir planlama ile fiziksel yapılarında modernizasyon en kısa zamanda sağlanmalıdır. Bunun yanında bölgede, devletin imar planları ile yatırım politikalarının termal turizm hareketliliğine paralellliği uyumlu olmalıdır. Bölgenin turistlerin farklı taleplerine cevap verebilecek bir dönüşüme girmesi gerekmektedir. Özellikle sosyal faaliyetlerin turistlerin beklentilerine uygun şekilde düzenlenmelidir. Kütahya merkez de bir ölçüde sağlanan bu ihtiyacın diğer bölgelerinde de çalışmasının planlanması yapılmalıdır. Bütün bu özelliklerin yanı sıra bölgenin turizm potansiyelinin basın yayın ve sosyal medya aracılığı ile tanıtımı yapılmalıdır.

Anket dışı görüşmelerde, termal turizmin kalkınma sorunlarında rekabetçi bir üstünlük yaratabileceği konusunda pozitif yaklaşmamışlardır. İlin termal kaynakları, iklimi ve bitki örtüsü turizme elverişli olmasına rağmen, termal turizm faaliyetlerinin uluslararası ve ulusal çapta konumunun tanınmadığı belirtilmiştir. Turizm hareketliliğinin artırılmasıyla, diğer sektörler de daha aktif kullanılacak ve bu sektörler de kalkınabilecektir. Bu görüşler çerçevesinde var olan alternatif turizm potansiyeli etkinlik kazandığında ekonomik ve sosyal kalkınmada stratejik rol oynayabilecektir.

#### Kaynakça

- Apergis, N. & Payne, J. E. (2012). Tourism and growth in the Caribbean – evidence from a panel error correction model. *Tourism Economics*, 18(2), 449–456.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2008). *Turizm Ekonomisi*. Ankara:Detay Yayıncılık,
- Crompton, J. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Çalık, M. (2016). Kent dokusuna uygun alternatif çevresel ulaşımında bisiklet kullanımının sosyal fayda maliyet analizi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Afro-Avrasya Özel Sayısı-Special Number of Afro-Eurasia*: 330-346.
- Çeken H. (2008).Turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi üzerine teorik bir inceleme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10 (2), 293-306.
- Dilber, İ. (2007). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi üzerindeki etkisinin girdi-çıkı tablosu yardımıyla değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14 (2), 205-220.
- Durberry, R. (2002). The economic contribution of tourism in Mauritius. *Annals of Tourism Research*, 29( 3), 862–865.
- Durgun, A. (2006). *Bölgesel kalkınmada turizmin rolü: Isparta örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Filipović, B. (2003). *Mineralne, termalne i termomineralne vode Srbije*. Beograd: Udruženje Srbije:Banjskih i Klimatskih Mesta.
- Frechtling, D.C. (2006). The tourism satellite ac: Foundations, progress and issues. *Tourism Management*, 20(1), 163-170.
- Gülbahar, O. (2010). Turizmin bölgelerarası gelişmişlik farklarını gidermedeki rolü (Türkiye örneği). *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(1), 19-47.

- Günel, V. (2005). Mardin iline gelen yerli turistlerin profil ve turistik davranışlarını belirlemeye yönelik bir araştırma. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 3(2), 56-68.
- Kılıç, S.(2016). Ki-kare testi. *Journal of Mood Disorders (JMOOD)*, 6(3), 180-2.
- Kızıldemir, Ö. ve Sarıışık, M. (2018). Turist harcamalarının bölgesel kalkınmaya ekonomik etkileri: Adana örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 128-142.
- Özbek, T. (1991). Dünya'da ve Türkiye'de termal turizmin önemi. *Anatolia:Turizm Araştırmaları Dergisi, Termal Turizm Özel Sayısı*, 15-29.
- Pagano, M. & Gauvreau, K. (2018). *Contingency tables. Principles of Biostatistics*. USA: CRC Duxbury Press Wadsworth Inc.
- Parlaktuna İ. ve Dinçer E. (2019). Termal turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi: Eskişehir Uygulaması. *Seyahat ve Otel İşletmesi Dergisi*, 16(2), 259-273.
- Rapporto sul turismo in Toscana. La congiuntura. (2021, 5 Aralık). Retrieved from: [http://www.irpet.it/storage/eventoallegato/1599\\_Rapporto\\_Turismo\\_2014.pdf](http://www.irpet.it/storage/eventoallegato/1599_Rapporto_Turismo_2014.pdf).
- Richards, G. (1996). Production and consumption of european cultural tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 261-283.
- Scarlett, H.G.(2021). *Tourism recovery and the economic impact: a Panel Assessment Research in Globalization*,3 (2021) 100044: 1-11, Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2021.100044>.
- Selçuk, G.N. (2004). *Turizmin Erzurum ekonomisindeki yeri- Turizm uydu hesapları yöntemiyle incelenmesi* (Yayımlanmış Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Soykan, F. (2003). Coğrafi çevrenin turizm amaçlı değerlendirilmesinde turizm potansiyelini saptamanın önemi. *Ege Üniversitesi Coğrafya Bölümü Sempozyumları, 2. Coğrafi Çevre Koruma ve Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 16(18), 17-24.
- Tunçsiper, B. ve Yılmaz, Ö. G. (2009). Yerel ekonomik kalkınma sürecinin turizm sektörüne etkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24, 53-70.
- Ugolini, F., vd. (2020). Thermal tourism and geoheritage: Examining visitor motivations and perceptions. *Resources*, 9(5), 1-26.
- Unur, K. (2004). Turizmin ekonomik etkilerinin ölçülmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(4), 114-142.
- Ünlüönen, K. ve Tayfun, A. (2009). Turizmin Türkiye ekonomisindeki yeri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (27), 1-17.
- Zhang, S., vd. (2021). Would you enjoy virtual travel? The characteristics and causes of virtual tourists' sentiment under the influence of the COVID-19 pandemic. *Tourism Management*, 88, 1-13.