

**TURİZM YÖNÜYLE GELİŞMEKTE OLAN AFYONKARAHİSAR  
İLİNDE TURİST ALGISI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA  
(A Study on the Tourist Perception in the Province of  
Afyonkarahisar Undergoing Tourism Development)**

**Yrd. Doç. Dr. İsmail KERVANKIRAN**

*Süleyman Demirel Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fak., Coğrafya Bölümü.*

**Prof. Dr. Mehmet Ali ÖZDEMİR**

*Afyon Kocatepe Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fak., Coğrafya Bölümü.*

**ÖZET**

*Bu araştırmada, Afyonkarahisar iline gelen turistlerin, ilin turizmi hakkındaki görüşleri ele alınmıştır. Çalışmada, ilin turist profilini ortaya çıkararak ve turistlerin düşüncelerini belirleyerek, ilin turizm gelişimine katkıda bulunmak ve ilde yapılacak turizm planlamalarına yardımcı olmak amaçlanmıştır. Bu amaçla, Afyonkarahisar iline gelen turistlerin, ekonomik, sosyal ve demografik profillerini, ilin turizmi konusundaki düşüncelerini, ziyaret ettikleri mekânlarını, ilin turizminin daha iyi gelişmesi konusundaki görüşlerini belirlemeye yönelik olarak 352 turiste anket uygulaması yapılmıştır. Yapılan ankete göre, turistlerin Afyonkarahisar'a geldikleri için genelde memnun oldukları, bunun yanında ilin turizminin gelişmesi için; termal turizmin yanında yeşil alanların oluşturulması, nitelikli tesislerin artırılması ve tanıtıma önem verilmesi gerektiği sonucu ortaya çıkmıştır.*

**Anahtar Kelimeler:** *Afyonkarahisar, Turizm, Turizm Çekicilikleri, Turist Algısı.*

**ABSTRACT**

*In this study, the perceptions of tourists towards tourism have been evaluated in the province of Afyonkarahisar. The study aimed at contributing to the city's tourism development and tourism planning by identifying profiles and thoughts of the tourists. A survey was conducted over 352 tourists who visited Afyonkarahisar to investigate economic, social, and demographic profiles of the tourists along with the areas they usually visit in the city. Identifying the opinions of the tourists about the tourism and tourism development in the city was also targeted in the survey. The survey results indicate that the tourists are generally happy to visit Afyonkarahisar. As concluded in the study, more green areas should be created, high-quality tourism facilities should be increased in number, and more importance should be given to the promotion of tourism in order to develop tourism in the city.*

**Key Words:** Afyonkarahisar, Tourism, Tourism Attractions, Tourist Perception.

## GİRİŞ

Ülkemizde ilk olarak kıyı alanlarının kullanımıyla başlayan turizm hareketleri zamanla kültürel ağırlıklı ziyaretlerle, eko-turizm öncelikli sportif etkinliklerle çeşitlenmeye başlamıştır. Kıyıların yoğun kullanımı sonucunda doğal görünüm ve güzelliklerini yavaş yavaş yitirmeye başlaması, günümüz turist beklentilerinin farklılaşması, bireysel turizm isteminin artması, henüz keşfedilmemiş, özgürlüğünü koruyan yer ve değerlere olan ilginin ön plana geçmesi ve çevre bilincinin gelişmesi farklı turizm arayışlarını gündeme getirmiştir. Diğer bir anlatımla dünya turizmindeki değişme eğilimi ile standart turist tipinin ve turist beklentilerinin değişmesi turistik ürünlerde çeşitlenmeye gidilmesi gerekli kılmıştır. Turistik talep, gelir düzeyinin ve boş zamanların artması, gelişen teknoloji ile birlikte farklı alanlara yönelmeye başlamıştır. Farklı çekici özelliklere sahip destinasyonlar ve turizm faaliyetleri daha çok tercih edilir olmuştur (Emekli, 2005).

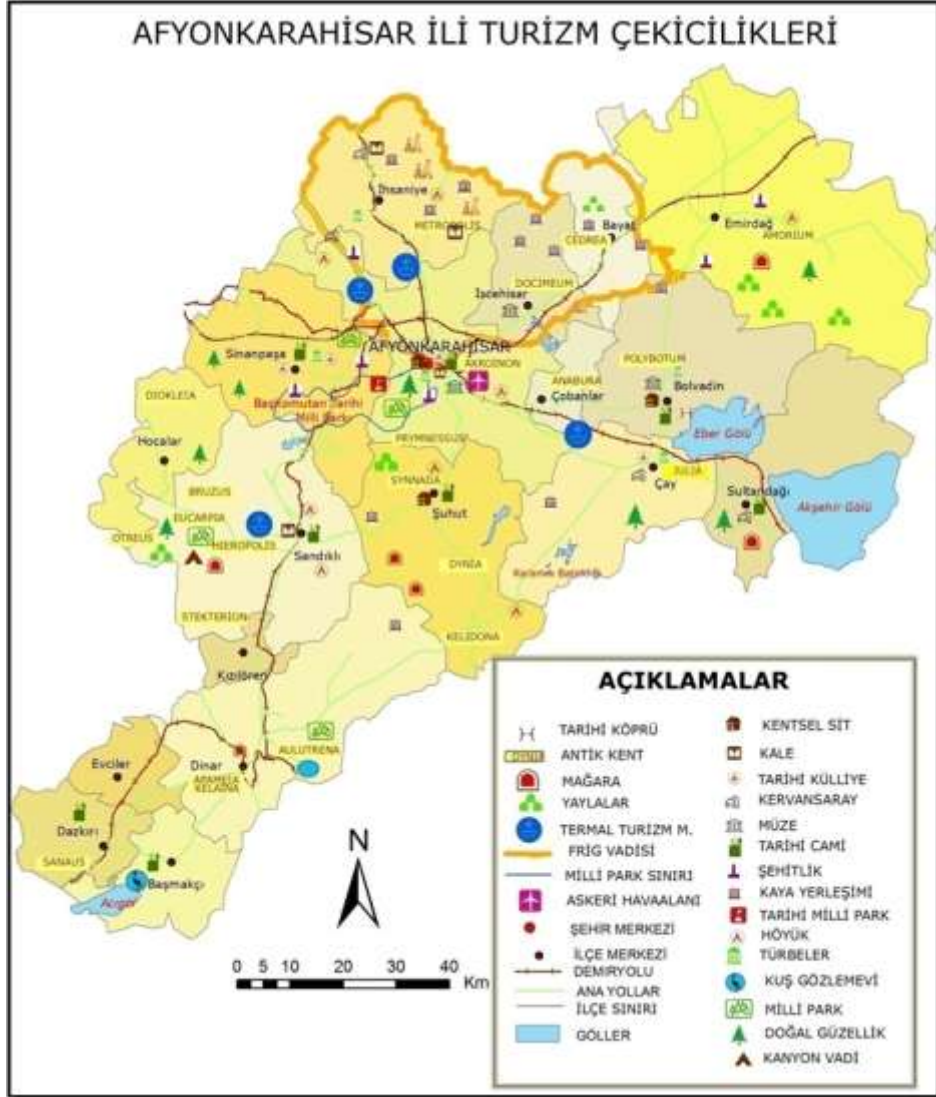
Çalışma alanı olan Afyonkarahisar ili, alternatif turizm içinde yer alan termal turizm yatırımlarının son yıllarda artış gösterdiği bir ildir. Afyonkarahisar ilinin, bulunduğu coğrafi konum özelliklerinden dolayı doğal ve kültürel turizm çekiciliklerinin zengin olması ve ulaşım imkânları bakımından ulaşılabilir olması turizm faaliyetlerinin gelişimine olumlu yönde etkisi olmuştur. Çalışma alanının turizm potansiyelinin yüksek olduğu görülmektedir. N-S ve NW-SE doğrultusunda uzanan fay hatları boyunca çıkan termal kaynaklar, çalışma alanının öncelikli turizm destinasyonlarıdır. Afyonkarahisar'da termal turizm kaynakları yanında kültürel turizm, eko-turizm, inanç turizmi, spor turizmi, kongre turizmi, yayla turizmi, savaş alanları turizmi gibi farklı turizm türlerine kaynak oluşturacak turizm değerleri bulunmaktadır (Şekil 1).

Çalışma alanındaki en önemli doğal çekicilikleri termal kaynaklar oluşturur ve bölgede Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın belirlediği dört termal turizm merkezi (Gazlıgöl, Ömer-Gecek, Sandıklı-Hüdayi ve Heybeli) bulunmaktadır (Şekil 1). Bölgede klasik hamam işletmeciliğinden, daha konforlu, modern ve içerisinde hem tatil hem de sağlık hizmeti veren termal turizm yatırımlarının her geçen gün arttığı

*TURİZM YÖNÜYLE GELİŞMEKTE OLAN AFYONKARAHİSAR İLİNDE TURİST ALGISI ÜZERİNE  
BİR ARAŞTIRMA*

görülmektedir. Bunların yanında klasik kaplıca işletmeciliğini devam ettiren tesisler de bulunmaktadır. Termal kaynakların yanında, diğer doğal çekicilikler ise, yaylalar, peribacaları, göller, mağaralar ve Akdağ Kanyonu oluşturmaktadır. Afyonkarahisar ili kültürel çekicilikler yönüyle de zengindir. “*Frig Vadisi*” diye bilinen ve Anadolu’nun en eski medeniyetlerinin yaşadığı bölgede; antik kalıntılar olan kaya yerleşmeleri, kaya anıtları, kiliseleri, mezar odaları ve doğal anıtlar olan peribacaları ile hâlâ gizemli ve etkileyici ortamıyla önemli kültürel turizm ürünleri bulunmaktadır. Afyon Kalesi, Afyonkarahisar Mevlevihanesi, Tarihi Afyonkarahisar Evleri, Büyük Taarruz ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı, Afyon Müzesi ve diğer müzeler, şenlikler, fuarlar, festivaller, sempozyumlar, yöresel yemek kültürü, halk oyunları, el sanatları çalışma alanının diğer kültürel turizm çekiciliklerini oluşturmaktadır (Kervankıran, 2011: 322).

Afyonkarahisar ilinde konaklama işletmeleri içerisinde en önde gelenler, termal oteller, kaplıca tesisleri, apart daireler, oteller, pansiyonlar ve villalardır. Termal otellerin yoğunlaştığı yer ise Ömer-Gecek Termal Turizm Merkezi’dir. Termal turistik tesisler özellikle son yıllarda artış göstermektedir. İlde şu anda Kültür ve Turizm Bakanlığı işletme belgeli konaklama tesislerinde 3.337, belediye belgeli kaplıca tesislerinde 5.077 ve belediye belgeli otellerde 3.120 yatak kapasitesi mevcut olup, ilin toplam yatak kapasitesi 11.534’dür. Yatırım belgeli konaklama tesisleri de (16 konaklama tesisi ve 9.385 yatak) hizmete açıldığında ildeki toplam yatak sayısı 20.919’a ulaşacaktır. Bu yatırımlarla birlikte Afyonkarahisar ili, yatak kapasitesi bakımından Türkiye’nin önemli turizm merkezlerinden bir haline gelecektir (Kervankıran, 2011: 322).



Şekil 1: Afyonkarahisar İli Turizm Çekicilikleri

Afyonkarahisar ilinin mevcut turizm durumu ve gelişimi değerlendirildiğinde; Butler'ın (1991) **“Turistik Merkez Yaşam Modeli”** ne göre, Gelişme (Katılım) devresinde olduğu görülmektedir.

## 2. LİTERATÜR

Turizm en basit bir sistem halinde alınır, üç mekânsal unsurdan meydana gelir. (a) Turistlerin yaşadığı yerler (turist çıkarıcı bölgeler); (b) insanların gezmek için gittikleri yerler (turistlerin varış bölgeleri); (c) turist gönderen ve alan yerler arasında yapılan yolculuklar. Turizm coğrafyası da her düzeydeki mekan ölçeğinde turizmin bu üç elemanı ile ilgilidir: Bir şehir içi turizm hareketinden başlayıp kıtalararası turizm hareketlerine kadar her turizm olayı “bir mekan bilimi” olan coğrafyanın inceleme alanı içinde kalır (Özgüç, 2007: 16). Bu açıdan turizm merkezlerindeki mekansal değişim ve bu değişimin çevreye, ekonomiye ve beşeri yapıya etkisi turizm coğrafyasını ilgilendiren konulardır.

Turizm, dinlenme, eğlenme, görme, tanıma, sportif karşılaşmalar yapma, temsil veya konser verme, bilgi ve görgüsünü artırma gibi amaçlarla; ya da, sadece eğlenmek için (duygusal amaçlarla) yapılan gezi (seyahate çıkma), demektir (Doğanay, 2001: 12).

Turizm günümüzde en önemli boş zaman aktivitelerinden biridir. Birçok insan boş vakitlerini, başka yerleri ziyaret etmek ve gezmek için kullanır. Turizm, günümüzde istihdamda belirleyici bir faktör ve uluslararası işlemlerde ekonomik dengeyi iyileştiren önemli bir sektördür. Bu durum turizmi; pazar alanı geniş, rekabete dayanan, çekici turistik işletmeleri olan, farklı ve yeni stratejileri tasarlayan, kaliteyi geliştiren ve müşteri memnuniyetine önem veren bir sektör haline getirmiştir. Bu açıdan uluslararası turizmin geleceğinde önemli olan iki ana unsur; turistlere sunulan hizmet kalitesinin yüksek olması ve rekabet edebilirliktir. (Alen vd., 2006: 246).

Gerek katılanların sayısı, gerekse ekonomik katkısı gün geçtikçe artan turizm faaliyeti ile ilgili kavramın tanımlanmasında geçmiş dönemlerde olduğu gibi günümüzde de farklılıklar görülmektedir. Bununla birlikte turizmin tanımlanmasında devamlılığı olan iki önemli faktör vardır. Turizm hareketinin gerçekleşmesini ve dinamizmini sağlayan “*seyahat*” faktörü ve turizm olayının gerçekleştiği mekan olan “*konaklama*” faktörü turizmin tanımlanmasında önemli iki kavramdır. Yapılan her seyahat turizm faaliyeti olarak kabul edilmediği gibi, gerçekleştirilen her konaklama faaliyeti de turizm kapsamı içine girmemektedir. Burada önemli olan hangi seyahatlerin ve konaklama faaliyetlerinin turizm faaliyeti olduğu, ayrıca yapılan bu seyahat ve

konaklamaların süresi, nerede ve hangi amaçla yapıldığıdır. Turistik mekanın değişiminde asıl aktör olan turistlerin algıları, mekansal ilişkileri etkilediğinden coğrafyanın ilgi alanına girmektedir.

Dinlenmek, eğlenmek yeni yerler ve toplumlar görüp tanımak, bilgi ve görgüsünü geliştirmek gibi amaçlarla geziye (sayahate) çıkan bireylere, “*turist*” denir. Ama bu amaçlara yönelik olarak seyahate çıkan her birey, turist sayılmaz. Çünkü, gidilen yerde en az bir gün ve daha fazla kalmayan kişiler turist değildir. Bunlara ziyaretçi denir. Gidilen yer veya yerlerde altı aydan fazla kalanlar da turist sayılmazlar (Doğanay, 2001: 10).

Turistler tatile çıkmadan önce, tatil sürecinde ve tatil sonrası birçok kararlar alırlar. Bu kararların alınmasında; ulaşım imkanı, rota, konaklama seçenekleri, çekicilikler ve aktiviteler önemli rol oynar. Bu süreçte oluşan algı, turistlerin sonraki seçim ve davranışlarını etkiler (Woodside ve King, 2001: 3).

Turist tiplendirmelerine yönelik olarak 1972’ de Cohen tarafından yapılan çalışmada, turist deneyimlerine dayalı olarak turistler için dört çeşit sınıflandırma yapılmıştır:

*Örgütlenmiş Kitle Turist:* Alıştığı durumların dışına çıkmaktan hoşlanmayan ve bilinen yerlere gitmeyi tercih eden turist grubunu temsil eder.

*Bireysel Kitle Turist:* Önceki geziye benzemekle birlikte, gezi önceden düzenlenmiştir; turist, zamanını nasıl geçireceği konusunda bir ölçüde karar verme imkânına sahiptir ve bir küme içinde yolculuk yapmamaktadır. Ancak, temel düzenlemelerin hemen hemen tümü kendisi için bir seyahat acentası vasıtasıyla yapılmaktadır.

*Araştırmacı (Kaşif) Turist:* Kendi seyahatlerini kendileri planlarlar ve mümkün olduğunca gelişmiş ve bilinen turistik yerlere gitmekten kaçınırlar.

*Başiboş Turist:* Gezilerini kendi planlayan ve sürekli yaşadıkları yerlerdeki koşullardan en fazla uzaklaşan turist tipleridir. Bu tip turistler, gittikleri yerlerde yerel halk ile birlikte yaşamaya çalışırlar, yerel halkın kültürüne ilgi gösterirler, onların evlerini, yemeklerini ve alışkanlıklarını paylaşırlar. Bu turist tipleri genellikle zengin sınıflardan gelen, genç,

*TURİZM YÖNÜYLE GELİŞMEKTE OLAN AFYONKARAHİSAR İLİNDE TURİST ALGISI ÜZERİNE  
BİR ARAŞTIRMA*

öğrenci ya da yeni mezun olmuş bireyleri kapsar (Avcıkurt, 2009: 19). Bölgeye gelen turist profillerinin belirlenmesi, bölgedeki turizm yatırımlarının, daha sağlıklı planlanmasına yardımcı olduğu bilinmektedir.

Turist profiline yönelik çalışmalarda, demografik, psikolojik, coğrafik ve sosyo-ekonomik değişkenlerden oluşan dört unsurun belirlenmesi gerekir. Demografik profili oluşturan unsurlar, turistlerin yaşı, cinsiyeti, medeni hali, mesleği, milliyeti ve sayısıdır. Demografik değişkenler, turizm araştırmalarında yaygın biçimde kullanılmaktadır ve bir turistik destinasyondan duyulan tatmini analiz etmede dikkate alınması gereken önemli unsurlar arasındadır. Coğrafik profili oluşturan unsurlar ise turistin hangi ilden ya da ülkeden geldiği ile ilgilidir. Psikolojik profili oluşturan unsurlar, turistin ziyaret amacı, boş zaman aktiviteleri, kalış süreleri, konaklama tercihleridir. Sosyo-ekonomik profili oluşturan unsurlar ise, yıllık gelir, eğitim düzeyi, ulaşım türü, harcama miktarı ve esnekliğidir (Kotler vd., 1999: 124).

Turizm potansiyeli çalışmalarında, mevcut turist profilinin belirlenmesi, nitelikli turistin gelişini teşvik edecektir. Öncelikli olarak mevcut turizm koşullarının analiz edilmesi gerekir. Durum tespiti dört adımdan oluşur:

- Arz Analizi,
- Talep Analizi,
- Rekabet Analizi,
- Pazar Analizi.

Bu analizler içerisinde Pazar Analizi, o alana gelenlere ilişkin niceliksel ve niteliksel bilgilerin toplanmasıyla gerçekleştirilir. Bu amaçla turistlere uygulanan anket ile müşteri profili saptanmış olur (Soykan, 2004: 34).

### **3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ**

Turizm sektörü ve paydaşları, savunmasız ekolojik, tarihi ve kültürel kaynakları koruyucu turizm teşvik uygulamaları mevzuatlarından sorumludurlar (Wood, 2001: 19). Her ülkede, sürdürülebilir turizmin geliştirilmesi için sorumluluk tüm turizm aktörleri tarafından paylaşılır. Kamu kurumları, yerli ve yabancı turizm işletmeleri, yerel topluluklar ve turistler turizm aktörlerini oluşturur. Tüm

turizm aktörlerinden oluşan bu yönetim yapısının performansı, turizm sektörünün sürdürülebilirliğini etkiler (Dinica, 2009: 585). Bu açıdan coğrafi çevrenin korunmasında yerel halkın sorumluluğu yanında, turistlerin görüşünün de büyük önemi vardır.

Dünya genelinde diğer sektörlerde yaşanan küresel ve bölgesel rekabet, turizm sektöründe de yaşanmaktadır. Bu süreçte, turistlerin görüşleri, beklentileri ve ihtiyaçları, hızla artan bu rekabet ortamında belirleyici olmaya başladığından, turistlerin taleplerini belirlemeye yönelik çalışmalar da önemli hale gelmeye başlamıştır. Ziyaretçilerin değişen taleplerinin sürekli izlenmesi ve turistik destinasyonların değişen taleplere göre düzenlenmesi, turizm merkezlerinin devamlılığı açısından gereklidir.

Bu çalışmada, Afyonkarahisar'a gelen turistlerin profilini belirlemek ve ilin turizm gelişim sürecini elde edilen verilerle analiz etmek amaçlanmıştır. Turist profilinin belirlenmesi, turizm planlaması, turizm yönetimi ve turizm pazarlamasına yarar sağlamakta ve yol göstermektedir. Turist profili bilgisinin elde edilmesi, yöneticilerin farklı motivasyon ve deneyimleri ele almasına olanak sağlamakta ve hangi turist profilinin hangi turizm türü içerisinde yer aldığına belirlenmesine imkan vermektedir. Aynı zamanda turist profilinin belirlenmesi, sürdürülebilir turizm açısından kaynakların doğru ve verimli kullanılmasını sağlamaktadır (Hvenegaard, 2002).

Afyonkarahisar turizminin gelişiminde, yerel halkın düşünceleri yanında, bölgeye gelen ziyaretçilerin görüşü de önemlidir. Çünkü, bir bölgede turizmin devamlılığı, gelen ziyaretçilerin memnuniyetine bağlıdır. Ziyaretçilerin taleplerinin belirlenmesi, pazar durumunun tespiti, turistlerin kalış süresi, hangi turistik ürünlerini ziyaret etiklerinin bilinmesi, hem mevcut turist profilinin belirlenerek talep analizinin yapılmasına, hem de gelecekte yapılacak turizm yatırımlarının planlanmasına yardımcı olacaktır. Turist profilinin devamlı değişen tatil tercihlerinin bilinmesi, turizm planlamasında rol alan aktörlere, hedefledikleri pazara hangi yöntemlerle, nasıl ve ne zaman ulaşabilecekleri konusunda rehber bilgiler sunar. Müşterilerin beklentileri doğrultusunda yapılan düzenlemeler, “*En iyi reklam müşteri memnuniyetidir*” sözü gereğince, gelen turistleri memnun eder ve tekrar gelmelerine neden olur.



#### **4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ**

Bu çalışmada turist profilinin belirlenmesi amacıyla, Afyonkarahisar iline gelen turistlere anket uygulaması yapılmıştır. Öncelikle anket çalışması için Afyonkarahisar Valiliği'nden gerekli izin alındıktan sonra 40 kişiye rastlantısal ve birebir olarak anket uygulanmış, deneklerin tepkilerine göre birkaç maddede değişiklik yapılmıştır. Anket, 2010 Ağustos, Eylül, Ekim, Kasım, Aralık ayları ile 2011 Mart, Nisan, Mayıs ve Haziran aylarında Korel Termal Otel, İkbal Termal Otel, Oruçoğlu Termal Otel, Anemon Afyon Otel, Sandıklı ve Gazlıgöl Turizm Alanları, Afyon Kalesi ve Mihrioğlu Konağı ziyaretçilerine uygulanmıştır. Anket yapılacak denek sayısı, Afyonkarahisar'a 2000 yılından sonra gelen ziyaretçilerin ortalaması dikkate alınarak, % 95 güven aralığında 220 kişi olarak saptanmıştır. Afyonkarahisar'a gelen ziyaretçilere dağıtılan 400 anketin 352'si değerlendirmeye alınmış. Daha sonra anket verileri "SPSS 17.00 Statistics" programı kullanılarak sayısal hale getirilmiş ve araştırmanın veri tabanı oluşturularak veriler analiz edilmiştir ve veriler tablolar haline getirilerek yorumlanmıştır.

#### **5. BULGULAR**

Ankete katılan turistlerin, %47.4'ü erkek ve %51.2'si kadındır. Yaş ortalamalarına bakıldığında, orta yaş grubunun Afyonkarahisar'a daha fazla geldiği görülmektedir. En fazla bölgeye, 31-40 yaş arası (%24.7) turist gelmesi, bölgedeki turizmin dinamik olduğunu göstermektedir (Tablo 1).

*Tablo 1: Ankete Katılan Turistlerin Cinsiyet ve Yaş Dağılımı*

<i>Cinsiyet</i>	<i>Frekans</i>	<i>(%)</i>	<i>Yaş</i>	<i>Frekans</i>	<i>(%)</i>
Erkek	167	47.4	- 18	11	3.1
Kadın	180	51.2	18-30	79	22.4
Cevap vermeyen	5	1.4	31-40	87	24.7
Genel Toplam	352	100.0	41-50	75	21.3
			51-60	57	16.2
			60 üzeri	40	11.4
			Genel Toplam	352	100.0

Aslında termal turizm merkezlerini genellikle yaşlı nüfus tercih etmektedir. Çünkü belirli bir yaştan sonra, insan vücudunda hastalıkların artmasıyla insanlar, doğal tedavi yöntemi olan SPA merkezlerine

gitmektedirler. Afyonkarahisar turizminin “Pazar Analizi”nde ziyaretçilerin yaşları değerlendirildiğinde, yaşlı nüfus oranının az olduğu görülmektedir. Yaşlı nüfusun bölgeye çekilmesi için değişik aktivite ve tanıtımların yapılması, bölgeye gelen ziyaretçilerin yaş ortalamasını artıracaktır.

Eğitim durumuna bakıldığında, ankete katılan 352 kişinin 160’ı (%45.5’i) üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Anketin ağırlıklı olarak nitelikli konaklama tesislerinde yapılması, eğitim seviyesinin yüksek olmasında etkili olmuştur. Ziyaretçilerin büyük bölümü evli insanlardan (%67.3’ü) oluşmaktadır. Bekârların oranı ise %24.4’tür (Tablo 2). Bu konuda cevap vermek istemeyenlerin oranı da, diğer maddelere göre yüksektir (%5.4). Bölgeye gelen turistlerin büyük çoğunluğu, Avcıkurt (2009)’un sınıflandırdığı turist profillerinden, “Örgütlenmiş Kitle Turisti” grubu içerisinde yer alırlar.

**Tablo 2:** Ankete Katılan Turistlerin Öğrenim Düzeyi ve Medeni Durumu

Öğrenim Düzeyi	Frekans	%	Medeni durum	Frekans	%
İlkokul	50	14.2	Evli	237	67.3
Ortaokul	28	8,0	Bekar	86	24.4
Lise	99	28.1	Diğer	10	2.8
Üniversite	160	45.5	Cevap vermeyen	19	5.4
Lisansüstü	13	3.7	Genel Toplam	352	100.0
Cevap vermeyen	2	0.5			
Genel Toplam	352	100.0			

Ankete katılan turistlerin %19.6’sı ev hanımı, %19.3’ü serbest meslek, %19’u memur, %14.2’si emekli, %14.2’si öğrenci, %7.1’i tüccar, %6.6’sı işçilerden oluşmaktadır. Ziyaretçilerin büyük bölümü serbest meslek sahibi kişiler ve ev hanımları oluşturmaktadır. Ankete katılanların gelir düzeylerine bakıldığında, %29.5’i 1.000-2.000 TL arası, %27.6’sı 2.000-4.000 TL arası, %18.5’i 1.000 TL’nin altında, %18.2’si 4.000 TL’nin üstünde gelire sahiptirler. Bu sonuçlara göre, Afyonkarahisar’a gelen yerli turistlerin büyük bölümü 1.000 TL ile 4.000 TL arasında orta ve ortanın üstü gelir seviyesine sahip oldukları görülmektedir. Ev hanımlarının bir kısmı “Gelirim yok” şeklinde görüş bildirirken (%5.1’i), bir kısmı da ailesinin gelir düzeyine göre görüş bildirmişlerdir (Tablo 3).

**TURİZM YÖNÜYLE GELİŞMEKTE OLAN AFYONKARAHİSAR İLİNDE TURİST ALGISI ÜZERİNE  
BİR ARAŞTIRMA**

**Tablo 3: Ankete Katılan Turistlerin Meslek ve Aylık Gelir Dağılımı**

<b>Meslek</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>	<b>Aylık Gelir</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
İşçi	23	6.6	1.000 TL altı	65	18.5
Memur	67	19.0	1.001 – 2.000 TL	104	29.5
Emekli	50	14.2	2.001 – 4.000 TL	97	27.6
Ev hanımı	69	19.6	4.001 TL üstü	64	18.2
Öğrenci	46	13.1	Gelirim yok	18	5.1
Tüccar	25	7.1	Cevap vermeyen	4	1.1
Serbest meslek	68	19.3	Genel Toplam	352	100.0
Diğer	3	0.9			
Cevap vermeyen	1	0.3			
Genel Toplam	352	100.0			

Ankete katılan turistlerin büyük bölümü (% 87.5'i) karayolunu tercih etmektedir. Zafer Havaalanının açılması ile birlikte, havayolu ile gelen ziyaretçi sayısında artış olacaktır. Afyonkarahisar'a gelen turistlerin belli bir bölgede yoğunlaşmadığı, farklı bölgelerden turistlerin geldiği görülmektedir. Turistlerin %20.5'i İstanbul, %11.4'ü Ankara, %7.4'ü Afyonkarahisar ve çevresi, %6.5'i İzmir ve yarısından fazlası (%53.4'ü) diğer yerler oluşmaktadır. Diğer yerler içerisinde öne çıkanlar ise, Konya (%10.2), Antalya (%6.8), Adana (%4.8), Hollanda (%2.6), Isparta (%2.6), Almanya (%2.3), Bursa (%1.4) gibi yerlerdir (Tablo 4). Almanya, Hollanda, İsveç ve Belçika gibi ülkelerden gelen ziyaretçilerin büyük bölümünü, bu ülkelerde yaşayan Türk vatandaşları oluşturmaktadır. Yurt dışından gelen turistlerle birebir anket görüşmelerimiz esnasında, ilin turizmi ile ilgili görüşlerini sorduğumuzda, Afyonkarahisar'ın turizminin gelişiminin, nitelikli tesislerin artmasına bağlı olduğu şeklinde görüş bildirmişlerdir.

Ayrıca, daha önceki yıllarda, memleketlerinin Afyonkarahisar olmasına karşın, nitelikli tesislerin bulunmamasından dolayı başka yerleri tercih ettiklerini, ancak Afyonkarahisar' da tesislerin kalitesinin artması ile birlikte burada tatil yapmaya başladıklarını belirtmişlerdir.

**Tablo 4:** Ankete Katılan Turistlerin Daimi Oturdıkları Yer ve Kullandıkları Ulaşım Sistemi

<i>Daimi oturulan yer?</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Kullanılan ulaşım sistemi nedir?</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>
Afyon ve çevresi	26	7.4	Karayolu	308	87.5
İstanbul	72	20.5	Havayolu-Karayolu	35	9.9
İzmir	23	6.5	Demiryolu	9	2.6
Ankara	40	11.4	Genel Toplam	352	100.0
Diğer	188	53.4			
Cevap vermeyen	3	0.9			
Genel Toplam	352	100.0			

Ankete göre, turistlerin %30.1'i ilk kez ve %13.6'sı her yıl geldiklerini söylemişlerdir. Gelen turistlerin yarıya yakını üç ve daha fazla geldiklerini bildirmeleri, bölgeye gelen turistlerin tekrar tercih ettikleri sonucunu çıkarmaktadır. Afyonkarahisar iline gelen ziyaretçilerin büyük çoğunluğunun (%52.3'ü) 2 ile 4 gece arasında kaldıklarını beyan etmeleri, termal turizm merkezlerindeki standart kalma sürelerinin altında olduğu sonucunu çıkarmaktadır (Tablo 5). Bu açıdan, gelen ziyaretçilerin daha fazla bölgede kalması için ürün ve alan çeşitlendirmesi konusunda farklı faaliyetlerin yapılması gerekmektedir.

**Tablo 5:** Ankete Katılan Turistlerin Gelme Sıklığı ve Kalma Süresi

<i>Gelme sıklığı</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Kalma süresi</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>
İlk kez	106	30.1	Günübirlik	8	2.3
İkinci	70	19.9	1 Gece	27	7.7
Üçüncü	47	13.4	2 – 4 Gece	184	52.3
Dörtten fazla	78	22.2	5 Gecedan fazla	132	37.5
Her yıl	48	13.6	Cevap	1	0.3
Cevap vermeyen	3	0.9	Genel Toplam	352	100.0
Genel Toplam	352	100.0			

Ankete katılan turistlerin %39.5'i tatil, %20.5'i sağlık, %17'si kongre-seminer, %9.4'ü iş, %5.7'si merak, tanıma isteği, %4.3'ü akraba-arkadaş ziyareti ve %3.7'si ise geçerken uğramak, alışveriş amacıyla gelenlerden oluşmaktadır (Tablo 6). Bölgeye yapılan yeni yatırımlarla birlikte sağlık ve kongre turizmi amacıyla gelenlerin artması beklenmektedir. Ankete katılanların verdiği cevaplara göre, turistler Afyonkarahisar'a genellikle kişisel veya aileleri ile birlikte (% 50.9'u)

**TURİZM YÖNÜYLE GELİŞMEKTE OLAN AFYONKARAHİSAR İLİNDE TURİST ALGISI ÜZERİNE  
BİR ARAŞTIRMA**

gelmektedirler. Bunun yanında, akraba-arkadaş grubu ile gelenler % 19.9, dernek veya gezi ile gelenler % 16.5 ve tur ile gelenler ise % 10.2'dir (Tablo 6). Afyonkarahisar turizminde, seyahat acentelerinin payının oldukça düşük olduğu, bundan dolayı tur organizasyonları ile gelenlerin oranının da düşük olduğu görülmektedir.

**Tablo 6:** *Ankete Katılan Turistlerin Afyonkarahisar'a Gelme Amacı ve Geliş Şekli*

<i>Gelme Amacı</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Geliş şekli</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>
Tatil	139	39.5	Kişisel – aile ile	179	50.9
Kongre-Seminer	60	17.0	Tur ile	36	10.2
Alışveriş	13	3.7	Arkadaş-akraba	70	19.9
Sağlık	72	20.5	Dernek-gezi grubu	58	16.5
Merak	20	5.7	Diğer	9	2.6
Akraba-arkadaş	15	4.3	Genel Toplam	352	100.0
İş	33	9.4			
Genel Toplam	352	100.0			

Ankete katılan turistlerin büyük çoğunluğunun (%67.3'ü) Afyonkarahisar'ı tercih nedeni olarak “*Termal kaynaklardan yararlanmak*” şeklinde görüş bildirmesi, ilin en önemli turistik değerinin, termal kaynaklar olduğu sonucunu çıkarmaktadır. Bu amaçla, termal kaynakların en verimli, etkin ve kontrollü bir şekilde kullanılması, Afyonkarahisar turizminin sürdürülebilirliği açısından hayati önem taşımaktadır. Çünkü termal kaynakların bitmesi, Afyonkarahisar'da turizmin de bitmesi sonucunu doğuracaktır. Gelen turistlerin çok azı tarihi-kültürel değerleri görmek (%6.5'i) ve doğal güzellikleri görmek (%4'ü) amacıyla Afyonkarahisar ilini tercih etmektedirler.

Turistik çekiciliklerin cazip hale getirilmesinde, dolayısıyla tercih edilmelerinde ikincil, tamamlayıcı kaynakların kalitesi önem taşımaktadır (Yılmaz ve Şahin 2009). Gelen turistlerin %81.3'ü otel-tatil köyünde kaldıklarını bildirmişlerdir. Afyonkarahisar ilinde en önemli turistik işletmelerin oteller olduğu ve bunlar içerisinde ise termal otellerin olması, oranın %83 olmasından etkendir (Tablo 7). Araştırma sahasında ayrıca villa, pansiyon, kiralık daire ve apart daire gibi tesislerde bulunmaktadır.

**Tablo 7:** Ankete Katılan Turistlerin Afyonkarahisar'ı Tercih Nedeni ve Kaldıkları Yer

<i>Tercih Nedeni</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Kaldıkları Yer</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>
Kendi memleket	16	4.5	Otel-tatil köyü	286	81.3
Tarihi-kültürel	23	6.5	Pansiyon	21	6.0
Termal kaynaklar	237	67.3	Kiralık ev	22	6.3
Akraba-arkadaş ziyaret	10	2.8	İkinci konut	9	2.6
Tur programı	31	8.8	Akraba-arkadaş	14	4.0
Ulaşım kolay	10	2.8	Genel Toplam	352	100.0
Konaklama bol	2	0.6			
Ucuz	8	2.3			
Doğal güzellik görme	14	4.0			
Genel Toplam	352	100.0			

Afyonkarahisar ilini, ankete katılan turistlerin %35.8'i kişisel merakından, %31'i akraba ve tanıdıklardan, %11.9'u kitap ve broşürlerden, %9.9'u seyahat acentalarından ve % 9.4'ü internetten öğrendiklerini söylemişlerdir (Tablo 8). Yine bu bölümde de seyahat acentalarının, ilin turizminde daha aktif olmaları gerektiği sonucunu çıkarmaktadır. Ayrıca Afyonkarahisar turizminin reklamı ve tanıtımında, teknolojinin daha fazla kullanılması gerektiği savunulmaktadır. Afyonkarahisar'a gelen turistlerin büyük bölümü, ilden ayrılırken yöresel gıda ürünleri (%45.2'si) ve yöresel hediyelik eşya (%20.5'i) alacaklarını belirtmişlerdir (Tablo 8). Bu konuda kararsız olanların oranı da yüksektir (%18.2).

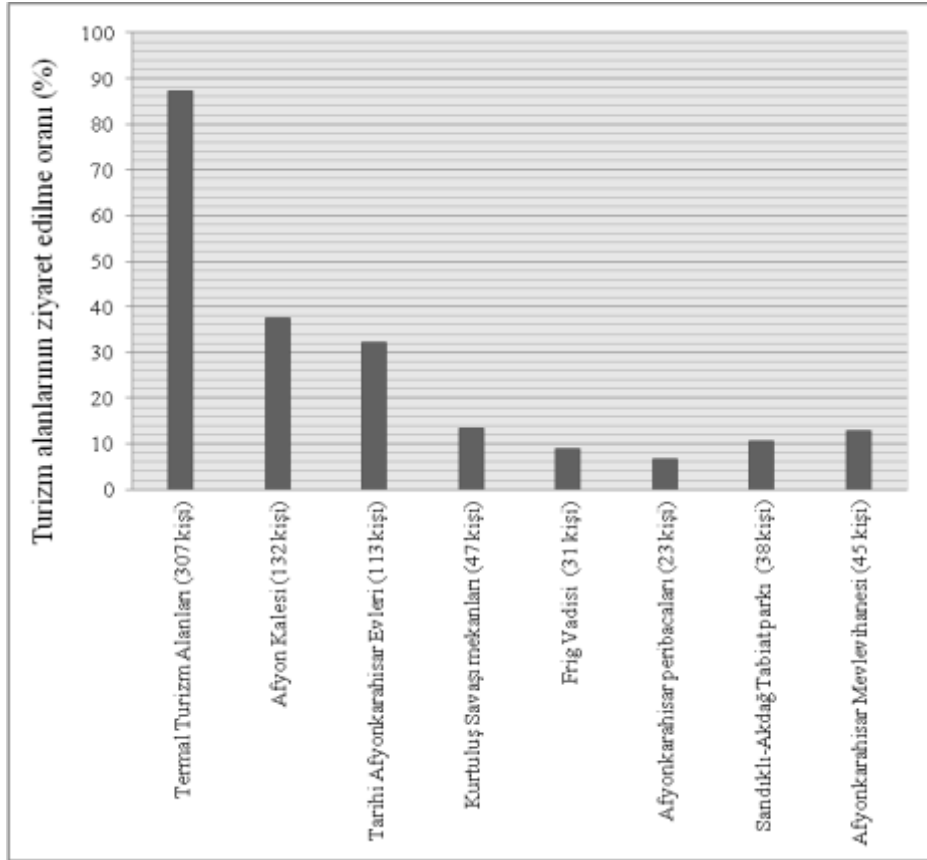
**Tablo 8:** Ankete Katılan Turistlerin Afyonkarahisar'ı Öğrenme Şekli ve Alacakları Eşya

<i>Öğrenme Şekli</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>	<i>Alacakları Eşya</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>
Kitap, gazete, broşür	42	11.9	Bilmiyorum	64	18.2
Tanıdıklardan	109	31.0	Almayacağım	51	14.5
Seyahat acentasından	35	9.9	Hediyelik eşya	72	20.5
Kişisel merak	126	35.8	Yöre gıda ürünleri	159	45.2
İnternetten	33	9.4	Cevap vermeyen	6	1.7
Cevap vermeyen	7	2.0	Genel Toplam	352	100.0

*TURİZM YÖNÜYLE GELİŞMEKTE OLAN AFYONKARAHİSAR İLİNDE TURİST ALGISI ÜZERİNE  
BİR ARAŞTIRMA*

Genel Toplam

352 100.0



**Şekil 2:** Afyonkarahisar İlindeki Turizme Konu Olan Alanların, Ankete Katılan Turistlerce (352 Kişi) Ziyaret Edilme Oranları

Ankete katılan turistlere, ilin doğal, tarihi ve kültürel turizm değerleri olan merkezlerden hangilerini ziyaret ettiği sorulmuştur. Turistlerin; %87.2'si termal turizm alanlarını, %37.5'i Afyon Kalesi'ni, %32.1'i Tarihi Afyonkarahisar Evlerini, %13.3'ü Kurtuluş Savaşı'nın yaşandığı mekanları, %12.7'si Afyonkarahisar Mevlevihanesi'ni, %10.7'si Sandıklı-Akdağ Tabiat Parkı'nı, %8.8'i Frig Vadisi'ni ve %6.5'i Afyonkarahisar peribacalarını ziyaret etmişlerdir (Şekil 2). Turistlerin bu bölümde verdikleri cevaplara göre de, termal kaynakların

Afyonkarahisar turizmi için hayati önem taşıdığı görülmektedir. Afyon Kalesi'nin ziyaret edilme oranı olarak, termal turizm kaynaklarından hemen sonra gelmesi, hem doğal, hem de tarihi-kültürel özellikler taşıyan kalenin, Afyonkarahisar turizminde önemli bir destinasyon alanı olduğunu göstermektedir. Tarihi Afyonkarahisar Evleri'nin restorasyonu ile ilin kültürel turizm yönünden canlılık kazandığı, Afyonkarahisar Mevlevihanesi'nde yapılan düzenlemelerle de, ilin inanç turizminin artmaya başladığı görülmektedir. Turizmde koruma-kollama stratejilerinin, hem turizmin canlanmasına, hem de kültürel değerlerin korunarak kullanılmasına güzel bir örnek oluşturmaktadır.

Afyonkarahisar ilinin önemli doğal, tarihi ve kültürel turizm potansiyelini oluşturan; Kurtuluş Savaşı'nın yaşandığı alanların, Frig Vadisi'nin, Akdağ Tabiat Parkı'nın ve peribacalarının ziyaret edilme oranlarının düşük olmasının nedenleri içerisinde, ankete katılanların %36.9'u "Tanıtım ve yönlendirme yapılmadığından" şeklinde görüş bildirmişlerdir. Mekanların ziyaret edilmemesinde, %17.9'u "Mekanlar hakkında yeterli bilginin olmadığından", %17'si "Tur programında olmadığından", %11.6'sı "İlgimi çekmediğinden", %6.3'ü "Nasıl gidileceğini bilmediğinden", %3.7'si "Yeterli zaman olmadığından" ve %2.8'i "Turizm altyapısının yetersiz olduğundan" nedenleri bulunmaktadır (Tablo 9). Turizm potansiyeli olan, ancak ziyaret edilme oranının düşük olmasında, mekanların yeteri kadar tanınmaması, bilgilendirmelerin eksik olması ve tur programlarında bulunmaması nedenleri en önemlileridir. Mekanların turistlerin ziyaret etmesi için çekici hale getirilmesi için yapılacak fiziki düzenlemeler, bu bölgelere olan ziyaretleri artırabilir.

**Tablo 9:** Ankete Katılan Turistlerin Doğal ve Kültürel Çekicilikleri Ziyaret Etmeme Nedeni ve İlin Turizminin Tanıtımı İle İlgili Görüşleri

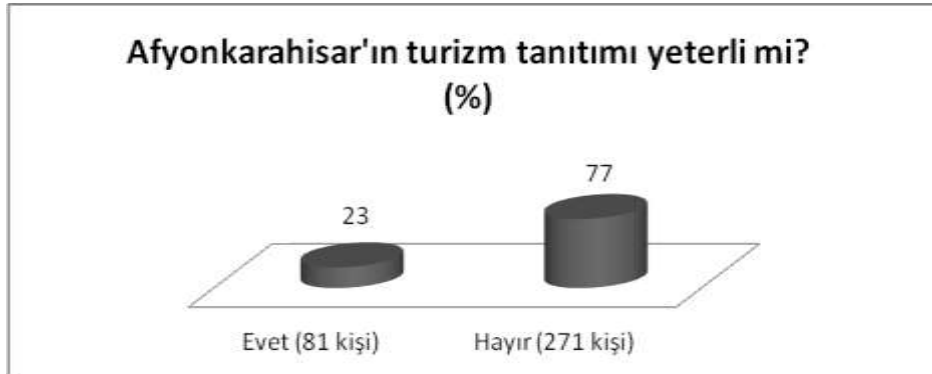
Ziyaret Etmeme Nedeni	Frekans	%	Tanıtım Nasıl Olmalı?	Frekans	%
Tanıtım olmadığından	130	36.9	Broşür ve kitaplar basılmalı	117	11.1
İlgimi çekmediğinden	41	11.6	Web siteleri artırılmalı	117	11.1
Yeterli bilginin olmadığından	63	17.9	Fuarlara katılmalı	191	18.0
Tur programında yok	60	17.0	Şenlik-festival düzenlenmeli	178	16.8
Nasıl gidileceğini bilmiyorum	22	6.3	Dizi-film çekilmeli	124	11.7
Alt ve üst yapı yetersiz	10	2.8	Belgeseller hazırlanmalı	96	9.1
Diğer	13	3.7	Akademik çalışmalar olmalı	85	8.1



**TURİZM YÖNÜYLE GELİŞMEKTE OLAN AFYONKARAHİSAR İLİNDE TURİST ALGISI ÜZERİNE  
BİR ARAŞTIRMA**

Cevap vermeyen	13	3.7	Cevap vermeyen	148	14.1
Genel Toplam	352	100.0	Genel Toplam	1056	100.0

Ankete katılan turistlerin %77'si ilin turizm tanıtımını yeterli bulmamakta, %23'ü ise yeterli bulmaktadır (Şekil 3). İlin tanıtımı için yapılması gereken çalışmalardan ilk üçünün oranları şöyledir: % 18'i "Yurtiçi ve yurtdışı fuarlara katılmalı", %16.8'i "şenlik ve festivaller düzenlenmeli" ve %11.7'si "televizyon dizileri çekilmeli". Bu konuda görüş bildirmeyenlerin de oranı (%14.1) yüksektir (Tablo 9). Anket yaparken gerçekleşen görüşmemizde turistler, Afyonkarahisar turizminin komple, bir bütün halinde ele alınarak değerlendirilmesi gerektiği ve buna paralel olarak tanıtımın da bir bütün halinde değişik metodlarla yapılabileceğini belirtmişlerdir.

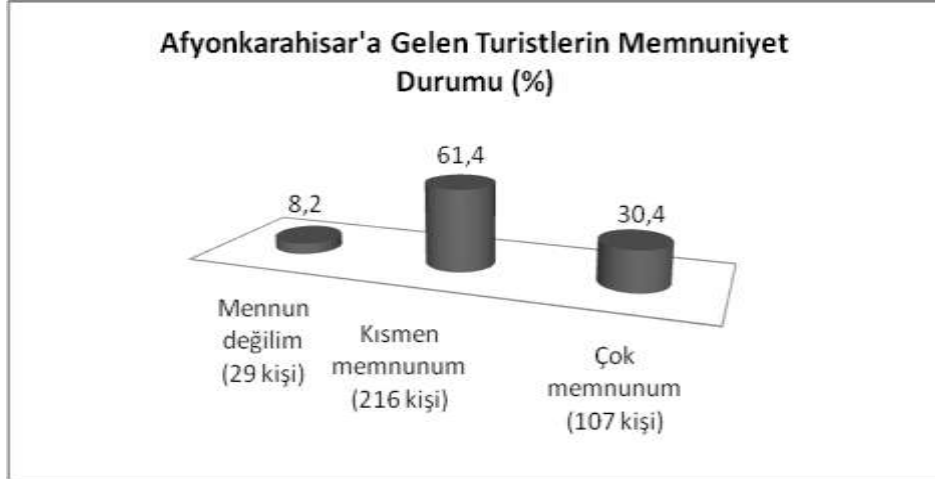


**Şekil 3:** Ankete Katılanların (352 kişi) Afyonkarahisar İlinin Turizm Tanıtımı İle İlgili Görüşü

Bir bölgede turizmin plansız ve aşırı büyümesi, hedef alanların taşıma kapasitesi üzerinde baskı oluşturur. Sonuç olarak; turistik ilgi azalır, bölge yavaş yavaş çekiciliğini kaybeder ve bölgeye gelen turist sayısı gittikçe düşmeye başlar (Joshi ve Dhyani, 2009: 39). Bundan dolayı turizm bölgelerinde sürekli turistlerin memnuniyet durumları ölçülmeli, AR-GE çalışmaları yapılmalı ve eksiklikler giderilmelidir.

Ankete katılan turistler, Afyonkarahisar'da tatilini geçirmekten genelde memnun, ama büyük çoğunluğunun kararsız olduğu da görülmektedir. Turistlerin %61.4'ü "kısmen memnunum", %30.4'ü "Çok memnun" ve %8.2'si "Memnun değilim" şeklinde görüş bildirmişlerdir

(Şekil 4). Turistlere yapılacak başka bir anket çalışması ile, sorunların ortaya çıkarılması ve önlemlerin alınarak, gelen turistlerin memnuniyet oranları artırılması sağlanabilir.



Şekil 4: Ankete Katılan Turistlerin (352 kişi) Afyonkarahisar İlinde Bulunma Memnuniyeti

Bir toplumun nüfus (demografik) yapısı turizmi etkilemekte; toplumun çeşitli kesimleri arasında turizme katılma düzeyi bakımından ayrılıklar bulunmaktadır. Turizmin gelişmesi ile birlikte, turist–yerli ilişkileri, turistlerin davranışları ve birbiriyle ilişkileri, önemli toplumsal olaylar durumuna gelmiştir. Turist–yerli ilişkisinin yoğunluğu ve biçimini etkileyen etmenleri bilmek önemlidir; çünkü, bu ilişkinin sonuçları, turizmden beklenen yararlarla yakından bağlantılıdır. Yerlilerin, turistlere, yakın ve sıcak biçimde davranması, onlara konukseverlik göstermesi, turistleri gittikleri ülkeye bağlar; orada daha uzun süre kalmalarını sağlayabilir; ülkelerine döndüklerinde, olumlu propaganda yaparak, başkalarının da oraya gitmelerini sağlamalarına neden olabilir. Turistlere karşı saldırgan ve soğuk davranışlar ise, turizmden beklenen yararların azalmasına yol açabilir. Ayrıca, turizmden beklenen en önemli yararlardan biri, insanlar arasında kaynaşma, anlaşma ve yakınlığı sağlamasıdır. Bunun gerçekleşebilmesi için, turistlerle yerliler arasında yoğun ve doyum verici ilişkilerin olması gerekir (Doğan, 2004).

**TURİZM YÖNÜYLE GELİŞMEKTE OLAN AFYONKARAHİSAR İLİNDE TURİST ALGISI ÜZERİNE  
BİR ARAŞTIRMA**

**Tablo 10:** Ankete Katılan Turistlerin Afyonkarahisar Kent Merkezi Hakkındaki Görüşleri

<b>Turistlerin Kent Merkezi Hakkındaki Görüşü</b>	<b>Evet (%)</b>	<b>Hayır(%)</b>	<b>Fikrim yok (%)</b>
Temizdir	63.9	23.3	12.8
Doğal çevre korunmaktadır	42.3	44.9	12.8
Tarihi ve kültürel değerler korunmuştur	52.8	31.3	15.9
Kentsel kimlik korunmuştur	58.5	22.4	19.0
Turizm alt ve üst yapısı gelişmiştir	29.0	57.1	13.9
Trafik kötüdür	26.7	56.8	16.5
Yerel halk turiste karşı sıcakkanlıdır	36.1	47.2	16.8
Alışveriş olanakları gelişmiştir	52.0	32.1	15.9
Ulaşım iyidir	71.3	13.6	15.1
Ucuzdur	53.1	32.1	14.8

Ankete göre, turistlerin kent merkezi hakkında görüşleri incelendiğinde, ankete katılan turistlerin %63.9'u kent merkezinin temiz bulunduğunu, %58.5'i kentsel kimliğin korunduğunu, %52.8'i tarihi ve kültürel değerlerin korunduğunu, %52'si alışveriş imkanlarının gelişmiş olduğunu, %56.8'i trafik sorununun olmadığını ve %73.3'ü ulaşımın iyi olduğunu bildirmişlerdir. Bunun yanında, deneklerin %57.1'i turizm alt yapısının yetersiz olduğunu, %47.2'si yerel halkın turiste karşı sıcakkanlı olmadığını, %44.9'u doğal çevrenin korunmadığı şeklinde görüşlerini belirtmişlerdir (Tablo 10). Bu konuda görüş bildirmeyenlerin oranının fazla olmasının nedeni ise, turizm tesislerine gelen turistlerin kent merkezine gitmediğinden, burası ile ilgili yorum yapmamasıdır. Gelen turistlerin kent merkezi ile irtibatlarının artırılması, kent merkezinde yaşayan halkın ekonomisine de katkı sağlayacaktır. Ayrıca sosyo-kültürel kaynaşmanın artırılması, turizmin toplumsal olumsuz etkilerinin azaltılması ve toplumsal uzlaşma açısından turist-yerel halk ilişkilerinin gelişmesi önemlidir.

**Tablo 11:** Ankete Katılan Turistlerin, İlin Turizminin Rekabet Avantajları İle İlgili Görüşleri

<i>Size göre Afyonkarahisar ili turizminin rekabet avantajları nelerdir? (En önemli ilk üçü)</i>	<i>Frekans</i>	<i>%</i>
Ulaşımın kolay olması	148	14.0
Sakin ve güvenli bir ortam	176	16.6
Tarihi ve kültürel yapıların korunmuş olması	96	9.2
Doğal güzelliklerin korunmuş olması	44	4.2
Termal turizmin gelişmiş olması	321	30.4
Yakın çevrede turistik bir yer olmaması	43	4.1
Kurtuluş savaşının yaşandığı yer olması	98	9.2
Tatil imkânlarının ucuz olması	48	4.5
Cevap vermeyen	82	7.8
Genel Toplam		100.0

Turistlere, ilin rekabet avantajları içerisinde en önemli ilk üçü sorulmuş ve alınan cevaplara göre, turistlerin %30.4'ü "*Termal turizmin gelişmiş olması*", %16.6'sı "*Sakin ve güvenli bir ortam*" ve % 14'ü "*Ulaşımın kolay olması*" görüşlerini bildirmişlerdir. Savaş alanlarının turistler tarafından ziyaret edilme oranının düşük olması, bu tarihi alanların turizmde rekabet avantajı olarak görülme oranını da düşürmektedir. Bu da maalesef tarihi-kültürel değerlerin tanıtımının ve yönlendirmenin yetersiz olduğunu göstermektedir.

Ankete katılanlara Afyonkarahisar turizminin zayıf yönlerinin ilk üçü sorulmuştur. Alınan cevaplara göre turistlerin, %19.2'si "*Turizm çeşitlendirmesinin az olması*", %16.7'si "*Tanıtımın ve reklamının yeterli olmaması*" ve %13.6'sı "*Doğal-kültürel kaynakların turistik ürüne çevrilememiş olması*" faktörlerini Afyonkarahisar turizminin en zayıf yönü olarak görmekte-dirler. Bunların yanında yerli turistler, Afyonkarahisar halkının turizm bilincinin gelişmemiş olması (%11.4), turizm yatırımlarının yeterli olmayışı (%10.5) ve Havayolu ulaşımının olmayışı (%8.2) gibi faktörlerin de ilin turizminin zayıf yönlerini oluşturduğunu belirtmişlerdir (Tablo 12).

**TURİZM YÖNÜYLE GELİŞMEKTE OLAN AFYONKARAHİSAR İLİNDE TURİST ALGISI ÜZERİNE  
BİR ARAŞTIRMA**

**Tablo 12:** Ankete Katılan Turistlerin,İlin Turizminin Zayıf Yönleriyle İlgili Görüşleri

<b>Size göre Afyonkarahisar ili turizminin en zayıf yönleri nelerdir? (En önemli ilk üçü)</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
Turizm gelişimi için altyapı ve üstyapının yeterli	70	6.6
Turizm yatırımlarının yeterli olmayışı	111	10.5
Turizm çeşitlendirmesinin az olması	203	19.2
Afyon halkının turizm bilincinin gelişmemiş olması	120	11.4
Kamu ve özel kurumların turizm gelişimi için istekli	60	5.6
Doğal-kültürel kaynakların turistik ürüne çevrilememiş	144	13.6
Tanıtımın ve reklamının yeterli olmaması	176	16.7
Ulaşım imkanları bakımından (havayolu) yeterli	87	8.2
Doğal tarihsel ve kültürel yapının korunamamış olması	23	2.2
Turistik hizmet kalitesinin yeterli olmayışı	51	4.9
Cevap vermeyen	11	1.1
Genel Toplam		100.0

**Tablo 13:** Ankete Katılan Turistlerin, İlin Turizminin Gelişmesi İle İlgili Görüşleri

<b>Size göre Afyonkarahisar İli turizminin gelişmesi için neler yapılmalıdır? (En önemli ilk üçü)</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
Daha fazla gelişmemelidir	25	2.3
Mevcut tesisler iyileştirilmeli ve hizmet kalitesi artırılmalı	147	14.0
Konaklama tesisleri çoğaltılmalı	85	8.0
Çevrenin ağaçlandırılmasına, yeşillendirilmesine önem verilmeli	206	19.6
Fiyatlar ucuzlatılmalı	72	6.8
Yerel halkta turizm bilinci oluşturulmalı	99	9.4
Yenileme ve restorasyona önem verilmeli	33	3.1
Kültür, kongre turizm gibi yeni turizm türleri oluşturulmalı	74	7.0
Turizm mevsiminin bütün yıla yayacak plan ve projeler geliştirilmeli	79	7.4
Turizm alanlarını kullanırken sürdürülebilirliği sağlamalı	32	3.0
Ulaşım olanakları geliştirilmelidir	49	4.6
Daha etkili tanıtım ve pazarlama yapılmalıdır	152	14.5
Cevap vermeyen	3	0.3
Genel Toplam		100.0

Ankete katılan turistlere, “Size göre Afyonkarahisar ili turizminin gelişmesi için neler yapılmalıdır?” sorusuna, en önemli ilk üçü sorulmuştur. Ankete katılan turistlerin %19.6’sı “Çevrenin ağaçlandırılmasına, yeşillendirilmesine önem verilmeli”, %14.5’i “Daha etkili tanıtım ve pazarlama yapılmalıdır” ve %14’ü “Mevcut tesisler iyileştirilmeli ve hizmet kalitesi artırılmalı” faktörlerinin, Afyonkarahisar turizminin gelişmesi için en önemli faktörler olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Bunların yanında ankete katılan turistlerin ilin turizminin gelişimi için, %9.4’ü “Yerel halkta turizm bilinci oluşturulmalı”, %7.4’ü “Turizm mevsiminin bütün yıla yayacak plan ve projeler geliştirilmeli”, %7’si “Kültür, kongre turizm gibi yeni turizm türleri geliştirilmeli” ve %6.8’i “Fiyatlar ucuzlatılmalı” şeklinde görüşlerini belirtmişlerdir. (Tablo 13).

Ankete göre; Afyonkarahisar turizminin gelişmesi için, çevrenin ağaçlandırılmasına, yeşillendirilmesine önem verilmeli, daha etkili reklam ve pazarlama yapılmalı ve mevcut tesisler iyileştirilmeli hizmet kalitesi artırılmalı görüşleri ortak görüşleri oluşturmaktadır. Ayrıca, yerel halkta turizm bilincinin oluşturulması da, bölgede turizmin gelişimi açısından önemli görülmektedir.

## 6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Afyonkarahisar’a gelen turistlere uygulanan anket sonucuna göre; ankete katılanların cinsiyet oranları eşit, yaş yapısı olarak orta yaş ağırlıklı, eğitim düzeyi yüksek, büyük oranda evli, meslek olarak serbest meslek ve ev hanımı, gelir düzeyi ortanın üzeri, geldikleri yerler büyük şehirler ve yakın illerden olduğu görülmektedir. Ulaşım olarak karayolunun tercih edildiği, ilk kez gelenlerin çok olduğu, kalış sürelerinin termal merkezlerdeki standartların altında olduğu, tercih nedenlerinin termal kaynaklar olduğu, genellikle dinlenme ve sağlık amacıyla aileleri ile birlikte geldikleri, kalma yeri olarak otelleri tercih ettikleri ve gelen turistlerin çok az kısmı, bölgedeki diğer turizm arzı kaynaklarını ziyaret ettikleri, ziyaret etmeme nedeni olarak tanıtım ve yönlendirme yapılmadığı, burada bulunmaktan kısmen memnun olduğu ve ilin turizm tanıtımının yeterli olmadığı konusunda görüş bildirmişlerdir.

Afyonkarahisar’ın en önemli turizm ürününü termal kaynaklar oluşturmaktadır. Turistlere uygulanan anket sonuçları (Tablo 48) ve

*TURİZM YÖNÜYLE GELİŞMEKTE OLAN AFYONKARAHİSAR İLİNDE TURİST ALGISI ÜZERİNE  
BİR ARAŞTIRMA*

ildeki turizm merkezlerinin dördünün termal kaynaklı olması bunun en önemli kanıtıdır. Ancak, jeotermal kaynakların kullanım alanlarının giderek artması (turizm, konutların ısıtılması, seracılık vs.), jeotermal kaynaklarla ilgili sorunların da artmasına neden olmaktadır. Termal suların gereğinde fazla, kontrolsüz ve beslenme-boşaltım dengesi gözetilmeden yüzeye çıkarılması, belirli bir süre sonra termal kaynakların ömrünü azaltmaktadır. Bunun için öncelikle termal sahaların potansiyellerinin tespit edilmesi, rezervuarın beslenme-boşaltım dengesinin korunması ve yeryüzüne çıkarılan sıcak su kaynaklarının belli aralıklarla parametrelerinin (sıcaklık, basınç) izlenmesi, kaynakların sürdürülebilirliği açısından hayati önem taşır.

Uygulanan anket sonucuna göre; turizm bölgelerinin plansız ve kontrolsüz bir şekilde gelişme gösterdiği görüşü dikkate değerdir. Alt yapı oluşturulmadan yapılan binalar, hem çevresel olarak hem de görsel olarak sorunlar oluşturmaktadır. Turizm merkezlerinde nitelikli ve kompleks türü işletmeler yerine, ikinci konut veya villa tipi tesisler artmaktadır. Bu durum aynı zamanda bölgeye nitelikli yatırım yapmak isteyen dış yatırımcıları bölgeden uzaklaştırmaktadır. Termal Turizm Merkezlerinde (özellikle Gazlıgöl) geliştiği güzel yatırımın engellenmesi, turizm master planı günümüz şartlarına uygun bir şekilde güncellenmeli ve plan hazırlanırken yerel halkın ve turistlerin görüşleri dikkate alınmalıdır.

Çalışma alanının kültürel çekicilikler yönüyle zengin olmasına karşın, çekiciliklerin turistler tarafından yeteri kadar ziyaret edilmediği görülmektedir. Bölgedeki kültürel kaynakların turizme kazandırılması, kültürel varlıkların korunmasına daha fazla katkı sağlayacaktır. Kültürel turizmin sürdürülebilirliği açısından antik bölgelerde kazılara devam edilmeli, yapılar tel örgü ve çatı yapılarak korunmalı, kazılarda çıkarılan eserler modern müzelerde ve uzman rehberler yönetiminde tanıtılmalıdır.

Frigya bölgesi hem doğal, hem de kültürel değerler yönüyle önemli bir bölge olmasına karşın; gerek yeterli yönlendirme yapılmadığından, gerekse bölgede altyapı ve üstyapı eksikliğinden dolayı, bölgeye gelen turistlerce ziyaret edilme oranı oldukça düşüktür. Afyonkarahisar, Eskişehir ve Kütahya Valilikleri bu bölgenin, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Teşkilatı (UNESCO)'nın dünya mirası listesine alınması için müracaat etmeli ve ortak çalışmalar yapmalıdır.

Bunun için bölge ile ilgili öncelikle, kazı çalışmaları yapılmalı, çevre düzenlemeleri planlanmalı, turizm değerlerini tanıtan afişler hazırlanmalı, yönlendirici levhaların konmalı ve konunun uzmanlarından oluşan kişilerce alan yönetimi belirlenmelidir.

Sonuç olarak, Afyonkarahisar'a gelen turistlerin çoğunluğu, dünyada gelişmeye başlayan yeni turizm yaklaşımında olduğu gibi, daha temiz bir çevre, sakin bir doğa, korunan doğal, tarihi ve kültürel yapılar, kaliteli hizmet ve nitelikli tesisler tercih etmektedirler. Bu yeni turizm anlayışına uygun düzenlemeler ve planlamalar yapıldığı takdirde, Afyonkarahisar turizminin daha fazla gelişeceği açıktır. Ancak gelen turistlerin ve yerel halkın görüşleri dikkate alınmadığında, turizmdeki yeni yaklaşımlara ayak uydurulamadığında ve en önemlisi de en değerli turizm çekicilikleri daha verimli, etkin ve planlı bir şekilde kullanılmadığında, Afyonkarahisar'ın turizminin gelecekte sıkıntı yaşayacağı da bir gerçektir.

#### KAYNAKÇA

- Afyonkarahisar İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü, 2000 ve 2009 Yıllarında Tesis Sayıları, Konaklayan ve Geceleyen Kişi Sayıları Verileri.
- Alaeddinoğlu, F., (2008), “Sivas Kentinde Halkın Turiste ve Turizme Bakışı” Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, Cilt:5, Sayı:2. İstanbul.
- Alen, E., Fraiz, J. A. ve Rufin, R., (2006), “Analysis of Health Spa Customers Expectations and Perceptions: The Case of Spanish Establishments” Polytechnical Studies Review, Vol III.S: 245-262.
- Avcıkurt, C., (2009), Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım. Detay Yayınları, Ankara.
- Butler, R.W., (1991), “Tourism, Environment and Sustainable Development”. Journal of Travel Research, 28 (3).
- Dinica, W., (2009), “Governance for Sustainable Tourism: A Comparison of International and Dutch Visions”. Journal of Sustainable Tourism Vol. 17, No. 5, September, 583–603.



*TURİZM YÖNÜYLE GELİŞMEKTE OLAN AFYONKARAHİSAR İLİNDE TURİST ALGISI ÜZERİNE  
BİR ARAŞTIRMA*

- Doğan, H.Z., (2004), Turizmin Sosyo – Kültürel Temelleri. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Doğanay, H., (2001), Türkiye Turizm Coğrafyası. Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya.
- Doğaner, S., (2001), Türkiye Turizm Coğrafyası. Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Emekli, G., (2005), “*Turizm Coğrafyası Yaklaşımı ile Urla’da Turizmin Çeşitlendirilmesi*”. Ulusal Coğrafya Kongresi, 29-30 Eylül 2005 Bildiriler Kitabı. İstanbul.
- Hvenegaard, G.T., (2002), “*Using Tourist Typologies for Ecotourism Research*”. Journal of Ecotourism. S.s. 7, 1(1).
- Joshi, R. and Dhyani, P.P., (2009), “*Environmental Sustainability and Tourism Implications of Trend Synergies of Tourism in Sikkim Himalaya*”, Current Science. Vol: 97-1. July. 33-41.
- Kervankıran, İ., (2011), “Afyonkarahisar İlinde Başlıca Doğal, Tarihi ve Kültürel Kaynakların Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi” Yayınlanmamış Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Kotler, P., Bowen, J. ve Makens, J., (1999), Marketing for Hospitality and Tourism, Upper Saddle River, S: 124, NY: Prentice Hall.
- Özgüç, N., (2007), Turizm Coğrafyası. Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Somuncu, M., (2004), “*Dağcılık Ve Dağ Turizmindeki İkilem: Ekonomik Yarar Ve Ekolojik Bedel*” Coğrafi Bilimler Dergisi. Cilt 2.Sayı 1.S:1-21.Ankara.
- Soykan, F., (2004), Kırsal Alanların Turizm Potansiyelinin Saptanması ve Şirince Köyü’ne (İzmir) Uygulanması. Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir.
- T.C. Kültür Ve Turizm Bakanlığı, (2007), Türkiye Turizm Stratejisi 2023, Eylem Planı 2007-2013. (<http://www.kultur.gov.tr>) Ankara.
- Wood, L. S., (2001), “*Ecotourism 101*”, Business and Economic Review, Jan-Mar. 47-2. :19-22.

- Woodsıde, A. ve King, R., (2001), “*An Updated Model of Travel and Tourism Purchase Consumption Systems*”, *Journal Of Travel & Tourism Marketing*, 10(1): 3–26.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S., (2011), *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırmalar Yöntemleri*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Yılmaz, A. ve Şahin, K., (2009), “*Samsun Şehri ve Yakın Çevresinde Turizm ve Turist Algılaması*”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi The Journal of International Social Research Volume 2/7 Spring*.