

Destinasyon Tercihinde Somut Olmayan Kültürel Miras Değerlerinin Önemi: Uluslararası Kültür Turistleri Üzerine Bir Uygulama* **

Dr. Öğr. Üyesi Çağrı SAÇLI

İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, İskenderun, e-posta:

cagri.sacli@iste.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7771-8190>

Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT

Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Balıkesir, e-posta:

avcikurt@balikesir.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9169-9763>

Öz

Araştırmanın konusunu, son zamanlarda dikkat çeken ancak literatürde sınırlı sayıda çalışmanın bulunduğu somut olmayan kültürel miras değerleri ve kültür turisti tipolojileri oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında, somut olmayan kültürel miras değerlerinin kültür turistlerinin tatil yeri seçiminde ne derecede önem arz ettiğinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın evrenini 2015 yılında Konya ilini ziyaret eden uluslararası kültür turistleri oluşturmaktadır. Bu kapsamda Konya'nın en önemli turist merkezleri olan Mevlana Müzesi ve Mevlana Kültür Merkezi çevresinde kültür turistlerine İngilizce, Almanca, Japonca, Korece ve Farsça dillerinde hazırlanan anket 496 yabancı turiste uygulanmış, 481 geçerli anket verisi elde edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak analiz edilmiş olup gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda somut olmayan kültürel miras değerlerinin "Örf ve Adetler", "Geleneksel Zanaatkarlık", "Dans ve Müzik" ve "Sözel Gelenekler" boyutlarına ayrıldığı ve kültür turistlerinin somut olmayan kültürel miras değerlerine verdikleri önemin somut olmayan kültürel mirasın her bir boyutu için anlamlı şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Somut olmayan kültürel miras, Kültür turisti, Kültür turisti tipolojisi, Kültür turizmi.



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi
Cilt.2, Sayı.4, 2018
ss.1-13.

DOI: 10.26677/tutad.2018. 37

Gönderilme tarihi: 27 Kasım 2017
Kabul tarihi: 1 Haziran 2018

Önerilen Atf:

Saçlı, Ç. ve Avci Kurt, C. (2018). Destinasyon Tercihinde Somut Olmayan Kültürel Miras Değerlerinin Önemi: Uluslararası Kültür Turistleri Üzerine Bir Uygulama, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt.2, Sayı.4, ss.1-13.

*Bu çalışma, Çağrı SAÇLI'nın 2016 yılında Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT danışmanlığında gerçekleştirdiği "Destinasyon Tercihinde Somut Olmayan Kültürel Miras Değerlerinin Kültür Turisti Tipolojisi Açısından Önemi: Konya Örneği" başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

**Bu çalışma 18. Ulusal Turizm Kongresinde sözlü olarak sunulmuş ve bildiri kitabına basılmıştır.

The Importance of Intangible Cultural Heritage Assets in Destination Preference: An Implementation on International Cultural Tourists

Asst. Prof. Dr. Çağrı SAÇLI

İskenderun Technical University, School of Tourism Administration and Hotel Management, İskenderun, e-mail: cagri.sacli@iste.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7771-8190>

Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT

Balıkesir University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Balıkesir, e-mail: avcikurt@balikesir.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9169-9763>

Abstract

This research is based on intangible cultural heritage values, which have been conspicuous in recent years, however there are limited number of studies about it in the literature, and the typologies of cultural tourists. In this research, it is aimed to determine how much the intangible cultural heritage assets are of importance while the cultural tourists decide on their destinations. The target population of the study consist of the international cultural tourists who visited Konya in 2015. In this context, a questionnaire, prepared in English, German, Japanese, Korean, and Persian, was conducted to 496 international cultural tourists around Mevlana Museum and Mevlana Culture Centre, which are the most important tourism centres of Konya, and 481 valid survey data were obtained. The data obtained were analysed using SPSS program and the factor analysis revealed that the Intangible Cultural Heritage values were divided into "customs", "traditional craftsmanship", "dance and music" and "oral traditions" and that the importance of cultural tourists to Intangible Cultural Heritage values were significantly different for each dimension of Intangible Cultural Heritage.

Keywords: Intangible cultural heritage, Cultural tourists, The typology of cultural tourists, Cultural tourism.



Journal of Turkish Tourism
Research
Vol.2, Issue.4, 2018
pp.1-13.

Suggested Citation:

Saçlı, Ç. and Avcikurt, C. (2018). The Importance of Intangible Cultural Heritage Assets in Destination Preference: An Implementation on International Cultural Tourists, *Journal of Turkish Tourism Research*, Vol.2, Issue.4, pp.1-13.

GİRİŞ

Her geçen gün küreselleşen dünyada yerel özelliklerin sürdürülebilmesi giderek zorlaşmaktadır. Küreselleşme insanların, bilginin ve paranın dolaşımındaki sınırları ortadan kaldırırken, diğer taraftan egemen kültürlerin yerel kültürlerin yerini almasına ve kültürel çeşitliliğin yerini tek tipleşmeye bırakmasına sebep olan, bunun sonucundaysa nereye giderseniz gidin kendine has özellikleri olmayan, aynı kıyafetleri giyinen, aynı yiyecekleri yiyen, aynı tarzda yaşayan insanları ortaya çıkaran bir kavram olarak görülmektedir. Küreselleşmenin bu etkisine bir tepki olarak ortaya atılan somut olmayan kültürel miras kavramı, kültürel mirasın yalnızca somut varlıklarla ifade edilemeyen, insanların nesilden nesile aktardıkları, örf ve adetler, gelenekler, yeme içme, müzik ve dans gibi doğayı anlama ve kendilerini ifade etme biçimlerini kapsayan bir kavram olarak ifade edilebilir. 2003 yılında UNESCO (Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim Kültür Örgütü) somut olmayan kültürel mirasın korunması sözleşmesi ile koruma altına alınan ve sözleşmede tanımlandığı şekliyle; “toplulukların, grupların ve kimi durumlarda bireylerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekanlar” olarak ifade edilen somut olmayan kültürel miras değerlerinin, turistik çekicilik unsuru olarak turistlerin tatil yeri seçimlerinde önem arz edebileceği düşünülebilir.

Van Loon vd. (2014), Hollanda’da gerçekleştirdikleri çalışmalarında destinasyonda bulunan kültürel miras çekiciliklerinin fazla oluşunun rekreasyon amaçlı gezilerde şehirlerin çekiciliği üzerinde pozitif bir etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. Kültürel çekicilik unsurları neredeyse tüm destinasyonların turizm ürün bileşenleri için oldukça önemli unsurlar olarak görülmektedir (Richards, 1996). Kültür ve miras değerlerinin temel turizm ürünü olmadığı yerlerde bile bu değerler ürün çeşitliliğini artırmaya yönelik olarak kullanılmakta ve neredeyse tüm turizm çeşitleri kültür ve miras değerleri ile ilgili çeşitli unsurlar içerebilmektedir (Gülcan, 2010: 103).

Literatürde kültür turisti tipolojilerini inceleyen farklı yaklaşımlar bulunmaktadır (Silberberg, 1995; Foo ve Rossetto, 1998; Hughes, 2002; McKercher, 2002). McKercher kültür turistlerini; turistlerin seyahatlerinde kültürel unsurların önemi ve seyahat sırasında elde edilen deneyimin derinliği boyutlarında inceleyerek beş farklı kültür turistinin var olduğunu ifade etmiştir. Bunlar; destinasyon seçiminde en önemli motivasyonları kültür

turizmi olup ziyaretleri sırasında derin bir kültürel deneyime sahip olan “Amaçlı Kültür Turistleri”, destinasyonu ziyaret etmede birincil ya da ana nedenleri kültür turizmi olmasına rağmen elde ettikleri deneyim yüzeysel olan “Gezici Kültür Turistleri”, destinasyonu ziyaret etmedeki ana amaçları kültür olmamakla birlikte destinasyona gerçekleştirdikleri ziyaret derin bir kültürel deneyimle sonuçlanan “Şans Eseri Kültür Turistleri”, seyahatlerinde kültür turizmi zayıf bir motivasyon kaynağı olan ve destinasyon ziyareti sırasında yüzeysel bir kültürel deneyim elde eden “Sıradan Kültür Turistleri” ve kültürel amaçlarla seyahat etmediği halde bazı kültürel aktivitelere katılan ve yüzeysel bir deneyim elde eden “Tesadüfi Kültür Turistleri”dir. Gerçekleştirilen çalışmada kültür turisti tipolojilerinin belirlenmesinde Mckercher’in (2002) yaklaşımı kullanılmıştır.

UNESCO’nun “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Koruması Sözleşmesinde” tanımlandığı şekliyle (2003) “Somut olmayan kültürel miras” toplulukların, grupların ve kimi durumlarda bireylerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımlandıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekanlar anlamına gelmektedir. (UNESCO, 2003). Turistler somut olmayan kültürel miras değerlerini diğer turizm türlerinin içerisinde bir etkinlik olarak deneyimleyebilecekleri gibi doğrudan doğruya somut olmayan kültürel miras değerlerini deneyimlemek için seyahat ediyor olabilirler (UNWTO, 2012).

Literatürde somut olmayan kültürel miras değerlerinin destinasyon çekicilik unsuru olarak somut kültürel miras değerlerinden ayırt edilmeksizin tarih-kültür-miras-kültürel miras vb. kavramlar altında genellendiği görülmektedir (Juan ve McDonald, 1990; Jamrozy ve Uysal, 1994; Uysal ve Jurowski, 1994; Turnbull ve Uysal, 1995; Hançin ve Lam, 1999; You vd., 2000; Lee vd., 2002; Jang ve Cai, 2002; Kozak, 2002; Bogari vd., 2003). Literatürde somut olmayan kültürel miras değerlerinin destinasyon çekicilik unsuru olarak değerlendirildiği bir çalışmaya rastlanmamış olması bu çalışmanın gerçekleştirilmesindeki temel nedeni oluşturmaktadır. Bu çalışmayla birlikte turistlerin destinasyon seçimlerinde somut olmayan kültürel miras değerlerine verdikleri önem düzeyleri tespit edilerek literatürdeki bu boşluğun doldurulmasına katkı sağlanacağı düşünülmektedir. Çalışmada ayrıca Konya destinasyonuna gelen turistler, kültür turisti tipolojileri, demografik ve seyahat özellikleri açısından incelenmiş ve turistlerin destinasyon tercihinde somut

olmayan kültürel miras değerlerine verdikleri önem dereceleri kültür turisti tipolojisi, demografik ve seyahat özellikleri bakımından değerlendirilmiştir.

YÖNTEM

Araştırmanın modeli tekil tarama olup, araştırmanın türü ise betimsel araştırmadır. Araştırma amacına ulaşmak için birincil verilerin elde edilmesinde kullanılan yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır. Anket formunun birinci kısmında turistlerin sosyo-demografik ve seyahat özelliklerinin tespit edilmesine yönelik 10 adet çoktan seçmeli soru bulunmaktadır ve turistlerin hangi kültür turisti tipolojisine uygun olduklarını belirlemeye yönelik bir kısım bulunmaktadır. Bu kısım McKercher'in (2002) "Towards a classification of cultural tourists" başlıklı çalışması ile ortaya koyduğu ve literatürde yaygın kabul görmüş iki ifadeden oluşmaktadır. Anket formunun ikinci kısmı, somut olmayan kültürel miras değerlerinin turistlerin destinasyonu tercih etmelerindeki önem derecelerinin tespit edilmesine yönelik somut olmayan kültürel miras değerlerinin bulunduğu 25 ifadeden oluşmaktadır. Bu ifadeler UNESCO (2003) Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesinde ifade edilen beş somut olmayan kültürel miras kaynağını içermektedir. Oluşturulan anket formu 60 yabancı turiste uygulanarak ön teste tabi tutulmuştur. Alınan geri bildirim sonucu tekrar düzenlenen form destinasyona en çok turist gönderen ülkelerin dilleri olan Japonca, Almanca, İngilizce, Korece ve Farsça dillerine çevrilmiştir. Ölçeğin oluşturulduğu dilin dışındaki diğer dillere çevrilmesinde geleneksel yaklaşım olan çeviri-tekrar çeviri yöntemi kullanılmıştır (Hançer, 2003).

Araştırma evrenini, 2015 yılında Konya destinasyonunu tercih eden yabancı turistler oluşturmaktadır. Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünden alınan bilgilere göre 2014 yılında Konya İli İşletme ve Belediye belgeli konaklama tesislerinde toplam 149.910 yabancı turist konaklamıştır. Bu rakamdan yola çıkarak %5'lik belirlilik düzeyinde elde edilmesi gereken örneklem sayısı ≥ 384 olarak tespit edilmiştir (Altunışık vd., 2010: 135). Örneklem tekniği olasılığa dayalı olmayan örnekleme tekniklerinden olan kolayda örnekleme tekniği olup, anket formu, Konya İlinin en önemli turist merkezleri olan Mevlana Müzesi ve Mevlana Kültür Merkezinde araştırmacı tarafından turistlere yüz yüze uygulanmıştır. 496 yabancı turistin bilgisine ulaşılmış olup 15 anket veri eksikliği nedeniyle örneklemden çıkarılarak araştırmaya dahil edilmemiştir.

Uygulama sonucunda 481 geçerli anket formu elde edilmiş olup bu örneklemin evreni etkin bir şekilde temsil ettiği ifade edilebilir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50; Ural ve Kılıç, 2005: 43; Altunışık vd., 2010: 135).

Araştırma sonucunda elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak analiz edilmiş olup; faktör analizi, Cronbach Alpha katsayısının tespiti, Kolmogorov-Simironov (K-S) testi, Mann Whitney U (MWU) testi, Kruskal-Wallis (K-W) testi ve Bonferroni testi analizleri kullanılmıştır.

BULGULAR

Katılımcıların demografik ve seyahat özelliklerine yönelik bulgulara göre turistlerin kültür turisti tipolojilerine yönelik dağılımları, %43,52 gezici kültür turisti, %29,9 amaçlı kültür turisti, %17 sıradan kültür turisti, %5,4 tesadüfi kültür turisti ve %4,2 şans eseri kültür turisti şeklindedir.

Araştırmaya katılan kadın turistlerin, %57,2 ile çoğunlukta olduğu, yine katılımcı turistlerin %70,9'unun evli olduğu gözlemlenmektedir. Araştırmaya katılan turistlerin milliyetine bakıldığında, %23,5 ile en fazla katılım sağlayan ülkelerin Japonya ve İran olduğu ve araştırmaya en fazla katılımın %32,4 ile lisans düzeyinde öğrenim gören turistler olduğu ve araştırmaya en fazla katılımın %42,0 ile 65 yaş ve üstü turistler olduğunu gözlemlenmektedir. Katılımcıların gelir düzeylerine bakıldığında %69,6 ile orta düzey katılımcıların çoğunlukta olduğu ve seyahat özellikleri bakımından %65,5 oranında paket turun tercih edildiği gözlemlenmektedir. Katılımcı turistlerin %50,1 ile destinasyonda 1-3 gün aralığında süre geçirdikleri ve %84,4 ile destinasyona ilk kez geldikleri gözlemlenmektedir. Araştırmaya katılan turistlerin somut olmayan kültürel miras bilgi düzeylerine bakıldığında, katılımcıların %41,4'ünün düşük düzeyde bilgi sahibi oldukları gözlemlenmektedir.

Tablo 1'de görüldüğü üzere KMO değeri 0,931 olarak tespit edilmiş olup örneklemin yüksek düzeyde yeterli olduğu ifade edilebilir. Yine Tablo 1'de görüldüğü üzere Bartlett küresellik testinin p değeri 0,000 olarak tespit edilmiş olup evrene ait korelasyonun birim matris olduğu ifade edilebilir. Bu değerler sonucunda verilerin faktör analizine uygun olduğu ifade edilebilir (Altunışık vd., 2010: 265-266). Araştırma kapsamında somut olmayan kültürel miras boyutlarının tespit edilmesine yönelik açıklayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiş olup, araştırma örneklemini göz önünde bulundurularak ölçekteki ifadelerden

faktör yükü 0,5'ten büyük olanlar dikkate alınmış (İlban, 2008: 133; Altunışık vd., 2010: 281), faktör yükü 0,5'ten küçük olan ifadeler analizde yer verilmemiş ve ilgili maddeler ölçekten çıkarılmıştır. Bu işlem sonucunda somut olmayan kültürel miras değerlerinden oluşan 25 ifadeden 5'inin (Ölçek maddelerinden 15, 16, 18, 19 ve 20. maddeler) ölçekten çıkartılmasına karar verilmiştir.

Tablo 1 Somut Olmayan Kültürel Miras Boyutları

Faktör İsimleri	Özdeğerler (Eigenvalue)			
	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4
Örf ve Adetler	17,843			
Geleneksel Zanaatkarlık		17,296		
Dans ve Müzik			15,161	
Sözel Gelenekler				9,820
Toplam Açıklanan Varyans (%)		60,120		
KMO		0,931		
Bartlett Küresellik Test Değeri		0,000		

Tablo 1'de görüldüğü üzere açıklayıcı faktör analizi sonucunda 4 faktör altında 20 madde tespit edilmiş olup bu maddelerin açıkladığı toplam varyans %60,12'dir. Elde edilen bu değer sosyal bilimlerde kabul edilebilir bir değer olduğu ifade edilebilir (Altunışık vd., 2010: 273). Faktör analizi sonucunda tespit edilen ilk faktör 7 maddeden oluşan "Örf ve adetler" faktörü olup faktör özdeğeri 17,843'tür. İkinci faktör 5 madden oluşan ve özdeğeri 17,296 olan "Geleneksel zanaatkarlık"tır. Üçüncü faktör 4 maddeden oluşan ve özdeğeri 15,161 olan "Dans ve müzik" ve son olarak dördüncü faktör 4 maddeden oluşan ve özdeğeri 9,820 olan "Sözel gelenekler" dir.

Faktör analizi sonucunda belirlenen ölçek boyutlarının güvenilirliği Alfa katsayısının hesaplanması yöntemi ile tespit edilmiştir. Alfa katsayısı 0 ile 1 arasında değerler alır ve kabul edilebilir bir değer en az 0,7 olması arzu edilir (Sipahi vd., 2006: 89). Ancak inceleme türü çalışmalarda bu değer 0,5'e kadar uygun görülebileceği bazı araştırmacılar tarafından ifade edilmektedir

(Altunışık vd., 2010: 124). Ölçek boyutlarının her biri için Alpha değeri 0,7'den büyük olduğu tespit edilmiş olup (Örf ve Adetler: 0,865, Geleneksel Zanaatkarlık: 0,865, Dans ve Müzik: 0,845, Sözel Gelenekler: 0,791) bu durumda destinasyon tercihinde somut olmayan kültürel miras değerlerinin önem derecelerini ölçmede kullanılan ölçeğin güvenilir olduğu söylenebilir.

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin normal dağılım sergileyip sergilemedikleri K-S testi uygulanarak tespit edilmiştir. K-S testi sonuçlarına göre verilerin p değerlerinin 0,05 ten büyük olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda araştırma kapsamında elde edilen verilerin normal dağılıma uygun olmadıkları sonucuna varılmış olup; hipotezlerin test edilmesinde parametrik olmayan testlerin kullanılması bir zorunluluk haline gelmiştir.

Kadın ve erkeklerin MWU testi için p değerleri Somut olmayan kültürel miras değerlerinden geleneksel zanaatkarlık dışındaki örf ve adetler, dans ve müzik ve sözel gelenekler boyutlarında 0,05'ten küçük olarak tespit edildiğinden ortanca dağılımları istatistiksel açıdan anlamlı şekilde farklılaşmıştır. Bu durumda; örf ve adetler, dans ve müzik ve sözel geleneklerin destinasyon tercihindeki önem düzeyleri cinsiyete göre farklılaşmaktadır. Farklılaşmanın anlamlı olduğu boyutlarda bu farkın hangi gruptan kaynaklandığını görmek için ortalama sıralamalarına bakılır. Ortalama sıralarına göre kadınların ortalama sıralarının farklılaşmanın anlamlı olduğu üç boyutta da erkeklerin ortalama sıralamalarından daha üstte olduğu görülmektedir. Bu durumda kadınların destinasyon tercihinde erkeklere göre örf ve adetler, dans ve müzik ve sözel geleneklere erkeklerden daha fazla önem verdiği söylenebilir. Bu durumun dans ve müzik boyutunda daha net bir şekilde ortaya çıktığı da ayrıca belirtilmesi gereken bir bulgudur.

K-W testi sonuçlarına göre $p < 0,05$ olarak tespit edildiğinden; turistlerin geldikleri bölgelere göre ortancaları somut olmayan kültürel miras değerlerinin geleneksel zanaatkarlık boyutu dışındaki örf ve adetler, dans ve müzik ve sözel gelenekler boyutları bakımından istatistiksel açıdan anlamlı şekilde farklılaşmaktadır. Bu durumda destinasyon tercihinde somut olmayan kültürel miras değerlerinin önem düzeyleri turistlerin geldikleri bölgelere göre farklılaşmaktadır denebilir.

Bonferroni testi sonuçlarına göre Örf ve Adetler faktörü için Asyalı turistlerin destinasyon tercihinde örf ve adetlere verdikleri önem derecesi ortalamasının Asya-Pasifik bölgesinden gelen turistlerin ortalamalarından daha yüksek olduğu (+2,19955) tespit edilmiştir. Dans ve Müzik faktörü için ise yine Asyalı

turistlerin destinasyon tercihinde dans ve müziğe verdikleri önem derecesi ortalamalarının Asya-Pasifik bölgesinden gelen turistlerin ortalamasından (+2,68481), ABD'li turistlerin ortalamasından (+2,43413) ve AB vatandaşı turistlerin ortalamalarından (+2,52579) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sözel Gelenekler faktörü için ise Dans ve Müzik faktöründe olduğu gibi Asyalı turistlerin destinasyon tercihinde sözel geleneklere verdikleri önem derecesi ortalamaları Asya-Pasifik bölgesinden gelen turistlerin ortalamasından (+2,01701), ABD'li turistlerin ortalamasından (+2,01190) ve AB vatandaşı turistlerin ortalamalarından (+1,73810) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Bu sonuçlar, Asyalı turistlerin somut olmayan kültürel miras faktörleri olarak Örf ve Adetler, Müzik ve Dans ve Sözel Geleneklere diğer bölgelerden gelen turistlere göre destinasyon tercihinde daha fazla önem verdikleri şeklinde ifade edilebilir. Bu durumun Asyalı turistlerin büyük çoğunluğunun destinasyondaki kültüre benzer kültürel değerlere sahip olduğu düşünülen İran'lı turistlerden oluşmasından kaynaklanabileceği düşünülebilir.

K-W testi sonuçlarına göre somut olmayan kültürel miras değerlerinin tüm boyutları için p değeri 0,05'ten küçük olarak tespit edilmiştir. Bu durumda turistlerin destinasyon tercihinde somut olmayan kültürel miras değerlerine verdikleri önem düzeyi kültür turisti tipolojilerine göre istatistiksel açıdan anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

Bonferroni testi sonuçlarına göre Örf ve Adetler faktörü için amaçlı kültür turistlerinin destinasyon tercihinde örf ve adetlere verdikleri önem düzeyi ortalaması şans eseri kültür turistlerinin ortalamasından (+4,10694) ve sıradan kültür turistlerinin ortalamasından (+2,86060) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Geleneksel Zanaatkarlık faktörü için amaçlı kültür turistlerinin destinasyon tercihinde geleneksel zanaatkarlığa verdikleri önem derecesi ortalaması sıradan kültür turistlerinin ortalamasından (+2,14363) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Dans ve Müzik faktörü için amaçlı kültür turistlerinin destinasyon tercihinde dans ve müziğe verdikleri önem düzeyi ortalaması tesadüfi kültür turistlerinin ortalamasından (+3,92308), sıradan kültür turistlerinin ortalamasından (+3,28049), gezici kültür turistlerinin ortalamasından (+1,13158) ve şans eseri kültür turistlerinin ortalamasından (+3,8) daha yüksek olduğu ve ayrıca gezici kültür turistlerinin dans ve müziğe verdikleri önem düzeyi ortalaması, tesadüfi

kültür turistleri ortalamasından (+2,79150), sıradan kültür turistlerinin ortalamasından (+2,14891), şans eseri kültür turistlerinin ortalamasından (+2,66842) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Sözel Gelenekler faktörü için amaçlı kültür turistlerinin destinasyon tercihinde sözel geleneklere verdikleri önem düzeyi ortalaması, tesadüfi kültür turistlerinin ortalamasından (+3,86218), sıradan kültür turistlerinin ortalamasından (+2,42785), gezici kültür turistlerinin ortalamasından (+1,34230) ve şans eseri kültür turistlerinin ortalamasından (+3,15833) daha yüksek olduğu, gezici kültür turistlerinin sözel geleneklere verdikleri önem düzeyi ortalaması, tesadüfi kültür turistleri ortalamasından (+2,51987) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Bu sonuçlara göre, amaçlı kültür turistlerinin destinasyon tercihlerinde dans ve müzik ve sözel geleneklere diğer tüm kültür turisti tipolojilerinden daha fazla önem verdiği, destinasyon tercihinde örf ve adetlere şans eseri ve sıradan kültür turistlerine göre ve geleneksel zanaatkarlığa ise sıradan kültür turistlerine göre daha fazla önem verdikleri tespit edilmiştir. Ayrıca gezici kültür turistlerinin dans ve müziğe tesadüfi, sıradan ve şans eseri kültür turistlerinden, sözel geleneklere ise tesadüfi kültür turistlerinden daha fazla önem verdikleri ifade edilebilir.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, Konya destinasyonunu tercih eden uluslararası kültür turistlerinin demografik ve seyahat özellikleri ve kültür turisti tipolojileri açısından özellikleri tespit edilmiş ve ayrıca bu turistlerin destinasyon tercihlerinde somut olmayan kültürel miras değerlerine verdikleri önem düzeyleri, turistlerin demografik ve seyahat özellikleri ile kültür turisti tipolojileri bakımından farklılaşıp farklılaşmadığı ortaya konmuştur.

Gerçekleştirilen çalışma, turistlerin destinasyon tercihinde somut olmayan kültürel miras değerlerinin önemini tespit edildiği bir çalışma olarak literatürdeki boşluğu doldurulmasına katkısı bakımından önemli bir çalışma olup elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- Destinasyon tercihinde somut olmayan kültürel miras değerleri “Örf ve Adetler”, “Geleneksel Zanaatkarlık”, “Dans ve Müzik” ve “Sözel Gelenekler” olmak üzere 4 boyuta sahiptir.

- Konya destinasyonundaki kültür turistlerinin %43,52'i gezici kültür turisti, %29,9'u amaçlı kültür turisti, %17'si sıradan kültür turisti, %5,4'ü tesadüfi kültür turisti ve %4,2'si şans eseri kültür turistidir.
- Turistlerin destinasyon tercihinde somut olmayan kültürel miras değerlerine verdikleri önem düzeyleri cinsiyete göre istatistiksel açıdan anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.
- Turistlerin destinasyon tercihinde somut olmayan kültürel miras değerlerine verdikleri önem düzeyleri geldikleri bölgelere göre istatistiksel açıdan anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.
- Turistlerin destinasyon tercihinde somut olmayan kültürel miras değerlerine verdikleri önem düzeyi kültür turisti tipolojilerine göre istatistiksel açıdan anlamlı şekilde farklılaşmaktadır.

Araştırma sonuçları doğrultusunda geliştirilen öneriler aşağıdaki şekilde sıralanabilir.

- Destinasyonda örf ve adetlere yönelik turistik ürünler geliştirilmelidir.
- Turistlerin seyahatleri ile ilgili deneyim derinliğinin artırılması için deneyimsel ürünler geliştirilmelidir.
- Kadın turistlerin hedef pazar olduğu destinasyonlarda "örf ve adetler", "dans ve müzik" ve "sözel gelenekler" e yönelik ürünler geliştirilmelidir.
- Asyalı turistlerin hedef pazar olduğu destinasyonlarda "örf ve adetler", "dans ve müzik", "geleneksel zanaatkarlık" ve "sözel gelenekler" e yönelik ürünler geliştirilmelidir.
- Amaçlı kültür turistlerinin hedef pazar olduğu destinasyonlarda "dans ve müzik", ve "sözel gelenekler" e yönelik ürünler geliştirilmelidir.

Gelecekte yapılacak akademik çalışmalar için ise destinasyonda sunulan somut olmayan kültürel miras değerlerinin turistlerin memnuniyetine etkilerinin araştırılması ve konunun yerel turistler, farklı destinasyonlar bakımından çalışılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. (6. Baskı), İstanbul: Sakarya Yayıncılık.

- Bogari, Naima B., Crowther, G. and Marr, Norman E. (2003). Motivation for Domestic Tourism: A Case Study of the Kingdom of Saudi Arabia, *Tourism Analysis*, 8(2): 137–141.
- Foo, Lee M. and Rossetto, A. (1998). Cultural Tourism in Australia: Characteristics and Motivations, BTR Occasional Paper No. 27, *Bureau of Tourism Research*, Canberra.
- Gülcan, B. (2010). Türkiye’de Kültür Turizminin Ürün Yapısı ve Somut Kültür Varlıklarına Dayalı Ürün Farklılaştırma İhtiyacı, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(1): 99-120.
- Hançer, M. (2003). Ölçeklerin Yazım Dilinden Başka Bir Dile Çevirileri ve Kullanılan Değişik Yaklaşımlar, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(10): 47-61.
- Hanqin, Zhang Q. and Lam, T. (1999). An Analysis of Mainland Chinese Visitors’ Motivations to Visit Hong Kong, *Tourism Management*, 20(5): 587–594.
- Hughes, Howard L. (2002). Culture and Tourism: A Framework for Further Analysis, *Managing Leisure*, 7(3): 164–175.
- İlban, Mehmet, Oğuzhan (2008). Seyahat Acente Yöneticilerinin Destinasyon Marka İmajı Algıları Üzerine Bir Araştırma, *Ege Akademik Bakış*, 8(1): 121-152.
- Jamrozy, U. and Uysal, M. (1994). Travel Motivation Variations of Overseas German Visitors, *Journal of International Consumer Marketing*, 6(3/4): 135–150.
- Jang, S. and Cai, Liping A. (2002). Travel Motivations and Destination Choice: A Study of British Outbound Market, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 13(3): 111–132.
- Juan, S. and McDonald, C. (1990). Motivational Determinates of International Pleasure Time, *Journal of Travel Research*, 29(1): 42–44.
- Kozak, M. (2002). Comparative Analysis of Tourist Motivations by Nationality and Destinations, *Tourism Management*, 23(3): 221–232.
- Lee, G., O’Leary, Joseph T., Lee, S. H. and Morrison, Alastair M. (2002). Comparison and Contrast of Push and Pull Motivational Effects on Trip Behavior: An Application of a Multinomial Logistic Regression Model, *Tourism Analysis*, 7, 89–104.

- McKercher, B. (2002). Towards A Classification of Cultural Tourists, *International Journal of Tourism Research*, 4, 29-38.
- Richards, G. (1996). Introduction: Cultural tourism in Europe, (Edited by: Greg Richards). *Cultural Tourism in Europe*, Oxon: CAB International, 3-18.
- Silberberg, T. (1995). Cultural Tourism and Business Opportunities for Museums and Heritage Sites, *Tourism Management*, 16(5): 361-365.
- Sipahi, B., Yurtkoru, Serra E. ve Çinko, M. (2006). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Turnbull, Desna R. and Uysal, M. (1995). An Exploratory Study of German Visitors to The Caribbean: Push and Pull Motivations, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 4(2): 85-92.
- UNESCO (2003). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Koruması Sözleşmesi, (Çevirenler: M. Öcal Oğuz, Yeliz Özay ve Pulat Tacar). *Millî Folklor* 65 (Bahar 2005), 163-171.
- UNWTO (World Tourism Organization). (2012). *Tourism and Intangible Cultural Heritage*. UNWTO, Madrid.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Uysal, M. and Jurowski, C. (1994). Testing The Push and Pull Factors, *Annals of Tourism Research*, 21(4): 844-846.
- Van Loon, R., Gosens, T. and Rouwendal, J. (2014). Cultural Heritage and Attractiveness of Cities: Evidence from Recreation Trips, *Journal of Cultural Economics*, 38(3): 253-285.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- You, X., O'Leary, Joseph T., Morrison, Alastair M. and Hong, G. (2000). A Crosscultural Comparison of Travel Push and Pull Factors: United Kingdom vs. Japan, *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 1(2): 1-26.