

**YILMAZ BÜYÜKERŞEN BALMUMU HEYKELLER MÜZESİ  
ZİYARETÇİLERİNİN TAŞIMA KAPASİTESİ VE MEMNUNİYET  
ALGILARININ DEĞERLENDİRİLMESİ**

**Büşra ŞEN**

**(Yüksek Lisans Tezi)**

**Eskişehir, 2019**

**YILMAZ BÜYÜKERŞEN BALMUMU HEYKELLER MÜZESİ  
ZİYARETÇİLERİNİN TAŞIMA KAPASİTESİ VE  
MEMNUNİYET ALGILARININ DEĞERLENDİRİLMESİ**

**Büşra ŞEN**

**T.C.**

**Eskişehir Osmangazi Üniversitesi**

**Sosyal Bilimler Enstitüsü**

**Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Eskişehir, 2019**

**Bu araştırma, T.C. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma  
Projeleri Birimi tarafından desteklenmiştir.**

**T.C.**  
**ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTİSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**

**Büşra ŞEN tarafından hazırlanan Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi Ziyaretçilerinin Taşıma Kapasitesi ve Memnuniyet Algılarının Değerlendirilmesi başlıklı bu çalışma 11/06/2019 tarihinde Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin ilgili maddesi uyarınca yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak, Jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.**

**Başkan: Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN**

**Üye: Doç. Dr. Cüneyt TOKMAK**

**Üye: Dr. Öğr. Üyesi Duran CANKÜL**

**ONAY**

**..../..../2019**

**Enstitü Müdürü**

**Prof. Dr. Mesut ERŐAN**

## **ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ**

Bu tezin/projenin Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi hükümlerine göre hazırlandığını; bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmanın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Eskişehir Osmangazi Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla taranmasını kabul ettiğimi ve hiçbir şekilde intihal içermediğini beyan ederim. Yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması halinde ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

**Büşra ŞEN**

## ÖZET

### YILMAZ BÜYÜKERŞEN BALMUMU HEYKELLER MÜZESİ ZİYARETÇİLERİNİN TAŞIMA KAPASİTESİ VE MEMNUNİYET ALGILARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

ŞEN, Büşra

Yüksek Lisans-2019

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

**Danışman:** Doç. Dr. Cüneyt TOKMAK

Ziyaret edilen yerlerin taşıma kapasitesi ile ilgili sorunlar, turizm literatüründe son yıllarda giderek önem kazanmaktadır. Bu araştırmada, Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi ziyaretçilerinin taşıma kapasitesi algılarını ve memnuniyetlerini değerlendirmek amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Araştırma, Haziran-Kasım 2018 tarihleri arasında müze ziyaretini tamamlayan 728 yerli ziyaretçi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Verilerin analizinde, aritmetik ortalama, faktör analizi, korelasyon analizi, t- testi ve varyans analizi kullanılmıştır.

Araştırmada, ziyaretçilerin müzeyi gezerken kalabalıktan rahatsızlık hissetmedikleri, müzeye beklemeden giriş yaptıkları ve ziyaretçi trafiğinin iyi işlediği bulgusuna ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda, ziyaretçilerin taşıma kapasitesi algılarının olumlu olduğu ve memnuniyetlerinin yüksek düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırmada, ziyaretçilerin taşıma kapasitesi algılarının medeni hal, yaş, yaşanan şehir ve meslek bakımından farklılıklar gösterdiği ortaya çıkmıştır. Bu tür çalışmaların, turistik yoğunlaşma yaşayan destinasyonlarda ve farklı müzelerde yapılması önerilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, turistik yoğunlaşma, taşıma kapasitesi, ziyaretçi memnuniyeti.

## **ABSTRACT**

### **EVALUATION OF THE CARRYING CAPACITY AND SATISFACTION PERCEPTIONS OF THE VISITORS OF THE YILMAZ BÜYÜKERŞEN WAX SCULPTURES MUSEUM**

**ŞEN, Büşra**

**Master Degree-2019**

**Department of Tourism Management**

**Advisor:** Assoc. Prof. Dr. Cüneyt TOKMAK

The problems related to the carrying capacity of the places visited have become increasingly important in the tourism literature in recent years. In this study, it is aimed to evaluate the perceptions and satisfaction of carrying capacity of Yılmaz Büyükerşen Wax Sculptures Museum visitors. For this purpose, one of the quantitative research methods, questionnaire technique was used. The research was conducted on 728 local visitors who completed the museum visit between June and November 2018. In the analysis of data, arithmetic mean, factor analysis, correlation analysis, t-test and variance analysis were used.

In the study, it was found that the visitors did not feel any discomfort from the crowd while visiting the museum, they entered the museum without waiting and the traffic of the visitors worked well. As a result of the study, it was found that the perceptions of the carrying capacity of the visitors were positive and their satisfaction was high. In the study, it was found that the perceptions of the carrying capacity of the visitors showed differences in terms of marital status, age, city and occupation. It is recommended that such studies be carried out in destinations with tourist concentration and in different museums.

**Keywords:** Tourism, tourist concentration, carrying capacity, visitor satisfaction.

## İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	xi
EKLER LİSTESİ .....	xii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xiii
ÖNSÖZ .....	xiv
GİRİŞ .....	1

### 1. BÖLÜM

#### KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. DESTİNASYON (TURİSTİK ALAN) YÖNETİMİ.....	4
1.1.1. Butler'in Destinasyon Yaşam Döngüsü Modeli.....	9
1.1.2. Destinasyon Yönetim Örgütleri .....	12
1.2. TURİSTİK YOĞUNLAŞMA KAVRAMI.....	14
1.2.1. Turizmde Mevsimsellik Türleri .....	16
1.2.2. Turizmde Mevsimselliğin Etkileri .....	16
1.3. TAŞIMA KAPASİTESİ VE TÜRLERİ .....	18
1.3.1. Fiziksel Taşıma Kapasitesi .....	20
1.3.2. Sosyal Taşıma Kapasitesi.....	21
1.3.3. Psikolojik (Algısal) Taşıma Kapasitesi .....	24
1.3.4. Ekonomik Taşıma Kapasitesi .....	27
1.4. ZİYARETÇİ MEMNUNİYETİ.....	29

## 2. BÖLÜM:

### ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

2.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ.....	34
2.2. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	35
2.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	37
2.4. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEM.....	37
2.4.1. Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi .....	39
2.5. ARAŞTIRMANIN KAPSAM VE SINIRLILIKLARI.....	41
2.6. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ.....	41
2.7. VERİLERİN ANALİZİ .....	42
2.8. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME.....	44
2.8.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri İle İlgili Bulgular .....	44
2.8.2. Ölçeklerin Güvenirlik ve Faktör Analizleri .....	48
2.8.3. Korelasyon Analizleri .....	51
2.8.4. t testi ve Varyans Analizleri .....	54
2.8.5. Mülakat Yöntemi ile Elde Edilen Bulgular ve Değerlendirmeler.....	64
SONUÇ VE ÖNERİLER .....	70
KAYNAKÇA.....	78
EKLER.....	86



## TABLolar LİSTESİ

<b>Tablo 1.</b> Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesinin Yıllara göre Ziyaretçi Sayıları .....	38
<b>Tablo 2.</b> Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesinin Aylara göre Ziyaretçi Sayıları .....	40
<b>Tablo 3.</b> Katılımcıların Demografik Özellikleri ile İlgili Frekans ve Yüzde Analizi... ..	44
<b>Tablo 4.</b> Anket İfadelerinin Frekans, Yüzde ve Aritmetik Ortalama Değerleri .....	45
<b>Tablo 5.</b> Aritmetik Ortalamaların Yorumlanması .....	46
<b>Tablo 6.</b> Cronbach Alpha Katsayıları ve Güvenilirlik Dereceleri .....	48
<b>Tablo 7.</b> Taşıma Kapasitesi Algısı Soruları için Döndürülmüş Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları .....	49
<b>Tablo 8.</b> Memnuniyet Soruları için Güvenilirlik Analizi ve Döndürülmüş Faktör Analizi Sonuçları .....	50
<b>Tablo 9.</b> Taşıma Kapasitesi Algısı ve Memnuniyet Alt Boyutları için Korelasyon Analizi .....	52
<b>Tablo 10.</b> Taşıma Kapasitesi Algısı ve Memnuniyet Boyutları için Korelasyon Analizi .....	53
<b>Tablo 11.</b> Cinsiyet Bakımından Taşıma Kapasitesi Algısı Soruları için Bağımsız Örneklem t testi .....	54
<b>Tablo 12.</b> Medeni Hal Bakımından Taşıma Kapasitesi Algısı Soruları için Bağımsız Örneklem t testi .....	55
<b>Tablo 13.</b> Yaş Grupları Bakımından Taşıma Kapasitesi Algısı Soruları için Varyans Analizi Testi .....	55
<b>Tablo 14.</b> Yaşanılan Şehir Bakımından Taşıma Kapasitesi Algısı Soruları için Varyans Analizi Testi .....	56
<b>Tablo 15.</b> Meslek Bakımından Taşıma Kapasitesi Algısı Soruları için Varyans Analizi Testi .....	57
<b>Tablo 16.</b> Eğitim Durumu Bakımından Taşıma Kapasitesi Algısı Soruları için Varyans Analizi Testi .....	58
<b>Tablo 17.</b> Cinsiyet Bakımından Memnuniyet Soruları için Bağımsız Örneklem t testi .....	59

<b>Tablo 18.</b> Medeni Hal Bakımından Memnuniyet Soruları için Bağımsız Örneklemeler t testi .....	59
<b>Tablo 19.</b> Yaş Grupları Bakımından Memnuniyet Soruları için Varyans Analizi Testi .....	60
<b>Tablo 20.</b> Yaşanılan Şehir Bakımından Memnuniyet Soruları için Varyans Analizi Testi .....	61
<b>Tablo 21.</b> Meslek Bakımından Memnuniyet Soruları için Varyans Analizi Testi .....	62
<b>Tablo 22.</b> Eğitim Durumu Bakımından Memnuniyet Soruları için Varyans Analizi Testi .....	63
<b>Tablo 23.</b> Hipotez Testi Sonuçları .....	68

## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Destinasyon yaşam döngüsü modeli.....12

## **EKLER LİSTESİ**

<b>Ek-1:</b> Anket Formu .....	86
<b>Ek-2:</b> Mülakat Formu.....	88

## KISALTMALAR LİSTESİ

<b>DYÖ</b>	: Destinasyon Yönetim Örgütü
<b>WTO</b>	: Dünya Turizm Örgütü
<b>YBBHM</b>	:Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi
$\bar{x}$	: Aritmetik Ortalama
<b>n</b>	: Örneklem Sayısı
<b>S.S.</b>	: Standart Sapma
<b>s.d.</b>	: Serbestlik Derecesi
<b>p</b>	: Anlamlılık düzeyi
<b>vb.</b>	: Ve benzeri
<b>vd.</b>	: Ve diğerleri

## ÖNSÖZ

Bu çalışmada, konunun seçiminden tezin tamamlanmasına kadar geçen süreçte değerli zamanını ve bilgisini paylaşmaktan çekinmeyen, bana yol gösteren danışman hocam sayın Doç. Dr. Cüneyt TOKMAK'a teşekkürlerimi sunarım.

Bu çalışmayı, 2018-25053 nolu tez projesi kapsamında destekleyen T.C. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP) Birimine teşekkür ederim.

Çalışmanın yapılması için gerekli olan izni veren, müzenin ziyaretçi sayıları hakkında bilgiye ulaşmamı sağlayan ve müzenin yetkilisi ile görüşmemi sağlayan sayın Prof. Dr. Yılmaz BÜYÜKERŞEN'e, Eskişehir Büyükşehir Belediyesi çalışanlarından Burhan Bey'e, anketleri dolduran müze ziyaretçilerine çok teşekkür ederim.

Verilerin analizi ve yorumlanmasında destek olan hocalarım; Dr. Öğr. Üyesi Orhan Can YILMAZDOĞAN'a, Arş. Gör. Barış ERGÜL'e ve Prof. Dr. Veysel YILMAZ'a; projeye başvurmam konusunda değerli bilgisini paylaşarak bana yol gösteren hocam Doç. Dr. Fatih ÇEMREK'e; ismini burada sayamadığım bütün hocalarıma teşekkürlerimi sunarım.

Tez savunma jürisinde yer alarak değerli görüş ve eleştirileriyle araştırmanın şekillenmesinde katkıda bulunan hocalarım; Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN'e ve Dr. Öğr. Üyesi Duran CANKÜL'e teşekkürlerimi sunarım.

Son olarak, bu çalışmanın her aşamasında bana destek olan tüm arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Büşra ŞEN

Eskişehir, 2019

## GİRİŞ

Destinasyonlarda, taşıma kapasitesi konusuna zamanla daha fazla önem verilmeye başlanmış ve yapılan çalışmaların sayısı gittikçe artmıştır. Destinasyon yönetimi ve taşıma kapasitesi kavramı, turizm merkezlerinin planlı olarak gelişmesi, uzun dönemli kullanılabilmesi ve korunması için önemli olmaktadır. Taşıma kapasitesi kavramı, destinasyonlarda kaynakların korunmasını, turizmden kaynaklanan sorunların azaltılmasını ve turizm alanlarının kullanım sınırlarının belirlenmesini sağlamaktadır.

Taşıma kapasitesi, bir rekreasyon alanının biyolojik ve fiziksel özelliklerine zarar vermeyen, ziyaretçilerin deneyimlerinin olumsuz etkilenmediği birim zamanda alanı ziyaret edecek kişi sayısı olarak tanımlanmaktadır (Savariades, 2000:148). Dünya turizm örgütü (1981), turizm taşıma kapasitesini, bir çekim yerinin fiziki, sosyal ve ekonomik çevresinde herhangi bir bozulma ve ziyaretçilerin tatmininde azalma ortaya çıkmadan çekim yerini aynı anda ziyaret edebilen en fazla kişi sayısı olarak ifade etmektedir.

Turizm sektöründe yaşanan hızlı gelişme ve destinasyonlarda görülen belirli zamanlarda yoğunlaşma, kapasite düzeylerinin aşılmasına, çevre ve altyapıda bazı sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Bramwell, 2004:12). Özellikle, kıyı turizmi faaliyetlerinin geliştiği tatil yerlerinde turizm talebinin artması ve turistik işletmelerin düzensiz dağılımı sonucunda doğal kaynaklar, çevre ve sosyal yapıda birçok sorunla karşılaşmaktadır. Bu sorunlar arasında: çevresel kirlenme, su kaynaklarının azalması, toprağın erozyona uğraması, kentsel görünümün bozulması, tatil yerlerinde aşırı kalabalıklar yer almaktadır (Garcia ve Servera, 2003:287-288).

Turizm alanlarında, ziyaretçi deneyimi ve fiziksel çevrede bozulma oluşmaması için farklı kapasitelerin sınırlarının belirlenmesi ve ziyaretçi kullanımlarının sınırlandırılması gerekli olmuştur. Bu nedenle, çekim yerlerinde belirli bir zamanda en fazla ne kadar ziyaretçinin bulunabileceği üzerine araştırmalar yapılmıştır. Farklı araştırmalarda ise, turizm kaynaklarında ziyaretçi kullanımlarından dolayı hangi değişikliklerin kabul edilebilir olacağı konusuna dikkat çekilmiştir. Böylece, kabul edilebilir değişim sınırları, ziyaretçi deneyimi ve kaynak koruması gibi yönetim teknikleri kullanılmıştır (Nasha ve Xilai, 2010:89-90).

Turizm alanlarında psikolojik taşıma kapasitesi ile ilgili yapılan çalışmalar ziyaretçilerin turizm alanına yönelik taşıma kapasitesi algılarını belirlemek, turizm alanlarını kullanan ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerini belirlemek açısından yapılması gerekli olmaktadır. Bir destinasyonda yapılan fiziksel taşıma kapasitesi çalışmaları, turizm alanlarını aynı anda kullanabilecek ziyaretçi sayılarının belirlenmesi, sosyal taşıma kapasitesi çalışmaları yerel halkın turizm faaliyetlerine ve turistlerin davranışlarına karşı hoşgörü düzeylerinin ortaya koyulması, psikolojik taşıma kapasiteleri ise, turistlerin turistik faaliyetlere katılımları sonucunda elde ettikleri memnuniyetin belirlenmesini sağlamaktadır.

Taşıma kapasitesi konusu ile ilgili yapılan birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların bir kısmı destinasyonların fiziksel taşıma kapasitesini incelemiş, bir kısmı da sosyal ve psikolojik taşıma kapasitesini incelemiştir. Bu çalışmalar sonucunda, genellikle yılın belirli aylarında yaşanan mevsimsel yoğunluğun doğal kaynaklar üzerinde bazı sorunlara neden olduğu ve yörede yaşanan yoğunluğun ziyaretçilerin memnuniyetlerini etkilediği ortaya koyulmuştur. Bu doğrultuda, bu araştırmada önemli düzeyde bir ziyaretçi sayısına sahip olan Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi ziyaretçilerinin taşıma kapasitesi algılarını ve memnuniyetlerini değerlendirmek amaçlanmaktadır. Bu amaca bağlı olarak, ziyaretçilerin taşıma kapasitesi algıları ve memnuniyetleri arasında bir ilişkinin olup olmadığı, ziyaretçilerin demografik özelliklerine göre taşıma kapasitesi algılarının ve memnuniyetlerinin farklılık gösterip göstermediği incelenmektedir. Bu araştırma, müze ziyaretçilerinin taşıma kapasitesine ilişkin algılarını ve memnuniyet düzeylerini değerlendirmek, müze ziyaretlerinde yaşanan yoğunluğun ziyaretçi memnuniyetlerini nasıl etkilediğini belirlemek açısından önemli hale gelmiştir.

Araştırma iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, destinasyon yönetimi ve destinasyon yönetiminde önemli bir kavram olduğu düşünülen Butler'in destinasyon yaşam dönemi modeli açıklanmıştır. Bu bölümde taşıma kapasitesi kavramı ve taşıma kapasitesi türlerine ayrıntılı olarak değinilmiş, turistik yoğunlaşma ve ziyaretçi memnuniyeti kavramları açıklanmış, ziyaretçi memnuniyeti ile ilgili yapılan çalışmalara değinilmiştir. Araştırmanın ikinci bölümünde ise, araştırmanın problemi, araştırmanın amacı ve önemi, araştırma yöntemi ve araştırma bulguları, sonuç ve öneriler yer almaktadır.



## 1. BÖLÜM:

### KURAMSAL ÇERÇEVE

Turizm faaliyetlerinin sosyal yapıda ve doğal çevrede oluşan değişikliklerin ne düzeyde kabul edilebilir olduğunu belirlemek, turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir, planlı ve kontrollü olarak devam edebilmesi için taşıma kapasitesi kavramına önem vermeye başlanmıştır (Franco Salerno vd., 2013:116-117). Turizm taşıma kapasitesi konusunda yapılan çalışmalarda, turizm faaliyetlerinin gelişme sınırlarının belirlenmesi, turizm aktiviteleri nedeniyle gerçekleşen çevresel ve sosyal etkiler incelenmiştir.

Turizm sektörü hızlı büyüyen ekonomik sektörlerden birisi haline gelmiştir. Doğal, kültürel kaynaklar, milli parklar gibi korunan alanların turizmde kullanılması ve turist sayılarındaki artış kaynaklar üzerinde baskıya neden olmaktadır. Bu nedenle destinasyonlarda çevresel, sosyal ve ekonomik yönden sorunlarla karşılaşmaktadır. Turizmden kaynaklanan olumsuz sonuçların tahmin edilmesi, kontrolü ve kaynakların korunmaya devam edilmesi için yönetim araçlarına gereksinim vardır. Taşıma kapasitesi kavramı, fiziksel, sosyal ve ekonomik çevreye zarar vermeden ziyaretçi memnuniyetlerini azaltmadan turizm alanlarının çekebileceği en çok kişi sayısının belirlenmesini ve kaynakların turizm işlevlerine devam edebilmesini sağlamaktadır (Lindberg ve McKercher, 1997: Akt; Kostopoulou ve Kyritsis, 2014:7).

Turizm faaliyetlerinin uzun dönemli olarak devamlılığının sağlanması için korunan alanlar ve insan yapımı turizm kaynaklarında turizm aktivitelerinin planlanması, yönetimine ve kontrolüne gerek duyulmaktadır. Milli park, tarihi kalıntılar ve doğal çevre gibi turizm alanlarında ziyaretçilerin kaynaklar üzerindeki etkilerini belirlemek, olumsuz etkilerin azaltılması ve kontrolünü sağlamak üzere destinasyon yönetimi, ziyaretçi yönetimi ve taşıma kapasitesi gibi kavramlar önemli hale gelmiştir.

Destinasyon yönetimi kavramı, bir destinasyonu ziyaret eden turistlerin ihtiyaç duydukları turistik mal ve hizmetlerin oluşturulması, turizm alanlarının fiziksel, sosyal ve ekonomik yönden planlanması, taşıma kapasitesi analizlerinin yapılması, destinasyona yönelik talep tahminlerinin yapılması ve buna uygun olarak turizm faaliyetleri için ihtiyaç duyulan altyapı ve kentsel yapıların, turistik işletmelerin ve

çekiciliklerin oluşturulması, turistlerin destinasyonu ziyaretleri sonucunda yüksek düzeyde memnuniyetinin sağlanması açısından gerekli olmaktadır.

Destinasyon yaşam döngüsü kavramı, bir destinasyonun yaşam döngüsünde hangi aşamalardan geçtiği, bu aşamaların her birinde turizm gelişmesine bağlı olarak destinasyonun fiziksel ve sosyal çevresinde ne tür değişikliklerin ve etkilerin olduğu ile ilgilidir. Bununla birlikte, yaşam döngüsünün farklı aşamalarında planlama ve pazarlama çalışmalarıyla ilgili kararlar alınmasına da katkı sağlamaktadır. Turizmde mevsimsellik kavramı ise, destinasyonların belirli zamanlarda ziyaretçi sayısındaki artışı ve turizm hizmetlerinin daha fazla talep edilmesini ve turizm alanlarında oluşan kalabalık nedeniyle kaynaklar üzerinde oluşan olumsuz etkilerin belirlenmesini, belirli bir turizm merkezindeki ziyaretçi yoğunluğunun ziyaretçi memnuniyetlerine ve yerli halkın yaşam kalitelerine etkisini incelemektedir. Bu nedenle bu araştırmanın kavramsal çerçevesini, destinasyon yönetimi, destinasyon yaşam döngüsü modeli, turistik yoğunlaşma, taşıma kapasitesi ve ziyaretçi memnuniyeti konuları oluşturmaktadır.

### **1.1. DESTİNASYON (TURİSTİK ALAN) YÖNETİMİ**

Şehir ya da bölge gibi büyük turistik alanların yönetimi destinasyon yönetimi bağlamında ele alınırken, müze, ören yeri, rekreasyon alanı, park gibi ziyaret edilen alanların alan yönetimi bağlamında incelenmesinde fayda vardır. Bu iki kavram alan büyüklüğü bakımından birbirinden ayrılmaktadır. Müze, rekreasyon alanı, park gibi alanlar için alan yönetiminden bahsetmek mümkündür. Bunlar, ziyaret edilen daha küçük ölçekli alanlardır. Bunlar, kendi içerisinde müze yönetimi, rekreasyon alanı yönetimi gibi başlıklar altında incelenmektedir. Müzelerin etkili bir yönetimi için sahip olmaları gereken özellikler ise, tutarlı liderlik, çalışanlar arasında paylaşılan değerler, iyi bir iletişimin olması, çalışanların eğitimi ve gelişimi, kaynakların stratejik kullanımı olarak belirtilmektedir (Sandell ve Janes, 2007: 102; Tokmak, 2008: 42).

Destinasyonlar, altyapı ve üstyapı unsurları (su, yol, otel, restoran, park vb.) bakımından gelişmiş, doğal ve yapay çekicilikleri bulunduran, turistlere kalışları süresince sunulan ürün ve hizmetlerin karışımından oluşan yerler olarak tanımlanabilir (Presenza, Sheehan ve Ritchie, 2005: 3). Turistik destinasyonlar ise, turistlerin memnuniyetini ve yeni deneyim kazanmalarını sağlayan, çeşitli çekicilik

kaynaklarının bulunduğu, turizm ürünleri ve hizmetlerinin sunulduğu, turistik tüketimin gerçekleştiği bir bölge ya da alandır (Bosnic, Stanic ve Tubic, 2014: 2-3).

Destinasyon yönetimi, bir turistik alanın yönetimi, pazarlanması başta olmak üzere turizm alanlarının planlanması, geliştirilmesi ve değerlendirilmesi, turizm alanlarında ziyaretçilerin ve kaynakların yönetimi, bilgi ve güvenlik yönetimi gibi çeşitli işlevlerin koordineli ve işbirliği içinde yerine getirilmesidir (Pearce, 2015: 1-4).

Destinasyon yönetimi, turistlerin ihtiyaçlarını karşılayacak ürün ve hizmetlerin oluşturulması, sunulan ürün ve hizmetlerin yeterliliğinin göz önüne alınması, turistler, toplum ve hizmeti sunanların çıkarlarının dikkate alınması ve destinasyonun ekonomik ve kültürel yönden gelişimini sağlayan planlar oluşturulması anlamına gelmektedir (Pearce ve Schanzel, 2013: 137). Destinasyon yönetiminin tanımı dikkate alındığında, taşıma kapasitesi ile ilgili düzenlemeleri doğrudan ilgilendirdiği anlaşılmaktadır. Taşıma kapasitesi kavramı, ziyaretçi memnuniyetini azaltmadan ve kaynaklara zarar vermeden turizm alanlarını aynı anda en fazla kaç kişinin kullanabileceğini, kaynakların kullanımı sonucunda görülen etkilerin kabul edilebilir olup olmadığının belirlenmesini ve bunun sonucunda kaynakların korunması için alınacak önlemleri ve düzenlemeleri içermektedir. Bu nedenle, taşıma kapasitesi kavramı ile destinasyon yönetimi kavramının birbiriyle yakından ilgili olduğu söylenebilir.

Destinasyon yönetimi, destinasyona gelen ziyaretçilerin isteklerinin anlaşılacak uygun ürünlerin oluşturulması ve sunumu, sektörün durumunun düzenli bir şekilde incelenmesini içermektedir. Bunlara ek olarak, varış yerlerinde bütün paydaşların refahını sağlamak, varış yerinin rekabet gücünü artırmak ve ziyaretçilerin memnuniyetlerini değerlendirmek bulunmaktadır (Yoon, 2002: 34).

Destinasyon yönetimi, bir varış yerinde turizm faaliyetlerinin belirli bir düzen ve uyum içerisinde gerçekleştirilmesinde, turizmin neden olduğu olumsuzlukların giderilmesinde ve turizmin yararlarının artırılmasında öneme sahiptir. Bir bölgenin veya şehrin turizm kaynaklarının uzun dönemli devamlılığını sağlamak, turizm alanlarının geliştirilmesi, yöre halkının turizm faaliyetleri hakkında bilgilendirilmesi ve ziyaretçilerin turistik alanlara yönelik deneyim niteliklerinin artırılması gibi amaçları içermektedir (Kocaman, 2012: 32-33). Bununla birlikte, bütün paydaşların çıkarlarının dikkate alınmasını, yönetim ve pazarlama faaliyetlerinin yürütülmesini, faaliyetleri yerine getirmek için fon kaynaklarının artırılmasını, turizm gelişimi ve

turizmden kaynaklanan sorunların ele alınmasını da içermektedir. Destinasyonlarda, otel, restoran ve acente gibi turizm işletmeleri, ticaret odaları, belediyeler, üniversiteler, turistler ve yerel toplum gibi çok sayıda paydaş vardır. Turizm planlarının uygulanması ve turizm gelişiminin başarıya ulaşmasında paydaşların iletişimi, işbirliği ve karar alma sürecine katılımları önem kazanmaktadır (Semerciöz, Dönmez ve Dursun, 2008: 89-91).

Destinasyonda yürütülen turizm faaliyetleri sayesinde gelir elde edilmekte ve çok sayıda kişiye iş imkânı sağlanmaktadır. Destinasyon yönetiminde, bileşenler arasındaki iletişim ve işbirliği önemli olmakla birlikte turistlere sunulan hizmetlerin kalitesinin kontrol edilmesi çoğu zaman mümkün olmamaktadır. Çünkü turizm ürünü bir destinasyonda bulunan farklı işletmelerce turistlere sunulan ürün ve hizmetlerin toplamından oluşmaktadır. Destinasyonda sunulan hizmetlerin performansını değerlendirmede turistlerin memnuniyeti dikkate alınarak destinasyonu geliştirmeye yönelik çalışmalar yürütülmektedir (Özdemir, 2007: 30-31).

Destinasyon yönetimi, turistlerin varış yerlerinden memnun ayrılmalarını sağlayacak kaliteli ürün ve hizmetlerin sunulması, turizm ürünlerinin oluşturulmasına katkıda bulunan çalışanlar arasında koordinasyon sağlanması, turizm merkezlerinin rekabet çevresinde başarılı olması için hedefler belirlenmesi, stratejik ve operasyonel planlar oluşturularak uygulanması ve kontrol işlevini içermektedir. Ayrıca, turizm planlarının uygulanabilmesi için organizasyon yapılarının oluşturulması, yerli halkın yaşam standartlarının daha iyi duruma getirilmesi, varış yerlerinin ekonomik ve kültürel gelişimi sağlanarak turizmin doğal ve sosyal çevreye olan etkilerinin dikkate alınması gibi uzun dönemli faaliyetleri kapsamaktadır (Bosnic, Stanisic ve Tubic, 2014: 2-7).

Destinasyonların yönetiminde söz sahibi olan destinasyon yönetim kuruluşları dış destinasyon pazarlama ve iç destinasyon geliştirme olmak üzere iki temel görevi yerine getirmektedir. Dış destinasyon pazarlama kapsamında, varış yerleri için imaj oluşturma ve varış yerlerine turistleri çekmeye yönelik tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilir. Bu faaliyetler arasında; varış yerlerinde etkinlik ve festival düzenlenmesi, reklam, doğrudan pazarlama, halkla ilişkiler ve web pazarlama gibi tekniklerle varış yerlerinin tanıtımı, imaj oluşturma, turizm ürünlerini ve hizmetlerini oluşturan tedarikçiler ve paydaşlarla sağlam ilişkiler kurma yer almaktadır (Presenza, Sheehan ve Ritchie, 2005: 6-8).

Destinasyonları geliştirmeye yönelik i destinasyon geliştirme çabaları, başarılı bir destinasyon yönetimi ve belirlenen hedeflere ulaşılması için gerekli olmaktadır. İ destinasyon geliştirme, destinasyon yönetim organizasyonlarının varış yerlerinde turizm gelişimini sağlayacak pazarlama haricindeki faaliyetlerinden oluşmaktadır. Bu faaliyetler (Presenza, Sheehan ve Ritchie, 2005: 9-12):

- Paydaşlar arasında koordinasyon oluşturulması ve kaynakların dağıtılması,
- Ziyaretçilere kaliteli hizmetler sunarak deneyimlerini artırmak, ziyaretçiler için ziyaretçi bilgi merkezleri oluşturmak,
- Ziyaretçilerle etkili iletişim kurabilen insan kaynaklarının gelişimini sağlamak,
- Bilgi ve araştırma faaliyetleri yoluyla turizm talebi ve sektörün arz durumu hakkında bilgi elde ederek doğru kararlar almak,
- Kaynakların yönetiminde turizmin çevreye neden olduğu etkilerin anlaşılmasını ve kaynakların sürdürülebilir kullanımını sağlayacak planlar oluşturmaktır.

Destinasyon yönetim kuruluşlarının, turizm gelirlerini artırmak, turizm talebinin mevsimlere ve bölgelere göre yayılmasını sağlamak, destinasyon çevresinin kalitesini sürdürmek, turistlerin haklarını korumak gibi görevleri bulunmaktadır (Middleton ve Clarke, 2001: 339; Özdemir, 2008: 33). Destinasyon yönetim kuruluşlarının en önemli görevi, destinasyonun pazarlamasını gerçekleştirmektir. Bu kuruluşlar, sınırlı bütçeye sahip oldukları için harcamalarını önceliklerine göre yapmaları gerekmektedir. Her destinasyonda yerel ihtiyaçlara göre farklı yönetim ve pazarlama politikaları oluşturulmaktadır (Özdemir, 2008: 31-32).

Destinasyonların yönetimi ve pazarlanmasında sorumlu olan destinasyon kuruluşlarının temel işlevleri arasında şunlar yer almaktadır (Adeyinka-Ojo, Khoo-Lattimore ve Nair, 2014: 151-163);

- Destinasyon markası oluşturmak, destinasyonların rekabet gücünü artıracak şekilde tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini yerine getirmek,
- Turizm ile ilgili karar almak, bütçe planları yapmak,
- Turizm kaynaklarının yönetimi ve turistik ürün geliştirme,
- Turizm endüstrisi paydaşları arasında iletişim sağlamak,

- Destinasyonlarda sunulan hizmetler için kalite sistemleri oluşturmak ve planların sonuçlarını izlemek,
- Destinasyonların güvenliğini sağlayacak planlar ve stratejiler oluşturmaktır.

Destinasyon temelli örgütlenme modeli, ulusal düzeyde turizm tanıtımı, pazarlama ve örgütlenme faaliyetlerinin yerine yerel düzeyde ve yerel değerlerin ön plana çıkarılarak turizm tanıtımı ve pazarlama çabalarının yerine getirilmesine vurgu yapmaktadır. Bu modelde, iller temel destinasyon birimleri olarak kabul edilirken illere bağlı kasaba, köy, ilçe ve turistik kaynakların bulunduğu küçük yerleşim yerleri ise yöresel destinasyon birimleri olarak adlandırılmaktadır (Yavuz ve Karabağ, 2007: 20-21). Bir ülke, bölge ya da şehrin destinasyon temelli turizm örgütlenme modelini uygulaması, bu destinasyonun sistemli ve bütün bir şekilde tanıtılmasını ve diğer destinasyonlara kıyasla rekabet gücünün artmasını sağlayacaktır. Sonuçta, bölgeye daha fazla sayıda turist gelmesi, bölge ekonomisinde canlılık ve istihdam artışı gibi hedeflere ulaşmak mümkün hale gelmektedir (Yavuz ve Karabağ, 2007: 14).

Destinasyon ürünü, farklı paydaşların ya da tedarikçilerin çabaları ve işbirliği sonucunda oluşmaktadır. Bu nedenle, destinasyonların yönetimi ve pazarlanmasında karmaşıklık, zorluk bulunmaktadır. Destinasyonların tanıtımı ve pazarlanması konusunda paydaşların işbirliği ve farkındalık oluşturmaları gerekli olmaktadır (Wang ve Pizam, 2011: 9).

Destinasyon yönetimi, varış yerlerinde bulunan turizm çekicilikleri, ulaşım, altyapı, konaklama, etkinlikler gibi tüm unsurların yönetimini ve belirli hedeflere ulaşmak üzere çalışanların çabalarının bir araya getirilmesini kapsayan stratejik yaklaşım olarak tanımlanmaktadır. Bu kapsamda, destinasyon yönetim kuruluşlarının yerine getirdikleri dört farklı rol vardır: (Morrison, 2012: 1-4)

- Destinasyon paydaşlarının koordineli olarak çalışmalarını sağlamak için liderlik rolü,
- Ziyaretçilerin destinasyona gelmeleri için tanıtımların yapılması, bilgi hizmeti verilmesi ve rezervasyonların basit hale getirilmesini içeren pazarlama rolü,
- Turizmin gelişimi ve kontrolünü sağlamak için planlama ve altyapı hizmeti, turizm ile ilgili politika ve programlar oluşturma, ürün

geliştirme ve insan kaynaklarının gelişimi gibi çabaların bulunduğu turizme uygun ortamın oluşturulması rolü,

- Pazarlama çabalarında verilen sözlerin yerine getirilerek turistlere hizmetlerin sunulması ve turist beklentilerinin aşılması anlamına gelen yerinde teslimat rolü bulunmaktadır.

### **1.1.1. Butler'in Destinasyon Yaşam Döngüsü Modeli**

Bir destinasyonun yaşam döngüsü aşamaları ile fiziksel, sosyal, ekonomik ve psikolojik taşıma kapasiteleri arasında karşılıklı ve karmaşık ilişkiler vardır. Turistik destinasyonun yaşam döngüsündeki aşamaların her birinde farklı taşıma kapasitesi düzeyleri ortaya çıkmaktadır. Bu aşamaların her birinde farklı planlama ve pazarlama anlayışları uygulanmaktadır. Taşıma kapasitelerini oluşturan unsurların tümü destinasyonun turizm gelişimine ve buldukları yaşam döngüsü aşamalarına bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Bu kavramlar karşılıklı olarak birbirini etkiledikleri için birlikte incelenmelidir (Çavuş, 2002: 155-163; Kahraman ve Türkay, 2004: 106).

Butler (2008), destinasyonların altı aşamalı bir gelişim sürecinden geçtiklerini ve bazı destinasyonların düşüş aşamasından sonra yeniden canlandırma (gençleştirme) aşamasından geçebileceğini belirtmiştir. Böylece yaşam döngüsünün yedi aşamaya ulaştığını belirtmek mümkündür. Bir destinasyonun geçirdiği aşamaları; keşfetme, katılım, büyüme, güçlendirme (sağlamlaşma), durgunluk, düşüş ve yeniden canlanma olarak incelemiştir.

1. Keşfetme aşaması, bu aşamada farklı doğal ve kültürel özellikleri olan bölgeyi, az sayıda turist ziyaret etmektedir. Daha çok yerel tesisler kullanılmaktadır, yerel halk ile ziyaretçi etkileşimi yüksektir. Bölgenin fiziki dokusu ve sosyal çevrenin değişmediği, turistlerin gelişlerinin yöre halkının sosyal ve ekonomik yaşamında önem taşımadığı aşamadır. Bölgenin temel çekicilik unsurlarını doğal ve kültürel özellikler oluşturur (Boniface ve Cooper, 2005: 45-46; Butler, 2008: 6). Bu aşamada, yerli halk ile turistler arasında yüksek düzeyde iletişim görülmektedir. Destinasyonda turizmden kaynaklanan sosyal ve ekonomik etkiler ise düşük seviyededir (Almeida ve Correia, 2010: 429).

2. Katılım aşamasında, yerel halkın bir kısmı turizm faaliyetlerine katılmaktadır. Bu aşamada, yerli halkın girişimleriyle oluşturulan tesisler, turistlerin kullanımına sunulmaktadır. Çok sayıda turist bölgeye seyahat etmekte, turizm sezonu belirgin hale gelmektedir (WTO, 2007: 17). Ziyaretçi sayısı artmakta ve yerel halk ziyaretçiler için imkânlar oluşturmaktadır. Yerel halk ile ziyaretçi etkileşimleri yüksektir. Bu aşamada, turizm sezonu ortaya çıkarken turistleri çekmek üzere reklam faaliyetleri başlamaktadır. Ulaşım ile diğer imkânları geliştirmeye yönelik yatırımlar yapılmaktadır (Boniface ve Cooper, 2005: 45-46; Butler, 2008: 7).

3. Büyüme aşamasında doğal ve kültürel çekicilikler geliştirilmekte, bölgenin fiziksel görünüşü ile turistlerin özelliklerinde değişiklikler meydana gelmektedir ve bunları yöre halkı hoş karşılamamaktadır. Bu aşamada, yoğun reklamlarla tanıtılan turistik çekim alanları, iyi tanımlanan bir pazar alanı bulunmaktadır ve yerel halkın turizm gelişimine katılımının kontrolü azalmaktadır. Bazı yerel tesislerin yerini dış organizasyonlar tarafından sağlanan daha büyük ve modern tesisler almaktadır (Butler, 2008: 8; Omar, Othman ve Mohamed, 2014: 273-274).

Yerel tesislerin yerini güncel ve yapay mekânlar almaktadır. Destinasyonun erişilir hale gelmesiyle reklam çabaları artmış ve dış yatırımcılar turizm alanına yatırım yapmaya başlamıştır. Yerel katılımı azalma görülmektedir. Turizm sektöründeki hızlı büyüme nedeniyle yardımcı tesisler ve hizmetler gerekli olmaktadır (Almeida ve Correia, 2010: 429).

4. Güçlendirme aşamasında, turizm bölgenin ekonomisinde önemli bir yer tutmaktadır. Turist sayılarında artış meydana gelirken bazı tesislerde düzenlemeler ve yenilikler yapılmasına gerek duyulabilir (WTO, 2007: 17). Destinasyon turizm alanında gelişerek donanımlı ve tanınan bir yer olmaktadır. Turizm sezonunu ve pazar alanını genişletmek için çaba harcanırken pazarlama ve reklamcılık yoğun olarak kullanılmaktadır. Bölgeye gelen turist sayısındaki artışlar faaliyetlerinde bazı kısıtlamalarla karşılaşan ve turizmle ilgisi olmayan yerel halk üzerinde hoşnutsuzluk oluşturmaktadır (Boniface ve Cooper, 2005: 45; Butler, 2008: 8). Yerel ekonominin büyük bir bölümünü turizm sektörü oluşturmaktadır. Turizm sezonunu uzun bir zamana yaymak için yapılan pazarlama ve tanıtım faaliyetleri artmıştır. Ziyaretçi sayılarındaki artışlar eskisine göre azalmaya başlamıştır (Almeida ve Correia, 2010: 429).

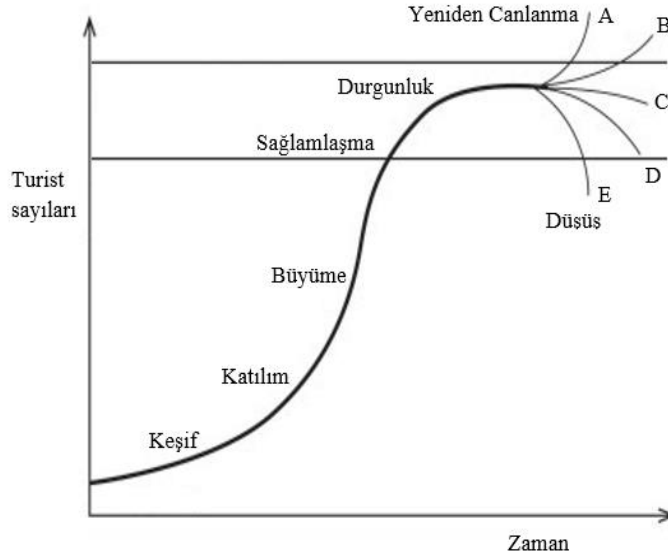


5. Durgunluk aşamasına gelindiğinde, ziyaretçi sayıları en yüksek düzeye ulaşmıştır. Çekim yeri iyi tanınan bir imaja sahip olmakla birlikte moda olmaktan çıkmıştır. Konaklama sektöründe kapasite kullanımları aşılmıştır. Ziyaretçi sayısı zirveye ulaşmıştır. Ekonomik, sosyal, çevresel sorunlar ortaya çıkmış, taşıma kapasitesi aşılmıştır. Alan popülerliğini yitirdiğinden, ziyaretçi sayılarını korumak için yoğun çaba harcanmaktadır. Var olan işletmelerin sahipleri sıklıkla değişmektedir (Agarwal, 1997: 65-66; Butler, 2008: 8).

Durgunluk aşamasında, destinasyonun kapasite seviyelerinin aşılma başlanmasıyla ekonomik, sosyal ve çevresel yönden bazı sorunlar görülmektedir. Destinasyona iş amaçlı yapılan ziyaretler artmaktadır. Doğal çekiciliklerin yerini yapay mekânlar almıştır. Destinasyon moda olmaktan uzaklaşmıştır (Almeida ve Correia, 2010: 429).

6. Düşüş aşamasına gelindiğinde, destinasyon turistik özelliklerini yitirmekte, turizm ürünleri ve hizmetlerine daha düşük fiyatlarla ulaşabilen yerel halkın katılımı artmaktadır. Ziyaretçiler genellikle kırsal alanlara yönelik ziyaretler yapmaktadır. Bölge çekici özelliklerini yitirerek daha çok hafta sonu ve gününbirlik olarak tercih edilmektedir (Butler, 2008: 9; Omar, Othman ve Mohamed, 2014: 273). Kamu kesimi ya da özel sektörün turizmin yeniden canlandırılmasına yönelik planları ve uygulamaları bulunmuyorsa, destinasyon diğer turistik yerlerle rekabet edemeyecek duruma gelmektedir. Turizm işletmeleri turizm dışındaki alanlarda kullanılmaya başlamaktadır (Garay ve Canoves, 2011: 654).

7. Yeniden canlanma aşamasında, turizm alanındaki turistik çekicilik kaynaklarına yenileri eklenmektedir, yeni tesislerin kurulması ekonomik yönden uygun olmaktadır. Bu durumda, kullanılmayan doğal kaynaklardan yararlanılabilir, turizme dayalı olan çekicilik unsurlarında değişiklik yapılabilir. Bazı turistik merkezler rekabetçiliğini bu aşamada kaybedebilir (Butler, 2008: 9; Omar, Othman ve Mohamed, 2014: 274).



**Şekil 1.** Destinasyon Yaşam Döngüsü Modeli

**Kaynak:** Butler, 2008: 7

Hovinen (2002), Butler'in destinasyon yaşam döngüsü modelindeki aşamaların geçerli olup olmadığını Amerika'nın Lancaster eyaletinde incelemek ve turizm işletmelerinin satış gelirleri ve turist sayılarındaki büyüme oranlarını belirlemek amacıyla bir araştırma yapmıştır. Çalışmada, turizm destinasyonlarının çeşitli çekim unsurlarından oluştuğunu (konaklama, alışveriş, eğlence, yiyecek işletmeleri ve diğer işletmeler gibi), destinasyonda güçlendirme, durgunluk, düşüş ve yeniden canlanma aşamalarının bir arada görüldüğünü ve farklı turizm işletmelerinin ürün yaşam döngüsünde farklı bir aşamayı yaşadıklarını tespit etmiştir.

### 1.1.2. Destinasyon Yönetim Örgütleri

Destinasyon yönetim örgütleri (DYÖ), bir destinasyonda yönetim ve pazarlama faaliyetlerini ortak hedefler ve çıkarlar etrafında ulusal, bölgesel ya da yerel düzeyde gerçekleştiren çok sayıda kuruluştan oluşmaktadır. Destinasyon yönetim kuruluşlarının görevleri arasında; destinasyonların pazarlama, yönetim, tanıtım ve geliştirme faaliyetlerinin yürütülmesi, turistik yerlerde fiziksel ve sosyal açıdan uygun çevresel koşulların oluşturulması, ziyaretçilere gerekli hizmetlerin sunulması, ziyaretçi beklentilerinin dikkate alınması ve ziyaretçilerin turistik deneyimlerinin artırılması yer almaktadır (WTO, 2007: 2-6).

Dünyada gelişmiş ülkelerin oluşturdukları destinasyon yönetim kuruluşları destinasyonların pazarlanması, tanıtımı ve yönetimi çalışmalarını etkili olarak yerine getirmektedir. Destinasyonlarda turizm sektöründe faaliyetlerini devam ettiren turizm işletmeleri, mesleki kuruluşlar, diğer işletmeler ve devletin ilgili kurumları arasında koordinasyon ve uyum içerisindeki çalışmalar başarılı bir destinasyon yönetimi için gerekli olmaktadır (Kocaman, 2012: 39).

Destinasyon yönetim kuruluşlarının, bir varış yerinde hizmetlerin üretiminde rol oynayan bileşenler arasında koordinasyonu sağlamanın yanında varış yerlerinin tanıtımı ve farkındalık oluşturma görevleri bulunmaktadır. Destinasyon yönetiminde turistler, turizm işletmeleri, mesleki kuruluşlar, diğer işletmeler ve yerli halk gibi birçok paydaşın ihtiyaçlarının dikkate alınması gerekli olduğundan bazı zorluklar içerir (Presenza, Sheehan ve Ritchie, 2005: 4). Destinasyon yönetim kuruluşlarının görevi, hem varış yerlerinin pazarlanması, tanıtımı, imaj geliştirme ve varış yerlerine ziyaretleri artırmayı sağlamak hem de varış yerinin başarılı yönetimi için gerekli olan diğer faaliyetleri yerine getirmek olarak belirtilmektedir.

Wang (2008), yerel destinasyon yönetim kuruluşlarından olan kongre ve ziyaretçi bürolarının destinasyon yönetimi ve pazarlanmasındaki görevlerini anlamak amacıyla turizm işletmeleriyle görüşmüş, kongre ve ziyaretçi bürolarının görevlerini yedi başlık altında incelemiştir:

- Bilgi sağlama: Destinasyon ile ilgili araştırmalar yapmak, destinasyon hakkında ziyaretçilere bilgi vermek ve hedef pazarları belirlemektir.
- Topluluk markası oluşturma: İşletmeler ile işbirliği içinde çalışmalarını sürdürmek, destinasyonun tanıtımı ve pazarlanması, toplantılar ve kongreler düzenlenmesi, destinasyonun ziyaretler için cazip hale getirilmesi için marka oluşturmaya içerir.
- Toplantı düzenleme ve iletişimi kolaylaştırma: Kamu ve özel sektör kuruluşlarının bir araya gelerek destinasyon problemlerini tartışmalarını, çözüm bulmalarını ve ortak bir anlayışa ulaşmalarını sağlayan toplantıları düzenler. Kamu ve diğer sektörler arasında iletişimi kolay hale getirirler.
- Turizm sektörünün savunuculuğu: Turizmin yerel ekonomiye ve bölgeye olan katkılarının anlaşılmasını sağlamak, turizm faaliyetleri

ile uğraşan birey ve grupların, turizm endüstrisinin savunuculuğunu üstlenmektedir.

- Pazarlama faaliyetinin organizasyonu: Destinasyonda uygulanan ve karar aşamasında olan pazarlama faaliyetlerini belirlemek, iyi bir tanıtımın yapılması için kuruluşların katılımını sağlamaktır.
- Pazarlama faaliyetleri için finansman temsilcisi: Yerel destinasyonların pazarlanması ve tanıtımını gerçekleştirmek için işletmelere fon sağlamak, işbirliğine dayalı pazarlama çalışmalarını desteklemektir.
- İş ortaklığı, takım oluşturma ve ağ yönetiminin organize edilmesi: Turizm endüstrisinde işletmelerin ortaklık oluşturmalarını destekler. İşletmeler işbirliği içerisinde çalıştıklarında daha etkili olur ve bazı ihtiyaçlarını kolayca karşılar. Pazarlama ağı faaliyetlerinin yönetimi ve paydaşların koordine edilmesinden sorumludur.

Destinasyon yönetim örgütleri, iç destinasyon çevresinde paydaşlar, sektör ve destinasyon ile ilgili bilgi toplamaktadır. Elde ettiği bu bilgileri destinasyonun güçlü ve zayıf yönlerini belirlemek, paydaşlar arasında bilginin paylaşımı ve işbirliğini sağlamak, destinasyonu diğer destinasyonlarla kıyaslamak amacıyla kullanır. Dış rekabet çevresinde bulunan turizm ürününü sağlayanlar ile turistler hakkında bilgi toplanması, analizi ve paydaşlara aktarılması, destinasyonun konumlandırılması ve tanıtımı görevini üstlenir. Böylece dış rekabet çevresinde ortaya çıkabilecek fırsat ve tehditler hakkında bilgi sağlanabilir (Sheehan, Vargas-Sánchez, Presenza ve Abbate, 2016: 552-553).

## **1.2. TURİSTİK YOĞUNLAŞMA KAVRAMI**

Destinasyonlarda, turizm hareketlerinde belirli aylarda ve belirli bölgelerde yoğunlaşmanın gerçekleşmesi nedeniyle turistik yoğunlaşma kavramı önem kazanmıştır. Turistik yoğunlaşma, turizmde yaşanan önemli sorunlardan biri haline gelmiştir. Bu kavram, yılın belirli zamanlarında turistik çekim yerlerinde görülen yoğunlaşma, turist sayısı ve turizm harcamalarında artışlar, turistik ürünlerin fiyatlarında yükselme, yoğunluk nedeniyle trafik ve çevrede yaşanan sorunlar

açısından geçici bir durum olarak tanımlanmaktadır (Butler, 1994: 332-339; Fernandez-Morales, 2003: 943-944).

Turistik yoğunlaşma, turizm sektöründe bazı sorunlara neden olmaktadır. Bunlar, zirve sezonunda otellerde yaşanan yoğunluk, hizmet kalitesinde düşüşler, hizmet sunumunda yaşanan gecikmeler, rekreasyon alanlarında oluşan kuyruklar ve işletmelerin personel alımında ve devamlılığında yaşadıkları sıkıntılar sayılabilir (Cannas, 2012: 41-46). Turizmde mevsimsellik, turizm destinasyonlarında yılın belirli zamanlarında görülen yüksek kullanım seviyelerini, belirli bir alandaki yoğunluğun turizm alanında ne tür olumsuz etkilere neden olduğunu inceleyen bir kavramdır (Lopez-Bonilla ve Lopez-Bonilla, 2008: 118-120).

Turizmde mevsimsellik, evrensel olarak kabul edilmekte ve genelde bir sorun olarak ifade edilmektedir (Getz, Carlsen ve Morrison, 2004: 85-86). Turizmde mevsimsellik, zamansal ve mekânsal yoğunlaşma olarak iki başlıkta incelenmektedir. Akdeniz ve Yunanistan gibi destinasyonların deniz turizmine yönelik olmasından dolayı daha çok yaz aylarında ziyaret edilmesini etkilemektedir. Bu destinasyonlarda, turist sayılarındaki artışlar, otellerin doluluk oranları bakımından zamansal yoğunluk ortaya çıkmaktadır. Mekânsal yoğunluk ise, milli park, ören yeri gibi doğal ve kültürel varlıkları ya da yapay çekicilikleri turistlerin yoğun olarak ziyaret etmesi olarak tanımlanabilir. Mekânsal yoğunlaşmanın olduğu turizm alanlarında, kalabalıklaşma ve ziyaretçi davranışları nedeniyle tarihi ve kültürel yapıların zarar görmesi vb. sorunlar ortaya çıkmaktadır (Çavuş, 2002: 173-174; Tokmak, 2008: 74).

Turistik yoğunlaşma sonucunda oluşan olumsuz etkiler, taşıma kapasitesi düzeylerini de olumsuz etkilemektedir. Turizm sezonunda görülen ziyaretçi yoğunluğu fiziksel, sosyal ve ekonomik taşıma kapasitelerinin zorlanmasına ve aşılmasına neden olmaktadır. Turizm sezonunda turistik tesislerin ve altyapının kapasitenin üstünde kullanımı, işletmelerin sundukları hizmet kalitesinin ve turist memnuniyetinin azalmasıyla sonuçlanmaktadır. Literatürde turistik yoğunlaşma kavramı, turizmde mevsimsellik kavramı ile benzer anlamda izah edilmektedir. Turizmde mevsimsellik türleri ve turizmde mevsimselliğin etkileri ise, bir sonraki başlıkta ayrıntılı bir şekilde açıklanmaktadır.

### **1.2.1. Turizmde Mevsimsellik Türleri**

Mevsimsellik, doğal mevsimsellik ve kurumsal mevsimsellik olarak iki farklı şekilde incelenebilir. Doğal mevsimsellik, yıl içerisinde sıcaklık, yağış, güneş ışığı, nem gibi iklimsel koşullarda ortaya çıkan değişikliklerin turizm hizmetleri talebini etkilemesi olarak tanımlanabilir. Bu nedenle, yılın belirli zamanlarında turizm hizmetleri daha fazla talep edilmektedir (Baum ve Lundtorp, 2001: 1).

Butler (1994:6), kurumsal mevsimselliği, turizm hizmetlerinin talep edilmesinde yılın belirli zamanlarında insan kararları, dini, kültürel ve sosyal unsurların etkili olması olarak açıklamaktadır. Buna, resmi tatiller, okul tatilleri, bayramlar ve hac ziyareti örnek verilebilir (Baum ve Lundtorp, 2001: 1). Kurumsal mevsimsellik, insan kararları ve politikalarının yanı sıra dini, kültürel, sosyal faktörlerin dikkate alındığı mevsimsellik türüdür (Mbithe Matiku ve Namusonge Yıminyı, 2015: 34-35). Kurumsal mevsimsellik, dini, kültürel, etnik ve sosyal faktörlerin birleşiminden oluşmaktadır. Kurumsal mevsimselliğe, resmi tatil günleri, bayramlar, özel olaylar (festival, fuar), okul tatili ve hac dönemleri örnek verilebilir (Chung, 2009: 85-86).

Baum ve Hagen (1997)'e göre, kurumsal mevsimselliğin oluşumunda etkili olan unsurlar arasında: tatiller ve boş zamanların olması, kişilerin tatil harcamalarını etkileyen ekonomik durumları, ülkenin genel ekonomik yapısı, seyahat alışkanlıklarında görülen değişiklikler (sosyal baskı ve moda), destinasyonun konumu ve spor mevsiminin başlaması yer almaktadır.

### **1.2.2. Turizmde Mevsimsellik Etkileri**

Turizmde mevsimselliğin görüldüğü destinasyonlarda mevsimsellik nedeniyle bazı olumsuz etkiler ortaya çıkmaktadır. Bunlar: (Bramwell, 2004: 10-11; Getz, Carlsen ve Morrison, 2004: 86; Chung, 2009: 86-88; Matiku ve Yıminyı, 2015).

- Turizm sezonunda turizm tesislerinde ve tatil yerlerinde kalabalık oluşması, turistik mal ve hizmet fiyatlarının yükselmesi,
- Yoğun sezonda çalışanların iş yükünün artması ve uzun çalışma saatleri,
- Yoğun sezonda yeterli su sağlanması ve atıkların yok edilmesi, kaynakların aşırı düzeyde kullanımı gibi sorunlar yaşanabilir.

- Turizm destinasyonunda oluşan kalabalık güvenlik riski oluşturabilir.
- Turizm sezonunda bazı destinasyonlarda görülen kalabalık ve kaynakların aşırı kullanımından dolayı çevresel sorunlar, ulaşım ve altyapı sisteminde baskı oluşmaktadır. Hava kirliliği, gürültü, çevresel kirlilik ve su kaynaklarında kirlenme ortaya çıkmaktadır.
- Turizm sezonunda bazı destinasyonlarda kalabalıklaşma nedeniyle ziyaretçi memnuniyeti olumsuz etkilenebilir.
- Sezon dışında turizm tesislerinin yetersiz kullanımı, bazı otellerin kapanması ve mevsimlik işsizlik oluşabilir.
- Turizm sezonu dışında yoğun sezona göre turizm işletmelerinin iş hacimlerinde yaşanan azalma istihdam oranında ve işletmelerin çalışan sayılarında azalmaya neden olmaktadır. Turizm talebinde görülen dalgalanma nedeniyle düzensiz bir işgücü pazarı oluşmaktadır.
- Turizm kaynaklarının yeterli olmayan kullanımı ve turizm işletmelerinin bir yılda düzensiz ve düşük gelir elde etmeleridir.

Mevsimsel yoğunlaşmanın olumlu etkileri ise şunlardır:

- Turizm sezonunda yoğun ve aşırı kullanılan kaynakların sezon dışındaki zaman dönemi yenilenmeleri için imkân sağlamaktadır.
- Yoğun olmayan sezon yerli halkın normal yaşamlarına devam etmelerini ve sezonda oluşan kalabalığın azalmasını sağlar (Chung, 2009: 90-91).

### 1.3. TAŞIMA KAPASİTESİ VE TÜRLERİ

Turizm, bir bölgeye ekonomik ve sosyal birçok fayda getirmesinin yanında bazı olumsuzluklara da neden olmaktadır. Rekreasyon alanlarındaki faaliyetler sonucunda çevresel kirlilik, doğal kaynaklarda ve kültürel değerlerde değişimler gibi etkiler ortaya çıkmaktadır (Avcı, 2007: 487-489). Bir destinasyonda turizmin kontrolsüz gelişimi ve arazilerin turizm yatırımı amaçlı yoğun bir şekilde kullanımı sonucunda çevresel, sosyal ve kültürel kaynaklarda bozulma ve kaynakların azalması gibi sorunlarla karşılaşmaktadır. Bu sorunların ortaya çıkmasıyla sürdürülebilir planlama ve turizmde taşıma kapasitesi kavramlarına önem verilmeye başlanmıştır (Maggi ve Fredella, 2010: 1).

Mathieson ve Wall (1982) ise, *“taşıma kapasitesini, fiziksel çevrede kabul edilemez değişikliğe neden olmayan ve rekreasyonel deneyim kalitesinde kabul edilemez bir düşüş olmaksızın bir yeri kullanabilecek maksimum kişi sayısı”* şeklinde tanımlamıştır.

O’ Reilly (1986), taşıma kapasitesi kavramını destinasyondaki ev sahibi halk ve turistler açısından iki şekilde açıklamıştır. Birincisinde, taşıma kapasitesi, bir destinasyonun ev sahibi halkın turizmden kaynaklanan olumsuzlukları hissetmelerinden önce destinasyonda istenen en çok turist sayısı olarak tanımlamıştır. Diğer tanımda ise, turistlerin turizm alanlarını ziyaretleri sırasında kapasite düzeylerinin aşıldığını hissetmeleri ve destinasyonun çekiciliğini yitirmesiyle turist sayılarının azaldığı seviyeyi belirtmektedir. Coccossis ve Parpairis (1992: 26), turizmde taşıma kapasitesini, bir turizm alanında ziyaretçilerin rekreasyon deneyimlerinde önemli bir azalma olmadan ve turizm ortamında kalıcı fiziksel bozulma ortaya çıkmadan her yıl turizm aktivitelerini desteklemeye devam edeceği kullanıcı sayılarının belirlenmesi olarak tanımlamıştır.

Taşıma kapasitesi, bir turizm alanında ziyaretçi tatminlerinin azalmasına ve doğal ortamın bozulmasına yol açmadan ve yerli halkın turizmden bekledikleri ekonomik yararı sağlayacak en uygun kullanım düzeyinin belirlenmesi anlamına gelmektedir. Örneğin; bir milli parka yapılan ziyaretlerde parkın yüksek kullanım düzeyi ortamın kalabalıklaşmasına ve zamanla parkın doğal kaynağının fiziksel özelliklerinde bozulmaya ve ziyaretçi memnuniyetinde azalmaya neden olabilir (Papageorgiou ve Brotherton, 1999: 271-274).



Shelby ve Heberlein (1984), taşıma kapasitesini turistik veya rekreasyon aktivitelerinin kaynaklarda ya da ziyaretçi deneyimlerinde oluşturduğu etkilerin kabul edilebilir sınırları aşması olarak tanımlamıştır. Taşıma kapasitesini ekolojik, fiziksel, sosyal ve tesis kapasitesi olarak dört başlıkta incelemiştir. Çalışmada, belirli bir rekreasyon alanının kullanım düzeyi ve diğer yönetim parametrelerindeki bazı değişikliklerin doğal çevreyi ve ziyaretçi deneyimlerini etkileyeceğini belirtmiştir. Kullanım seviyesindeki artışlar bitki örtüsü ve su kalitesinde bozulmaya neden olabilir. Kullanım düzeyi ve yöneticilerin kontrol edebildiği faktörlerden yönetim parametrelerine yapılacak müdahale sayesinde etkilerin azaltılması ve kapasitelerin belirlenmesi sağlanır. Destinasyon yöneticilerinin kullandıkları bazı yönetim parametreleri arasında; ziyaretçi karşılaşmalarını azaltmada zamanlama, ziyaretçi dağılımını sağlamak, çevresel bozulmanın azaltılmasında kaynak zeminini sağlamlaştırma yer almaktadır.

Taşıma kapasitesi, bir rekreasyon alanının biyolojik ve fiziksel özelliklerine zarar vermeyen, ziyaretçilerin deneyimlerinin olumsuz etkilenmediği birim zamanda alanı ziyaret edecek kişi sayısı olarak tanımlanmaktadır. Rekreasyonel taşıma kapasitesi, biyofiziksel ve davranışsal bileşen şeklinde iki bileşenden oluşmaktadır. Biyofiziksel bileşen, doğal kaynakların rekreasyon amaçlarıyla kullanımının kaynaklar üzerinde olumsuz etkilere neden olabileceği eşik seviyesinin belirlenmesini içermektedir. Davranışsal bileşen ise, rekreasyonel deneyim kalitesi olarak ifade edilmektedir (Savariades, 2000: 148). Taşıma kapasitesi, bir turizm alanının fiziki ve kültürel özelliklerinde herhangi bir bozulmaya neden olmayan, ziyaretçi memnuniyetlerinde düşüşlerin yaşanmadığı uygun kullanım düzeyi ve ziyaretçi sayısı olarak tanımlanmaktadır (Göktuğ, Yıldız, Demir ve Bulut, 2013: 196-197).

Taşıma kapasitesiyle ilgili tanımlar incelendiğinde, taşıma kapasitesi kavramının net ve kesin bir tanımının olmadığı ve çeşitli yazarların farklı şekilde tanımladıkları görülmüştür. Taşıma kapasitesi, bir bölgede fiziksel çevreye zarar vermeden ve turistlerin memnuniyetini azaltmadan turizm faaliyetlerine katılabilecek en fazla kişi sayısı ve turizm alanının kullanım düzeyi olarak tanımlanabilir. Bir destinasyonun taşıma kapasitesi sınırlarının aşılması ziyaretçilerin deneyimlerini olumsuz olarak etkilemekte ve ziyaret edilen alanda yerel halkın mevcut hizmetlerden yararlanma düzeylerini etkilemektedir. Turizm alanları ve doğal alanların planlanması,

taşıma kapasitesi analizlerinin yapılması bu alanların sürdürülebilir kullanımı açısından önem taşımaktadır.

Taşıma kapasitesini etkileyen çok sayıda faktör bulunmaktadır. Bunlar: turizm destinasyonunun doğal ve kültürel özellikleri, ekonomik yapısı, turizm gelişim seviyesi, yerli halkın özellikleri ve turistlerin sosyal, ekonomik ve kültürel durumları, turistlerin kalış süresi, turizm alanının kullanım düzeyi, turizm aktivitesi türleri ve turistlerin memnuniyet düzeyleridir (Çavuş, 2002: 30-33; Soylu, 2013: 31).

Literatürde taşıma kapasitesinin farklı şekillerde sınıflandırıldığı görülmüştür. Watson ve Kopachevsky (1996), taşıma kapasitesini ekolojik ve çevresel kapasite, fiziksel ve tesis kapasitesi, sosyal ve algısal kapasite, ekonomik kapasite ve psikolojik kapasite olarak beş başlıkta incelemiştir. Avcıkurt (2007), taşıma kapasitesini ekolojik, sosyal (psikolojik), fiziksel ve ekonomik taşıma kapasitesi olmak üzere dört başlıkta incelemiştir. Bu araştırmada, turistik bir alanın taşıma kapasitesi fiziksel, ekonomik, sosyal ve psikolojik (algısal) olarak dört başlıkta incelenmektedir.

### **1.3.1. Fiziksel Taşıma Kapasitesi**

Fiziksel taşıma kapasitesi, bir destinasyonun fiziksel ya da biyolojik yapısında meydana gelen aşınma, yıpranma gibi değişikliklerin ziyaretçilerin yaşadıkları deneyimlerin niteliğinde ortaya çıkan olumsuzlukların kabul edilemeyecek bir seviyeye gelmeden önce alanı kullanabilecek maksimum ziyaretçi sayısının belirlenmesi anlamına gelmektedir (Rızaoğlu ve Tanrısevdi, 1997: 52-53).

Bu kapasite türü, turizm tesislerinin belirli doygunluğa ulaştığı gelişim seviyesini ve turistlerin turizm alanını aşırı kullanımı ya da destinasyonda altyapı eksiklikleri nedeniyle çevre kirlenmesi, habitatın zarar görmesi gibi sorunların ortaya çıkmasını ifade etmektedir (Watson ve Kopachevsky, 1996: 174).

Fiziksel kapasite, doğal çekiciliği bulunan turizm alanlarında kamp yapma, nehir gezileri gibi aktivitelere katılacak kişi sayısı ve kişi başına düşen alan miktarı ile ilgili kapasiteyi belirtmektedir (Shelby ve Heberlein, 1984: 443). Fiziksel taşıma kapasitesi, bir çekim yerinin altyapı ve üstyapı unsurlarının tarihi, kültürel ve sosyal varlıklarının turizm etkinliklerini karşılayabilme kapasitesi olarak tanımlanır (Çavuş, 2002: 24). Bir turizm alanının fiziksel taşıma kapasitesi, doğal ve tarihi kaynakların

(milli park, sahil, kırsal alan, tarihi kalıntılar gibi), gerekli alt yapı ve üst yapı unsurlarının yerli halk ve turistlerin gereksinimlerini karşılamada yetersiz hale geldiği bir düzey olarak ifade edilmektedir (Coccossis ve Parpairis, 1992: 27).

Brown, Turner, Hameed ve Bateman (1997), çalışmasında turizm ile doğal kaynakların bozulması arasındaki ilişkiyi, Maldiv adalarında anket ve mülakat yoluyla, Nepal’de ise ikincil verilerden yararlanarak incelemiştir. Araştırmada, doğal sermayede turist baskılarıyla meydana gelen etkiler taşıma kapasitesi göstergelerinden su kalitesi, katı atıkların yok edilmesi ve turist algıları açısından incelenmiştir. Araştırmada turistlerin Maldivlerin plaj kalitesi ve su kalitesini iyi olarak değerlendirdikleri, her iki ülkede turist sayılarındaki artışın çevresel bozulmaya neden olduğu ve atıkların yok edilmesi problemlerinin bulunduğu tespit edilmiştir.

Göktuğ ve Arpa (2015), Ilgaz Kış Sporları Turizm Merkezi’nin fiziksel kapasitesini belirlemek ve mevcut durumu analiz etmek amacıyla çalışma yapmıştır. Çalışmada, Ilgaz Kış Sporları Turizm Merkezi’nin fiziksel kapasitesinin tüm ziyaretçiler için günde 1191 ziyaretçi olduğuna ulaşılmıştır. Alanın ziyaretçi sayısının hafta sonlarında ve resmi tatillerde arttığı, alanın fiziksel kapasitesi üzerinde kullanıldığı bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca, Ilgaz Kış Sporları Merkezi ile Yurduntepe Kayak Merkezi arasında ulaşımın sağlanmasıyla ziyaretçilerin bir kısmının kayak merkezine yöneleceği ve Ilgaz Kış Sporları Merkezi’nin kullanım yoğunluğunun azalacağını belirtilmiştir.

### **1.3.2. Sosyal (Toplumsal) Taşıma Kapasitesi**

Sosyal taşıma kapasitesi, varış yerlerinde hem ziyaretçiler hem de yöre halkı açısından değerlendirilmektedir. Sosyal taşıma kapasitesi, turistlerin bir turistik çekim yerinde ziyaret deneyimlerini ve memnuniyetlerini olumsuz olarak etkilemeden alanda hoşgörüyü karşılayacakları maksimum kişi sayısı olarak tanımlanırken, yerel halk açısından ise, bir destinasyonda turizm faaliyetlerine ve turizm faaliyetleri nedeniyle yaşam koşullarında ortaya çıkabilecek olumsuzluklara karşı tahammül edecekleri en uygun ziyaretçi sayısı olarak tanımlanabilir (Marzetti ve Mozetti, 2005: 3; Zhiyong ve Sheng, 2009: 47).

Toplumsal taşıma kapasitesi, bir turizm destinasyonunda yerli halkın turistlerin varlığı ve davranışlarına, turizm gelişmeleri ile görülen çevresel ve kültürel nitelikli olumsuzluklara hoşgörü düzeylerinin sınırını ifade etmektedir (Çavuş, 2002: 28). Sosyal taşıma kapasitesi, turizm destinasyonuna gelen turistlerin davranışları ve fiziksel çevrede ortaya çıkan olumsuzluklar karşısında yerel halkın hoşgörülerinin azalması ve turistlere karşı olumsuz tutumlara sahip olmaları ile bölgede artık turistleri istemediklerinde ulaşılabileceği söylenmektedir (Martin ve Uysal, 1990: 329). Sosyal taşıma kapasitesi, yerli halkta olumsuz etkiye neden olmayan ve ziyaretçi deneyimlerini azaltmayan bir yerin karşılayabileceği maksimum kullanım düzeyinin belirlenmesi olarak ifade edilmektedir (Soylu, 2013: 33). Coccus ve Parpariris (1992) ise, toplumsal taşıma kapasitesinin doğal ya da yapay çevre ile insan arasındaki ilişkileri incelediğini, bu ilişkilerin karmaşıklığı ve değişkenliğinden dolayı tanımlanması ve ölçülmesinin kolay olmadığını belirtmiştir.

Sosyal taşıma kapasitesi, psikolojik ve toplumsal taşıma kapasitesi kavramları bir arada incelenebilir. Sosyal taşıma kapasitesi, hem turistler hem de yerel halk açısından değerlendirilir. Turistler açısından sosyal taşıma kapasitesi, turistlerin turizm faaliyetlerine katılımları sonrasında elde ettikleri memnuniyetin en alt düzeyi olarak tanımlanabilir. Yerel halk açısından ise, bir çekim yerinde turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesine ve turizmin gelişimine yerel halkın gösterdiği hoşgörü düzeyi olarak belirtilmektedir. Bu hoşgörü düzeylerinin aşılması durumunda turizm sektörü açısından olumsuz etkiler ortaya çıkabilir. Bu duruma, sosyal taşıma kapasitesinin aşılması sonucunda yerli halkın geleneklerinin ve yaşam kalitelerinin zarar görmesi, turizm merkezlerinde kalabalıklaşma örnek verilebilir (Avcıkurt, 2007: 23-25).

Sosyal taşıma kapasitesi, yerli halkın turistlerin davranışlarına karşı hoşgörü derecelerini, psikolojik taşıma kapasitesinin ise, bir turizm merkezini ziyaret eden turistlerin ziyaretlerine ilişkin değerlendirmeleri sonucunda memnuniyet düzeylerini gösterdiği söylenebilir. Sosyal taşıma kapasitesi, turistlerin ziyaret ettikleri alanın yerli kültürüne ve çevreye zarar vermeleri sonucunda, yerli halkın olumsuz tutumlarını algıladıkları ve hoş karşılanmadıklarında aşılmış olmaktadır.

Savariades (2000), Kıbrıs'ın doğu kıyısındaki turistik beldelerde yaptığı çalışmada; turizm gelişiminin Kıbrıs'ın Ayia Napa, Protaras ve Paralimni beldelerine olan etkilerini ve bölgenin sosyal taşıma kapasitesi üzerindeki etkisini

incelemiştir. Araştırmanın yapıldığı her alanda katılımcıların çoğunluğu, turizmin istihdam yaratmada, hizmetlerin ve tesislerin iyileştirilmesinde önemli rolü olduğu ifadelerine katılmışlardır. Katılımcıların büyük kısmı, turizmin yaşam maliyetlerindeki artıştan sorumlu olduğuna katılmışlardır. Ayrıca turizmin çevresel bozulma ve trafik tıkanıklığına etkileri ile ilgili görüşler, alanlardaki katılımcılar arasında farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların yabancı turistlerle sosyalleşmelerini engelleyen nedenler arasında, dil engeli ve fırsat eksikliği yer almıştır. Yaşam biçimlerinin turistlerin varlığıyla etkilendiğini düşünen katılımcılar; turizmin fiyatlardaki artışa yol açması, plajlardaki kalabalık, oteller ve lokantalardaki şikâyetler gibi nedenleri vermişlerdir.

Simon, Narangajavana ve Marques (2004), İngiltere'nin Hengistbury Head sahilinde yaptıkları çalışmada Hengistbury Head'deki taşıma kapasitesi sorunlarını çevresel ve fiziksel yönden incelemiştir. Araştırmada, Hengistbury Head'de taşıma kapasitelerinin belirlenmesinde ziyaretçilerin biyolojik sisteme etkileri ve bitki örtüsünde meydana gelen aşınmalar gibi çeşitli zorluklar içerdiği belirtilmiş, Hengistbury Head'deki sorunların çözümüne yönelik öneriler arasında; alınacak kararlarda çevresel etkilerin dikkate alınması, alanda oluşabilecek hasarları önlemek için yasalar, yönergeler gibi bazı mekanizmaların kullanılması, çevrenin korunması ve restorasyon yatırımlarının yapılması yer almıştır.

Avcı (2007), taşıma kapasitesinin turizm alanındaki önemini belirlemek amacıyla yaptığı çalışmada turizm sektörünün çevre ve toplumsal yapıda oluşturduğu olumsuz etkileri ve taşıma kapasitesinin türlerini açıklamıştır. Bir bölgede turizm ile ilgili yapılacak taşıma kapasitesi çalışmalarının turizm planlaması açısından önemli olduğunu ve bölgenin turizme açılmadan önce yapılması gerektiğinden bahsetmiştir. Taşıma kapasitesi çalışmalarının çevresel etki değerlendirmesiyle birlikte disiplinler arası yapılması gerektiğini belirtmiştir.

Lopez-Bonilla ve Lopez-Bonilla (2008), İspanya'nın dört eyaletinde (Cadiz, Cordoba, Huelva ve Seville) turistlerin kullanım düzeylerini ve memnuniyet düzeylerini, kullanım düzeyleri ile memnuniyetleri arasındaki ilişkileri bir yılı dört zaman dilimine ayırarak incelemiştir. Araştırma sonucunda, kum ve güneş turizminin baskın olduğu Cadiz ve Huelva'da turizm sezonunun turist memnuniyetlerini restoran hizmetleri, genel kalite, manzara, kentsel çevre bakımından önemli ölçüde etkilediği belirlenmiştir. Huelva'da turizm sezonunda restoran ve otobüs hizmetleri yönünden

turist tatminlerinde bir azalma olduğu ve Cadiz’de bütün özellikler bakımından turist tatminlerinde önemli bir azalmanın olduğu belirlenmiştir. Cadiz ve Huelva’da yılın üçüncü çeyreğinde diğer zamanlara göre turizm arz özelliklerinden restoran hizmeti, plajlar ve genel kalite açısından önemli farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Çalık (2014), çalışmasında taşıma kapasitesi sınırlarının aşıp aşılmadığı konusunu sosyal boyut yönünden incelemeyi ve Beypazarı’nda var olan turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel etkilerini ziyaretçiler ile yerel halkın algıları açısından ortaya koymayı amaçlamıştır. Yerel halkın turizmle birlikte gelenek ve göreneklerde değişim olduğuna, turizmin gelişmeye devam etmesine katıldıkları bulgusuna ulaşılmıştır. Yerel halkın çoğunluğunun, ziyaretçilerin olumsuz bir davranışına tanık olmadıkları, ziyaretçilerin olumsuz davranışıyla karşılaşanlar ise kibarca uyarmayı seçtikleri sonucuna varılmıştır. Ziyaretçilerin büyük kısmının yerel halkla tam bir iletişim kurdukları, bölgedeki ziyaretçi yoğunluğundan memnun oldukları ve turizmin gelişmeye devam etmesine katıldıkları tespit edilmiştir.

### **1.3.3. Psikolojik (Algısal) Taşıma Kapasitesi**

Psikolojik taşıma kapasitesi, bir turizm merkezini ziyaret eden turistlerin alanda bulunan diğer turistlerin varlıkları ve davranışlarından olumsuz olarak etkilenmedikleri ve yaşadıkları deneyimlerin niteliğinde düşüşlerin gerçekleşmediği alana yönelik memnuniyet düzeylerini ifade etmektedir.

Cooper ve Fletcher (1999), psikolojik taşıma kapasitesini bir rekreasyon alanını ziyaret eden turistlerin ve yerel halkın alana yönelik deneyimlerinde olumsuzluklara sebep olmadan alanda gerçekleştirilen en çok turizm faaliyeti olarak tanımlamıştır (Zhiyong ve Sheng, 2009: 47).

O’ Reilly (1986: 256), psikolojik taşıma kapasitesinin fiziksel taşıma kapasitesi ile birlikte ele alınması gerektiğini belirterek psikolojik taşıma kapasitesini, bir destinasyondaki ziyaretçilerin başka destinasyonlara yönelmelerinden önce kabul edebilecekleri en düşük beğeni düzeyi ya da tatmin düzeyi olarak tanımlamıştır.

Psikolojik taşıma kapasitesi ile ilgili tanımlar incelendiğinde, bazı ortak noktalarının olduğu anlaşılmıştır. Buna göre, psikolojik taşıma kapasitesi, turizm alanlarına ziyaretlerini gerçekleştiren turistlerin ziyaretleri boyunca diğer

ziyaretçilerin varlıklarından olumsuz olarak etkilenmeden ve deneyim niteliklerinde bir azalma olmadan memnun şekilde ayrılmaları olarak tanımlanabilir.

Erdemir (2018), Pamukkale Hierapolis Ören Yeri ziyaretçilerinin psikolojik taşıma kapasitesi algılarını belirlemek amacıyla yaptığı çalışmada, katılımcıların ören yerindeki kalabalıktan rahatsızlık hissetmedikleri ve yoğunluğa ilişkin psikolojik taşıma kapasitesi algılarının olumlu olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların ören yerinin personel sayısı ve hizmet kalitesinin ziyaretçi sayısını kısmen karşıladığı düşüncesine sahip oldukları belirlenmiştir. Araştırmada, hizmet kalitesine ilişkin psikolojik taşıma kapasitesinin kısmen aşıldığı ve ören yerinin fiziksel taşıma kapasitesinin aşılmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, katılımcıların ören yerinin ziyaretçi sayısının çevresel düzenlemelere ve travertenlere orta düzeyde zarar verebileceği algısına sahip olduklarına ulaşılmıştır.

Zhang, Li, Su ve Hu (2017), Çin'deki bir tema parkının taşıma kapasitesi belirleyicilerini araştırmak amacıyla yaptığı çalışmada, tema parkının taşıma kapasitesini, ziyaretçiler ve yönetim bakış açısına göre incelenmiştir. Ziyaretçiler açısından ziyaretçi deneyimi ve memnuniyeti ele alınırken, yönetim açısından ziyaretçilerin mevcut ve gelecekteki katılımlarının tahmin edilmesi ve planlaması dikkate alınmıştır. Araştırmada, tema parkına ziyaretçi katılımlarının parktaki çekicilik başına bekleme süresini artırdığı, ziyaretçi memnuniyeti ve çekicilik başına deneyim değerini olumsuz olarak etkilediği belirlenmiştir. Ayrıca, parkta ziyaretçilerin yoğun ve yoğun olmadığı günler arasında bekleme süreleri ve memnuniyetlerin önemli farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

Kılıçarslan (2016), çalışmasında Topkapı Sarayına gelen Türk ve Britanyalı ziyaretçilerin atmosfer ve kalabalık algılarının memnuniyetleri üzerine etkisini belirlemek için anket tekniğini kullanmıştır. Araştırma sonucunda, katılımcıların hizmet atmosferi ve mekân atmosferi algılarının memnuniyetleri üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca ziyaretçilerin kalabalık algılarının memnuniyetleri üzerinde negatif etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Türk ve Britanyalı ziyaretçilerin kalabalık algıları arasında anlamlı bir farklılık olduğu, Türk ziyaretçilerin kalabalık algılarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Dinçer, Erkol ve Çakmak (2015), turistik destinasyonlarda taşıma kapasitesinin turistler tarafından nasıl algılandığını belirlemek amacıyla yaptığı çalışmada, Göbekli Tepe’de taşıma kapasitesi açısından bazı sorunların olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada, turistlere uygulanan anket sonucunda ulaşım ve temizlik hizmetleri açısından sıkıntılar yaşandığı belirlenmiştir. Ayrıca, turistlerin yaş, eğitim düzeyi, ziyaret amacı ve ziyaret sıklığı değişkenlerine göre algısal taşıma kapasitesi düşüncelerinde anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Salerno vd. (2013), Nepal’de Sagarmatha milli parkında turizm taşıma kapasitesinin çevresel, sosyal yönlerini birlikte analiz etmek amacıyla yaptığı çalışmada, ziyaretçilerin algılarını ve farklı paydaşların görüşlerini incelemiştir. Araştırmada, paydaşlar genellikle parkın turist sayısındaki artış nedeniyle enerji tüketimi, su kalitesi, katı atık yönetimi bakımından olumsuzlukların oluşabileceğini belirtmişlerdir. Araştırmada, ziyaretçiler parkın turist sayısındaki artışın su kalitesi, enerji verimliliği, katı atık yönetimi bakımından parkta yetersizliklere neden olduğuna katıldıklarına ulaşılmıştır. Parkın çevresel taşıma kapasitesi, nehir suyu kalitesi, katı atıklar, enerji talebi ve kalabalık açısından incelenmiş, su kalitesi ve katı atık yönetiminin uygun düzeyde olduğu, enerji açığının bulunduğu belirlenmiştir.

Ünlüöner ve Tokmak (2009), Topkapı sarayında çalışanlar ve ziyaretçilerin taşıma kapasitesine yönelik düşüncelerini ortaya koymak amacıyla araştırma yapmıştır. Araştırmaya katılan çalışanlardan Topkapı sarayının bazı zamanlarda yoğun ziyaretçi akınına uğradığına, kalabalık zamanlarda ziyaretçilerin kurallara uygun olmayan davranışlarının arttığına, niteliksiz ziyaretçilerin kalabalık zamanlarda arttığı ve kalabalık grupların kontrolünde güçlükler yaşandığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan ziyaretçiler, müzedeki rehberlik, personel, temizlik ve güvenlik hizmetlerini değerlendirmiştir. Ziyaretçilerin güvenlik hizmetleriyle ilgili algılamalarının olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Literatürdeki taşıma kapasitesi ile ilgili yapılan çalışmalarda, destinasyonlara gelen ziyaretçi sayılarında bazı zamanlarda artışların olması ve alanların fiziksel, psikolojik ya da sosyal taşıma kapasitelerinin aşılması sonucunda bazı sorunlar ortaya çıktığı tespit edilmiştir.



### 1.3.4. Ekonomik Taşıma Kapasitesi

Bir destinasyonda, turizm sektörünün diğer ekonomik faaliyetlerin yerine getirilmesine baskı oluşturmaması ve yerel çekicilik kaynaklarında bozulma meydana gelmeden destinasyonun turist çekmeye devam etmesine ekonomik taşıma kapasitesi denmektedir (Maggi ve Fredella, 2010: 4). O' Reilly (1986) ise, ekonomik taşıma kapasitesini, geliştirilmeye çalışılan yerel faaliyetlerde baskı oluşturmada turizm işlevlerinin yerine getirilme kabiliyeti olarak tanımlamıştır.

Çavuş (2002: 25), ekonomik taşıma kapasitesini, bir turizm merkezinde istenen yerel etkinliklerde herhangi bir azalma olmadan turizm işlevlerinin karşılanmaya devam edilmesi olarak tanımlamıştır. Bu tanımda, bir turizm merkezinin kendi imkanları ve dışarıdan sağladığı imkanlarla turizm faaliyetlerinin yerine getirilmeye çalışıldığı belirtilmektedir. Buna ek olarak, turizm merkezinde elde edilen turizm gelirlerinin dışarıdan sağlanan imkanlar ya da üretim faktörleri (işgücü, sermaye ve hammadde vb.) nedeniyle bölgeye olan katkısının azaldığı ifade edilmektedir. Turizm merkezinde bulunan yerli halkın turizm faaliyetlerinden dolayı yaşadıkları bazı sosyal maliyetlerin olduğundan bahsedilmektedir. Bunlar: mal, hizmet ve kira fiyatlarının artması, yerel işgücü ile dışarıdan sağlanan işgücü arasında rekabetin oluşması, yerel işgücünün yerini dışarıdan gelen işgücünün alması olarak belirtilmiştir. Ekonomik taşıma kapasitesi, bir turizm merkezinin bölgeye yararları ile maliyetleri arasında dengenin sağlanması olarak da ifade edilmektedir.

Ekonomik taşıma kapasitesi, bir bölgede turizm gelişiminin ekonomik açıdan kabul edilemeyecek bir sınıra ulaşması olarak tanımlanabilir. Bu durum, bir destinasyonda turizm gelişimi diğer ekonomik faaliyetlerin yerine getirilmesini ve gelişimini zorlaştırması ya da bölgeye fazla sayıda turist gelmesinin destinasyonu çekici, sakin bir yer olmaktan uzaklaştırması ve turizm talebinde azalmanın görülmesi sonucunda ortaya çıkabilir (Castellani, Sala ve Pitea, 2007: 366).

Turizm faaliyetlerinin istihdam oluşturma, döviz getirisi sağlama, yatırımların sağlayacağı yüksek getiriler ve diğer sektörlerle dolaylı olarak istihdam oluşturma gibi ekonomik etkileri bulunmaktadır. Turizmin bir ülkeye ekonomik katkılarının ortaya çıkabilmesi için ülke yöneticilerinin turizm ile ilgili politikaları ve planları oluşturmalarına ve uygulamalarına bağlı olmaktadır (Barutçugil, 1986: 33).

Turizmin bir ülkenin ekonomisine sağlayacağı yararlar arasında şunlar yer alır: (Barutçugil, 1986: 33-35; Tokmak, 2008: 65-66).

- Turizm faaliyetleri sonucunda kısa sürede ekonomik yararlar ortaya çıkmaktadır. Turizm sektörüne yapılan yatırımlar diğer sektörlerle kıyasla gelir elde edilmeden önceki hazırlık aşaması daha kısa sürmektedir.
- Turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesiyle beraber turizm sektörü ve diğer sektörlerde çarpan etkisi ortaya çıkmaktadır. Turizme yapılan yatırımlar, turizm hizmetlerinin oluşumunda rol üstlenen sektörlerin (konaklama, seyahat ve yiyecek-içecek sektörü), diğer kuruluşların ve yerel halkın gelir elde etmelerini sağlamaktadır.
- Turizm sektörü, vasıflı ve vasıfsız birçok kişiye iş imkanı sunmaktadır.
- Bir bölgede turizmin gelişebilmesi için belirli bir seviyede altyapının olması gereklidir. Turizm gelişimi, altyapının gelişimini ve kullanılmasını olumlu olarak etkilemektedir.
- Bir ülkenin dış alımlardan kaynaklanan borçlarını kapatmasını ve dışsatım açısından çeşitlendirme imkanı oluşturur. Turizm faaliyetleriyle bir ülkenin kalkınması için gerekli olan döviz geliri elde edilmektedir.
- Turizm sektörü, turistik çekicilikleri bulunduran gelişmekte olan ülkeler ve bölgeler arasında gelirin dengeli olarak dağılımına yol açmaktadır. Turizm, doğal, kültürel ve tarihi kaynakların korunmasını ve gelişimini olumlu olarak etkilemektedir.

Turizm faaliyetlerinin bir ülkeye olan ekonomik faydaları ise çeşitli sebeplerle azalmaktadır. Bunlar; ülkede bulunan yabancı yatırımların ve işgücünün artması, tüketim mallarının ithal edilmesi, ekonominin turizme bağımlı olması gibi nedenlerdir. Bir turizm merkezinde turizm faaliyetleri ile elde edilen kazançların yöreye olan ekonomik katkısının katlanılan maliyetlere eşit olması ya da fazla olması durumunda ekonomik taşıma kapasitesinin aşılmadığı ve turizm gelişiminin istenen sınırlarda olduğu söylenebilir (Çavuş, 2002: 178-188). Turizm faaliyetlerinin ekonomik olarak sürdürülebilirliğini sağlamak için ülke yönetimleri turizmden elde ettikleri kazançları artırmalı ve maliyetleri azaltmaya çalışmalıdır. Ekonomik taşıma kapasitesi,

turizmden elde edilen gelirin üst düzeye çıkarılması ve ekonomik faaliyetlerin uzun dönemli olması açısından taşıma kapasitesi sınırları içerisinde yapılması önemlidir.

#### 1.4. ZİYARETÇİ MEMNUNİYETİ

Ziyaretçi memnuniyeti kavramı, pazarlama alanında kullanılan müşteri memnuniyeti kavramıyla benzerlik göstermektedir. Bu nedenle, müşteri memnuniyeti kavramına değinmekte yarar vardır. Müşteri memnuniyeti, tüketicilerin bir mal veya hizmeti satın almaları ve tüketimleri ile ilgilidir. Ziyaretçi memnuniyeti ise turistlerin turistik ürünleri satın alımı, tüketimi ve tüketim sonrası süreçleri içermektedir.

Literatürde müşteri memnuniyeti kavramı çeşitli yazarlar tarafından farklı şekilde tanımlanmış ve ortak bir tanımlamanın olmadığı görülmüştür. Müşteri memnuniyeti, bir ürün ya da hizmetin satın alınması, tüketimi ve tüketimi sonrası değerlendirmeyi kapsayan bir kavramdır.

Müşteri memnuniyeti, tüketicilerin bir ürünü ya da hizmeti kullanımları sonrasında deneyimlerini, bir mal ya da hizmetin özelliklerini, ürünü veya hizmeti tüketmeleri sonucunda beklentilerinin karşılanıp karşılanmadığını ifade etmektedir (Oğlakcıoğlu, 2013: 13-14).

*“Müşteri memnuniyeti, bir ürün veya hizmetin kullanımı sonucunda ortaya çıkan fizyolojik ve psikolojik etkilerle birlikte bilişsel ve duygusal süreçleri de kapsayan bir süreç olarak ifade edilmektedir”* (Chu, 2002: 285-286).

Tüketici memnuniyeti, tüketicilerin bir ürünü kullanımları sonucunda değerlendirmelerini ve tüketim deneyimlerine ilişkin bilişsel ve duygusal tepkilerini içermektedir. Müşteri memnuniyeti, bir mal ya da hizmetin tüketimi ile ilgili tüketicilerin beklentilerini ürün ya da hizmetin tüketimi, kullanımı sonrasında algıladıkları performans karşılaştırmaları olarak tanımlanmaktadır. Müşteri memnuniyeti, tüketicilerin ürün veya hizmeti satın almalarıyla ilgili seçimini, ürün ya da hizmetin tüketimi sonrasında duygusal tepkilerini, ürünün ya da hizmetin performans, kalite ve kullanım amacı bakımından değerlendirmeleri olarak ifade edilmektedir (Giese ve Cote, 2000: 5-8).

Modern pazarlama anlayışına göre, müşteri memnuniyeti sağlanması için müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerini karşılayacak ürün ve hizmetin sunulması, müşteriyle iyi ilişkiler kurulması ve sürdürülmesi önemli olmaktadır. İşletmelerin müşteri memnuniyetini sağlamalarının onlara bazı katkıları bulunmaktadır (Genç, 2014: 21-22):

- İşletmenin karlılığını artırmak ve ekonomik başarısını sağlamak,
- Mevcut müşterilerin elde tutulması ve yeni müşteriler kazanmak,
- Müşterilerin işletme hakkında olumlu tepkilerini başkalarına aktarmalarıdır.

Müşteri memnuniyeti, işletmelerin buldukları pazar koşullarında rekabet edebilmesi ve varlığını sürdürmelerinde dikkate alınması gereken önemli bir unsurdur. İşletmelerin müşteri ile ilişkileri ürün veya hizmetlerin satışı ve satış sonrası süreçte devam etmektedir. Bu nedenle işletmeler müşteri ile uzun dönemli ilişkiler kurmak ve müşteri bağlılığı oluşturmak için satış sonrası ilişkilere önem vermesi gereklidir. Müşteriler, fiziksel ürünlerde bir ürünü ya da hizmeti kullanımları, tüketimleri sonrasında kalite, performans bakımından değerlendirir ve memnun olup olmadıklarına karar verirler. Hizmetlerde ise hizmetin sunumu müşteri beklentilerine uygun olduğunda memnuniyet gerçekleşmektedir (Midilli, 2011: 30-31).

Müşteri memnuniyeti, işletmelerin müşteri istek ve beklentilerini karşılamak üzere çaba harcamalarını, plan ve strateji oluştururken müşteri gereksinim ve beklentilerini dikkate alarak işletme faaliyetlerinin uygulanması sonucunda oluşmaktadır (Bilir, 2010: 49). Bir işletme, müşterilere sundukları ürün ve hizmetler ile onların memnuniyetini kazanırsa sonraki ihtiyaçlarında işletmenin ürün veya hizmetini satın almak isteyecek, yaşadıkları olumlu deneyimi çevresindeki kişilere anlatacaklardır. Böylece, diğer bireyler de işletme hakkında olumlu düşüncelere sahip olacaklardır. İşletmenin müşteriyle yakın ilişkiler kurmasıyla müşteri işletmeye bağlılık duyacak, işletme ile müşteri arasında uzun dönemli ilişkiler kurulmuş olacaktır (Karakaş, 2006: 13-14).

Bir işletme, müşterilerine sunmayı planladığı ve vaat ettiği şekilde hizmeti sunmadığı durumda müşteri istediği hizmeti bulamadığından bir sonraki hizmet alımlarında işletmeden hizmet almayı bırakarak farklı bir işletmeyi tercih etmektedir. Aynı şekilde, bir işletmedeki çalışanların müşteri isteklerine duyarsız kalmaları ya da

müşteri sunulan hizmetten memnun olmadığında hizmeti satın almayı bırakmaktadır (Midilli, 2011: 39).

İşletmelerin müşteri istek ve gereksinimlerini karşılamak, ürün ya da hizmet geliştirmek için tüketici ihtiyaçlarını belirlemek, müşteri memnuniyetini sağlamak gibi sosyal amaçlarının yanı sıra kar elde etmek, büyümek ve varlıklarını devam ettirmek olarak ekonomik amaçları da vardır. Müşteriler, bir ürün veya hizmete dair beklentilerini ürün ya da hizmeti tüketimi sonrası sonuçları karşılaştırıp öznel olarak değerlendirirler. Bunun sonucunda müşteri tatmini veya tatminsizliği ortaya çıkmaktadır (Türk, 2005: 198-199).

Müşteriler, bir hizmeti tüketimleri sonrasında memnun olduklarında olumlu deneyimlerini, fikirlerini çevresindeki kişilere anlatmaktadır. Aynı şekilde bir hizmetten memnun olmayan müşteri yaşadığı olumsuzluğu başkalarıyla paylaşmaktadır. Bu nedenle işletmeler müşteri şikâyetlerini dikkate almalı ve çözmeye çalışmalıdır (Özgüven, 2008: 659-660). İşletmelerin varlığını sürdürmesi ve hedeflerine ulaşması mevcut müşteriler ile olası müşterilerin memnuniyetini sağlamasına bağlıdır.

Müşterilerin bir ürün ya da hizmeti tüketimleri sırasında memnuniyetlerini etkileyen farklı unsurlar vardır. Şirin (2016), turizm işletmelerinde müşterilerin memnuniyetini etkileyen faktörleri incelemiştir. Bunlar; müşterilerin hizmet alımlarıyla ilgili önceki deneyimleri ve beklentileri, işletmenin sunduğu hizmetin kalitesi ve devamlılığı, hizmetin sunulduğu ortam, müşterinin aile yapısı ve sosyal çevresi, işletmenin müşteri şikâyetlerine yaklaşımı ve çözüm bulması, işletme çalışanlarının işleriyle ilgili memnuniyeti, müşterinin memnuniyet durumunun izlenmesi, sunulan hizmetlerde belirli standartların olması ve sunulan hizmetin fiyatıdır. Özgüven (2008), bir hizmet işletmesinde müşteri memnuniyetini etkileyen unsurları sekiz başlıkta incelemiştir. Bunlar; kalite, ürün, fiyat, servis, hız, tutundurma, güven ve iletişimdir.

Turistler, ziyaret etmek ya da tatillerini geçirmek amacıyla gidecekleri turizm çekim yerinin seçiminde, çekim yerinin kültürel varlıkları, altyapı ve üstyapı unsurları, sunulan hizmet kalitesi, doğal varlıklar, etkinlikler ve turistik aktiviteler gibi farklı özellikleri değerlendirirler ve gidecekleri çekim yerine karar verirler. Turistler ziyaret ettikleri çekim yerinde beklediklerini ve önem verdikleri özellikleri bulmaları halinde

memnun olmaktadır. Bir destinasyona yapılan ziyaretten memnun olan ziyaretçiler, daha sonraki ziyaretlerinde aynı destinasyonu tekrar ziyaret etmelerine ve başkalarına tavsiye etmelerine yol açmaktadır (İpar ve Doğan, 2013: 131).

Bir varış yerine yapılan ziyaretlerde turistlere konaklama, yeme-içme, eğlence, ulaşım, tarihi veya turistik alanlara ziyaret gibi farklı hizmetler işletmelerce sunulmaktadır. Turistler bir varış yerinde kendilerine sunulan bütün hizmetlerin kalitesini değerlendirmekte ve destinasyondan genel olarak memnun olup olmadığına karar vermektedir (Duman ve Öztürk, 2005: 11).

Bir destinasyonda sunulan ürün ve hizmetlerin ziyaretçi beklentilerini karşılaması, ziyaretçilerin bütün tüketim deneyimlerini olumlu hatırlamaları ve memnun olmalarının sağlanması amaçlanmaktadır. Ziyaretçilerin bir destinasyondan memnun olarak ayrılmaları aynı yerin tekrar ziyaret edilmesini, ziyaretçiler tarafından destinasyonun daha fazla tercih edilmesini ve destinasyonla ilgili olumlu tutumların oluşmasını sağlamaktadır (Güngör, 2010: 27-28).

Bir destinasyona yapılan ziyaretlerde konaklama, ulaşım, yeme içme, tarihi ve turistik çekicilikler, eğlence olanakları, yerli halkın turistlere yaklaşımı ve fiyat düzeyi bakımından sunulan bütün turizm ürününü veya hizmetlerini ziyaretçiler değerlendirmektedir. Ziyaretçiler memnun olmaları yaşadığı olumlu deneyimi çevresindeki kişilere anlatmasına, yakınlarına tavsiye etmesine ve bir sonraki tatil veya ziyaret ihtiyacında aynı destinasyonu tekrar ziyaret etmesine neden olmaktadır (Güngör, 2010: 21-33).

Bir ziyaretçi destinasyonda geçirdiği süre içinde bir işletmenin sunduğu ürün ya da hizmetten memnun kalmadığında bunu çevresindeki kişilere anlatır ve işletmenin hizmetleri hakkında olası müşterilerin olumsuz etkilenmelerine neden olabilir. Ziyaretçiler bir destinasyon ziyareti sonrasında memnun olduğu ve memnun olmadığı unsurları, yaşadığı deneyimi başkalarına anlatmaktadır. Destinasyonların diğer destinasyonlarla rekabet edebilmesi ve daha fazla ziyaretçiyi çekebilmesinde destinasyonda ziyaretçilerin yararlanacağı tüm hizmetlerde ziyaretçi memnuniyetinin sağlanması gereklidir.

Müşteri memnuniyeti konusunda turizm alanında yapılan çalışmalardan bazıları, aşağıda yer almaktadır.

Duman ve Öztürk (2005), Mersin Kızkalesi'ni ziyaret eden yerli turistlerin hizmet kalitesi algıları, fiyat algıları, genel memnuniyet düzeyi ve tekrar ziyaret niyeti arasındaki ilişkilerin incelenmesi amacıyla bir araştırma yapmıştır. Araştırmada, destinasyon ölçeğinde yerli turistlerin memnuniyet düzeylerini konaklama yeri, yiyecek içecek hizmetleri ve misafirperverliğin önemli ölçüde etkilediği belirlenmiştir. Konaklama yeri ve yiyecek içecek hizmetleri, misafirperverlik, aktivite ve hizmetler değişkenlerinin ise tekrar ziyaret niyetini önemli ölçüde etkilediğine ulaşılmıştır.

Bulut (2011), Samsun'da faaliyet gösteren otel işletmelerinin müşteri memnuniyeti düzeylerini belirlemek üzere yaptığı çalışmada, eğitim düzeyi ve yaşa göre müşteri memnuniyetinin farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Araştırmada, en yüksek memnuniyetin ön lisans ve lise eğitim düzeyindeki müşterilerde olduğu, lisans ve lisansüstü eğitim düzeyindeki müşterilerin daha az memnun olduklarına ulaşılmıştır. Ön lisans ve lise eğitim düzeyindeki müşterilerin en fazla yiyecek içecek hizmetlerine önem verdikleri, lisans ve lisansüstü eğitim düzeyindeki müşterilerin müşteri ilişkileri ve teknik servise önem verdikleri tespit edilmiştir.

İpar ve Doğan (2013), Edremit destinasyonunu ziyaret eden turistlerin tatil kararlarını verirken bir destinasyonda turizm ile ilgili hangi faktörlere önem verdiklerini ve turistlerin önem verdiği faktörlerden ne düzeyde memnun olduklarını belirlemek amacıyla araştırma yapmıştır. Araştırmada yerli turistlerin destinasyonda önem verdikleri unsurların sahil ve deniz temizliği, konaklama işletmesinin yemek kalitesi ve hijyen düzeyi olduğu belirlenmiştir. Yerli turistlerin destinasyonda en fazla memnun olduğu unsurların ise, çalışanlarının ziyaretçiye olan tutumları, sahil ve denizin temiz olması, işletmenin yemek kalitesi olduğu tespit edilmiştir.

Şirin (2016), çalışmasında Trabzon'da faaliyet gösteren 3, 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinin sundukları hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti, tekrar satın alma ve tavsiye niyeti üzerindeki etkisini ve müşterilerin hizmet kalitesi algılarını incelemiştir. Çalışma sonucunda, otellerde konaklayan müşterilerin algıladıkları hizmet kalitesinin yüksek olduğu ve demografik özelliklerden yaş, cinsiyet ve medeni durumun hizmet kalitesi algılarına herhangi bir etkisinin olmadığı, eğitim ve müşterilerin konakladığı otel sınıfına göre hizmet kalitesi algılarında farklılık olduğu belirlenmiştir. Araştırmada, hizmet kalitesi algılarının müşteri memnuniyetini önemli düzeyde etkilediği ve hizmet kalitesinin tekrar satın alma ve tavsiye niyetini olumlu etkilediğine ulaşılmıştır.

## 2. BÖLÜM

### YÖNTEM

#### 2.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Turistik alanlara her yıl artan sayıda ziyaretçinin gelmesi ülkelerin turizmden elde ettikleri gelirleri artırmış, ekonomik yönden kalkınmalarını sağlamıştır. Bununla birlikte, belirli zamanlarda turistik merkezlerin talep artışıyla karşılaşması alanın taşıma kapasitesi açısından birtakım sorunlar ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bunlara örnek olarak; turizm merkezlerindeki doğal ve tarihi kaynaklar üzerinde oluşan yıpranmalar, turistik yerlerde belirli zamanlarda kalabalıklaşma nedeniyle ziyaretçilerin memnuniyetlerinde azalmalar gibi olumsuzluklar ortaya çıkmıştır. Bu olumsuzluklar, turizm destinasyonlarında taşıma kapasitesiyle ilgili yapılan çalışmaların önem kazanmasına neden olmuştur. Taşıma kapasitesi konusunun çevresel, sosyal ve psikolojik boyutlarını inceleyen birçok çalışma bulunmaktadır (Schreyer ve Roggenbuck, 1978; Savariades, 2000; Çavuş, 2002; Thomas, Pigozzi ve Sambrook, 2005; Özdemir, 2007; Tokmak, 2008; Soylu, 2013; Çalık, 2014; Sınmaz, 2016).

Literatürde taşıma kapasitesi konusu ile ilgili olan çalışmalarda ele alınan araştırma problemleri şu şekilde özetlenebilir (Savariades, 2000; Tokmak, 2008; Soylu, 2013; Çalık, 2014; Kılıçarslan, 2016);

- Turizm hareketlerinin bölgenin ekonomik, sosyal ve kültürel süreçlerine etkileri,
- Turizm ürünlerinin taşıma kapasitesi sorunu,
- Ziyaretçilerin, çalışanların ve yerli halkın turistik alanların taşıma kapasitesi ile ilgili görüşleri,
- Turizm alanlarının fiziksel ve sosyal taşıma kapasitesi,
- Müze ve turistik alanlarda taşıma kapasitesi açısından yaşanan sorunlar ve taşıma kapasitesi ile ilgili sorunlara yönelik getirilen önerilerdir.

Yukarıda bahsedilen problemler Eskişehir için de potansiyel bir sorun oluşturmaktadır. Eskişehir’de çok sayıda turistik ürün ve müze yer almaktadır.



Eskişehir'e gelen turist sayıları her geçen gün artmaktadır. Benzer şekilde açılan konaklama tesislerinin sayısı da artmaktadır. Buna bağlı olarak Eskişehir'in fiziksel, sosyal ve psikolojik taşıma kapasiteleri zorlanmaya başlamıştır. Bu nedenle Eskişehir'in turistik alanlarında ve müzelerde taşıma kapasitesi ile ilgili bir yapılacak çalışmalar önem kazanmaktadır. Bu araştırmanın problemi ise, Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi ziyaretçilerinin taşıma kapasitesi algılarının ve memnuniyetlerinin ne düzeyde olduğunu değerlendirmek oluşturmaktadır. Bu temel problemi çözmeye yönelik ziyaretçilerin taşıma kapasitesi algıları ve memnuniyetleri belirlenmeye çalışılmıştır.

## 2.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırmanın temel amacı, Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi ziyaretçilerinin taşıma kapasitesi algılarını ve memnuniyetlerini değerlendirmektir. Araştırmanın alt amaçları ise şunlardır:

- YBBHM ziyaretçilerinin taşıma kapasitesi algıları ve memnuniyetleri arasında bir ilişkinin var olup olmadığını incelemek,
- YBBHM ziyaretçilerinin taşıma kapasitesi algılarının ve memnuniyetlerinin demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemektir.
- Taşıma kapasitesi algısının alt boyutları ile memnuniyetin alt boyutları arasında bir ilişkinin var olup olmadığını incelemektir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda, araştırma hipotezi aşağıdaki gibi geliştirilmiştir.

H<sub>1</sub>: “Ziyaretçilerin taşıma kapasitesine ilişkin algıları ile memnuniyet düzeyleri arasında bir ilişki vardır” hipotezi araştırmanın temel hipotezidir.

Araştırmada oluşturulan hipotezlerde, farklılıkların hangi konuda oluştuğunu ve gruplar arasındaki farklılıkları belirlemek, alt boyutlar arasındaki ilişkileri incelemek gereklidir. Bu nedenle, araştırmada alt hipotezlere ihtiyaç duyulmuştur (Cankül, 2016: 83). Bu alt hipotezler şu şekildedir:

H<sub>1.1</sub>: “Ziyaretçilerin kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile tavsiye etme niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır”

H<sub>1.2</sub>: “Ziyaretçilerin ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile tavsiye etme niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır”

H<sub>1.3</sub>: “Ziyaretçilerin ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile tavsiye etme niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır”

H<sub>1.4</sub>: “Ziyaretçilerin kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile fiziksel unsurlar arasında anlamlı bir ilişki vardır”

H<sub>1.5</sub>: “Ziyaretçilerin ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile fiziksel unsurlar arasında anlamlı bir ilişki vardır”

H<sub>1.6</sub>: “Ziyaretçilerin ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile fiziksel unsurlar arasında anlamlı bir ilişki vardır”

H<sub>1.7</sub>: “Ziyaretçilerin kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile algılanan değer arasında anlamlı bir ilişki vardır”

H<sub>1.8</sub>: “Ziyaretçilerin ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile algılanan değer arasında anlamlı bir ilişki vardır”

H<sub>1.9</sub>: “Ziyaretçilerin ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile algılanan değer arasında anlamlı bir ilişki vardır”

H<sub>1.10</sub>: “Ziyaretçilerin kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile müze özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır”

H<sub>1.11</sub>: “Ziyaretçilerin ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile müze özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır”

H<sub>1.12</sub>: “Ziyaretçilerin ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile müze özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır”

H<sub>1.13</sub>: “Ziyaretçilerin taşıma kapasitesine ilişkin algıları cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”

H<sub>1.14</sub>: “Ziyaretçilerin taşıma kapasitesine ilişkin algıları medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”

H<sub>1.15</sub>: “Ziyaretçilerin taşıma kapasitesine ilişkin algıları yaşlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”

H<sub>1.16</sub>: “Ziyaretçilerin taşıma kapasitesine ilişkin algıları yaşanılan şehre göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”

H<sub>1.17</sub>: “Ziyaretçilerin taşıma kapasitesine ilişkin algıları eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H<sub>1.18</sub>: Ziyaretçilerin taşıma kapasitesine ilişkin algıları mesleklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

### **2.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ**

Taşıma kapasitesi kavramı ve türleri ile ilgili literatürde sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, taşıma kapasitesi konusunun sosyal, fiziksel, çevresel ve psikolojik boyutlarına ilişkin çalışmalar bulunmaktadır. Taşıma kapasitesi algısı ile ziyaretçi memnuniyetleri arasındaki ilişkileri belirlemeye yönelik az sayıda çalışma bulunmaktadır (Brown vd., 1997; Çalık, 2014; Dinçer, Erkol ve Çakmak, 2015; Savariades, 2000; Thomas, Pigozzi ve Sambrook, 2005; Tokmak, 2008).

Yapılan çalışmalar, sürdürülebilir turizm açısından taşıma kapasitesi, turizm merkezlerinin sosyal, psikolojik ve çevresel taşıma kapasitesi konuları üzerinedir. Bir bölgede taşıma kapasitesi ve mevsimsel yoğunlaşma konusu ile ilgili yapılacak çalışmalar, turizmin olumsuz etkilerinin ortaya çıkarılmasını ve bu olumsuz etkilerin giderilmesinde önemli katkıları olmaktadır. Bu tür çalışmaların yapılması turistik çekim yerlerinde, ziyaretçilerin taşıma kapasitesi algılarının ve memnuniyetlerinin ölçülmesini, turistik alanların sürdürülebilir kullanılması ve kaynakların korunmasını sağlamaktadır. Bu nedenle bu çalışma, ziyaretçilerin taşıma kapasitesine yönelik algılarını belirlemek ve turistik alanlarda yaşanan yoğunluğun ziyaretçi memnuniyetlerini nasıl etkilediğini belirlemek açısından önem taşımaktadır.

### **2.4. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEM**

Araştırmanın evrenini, Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesine gelen tüm yerli ziyaretçiler oluşturmaktadır. Eskişehir Büyükşehir Belediyesinden elde edilen verilere göre, 2017 yılı içerisinde müzeyi 390.507 kişi ziyaret etmiştir. Tablo 1'e göre, müze en fazla Nisan ve Mayıs aylarında ziyaret edilmiştir. 2017 yılının diğer aylarında ise müzenin Temmuz, Ağustos ve Ekim aylarında yoğun olarak ziyaret edildiği anlaşılmaktadır.

Araştırmanın belirli bir zamanda yapılacak olması ve maddi kısıtlılıklar nedeniyle ana kütlenin tamamına ulaşmak mümkün olmadığından örneklem alma yoluna gidilmiştir. Evren büyüklüğü 100.000 ise örneklem büyüklüğü %95 güven düzeyinde 384, evren büyüklüğü 500.000 olduğunda örneklem büyüklüğü 384 olarak kabul edilmektedir (Bal, 2001: 115). Bu nedenle, araştırma kapsamında en az 384 ziyaretçiye ulaşmak gereklidir.

Araştırmada, zaman ve maliyet unsurları dikkate alınarak kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kolayda örnekleme, araştırmaya katılmak isteyen kişilerin örnekleme dâhil edildiği, zaman ve maddi açıdan tasarruf sağlandığı örnekleme biçimidir (Ural ve Kılıç, 2005: 38). Bu örnekleme yönteminde, kolay ulaşabilen ve gönüllü olarak araştırmaya katılmayı kabul eden bireyler üzerinde araştırma gerçekleştirilir (Erkuş, 2017: 138). Araştırma kapsamında, Haziran-Kasım 2018 tarihleri arasında 748 ziyaretçiye anket uygulanmıştır. Anketlerin bir kısmı tam olarak doldurulmadığı için değerlendirmeye alınmamıştır. 728 anket üzerinden araştırma için gerekli analizler yapılmıştır.

**Tablo 1.** Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesinin Yıllara Göre Ziyaretçi Sayıları

<b>Tablo 1.</b>	<b>YILLARA GÖRE ZİYARETÇİ SAYILARI</b>
<b>2013</b>	148.664
<b>2014</b>	262.391
<b>2015</b>	261.738
<b>2016</b>	302.639
<b>2017</b>	390.507

Tablo 1’de müzenin yıllık ziyaretçi sayıları verilmiştir. Buna göre, 2013 yılında açılan müzeye gelen ziyaretçi sayısı yıllar geçtikçe artmıştır. 2013 yılında 148.664 kişi, 2016 yılında 302.639 kişi ve 2017 yılında 390.507 kişi ziyaret etmiştir. Müzeye en fazla ziyaretçi 2017 yılı içerisinde gelmiştir. Tablo 1’den yıllar ilerledikçe, ziyaretçi sayılarında artış meydana geldiği görülmektedir.

#### **2.4.1. Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi**

Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi, 2013 yılında Eskişehir'in Odunpazarı bölgesinde 1573 metrekarelik bir alan üzerine kurulmuştur. Müze 6 bölümden oluşmaktadır ve müzede 196 adet balmumundan yapılan heykel bulunmaktadır (Balmumu Heykeller Müzesi Müdürlüğü, 2018). Bu heykellerin bir kısmı farklı dekorların çevresinde diğerleri de camekân arkasında sergilenmektedir. Eserlerin sergilendiği salonların tümü küçük bir alana sahiptir.

Müzenin, ilk bölümünde kurtuluş savaşları dönemindeki önemli tarihi kişilerin, Atatürk ve ailesinin heykelleri, Osmanlı padişahlarına ait heykeller, kurtuluş savaşı dönemlerinin fotoğrafları ile geçmiş cumhurbaşkanlarının heykelleri bulunmaktadır. Müzenin ikinci kısmında, bilim, spor, sinema ve televizyon, tiyatro alanlarında ün kazanmış kişiler ve ses sanatçıları ile dünya liderlerine ait heykeller yer almaktadır. Üçüncü bölümde, Yunus Emre, Nasrettin Hoca gibi felsefe alanında ünlü kişilerin heykelleri bulunmaktadır. Dördüncü kısımda, Bülent Ecevit, Turgut Özal gibi geçmiş dönemlerin siyasetçilerinin heykelleri ile bugüne ait politikacıların heykelleri yer almaktadır. Müzenin son bölümünde ise, Yılmaz Büyükerşen'in ödülleri ve kendisinin balmumu heykeli bulunmaktadır.

Bir sonraki başlıkta, Eskişehir Büyükşehir Belediyesinden doğrudan alınan bilgiler ile hazırlanan Tablo 2 yer almaktadır. Tablo 2'de 2013 ile 2017 yılları arasında Balmumu Heykeller müzesine gelen ziyaretçi sayıları aylık olarak verilmiştir.

**Tablo 2.** Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesinin Aylara Göre Ziyaretçi Sayıları

<b>Tablo 2.</b>	<b>AYLARA GÖRE ZİYARETÇİ SAYILARI</b>					
<b>YILLAR</b>	<b>OCAK</b>	<b>ŞUBAT</b>	<b>MART</b>	<b>NİSAN</b>	<b>MAYIS</b>	<b>HAZİRAN</b>
<b>2013</b>	—	—	—	—	31.579	
<b>2014</b>	15.807	18.755	18.193	29.581	37.950	27.891
<b>2015</b>	11.104	13.161	15.165	28.040	45.301	18.798
<b>2016</b>	12.573	16.053	18.313	35.421	48.204	19.020
<b>2017</b>	16.206	22.686	30.568	52.354	52.896	19.792
<b>AYLARA GÖRE ZİYARETÇİ SAYILARI</b>						
<b>YILLAR</b>	<b>TEMMUZ</b>	<b>AĞUSTOS</b>	<b>EYLÜL</b>	<b>EKİM</b>	<b>KASIM</b>	<b>ARALIK</b>
<b>2013</b>	19.704	23.270	19.533	18.468	21.887	14.223
<b>2014</b>	13.800	25.367	15.900	23.750	21.791	13.606
<b>2015</b>	17.972	26.901	20.949	24.666	22.521	17.160
<b>2016</b>	25.801	27.075	24.856	31.125	26.604	17.594
<b>2017</b>	34.624	34.887	31.660	36.793	32.843	25.198

**Kaynak:** Eskişehir Büyükşehir Belediyesi, 2018

Müze, 29 Mayıs 2013 tarihinde açılmış olup 2013 yılının toplam ziyaretçi sayısı 31.579'dur. 2014 yılının ilk altı ayında, nisan ve mayıs aylarında diğer aylara göre daha fazla ziyaretçi gelmiştir. 2015 yılı içerisinde mayıs ayında en fazla ziyaretçi gelmiştir. 2016 yılında, nisan ve mayıs aylarında ziyaretçi sayısında diğer aylara göre artış yaşanmıştır. 2017 yılında, nisan ve mayıs aylarında yılın diğer aylarına göre ziyaretçi sayısının arttığı görülmektedir.

2013-2017 yıllarının, temmuz ve aralık aylarındaki ziyaretçi sayıları Tablo 2'de görülmektedir. 2013 yılının ağustos ve kasım aylarında diğer aylara göre daha fazla sayıda ziyaretçi gelmiştir. 2014 yılında en fazla ziyaretçinin ağustos ve ekim aylarında geldiği anlaşılmaktadır. 2015 yılının ağustos ayında en çok ziyaretçi gelmiştir. 2016 yılında, ağustos, ekim ve kasım aylarında müzeye gelen ziyaretçi sayısı artmıştır. 2017 yılının temmuz, ağustos ve ekim aylarında müzeyi daha fazla sayıda kişi ziyaret etmiştir. Sonuç olarak, müzeye gelen ziyaretçi sayılarının belirli aylarda yoğunlaştığı anlaşılmaktadır.

## 2.5. ARAŞTIRMANIN KAPSAM VE SINIRLILIKLARI

Bu araştırma, değişkenler arasındaki ilişkilerin tanımlanmasını, araştırma hipotezlerinin test edilmesini ve sonuçlara ulaşılmasını amaçladığından açıklayıcı bir araştırmadır (Bal, 2001: 68). Araştırma güncel sorunların ortaya koyulmasını ve öneriler getirilmesini sağlayacağı için uygulamalı araştırma kapsamındadır (Sönmez ve Alacapınar, 2017: 42). Araştırma, var olan bir durumun ayrıntılı şekilde tanımlanması ve anlaşılmasını sağladığından betimleyici bir araştırmadır (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2009: 21).

Araştırma, Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesini ziyaret eden ziyaretçilerin taşıma kapasitesine ilişkin algılarının ve memnuniyetlerinin değerlendirilmesi ile sınırlıdır. Müzenin yoğun olarak ziyaret edildiği aylarda araştırmanın yapılması da zaman açısından bir sınırlılık oluşturmaktadır.

## 2.6. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ

Bu araştırmada, birincil ve ikincil veri toplama yöntemleri kullanılmıştır. Birincil veri toplama yöntemlerinden, anket ve görüşme tekniği kullanılmış, ikincil veri toplama yöntemi olarak literatür taraması yapılmıştır. Anket, araştırılmak istenen konuyla ilgili önceden oluşturulan sorulara belirli kişilerin ya da grupların görüşlerini almak amacıyla yanıtlamalarıyla elde edilen veri toplama biçimidir (Sönmez ve Alacapınar, 2017:187). Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği, araştırmacının belirlenen bir tarihte soruları yanıtlayacak kişiye sorması ve cevaplayıcının soruları özgürce yanıtlama hakkının olduğu karşılıklı konuşma olarak tanımlanabilir (Padem, Göksu ve Konaklı, 2012: 66-67).

Araştırmada kullanılacak anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin sorular vardır. İkinci bölümde, “Müze ziyaretçilerinin taşıma kapasitesi algılarını” ölçmeye yönelik 5’li Likert tipinde 10 soru yer almaktadır. Taşıma kapasitesi algılarına ilişkin ölçeğin oluşturulmasında, Tokmak (2008)’in, Kılıçarslan (2016)’in ve Chi-Ming Hsieh (2010)’in ve Linda A. Chandler Ba (2006)’nın çalışmalarından yararlanılmıştır. İkinci bölümün devamında “Müze ziyaretçilerinin memnuniyetlerini” ölçmeye yönelik 5’li Likert tarzında 15 adet soru bulunmaktadır. Memnuniyet ölçeğinin oluşturulmasında, Chi-Ming Hsieh (2010)’in, Eman Taha El-Adawy (2016)’in, Altunel (2013)’in, Tokmak (2008)’in,

Kılıçarslan (2016)'in ve Çalık (2014)'in çalışmalarından yararlanılmıştır. 5'li Likert tipinde hazırlanan sorularda, "1- Hiç Katılmıyorum", "2- Az Katılıyorum", "3- Orta Düzeyde Katılıyorum", "4- Çok Katılıyorum", "5-Tamamen Katılıyorum" ile derecelendirilmiştir. Mülakat forumundaki soruların bir kısmı yazar tarafından hazırlanmış, bazıları da Tokmak (2008)'in çalışmasında bulunan mülakat sorularından yararlanılarak oluşturulmuştur.

## 2.7. VERİLERİN ANALİZİ

Araştırmada toplanan veriler, gerekli analiz teknikleri kullanılarak analiz edilmiştir. Katılımcılar ile ilgili demografik bilgilerin belirlenmesinde frekans, yüzde ve aritmetik ortalama değerlerine tablolarda yer verilmiştir. Araştırmada açıklayıcı faktör analizi ve güvenilirlik analizi yapılmıştır. Araştırmada, ziyaretçilerin taşıma kapasitesi algılarının demografik özelliklerine göre farklılığını belirlemek için t-testi ve varyans (Anova) analizleri, taşıma kapasitesi algıları ve memnuniyet arasındaki ilişkileri incelemek üzere korelasyon analizi yapılmıştır.

Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi ziyaretini tamamlayan ziyaretçilere müzenin dışında anket uygulanmıştır. Ankette bulunan ifadelerin katılımcılar tarafından anlaşılıp anlaşılmadığını tespit etmek, taşıma kapasitesi algısı ve memnuniyet ölçeklerinin güvenilirliğini ve geçerliliğini belirlemek üzere, ön test yapılmıştır. Ön test için 54 ziyaretçiye anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda, ankette bulunan taşıma kapasitesi algısı ve ziyaretçi memnuniyeti ölçeğine ilişkin güvenilirlik analizi ile açıklayıcı faktör analizi yapılmış ve uzman yorumları alınarak üç soru ankette çıkarılmıştır.

Taşıma kapasitesi algısı ölçeğinden 1 soru çıkarılmıştır. Taşıma kapasitesi algısı ölçeğinde 9 ifadeye ilişkin Cronbach alpha değeri 0.709 olarak bulunmuştur. Bu değer 0,7 üzerinde olması kabul edilebilir olduğunu göstermektedir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2010: 124).

Memnuniyet ölçeğine ait güvenilirlik analizi neticesinde soru 23 çıkarılmış ve soru 20 ise düzeltilmiştir. Ziyaretçi memnuniyeti ölçeğindeki 14 ifadeye ilişkin Cronbach alpha değeri 0.676 olarak bulunmuştur. Cronbach alfa değerinin 0.60 ile 0.80 arasında olması ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir (Özdamar, 2004: 257).



Yapılan faktör analizleri neticesinde memnuniyet ölçeğinde bulunan soru 24'ün analizden çıkarılmasına karar verilmiştir. Bu nedenle yeniden güvenirlik analizi yapılmış ve memnuniyet ölçeğinin Cronbach alpha değeri 0,662 olarak bulunmuştur. Araştırmanın Cronbach alfa değerleri ön test açısından yeterli görülmüştür. Bu çalışmalar neticesinde, taşıma kapasitesine algısına ilişkin 9 ifade ve ziyaretçi memnuniyeti ile ilgili 13 ifade bulunmasına karar verilmiştir. Ankette yapılan son değişikliklerle taşıma kapasitesi algısı ve memnuniyete dair 22 soru, demografik bilgilerle ilgili 6 soru yer almaktadır.

## 2.8. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Bu bölümde, müze ziyaretçilerinin taşıma kapasitesi algılarını ve memnuniyetlerini belirlemek amacıyla oluşturulan ankette bulunan ifadelerin güvenilirlik ve geçerlilik analizleri, katılımcıların demografik bilgileri ve araştırma amaçlarına yönelik yapılan analizler ve değerlendirmeler yer almaktadır.

### 2.8.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri İle İlgili Bulgular

Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi ziyaretçilerinin demografik özelliklerine dair frekans ve yüzde analizlerine Tablo 3'te yer verilmiştir.

**Tablo 3.** Katılımcıların Demografik Özellikleri ile İlgili Frekans ve Yüzde Analizi

DEĞİŞKEN	FREKANS	%
<b>Cinsiyet</b>		
Erkek	343	47,1
Kadın	385	52,9
<b>Yaş</b>		
18-25	262	36,0
26-35	201	27,6
36-45	148	20,3
46-55	81	11,1
56 ve üzeri	36	4,9
<b>Eğitim Durumu</b>		
İlköğretim	24	3,3
Lise	121	16,6
Üniversite	497	68,3
Lisansüstü	86	11,8
<b>Medeni Durum</b>		
Bekar	399	54,8
Evli	329	45,2
<b>Meslek</b>		
Memur	98	13,5
İşçi	62	8,5
Emekli	38	5,2
Öğrenci	191	26,2
Ev Hanımı	50	6,9
Öğretmen	68	9,3
Esnaf	27	3,7
Diğer	194	26,6
<b>Yaşanılan Şehir</b>		
Eskişehir	146	20,1
Diğer İller	573	78,7
Yurt Dışı	9	1,2

Tablo 3'te görüldüğü gibi, araştırmaya katılan 728 kişinin %47,1'i erkek, %52,9'u kadındır. Çalışmaya katılanların %36'sı 18-25 yaş arasında, %27,6'sı 26-35 yaş arasında, %20,3'ü 36-45 yaş arasında ve %11,1'i 46-55 yaş arasındadır. Katılımcıların %68,3'ü üniversite mezunu, %16,6'sı lise mezunu, %11,8'i lisansüstü mezunu, %3,3'ü ise ilköğretim mezunudur. Katılımcıların %26,2'si öğrenci, %13,5'i memur, %9,3'ü öğretmen, %8,5'i işçi, %6,9'u ev hanımı, %5,2'si emekli, %3,7'si esnaf ve %26,6'sı ise diğer mesleklerden oluşmaktadır. Katılımcıların %78,7'si Eskişehir'e diğer illerden gelenler, %20,1'i Eskişehir'den gelenler, %1'ini Yurt dışından gelenler oluşturmaktadır.

**Tablo 4.** Anketteki İfadelerinin Frekans, Yüzde ve Aritmetik Ortalama Değerleri

<b>“Ziyaretçilerin Taşıma Kapasitesi Algılarına” yönelik ifadeler</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>n</b>	<b><math>\bar{x}</math></b>	<b>S.S.</b>
1. Balmumu müzesine beklemeden giriş yaptım.	8,8	11,5	15,4	22,3	42,0	728	3,76	1,33
2. Balmumu müzesindeki eserleri rahatlıkla inceleyebildim.	2,9	5,1	15,5	26,8	49,7	728	4,15	1,04
3. Balmumu müzesinde ziyaretçi trafiği iyi işlemektedir.	3,4	4,5	20,1	33,8	38,2	728	3,99	1,03
4. Balmumu müzesini gezerken kalabalıktan rahatsızlık hissettim.	27,1	22,7	25,4	14,3	10,5	728	2,58	1,30
5. Kalabalıktan dolayı Balmumu müzesinin ve müzedeki eserlerin daha çabuk yıpranabileceğine inanıyorum.	27,7	21,6	25,4	13,0	12,3	728	2,60	1,33
6. Ziyaretçi girişlerine belirli bir sınır getirilmesi gerektiğine inanıyorum.	43,0	16,6	18,0	11,4	11,0	728	2,30	1,40
7. Kalabalıktan dolayı müze ve müzedeki eserlerin sergilenme ömrünün azalabileceğine inanıyorum.	32,6	23,8	22,1	12,6	8,9	728	2,41	1,29
8. Genel anlamda Balmumu müzesinde uygun sayıdan daha fazla ziyaretçi mevcuttur.	19,9	19,5	27,6	18,4	14,6	728	2,88	1,32
9. Müze ziyaretim süresince çevremdeki insanların konuşmalarından rahatsızlık hissettim.	40,7	24,1	17,9	9,5	7,8	728	2,19	1,27
<b>“Ziyaretçilerinin Memnuniyetleri” ile ilgili ifadeler</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>n</b>	<b><math>\bar{x}</math></b>	<b>S.S.</b>
10. Balmumu müzesi içerisinde yol bulmak kolaydır.	1,6	2,3	7,2	22,8	66,1	728	4,49	0,85
11. Müzedeki aydınlatma koşulları yeterlidir.	1,4	5,5	13,5	28,1	51,5	728	4,22	0,97
12. Balmumu müzesinin temizlik hizmetleri yeterlidir.	0,3	2,3	6,6	29,0	61,8	728	4,49	0,74
13. Balmumu müzesindeki eserler uyumlu bir şekilde konumlandırılmıştır.	2,1	4,9	12,0	28,4	52,6	728	4,24	0,98
14. Müzede uyulması gereken kurallar ile ilgili bilgi verilmektedir.	5,9	7,1	15,2	29,4	42,4	728	3,95	1,17

15. Müzenin farklı bölümlerindeki eserler hakkındaki yazılı açıklamalar yeterlidir.	5,1	7,8	23,5	26,0	42,4	728	3,83	1,16
16. Harcadığım zamana göre, bu müzeyi ziyaret etmek değerlidir.	1,1	3,1	11,1	24,5	60,2	728	4,39	0,88
17. Balmumu müzesini gezmeye karar verdiğim için memnunum.	0,7	1,8	8,5	21,7	67,3	728	4,53	0,78
18. Balmumu müzesi personeli ziyaretçilere karşı kibardır.	2,5	4,8	18,8	27,3	46,6	728	4,10	1,02
19. Müze ziyareti için ödenen bilet fiyatları uygundur.	12,5	9,1	21,5	20,5	36,4	728	3,59	1,37
20. Balmumu müzesini ziyaret etmeleri için başkalarına tavsiyede bulunurum.	0,7	4,1	9,9	21,6	63,7	728	4,43	0,87
21. Balmumu müzesi ile ilgili olumlu söylemlerde bulunurum.	0,8	2,9	10,9	22,4	63,0	728	4,43	0,85
22. Balmumu müzesini tekrar ziyaret etmeyi düşünürüm.	7,8	9,8	14,1	18,0	50,3	728	3,93	1,31

Ankette 5’li Likert tipindeki ifadelerde, 1- Hiç Katılmıyorum, 2- Az Katılıyorum, 3- Orta Düzeyde Katılıyorum, 4- Çok Katılıyorum ve 5- Tamamen Katılıyorum anlamına gelmektedir. Anket maddelerine verilen cevapların yüzde, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 4’te yer almaktadır.

Araştırmaya katılan 728 kişiden “Balmumu müzesine beklemeden giriş yaptım” yargısına, % 42’si tamamen katılıyorum, % 22,3’ü çok katılıyorum, % 15,4’ü orta düzeyde katılıyorum, % 11,5’i, az katılıyorum, % 8,8 hiç katılmıyorum cevabını vermiştir. “Balmumu müzesindeki eserleri rahatlıkla inceledim” yargısına % 49,7’si tamamen katılıyorum, % 26,8’i çok katılıyorum, % 15,5’i orta düzeyde katılıyorum, % 5,1’i az katılıyorum ve % 2,9’u hiç katılmıyorum demiştir. “Balmumu müzesini tekrar ziyaret etmeyi düşünürüm” ifadesine ise, % 50,3’ü tamamen katılıyorum, % 18’i çok katılıyorum, % 14,1’i orta düzeyde katılıyorum, % 9,8’i az katılıyorum ve % 7,8’i hiç katılmıyorum şeklinde yanıtlamışlardır.

**Tablo 5.** Aritmetik Ortalamaların Yorumlanması

Aritmetik Ortalama Değerleri	
1.00- 1.80	Hiç Katılmıyorum (Oldukça Düşük)
1.81- 2.60	Az Katılıyorum (Düşük)
2.61- 3.40	Orta Düzeyde Katılıyorum (Orta)
3.41- 4.20	Çok Katılıyorum (Yüksek)
4.21- 5.00	Tamamen Katılıyorum (Oldukça Yüksek)

Taşıma kapasitesi algısı ve memnuniyet ile ilgili ifadelere verilen yanıtların aritmetik ortalamaları Tablo 4’te yer almaktadır. Aritmetik ortalama değerleri Tablo 5 bağlamında yorumlanmıştır. Tablo 4’teki sonuçlara göre, “Balmumu müzesine beklemeden giriş yaptım” ifadesinin aritmetik ortalaması 3,76’dır. Bu değer, katılımcıların bu ifadeye yüksek düzeyde (çok) katıldıklarını göstermektedir. “Balmumu müzesindeki eserleri rahatlıkla inceleyebildim” ifadesinin aritmetik ortalaması 4,15 ve “Balmumu müzesinde ziyaretçi trafiği iyi işlemektedir” ifadesinin aritmetik ortalaması, 3,99’dur. Bu değerler, katılımcıların bu ifadelere yüksek düzeyde (çok) katıldıklarını göstermektedir. Bu sonuçlara göre, katılımcıların beklemeden giriş yaptıkları, eserleri rahatlıkla inceledikleri ve ziyaretçi trafiğinin iyi işlediğine katıldıkları söylenebilir.

“Balmumu müzesini gezerken kalabalıktan rahatsızlık hissettim” ifadesinin aritmetik ortalaması 2,58 olarak bulunmuştur. Bu değer, katılımcıların bu ifadeye düşük düzeyde (az) katıldıklarını gösterir. Buna göre, ziyaretçilerin kalabalıktan rahatsızlık hissetmedikleri söylenebilir. “Ziyaretçi girişlerine belirli bir sınır getirilmesi gerektiğine inanıyorum” ifadesinin aritmetik ortalaması 2,30’dur. “Kalabalıktan dolayı müze ve müzedeki eserlerin sergilenme ömrünün azalabileceğine inanıyorum” ifadesinin aritmetik ortalaması 2,41’dir. “Kalabalıktan dolayı Balmumu müzesinin ve müzedeki eserlerin daha çabuk yıpranabileceğine inanıyorum” ifadesinin ortalaması 2,60’dır. Bu değerler, katılımcıların bu ifadelere düşük düzeyde (az) katıldıkları anlamına gelmektedir. “Genel anlamda Balmumu müzesinde uygun sayıdan daha fazla ziyaretçi mevcuttur” ifadesinin aritmetik ortalaması ise, 2,88’dir. Bu ifadeye katılımcılar orta düzeyde katılmışlardır. Bu sonuçlara göre, katılımcıların kalabalıktan dolayı müzenin ve müzedeki eserlerin yıpranabileceğine, eserlerin sergilenme ömrünün azalabileceğine az katıldıkları söylenebilir. Ayrıca, katılımcıların ziyaretçi girişlerine belirli bir sınır getirilmesine az katıldıkları ve müzeyi kalabalık algılamadıklarına ulaşılmıştır.

Memnuniyet ile ilgili ifadeler incelendiğinde, “Balmumu müzesi içerisinde yol bulmak kolaydır” ve “Balmumu müzesinin temizlik hizmetleri yeterlidir” ifadelerinin aritmetik ortalamaları aynı değerde olup 4,49’dur. “Balmumu müzesindeki eserler uyumlu bir şekilde konumlandırılmıştır” ifadesinin aritmetik ortalaması ise, 4,24’tür. Buna göre, bu ifadelere katılımcıların oldukça yüksek düzeyde (tamamen) katıldıkları belirlenmiştir.

“Harcadığım zamana göre, bu müzeyi ziyaret etmek değerlidir” ifadesinin aritmetik ortalaması 4,39 olarak bulunmuştur. “Balmumu müzesini gezmeye karar verdiğim için memnunum” ifadesinin aritmetik ortalaması 4,53, “Balmumu müzesini ziyaret etmeleri için başkalarına tavsiyede bulunurum” ifadesinin aritmetik ortalaması 4,43’tür. Buna göre, bu ifadeler katılımcıların oldukça yüksek düzeyde (tamamen) katıldıkları anlaşılmaktadır. “Balmumu müzesini tekrar ziyaret etmeyi düşünürüm” ifadesinin aritmetik ortalaması 3,93’tür. Bu değer ise, katılımcıların bu ifadeye çok katıldıklarını göstermektedir. Bu sonuçlara göre, katılımcıların genel olarak müze ziyaretlerinden memnun oldukları, başkalarına tavsiyede bulunacakları ve müzeyi tekrar ziyaret etmek istedikleri belirlenmiştir.

Memnuniyet ile ilgili ifadelerden en düşük ortalamaya sahip olan ifadeler incelendiğinde, “Müze ziyareti için ödenen bilet fiyatları uygundur” ifadesinin aritmetik ortalaması 3,59 ve “Müzenin farklı bölümlerindeki eserler hakkındaki yazılı açıklamalar yeterlidir” ifadesinin aritmetik ortalaması 3,83’tür. Bu sonuçlardan hareketle, bu ifadeler katılımcıların yüksek düzeyde (çok) katıldıklarına ulaşılmıştır.

## 2.8.2. Ölçeklerin Güvenilirlik ve Faktör Analizleri

Güvenilirlik analizi, herhangi bir konuda örnekleme oluşturan birimler üzerinden veri toplamak amacı ile geliştirilen ölçme aracını oluşturan ifadelerin, kendi aralarında tutarlılık gösterip göstermediğini test etmek amacı ile kullanılır. Cronbach Alpha katsayı ve güvenilirlik dereceleri Tablo 5’te verilmiştir.

**Tablo 6.** Cronbach Alpha Katsayıları ve Güvenilirlik Dereceleri

Cronbach Alpha Katsayısı	Güvenilirlik Derecesi
$0,00 \leq \alpha < 0,40$	Güvenilir Değil
$0,40 \leq \alpha < 0,60$	Düşük Derecede Güvenilir
$0,60 \leq \alpha < 0,80$	Oldukça Güvenilir
$0,80 \leq \alpha < 1,00$	Yüksek Derecede Güvenilir

Buna göre, taşıma kapasitesi algısı soruları için güvenilirlik ve faktör analizleri yapılmış ve sonuçları Tablo 7’de belirtilmiştir. Taşıma Kapasitesi algısı ölçeğindeki sorulardan, soru 4 ile soru 9 arasındaki sorular turizmin olumsuz etkileriyle ilgili oldukları için ters olarak kodlanmıştır. Taşıma kapasitesi algısı ölçeğinde 9 ifadeye ilişkin Cronbach alpha değeri 0,772 olarak bulunmuştur. Buna göre, Cronbach alpha

değeri 0,60-0,80 aralığında olduğundan taşıma kapasitesi algısı sorularının oldukça güvenilir olduğu söylenebilir.

Anketteki taşıma kapasitesi algısı soruları için faktör analizi uygulanmış ve soruların toplandığı boyutlar belirlenmeye çalışılmıştır. Faktör analizi, bir ölçeğin yapısal geçerliliğinin belirlenmesini ve ölçekte bulunan birçok değişkenin birlikte değerlendirilerek az sayıda yeni değişkenlere (faktörlere) ulaşmayı amaçlayan bir analizdir (Sönmez ve Alacapınar, 2017: 150). Faktör analizi için KMO ve Bartlett testleri yapılmıştır. KMO Testi, örneklemin faktör analizi için yeterli olup olmadığı konusunda bilgi vermektedir. Bartlett Testi, değişkenlerin faktör analizine uygunluğu konusunda bilgi verir.

**Tablo 7.** Taşıma Kapasitesi Algısı Soruları için Döndürülmüş Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizi Sonuçları

Taşıma Kapasitesi Algısı Soruları	Faktör		
	1	2	3
Kalabalıktan dolayı müze ve müzedeki eserlerin sergilenme ömrünün azalabileceğine inanıyorum.	,854		
Kalabalıktan dolayı balmumu müzesinin ve müzedeki eserlerin daha çabuk yıpranabileceğine inanıyorum.	,819		
Ziyaretçi girişlerine belirli bir sınır getirilmesi gerektiğine inanıyorum.	,705		
Balmumu müzesindeki eserleri rahatlıkla inceleyebildim.		,860	
Balmumu müzesinde ziyaretçi trafiği iyi işlemektedir.		,820	
Balmumu müzesine rahat bir şekilde ve beklemeden giriş yaptım.		,756	
Balmumu müzesini gezerken kalabalıktan rahatsızlık hissettim.			,789
Müze ziyaretim süresince çevremdeki insanların konuşmalarından rahatsızlık hissettim.			,762
Genel anlamda balmumu müzesinde uygun sayıdan daha fazla ziyaretçi mevcuttur.			,560
<b>Öz değer</b>	3,234	1,758	0,872
<b>Varyans Açıklama Oranı (%)</b>	35,936	19,532	9,692
<b>Açıklanan Toplam Varyans (%)</b>	65,160		
<b>Cronbach Alpha Değeri</b>	0,772		
<b>KMO Örneklem yeterliliği değeri</b>	0,776		

Taşıma kapasitesi algısı soruları için, KMO testinin değeri 0,776 olarak bulunmuştur. Bu değer, örneklemin faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir. KMO değeri, 0 ile 1 arasında bir değerdir. Bu değer 0,50 üzerinde olması verilerin faktör analizi yapılabilmesine uygun olduğunu gösterir (Altunışık,

Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2010: 266-270). Aynı şekilde, Bartlett Küresellik Test değeri için anlamlılık değeri  $p=0,000$  ( $p<0,005$ ) olarak bulunmuştur. Bu sonuç ise, anket sorularının faktör analizine uygun olmayacağına ilişkin  $H_0$  hipotezinin red edileceği anlamına gelir.

Tablo 7’de ise taşıma kapasitesi algısı sorularının ifade ettiği boyutlar gösterilmiştir. Faktör analizinde birbiriyle ilişkili çok sayıda değişken, birbiriyle ilişkisiz az sayıda faktöre dönüştürülmektedir. Faktör analizi sonucunda, taşıma kapasitesi algısı üç alt boyuta ayrılmıştır. Tablodaki verilere göre, faktör yükleri 0,560 ile 0,860 arasında değişmektedir. 1. Faktör altında toplanan 3 soru “kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algısı” alt boyutunu, 2. Faktör altında toplanan 3 soru, “ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algısı” alt boyutunu, 3. Faktör altında toplanan 3 soru ise “ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algısı” alt boyutunu oluşturmaktadır. Üç faktörlü bu yapı, toplam varyansın % 65,160’ını açıklamaktadır.

**Tablo 8.** Memnuniyet Soruları için Güvenilirlik Analizi ve Döndürülmüş Faktör Analizi Sonuçları

Memnuniyet	Faktör			
	1	2	3	4
Balmumu müzesini gezmeye karar verdiğim için memnunum.	,837			
Balmumu müzesini ziyaret etmeleri için başkalarına tavsiyede bulunurum.	,828			
Balmumu müzesi ile ilgili olumlu söylemlerde bulunurum.	,813			
Harcadığım zamana göre bu müzeyi ziyaret etmek değerlidir.	,767			
Balmumu müzesini tekrar ziyaret etmeyi düşünürüm.	,708			
Balmumu müzesi içerisinde yol bulmak kolaydır.		,817		
Müzedeki aydınlatma koşulları yeterlidir.		,741		
Balmumu müzesinin temizlik hizmetleri yeterlidir.		,684		
Müzenin farklı bölümlerindeki eserler hakkındaki yazılı açıklamalar yeterlidir.			,796	
Müzedeki uyulması gereken kurallar ile ilgili bilgi verilmektedir.			,793	
Balmumu müzesindeki eserler uyumlu bir şekilde konumlandırılmıştır.			,463	
Müze ziyareti için ödenen bilet fiyatları uygundur.				,899
Balmumu müzesi personeli ziyaretçilere karşı kibar ve saygılıdır.				,462
<b>Öz değer</b>	5,672	1,361	1,068	0,787
<b>Varyans Açıklama Oranı (%)</b>	43,629	10,472	8,215	6,057
<b>Açıklanan Toplam Varyans (%)</b>	68,373			
<b>Cronbach Alpha Değeri</b>	0,876			
<b>KMO Örneklem yeterliliği değeri</b>	0,913			



Benzer şekilde, memnuniyet soruları için güvenilirlik ve faktör analizleri yapılmış, sonuçları Tablo 8’de belirtilmiştir. Buna göre, memnuniyet sorularının Cronbach alfa değeri 0,80-1,00 aralığında olduğundan dolayı memnuniyet sorularının yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir. Anket maddelerine memnuniyet soruları için faktör analizi uygulanmış ve anket sorularının toplandığı boyutlar tespit edilmeye çalışılmıştır. Faktör analizi için KMO ve Bartlett testleri yapılmıştır.

Memnuniyet soruları için, KMO testinin değeri 0,913 olarak bulunmuştur ve bu değer örneklemin faktör analizi için yeterli ve çok iyi olduğunun göstergesidir. Aynı şekilde Bartlett Küresellik Test değeri için anlamlılık değeri  $p=0,000$  ( $p<0,005$ ) olarak bulunmuştur. Bu da anket sorularının faktör analizi için uygun olmayacağına ilişkin  $H_0$  hipotezinin red edileceği anlamına gelmektedir.

Tablo 8’de ise memnuniyet sorularının ifade ettiği boyutlar gösterilmiştir. Tablodaki verilere göre, faktör yükleri 0,462 ile 0,837 arasında değişmektedir. 1. Faktör altında toplanan 5 soru “tavsiye etme niyeti” alt boyutunu, 2. Faktör altında toplanan 3 soru, “fiziksel unsurlar” alt boyutunu, 3. Faktör altında toplanan 3 soru “algılanan değer” alt boyutunu ve 4. Faktör altında toplanan 2 soru ise, “müze özellikleri” alt boyutunu oluşturmaktadır. 4 faktörlü bu yapı, toplam varyansın %68,373’ünü açıklamaktadır.

### **2.8.3. Korelasyon Analizleri**

Korelasyon analizi, İki değişken arasında ilişkinin var olup olmadığını ve ilişkinin yönünün belirlenmesini sağlayan bir analizdir (Padem, Göksu ve Konaklı, 2012: 178). Korelasyon analiziyle elde edilen korelasyon katsayısı “r” ile ifade edilir ve bu katsayı -1 ile +1 arasında bir değer alır (Altunışık vd.,2010: 226). Korelasyon katsayısının, 0,0-0,3 arasında olması zayıf bir ilişki, 0,3-0,7 arasında olması orta düzeyli bir ilişki ve 0,7-1,0 arasında olması ise kuvvetli bir ilişki olarak yorumlanır (Gürbüz ve Şahin, 2016: 264). Bu değer 0,40-0,60 arasında olması genelde orta düzeyde bir ilişki olarak belirtilmektedir.

Faktör analizi sonucunda, taşıma kapasitesi algısını oluşturan üç alt boyut elde edilmiş, memnuniyet ile ilgili dört alt boyut elde edilmiştir. Taşıma kapasitesi algısının alt boyutları ile memnuniyetin alt boyutları arasında korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi sonucu ise, Tablo 9’da verilmiştir.

**Tablo 9.** Taşıma Kapasitesi ve Memnuniyet Alt Boyutları için Korelasyon Analizi

		Kalabalık	Ziyaret Deneyimi	Ziyaretçi Sayısı	Tavsiye Etme	Fiziksel Unsurlar	Algılanan Değer	Müze Özellikleri
Kalabalık	Pearson Korelasyon	1	,000	,000	-,009	,000	,048	,030
Ziyaret Deneyimi	Pearson Korelasyon	,000	1	,000	<b>,242</b>	<b>,269</b>	<b>,215</b>	<b>,118</b>
Ziyaretçi Sayısı	Pearson Korelasyon	,000	,000	1	,083	,071	,073	,032
Tavsiye Etme	Pearson Korelasyon	-,009	<b>,242</b>	,083	1	,000	,000	,000
Fiziksel Unsurlar	Pearson Korelasyon	,000	<b>,269</b>	,071	,000	1	,000	,000
Algılanan Değer	Pearson Korelasyon	,048	<b>,215</b>	,073	,000	,000	1	,000
Müze Özellikleri	Pearson Korelasyon	-,030	<b>,118</b>	,032	,000	,000	,000	1

Tablo 9'a göre, taşıma kapasitesi algısı alt boyutlarından ziyaret deneyimi ile memnuniyet boyutlarından tavsiye etme niyeti arasında zayıf ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir ( $r=0,242$ ). Benzer şekilde, ziyaret deneyimi ile fiziksel unsurlar boyutu arasında zayıf ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir ( $r=0,269$ ). Ziyaret deneyimi ile algılanan değer boyutu arasında zayıf ve pozitif yönlü ilişki olduğu ( $r=0,215$ ) belirlenmiştir. Ziyaret deneyimi ile müze özellikleri arasında zayıf ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir ( $r=0,118$ ). Bu sonuçlara göre, ziyaretçilerin ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algısı arttıkça tavsiye etme niyetlerinin artacağı söylenebilir. Ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algısı arttıkça fiziksel unsurlarla ilgili memnuniyetin artacağı, ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algısı arttıkça algılanan değer ile ilgili memnuniyetlerinin artacağı söylenebilir. Ziyaretçilerin ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algısı arttıkça, müze özellikleri ile ilgili memnuniyetlerinin artacağını söylemek mümkündür.

Korelasyon katsayısının sıfıra yakın bir değer olması durumunda, iki değişken arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı şeklinde yorumlanmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2016: 264). Buna göre, taşıma kapasitesi algısının kalabalık boyutu ile memnuniyetin alt boyutlarından tavsiye etme niyeti ( $r= -0,009$ ) arasında, kalabalık boyutu ile fiziksel unsurlar arasında ( $r=0,000$ ), kalabalık ile algılanan değer arasında ( $r= 0,048$ ), kalabalık ile müze özellikleri ( $r= -0,030$ ) arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı söylenebilir. Aynı şekilde, taşıma kapasitesinin alt boyutlarından ziyaretçi sayısı ile memnuniyetin

alt boyutlarından; tavsiye etme niyeti, fiziksel unsurlar, algılanan değer, müze özellikleri arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı belirlenmiştir.

Tablo 9'daki sonuçlara göre; H<sub>1.2</sub>: "Ziyaretçilerin ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile tavsiye etme niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır", H<sub>1.5</sub>: "Ziyaretçilerin ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile fiziksel unsurlar arasında anlamlı bir ilişki vardır", H<sub>1.8</sub>: "Ziyaretçilerin ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile algılanan değer arasında anlamlı bir ilişki vardır", H<sub>1.11</sub>: "Ziyaretçilerin ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile müze özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır" hipotezleri kabul edilmiştir.

H<sub>1.1</sub>: "Ziyaretçilerin kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile tavsiye etme niyeti arasında bir ilişki vardır", H<sub>1.3</sub>: "Ziyaretçilerin ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile tavsiye etme niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır", H<sub>1.4</sub>: "Ziyaretçilerin kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile fiziksel unsurlar arasında anlamlı bir ilişki vardır", H<sub>1.6</sub>: "Ziyaretçilerin ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile fiziksel unsurlar arasında anlamlı bir ilişki vardır", H<sub>1.7</sub>: "Ziyaretçilerin kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile algılanan değer arasında anlamlı bir ilişki vardır", H<sub>1.9</sub>: "Ziyaretçilerin ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile algılanan değer arasında anlamlı bir ilişki vardır", H<sub>1.10</sub>: "Ziyaretçilerin kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile müze özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır", H<sub>1.12</sub>: "Ziyaretçilerin ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile müze özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır" hipotezleri kabul edilememiştir.

**Tablo 10.** Taşıma Kapasitesi Algısı ve Memnuniyet Boyutları için Korelasyon Analizi

		Taşıma Kapasitesi	Memnuniyet
Taşıma Kapasitesi	Pearson Korelasyon	1	<b>,338**</b>
	p		,000
Memnuniyet	Pearson Korelasyon	<b>,338**</b>	1
	p	,000	

Bu aşamada, değişken dönüştürme uygulanarak, taşıma kapasitesi algısı ve memnuniyet değişkenleri yeniden tanımlanmış ve aralarındaki korelasyon analizi sonucu Tablo 10’da verilmiştir. Korelasyon analizi sonucuna göre, ilgili boyutlar arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır ( $p < 0,05$ ). Taşıma kapasitesi algısı ile memnuniyet arasında düşük düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir ( $r=0,338$ ). Yani, ziyaretçilerin taşıma kapasitesi algısı arttıkça memnuniyetlerinin artacağı söylenebilir.  $H_1$ : “Ziyaretçilerin taşıma kapasitesine ilişkin algıları ile memnuniyet düzeyleri arasında ilişki vardır” hipotezi kabul edilmiştir.

#### 2.8.4. t Testi ve Varyans Analizleri:

Ziyaretçilerin taşıma kapasitesi algısı sorularına verdikleri puanların ortalamaları demografik özellikleri bakımından karşılaştırılmıştır. Ziyaretçilerin demografik özelliklerine göre, taşıma kapasitesi algısı sorularına verdikleri puanlar arasındaki farklar, bağımsız örneklem t testi ve varyans analizleri ile test edilmiştir.

**Tablo 11.** Cinsiyet Bakımından Taşıma Kapasitesi Algısı Soruları İçin Bağımsız Örneklem t testi

		t-test					
		n	Ort.	S.S.	t	s.d.	p
Kalabalık	Kadın	385	2,374	1,09	1,437	726	0,151
	Erkek	343	2,519	1,12			
Ziyaret Deneyimi	Kadın	385	4,000	0,93	0,479	726	0,632
	Erkek	343	3,940	0,93			
Ziyaretçi Sayı	Kadın	385	2,489	0,98	1,385	726	0,167
	Erkek	343	2,624	0,97			

Cinsiyet bakımından taşıma kapasitesi algısı sorularına verilen puan ortalamaları için bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Analiz sonucu Tablo 11’de verilmiştir. Tablo 11’e göre, cinsiyet bakımından taşıma kapasitesi algısı sorularına verilen puan ortalamaları arasında farklılık olmadığına %5 anlamlılık düzeyinde karar verilmiştir ( $p > 0,05$ ). Ziyaretçilerin taşıma kapasitesi algılarının cinsiyet bakımından hiçbir boyutta anlamlı bir farklılık göstermediğine ulaşılmıştır.

**Tablo 12.** Medeni Hal Bakımından Taşıma Kapasitesi Algısı Soruları İçin Bağımsız Örneklemeler t testi

		t-test					
		n	Ort.	S.S.	t	s.d.	p
Kalabalık	Bekâr	399	2,515	1,10	-2,638	726	<b>0,009</b>
	Evli	329	2,354	1,11			
Ziyaret Deneyimi	Bekâr	399	3,934	0,88	-0,948	652,272	0,343
	Evli	329	4,018	0,99			
Ziyaretçi Sayı	Bekâr	399	2,591	0,95	0,292	676,642	0,771
	Evli	329	2,506	1,02			

Medeni hal bakımından taşıma kapasitesi algısı sorularına verilen puan ortalamaları için bağımsız örneklemeler t testi uygulanmıştır. Analiz sonucu Tablo 12’de verilmiştir. Tablo 12’ye göre, medeni hal bakımından kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algısı sorularına verilen puan ortalamaları arasında farklılık olduğuna %5 anlamlılık düzeyinde karar verilmiştir. Tablo 12 incelendiğinde, bekârların kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algılarının evlilere göre daha yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 13.** Yaş Grupları Bakımından Taşıma Kapasitesi Algısı Soruları İçin Varyans Analizi Testi

		n	Ort.	S.S.	F	p
Kalabalık	18-25	262	3,389	1,133	3,132	<b>0,014</b>
	26-35	201	3,752	0,983		
	36-45	148	3,585	1,151		
	46-55	81	3,502	1,123		
	56 ve üzeri	36	3,694	1,230		
Ziyaret Deneyimi	18-25	262	3,893	0,870	2,525	<b>0,040</b>
	26-35	201	4,013	0,959		
	36-45	148	3,882	0,994		
	46-55	81	4,185	0,939		
	56 ve üzeri	36	4,203	0,888		
Ziyaretçi Sayı	18-25	262	3,352	0,965	2,184	0,069
	26-35	201	3,577	0,899		
	36-45	148	3,466	1,009		
	46-55	81	3,275	1,102		
	56 ve üzeri	36	3,713	1,095		

Yaş grupları bakımından taşıma kapasitesi algısı sorularına verilen puan ortalamaları için varyans analizi testi uygulanmıştır. Analiz sonucu Tablo 13'te verilmiştir. Tablo 13'e göre, yaş grupları bakımından kalabalık ve ziyaret deneyimine ilişkin taşıma kapasitesi algısı sorularına verilen puan ortalamaları arasında farklılık olduğuna %5 anlamlılık düzeyinde karar verilmiştir. Puan ortalamalarında farklılık oluşturan boyutlar için çoklu karşılaştırmalardan Tukey testi yapılmıştır. 18-25 yaş ve 26-35 yaş arasındaki ziyaretçilerin taşıma kapasitesi algısının kalabalık boyutunda anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Tablo.13'e göre, 26-35 yaş arasındaki ziyaretçilerin kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algılarının diğer yaş gruplarındaki ziyaretçilere göre daha yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. 56 ve üzeri yaş grubundaki ziyaretçilerin ise, ziyaret deneyimine ilişkin taşıma kapasitesi algılarının diğer yaş gruplarına göre daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.

**Tablo 14.** Yaşanılan Şehir Bakımından Taşıma Kapasitesi Algısı Soruları İçin Varyans Analizi Testi

		<b>n</b>	<b>Ort.</b>	<b>S.S.</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Kalabalık	Eskişehir	146	3,417	1,099	1,407	0,245
	Diğer İller	573	3,587	1,111		
	Yurtdışı	9	3,925	0,954		
Ziyaret Deneyimi	Eskişehir	146	3,885	0,842	0,749	0,473
	Diğer iller	573	3,993	0,953		
	Yurtdışı	9	4,000	1,092		
Ziyaretçi Sayı	Eskişehir	146	3,415	0,973	3,430	<b>0,033</b>
	Diğer İller	573	3,442	0,989		
	Yurtdışı	9	4,259	0,493		

Yaşanılan şehir bakımından taşıma kapasitesi algısı sorularına verilen puan ortalamaları için varyans analizi testi uygulanmıştır. Analiz sonucu Tablo 14'te verilmiştir. Tablo 14'e göre, yaşanılan şehir bakımından ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algısı sorularına verilen puan ortalamaları arasında farklılık olduğuna %5 anlamlılık düzeyinde karar verilmiştir ( $p < 0,05$ ). Ziyaretçilerin yaşadıkları şehir bakımından ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algılarının anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algısı soruları için

çoklu karşılaştırma yapılmıştır. Buna göre, Eskişehir’den gelenler ile yurtdışından gelenler (yurtdışından gelen Türkler) arasında, Diğer illerden gelenler ile yurtdışından gelenler arasında anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuştur. Ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algısı ile ilgili ifadelerle, yurtdışından gelen ziyaretçilerin diğer illerden gelenlere ve Eskişehir’den gelenlere göre daha yüksek düzeyde katıldıkları belirlenmiştir.

**Tablo 15.** Meslek Bakımından Taşıma Kapasitesi Algısı Soruları İçin Varyans Analizi Testi

		n	Ort.	S.S.	F	p
Kalabalık	Memur	98	3,6463	1,047	2,543	<b>0,014</b>
	İşçi	62	3,6613	1,177		
	Emekli	37	3,5766	1,195		
	Öğrenci	191	3,3665	1,119		
	Ev Hanımı	50	3,7800	1,171		
	Öğretmen	68	3,6520	0,999		
	Esnaf	27	4,1235	1,102		
	Diğer	195	3,4940	1,080		
Ziyaret Deneyimi	Memur	98	3,8776	1,034	1,413	0,197
	İşçi	62	3,9892	0,963		
	Emekli	37	4,2793	0,722		
	Öğrenci	191	3,8778	0,852		
	Ev Hanımı	50	4,1667	0,974		
	Öğretmen	68	3,8480	1,048		
	Esnaf	27	4,2469	0,765		
	Diğer	195	4,0034	0,936		
Ziyaretçi Sayı	Memur	98	3,4490	0,946	0,458	0,865
	İşçi	62	3,4570	1,042		
	Emekli	37	3,4955	1,148		
	Öğrenci	191	3,3665	0,964		
	Ev Hanımı	50	3,7533	0,980		
	Öğretmen	68	3,4020	0,954		
	Esnaf	27	3,5679	0,932		
	Diğer	195	3,4325	0,991		

Meslek bakımından taşıma kapasitesi algısı sorularına verilen puan ortalamaları için varyans analizi testi uygulanmıştır. Analiz sonucu Tablo 16’da verilmiştir. Tablo 16’ya göre, meslek bakımından kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi

algısı sorularına verilen puan ortalamaları arasında farklılık olduğuna %5 anlamlılık düzeyinde karar verilmiştir ( $p < 0,05$ ). Katılımcıların kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algılarının mesleklerine göre, anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algısı için çoklu karşılaştırma yapılmıştır. Buna göre, kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algısının öğrenci ve esnaflar arasında farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Öğrencilerin, kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algısı ifadelerine daha düşük düzeyde katıldıkları ve esnafların daha yüksek düzeyde katıldıkları ortaya çıkmıştır.

**Tablo 16.** Eğitim Durumu Bakımından Taşıma Kapasitesi Algısı Soruları İçin Varyans Analizi Testi

		<b>n</b>	<b>Ort.</b>	<b>S.S.</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Kalabalık	İlköğretim	24	3,861	0,982	0,796	0,496
	Lise	121	3,630	1,144		
	Üniversite	498	3,543	1,143		
	Lisansüstü	85	3,447	0,849		
Ziyaret Deneyimi	İlköğretim	24	3,777	1,043	1,121	0,340
	Lise	121	4,046	0,965		
	Üniversite	498	3,973	0,908		
	Lisansüstü	85	3,913	1,005		
Ziyaretçi Sayı	İlköğretim	24	3,875	0,832	1,810	0,144
	Lise	121	3,534	1,030		
	Üniversite	498	3,408	0,976		
	Lisansüstü	85	3,427	0,983		

Eğitim durumu bakımından taşıma kapasitesi algısı sorularına verilen puan ortalamaları için varyans analizi testi uygulanmıştır. Analiz sonucu Tablo 15’de verilmiştir. Tablo 15’e göre, eğitim durumu bakımından taşıma kapasitesi algısı sorularına verilen puan ortalamaları arasında farklılık olmadığına %5 anlamlılık düzeyinde karar verilmiştir ( $p > 0,05$ ). Katılımcıların taşıma kapasitesi algılarının eğitim durumlarına göre, hiçbir boyutta istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir.



**Tablo 17.** Cinsiyet Bakımından Memnuniyet Soruları İçin Bağımsız Örneklem t testi

		t-test					
		n	Ort.	S.S.	t	s.d.	p
Tavsiye Etme	Kadın	385	4,410	0,748	2,315	726	<b>0,021</b>
	Erkek	343	4,274	0,834			
Fiziksel Unsurlar	Kadın	385	4,409	0,700	0,121	726	0,903
	Erkek	343	4,403	0,678			
Algılanan Değer	Kadın	385	4,064	0,863	1,776	726	0,076
	Erkek	343	3,950	0,874			
Müze Özellikleri	Kadın	385	3,877	0,985	0,815	726	0,416
	Erkek	343	3,817	1,004			

Demografik özellikler bakımından memnuniyet algısı sorularının puan ortalamaları arasındaki farkların belirlenmesinde, bağımsız örneklem t testi ve varyans analizleri yapılmıştır. Cinsiyet bakımından memnuniyet sorularına verilen puan ortalamalarını karşılaştırmak için bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Tablo 17'ye göre, cinsiyet bakımından tavsiye etme niyeti sorularına verilen puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olduğuna karar verilmiştir ( $p < 0,05$ ). Tavsiye etme ile ilgili memnuniyette, kadın ziyaretçilerin memnuniyet düzeyinin erkeklere göre daha yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 18.** Medeni Hal Bakımından Memnuniyet Soruları İçin Bağımsız Örneklem t testi

		t-test					
		N	Ort.	S.S.	t	s.d.	p
Tavsiye Etme	Bekâr	399	4,295	0,796	-1,923	726	0,055
	Evli	329	4,408	0,783			
Fiziksel Unsurlar	Bekâr	399	4,354	0,696	-2,263	726	<b>0,024</b>
	Evli	329	4,470	0,676			
Algılanan Değer	Bekâr	399	3,895	0,893	-4,017	717,837	<b>0,000</b>
	Evli	329	4,151	0,819			
Müze Özellikleri	Bekâr	399	3,686	1,007	-4,947	726	<b>0,000</b>
	Evli	329	4,047	0,941			

Medeni hal bakımından memnuniyet sorularına verilen puan ortalamaları karşılaştırılmış ve sonuçları Tablo 18’de verilmiştir. Medeni hal bakımından fiziksel unsurlar, algılanan değer ve müze özellikleri sorularına verilen puan ortalamaları arasında farklılık olduğuna karar verilmiştir ( $p < 0,05$ ). Fiziksel unsurlar, algılanan değer ve müze özellikleri ile ilgili ifadelerde, evlilerin bekârlara göre memnuniyet düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 19.** Yaş Grupları Bakımından Memnuniyet Soruları İçin Varyans Analizi Testi

		<b>n</b>	<b>Ort.</b>	<b>S.S.</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Tavsiye Etme	18-25	262	4,274	0,799	1,245	0,290
	26-35	201	4,402	0,769		
	36-45	148	4,328	0,844		
	46-55	81	4,459	0,718		
	56 ve üstü	36	4,383	0,791		
Fiziksel Unsurlar	18-25	262	4,324	0,730	2,694	<b>0,030</b>
	26-35	201	4,487	0,643		
	36-45	148	4,430	0,649		
	46-55	81	4,506	0,679		
	56 ve üstü	36	4,231	0,746		
Algılanan Değer	18-25	262	3,853	0,920	4,408	<b>0,002</b>
	26-35	201	4,031	0,863		
	36-45	148	4,090	0,787		
	46-55	81	4,209	0,806		
	56 ve üstü	36	4,268	0,815		
Müze Özellikleri	18-25	262	3,629	1,057	6,547	<b>0,000</b>
	26-35	201	3,890	0,916		
	36-45	148	3,942	0,952		
	46-55	81	4,154	0,927		
	56 ve üstü	36	4,152	0,939		

Yaş grupları bakımından memnuniyet sorularına verilen puan ortalamaları karşılaştırılmış ve sonuçları Tablo 19’da verilmiştir. Yaş grupları bakımından fiziksel unsurlar, algılanan değer ve müze özellikleri sorularına verilen puan ortalamaları arasında farklılık olduğu belirlenmiştir ( $p < 0,05$ ). Algılanan değer ve müze özellikleri soruları için çoklu karşılaştırma yapılmıştır. Algılanan değer sorularında, 18-25 yaş ile 46-55 yaş arasında farklılık olduğu bulunmuştur. Müze özellikleri sorularında, 18-25

yaş ile 26-35 yaş, 18-25 yaş ile 36-45 yaş, 18-25 yaş ile 46-55 yaş, 18-25 yaş ile 56 ve üzeri yaş arasında farklılık olduğu belirlenmiştir. Fiziksel unsurlar ile ilgili memnuniyette, 46-55 yaş grubundaki ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Algılanan değer ile ilgili memnuniyette, 18-25 yaş arasındaki ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerinin daha düşük olduğu, 56 ve üstü yaş arasındaki ziyaretçilerin memnuniyetlerinin daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Müze özellikleri ile ilgili memnuniyette, 18-25 yaş arasındaki ziyaretçilerin memnuniyetlerinin daha düşük olduğu ve 46-55 yaş arasındaki ziyaretçilerin memnuniyetlerinin daha yüksek olduğu bulunmuştur.

**Tablo 20.** Yaşanılan Şehir Bakımından Memnuniyet Soruları İçin Varyans Analizi Testi

		<b>n</b>	<b>Ort.</b>	<b>S.S.</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Tavsiye Etme	Eskişehir	146	4,442	0,709	1,366	0,256
	Diğer İller	573	4,323	0,813		
	Yurt Dışı	9	4,266	0,632		
Fiziksel Unsurlar	Eskişehir	146	4,358	0,677	0,735	0,480
	Diğer İller	573	4,415	0,695		
	Yurt Dışı	9	4,592	0,433		
Algılanan Değer	Eskişehir	146	3,997	0,833	0,787	0,456
	Diğer İller	573	4,008	0,883		
	Yurt Dışı	9	4,370	0,454		
Müze Özellikleri	Eskişehir	146	3,804	0,923	0,360	0,698
	Diğer İller	573	3,857	1,016		
	Yurt Dışı	9	4,055	0,634		

Yaşanılan şehir bakımından memnuniyet sorularına verilen puan ortalamaları için varyans analizi testi uygulanmıştır. Tablo 20'ye göre, yaşanılan şehir bakımından memnuniyet sorularına verilen puan ortalamaları arasında farklılık olmadığına %5 anlamlılık düzeyinde karar verilmiştir ( $p > 0,05$ ).

**Tablo 21.** Meslek Bakımından Memnuniyet Soruları İçin Varyans Analizi Testi

		<b>n</b>	<b>Ort.</b>	<b>S.S.</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Tavsiye Etme	Memur	98	4,293	0,802	0,928	0,484
	İşçi	62	4,290	0,851		
	Emekli	37	4,497	0,704		
	Öğrenci	191	4,290	0,780		
	Ev Hanımı	50	4,536	0,676		
	Öğretmen	68	4,326	0,801		
	Esnaf	27	4,451	0,769		
	Diğer	195	4,361	0,821		
Fiziksel Unsurlar	Memur	98	4,418	0,689	0,917	0,492
	İşçi	62	4,397	0,779		
	Emekli	37	4,423	0,636		
	Öğrenci	191	4,315	0,691		
	Ev Hanımı	50	4,480	0,650		
	Öğretmen	68	4,475	0,652		
	Esnaf	27	4,580	0,543		
	Diğer	195	4,422	0,707		
Algılanan Değer	Memur	98	4,000	0,910	2,462	<b>0,017</b>
	İşçi	62	4,010	0,827		
	Emekli	37	4,324	0,717		
	Öğrenci	191	3,886	0,853		
	Ev Hanımı	50	4,246	0,880		
	Öğretmen	68	4,210	0,737		
	Esnaf	27	4,012	0,926		
	Diğer	195	3,948	0,910		
Müze Özellikleri	Memur	98	3,770	0,966	3,056	<b>0,004</b>
	İşçi	62	3,967	0,957		
	Emekli	37	4,229	0,821		
	Öğrenci	191	3,636	0,973		
	Ev Hanımı	50	4,120	0,961		
	Öğretmen	68	3,801	0,954		
	Esnaf	27	3,870	1,070		
	Diğer	195	3,933	1,041		

Meslek bakımından memnuniyet sorularına verilen puan ortalamaları için varyans analizi testi uygulanmıştır. Analiz sonucu Tablo 22’de yer almaktadır. Tablo 22’ye göre, meslek bakımından algılanan değer ve müze özellikleri sorularının puan ortalamaları arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olduğu belirlenmiştir. Algılanan değer ve müze özellikleri soruları için çoklu karşılaştırma yapılmıştır. Buna

göre, müze özellikleri ile ilgili memnuniyette öğrenci ile ev hanımları arasında, öğrenci ile emekliler arasında farklılık olduğu bulunmuştur. Algılanan değer ile ilgili memnuniyette, emeklilerin memnuniyet düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Müze özellikleri ile ilgili memnuniyette, öğrencilerin memnuniyetlerinin daha düşük olduğu, emeklilerin memnuniyetinin daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.

**Tablo 22.** Eğitim Durumu Bakımından Memnuniyet Soruları İçin Varyans Analizi Testi

		<b>n</b>	<b>Ort.</b>	<b>S.S.</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Tavsiye Etme	İlköğretim	24	4,1833	,88645	0,631	0,595
	Lise	121	4,3636	,77803		
	Üniversite	498	4,3373	,78922		
	Lisansüstü	85	4,4212	,80830		
Fiziksel Unsurlar	İlköğretim	24	4,2639	,88998	1,466	0,223
	Lise	121	4,3636	,73912		
	Üniversite	498	4,4023	,68351		
	Lisansüstü	85	4,5333	,57321		
Algılanan Değer	İlköğretim	24	4,0833	,71728	4,844	<b>0,002</b>
	Lise	121	4,2782	,79855		
	Üniversite	498	3,9485	,88294		
	Lisansüstü	85	3,9765	,86647		
Müze Özellikleri	İlköğretim	24	4,0417	,83297	3,188	0,023
	Lise	121	3,9917	1,03074		
	Üniversite	498	3,7731	1,01136		
	Lisansüstü	85	4,0412	,82452		

Eğitim durumu bakımından memnuniyet sorularına verilen puan ortalamaları için varyans analizi uygulanmıştır. Tablo 21'e göre, eğitim durumu bakımından algılanan değer ve müze özellikleri sorularına verilen puan ortalamaları arasında %5 anlamlılık düzeyinde farklılık olduğu belirlenmiştir. Algılanan değer ve müze özellikleri için çoklu karşılaştırmalardan Tukey yapılmıştır. Algılanan değer ile ilgili memnuniyette, eğitim düzeyi lise olanlar ile üniversite olanlar arasında farklılık olduğu bulunmuştur. Müze özellikleri ile ilgili memnuniyette ise, gruplar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir. Algılanan değer ile ilgili memnuniyette,

eğitim düzeyi lise olanların memnuniyetlerinin daha yüksek olduğu, eğitim düzeyi üniversite olanların memnuniyetinin daha düşük olduğu bulunmuştur.

### 2.8.5. Mülakat Yöntemi ile Elde Edilen Bulgular ve Değerlendirmeler

Bu bölümde, Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesinin müdür yardımcısı ile mülakat yapılmış ve elde edilen bilgilere yer verilmiştir. İlk olarak mülakat soruları ve daha sonra sorulara alınan cevaplar yer almaktadır.

Müze yetkilisi ile mülakat yapmak ve ziyaretçi sayılarına ulaşmak için ilk olarak Eskişehir Büyükşehir Belediye Başkanı Yılmaz Büyükerşen ile görüşülmüş ve gerekli olan sözlü izin alınmıştır. Sonra mülakat yapmak üzere müzeye gidilmiş müze müdürü izinli olduğu için müdür yardımcısıyla görüşme yapılmıştır. Daha sonra, müdür yardımcısına mülakat soruları yöneltilmiş ve sorulara alınan yanıtlar not edilmiştir. Müdür yardımcısı, müzenin bir bağış müzesi olduğunu ve ziyaretçilerden alınan bilet bedelinin bir kısmının, kız çocuklarının eğitimi ve engelli bireyler için bağış olarak ayrıldığını söylemiştir. Müzenin bazı bölümlerinde fotoğraf çekimine ve video kaydı alınmasına izin vermediklerini, bu bölümlerde ziyaretçilere fotoğraf çekimi için müzenin fotoğrafçı personelinin yardımcı olduğunu belirtmiştir.

1. Müze kaç metrekarelik bir alan üzerine kurulmuştur, kaç bölümden oluşmaktadır ve müzede kaç adet heykel bulunmaktadır?

Müdür yardımcısı bu soruyu “*Müze 1573 m<sup>2</sup>’lik bir alan üzerine kuruludur. 6 Bölümden oluşuyor. 196 tane heykel bulunuyor*” şeklinde yanıtlamıştır.

2. Müzenin yoğun olarak ziyaret edildiğini düşünüyor musunuz? Haftanın hangi günleri ve günün hangi saatleri yoğundur? Hangi aylar yoğundur?

Müdür yardımcısı bu soruyu, “*Kesinlikle düşünüyorum. Açıldığı günden bu yana yoğun olarak ziyaret ediliyor. Haftanın özellikle Cumartesi ve Pazar günlerinde, Özellikle, Nisan ve Mayıs ayları çok yoğun geçiyor. Haziran ayında insanlar tatil yerlerine daha çok yöneldikleri için biraz şehir boşalıyor. Diğer şehirden turlarla ziyaretler devam ediyor. En fazla Nisan ve Mayıs aylarıdır. Eğer turlar varsa günün sabah saatlerinde yoğun oluyor. Ama sabahtan çok öğleden sonra 13.00, 13.30 gibi daha yoğun.*” şeklinde belirtmiştir.

3. Müzeye gelen ziyaretçilerin yönetilmesi problem oluşturuyor mu? Ziyaretçileri yönlendirmek ile ilgili nasıl bir yöntem uyguluyorsunuz?

*“Bizim zaten, girişte halkla ilişkiler ekibimiz içeride ziyaretçilerin uyması gereken birtakım kuralları kendilerine sözlü olarak tebliğ ediyorlar. Ama içeride serbest ziyaret alanlarımız var. Yani farklı bölümlerde ayrı ayrı tanıtımlar yapmamız mümkün değil, çünkü ziyaretçi akışımız çok fazla. Saat 10.00’da gişe açılıyor, akşam 17.00’ye kadar sürekli ziyaretçi akışımız var. Onun için dönem dönem olabiliyor. Ama geneline bakarsak bir sıkıntımız olmuyor.”* Ziyaretçileri yönlendirmede nasıl bir yöntem uyguladıkları sorusuna ise, *“Halkla ilişkiler ekibimizin kuralları tebliğ etmesiyle gelenler müzeyi daha sağlıklı ziyaret edebiliyor.”* şeklinde soruyu yanıtlamıştır.

4. Müzenin rezervasyon sistemi, rehberlik ve bilgilendirme hizmeti var mı? Daha nitelikli ziyaret için belirli bir noktadan başlayan özel bir gezme yöntemi var mı?

Müdür yardımcısı bu soruyu, *“Balmumu müzesinde rezervasyon sistemi yok. Müzenin ziyaretçi bilgilendirme, rezervasyon sistemini sadece engelli ziyaretçiler adına yapıyoruz. Özellikle, görme ve işitme engelli ziyaretçilerimize rehberlik hizmeti veriyoruz. Ama o da gruplar halinde çok fazla olmuyor. Çünkü salonlar zaten çok kalabalık olduğu için gruplara tanıtım yapmakta sıkıntı yaşıyabiliyoruz.”*, *“Genelde, ziyaretçiler serbest olarak ziyaret ediyorlar müzeyi.”* şeklinde yanıtlamıştır.

5. Müzenin belli giriş çıkış saatleri var mı? Müzenin nitelikli olarak ziyaret edilmesi için ne kadar süre gereklidir? Müzede maksimum, minimum ziyaret süreleri var mıdır?

Müzenin yetkilisi soruyu, *“Müzenin giriş çıkış saati var. Saat 10’da başlıyoruz. Tabi bu, sezonda değişebiliyor. Ama genel olarak 12 ay olarak baktığımızda, genelde saat 10’da açıyoruz, akşam saat 5’e kadar içeriye giriş yapıp ziyaret edebiliyorlar.”* olarak yanıtlamıştır.

Müzede maksimum, minimum ziyaret sürelerini ise, *“Minimum 20 dakika, maksimum 40 dakikada ziyaretlerini sonlandırmış oluyorlar bu da bizim gözlemlerimize göre. Yoksa ziyaretçilere şu kadar zamanınız var hiçbir zaman demiyoruz. Ama ortalama en fazla 40 dakika en az 20 dakikada ziyaretlerini bitiriyorlar. Yani, ortalama 30 dakika olarak düşünebiliriz.”* şeklinde belirtmiştir.

6. Müzenin yoğun olarak ziyaret edildiği zamanlarda ziyaretçi memnuniyetinin etkilendiğini düşünüyor musunuz?

*“Yoğun olduğu zamanlarda, tabii insanlar dışarıda bekliyorlar. İnsanların hepsini aynı anda içeriye alma durumumuz söz konusu değil, içeride bir sunum var, içeriye alınabilecek bir popülasyon var. O yüzden 15-20 kişilik gruplar halinde içeriye ziyaretçi alıyoruz. Giriş esnasında onlara hangi kuralların geçerli olduğunu, ödedikleri bilet bedelinin nereye bağış olarak gittiğinden tutun, içeride fotoğraf hizmetinden kimin yararlandığı, heykellere dokunulmaması gerektiğine kadar hepsinin bilgisi veriliyor. İçeride özel iklimlendirme sistemi her ne kadar olsa da dışarıdan herhangi bir destek söz konusu değil, pencere, cam vb. havalandırma sistemi yok. O yüzden içerideki yoğunluk haliyle biz ne kadar bu süreçleri düzgün sirküle etmeye çalışsak da grup çıktıktan sonra, diğer ziyaretçileri ilk salona alarak sıralı olarak girilen bir sistem var. İçeride tabii biz her ne kadar havalandırma sistemi kullansak da her ne kadar içeride özel kokular vs. kullansak da bir zaman sonra içeride istenmeyen bir şekilde parfüm, ter kokusu olabiliyor. Gruplar geliyor, yazları çok fazla yaşanan bir şey. Bu, insanların memnuniyetini ne kadar etkileyebilir? Yoğunluktan rahat fotoğraf çekememe ya da bakamama gibi bazen bunlar söz konusu olabilir. Ama dediğim gibi bunu yönetmek tamamen çalışanların profesyonelliğine kalmış. Onlar da gayet iyi idare ediyorlar. İnsanları 15 kişi halinde içeri aldıkları için çok büyük bir problem olmuyor.”* şeklinde soruyu cevaplamıştır.

7. Müzenin yoğun olarak ziyaret edildiği günlerde ziyaretçilerin kurallara uygun olmayan davranışlarında artış yaşanıyor mu? (eserlere dokunma, fotoğraf çekme gibi), Ziyaretçilerden beklenen davranış kuralları var mıdır?

*Ziyaretçilerden beklenen davranış kuralları ile ilgili soruyu, “Müzemizde, müzelerin genel ziyaret kuralları geçerli. Bağış müzesi olduğumuz için müzenin belirli yerlerinde kendilerine özel bireysel görüntü alamıyorlar. O bölümlerde fotoğrafçı arkadaşlarımız var. Arzu ettikleri heykelle bizim fotoğrafçı arkadaşlarımız fotoğraf çekiyor. Mümkün olduğu kadar video kaydı almalarına izin vermiyoruz bağış müzesi olduğumuz için. Mümkün olan maksimum bağışı elde edebilmemiz için.”* şeklinde ifade etmiştir.

Sorunun ilk kısmını, *“Her kesimden insan geldiği için dönem dönem yaşıyoruz ama çözüme kavuşturamadığımız bir sorun yaşamadık ziyaretçiler ile. Onlarda ikazlar*



*doğrultusunda anlayışlı davrandıkları için şu ana kadar bir problemimiz olmadı. Her müzede olan klasik kurallar bunlar. Çok yüksek sesle konuşmamaları gerektiği, diğer ziyaretçileri rahatsız etmemeleri için. Belirli yerlerde müze kuralları gereği kendileri bireysel görüntü almamaları gerekiyor. Örneğin, içeride yiyecek ve içecek ile kesinlikle gezilmemesi lazım. Flash kullanmamaları gerekiyor. Heykeller balmumu malzemesinden yapıldığı için hiçbir şekilde dekorlara, aksesuarlara temas etmemesi gerekiyor. Gürültü yapmamaları ve eserlere dokunmamaları gerekiyor.”, “Her yaş grubundan insanların geldiği bir yer, müze ilk açıldığı zamandan bu yana çok yol kat ettik. Gelen insanlar daha usturuplu, müzenin nasıl gezilmesi gerektiğini öğrenerek geliyor. Gelen kişileri onlara rehberlik eden kişiler yönlendirebiliyor. Zaman zaman turlar geliyor, başlarında kokartlı rehberleri oluyor. İçeride kurallar tebliğ edildiği için biraz usturuplu, daha uygun olmaya başlandı. Süreç devam ediyor. Ama aralarında tepki gösterenler de olabiliyor. Ne kadar usturuplu da uyarmanız güvenlik ve halkla ilişkilerdeki çalışanlar onları uyarırsa da zaman zaman sert tepkilerle dönebiliyorlar. Neden burada rahat rahat fotoğraf çekemiyoruz, burayı da ticarete dökmüşsünüz diyenler oluyor. Hâlbuki buranın zaten baştan gelirinin nereye gittiği, güzel bir amaca hizmet ettiğinin tebliğ edilmesi ve yazılarla bunlar belirlenmesine rağmen zaman zaman yaşanabiliyor. Çok maksimum ölçüde değil. Şikâyet talep hattımız var. Toplu şikâyetlere baktığımız zaman çok ciddi bir şikâyet aldığımız söz konusu değil, bu da sevindirici tabii. İyi giden bir sistem kurulmuştur.” şeklinde yanıtlamıştır.*

Müze müdür yardımcısının sorulara verdiği yanıtlar genel olarak değerlendirilirse şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- Müzeye giriş ve çıkış saatleri bellidir, müzede belirli zamanlarda ziyaretçi yoğunluğu oluşmaktadır.
- Müzedeki yoğunluktan ziyaretçilerin olumsuz olarak etkilenmediği ve memnuniyetlerinin azalmadığı belirlenmiştir.
- Yoğunluğun olduğu aylarda ziyaretçileri yönetmekle ilgili büyük bir problem yaşanmadığı söylenebilir.
- Yoğun dönemlerde (hafta sonlarında ve yaz aylarında) ziyaretçiler dışarıda bekletilmek zorunda kalmaktadır, 15 kişilik gruplar halinde müzeye alınmaktadır.

**Tablo 23.** Hipotez Testi Sonuçları

	<b>Hipotezler</b>	<b>Sonuç</b>
<b>H<sub>1</sub></b>	“Ziyaretçilerin taşıma kapasitesine ilişkin algıları ile memnuniyet düzeyleri arasında bir ilişki vardır”	Kabul Edildi
<b>H<sub>1.1</sub></b>	“Ziyaretçilerin kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile tavsiye etme niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır”	Kabul Edilemedi
<b>H<sub>1.2</sub></b>	“Ziyaretçilerin ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile tavsiye etme niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır”	Kabul Edildi
<b>H<sub>1.3</sub></b>	“Ziyaretçilerin ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile tavsiye etme niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır”	Kabul Edilemedi
<b>H<sub>1.4</sub></b>	“Ziyaretçilerin kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile fiziksel unsurlar arasında anlamlı bir ilişki vardır”	Kabul Edilemedi
<b>H<sub>1.5</sub></b>	“Ziyaretçilerin ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile fiziksel unsurlar arasında anlamlı bir ilişki vardır”	Kabul Edildi
<b>H<sub>1.6</sub></b>	“Ziyaretçilerin ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile fiziksel unsurlar arasında anlamlı bir ilişki vardır”	Kabul Edilemedi
<b>H<sub>1.7</sub></b>	“Ziyaretçilerin kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile algılanan değer arasında anlamlı bir ilişki vardır”	Kabul Edilemedi
<b>H<sub>1.8</sub></b>	“Ziyaretçilerin ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile algılanan değer arasında anlamlı bir ilişki vardır”	Kabul Edildi
<b>H<sub>1.9</sub></b>	“Ziyaretçilerin ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile algılanan değer arasında anlamlı bir ilişki vardır”	Kabul Edilemedi
<b>H<sub>1.10</sub></b>	“Ziyaretçilerin kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile müze özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır”	Kabul Edilemedi
<b>H<sub>1.11</sub></b>	“Ziyaretçilerin ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile müze özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır”	Kabul Edildi
<b>H<sub>1.12</sub></b>	“Ziyaretçilerin ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algıları ile müze özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır”	Kabul Edilemedi
<b>H<sub>1.13</sub></b>	“Ziyaretçilerin taşıma kapasitesine ilişkin algıları cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kabul Edilemedi
<b>H<sub>1.13.1</sub></b>	“Ziyaretçilerin kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesine ilişkin algıları cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kabul Edilemedi
<b>H<sub>1.13.2</sub></b>	“Ziyaretçilerin ziyaret deneyimine ilişkin taşıma kapasitesi algıları cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kabul Edilemedi
<b>H<sub>1.13.3</sub></b>	“Ziyaretçilerin ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algıları cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kabul Edilemedi

	<b>Hipotezler Devamı</b>	<b>Sonuç</b>
<b>H<sub>1.14</sub></b>	“Ziyaretçilerin taşıma kapasitesine ilişkin algıları medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kısmen Kabul Edildi
<b>H<sub>1.14.1</sub></b>	“Ziyaretçilerin kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algıları medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kabul Edildi
<b>H<sub>1.14.2</sub></b>	“Ziyaretçilerin ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algıları medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kabul Edilemedi
<b>H<sub>1.14.3</sub></b>	“Ziyaretçilerin ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algıları medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kabul Edilemedi
<b>H<sub>1.15</sub></b>	“Ziyaretçilerin taşıma kapasitesine ilişkin algıları yaşlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kısmen Kabul Edildi
<b>H<sub>1.15.1</sub></b>	“Ziyaretçilerin kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algıları yaşlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kabul Edildi
<b>H<sub>1.15.2</sub></b>	“Ziyaretçilerin ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algıları yaşlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kabul Edildi
<b>H<sub>1.15.3</sub></b>	“Ziyaretçilerin ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algıları yaşlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kabul Edilemedi
<b>H<sub>1.16</sub></b>	“Ziyaretçilerin taşıma kapasitesine ilişkin algıları yaşanılan şehre göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kısmen Kabul Edildi
<b>H<sub>1.16.1</sub></b>	“Ziyaretçilerin kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algıları yaşanılan şehre göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kabul Edilemedi
<b>H<sub>1.16.2</sub></b>	“Ziyaretçilerin ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algıları yaşanılan şehre göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kabul Edilemedi
<b>H<sub>1.16.3</sub></b>	“Ziyaretçilerin ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algıları yaşanılan şehre göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kabul Edildi
<b>H<sub>1.17</sub></b>	“Ziyaretçilerin taşıma kapasitesine ilişkin algıları eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kabul Edilemedi
<b>H<sub>1.17.1</sub></b>	“Ziyaretçilerin kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algıları eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kabul Edilemedi
<b>H<sub>1.17.2</sub></b>	“Ziyaretçilerin ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algıları eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kabul Edilemedi
<b>H<sub>1.17.3</sub></b>	“Ziyaretçilerin ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algıları eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kabul Edilemedi
<b>H<sub>1.18</sub></b>	“Ziyaretçilerin taşıma kapasitesine ilişkin algıları mesleklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kısmen Kabul Edildi
<b>H<sub>1.18.1</sub></b>	“Ziyaretçilerin kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algıları mesleklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kabul Edildi
<b>H<sub>1.18.2</sub></b>	“Ziyaretçilerin ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algıları mesleklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kabul Edilemedi
<b>H<sub>1.18.3</sub></b>	“Ziyaretçilerin ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algıları mesleklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”	Kabul Edilemedi

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmanın temel amacı, Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesinde ziyaretçilerin taşıma kapasitesi ve memnuniyet algılarını değerlendirmektir. Bu amaca bağlı olarak taşıma kapasitesi ve memnuniyet arasında bir ilişkinin olup olmadığını incelemek amacıyla yapılmıştır. Ziyaretçilerin taşıma kapasitesi algılarında demografik özelliklerine göre farklılık olup olmadığının belirlenmesi de araştırma amaçları arasındadır. Araştırmada mülakat ve anket tekniklerinden yararlanılmış, müze yönetiminin taşıma kapasitesi algısı ve memnuniyet konusundaki görüşlerini belirlemek üzere müzenin müdür yardımcısı ile mülakat yapılmıştır.

Araştırmada, ziyaretçilerin taşıma kapasitesi algılarına ilişkin ifadelerin ortalamaları incelendiğinde, ziyaretçilerin müzeyi gezerken kalabalıktan rahatsızlık hissetmedikleri, müzeye beklemeden giriş yaptıkları ve ziyaretçi trafiğinin iyi işlediğine katıldıkları ortaya çıkmıştır. Ziyaretçilerin, kalabalık nedeniyle eserlerin yıpranabileceğine, eserlerin sergilenme ömrünün azalacağına ve ziyaretçi girişlerine belirli bir sınır getirilmesi gerektiğine az katıldıklarına ulaşılmıştır. Genel olarak, ziyaretçilerin taşıma kapasitesi algılarının olumlu olduğu ve taşıma kapasitesi sınırlarının aşılmadığına ulaşılmıştır. Bu araştırmada ulaşılan sonuç, Erdemir'in (2018), Pamukkale Hierapolis Ören Yerinde ziyaretçilerin psikolojik taşıma kapasitesi algılarını belirlemek için yaptığı çalışmada, ziyaretçilerin ören yerine rahat bir şekilde giriş yaptıkları, kalabalıktan rahatsızlık hissetmedikleri ve yoğunluğa ilişkin psikolojik taşıma kapasitesi algılarının olumlu olduğuna dair elde ettiği sonuç ile örtüşmektedir. Ancak, Tokmak (2008), Topkapı Sarayının taşıma kapasitesine yönelik problemlerin olup olmadığını incelediği çalışmada, ziyaretçi yoğunluğundan dolayı algısal taşıma kapasitesi ve fiziksel taşıma kapasitesi açısından problemler olduğuna ulaşılmıştır. Genç yaştaki ziyaretçilerin müze girişinde kalabalıktan rahatsız olduklarına, yaşlı ziyaretçilerin öğrenci gruplarından rahatsız olduklarına ulaşılmıştır. Dinçer, Erkol ve Çakmak (2015), turistik destinasyonlarda algısal taşıma kapasitesinin mevcut durumunu incelemek üzere yaptığı çalışmada, Göbekli Tepe'de taşıma kapasitesi açısından bazı sorunların olduğu, turistlerin ulaşım, tuvalet, temizlik ve rehberlik hizmeti açısından sıkıntılar yaşadıklarını belirlemiştir.

Araştırmada yapılan faktör analizinde taşıma kapasitesi algısı, 3 boyutta incelenmiştir. Bu boyutlar, “kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algısı”, “ziyaret deneyimine ilişkin taşıma kapasitesi algısı” ve “ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algısı” olarak adlandırılmıştır. Aynı şekilde, memnuniyet ifadeleri için yapılan faktör analizinde memnuniyet ile ilgili 4 boyut ortaya çıkmıştır. Bu boyutlar, “tavsiye etme niyeti”, “fiziksel unsurlar”, “algılanan değer” ve “müze özellikleri” olarak ifade edilmiştir.

Araştırmada yapılan korelasyon analizine göre, taşıma kapasitesi algısı ve memnuniyet arasında düşük düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir ( $r=0,338$ ). Ziyaretçilerin taşıma kapasitesi algısı arttıkça, memnuniyetlerinin artacağına ulaşılmıştır. Kılıçarslan (2016), Topkapı Sarayına gelen Türk ve Britanyalı ziyaretçilerin atmosfer ve kalabalık algılarının memnuniyetleri üzerine etkisini incelemiştir. Araştırmada, ziyaretçilerin hizmet atmosferi ve mekân atmosferi algılarının memnuniyetleri üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahip olduğu, kalabalık algılarının memnuniyetleri üzerinde negatif etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Kalabalık algısı yüksek olan ziyaretçiler ile kalabalık algısı düşük olan ziyaretçilerin atmosfer algıları arasında farklılık olduğu, kalabalık algısı düşük olan ziyaretçilerin atmosfer algılarının ortalamasının daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Taşıma kapasitesi algısı alt boyutları ve memnuniyet alt boyutları arasında korelasyon analizi yapılmıştır. Bunun sonucunda, ziyaretçilerin ziyaret deneyimine ilişkin taşıma kapasitesi algısı ile tavsiye etme arasında zayıf ve pozitif yönlü bir ilişki olduğuna ( $r=0,242$ ), ziyaret deneyimine ilişkin taşıma kapasitesi algısı ile fiziksel unsurlar arasında zayıf ve pozitif yönlü bir ilişki olduğuna ( $r=0,269$ ), ziyaret deneyimine ilişkin taşıma kapasitesi algısı ile algılanan değer arasında zayıf ve pozitif yönlü bir ilişki olduğuna ( $r=0,215$ ), ziyaret deneyimi ile müze özellikleri arasında zayıf ve pozitif yönlü bir ilişki olduğuna ( $r=0,118$ ) ulaşılmıştır. Buradan hareketle, ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algıları arttıkça, tavsiye etme ile ilgili memnuniyetin artacağına ulaşılmıştır. Ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algısı arttıkça, fiziksel unsurlarla ilgili memnuniyetin ve algılanan değer ile ilgili memnuniyetin artacağı bulunmuştur. Ziyaret deneyimlerine ilişkin taşıma kapasitesi algısı arttıkça, müze özellikleri ile ilgili memnuniyetin artacağı belirlenmiştir. Bu sonuç, diğer çalışmada ulaşılan araştırma sonucu bakımından farklılığa sahiptir. Zhang, Li, Su ve Hu (2017), Çin’deki bir tema parkının taşıma kapasitesi

belirleyicilerini incelediği çalışmada, tema parkının taşıma kapasitesini ziyaretçiler açısından, ziyaretçi deneyimi ve memnuniyet olarak ele alınırken, yönetim açısından ziyaretçi katılımlarının tahmin edilmesi ve planlaması dikkate alınmıştır. Araştırmada, tema parkına ziyaretçi katılımlarının artmasının parkta çekicilik başına bekleme süresini artırdığına, ziyaretçi katılımlarının ziyaretçi memnuniyetini ve çekicilik başına deneyim değerini olumsuz etkilediğine ulaşılmıştır. Seçilmiş ve Kılıç (2018), Eskişehir’de turizm talebindeki artışı ziyaretçilerin taşıma kapasitesi görüşleri açısından incelediği çalışmada, psikolojik taşıma kapasitesi ile davranışsal niyet arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğuna ve ziyaretçi memnuniyeti arttıkça tekrar ziyaret etme davranışının artacağına ulaşmıştır.

Bu çalışmada, taşıma kapasitesi algısı ve memnuniyet alt boyutları arasında yapılan korelasyon analizi sonucunda kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algısı ile memnuniyetin boyutları arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı, ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algısı ile memnuniyetin boyutları arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı belirlenmiştir. Bu sonuçtan farklı olarak Göktuğ ve Arpa (2015), Ilgaz Kış Sporları Turizm Merkezi’nin fiziksel, sosyal kapasitesini belirlemek için yaptığı çalışmada, alanın fiziksel kapasitesinin günde 1191 ziyaretçi olduğu, ziyaretçi sayısının bazı dönemlerde arttığı, alanın kapasitesinin üzerinde kullanıldığına ulaşmıştır. Alanın kapasitesi üzerindeki kullanımı azaltmak için diğer kayak merkeziyle ulaşımın sağlanarak ziyaretçileri yönlendirmeyi önermiştir. Bir turizm alanının kapasitesinin üstünde kullanımının, alanın doğal yapısını ve ziyaretçi memnuniyetini olumsuz olarak etkileyeceği belirtilmiştir.

Araştırmada, ziyaretçilerin taşıma kapasitesi algılarında demografik özelliklerine göre farklılık olup olmadığını incelemek için t testi ve varyans analizleri yapılmıştır. Araştırma sonucunda, medeni hal, yaş, yaşanılan şehir ve meslek bakımından ziyaretçilerin taşıma kapasitesi algılarında anlamlı bir farklılık olduğuna ulaşılmıştır. Ziyaretçilerin cinsiyet ve eğitim durumuna göre, taşıma kapasitesi algılarının anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir. Bu sonuçlar, diğer çalışmalarda ulaşılan sonuçları desteklemektedir. Tokmak (2008), ziyaretçilerin algısal taşıma kapasitesi ile ilgili düşüncelerinde cinsiyet, milliyet, yaş, ikamet yeri ve eğitim düzeyi değişkenlerine göre anlamlı farklılık olduğunu tespit etmiştir. Dinçer, Erkol ve Çakmak (2015) çalışmasında, turistlerin yaş, eğitim düzeyi, ziyaret amacı ve ziyaret sıklığı bakımından algısal taşıma kapasitesi düşüncelerinde anlamlı farklılıklar

olduğuna ulaşmıştır. Genç ziyaretçilerin kalabalıktan daha az rahatsız oldukları, yaşlı ziyaretçilerin memnuniyetinin daha az olduğunu belirlemiştir.

Çalışmada, ziyaretçiler arasında medeni hl değişkenine göre, kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algılarında anlamlı bir farklılık olduğu, ziyaret deneyimine ilişkin taşıma kapasitesi algıları ve ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algılarında farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Ziyaretçilerin eğitim durumları bakımından, kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algılarında, ziyaret deneyimine ilişkin taşıma kapasitesi algıları ve ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algılarında anlamlı bir farklılık olmadığına ulaşılmıştır.

Ziyaretçilerin yaş gruplarına göre, kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algısı ve ziyaret deneyimine ilişkin taşıma kapasitesi algıları arasında anlamlı bir farklılık olduğu, ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algılarında anlamlı bir farklılık olmadığı bulunmuştur. Yapılan oklu karşılaştırma sonucunda 18-25 yaş ile 26-35 yaş arasındaki ziyaretçilerin kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algılarının farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Erdemir (2018) alışmasında, ziyaretçilerin cinsiyet, yaş ve uyruk bakımından hizmet kalitesine ilişkin psikolojik taşıma kapasitesi algılarının anlamlı bir farklılık gösterdiği, medeni durum, öğrenim durumu ve meslek bakımından taşıma kapasitesi algılarında farklılık olmadığı belirlenmiştir.

Ziyaretçilerin yaşanılan Şehir bakımından, kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algıları ve ziyaret deneyimine ilişkin taşıma kapasitesi algılarında anlamlı bir farklılık bulunmadığı, ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algılarında farklılık olduğu bulunmuştur. Farklılık gösteren boyut için çoklu karşılaştırma yapılmıştır. Buna göre, Eskişehir'den gelenler ile yurtdışından gelen ziyaretçiler arasında, diğer illerden gelenler ile yurtdışından gelenler arasında ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algılarında farklılık olduğu belirlenmiştir.

Ziyaretçiler arasında meslek değişkeni bakımından, ziyaret deneyimine ilişkin taşıma kapasitesi algıları ve ziyaretçi sayısına ilişkin taşıma kapasitesi algılarında farklılık olmadığı ancak kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algılarında anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuştur. Kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algısı için çoklu karşılaştırma yapılmıştır. Kalabalığa ilişkin taşıma kapasitesi algısının ğrenci ve esnaflar arasında farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

Araştırmada, ziyaretçilerin memnuniyet ile ilgili ifadelerine yüksek düzeyde katıldıkları belirlenmiştir. Ziyaretçilerin genel olarak müze ziyaretlerinden memnun oldukları, başkalarına tavsiye etmek istedikleri ve müzeyi tekrar ziyaret etmek istediklerine ulaşılmıştır. Ayrıca, ziyaretçilerin müzeyi çok kalabalık algılamadıkları, kalabalıktan kaynaklanan rahatsızlık hissetmedikleri ve memnuniyetlerinin yüksek düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç, diğer çalışmalarda ulaşılan sonuçları destekler niteliktedir. Çalık (2014), çalışmasında taşıma kapasitesi sınırlarının aşılp aşılmadığını ve turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel etkilerini ziyaretçiler ve yerel halkın algıları açısından incelemiştir. Ziyaretçilerin büyük bir kısmının yerel halkla iletişim kurdukları, bölgedeki ziyaretçi yoğunluğundan memnun oldukları, turizmin gelişmeye devam etmesine katıldıkları belirlenmiştir. Seçilmiş ve Kılıç (2018), Eskişehir'in turizm hareketlerinin sosyal, kültürel ve ekonomik etkilerini yerel halk açısından belirlemek, artan turizm talebini ziyaretçilerin taşıma kapasitesi görüşleri açısından incelemek amacıyla bir çalışma yapmıştır. Yerel halkın ziyaretçilerin varlığından memnun olduğu ve turizm alanlarında oluşan kalabalıktan rahatsız olmadıkları, ziyaretçilerin olumsuz bir davranışına tanık olmadıkları belirlenmiştir. Ziyaretçilerin yerel halka dair görüşlerinin olumlu olduğu, ziyaretçi yoğunluğundan ve şehrin imkânlarından memnun olduklarına ulaşılmıştır. Başka bir çalışmada ise, farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Lopez-Bonilla ve Lopez-Bonilla (2008), İspanya'nın dört eyaletinde turistlerin kullanım düzeyi ve memnuniyetleri arasındaki ilişkileri incelediği çalışmada, kum ve güneş turizmi açısından gelişmiş olan Cadiz ve Huelva'da turizm sezonunda; restoran hizmetleri, genel kalite, manzara, kentsel çevre bakımından turist tatminlerinin önemli ölçüde etkilendiğini belirlenmiştir. Huelva'da turizm sezonunda restoran ve otobüs hizmetleri açısından turist tatminlerinde azalma olduğu, Cadiz'de bütün özellikler bakımından turist tatminlerinde önemli bir azalma olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ziyaretçilerin memnuniyetlerinde, demografik özelliklerine göre farklılık olup olmadığını belirlemek için t testi ve varyans analizleri yapılmıştır. Ziyaretçi memnuniyetlerinin cinsiyet, medeni hal, yaş, eğitim durumu ve mesleklerine göre farklılık gösterdiği, yaşanan şehir bakımından farklılık olmadığı belirlenmiştir. Bu sonuç, diğer çalışmada bulunan sonuçlarla örtüşmektedir. Bulut (2011), Samsun'da faaliyet gösteren otel işletmelerinde müşteri memnuniyet düzeylerini incelediği çalışmada, eğitim düzeyi ve yaşa göre müşteri memnuniyetinin farklılık gösterdiğini



belirlemiştir. En yüksek memnuniyetin ön lisans ve lise eğitim düzeyindeki müşterilerde olduğu, lisans ve lisansüstü eğitim düzeyindeki müşterilerin daha az memnun oldukları belirlenmiştir.

Ziyaretçilerin cinsiyet bakımından, tavsiye etme niyetleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Ziyaretçilerin medeni hallerine göre, fiziksel unsurlar, algılanan değer ve müze özellikleri ile ilgili memnuniyetleri arasında farklılık olduğuna ancak yaşanan şehir bakımından ziyaretçi memnuniyetleri arasında farklılık olmadığına ulaşılmıştır.

Ziyaretçilerin yaş gruplarına göre, fiziksel unsurlar, algılanan değer ve müze özellikleri ile ilgili memnuniyetleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Algılanan değer ve müze özellikleri soruları için çoklu karşılaştırma yapılmıştır. Algılanan değer sorularında, 18-25 yaş ile 46-55 yaş arasında farklılık olduğu bulunmuştur. Müze özellikleri sorularında, 18-25 yaş ile 26-35 yaş, 18-25 yaş ile 36-45 yaş, 18-25 yaş ile 46-55 yaş, 18-25 yaş ile 56 ve üzeri yaş arasında farklılık olduğu belirlenmiştir.

Ziyaretçilerin eğitim durumuna göre, algılanan değer ve müze özellikleri ile ilgili memnuniyetleri arasında farklılık olduğu bulunmuştur. Algılanan değer ve müze özellikleri için yapılan çoklu karşılaştırmada; algılanan değer ile ilgili memnuniyette, eğitim durumu lise olanlar ile üniversite olanlar arasında farklılık olduğu belirlenmiştir. Müze özellikleri ile ilgili memnuniyette gruplar arasında farklılık olmadığına ulaşılmıştır.

Ziyaretçilerin meslekleri bakımından, algılanan değer ve müze özellikleri ile ilgili memnuniyetlerinde farklılık olduğu belirlenmiştir. Yapılan çoklu karşılaştırmada, müze özellikleri ile ilgili memnuniyette öğrenci ve ev hanımları ile öğrenci ve emekliler arasında farklılık olduğuna ulaşılmıştır.

Çalışmada, yoğun bir şekilde ziyaret edilen müzenin ziyaretçi memnuniyetinin sağlanması, müzede bulunan eserlerin korunması ve oluşabilecek zararın en az seviyede tutulması için müze yönetimlerine öneriler sunulmaktadır. Bunlar:

- 1) Ziyaretçilere bilgilendirme amacıyla broşürler hazırlanmalı ve müze ziyaretine başlamadan önce kendilerine giriş bileti ile birlikte verilmelidir.

Böylece, ziyaretçilerin ziyaret deneyimlerinin artması ve müze ziyaretlerinin daha nitelikli olması sağlanabilir.

- 2) Müzeye gelen ziyaretçiler, genellikle bireysel olarak ya da seyahat turu yoluyla gelmektedir. Ziyaretçilerin bir kısmı müzeyi ziyaret ettikten sonra müze çıkışında beklemektedir. Müzenin çevresinde ziyaretçiler için park yeri ve dinlenme alanının olmayışı önemli bir sorundur. Bu sorunun çözülmesi gereklidir.
- 3) Müzenin müdür yardımcısıyla yapılan görüşmede, müzenin yoğun olarak ziyaret edildiği zamanlarda (hafta sonu, tatil günleri vb.) ziyaretçilerin müzeye 15 kişilik gruplar halinde alındıkları, diğer ziyaretçilerin ise, müze girişinde uzun bir süre bekledikleri bilgisine ulaşılmıştır. Müzenin yoğun ziyaretçi sayısına ulaştığı zamanlarda, ziyaretçilerin bekleme süreleri kısaltılmalıdır.
- 4) Müzenin bir rezervasyon sistemi olmadığına yapılan görüşmede ulaşılmıştır. Müzeye grup halinde gelen ziyaretçiler için bir rezervasyon sistemi oluşturulmalı ve ziyaretçiler uzun süre bekletilmemelidir.
- 5) Müzede bulunan heykellerin bir kısmı camekânlı bölümlerde sergilendiği, diğer heykellerin ise dekorlarla birlikte açıkta sergilendikleri gözlenmiştir. Bu heykellerin korunması için gerekli özen gösterilmelidir.
- 6) Müzenin bazı bölümlerinde bulunan açıklamaları okumakta zorluk çekenler ve engelliler için sesli anlatım tekniği kullanılabilir.
- 7) Müze girişinde ve müzede ziyaretçilerin yollarını kolayca bulabilmesi ve ziyaretçilerin bilgilendirilmesi için tabelalar yerleştirilebilir. Ziyaretçilerin kurallara uygun olmayan davranışları bilgilendirme sayesinde azaltılabilir.
- 8) Yapılan gözlemler neticesinde, belirli zaman dönemlerinde (hafta sonu ve tatiller) müze girişinde ziyaretçilerin bilet almak için sıraya girdikleri ve bekledikleri görülmüştür. Bu nedenle, müze yönetimi rezervasyon sistemi oluşturarak bekleme sürelerini ve girişte oluşan yoğunluğu azaltabilir.
- 9) Müzedeki eserlerde oluşabilecek zararı en aza indirmek, ziyaretçilerin takip edilmesi, müze kurallarına uygun olmayan ziyaretçi davranışlarını engellemek, ziyaretçilerin müzeden memnun olarak ayrılmaları için ziyaretçi yönetim sistemleri uygulanabilir.

Bu çalışmanın taşıma kapasitesi ile ilgili literatüre katkı sağladığı söylenbilir. İleride yapılacak çalışmalarda, sezonluk yoğunlaşma yaşayan çeşitli destinasyonlarda bu tür çalışmaların yapılması önerilebilir. Bu tür çalışmalar, farklı müzelerde ve turistik destinasyonlarda yapılabilir. Destinasyonlarda taşıma kapasitesi ile ilgili ortaya çıkan sorunların belirlenmesi ve buna uygun olarak planlar yapılması sağlanabilir. Destinasyonların taşıma kapasitesi yerel halk ve turistler açısından incelenebilir. Taşıma kapasitesi türleri birlikte ele alınarak çalışmalar yapılabilir.

## KAYNAKÇA

- Adeyinka-Ojo, S. F., Khoo-Lattimore, C. ve Nair, V. (2014). "A framework for rural tourism destination management and marketing organisations", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, No:144, ss.151-163.
- Agarwal, S. (1997). "The resort cycle and seaside tourism: an assessment of its applicability and validity", *Tourism Management*, C:18, No:2, ss. 65-72.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, Sakarya Yayıncılık, İstanbul.
- Avcı, N. (2007). "Turizmde Taşıma Kapasitesinin Önemi", *Ege Akademik Bakış*, C:7, No:2, ss. 485-501.
- Avcıkurt, C. (2007). *Turizm Sosyolojisi*, Detay Yayıncılık, 2. Baskı, Ankara.
- Bal, H. (2001). *Bilimsel Araştırma Yöntem ve Teknikleri*, Süleyman Demirel Üniversitesi Yayınları, Isparta.
- Baum, T. ve Lundtorp, S. (2001). *Seasonality in tourism*, Seasonality in tourism: an Introduction, Elsevier, ss. 1-4.
- Barutçugil, İ. S. (1986). *Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri*, Beta Basım Yayım Dağıtım, 1.Baskı, İstanbul.
- Bilir, A. (2010). Katılım Bankalarında Müşteri Memnuniyetinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Bulut, Y. (2011). "Otellerde Müşteri Memnuniyeti Ve Bir Uygulama: Samsun Örneği", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C:4, No:18, ss. 390-403.
- Butler R. W. (1994). *Seasonality in Tourism: Issues and Problems*, Tourism: The State of The Art, Chichester: Wiley-Sons, ss. 332-339.
- Butler, R. W. (2008). "The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources", *Canadian Geographer*, C:24, No:1, ss. 5-12.

- Boniface, B. G. ve Cooper, C. (2005). *Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, United Kingdom, ss. 45-46.
- Bosnic, I. Stanisic, J. ve Tubic, D. (2014). "Role of Destination Management in Strengthening The Competitiveness of Croatian Tourism", *Ekonomski Vjesnik/ Econviews*, No:1, ss. 153-170.
- Bramwell, B. (2004). *Coastal Mass Tourism: Diversification and Sustainable Development in Southern Europe*, Channel View Publications, ABD.
- Brown, K., Turner, R. K., Hameed, H. ve Bateman, I. (1997). "Environmental Carrying Capacity and Tourism Development in The Maldives and Nepal", *Environmental Conservation*, C:24, No:4, ss. 316-325.
- Cankül, D. (2016). Turizm Diplomalı Nitelikli Personelin Sektöre Kazandırılmasında Ortak Akıl, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Cannas, R. (2012). "An Overview of Tourism Seasonality: Key Concepts and Policies", *AlmaTourism*, No:5, ss. 40-53.
- Castellani, V., Sala, S. ve Pitea, D. "A New Method for Tourism Carrying Capacity Assessment", *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, No:106, ss. 365-374.
- Chu, R. (2002). "Stated Importance Versus Derived Importance Customer Satisfaction Measurement", *Journal of Services Marketing*, C:16, No:4, ss. 285-301.
- Chung, Y. J. *Seasonality in Tourism: a Review*, 2009, (Çevrimiçi), [https://agrifecdn.tamu.edu/ertr/files/2012/09/578\\_seasonality-in\\_tourism.pdf](https://agrifecdn.tamu.edu/ertr/files/2012/09/578_seasonality-in_tourism.pdf), 8 Nisan 2019.
- Coccosis H. ve Parpairis A. (1992), "Tourism and the Environment: Some Observation on the Concept of Carrying Capacity", Briassoulis H. ve van der Straaten J. (Edt), *Tourism and the Environment: Regional, Economic and Policy Issues*, Kluwer Academic Publishers, Dordrecht.

- Çalık, A. Ö. (2014). “Turistik Merkezlerin Sosyal Taşıma Kapasitesi: Beypazarı Örneği”, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Çavuş, Ş. (2002). “Turistik Merkezlerin Taşıma Kapasiteleri ile Yaşam Evreleri Arasındaki İlişkiler ve Kuşadası Örneğinde Değerlendirme”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Dinçer, F. İ., Erkol, G. ve Çakmak, T. F. (2015). ”Algısal Taşıma Kapasitesinin Turistlerin Memnuniyetleri Üzerindeki Etkisi: Göbekli Tepe Örneği”, 16. *Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, 12-15 Kasım 2015, Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi, ss. 629-646.
- Duman, T ve Öztürk, A. B. (2005). “Yerli Turistlerin Mersin Kızkalesi Destinasyonu ve Tekrar Ziyaret Niyetleri ile İlgili Algılamaları Üzerine Bir Araştırma”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, C:16, No:1, ss. 9-23.
- Fernandez-Morales, A. (2003). “Decomposing Seasonal Concentration”, *Annals of Tourism Research*, C:30, No:4, ss. 942-946.
- Garay, L. Canoves, G. (2011). “Life Cycles, Stages and Tourism History The Catalonia (Spain) Experience”, *Annals of Tourism Research*, C:38, No:2, ss. 651-671.
- Garcia, C. ve Servera, J. (2003). Impacts of tourism development on water demand and beach degradation on the island of Mallorca (Spain), *Geografiska Annaler*, C:85, No:3-4, ss. 287–300.
- Genç, F. (2014). “Personel Memnuniyeti İle Müşteri Memnuniyeti Arasındaki İlişki: Aydın’ da Faaliyet Gösteren Yiyecek- İçecek İşletmeleri Örneği”, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Getz, D., Carlsen, J. ve Morrison, A. (2004). *The Family Business in Tourism and Hospitality, Sustaining and Developing the Family Business*, CABI Publishing, Londra.
- Giese ve Cote, (2000). “Defining Consumer Satisfaction”, *Academy of Marketing Science Review*, No:1, ss. 1-24.

- Güngör, (2010). “Turistik Yörelere Memnuniyet ve Geleceğe Yönelik Ziyaretçi Davranışları: Antalya Örneği”, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe-Yöntem-Analiz*, Seçkin Yayıncılık, 3.Baskı, Ankara.
- Göktuğ, T. H., Yıldız, N. D., Demir, M. ve Bulut, Y. (2013). “Taşıma Kapasitesi Kuramının Milli Parklarda Oluşum, Gelişim ve Modellenme Süreci”, *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, C:44, No:2, ss. 195-206.
- Göktuğ, T. H. ve Arpa, N. Y. (2015). “Korunan Alanlar Yönetimi Bağlamında Kayak Merkezlerinin Fiziksel ve Sosyal Taşıma Kapasitelerinin Analizi: Ilgaz Dağı Milli Parkı, Ilgaz Kış Sporları Turizm Merkezi”, *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, C:15, No:1, ss. 104-119.
- İpar, M. S. ve Doğan, M. (2013). “Destinasyonun Turist Açısından Önem-Memnuniyet Modeli ile Değerlendirilmesi: Edremit Üzerine Bir Uygulama”, *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C:6, No:13, ss. 130-154.
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2004). *Turizm ve Çevre*, Detay Yayıncılık, 1. Baskı, Ankara.
- Karakaş, B. (2006). “Hizmet Sektöründe İlişki Pazarlaması: Butik Oteller ve 5 Yıldızlı Oteller Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma”, Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Kılıçarslan, D. (2016). “Ziyaretçi Yönetimi Kapsamında Ziyaretçilerin Atmosfer ve Kalabalık Algılarının Memnuniyet Üzerindeki Etkisinin Tespitine Yönelik Bir Araştırma: Topkapı Sarayı Örneği”, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Kocaman, S. (2012). “Destinasyon Yönetimi Kapsamında Marka Kimliğine Etki Eden Faktörlerin Marka İmajına Etkisi: Alanya Örneği”, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Kostopoulou, S. ve Kyritsis, I. (2006). “A Tourism Carrying Capacity Indicator for Protected Areas”, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, C:17, No:1, ss. 5-24.

- Lopez-Bonilla, J. M. ve Lopez-Bonilla, L. M. (2008). "Measuring Social Carrying Capacity: An Exploratory Study", *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, C:3, No:1, ss. 116-134.
- Maggi, E. ve Fredella, F. L. (2010). "The carrying capacity of a tourist destination, The case of a coastal Italian city", *50th Congress of the European Regional Science Association: Sustainable Regional Growth and Development in the Creative Knowledge Economy*, 19-23 Ağustos 2010, İsveç.
- Marzetti, S. ve Mozetti, R. (2005). "Social Carrying Capacity of Mass Tourist Sites: Theoretical and Practical Issues about its Measurement", *Second International Conference on Tourism and Sustainable Economic Development: Macro and Micro Economic Issues*, 16-17 Eylül 2005, İtalya, ss. 1-10.
- Mathieson, A. ve Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, Longman, New York.
- Mbithe Matiku, S. ve Namusonge Yıminyı, D. *Seasonality in Tourism and Its Effects on The Kenyan Tourism Industry: The Case Of Nairobi National Park*, Nairobi, (Çevrimiçi), <http://www.jiarm.com/Aug-2015.html>, 6 Şubat 2019.
- Midilli, Ö. (2011). "Hizmet Sektöründe Müşteri Memnuniyetinin Pazarlamaya Etkisi", Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Morrison, A. (2013). *Marketing and Managing Tourism Destinations*, Routledge, Londra.
- Nasha, Z. ve Xilai, Z. (2010). "Conceptual Framework of Tourism Carrying Capacity for a Tourism City: Experiences from National Parks in the United States", *Chinese Journal of Population Resources and Environment*, C:8, No.2, ss. 88-92.
- Oğlakcioğlu, Z. (2013). "Butik Otellerde Müşteri Memnuniyeti ve Hizmet Kalitesi İlişkileri: İzmir Örneği", Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.



- Omar, S. I., Othman, A. G. ve Mohamed, B. (2014). "The tourism life cycle: an overview of Langkawi Island, Malaysia", *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, C:8, No:3, ss. 272-288.
- Özdemir, G. (2007). "Destinasyon Yönetimi ve Pazarlama Temelleri: İzmir için Bir Destinasyon Model Önerisi", Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi.
- Özgüven, N. (2008). "Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyeti ve Ulaştırma Sektörü Üzerinde Bir Uygulama". *Ege Akademik Bakış*, C:8, No:2, 651-682.
- Padem, H. (Edt), Göksu, A. ve Konaklı, Z. (2012). *Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, Sarajevo, International Burch University.
- Papageorgiou, K. ve Brotherton, I. (1999). "A management planning framework based on ecological, perceptual and economic carrying capacity: the case study of Vikos-Aoos National Park", *Journal of Environmental management*, No: 56, ss. 271-284.
- Pearce, D. G. (2015). "Destination Management in New Zealand: Structures and Functions", *Journal of Destination Marketing and Management*, No:4, ss. 1-12.
- Pearce, D. G. ve Schanzel, H. A. (2013). "Destination management: The tourists' perspective", *Journal of Destination Marketing & Management*, No:2, ss. 137-145.
- Presenza, A., Sheehan, L. ve J.R. Ritchie B. (2005). "Towards a Model of the Roles and Activities of Destination Management Organizations", World Tourism Organization Survey of Destination Management Organizations, Spain: World Tourism Organization, ss.1-17.
- Rızaoğlu, B. ve Tanrısevdi, A. (1997). "Yerel Toplumsal Duyarlılığın Bir Ölçüsü Olarak Turizmde Taşıma Kapasitesi", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, C:8, No:1, ss. 52-58.
- Salerno, F., Viviano, G., Manfredi, E., Caroli, P., Thakuri, S. ve Tartari, G. (2013). "Multiple Carrying Capacities from a management-oriented perspective to operationalize sustainable tourism in protected areas", *Journal of Environmental Management*, No:128, ss. 116-125.

- Sandell, R. ve Janes, R. R. (2007). *Museum management and marketing*, Routledge, New York.
- Savariades, A. (2000). "Establishing the Social Tourism Carrying Capacity for the Tourist Resorts of the East Coast of the Republic of Cyprus", *Tourism Management*, No:21, ss. 147-156.
- Seçilmiş, C. ve Kılıç, İ. (2018). "Turistik Destinasyonlarda Yerel Halk ve Turist Gözünden Taşıma Kapasitesinin Değerlendirilmesi: Eskişehir Örneği", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, C:15, No:3, ss. 506-522.
- Sheehan, L., Vargas-Sánchez, A., Presenza, A. ve Abbate, T. (2016). "The use of intelligence in tourism destination management: An emerging role for DMOs", *International Journal of Tourism Research*, C:18, No:6, ss. 549-557.
- Shelby, B. ve Heberlein, T. A. (1984). "A conceptual framework for carrying capacity determination", *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, C:6, No:4, ss. 433-451.
- Simon, F. G., Narangajavana, Y. ve Marques, D. P. (2004). "Carrying Capacity in the Tourism Industry: A Case Study of Hengistbury Head", *Tourism Management*, No:25, ss. 275-283.
- Soylu, Y. (2013). "Turistik Destinasyonlarda Taşıma Kapasitesi: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı Örneği", Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Sönmez, V. ve Alacapınar, F. G. (2017). *Örneklendirilmiş Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Anı Yayıncılık, Ankara.
- Şirin, M. E. (2016). "Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti, Tekrar Satın Alma ve Tavsiye İsteği Üzerine Etkisi: Trabzon Ortahisar Örneği", Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Türk, M. (2005). "Perakendeci İşletmelerde Personelin Davranışsal Özellikleri ile Müşteri Memnuniyeti Arasındaki İlişki", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C:10, No:1, ss. 195-219.

- Tokmak, C. (2008). “Sürdürülebilir Turizm Açısından Taşıma Kapasitesi: Topkapı Sarayı Örneği”, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Ünlüöner, K. ve Tokmak, C. (2009). “Topkapı Sarayı’nda Çalışanlar ve Ziyaretçilerin Sosyal Taşıma Kapasitesine Yönelik Değerlendirmeleri”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, C:1, No:1, ss. 17-30.
- Wang, Y. ve Pizam, A. (Edt.), (2011). *Destination Marketing and Management: Theories and Applications*, CABI, ABD.
- Watson, G. L. ve Kopachevsky, J. P. (1996). “Tourist carrying capacity: a critical look at the discursive dimension”. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, C:2, No:2, ss. 169-179.
- World Tourism Organization, (2007). *A Practical Guide to Tourism Destination Management*, UNWTO Publications, Madrid, ss. 1-150.
- Yavuz, M. C. ve Karabağ, S. F. (2007). “Hızla Değişen Dünyada Türkiye’nin Turizm Tanıtımı ve Örgütlenme Modeli Nasıl Olmalı?”, Mehmet Kemal Dedeman Araştırma ve Geliştirme Proje Yarışması, Turizm Sektörü İkincilik Ödülü.
- Yoon, Y. (2002). “Development of a Structural Model for Tourism Destination Competitiveness from Stakeholders’ Perspectives”, Virginia Polytechnic Institute and State University, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Zhiyong, F. ve Sheng, Z. (2009). “Research on Psychological Carrying Capacity of Tourism Destination”, *Chinese Journal of Population, Resources and Environment*, C:7, No:1, ss. 47-50.
- Zhang, Y., Li, X., Su, Q. ve Hu, X. (2017). “Exploring a theme park's tourism carrying capacity: A demand-side analysis”, *Tourism Management*, C:59, ss. 564-578.

## EK-1: Anket Formu

Değerli Katılımcı,

Bu anket, “**Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi Ziyaretçilerinin Taşıma Kapasitesi Algıları**” adlı yüksek lisans tezine veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Ankette bulunan ifadelere vereceğiniz yanıtlar saklı tutulacaktır, elde edilen veriler sadece bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Anket çalışmamıza zaman ayırdığınız için çok teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Cüneyt TOKMAK

BÜŞRA ŞEN

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

1. **Cinsiyetiniz:**  Kadın  Erkek
2. **Yaşınız:**  18-25  26-35  36-45  46-55  56 ve üstü
3. **Yaşadığınız Şehir:**  Eskişehir  Diğer (Belirtiniz.....)
4. **Medeni Durumunuz:**  Bekâr  Evli
5. **Eğitim Durumunuz:**
- İlköğretim  Lise  Üniversite (Önlisans, Lisans)  Lisansüstü
6. **Mesleğiniz:**
- Memur  İşçi  Emekli  Öğrenci  Ev Hanımı  Öğretmen
- Esnaf  Diğer (.....)

**Aşağıdaki “İfadeler” kısmında yer alan her ifadenin sağında bulunan rakamlar katılım düzeyinizi ortaya koymaktadır. Her ifadeye bulunan beş seçenektan size uygun olan bir seçeneği işaretleyiniz.**

- (1) Hiç Katılmıyorum, (2) Az Katılıyorum, (3) Orta Düzeyde Katılıyorum, (4) Çok Katılıyorum, (5) Tamamen Katılıyorum

<b>İFADELER:</b>	<b>Hiç Katılmıyorum</b>	<b>Az Katılıyorum</b>	<b>Orta Düzeyde Katılıyorum</b>	<b>Çok Katılıyorum</b>	<b>Tamamen Katılıyorum</b>
Aşağıda “Balmumu Müzesi Ziyaretçilerinin Taşıma Kapasitesi Algılarına” yönelik ifadeler yer almaktadır. İfadeler arasından size en uygun olan seçeneği işaretleyiniz.					
1. Balmumu müzesine beklemeden giriş yaptım.	1	2	3	4	5
2. Balmumu müzesindeki eserleri rahatlıkla inceleyebildim.	1	2	3	4	5
3. Balmumu müzesinde ziyaretçi trafiği iyi işlemektedir.	1	2	3	4	5

4. Balmumu müzesini gezerken kalabalıktan rahatsızlık hissettim.	1	2	3	4	5
5. Kalabalıktan dolayı Balmumu müzesinin ve müzedeki eserlerin daha çabuk yıpranabileceğine inanıyorum.	1	2	3	4	5
6. Ziyaretçi girişlerine belirli bir sınır getirilmesi gerektiğine inanıyorum.	1	2	3	4	5
7. Kalabalıktan dolayı müze ve müzedeki eserlerin sergilenme ömrünün azalabileceğine inanıyorum.	1	2	3	4	5
8. Genel anlamda Balmumu müzesinde uygun sayıdan daha fazla ziyaretçi mevcuttur.	1	2	3	4	5
9. Müze ziyaretim süresince çevremdeki insanların konuşmalarından rahatsızlık hissettim.	1	2	3	4	5
Aşağıda “Balmumu Müzesi Ziyaretçilerinin Memnuniyetleri” ile ilgili ifadeler yer almaktadır. İfadeler arasından size en uygun olan seçeneği işaretleyiniz.	Hiç Katılmıyorum	Az Katılıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Çok Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
10. Balmumu müzesi içerisinde yol bulmak kolaydır.	1	2	3	4	5
11. Müzedeki aydınlatma koşulları yeterlidir.	1	2	3	4	5
12. Balmumu müzesinin temizlik hizmetleri yeterlidir.	1	2	3	4	5
13. Balmumu müzesindeki eserler uyumlu bir şekilde konumlandırılmıştır.	1	2	3	4	5
14. Müzede uyulması gereken kurallar ile ilgili bilgi verilmektedir.	1	2	3	4	5
15. Müzenin farklı bölümlerindeki eserler hakkındaki yazılı açıklamalar yeterlidir.	1	2	3	4	5
16. Harcadığım zamana göre, bu müzeyi ziyaret etmek değerlidir.	1	2	3	4	5
17. Balmumu müzesini gezmeye karar verdiğim için memnunum.	1	2	3	4	5
18. Balmumu müzesi personeli ziyaretçilere karşı kibardır.	1	2	3	4	5
19. Müze ziyareti için ödenen bilet fiyatları uygundur.	1	2	3	4	5
20. Balmumu müzesini ziyaret etmeleri için başkalarına tavsiyede bulunurum.	1	2	3	4	5
21. Balmumu müzesi ile ilgili olumlu söylemlerde bulunurum.	1	2	3	4	5
22. Balmumu müzesini tekrar ziyaret etmeyi düşünürüm.	1	2	3	4	5
23. Müzenin rehberlik hizmetlerini yeterli buluyorum.	1	2	3	4	5
24. Müzede var olan ziyaretçi yoğunluğundan memnunum.	1	2	3	4	5
25. Müzedeki eserler iyi şekilde korunmaktadır.	1	2	3	4	5

## **Ek-2: Mülakat Formu**

1. Müze kaç metrekairelik bir alan üzerine kurulmuştur, kaç bölümden oluşmaktadır ve müzede kaç adet heykel bulunmaktadır?
2. Müzenin yoğun olarak ziyaret edildiğini düşünüyor musunuz? Haftanın hangi günleri ve günün hangi saatleri yoğundur? Hangi aylar yoğundur?
3. Müzeye gelen ziyaretçilerin yönetilmesi problem oluşturuyor mu? Ziyaretçileri yönlendirmek ile ilgili nasıl bir yöntem uyguluyorsunuz?
4. Müzenin rezervasyon sistemi, rehberlik ve bilgilendirme hizmeti var mı? Daha nitelikli ziyaret için belirli bir noktadan başlayan özel bir gezme yöntemi var mı?
5. Müzenin belirli giriş çıkış saatleri var mı? Müzenin nitelikli olarak ziyaret edilmesi için ne kadar süre gereklidir? Müzede maksimum, minimum geçirme süreleri var mıdır?
6. Müzenin yoğun olarak ziyaret edildiği zamanlarda ziyaretçi memnuniyetinin etkilendiğini düşünüyor musunuz?
7. Müzenin yoğun olarak ziyaret edildiği günlerde ziyaretçilerin kurallara uygun olmayan davranışlarında artış yaşanıyor mu? (eserlere dokunma, fotoğraf çekme vb.), ziyaretçilerden beklenen davranış kuralları var mıdır?

