



3. ULUSLARARASI SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER
KONGRESİ

TAM METN KİTABI

20-22 Aralık 2019

VAN

HILTON DOUBLETREE HOTEL

EDİTÖRLER

DR. HASAN ÇİFTÇİ

YASEMİN AĞAOĞLU

ISBN: 978-605-7811-44-8

3. ULUSLARARASI SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER
KONGRESİ
20-22 Aralık 2019
VAN

TAM METİN
KİTABI

EDİTÖRLER

DR. HASAN ÇİFTÇİ
YASEMİN AĞAOĞLU

All rights of this book belong to ISPEC Publishing House Authors are
responsible both ethically and juridically ISPEC Publications - 2019©

Yayın tarihi: 26.12.2019
ISBN: 978-605-7811-44-8

KONGRE KÜNYESİ

3. ULUSLARARASI SOSYAL ve BEŞERİ BİLİMLER KONGRESİ

20-22 ARALIK 2019
VAN
HILTON DOUBLETREE HOTEL

ISPEC INSTITUTE

Başvuru Sayısı: 163
Kabul Edilen Bildiri Sayısı: 150
Red Edilen Bildiri Sayısı: 13
Tüm başvurular çift kör hakem yöntemiyle
değerlendirmeden geçmiştir.

ULUSLARARASI/YABANCI **KONUŞMACILAR**

Dr.Hooshang KHOSHSIMA/ Kerman University/
Doç. Dr. Aynur CELİLOVA/ AMEA Folklor Enstitüsü
Dr. Öğr. Üyesi Arash Mohammadi FALLAH/ Islamic Azad University
Leila ZAFARİ- Islamic Azad University
П. Ф. М., аға оқытушы, Ғалия Тоқтыманова- Kazakh –Russian University, Kazakhstan
ф.ф.к. Хадиша Нурходжаева- Russian University, Kazakhstan
ლუკა დვალისვილი , Luka Dvalishvili - Doctor of Philology, Associate Professor-
Akaki Tsereteli State University, Georgia
Z. Sirazitdinov- Rusya Bilimler Akademisi
L. Buskunbaeva- Rusya Bilimler Akademisi
A. İşmuhametova- Rusya Bilimler Akademisi
G. Şamsutdinova- Rusya Bilimler Akademisi

DÜZENLEME KURULU ÜYELERİ

Prof. Dr. Latygina NATALIA - Taras Şevçenko Üniversitesi
Prof. Dr. Salih ÖZTÜRK- Namık Kemal Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Seyithan SEYDOŞOĞLU
Dr. Öğr. Üyesi Hülya BERKTAŞ BİNGÖL - İnönü Üniversitesi

Genel Koordinatör

Öğr. Gör. Yasemin AĞAOĞLU

BİLİM ve DANIŞMA KURULU

Prof. Dr. Sarash KONYRBAYEVA, Kazak Devlet Pedagoji Üniversitesi
Prof. Dr. Salih ÖZTÜRK, Namık Kemal Üniversitesi
Prof. Dr. Akbar VALADBİGI, Urumiye Üniversitesi
Prof. Dr. Reha SAYDAN, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Prof. Dr. Ferit İZCİ, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Doç. Dr. Sehrana KASIMI, Azerbaycan Devlet Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa METE, Gaziantep Üniversitesi
Doç. Dr. Yurii LATISH, Taraz Şevçenko Üniversitesi
Doç. Dr. Elvan YALÇINKAYA, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Doç. Dr. Yıldız SAADETTİN, Bağdat Üniversitesi
Doç. Dr. Dinara FARDEEVA, Tataristan Bilimler Akademisi
Doç. Dr. Haluk YERGIN, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Doç. Dr. Çetin GÜLER, Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet PINAR, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Dr. Canan DEMİR, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Dr. Murat YORULMAZ, Kocaeli Üniversitesi
Dr. Şeyda Ferah ARSLAN, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Dr. Murat KARA, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Dr. İshak KOZİKOĞLU, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Dr. Hikmet TURKAY, Sarıkamış Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu
Dr. Ahmet GÜMÜŞ, TKGM Strateji Geliştirme Daire Başkanlığı-Ankara
Dr. Fatih ERİŞ, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Dr. Celal ASLAN, Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Dr. YILMAZ KOÇAK, Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Dr. Seniha AVCIL, Memorial Hastanesi
Dr. Uğur Özdek, Yüzüncü Yıl Üniversitesi



3. ULUSLARARASI SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER

KONGRESİ

20-22 Aralık 2019
VAN

KONGRE YERİ: *HILTON DOUBLETREE HOTEL*
Adres: İpek Yolu Cd. 8.km, 65300 Van Merkez/Van



KONGRE PROGRAMI

Katılımcı Ülkeler:

Türkiye, Azerbaycan, İran, Irak, Arjantin, Almanya

- ❖ Kayıt masası kongre süresince 09:00 – 17:00 saatleri arasında hizmet verecektir
- ❖ Kaydınızı oturum saatinizden en geç yarım saat öncesine kadar yaptırabilirsiniz
- ❖ Sunum sıralaması, ara verilmesi ve oturuma ilişkin tüm hususlarda oturum başkanları tam yetkilidir
- ❖ Katılım belgeleri oturum sonunda oturum başkanı tarafından verilecektir
- ❖ Kongre programında yer ve saat değişikliği *gibi talepler dikkate alınmayacaktır*
- ❖ Programda herhangi bir eksiklik/yazım hatası olduğunu düşünüyorsanız lütfen en geç 11Aralık 2019 tarihine (saat 17:00) kadar e-mail ile bilgilendirme yapınız
- ❖ Katılım belgelerindeki yazar isimleri ve bildiri isimleri programdaki gibi basılacaktır

İÇİNDEKİLER

Kongre Künyesi	I
Program	II-X
Fotoğraf Galerisi	XI-XIII
İçindekiler	XIV-XIX

Yazar	Başlık	Sayfa No
Handan MERT İlgin MİS Semih YAŞAR Nihat MERT	VAN VE YÖRESİNDE ÜRETİLEN BALLARIN BİYOKİMYASAL İNCELENMESİ	1-20
Erhan GÖRMEZ Zihni MEREY Kenan BULUT Eyüp AKTÜRK	İSKANDİNAV ÜLKELERİNDE ÖĞRETMEN YETİŞTİRME VE MESLEKİ GELİŞİM MODELİ: NORVEÇ ÖRNEĞİ	21-29
Eyüp AKTÜRK Zihni MEREY Erhan GÖRMEZ Kenan BULUT	İSKANDİNAV ÜLKELERİNDE ÖĞRETMEN YETİŞTİRME VE MESLEKİ GELİŞİM MODELİ: DANİMARKA ÖRNEĞİ	30-33
Zihni MEREY Kenan BULUT Eyüp AKTÜRK Erhan GÖRMEZ	İSKANDİNAV ÜLKELERİNDE ÖĞRETMEN YETİŞTİRME VE MESLEKİ GELİŞİM MODELİ: FİNLANDİYA ÖRNEĞİ	34-44
Metin TAYTAŞ Mahmut AYAZ	ÖĞRETMENLERİN DEPRESYON SEVİYELERİNİN CHAİD ANALİZ YÖNTEMİ İLE İNCELENMESİ	45-57
Kenan BULUT Zihni MEREY Eyüp AKTÜRK Erhan GÖRMEZ	İSKANDİNAV ÜLKELERİNDE ÖĞRETMEN YETİŞTİRME VE MESLEKİ GELİŞİM MODELİ: İSVEÇ ÖRNEĞİ	58-69
Eyüp AKTÜRK	AHLAKİ KİMLİK VE EĞİTİM	60-64
Haydar ÖZDEMİR	SEZA KUTLAR AKSOY'UN "ÇEVİRİMİNDE ŞERAFETTİN" ADLI ÇOCUK ROMANIN ÇOCUĞA GÖRELİK İLKESİ BAĞLAMINDA İNCELENMESİ	65-73
Metin EREN	CEMAL ŞAKAR ÖYKÜCÜLÜĞÜNE HALKBİLİMSEL BİR BAKIŞ (ESENLIK ZAMANLARI)	74-79
Metin EREN	CEMAL ŞAKAR'IN ÖYKÜLERİNDE SAVAŞ VE GÖÇ(PORTAKAL BAHÇELERİ)	80-88
Eren RIZVANOĞLU	LOCKE'UN DİL VE ANLAM ANLAYIŞI	89-94
Eren RIZVANOĞLU Vedat ARPACI	SPİNOZACI BİR DEMOKRASİ MÜMKÜN MÜDÜR?	95-102
Selahattin AYDAR	JOHN STUART MILL'DE KADININ DEĞERİ	103-112
Hasan ÇİÇEK	CİCERO'NUN YAŞLILIK ÖVGÜSÜ	113-118

Hasan ÇİÇEK	SANAT OLARAK EĞİTİM VE YÖNETİM	119-124
Deniz AŞKIN	KUTSALLIĞIN TRANSFERİ: AVRUPA'DA DİNİN VE MİLLİYETÇİLİĞİN KARŞILAŞMA SÜRECİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME	125-133
Mustafa SAĞI Deniz AŞKIN	ULUSLARARASI GÖÇ VE ÜRETTİKLERİ: GÖÇ İLE İLGİLİ KAVRAMSAL MUĞLAKLIKLARA ÇÖZÜMLEYİCİ BİR DENEME	134-146
M. Zeki DUMAN Hicret GÖK	YAŞLILIK ve YAŞLILARA İLİŞKİN TUTUMLAR ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI	147-165
M. Zeki DUMAN Ayşegül ÇELİK	YOKSULLUKLA MÜCADELEDE KADINLARIN GELİŞTİRDİĞİ STRATEJİLER: BİR ÖRNEK OLAY OLARAK TANDIRDA EKMEK PİŞİREN KADINLAR ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI	166-176
İsmail KIRAN	BEŞ KİŞİLİK HİKÂYE: ERİVAN'DAN VAN'A ZORUNLU GÖÇ THE STORY OF FIVE PEOPLE: FORCED MIGRATION FROM YEREVAN TO VAN	177-196
İsmail KIRAN	TURGUT ÖZAL SONRASI "TEK AKTÖR PATOLOJİSİ"NE DAYALI "LİBERAL YANILGI"	197-207
Celal İNCE	SOSYAL AFETLER: SAVAŞ, İÇ ÇATIŞMA VE BİR MÜCADELE BİÇİMİ OLARAK GÖÇ	208-220
Enes BAL	AKILLI TELEFON BAĞIMLILIĞI VE İLİŞKİLİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNE BİR İNCELEME	221-235
Rahşan F. AKGÜL	MENGÜ ERTEL TASARIMLARIYLA TÜRK TİYATRO AFİŞLERİ	236-247
Nazan OSKAY	8. ÇAĞDAŞ TEKSTİL SANATI BİENALİ'NDEN HAREKETLE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE TOPLUMSAL FARKINDALIK	248-259
Ömer AYDINLIOĞLU	TELEVİZYON REKLAMLARINDAKİ KADIN STEREOTİPLERİNE BİR BAŞKALDIRI OLARAK FEMİNİST REKLAMCILIK: BİR ALIMLAMA ANALİZİ	260-278
Nadir BUÇAN	SAYISALLAŞMANIN FOTOĞRAF KURAMLARINA ETKİSİ	279-288
Münevver ÜNSAL MERCAN	İMPARATORLUKTA SANAT-SANAT VE ÜRETİM YAPISI	289-302
İsmail COŞKUN Rafet ÇAVUŞOĞLU	URARTU ÇAVUŞTEPE KALESİ'NDEN BİR GRUP BİLEME TAŞI	303-312
İsmail COŞKUN Nesim KILIÇ	HİTİT KUTSAL SU TAPINAKLARINDAN EFLATUNPINAR İLE İLGİLİ DEĞERLENDİRMELER	313-325
Münevver ÜNSAL MERCAN	OSMANLI İMPARATORLUĞU'NDA İLK SANAYİLEŞME HAREKETLERİ	326-336
Mehrdad KARGAR Arash Mohammadi FALLAH	İRAN TARİHİ DOKULARI VE DEĞERLENDİRME SORUNLARINA BİLİMSEL BİR BAKIŞ	337-343
Mehmet PINAR Rüstem ÇURKU	CUMHURBAŞKANLIĞI ARŞİV BELGELERİNE GÖRE EMNİYET GENEL MÜDÜRÜ CELAL OKTAN'IN 1958 ŞARK RAPORU VE TEK PARTİ DÖNEMİYLE KARŞILAŞTIRILMASI	344-358

Mehmet PINAR	ARŞİV BELGELERİNE GÖRE ERKEN CUMHURİYET DÖNEMİNDE KOMÜNİST FAALİYETLER	359-374
Ercüment TOPUZ Nazlı CEYLAN	OSMANLI SİYASİ GELENEĞİNDE "RÜYA"	375-378
Ercüment TOPUZ Sena BAYRAM	OSMANLI DEVLETİ'NDE "ÇEYİZ"	379-394
Eren ERENSAYIN Çetin GÜLER Elif ERENSAYIN	TYÖ ÖĞRETMEN ÖZ-YETERLİK ALGI ÖLÇEĞİ GEÇERLİK VE GÜVENİRLİĞİ	395-399
Eren ERENSAYIN Çetin GÜLER Elif ERENSAYIN	ÖĞRENCİLERİN TYÖ YETERLİKLERİNE YÖNELİK ÖĞRETMEN ALGILARI ÖLÇEĞİ GEÇERLİK VE GÜVENİRLİĞİ	400-404
Erhan GÖRMEZ	VAN URARTU MÜZESİNDEKİ ESERLER KULLANILARAK YEREL TARİH ÖĞRETİMİ -BİR EĞİTİM DURUMU ÖRNEĞİ-	405-413
Vedat YILMAZ Yıldız ATMACA Ceylan DEMİRHAN	6360 SAYILI YASANIN YEREL YÖNETİMLER PERSPEKTİFİNDE ANALİZİ	414-424
Yalçın KAVAK	FİKİR VE SANAT ESERLERİ HUKUKUNDA "ESER" KAVRAMI	425-438
Selahattin GÜRİŞ Ebru ÇAĞLAYAN AKAY Hoşeng BÜLBÜL	KIRILGAN BEŞLİ ÜLKELERİNDE ENFLASYON YAKINSAMASI: FOURIER KRUSE TESTİ	439-451
Habip DEMİRHAN	KONAKLAMA VERGİSİ MERKEZ Mİ YOKSA YEREL Mİ TARAFINDAN TOPLANMALI? AB ÜLKELERİ NEZDİNDE TEORİK BİR İNCELEME	452-464
Habip DEMİRHAN	DİJİTAL HİZMET VERGİSİ KANUNU İLE BAZI KANUNLARDA VE 375 SAYILI KANUN HÜKMÜNDE KARARNAMEDE DEĞİŞİKLİK YAPILMASI HAKKINDA KANUNUNUN MALİ ETKİLERİNİN ÇEŞİTLİ YÖNLERDEN İNCELENMESİ	465-474
Yusuf ÇİFCİ	CEMİL MERİÇ'E GÖRE İDEOLOJİ: MARX'I VE MARKSİZM'İ TEKRAR OKUMAK	475-485
Turgay OYMAN	NÖROPAZARLAMA VE ETİK KAYGILAR	486-497
Serdar ÖZTÜRK Hayri TANRIVERDİ Metin KAPLAN	BALON TURİZMİN KAPADOKYA KIRSAL TURİZMİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA	498-537
Nurcan AZGİN Ayşe Nur Buyruk AKBABA	ENTEĞRE RAPORLAMA BİST'TE İŞLEM GÖREN ŞİRKETLERDE BİR UYGULAMA	538-557
Ayşe Nur Buyruk AKBABA Nurcan AZGİN	MUHASEBE EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN MUHASEBE ALGILARI	558-573
Halit KURT Abdulkadir GÜMÜŞ	ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEĞİN ÖRGÜTSEL KİMLİK ÜZERİNE ETKİSİ: HAZIR GİYİM FİRMALARINDA BİR ARAŞTIRMA	574-586
Özlem GÖKTAŞ Ebru ÇAĞLAYAN AKAY Hoşeng BÜLBÜL	BRICS-T ÜLKELERİNDE ENERJİ TÜKETİMİ YAKINSAK MI? FOURIER BİRİM KÖK TESTLERİNDEN KANITLAR	587-597

Ferzende İDİZ	İMÂM KASTALLÂNÎ VE “İRTİFÂU’R-RUTBE BÎ’L-LİBÂSÎ VE’S-SOHBÊ” ADLI ESERİ BAĞLAMINDA TASAVVUF SİLSİLESİ	598-607
Ferzende İDİZ	EBÛ ABDURRAHMAN SÜLEMÎ VE EL-MUKADDİME ADLI RİSÂLESİ BAĞLAMINDA TASAVVUFÎ GÖRÜŞLERİ	607-621
Fatma PINAR	ÖMER NASUHÎ BİLMEN’İN ALLAH’IN VARLIK DELİLLERİNE YÖNELİK TESPİTLERİ	622-632
Abdullah DUMAN	ARAPLARDA MÜBÂREZE GELENEĞİ BAĞLAMINDA HZ. ALİ’NİN SAVAŞLARI	633-647
Cumali ÇAKMAK Mehmet Şirin ÇIKAR	KAR ADLI ROMANIN ARAPÇA TERCÜMESİ ÜZERİNE BİR NİCELEME	648-667
Mazhar DÜNDAR	İLÂHÎ HİTAP - AKIL İLİŞKİSİ	668-673
Mazhar DÜNDAR	KUTSAL KİTAP HİTABINDA LAFİZ VE MANANIN ALLAH’A AİT OLUŞU MESELESİNİN TAHLİLİ	674-680
Mehmet Nuri KARDAŞ Saime UYSAL	KONUŞMA EĞİTİMİ ALANINDA YAYIMLANAN MAKALELERİN ÖZET BÖLÜMLERİNİN AKADEMİK METİN YAZIM İLKELERİNE UYGUNLUĞU	681-697
Aytaç BÜYÜKİKİZ Mehmet Nuri KARDAŞ	YAZMA EĞİTİMİ ALANINDA YAYIMLANAN MAKALELERİN ÖZET BÖLÜMLERİNİN AKADEMİK METİN YAZIM İLKELERİNE UYGUNLUĞU	698-707
Hakim KARDAŞ Mehmet Nuri KARDAŞ	5.SINIF TÜRKÇE DERS KİTABINDAKİ KURMACA METİNLERİN “ÇOCUĞA GÖRELİK İLKE”NE UYGUNLUĞU AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ	708-725
Mehmet Nuri KARDAŞ Mehmet KARDOĞAN	YABANCILARA TÜRKÇE ÖĞRETİMİ ALANINDA YAYIMLANAN MAKALELERİN ÖZET BÖLÜMLERİNİN AKADEMİK METİN YAZIM İLKELERİNE UYGUNLUĞU	726-738
Ahmet SANSİ Erdal ÇETİN	ÖZEL EĞİTİM ÖĞRETMENLERİNİN BEDEN EĞİTİMİ DERSLERİNE İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ	739-746
Sevda KOÇ AKRAN	ÖĞRETMEN KİTAPLIĞI UYGULAMASI ERİŞİMİNE İLİŞKİN ÖĞRETMEN GÖRÜŞLERİ	747-766
Tuğçe TOYGAN Mustafa GÖK Murat CANSAN	ALTINCI SINIF ÖĞRENCİLERİNİN DENK KESİR KAVRAMINA İLİŞKİN SOYUTLAMA DÜZEYLERİ	767-775
Ufuk Şakir GÜRDAY Mustafa GÖK Enes Abdurrahman BİLGİN	İLKÖĞRETİM 8. SINIF ÖĞRENCİLERİNİN İSTATİSTİKSEL AKIL YÜRÜTME BECERİLERİNİN İNCELENMESİ	766-786
Mustafa GÖK	İLKÖĞRETİM MATEMATİK ÖĞRETMENİ ADAYLARININ GELİŞTİRDİKLERİ ETKİNLİKLERİN İNCELENMESİ VE ETKİNLİK TASARIMINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ	787-797
Barış ÇELİK Sevgi YÜKSEK Gökhan OTO Yılmaz KOÇAK	ÜLSERDE BİTKİSEL TEDAVİ YAKLAŞIMLARI	798-803
Yılmaz KOÇAK Gökhan OTO Sevgi YÜKSEK	KOLİN’İN KARACİĞER ÜZERİNE ETKİSİ	804-811

Bariř ÇELİK

Filiz ER Fatma PEKER Gülten ÖZKAN	KRONİK RUHSAL HASTALIK TANILI HASTA VE AİLESİ İLE PSİKO-SOSYAL ÇALIşMA ve SOSYAL HİZMET MÜDAHALESİ: OLGU SUNUMU	812-829
Osman ÖZKAN Hakan ÖZTÜRK	HASTANELERDE ÖRGÜTSEL KÜÇÜLTME NEDENLERİ VE ETKİLERİ ÜZERİNE BİR SİSTEMATİK DERLEME	830-841
Osman ÖZKAN	BİR KAMU POLİTİKASI ANALİZİ: KAMU HASTANE BİRLİKLERİ	842-862
Mehmet BULDUK	ALZHEİMERİN ÖNLENMESİ VE TADAVİSİNDE DESTEKLEYİCİ BİR YÖNTEM; FİZİKSEL AKTİVİTE	863-869
Mehmet BULDUK	HELİKOPTER EBEVEYNLİĞİN SONUCU; SORUNLU BÜYÜYEN ÇOCUK	870-875
Zülkif YALÇIN	FİRMA DEĞERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK YÖNTEMLER VE ENTELEKTÜEL SERMAYENİN MUHASEBELEŐTİRİLMESİ	876-886
Bulut DÜLEK Reha SAYDAN	ELEKTRONİK AĞIZDAN AĞIZA İLETİŐİMİN MARKA FARKINDALIĞI, MARKA İMAJI VE MARKA SADAKATI ÜZERİNE ETKİSİ	887-897
Fatih KIRIŐIK Kübra ÖZTÜRK	TÜRKİYE'DE SİVİL-ASKER İLİŞKİLERİ BAĞLAMINDA YÜKSEK ASKERİ ŐURA	898-908
Ömer Avni YUNUS Gülcan ÖZBEK	İRAK'TA, ZENGİ VE ATABEGLER DÖNEMİNE AİT MİNARELER (ERBİL, SİNCAR, MUSUL, DAKUK)	909-928
Özgür ÇETİNTAŐ	HAT SANATI TARİHİNDE SELÇUKLU SÜLÜSÜ (KUFİ VE NESİH YAZILARI İLE SELÇUKLU SÜLÜSÜ ARASINDAKİ FARKLILIKLAR)	929-938
Birgül ALICI	TÜRK SİNEMASI'NA KENT VE YABANCILAŐMA EKSENİNDE BAKIŞ: ANLAT İSTANBUL VE HAYAT VAR ÖRNEĞİ	939-950
Kader MÜHÜR DAROĞLU Rabia BOZMAÇ Yaşar SUBAŞI DİREK	HAKKÂRİ YEREL KONUTLARININ MİMARİ ORGANİZASYONU, YAPI MALZEMESİ VE YAPIM TEKNİĞİ AÇISINDAN İNCELENMESİ	951-970
Abdullah ÇEÇEN Esra DEMİR ÖZTÜRK	OKUL ÖNCESİ EĞİTİM UYGULAMALARINA BİR ÖRNEK: HALİMA KİNDERGARTEN	971-978
M. Salih Mercan	VİLÂYETTİ ŐARKİYE SEYAHATİNDEN AVDET EDEN ERZURUM MEBUSU MUSTAFA DURAK BEYİN AHVALI ŐARKİYEYE DAİR İZAHATI (133/1921)	979-999
M. Salih Mercan	LONDRA KONFERANSI	1000-1094
Yakup DİLBİLİR Salih ÇİBUK Handan MERT Yusuf TOHMA Nihat MERT	MURADİYE VE ÇALDIRAN YÖRESİNDEKİ HEMODİYALİZ UYGULANAN HASTALARDA BAZI KAN BİYOKİMYASAL PARAMETRELERİNİN İNCELENMESİ	1095-1104
Sümeyye SEVİNÇ Çetin GÜLER Dilan DİNCİ	GENEL PHUBBİNG ÖLÇEĞİNİN TÜRKÇE UYARLAMA ÇALIŞMASI	1105-1114
Dilan DİNCİ Çetin GÜLER Sümeyye SEVİNÇ	ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN BİLGİSAYARCA DÜŐÜNME BECERİLERİNİN BAZI DEĐİŐKENLERE GÖRE İNCELENMESİ	1115-1127

Elif ERTEM AKBAŞ Murat CANCAN Kübra ALAN	GEOGEBRA’NIN TEORİ VE UYGULAMADA MATEMATİK ÖĞRETİMİNDEKİ YERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ	1128-1136
Mehmet Nuri KARDAŞ Mizgin ALP	DİNLEME ALANINDA ALANINDA YAYIMLANAN MAKALELERİN ÖZET BÖLÜMLERİNİN AKADEMİK METİN YAZIM İLKELERİNE UYGUNLUĞU	1137-1147
Nuray ELİK	TÜRK EL SANATLARINI BESLEYEN KAYNAKLAR	1148-1160
Rabia BOZMAÇ Kader MÜHÜR DAROĞLU Yaşar SUBAŞI DİREK	BAŞKALE KIRSAL MİMARİSİNDE KONUT DOKUSUNUN EKOLOJİK AÇIDAN İNCELENMESİ	1161-1181
Turgay OYMAN	DEVLET TEŞVİKLERİNDEN FAYDALANAN TARIMSAL İŞLETMELERDE MEMNUNİYET DÜZEYİ: ISPARTA ÖRNEĞİ	1182-1196
Osman AYTEKİN Mustafa KAYA	ACARA BÖLGESİ GELENEKSEL AHŞAP CAMİ MİMARİSİ VE TİFLİS ETNOGRAFYA MÜZESİ’NDE BULUNAN ÇIKUNETİ CAMİSİ (ჩიკუნეთის ჯამე) ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME	1197-1233
Tevfik UZUN Zeliha KÜRÜCÜ Engin DABAN	ÖĞRETMENLERİN SINIF LİDERLİĞİ İLE ÖĞRENCİLERİN DERSE KATILIMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİLERİN İNCELENMESİ	1234-1241
Tevfik UZUN Zeliha KÜRÜCÜ Mustafa AYDIN	OKUL MÜDÜRLERİNİN ÜSTLENDİKLERİ YÖNETİCİ ROLLERİ İLE ÖĞRETMENLERİN OKULDAN AYRILMA NİYETLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLERİN İNCELENMESİ	1242-1248
Yakup DİLBİLİR Salih ÇİBUK Handan MERT Yusuf TOHMA Nihat MERT	MURADIYE VE ÇALDIRAN YÖRESİNDEKİ HEMODİYALİZ UYGULANAN HASTALARDA BAZI KAN BİYOKİMYASAL PARAMETRELERİNİN İNCELENMESİ	1249-1259
İsa HIZIROĞLU Mehmet Şirin ÇIKAR	DİLSEL TEFSİR ÖRNEĞİ OLARAK ME’ANİ’L-KUR’AN ADLI ESERLER	1260-1273

BALON TURİZMİN KAPADOKYA KIRSAL TURİZMİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA*

Prof. Dr. Serdar ÖZTÜRK

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İ.İ.B.F., İktisat Bölümü

Dr. Hayri TANRIVERDİ(Sorumlu Yazar)

Swe Arş. Dan. Eğt. ve Tas. Ltd. Şti. Ankara, Türkiye

Doç. Dr. Metin KAPLAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü

ÖZET

Türkiye turizm potansiyeli açısından zengin bir ülkedir. Üç tarafı denizlerle çevrili olması, birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması ve doğal güzellikleri ile turizm potansiyeli oldukça yüksektir. Kapadokya bölgesi, dünyada doğal oluşumların en güzel örneklerinin birisi olarak ülke turizmi açısından ayrı bir yere sahiptir. Nevşehir, Aksaray, Niğde, Kırşehir ve Kayseri illerine kadar uzanan Kapadokya doğayla iç içe olmuş bir coğrafi yapıya sahiptir. Balon turları, bölgeyi daha cezbedici hale getiren ve turistlerin bölgeyi gökyüzünden kuş bakışı izlemesine imkan veren unsur ve alternatif bir turizm aracıdır. Havacılık tarihinde yer alan hava araçlarından en renklileri şüphesiz ki sıcak hava balonlarıdır. Ülkemizde de Kapadokya Bölgesi'nde faaliyetlerine devam eden sıcak hava balonculuğu sektörü, yakalamış olduğu yıllık yaklaşık yarım milyon yerli ve yabancı turist sayısı ile dünyada öncü konumda bulunmaktadır. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü verilerine göre 2002 yılında Kapadokya bölgesinde 6 adet ruhsatlı balon işletmesi ve bu işletmelere ait 31 balon faaliyet göstermekte iken 2018 yılına gelindiğinde işletme sayısı 31'e, balon sayısının ise 260'a çıktığı görülmektedir. Çalışma kapsamında balon turizminin Kapadokya Kırsal Turizmi üzerindeki sosyo-ekonomik etkileri Nevşehir ili için incelenmiştir. Bu bağlamda beş farklı grup için anket uygulaması ve mülakatlar yapılmıştır. Bu gruplar: Sıcak hava balon işletmeleri, oteller, yiyecek içecek işletmeleri, tur acenteleri ve hediyelik eşya satıcılarıdır. Yapılan çalışma sonucunda balon turizminin Kapadokya bölge ekonomisine olumlu katkılar sağladığı tespit edilmiştir. İncelemeler kapsamında son dönemlerde artan balon kazalarının önüne geçebilmek için devletin daha sıkı ve denetleyici tedbirler alması gerektiği, balon firmalarının gerek pilot gerekse yer ekibi olmak üzere tüm elemanlarının sıkı bir eğitimden geçerek daha kalifiyeli eleman çalıştırmaları gerektiği ve bölge halkından gelen en büyük şikayet arazi araçlarının balonun indiği yere ulaşmak için arazilere verdiği zararlar olduğu ve bu zararların ortadan kaldırılması ve arazi sahiplerinin uğradığı kayıplarının bertaraf edilmesi için balonların ineceği yerlerin daha planlı ve dikkatli bir şekilde belirlenmesi gerektiği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sıcak Hava Balonu, Kapadokya, Kırsal Turizm

*Bu çalışma Nevşehir HBV Üniversitesi BAP Koordinatörlüğüne desteklenen, NEÜBAP16 / 2S23 sayılı proje kapsamında yapılmıştır.

AN ANALYSIS ABOUT EFFECTS OF HOT AIR BALOON TOURISM ON CAPPADOCIA RURAL TOURISM

ABSTRACT

Turkey has a great tourism potential. It is surrounded by seas on three sides, is home to many civilizations and has a high tourism potential with its natural beauties. Cappadocia region, as one of the most beautiful examples of natural formations in the world has a distinct place in terms of country tourism. Cappadocia, which extends to Nevşehir, Aksaray, Niğde, Kırşehir and Kayseri provinces, has a geographical structure intertwined with nature. Balloon tours are an alternative and a tourism tool that makes the region more attractive and allows tourists to watch the bird's eye view from the sky.

Hot-air balloons are undoubtedly one of the most interesting aircraft in the history of aviation. The hot-air ballooning sector, which continues its activities in the Cappadocia Region in our country, has a leading position in the world with the annual number of domestic and foreign tourists that it catches. According to the data of the General Directorate of Civil Aviation, 6 licensed balloon enterprises and 31 balloons operating in Cappadocia region in 2002, the number of enterprises increased to 31 and the number of balloons increased to 260 in 2018.

Socio-economic effects of balloon tourism on Cappadocia Rural Tourism were examined for Nevşehir. In this context, surveys and interviews were conducted for five different groups. These groups are: hot-air balloon companies, hotels, food and beverage businesses, tour agencies and gift sellers. As a result of the study, it has been determined that balloon tourism contributes to the economy of Cappadocia region. Within the scope of the investigations, the state should take more strict and supervisory measures in order to prevent the increasing balloon accidents in the recent periods, that all the personnel of the balloon companies, both the pilot and the ground crew, must go through a rigorous training and employ more qualified personnel and the biggest complaint coming from the people of the region is the land balloon. It is revealed that there are damages to the land in order to reach the place, and the places where the balloons will land should be determined more carefully and carefully in order to eliminate these damages and to eliminate the losses suffered by the landowners.

Keywords: Hot-air Balloon, Cappadocia, Rural Tourism

1. GİRİŞ

Bir ülkeye ya da bir bölgeye turist çekmek amacıyla alınan ekonomik, kültürel, teknik vb. önlemlerin, yapılan çalışmaların tümü turizm olarak adlandırmaktadır. Ülkemiz turizm potansiyeli açısından zengin üç tarafı denizlerle çevrili ve dört mevsim turist alabilen bir yapıya

sahiptir. Ancak dünyada doğal oluşumların en güzel örneklerinin yer aldığı yörelerden biri olan Kapadokya Bölgesi ülke turizmi açısından ayrı bir yere sahiptir. Ülkemizde birçok ilin sınırları içerisinde yer alan Kapadokya dünyada eşi benzeri olmayan bir güzelliğe sahiptir. Nevşehir, Aksaray, Niğde, Kırşehir ve Kayseri illerine kadar uzanan Kapadokya güzellikleri doğayla iç içe olmuş durdadır. Ancak Kapadokya' yı daha cezbedici hale getiren turistlerin bölgeyi gökyüzünden kuş bakışı izleme şansı veren ve onların daha eğlenceli ve güzel vakit geçirmesini sağlayan balon turları olmuştur.

Havacılık tarihinde yer alan hava araçlarından en renklileri şüphesiz ki sıcak hava balonları olmuştur. Ülkemizde ise Kapadokya Bölgesi'nde faaliyetlerine devam eden sıcak hava balonculuğu sektörü, yakalamış olduğu yıllık ortalama 450 bin turist sayısı ile de dünyada lider konumda bulunmaktadır.

Tüm dünyada özellikle 1990'lı yılların başından itibaren markalaşarak ciddi sektör haline gelen balon turizmi; herkesin kendi zevk ve tercihlerine göre değişiklik arz etmektedir. Dünyada balon turizmi yapılan yerler ve özellikleri aşağıdaki gibidir;

-Arctic Gezisi: Dünyanın buz dağları üzerinde, sadece mavi deniz ve gökyüzünün beyaz buzdağları ile buluşturduğu bir gezi olanağı sunmaktadır.

-Sernegeti Ulusal Parkı: Turistlere Afrika kıtasının en güzel doğal görüntüsünü sunmaktadır.

-New Mexico, Amerika: Dünya'nın en büyük balon festivallerinden birinin yapıldığı bu özel bölge Amerika kıtasına gelen turistlere kayalık dağların, uçsuz bucaksız kumlar ile çevrili çöllerin manzarasını sunmaktadır.

-Yarra Vadisi Avustralya: Dünyanın en önemli şarapçılık merkezlerinden birisi olan Yarra Vadisi, Melburn'dan sadece bir saat uzaktadır ve güzel doğa ile Yarra Nehri'ne eşlik eden ve zıplayan kanguruları görmek isteyen turistler için vazgeçilmez bir tercih olmaktadır.

-Bagan Myanmar: Hindistan Myanmar bölgesinde, çok tarihi ve arkeolojik alanın içerisinde olan Bagan Bölgesi; turistlerin özellikle Budist dininin tapınaklarını ve mimari farklılıklarını balon ile seyahat edilerek görülmesini sağlamaktadır.

-Tuscana İtalya: Bölgenin sahip olduğu yeşillerin vadisi, zeytin ağaçları ve bağları sıcak hava balonlarıyla ziyaret edilmektedir.

-İsviçre Chateau- D'Òex: Avrupa'nın en güzel ülkelerinden birisi olan İsviçre, şubat aylarında gelenekselleşmiş balon festivaliyle İsviçre'nin karlı Alp dağlarını, yemyeşil vadilerini turistlere sunmaktadır.

-Bromo Dağı, Java Endonezya: Son yıllarda daha fazla yeni gelişen bir destinasyon olarak karşımıza çıkan Endonezya'nın Bromo dağı bölgesi, kendine özgü doğası ve halkının sıcaklığıyla ün yapmış bir balon destinasyonu konumuna gelmiştir.

-Bristol İngiltere: Son yıllarda; klasik balonların yerini çok renkli ve değişik şekillerde sunulan bir merkez haline dönüşmüş bir yerdir. Hiç beklenmedik hızda büyüyen Bristol Sıcak hava balon festivaline İngiltere ve dünyanın birçok yerinden festivale katılmak için insanlar gelmektedir.

Görüldüğü gibi aslında dünyada birçok yerde balon turizmi yapılmaktadır. Ancak Kapadokya bu saydığımız alanların içerisinde Dünya da ikinci sırada yer almaktadır. Benzersiz peribacalarının ve üzüm bağlarının vadiler içerisinde yayılan kiliselerini görmek Kapadokya bölgesinin bu onumu hak ettiği bir göstergesidir.

Yılda yaklaşık olarak 300 gün uçabilen, dünyada eşi benzeri başka ülkede olmayan bir potansiyele sahip olan Kapadokya bugün yaklaşık olarak 600 milyon dolarlık turizm gelirinin 85 milyon dolarını, balon turizminden sağlamaktadır. Kapadokya Bölgesi'nde 1991'de Türk Hava Kurumu ile başlayıp 2006'da diğer işletmelerin açılmasıyla ivme kazanan ve bir uçuşun 90 ile 250 avro arasında değiştiği sıcak hava balonculuğu bölgenin katma değeri yüksek ekonomik getiri kaynaklarından birisidir ve şu anda 25 adet balon işletmesi 180 balon ile Nevşehir ilinde turistlere hizmet vermektedir. Balon turizm potansiyeli yüksek olan bölgemizin bu potansiyelini koruması ve rakip ülkelerle rekabet edebilmesi için potansiyelini daha da geliştirmesi gerekmektedir.

2. AMAÇ VE KAPSAM

Araştırma ile Türkiye'nin en önemli turizm destinasyonlarından biri olan Kapadokya Bölgesindeki Sıcak Hava Balonlarının, Bölgesel Kalkınma ve Kapadokya Kırsal Turizmi üzerindeki sosyo-ekonomik etkilerinin analiz edilmesi ve bunun sonucunda her yıl 2,5-3 milyon turist ziyaret ettiği ve ülkemizde turizm potansiyeli en yüksek bölgelerden biri Kapadokya'nın turizminin gelişmesine katkı sağlaması hedeflenmektedir.

Çalışma kapsamında sıcak hava balonlarından kaynaklı turizm değerlerinin Kapadokya Kırsal Turizmine ve Bölgesel kalkınma kapsamında içerisinde bulunduğu Kapadokya üzerindeki sosyo-ekonomik etkileri incelenmiştir. Bu kapsamda sıcak hava balon işletmeleri, oteller, yiyecek içecek işletmeleri, tur acenteleri ve hediyelik eşya satıcılarından oluşan beş farklı grup incelenmiştir.

3. YÖNTEM

Araştırmanın bağımsız değişkeni, sıcak hava balon turizmi; bağımlı değişkenleri ise Kapadokya kırsal turizmi ve bölgesel kalkınmadır. Araştırmanın amacı doğrultusunda hem nitel hem de nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden "sözlü iletişim yoluyla veri toplama tekniği" (Karasar, 2009: 165) olarak tanımlanan görüşme tekniği

(derinlemesine görüşme) kullanılmıştır. Nicel araştırma yöntemlerinden ise anket tekniği kullanılmıştır. Anket; yapılan görüşmeler ve literatür taraması sonucu oluşturulacak ölçeklerden oluşmuştur. Ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Geçerlilik, ölçmek istenilen kavramın ölçülüp ölçülmediğini kontrol eder (Sekaran, 2003: 205) ve içerik geçerliliği, tahmini geçerlilik, eşzamanlı geçerlilik ve yapısal geçerlilik olarak sınıflandırılabilir (Dinç ve Abdioğlu, 2009: 171-172).

Araştırmada, anketin geçerliğinin doğrulanmasında içerik geçerliliği kullanılmıştır. İçerik geçerliliği, anketin yeterli sayıda ve ölçülmek istenen olguyu temsil edebilecek soruları içerdiğinden emin olmak için yapılır (Altunışık vd., 2007: 113). İçerik geçerliliği, “ölçek haline getirilen kavram ve onun açıklanmasındaki eksiksizlik” ve “ölçekteki tutum cümlelerinin kavramı temsil etme derecesi” olmak üzere iki konunun incelenmesini içermektedir. İçerik geçerliliği için kullanılan en yaygın yöntem, konu ile ilgili uzman kişilerin görüşlerinin alınmasıdır (Baş, 2001: 188). Anket sorularının hazırlanması sürecinde öğretim üyelerinin ve sektör temsilcilerinin görüş ve düşüncelerinin alınması ve pilot çalışma sırasında anketlerin içeriği ve anlaşılabilirliği konusunda herhangi bir sorun olup-olmadığı tespit edilerek, anketlerin içerik geçerliliğine sahip olduğu ortaya konulmuştur.

Güvenilirlik, bir testin veya ölçeğin ölçmek istediği şeyi tutarlı ve istikrarlı bir biçimde ölçme derecesidir (Altunışık vd., 2007: 114). Diğer bir ifade ile güvenilirlik, aynı şeyin bağımsız ölçümleri arasındaki tutarlılıktır (Baş, 2001: 185). Karasar (2009: 148) ise güvenilirliği, ölçülmek istenilen belli bir şeyin sürekli olarak aynı sembollerini alması, aynı süreçlerin izlenmesi ve aynı ölçütlerin kullanılması ile aynı sonuçların alınması olarak tanımlamaktadır.

Bir ölçeğin geçerli olması için, güvenilir olması gerekir; ancak güvenilir olması, geçerli olduğu anlamına gelmez. Bir ölçeğin güvenilirliğini ölçmede çeşitli yaklaşımlar kullanılmaktadır. Bunlar (Altunışık vd., 2007: 115): Test-yeniden test, alternatif form, ikiye bölme yöntemi ve alfa yöntemi (Cronbach's Alpha katsayısı). Araştırmada güvenilirliği ölçmek için Cronbach's Alpha katsayısı kullanılmıştır. Cronbach's Alpha (α) katsayısının 0,70'in üzerinde olması, genellikle ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Araştırmanın evreni, sıcak hava balon işletmeleri, oteller, yiyecek içecek işletmeleri, tur acenteleri ve hediyelik eşya satıcılarından oluşan beş farklı gruptan oluşmaktadır. Araştırmada, hakkında bilgi edinilmek istenilen topluluğu oluşturan bütün birimlerin gözlenmesi (Serper ve Aytaç, 2000: 1) şeklinde tanımlanan, “tam sayım yöntemi” esas alınmıştır. Bu bağlamda Sivil Havacılık Kurumu'ndan alınan verilere dayanarak bölgede sıcak hava balon alanında faaliyet gösteren bütün işletmelere ve İl Turizm Müdürlüğü'nden alınacak verilere göre Turizm İşletme Belgeli bütün otel işletmeleri yöneticileri ile hem görüşme yapılmış hem de anket

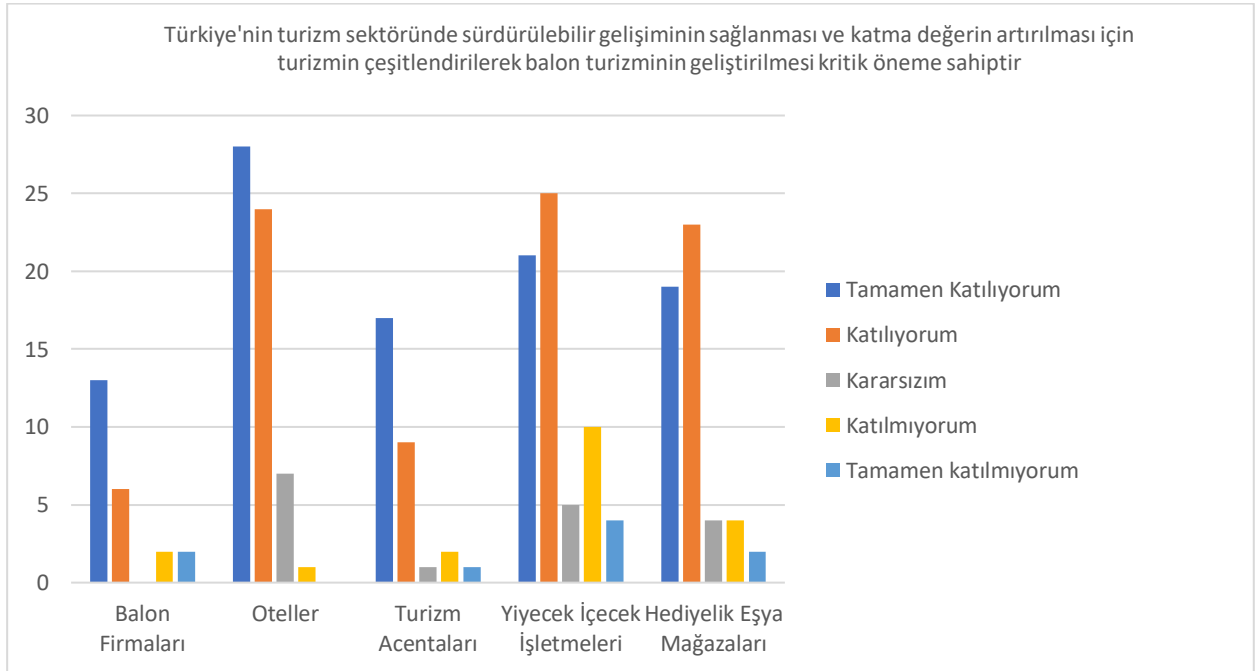
uygulanmıştır.

Görüşme sonucu elde edilen verilere içerik analizi uygulanmıştır. İçerik analizi, belli bir kavramın bir konuşma ya da yayında ne kadar oranda kullanıldığını saptamak olarak ifade edilebilir. Anket tekniği sonucu elde edilecek veriler ise SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) programı kullanılarak analiz edilmiştir. Bu çerçevede; merkezi eğilim ölçütleri (mod, medyan, aritmetik ortalama) ile yüzde ve frekans değerleri çapraz tablo verileri şeklinde açıklanmıştır.

4. ANKET SONUÇLARI

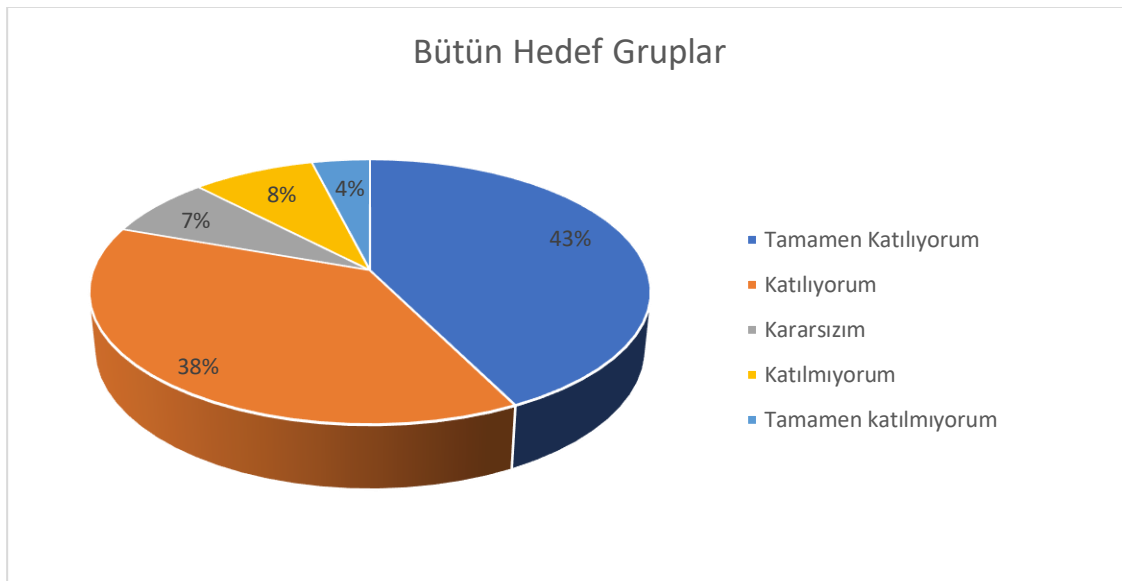
Kapadokya bölgesinde faaliyet gösteren Sıcak Hava Balon Firmalarının Bölgesel Kalkınma ve Kapadokya Kırsal Turizmi üzerindeki sosyo-ekonomik etkilerini analiz etmek amacıyla yapmış olduğumuz anket çalışmasında 5 farklı hedef grup seçilmiştir. Hedef gruplarımız; balon firmaları, oteller, turizm acenteleri, yiyecek içecek işletmeleri ve hediyelik eşya mağazaları olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda Nevşehir ilinde Ürgüp, ,Avanos ilçeleri ve Göreme, Uçhisar beldelerinde faaliyet gösteren 5 hedef gruba ulaşılmıştır.

Aşağıdaki grafiklerde anketimizin başlangıcında yer alan “Türkiye'nin turizm sektöründe sürdürülebilir gelişiminin sağlanması ve katma değer artırılması için turizmin çeşitlendirilerek balon turizminin geliştirilmesi kritik öneme sahiptir.” Görüşüne 5 hedef grubumuzun vermiş olduğu yanıtların oranları yer almaktadır.



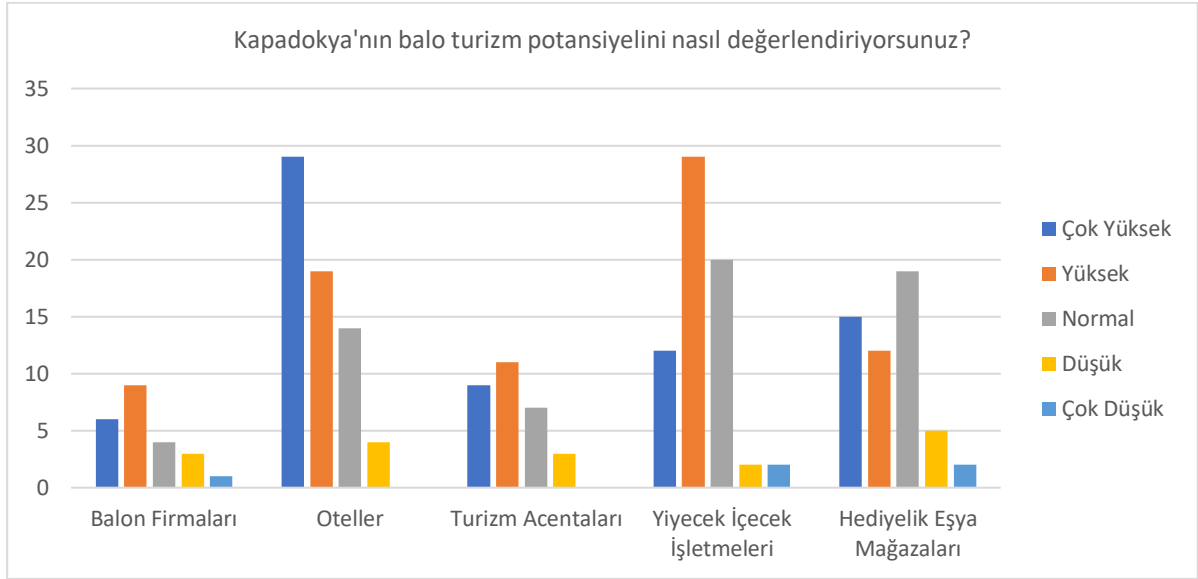
Grafikten açıkça anlaşılacağı üzere balon firmalarında çoğunluk tarafından anketimizin ilk görüşüne tamamen katılıyorum cevabı verilmiştir. Daha sonra ise katılıyorum cevabı verilmekle birlikte katılmıyorum ve tamamen katılıyorum cevapları neredeyse eşit şekilde

verilmiştir. Oteller en fazla tamamen katılıyorum yanıtı vermiştir. Daha sonra katılıyorum ve ardından kararsızım yanıtları verilmiştir. Katılmıyorum yanıtı çok düşük bir oranda verilirken tamamen katılmıyorum yanıtını veren kimse olmamıştır Turizm acentelerine baktığımızda yine tamamen katılıyorum ve katılıyorum cevabı çoğunluktadır. Kararsızım, katılmıyorum ve tamamen katılmıyorum yanıtları ise çok düşük oranlarda kalmıştır. Yiyecek içecek işletmeleri ile hediyelik eşya mağazalarının verdiği cevaplarda ise katılıyorum şikkı ağırlıktadır. Daha sonra iki grupta da tamamen katılıyorum yanıtları yer alırken diğer seçenekler azınlıkta kalmıştır. Genel olarak baktığımız da görüşe katılmayan ve tamamen katılmıyorum yanıtı veren kişi sayısı azınlıktadır.



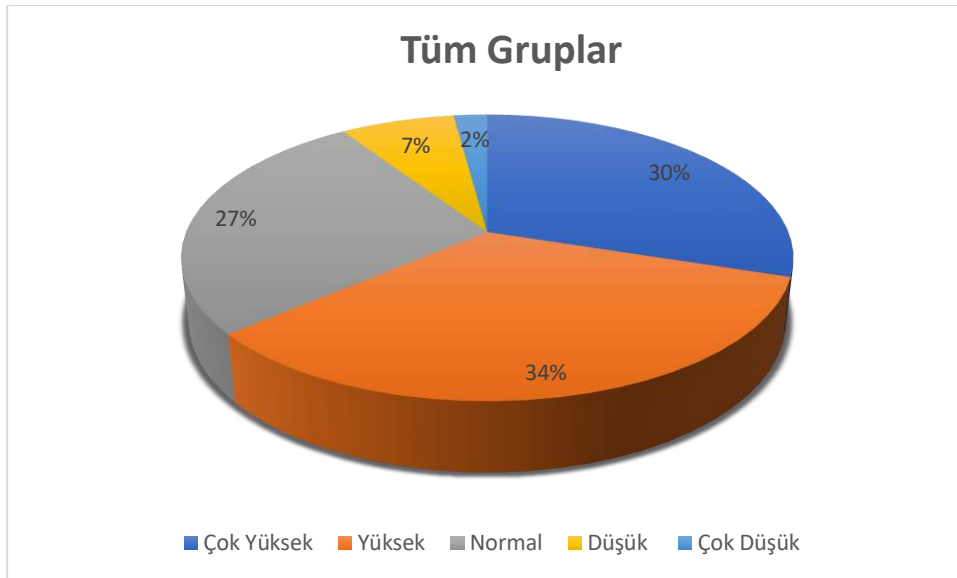
Yukarıdaki pasta grafiğimizde 5 hedef grubumuzun anketimize vermiş olduğu cevaplar toplu bir şekilde değerlendirilmiştir. Grafiğimizi incelediğimizde hedef gruplarımızdan %43 ününün yani neredeyse yarısının anketimizin ilk görüşüne tamamen katılıyorum cevabı verdiği görülmektedir. Kalan kişiler ise %38'i katılıyorum, %7 kararsızım, %8 katılmıyorum ve %4 tamamen katılmıyorum şeklinde yanıtlamıştır. Genel çerçevede değerlendirdiğimizde Türkiye'nin turizm sektöründe sürdürülebilir gelişiminin sağlanması ve katma değer artırılması için balon turizminin geliştirilmesi kritik öneme sahiptir görüşü çoğunlukla kabul görmüştür.

Anketimizde hedef grubumuza “Kapadokya'nın balon turizm potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Aşağıda 5 hedef sektörün sorumuza vermiş olduğu yanıtlar grafik şeklinde verilmiştir.



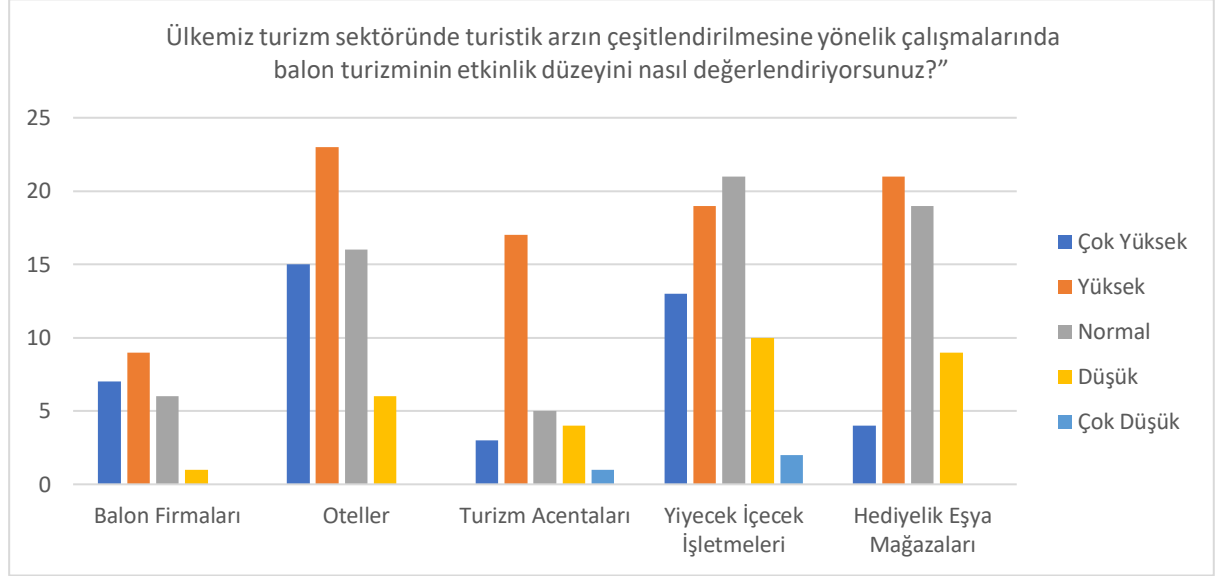
Grafiğimizi incelediğimizde çok yüksek ve yüksek cevaplarının çoğunlukta olduğunu görmekteyiz. Balon firmalarında en fazla yüksek cevabı alınırken çok az bir kesim çok düşük cevabı vermiştir. Otellerde ise en fazla çok yüksek cevabı verilirken çok düşük cevabı veren kişi yoktur. Turizm acenteleri ve yiyecek içecek işletmeleri de yoğunlukta yüksek cevabı verirken hediyelik eşya mağazaları en fazla normal cevabı vermiştir.

Yöneltiğimiz sorumuzun cevaplarını sektör gözetmeksizin toplu bir şekilde değerlendirdiğimizde aşağıdaki grafik elde edilmiştir.

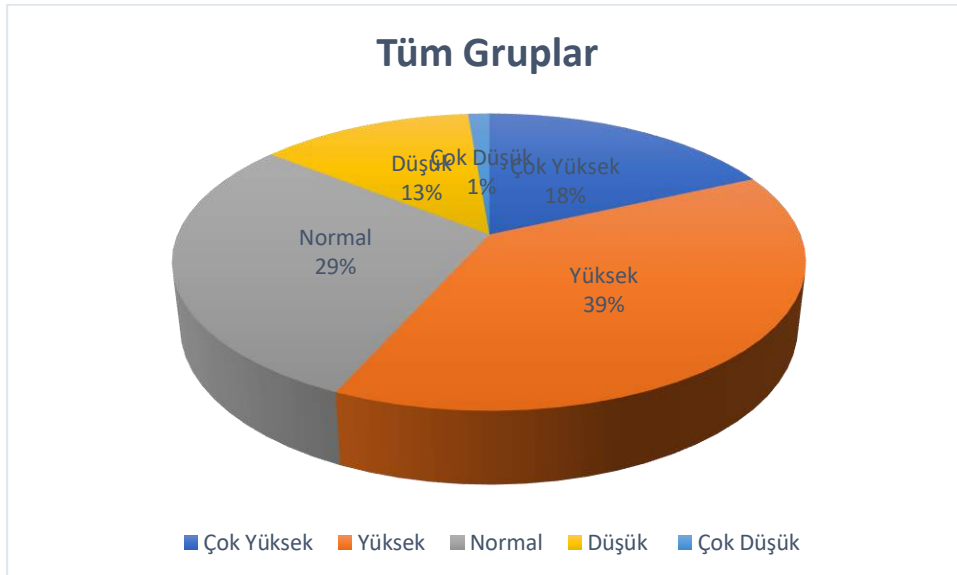


Pasta grafiğimizi incelediğimizde anketlerimizin %34 ünde yüksek cevabı alınırken %30'luk kısmı da çok yüksek cevabı alınmıştır. Grafiğimizden Kapadokya Bölgesi'nin balon turizm potansiyelinin yüksek olduğu sonucu çıkarılmaktadır.

Anketimizde hedef gruplarımıza yönelttiğimiz 3. sorumuz “Ülkemiz turizm sektöründe turistik arzın çeşitlendirilmesine yönelik çalışmalarında balon turizminin etkinlik düzeyini nasıl değerlendiriyorsunuz?” şeklindedir.

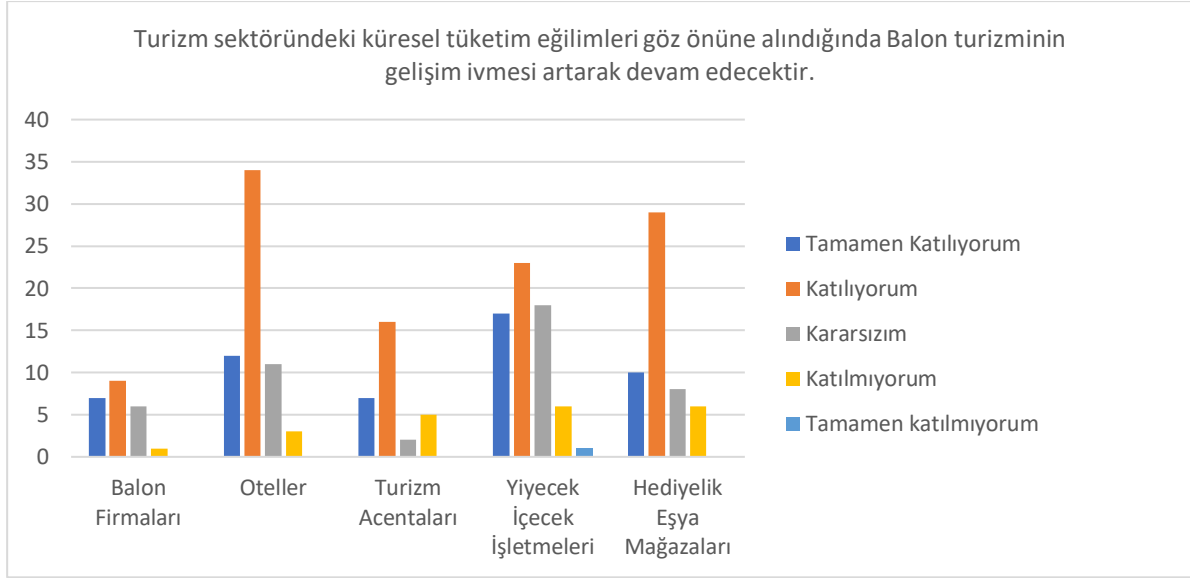


Grafiğimizi dikkatli bir şekilde incelediğimizde yiyecek içecek işletmeleri dışında diğer 4 farklı grubumuz en fazla yüksek cevabı vermiştir. Yiyecek içecek işletmeleri ise normal cevabı en yüksek vermiştir ancak yüksek cevabı arasında çok bir fark görülmektedir. Çok düşük cevabı ise 3 grubumuzda hiç yanıtlanmamışken diğer 2 grubumuzda çok az kişi tarafından cevaplanmıştır.

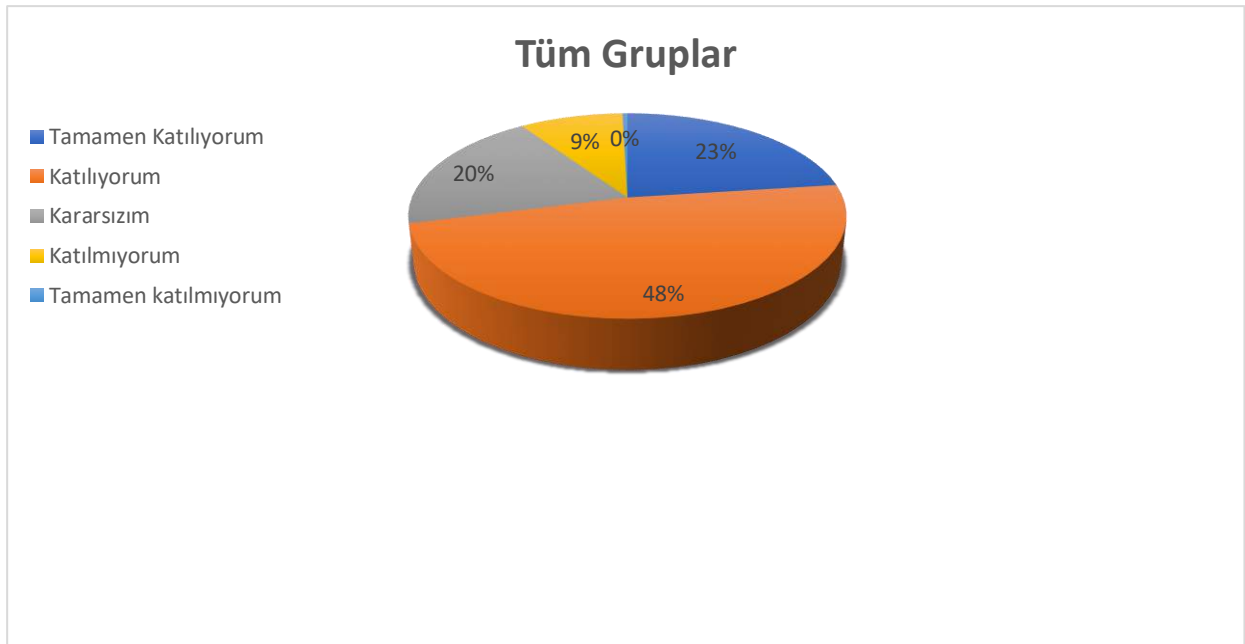


Pasta grafiğimize baktığımızda yüksek cevabının yoğunlukta olduğu ve %39'luk kesimin bu cevabı verdiği görülmektedir. Çok düşük cevabının ise yalnızca %1'lik kesim tarafından yanıtlandığını ve ülkemiz turizm sektöründe turistik arzın çeşitlendirilmesine yönelik

çalışmalarında balon turizminin etkinlik düzeyinin yüksek olduğu sonucuna varılmaktadır. “Turizm sektöründeki küresel tüketim eğilimleri göz önüne alındığında Balon turizminin gelişim ivmesi artarak devam edecektir.” görüşü anketimizin 4. Sorusu olarak yöneltilmiştir. Aşağıdaki grafikte görüşümüze gelen yanıtlar ayrıntılı bir şekilde yer almaktadır.



Anketimizin 5 hedef grubunda da katılıyorum cevabı en yüksek verilen cevap olarak çıkmıştır. Özellikle oteller ve hediyelik eşya mağazalarında açık ara farkla katılıyorum yanıtı verildiği dikkat çekmektedir.

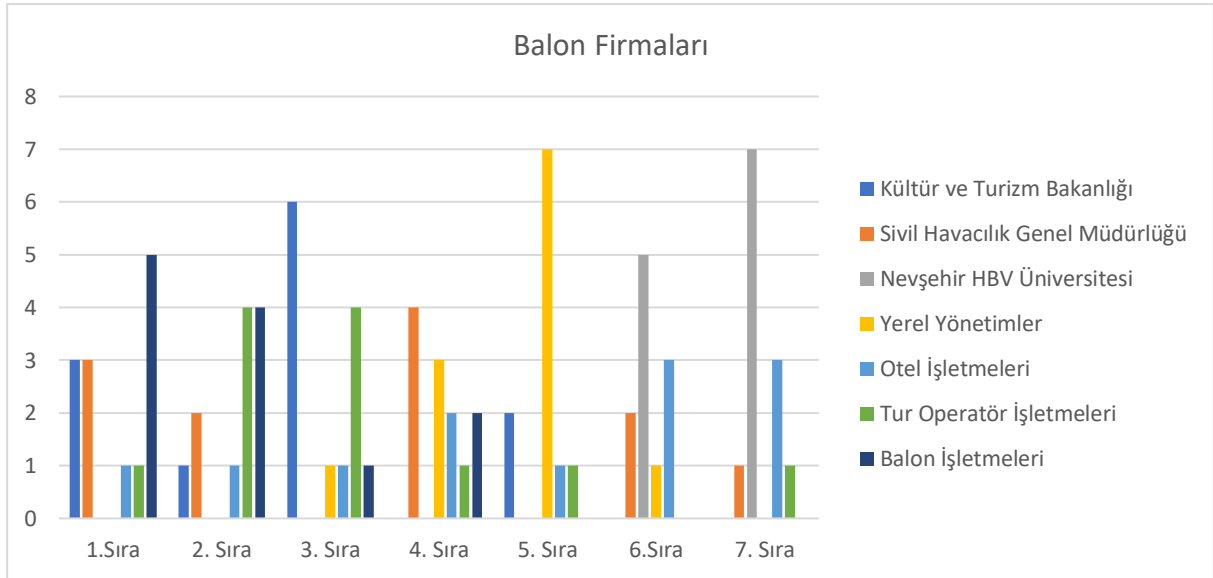


Pasta grafiğimizde ankete cevap verenlerin %48 lik kesiminin yani yarısının katılıyorum yanıtı verdiği daha net bir şekilde görülmektedir. Grafikte dikkat çeken bir diğer unsur ise tamamen

katılmıyorum yanıtının kimse tarafından tercih edilmediğidir. Böylece hedef gruplarımıza yönelttiğimiz “Turizm sektöründeki küresel tüketim eğilimleri göz önüne alındığında Balon turizminin gelişim ivmesi artarak devam edecektir.” görüşü çoğunluk tarafından kabul görmüştür.

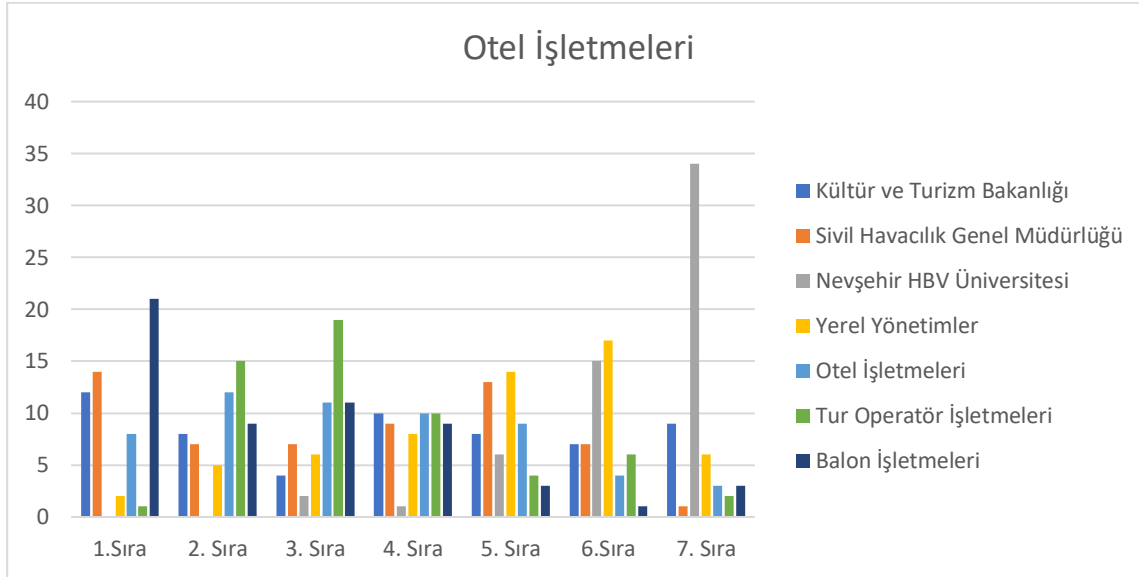
Anketimizin 5. kısmında anket yaptığımız kişilerden Kapadokya Bölgesi’nde balon turizminin gelişmesinde; Kültür ve Turizm Bakanlığı, Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Yerel Yönetimler, Otel İşletmeleri, Tur Operatör İşletmeleri ve Balon İşletmeleri aktörlerini önem sırasına göre sıralandırmalarını talep ettik. Şimdi 5 hedef grubumuzun bu aktörleri nasıl sıraladıklarını ayrı ayrı inceleyelim.

Aşağıdaki grafiğimizde ilk hedef grubumuz olan balon firmalarının verdikleri cevapları inceleyelim.

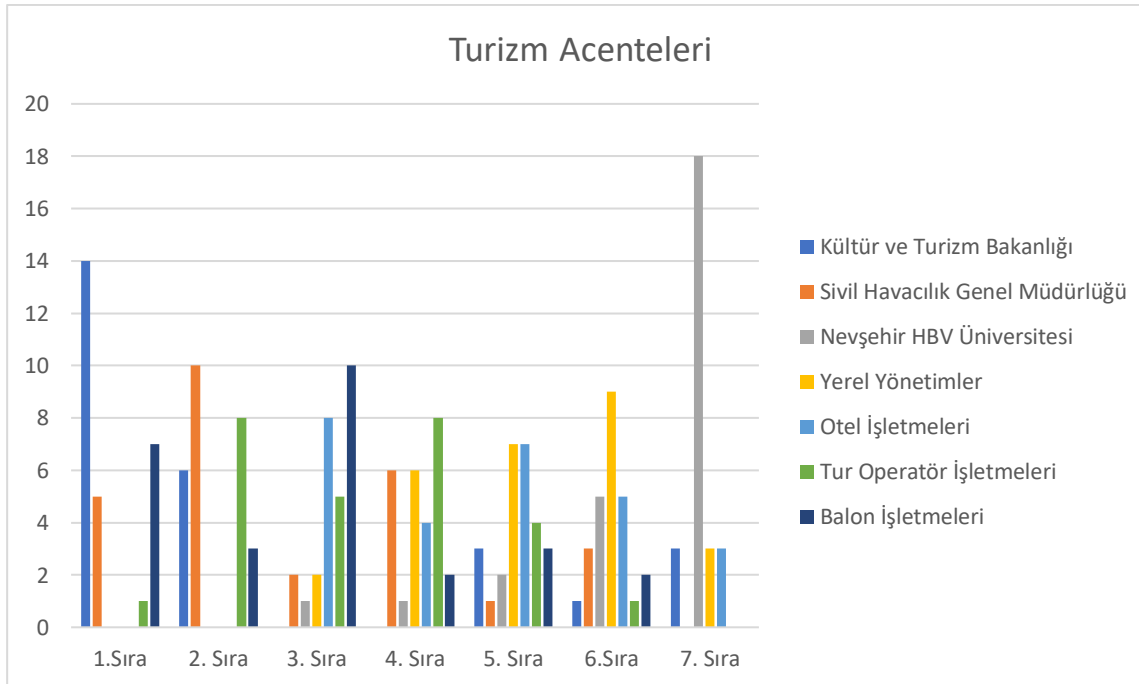


Balon firmalarının verdikleri cevapları incelediğimizde Kapadokya Bölgesi’nde balon turizminin gelişmesinde en önemli aktör olarak Balon işletmeleri cevabını verdikleri görülmektedir. 2. sırada tur operatör işletmeleri ve yine balon işletmeleri aynı puanı alırken 3. sırada Kültür ve Turizm Bakanlığı yer almıştır. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü 4. sırada yer alırken 5. sırada yerel yönetimler açık ara farkla seçilmiştir. 6 ve 7. Sıraya baktığımızda ise büyük farkla Nevşehir Üniversitesi seçilmiştir.

Otel işletmelerinin verdiği cevaplara baktığımızda yine balon işletmelerinin 1. sırada açık ara farkla önde olduğunu görmekteyiz.

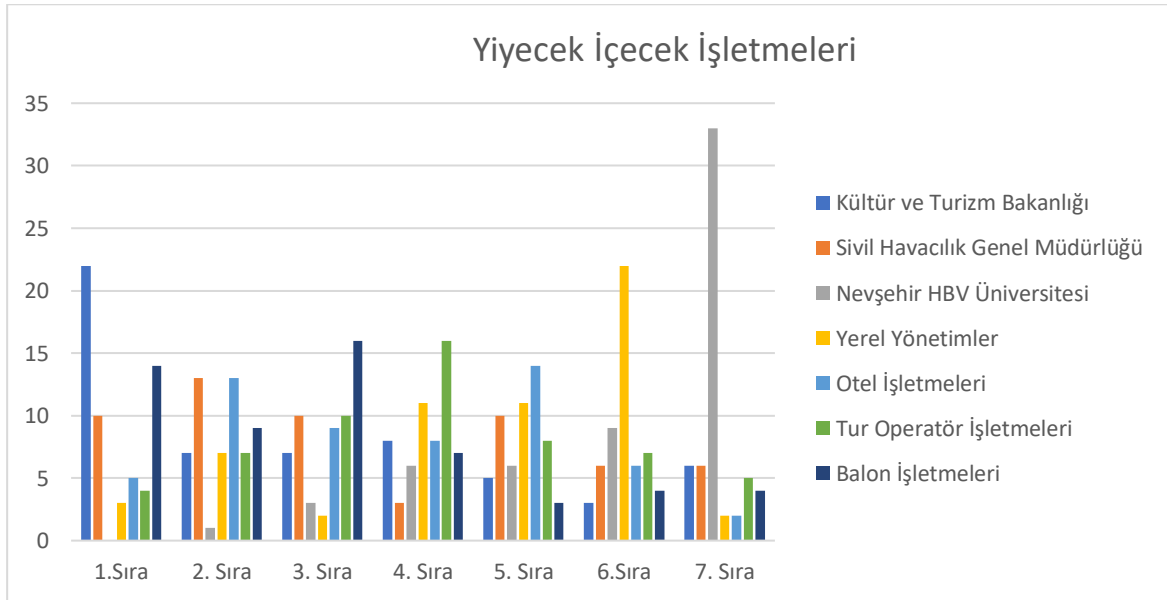


Tablomuza baktığımızda 2. ve 3. sırada tur operatör işletmelerinin yüksek olduğunu ve yine 3. Sırada otel işletmeleri ile balon işletmelerinin aynı düzeyde olduğu görülmektedir. 4. sırada Nevşehir Üniversitesi hariç diğer tüm aktörler neredeyse eşit tercih edilmiştir. 5. sırada yerel yönetimler ve sivil havacılık birbirine yakinken yerel yönetimler az farkla öne çıkmıştır. 6. Sırada ise yine yerel yönetimler öne çıkmıştır. 7. sıraya baktığımızda maalesef Nevşehir Üniversitesi balon turizminin gelişmesinde en önemsiz aktör olarak seçildiğini görmekteyiz.

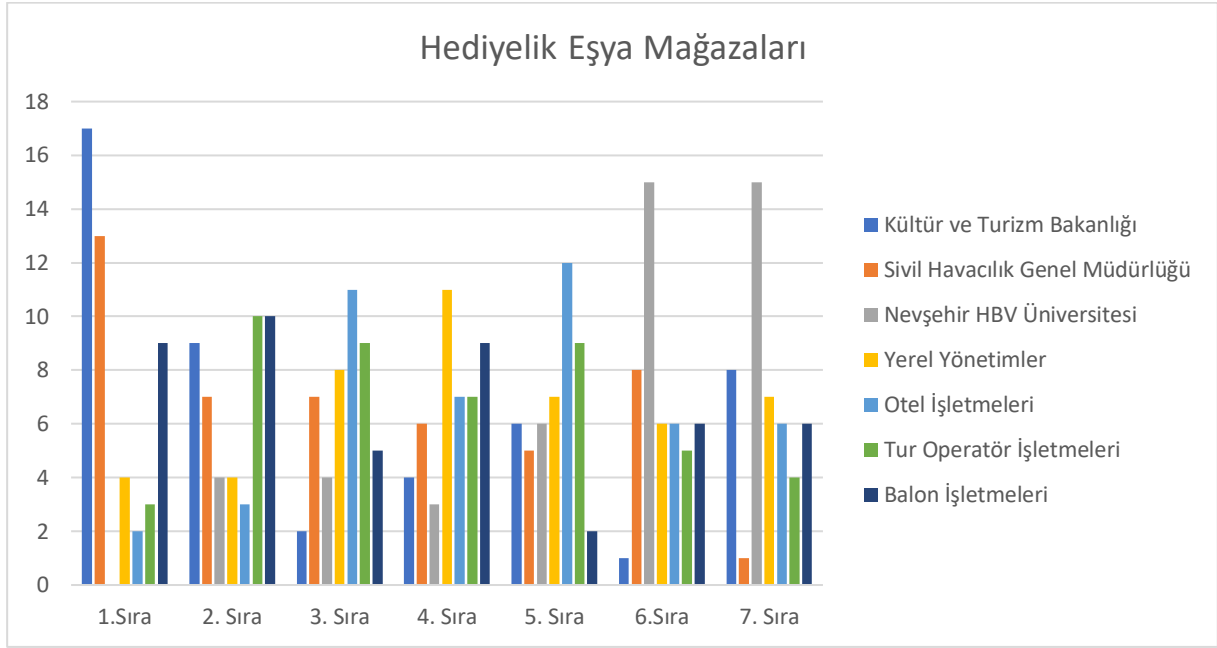


Yukarıdaki grafiğe baktığımızda Turizm Acentelerinin vermiş olduğu yanıtları görmekteyiz. 1. sırayı Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2. sırayı Sivil Havacılık, 3. sırayı balon işletmeleri, 4. sırayı ise tur operatör işletmelerinin aldığı açıkça görülmektedir. 5. Sırada yerel yönetimler ve otel işletmeleri aynı sayıda tercih edilmiştir ancak 6. Sırada yerel yönetimlerin daha fazla seçildiği açıkça ortadadır. 7. Sıraya geldiğimizde ise yine Nevşehir Üniversitesi büyük farkla öne çıkmış ve son sıradaki yerini korumaya devam etmiştir.

Aşağıda 4. Hedef grubumuz olan Yiyecek İçecek İşletmelerinin verdiği yanıtlara baktığımızda Kültür ve Turizm Bakanlığının 1. Sırada ve Nevşehir Üniversitesinin 7. Sırada olduğunu net bir şekilde görmekteyiz.



2. sırada sivil havacılık genel müdürlüğü ve otel işletmeleri aynı sayıda tercih edilirken 3. Sırada balon işletmeleri, 4. Sırada tur operatör işletmeleri, 5. Sırada otel işletmeleri ve 6. Sırada yerel yönetimler yer almaktadır.



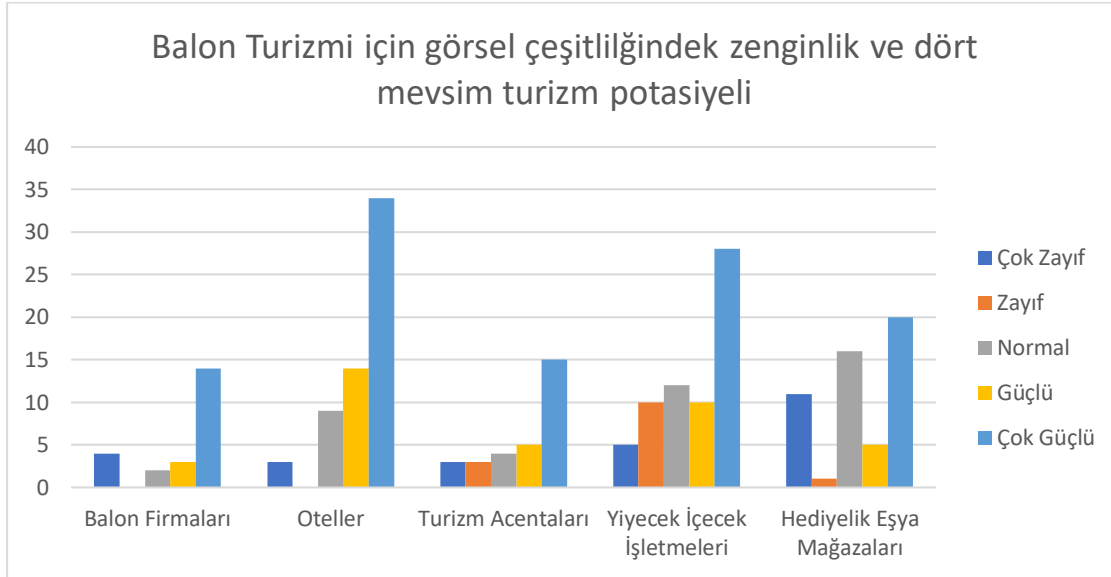
Yukarıda son hedef grubumuz olan hediyelik eşya mağazalarının verdiği yanıtların grafiği yer almaktadır. Hediyelik eşya mağazacılarına göre balon turizminin gelişmesindeki en önemli aktörün Kültür ve Turizm Bakanlığı olduğu ve en nemsiz aktörün ise Nevşehir Üniversitesi olduğu görülmektedir. İkinci sırada tur operatörleri ve balon işletmeleri aynı sayıda tercih edilmiştir. 3. Sıraya baktığımızda otel işletmeleri ve 4. Sırada yerel yönetimler yer almaktadır. 5. Sırada yine otel işletmeleri önde iken 6. Sırayı Nevşehir Üniversitesi ve ardından Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü takip etmektedir.

Anketimizin bu bölümünde genel bir değerlendirme yapacak olursak balon turizminin gelişmesinde en önemli aktörün çoğunluk tarafından Kültür ve Turizm Bakanlığı olarak cevapladığı ve en önemsiz aktörün ise Nevşehir Üniversitesi olduğu sonucuna ulaşabiliriz.

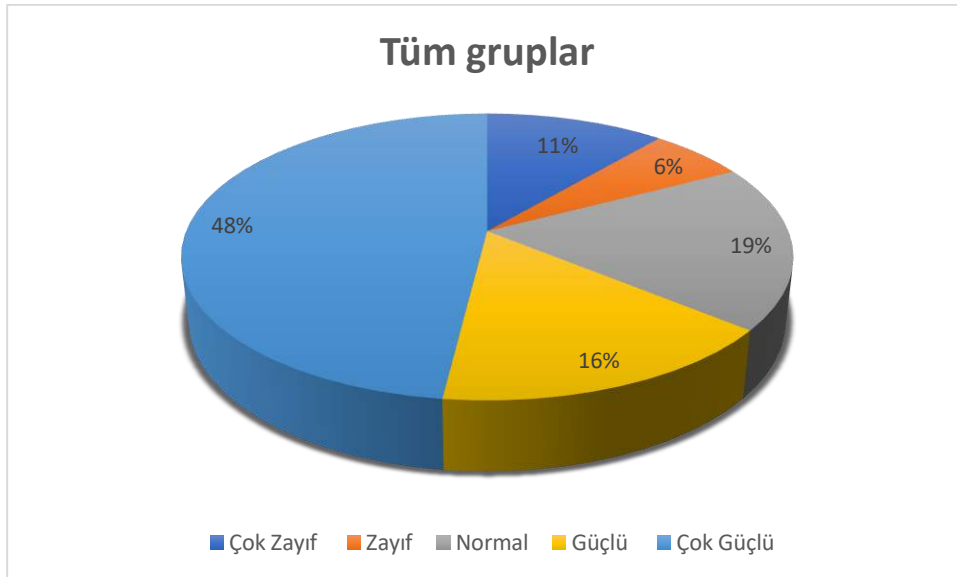
Anketimizin altıncı sorusunda Kapadokya Bölgesinin güçlü yönlerini değerlendirdik. Hedef gruplarımıza Kapadokya bölgesinin 5 adet özelliğini sunduk bu özellikler;

- a) Balon turizmi için görsel çeşitliliğindeki zenginlik ve dört mevsim turizm potansiyeli
- b) Nevşehir ve Kayseri havalimanı ile ulaşım kolaylığı
- c) Rakip ülkelere kıyasla eşdeğer kalitedeki balon turizm ürünlerinin daha düşük fiyat ile sunulması
- d) Alternatif turizm arzında değerlendirilebilecek genç ve dinamik nüfus
- e) Zengin folklorik ve kültürel öğelere sahip konukseverlik yönü ağır basan egzotik kültür

Hedef grubumuzdan saydığımız bu 5 özelliğin 1(çok zayıf) ile 5(çok güçlü) arasında değerlendirmelerini istedik. İlk olarak (a)şıkkına ne cevap verdiklerini görelim.

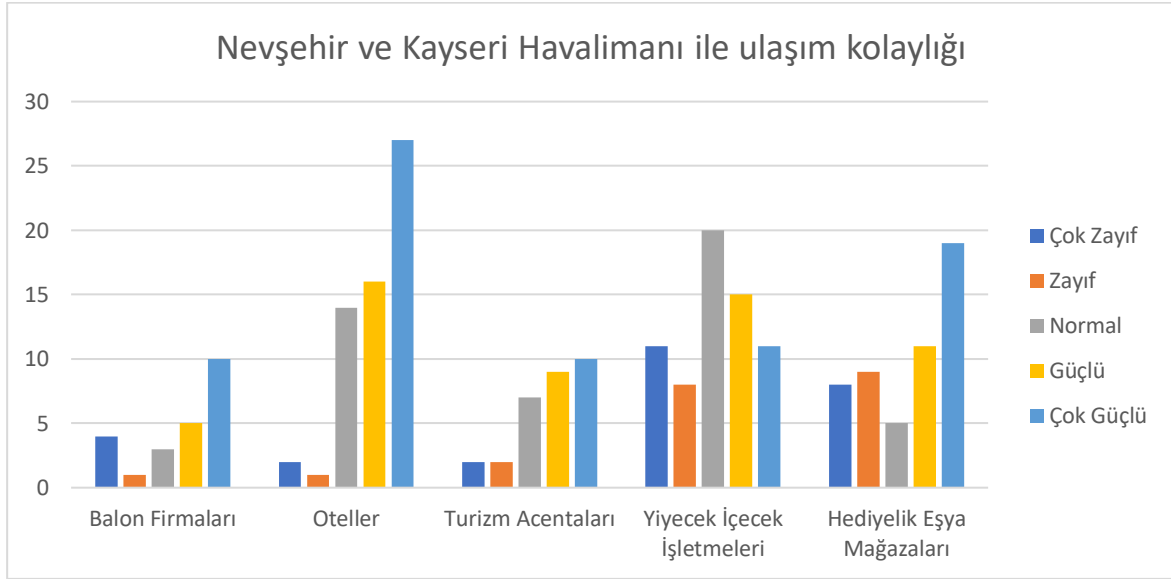


Yukarıdaki grafikten kolayca anlaşılacağı gibi 5 hedef grubumuzda çok güçlü yanıtı ağırlıklı olarak tercih etmiştir.

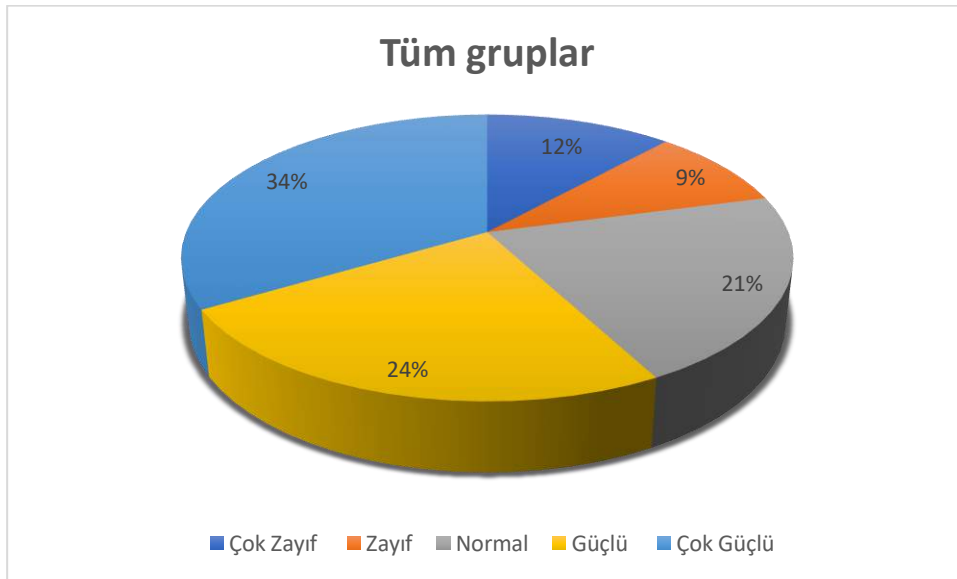


Anketimize katılan kişilerin %48 i çok güçlü ve %16'sı güçlü yanıtını vermiştir. Buradan çıkaracağımız sonuç Kapadokya bölgesinin balon turizmi için görsel çeşitliliğindeki zenginlik ve dört mevsim turizm potansiyelinin çok güçlü olduğudur.

Hedef guruplarımızın “b” şikkına yani “Nevşehir ve Kayseri havalimanı ile ulaşım kolaylığı” nı nasıl değerlendirdikleri aşağıdaki grafikte görülmektedir.

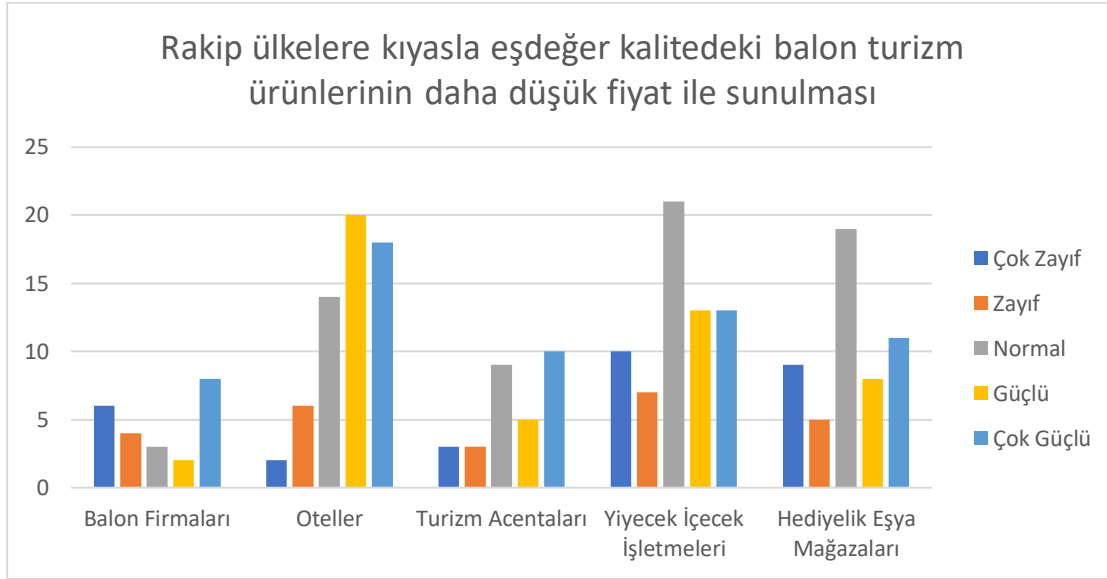


Yiyecek içecek işletmeleri hariç diğer 4 hedef grubumuz Nevşehir ve Kayseri havalimanı ile ulaşımın kolaylığının çok güçlü olduğu yanıtını vermiştir. Yalnızca yiyecek içecek işletmeleri normal yanıtını vermiştir.

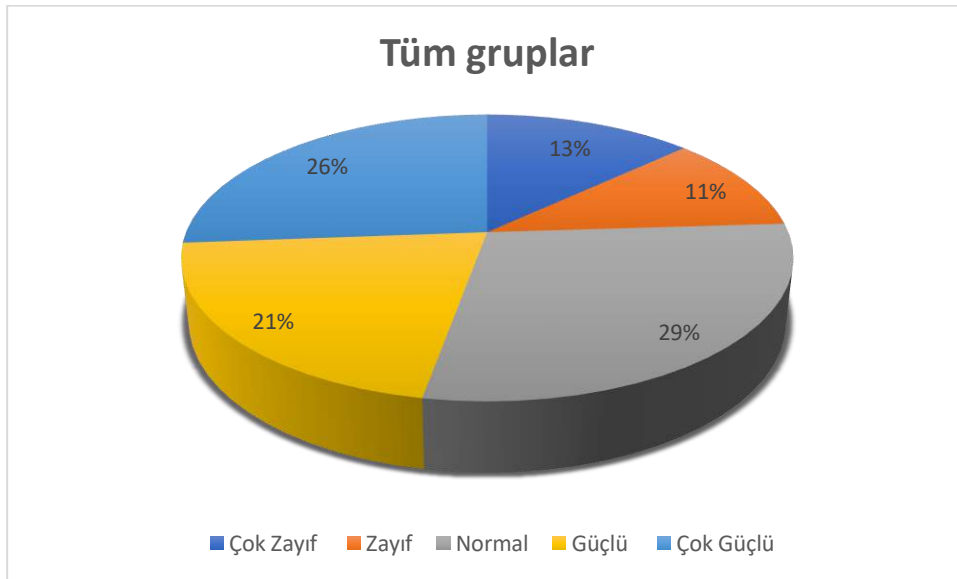


Pasta grafiğimize baktığımızda %34 lük kesimin çok güçlü, %24 lük kesimin ise yüksek yanıtı verdiği görülmektedir.

Rakip ülkelere kıyasla eşdeğer kalitedeki balon turizm ürünlerinin daha düşük fiyat ile sunulması görüşüne yanıtlar aşağıdaki gibidir.

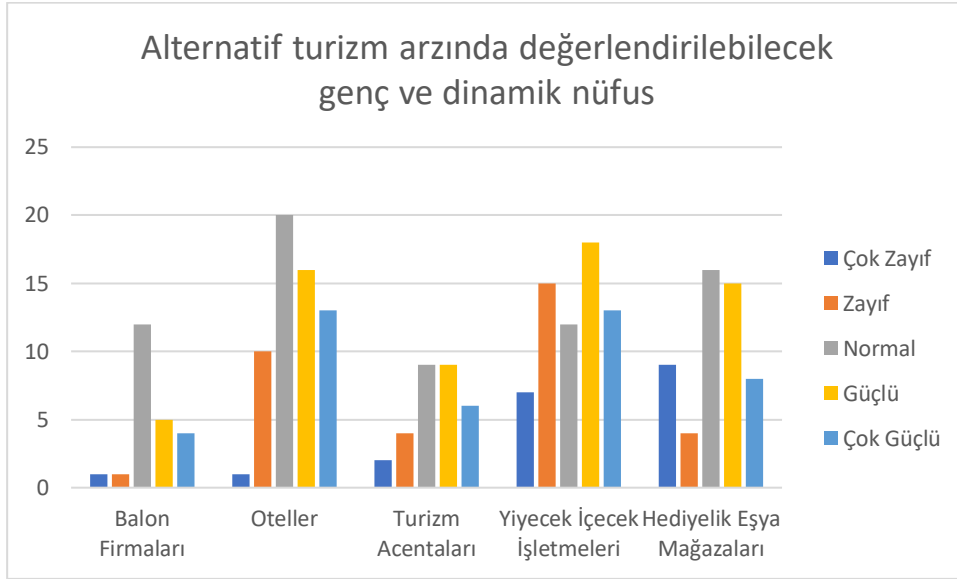


Balon firmaları ve turizm acentaları bu görüşümüze çoğunlukla çok güçlü yanıtı verirken oteller güçlü, yiyecek içecek işletmeleri ve hediyelik eşya mağazaları ağırlıklı olarak normal yanıtı vermiştir.

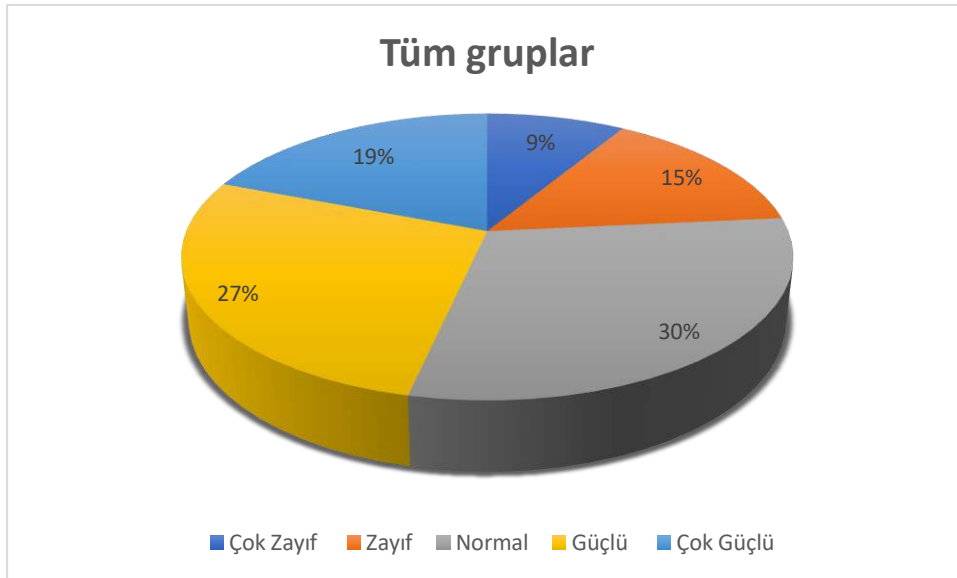


Genel bir değerlendirme yaptığımızda ise %29'luk kesimin normal yanıtı verdiğini görmekteyiz. Kalan cevaplara baktığımızda ise %26 çok güçlü, %21 güçlü, %13 çok zayıf ve %12 zayıf yanıtları verildiği görülmektedir.

6. sorumuzun “d” şikkını yani” Alternatif turizm arzında değerlendirilebilecek genç ve dinamik nüfus” görüşünü değerlendirdiğimizde aşağıdaki grafik ortaya çıkmaktadır.

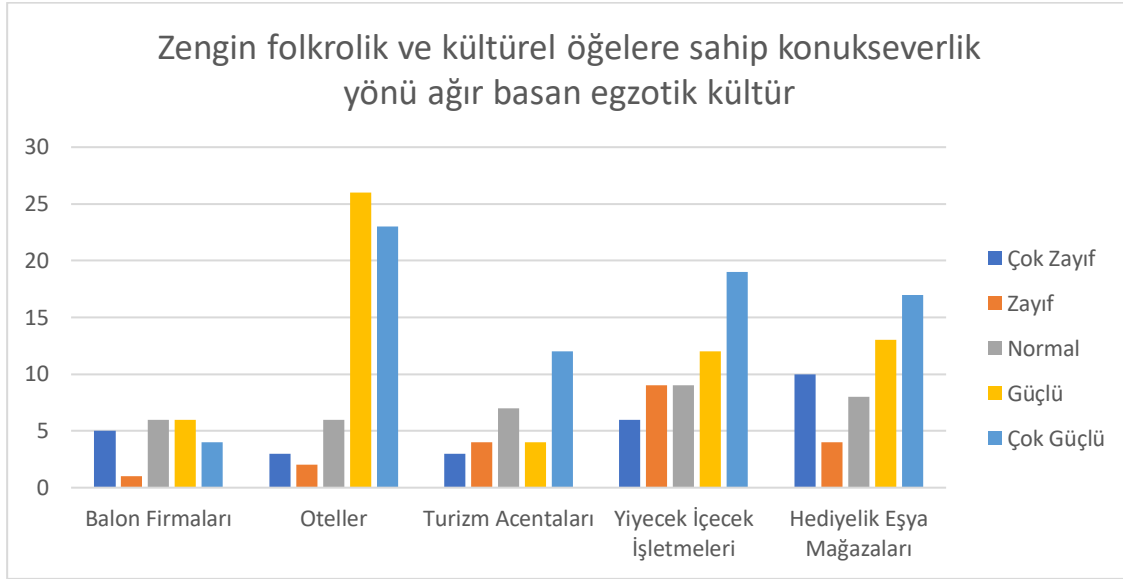


Balon firmaları, oteller ve hediyelik eşya mağazaları Kapadokya bölgesinin alternatif turizm arzında değerlendirilebilecek genç ve dinamik nüfusuna normal cevabı verirken yiyecek içecek işletmeleri güçlü, turizm acentaları se normal ve güçlü seçeneğini aynı oranda seçmişlerdir.

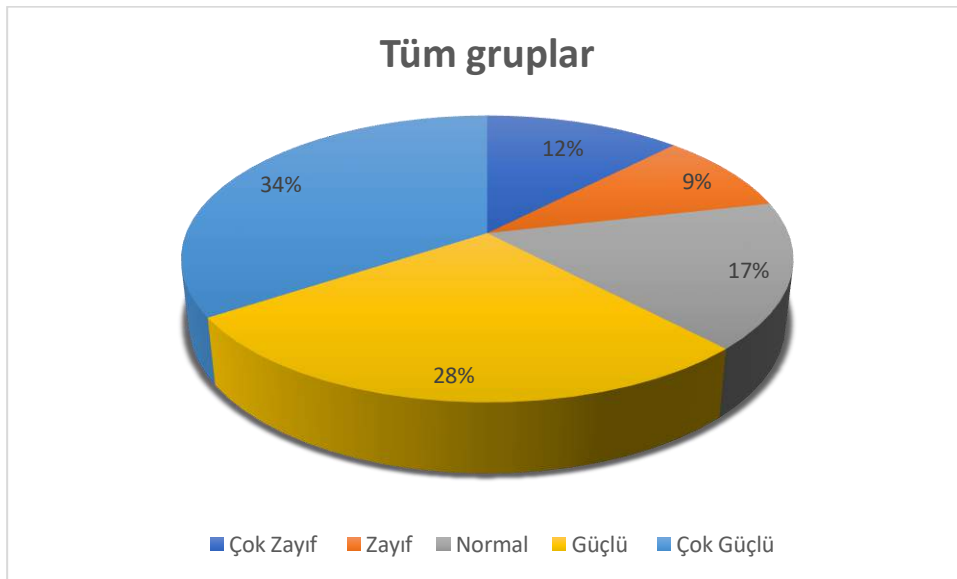


Genel bir değerlendirme yaptığımızda ankete katılanların %30'u bu görüşümüze normal yanıtı verirken %27'si güçlü, %19'u çok güçlü, %15'i zayıf ve %9' u çok zayıf yanıtını vermiştir.

Anketimizin 6. sorusunun son şıkkını yani “e” şıkkını değerlendirdiğimizde aşağıdaki grafik elde edilmiştir.



Grafiğe baktığımızda balon firmaları normal ve güçlü arasında eşit seçim yaparken oteller güçlü olarak değerlendirmiştir. Diğer 3 hedef grubumuz ise çok güçlü olduğunu belirtmiştir.

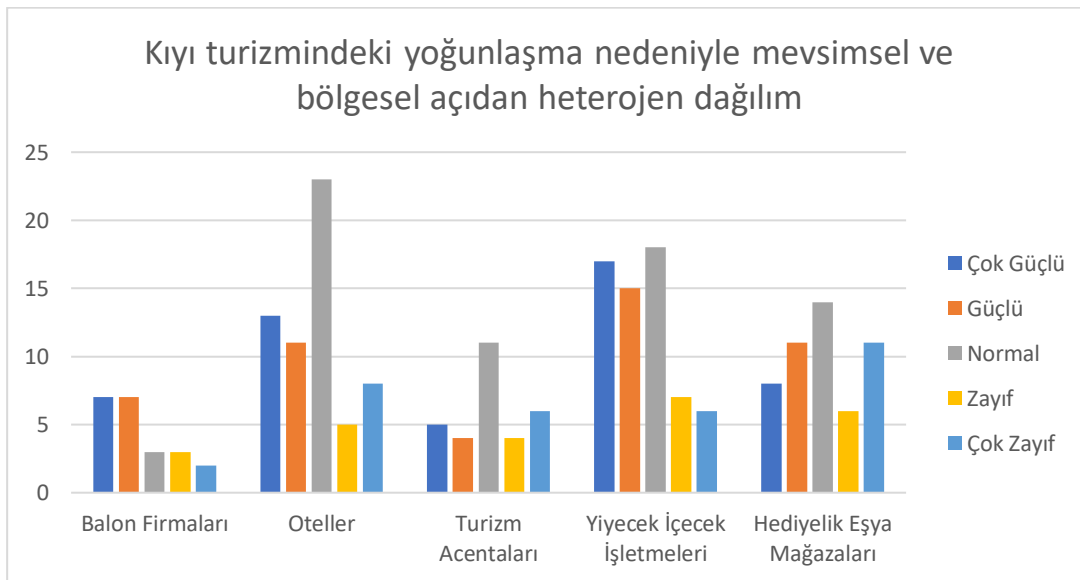


Yukardaki grafikte tüm hedef grupların verdiği cevaba bakarsak %34'ü çok güçlü, %28'i güçlü, %17'si normal, %12'si çok zayıf ve %9'u zayıf yanıtını vermiştir. Grafiklerden çıkarılacak sonuç Kapadokya bölgesinin Balon turizmi için görsel çeşitliliğindeki zenginlik ve dört mevsim turizm potansiyelinin çok yüksek olduğudur.

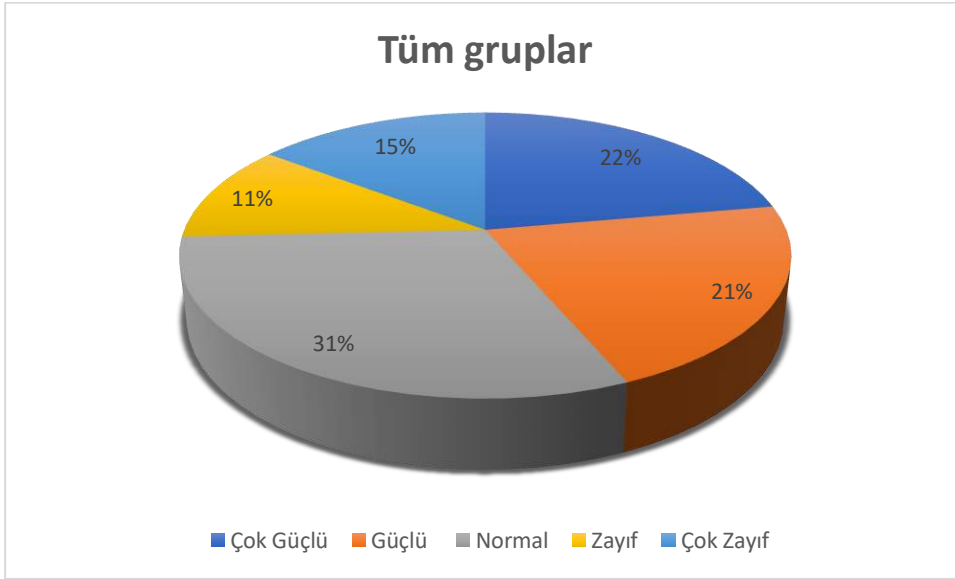
Anketimizin 7. sorunda Kapadokya bölgesinin zayıf yönlerinin değerlendirdik. 6. Sorumuza benzer şekilde hedef gruplarımıza bu kez de Kapadokya bölgesinin 5 adet zayıf yönünü sunduk.

Bunlar;

- a) Kıyı turizmindeki yoğunlaşma nedeniyle mevsimsel ve bölgesel açıdan heterojen dağılım
 - b) Balon turizm bilincinin yeterli seviyede olmaması
 - c) Balon turizm hizmetlerinde kullanılan altyapıdaki eksiklikler
 - d) Plansız gelişim ve kullanım nedeniyle doğal, kültürel ve tarihi kaynakların tahribata uğraması
 - e) Finansman zorlukları ve Balon turizmine yönelik destekleme mekanizmalarının yetersizliği
- Hedef grubumuzdan saydığımız bu 5 özelliğin 1(çok güçlü) ile 5(çok zayıf) arasında değerlendirmelerini istedik. Şimdi hedef gruplarımızın (a) şikkına yani “Kıyı turizmindeki yoğunlaşma nedeniyle mevsimsel ve bölgesel açıdan heterojen dağılım” ‘ı hangi ölçekte değerlendirdiklerini inceleyelim.

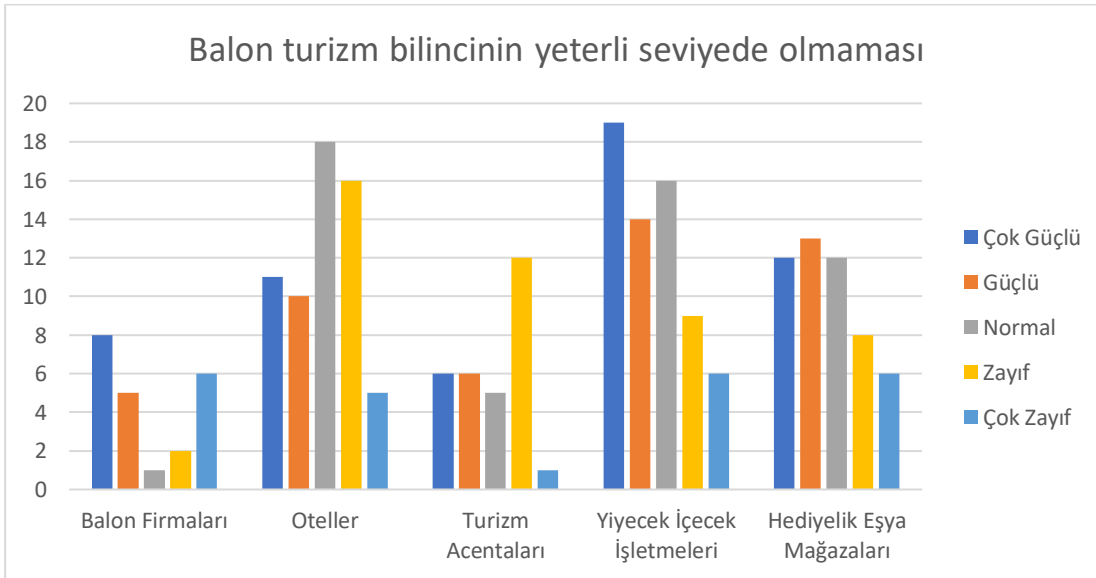


Grafiğimize baktığımızda balon firmaları hariç diğer 4 hedef grubumuzun normal yanıtı verdiğini görmekteyiz. Balon firmaları ise çok güçlü ve güçlü arasında eşit seçim yapmıştır.

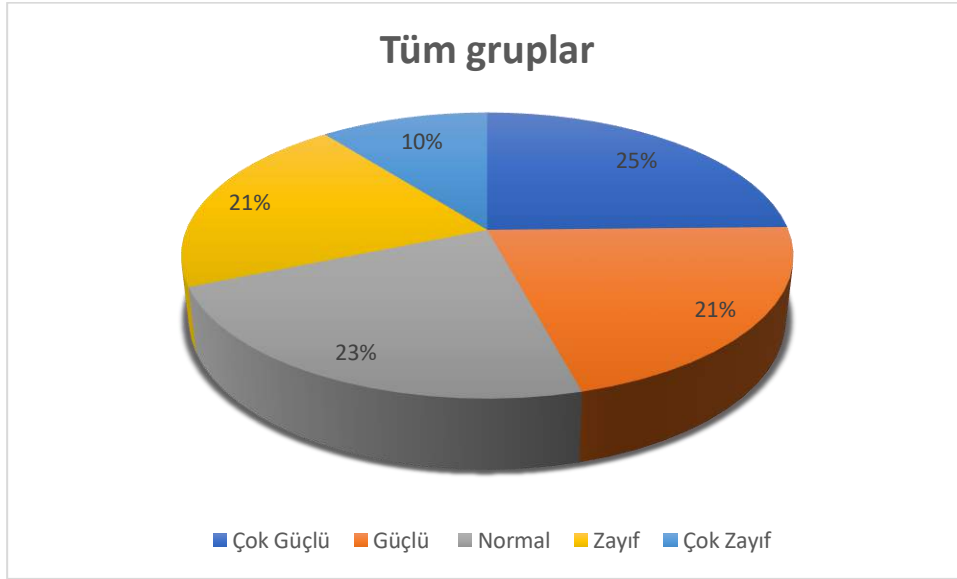


Genel bir değerlendirme yapacak olursak %31'lik kesim normal, %21 güçlü, %22 çok güçlü, %11 zayıf ve %15 çok zayıf yanıtı gelmiştir. Yani "a" şikkında sunduğumuz "Kıyı turizmindeki yoğunlaşma nedeniyle mevsimsel ve bölgesel açıdan heterojen dağılım" ın Kapadokya bölgesindeki turizmi pek etkilemediği anlaşılmaktadır.

"b) Balon turizm bilincinin yeterli seviyede olmaması" fikrimize verilen yanıtlara bakalım ;

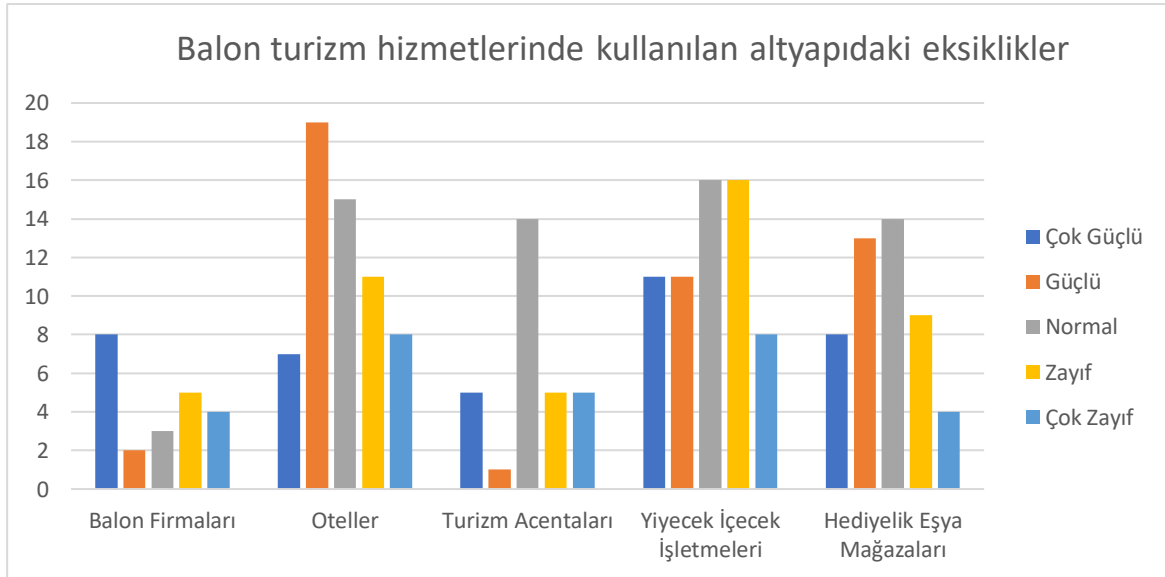


Balon firmaları ve yiyecek içecek işletmeleri bu fikrimize çok güçlü yanıtı verirken oteller normal, turizm acentaları zayıf ve hediyelik eşya mağazaları güçlü yanıtı vermiştir.

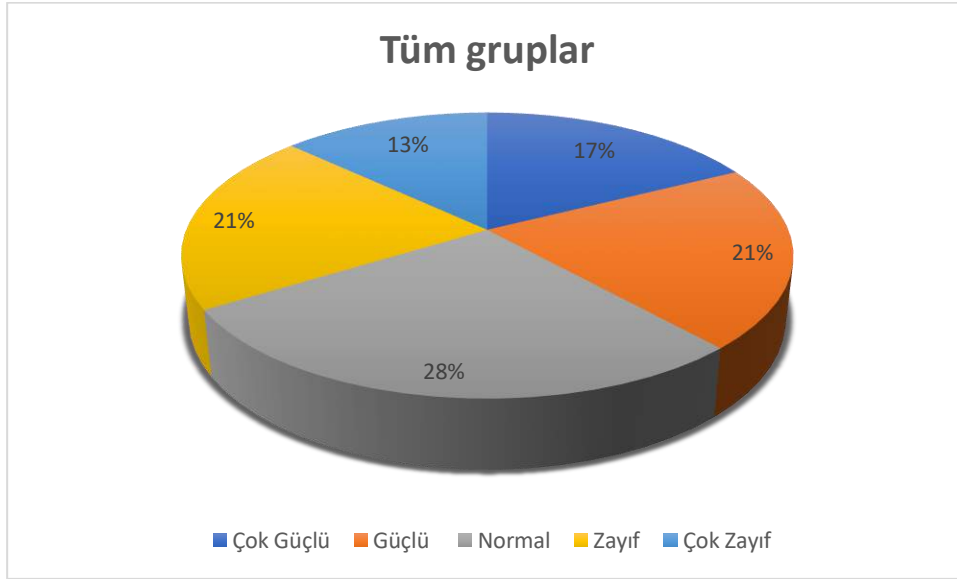


Genel değerlendirme yaparsak çoğunluğun normal cevabı verdiğini, zayıf ve güçlü cevabını ise eşit olarak verildiğini görmekteyiz. Balon turizm bilincinin yeterli seviyede olmaması fikrini değerlendiren hedef gruplarımız genelde kararsız kalmıştır.

“Balon turizm hizmetlerinde kullanılan altyapıdaki eksiklikler” fikrimize verilen yanıtlar aşağıdaki gibidir.

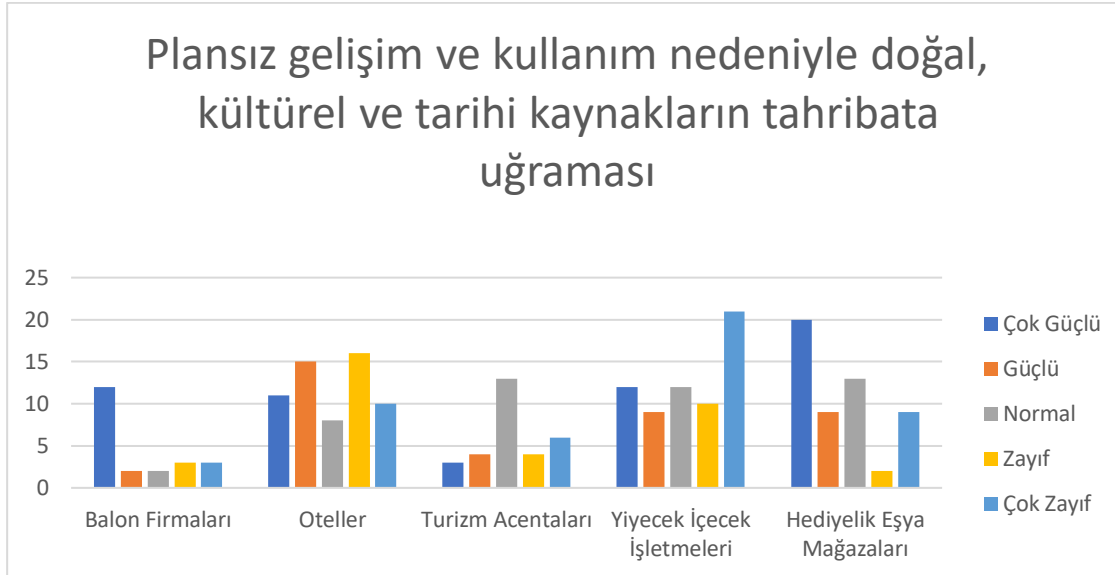


Balon firmaları ve oteller genellikle altyapıda bir eksiklik görmezken, turizm acenteleri, yiyecek içecek işletmeleri ve hediyelik eşya mağazaları altyapıda eksikliklerin olduğunu ancak normal düzeyde olduğunu söylemişlerdir.

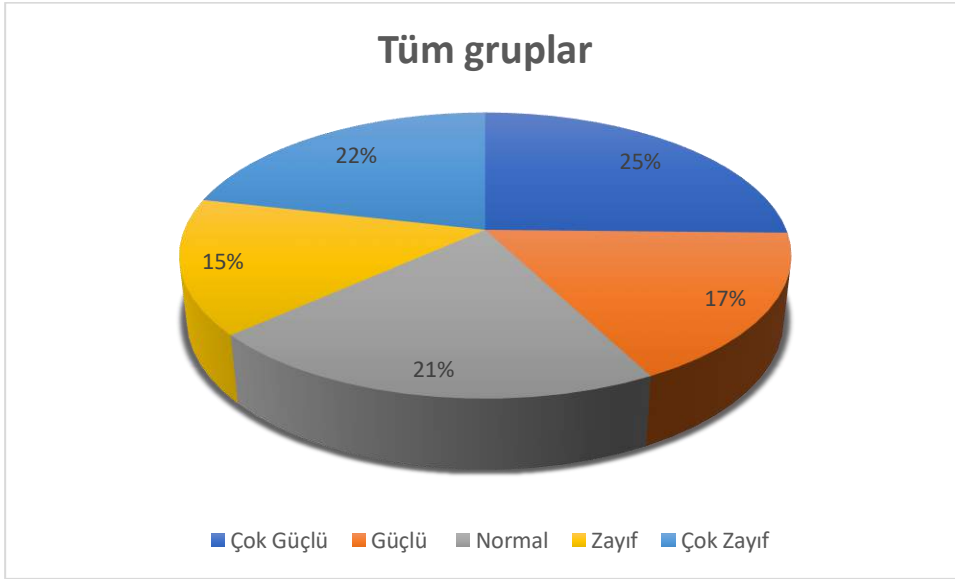


Genel değerlendirecek olursak çoğunluğun normal yanıtı verdiğini görmekteyiz. Zayıf ve güçlü yanıtı ise eşit düzeyde verilmiştir.

“d) Plansız gelişim ve kullanım nedeniyle doğal, kültürel ve tarihi kaynakların tahribata uğraması” diğer bir görüşümüzdür. Bu görüşümüze verilen yanıtlar aşağıdaki gibidir.

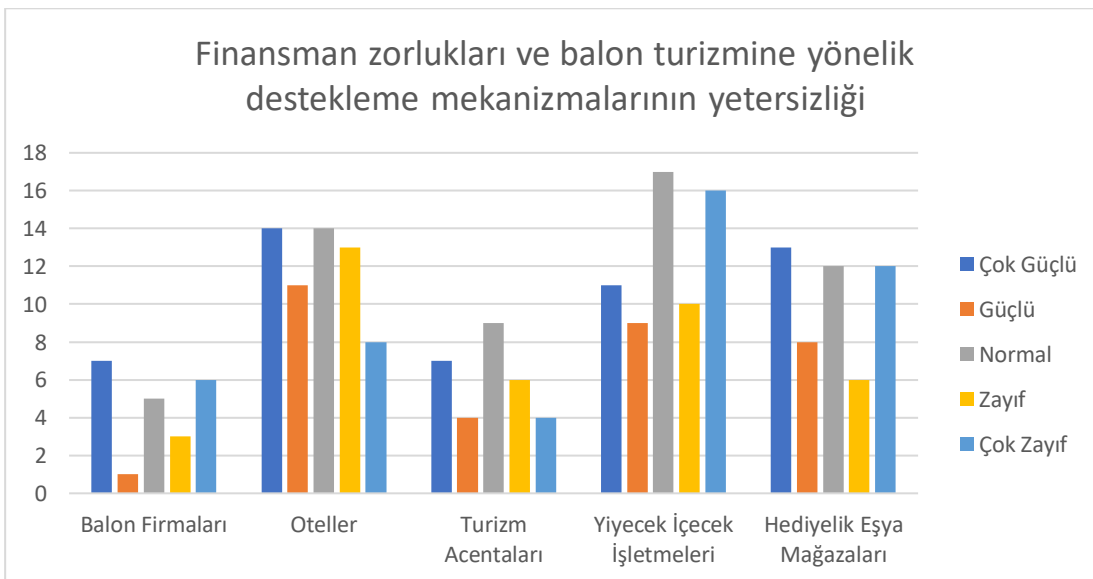


Balon firmaları ve hediyelik eşya mağazaları bu görüşe katılmazken, yiyecek içecek işletmeleri ve oteller çoğunlukla onaylamıştır. Turizm acentaları ise normal cevabı vermiştir.

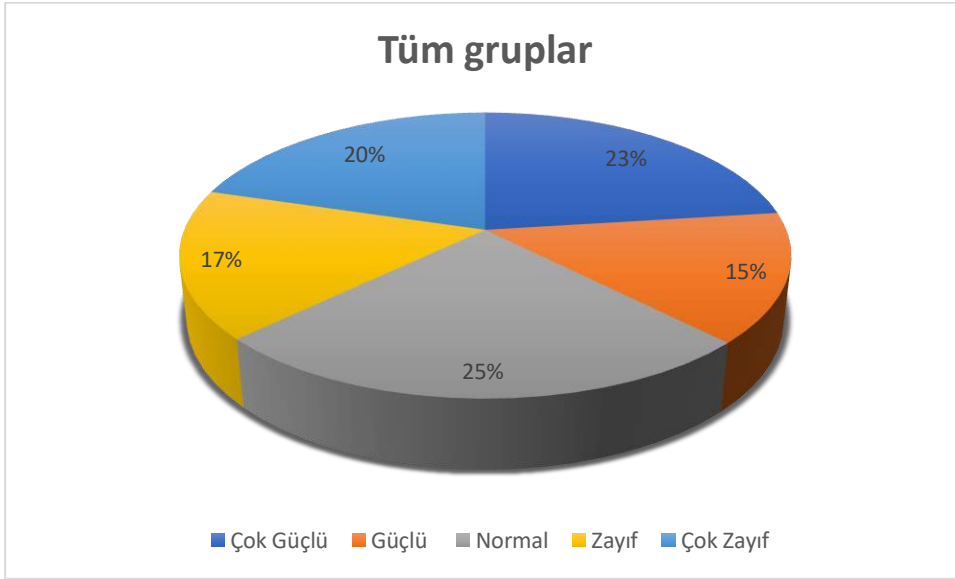


Genel değerlendirmeye baktığımızda cevapların birbirine çok yakın olduğunu görmekteyiz. Az farkla çok güçlü seçeneği öne çıkmışken onu çok zayıf ve normal seçeneği takip etmiştir. Yani bu görüşümüzde de hedef gruplarımızın bir kararsızlık için olduğu grafikten net bir şekilde görülmektedir.

Finansman zorlukları ve balon turizmine yönelik destekleme mekanizmalarının yetersizliği görüşünü değerlendirdiğimizde yine bir kararsızlık olduğu göze çarpmaktadır. Balon firmalarının ve hediyelik eşya mağazalarının verdiği cevaplarda çok güçlü yanıtı az farkla öne çıkarken turizm acentaları ve yiyecek içecek işletmelerinde normal yanıtı öne çıkmıştır. Oteller ise hemen hemen tüm yanıtları birbirine yakın oranlarda işaretlemiştir.



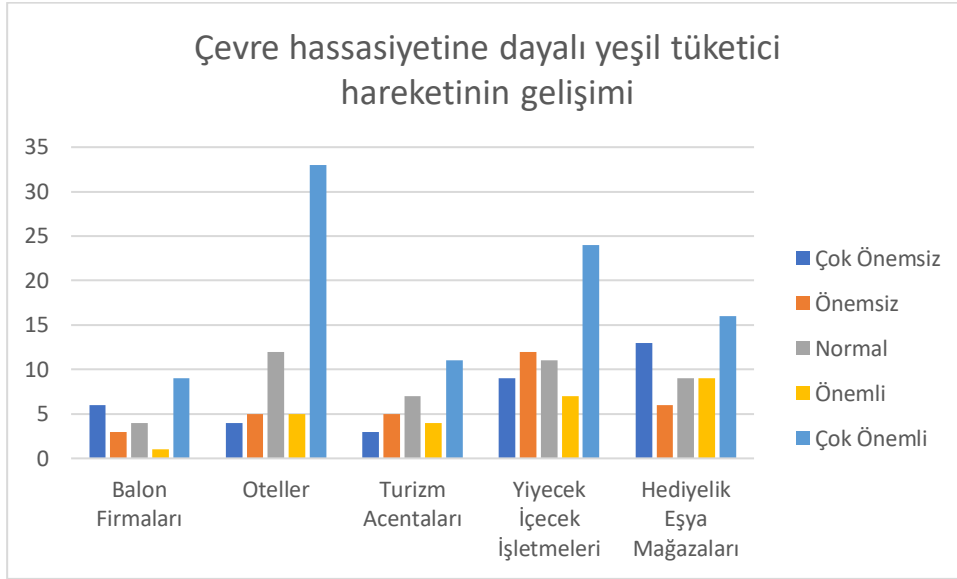
Yine genel değerlendirmede normal yanıtı az farkla öne çıkarken yine de normal, çok zayıf ve çok güçlü yanıtları birbirine yakın değerlerdedir.



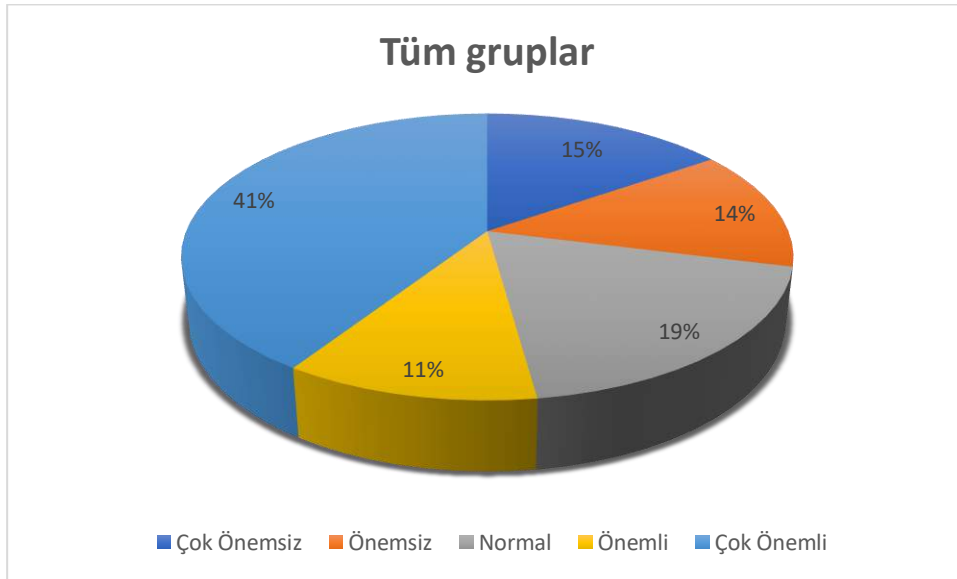
Anketimizin 8. Sorusunda 4 adet husus belirttik ve bu hususları 1 (çok önemsiz) ile 5 (çok önemli) arasında hangi ölçekte ülkemizde alternatif turizmin gelişimine yönelik fırsat olarak değerlendirdiklerini sorduk. Hususlar sırasıyla aşağıdaki gibidir;

- a) Çevre hassasiyetine dayalı yeşil tüketici hareketinin gelişimi
- b) Gelişen haberleşme ve ulaşım imkanları sayesinde turizmin kapsama alanının genişlemesi
- c) Ülkemizin yüksek potansiyele sahip olduğu eko-turizm, kültür ve özel ilgi turizmine yönelik ilginin yoğunlaşması
- d) Yaşlanan Avrupa nüfusunun sağlık turizmi açısından yüksek potansiyel barındırması

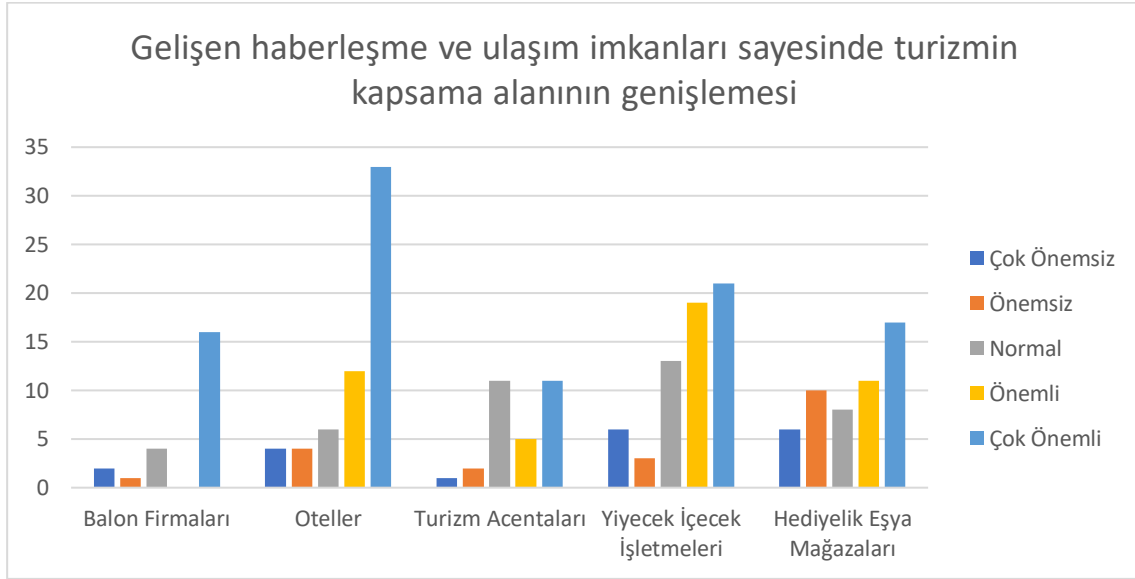
İlk olarak “a” şıkkına verilen yanıtları inceleyelim. Grafikten anlaşılacağı üzere çevre hassasiyetine dayalı yeşil tüketici hareketinin gelişiminin tüm hedef gruplarımız için çok önemli olduğu açık bir şekilde anlaşılmaktadır.



Pasta grafiğimize baktığımızda da kişilerin hemen hemen yarısının çok önemli cevabı verdiğini görmekteyiz

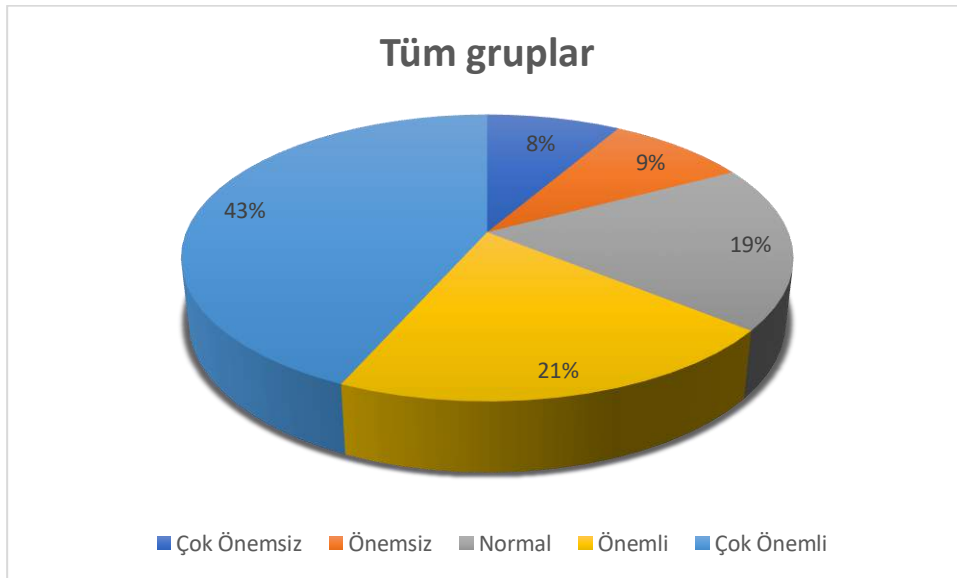


“Gelişen haberleşme ve ulaşım imkanları sayesinde turizmin kapsama alanının genişlemesi” görüşüne gelen yanıtlar aşağıdaki gibidir.

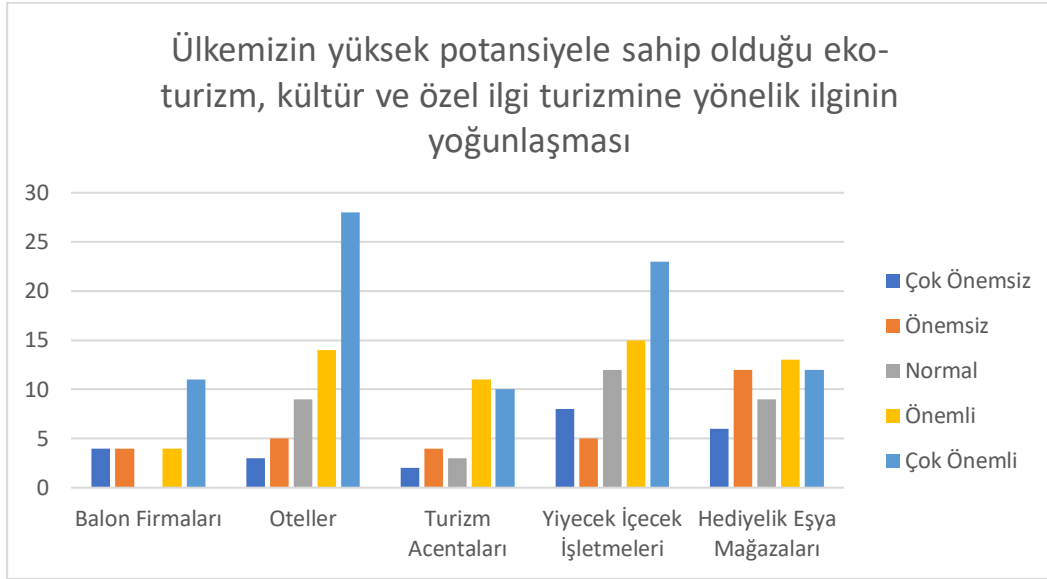


Yine çok önemli yanıtı tüm hedef gruplarımızda en yüksek verilen yanıt olarak görülmektedir. Sadece turizm acenteleri normal ile çok önemli yanıtını eşit düzeyde vermiştir.

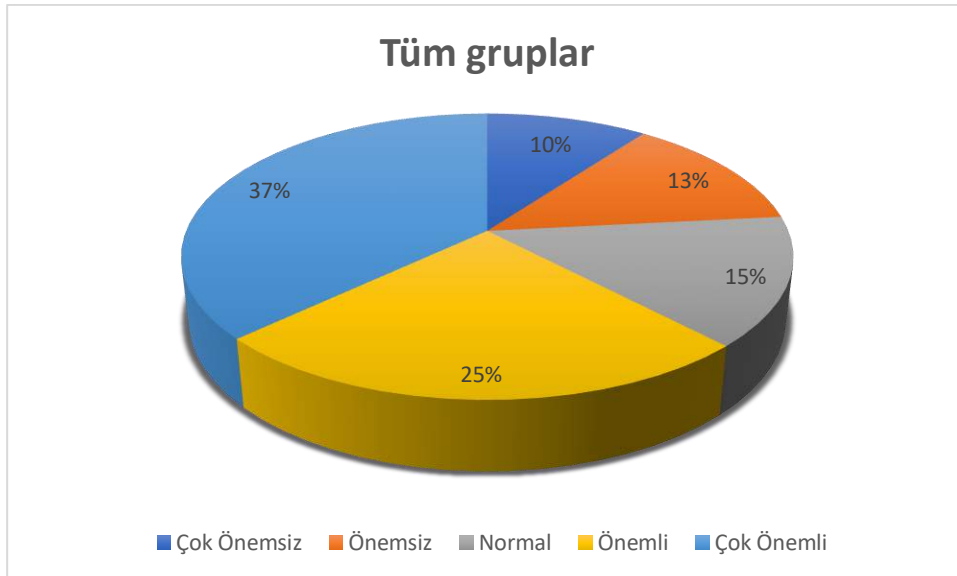
Aşağıdaki pasta grafiğimize de baktığımızda %43 lük kesimin çok önemli yanıtını verdiğini görmekteyiz. %8' lik kesim ise çok önemsiz olduğunu belirtmiştir. Buradan çıkaracağımız sonuç; gelişen haberleşme ve ulaşım imkanları sayesinde turizmin kapsama alanının genişlemesinin çoğunluk tarafından çok önemli olduğudur.



“c) Ülkemizin yüksek potansiyele sahip olduğu eko-turizm, kültür ve özel ilgi turizmine yönelik ilginin yoğunlaşması” bakalım hedef gruplarımızca ne derece önemli yada önemsizdir.

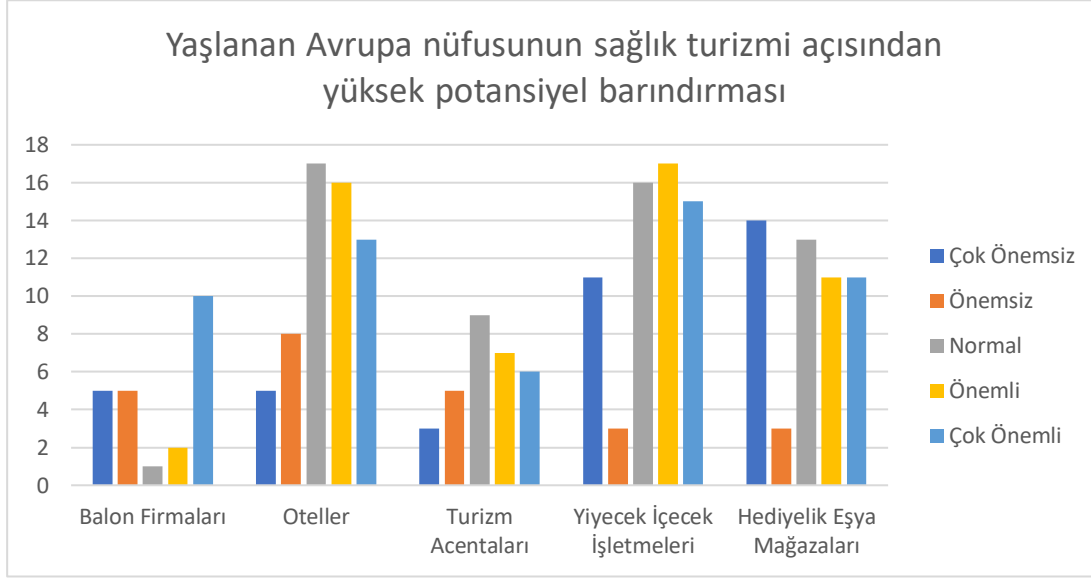


Grafiğimize baktığımızda balon firmaları, oteller ve yiyecek içecek işletmelerinin yoğunlukta çok önemli yanıtını verdiğini görmekteyiz. Turizm acenteleri ve hediyelik eşya mağazaları ile önemli yanıtı vermiştir ancak çok önemli yanıtı ile çok küçük bir fark olduğunu görmekteyiz. Şimdi pasta grafiğimizle genel değerlendirmemizi yapalım.

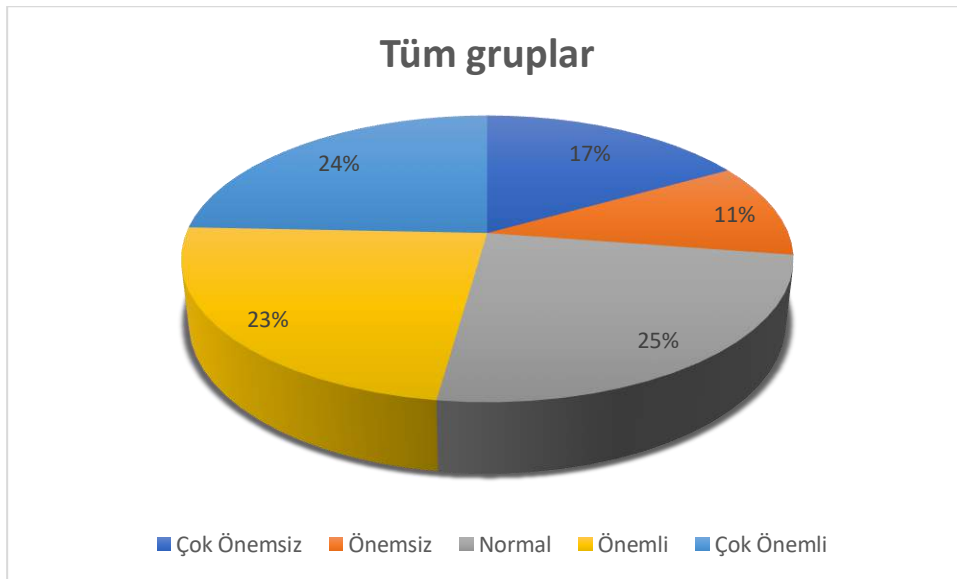


Pastamızda görüldüğü üzere verilen cevapların %37'si çok önemli, %25 i ise önemlidir. %15 normal, %13 önemsiz ve %10 çok önemsiz şeklinde yanıtlar verilmiştir. Ancak genel çerçevede değerlendirecek olursak ülkemizin yüksek potansiyele sahip olduğu eko-turizm, kültür ve özel ilgi turizmüne yönelik ilginin yoğunlaşması hedef gruplarımızca çok önemli olduğu söylenmiştir.

“d) Yaşlanan Avrupa nüfusunun sağlık turizmi açısından yüksek potansiyel barındırması” fikrine verilen yanıtlar ise aşağıdaki gibidir.



Balon firmaları bu görüşe çok önemli yanıtı verirken oteller ve turizm acenteleri normal, yiyecek içecek işletmeler önemli ve hediyelik eşya mağazaları çok önemssiz yanıtı vermiştir. Tablodan da anlaşılacağı gibi 5 hedef grubumuzda çok farklı yanıtlar vermiştir.



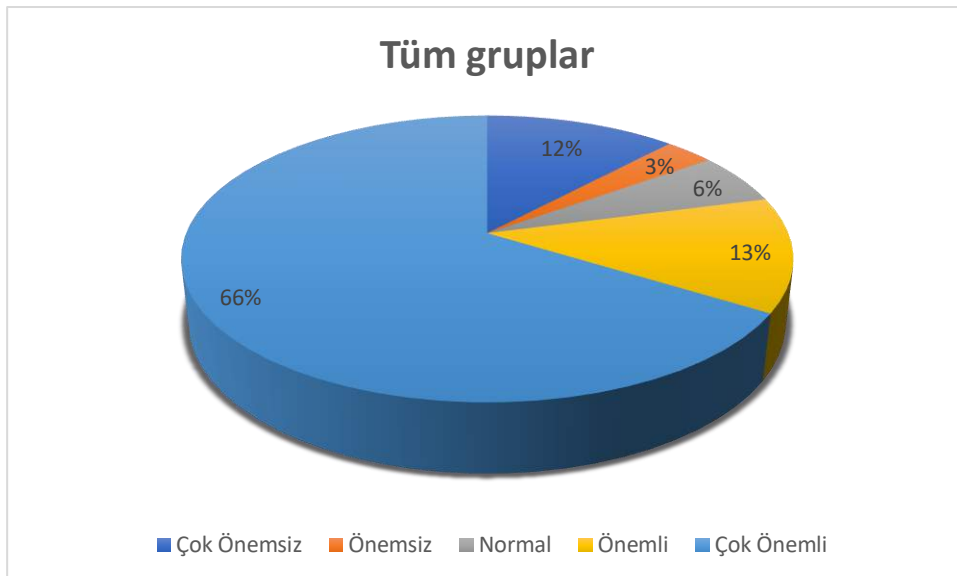
Yukarıda ki grafiğimize baktığımızda normal, önemli ve çok önemli yanıtlarının birbirine çok yakın olduğunu görmekteyiz. Önemssiz ve çok önemssiz yanıtı ise çok az bir kesim tarafından tercih edilmiştir.

Anketimizin 9. sorusunda ise Kapadokya bölgesinde Balon turizmin gelişimine yönelik tehdit olarak 5 unsur belirledik. Bu unsurların hangilerinin balon turizmi üzerinde ne kadar önemli bir tehdit olduğunuzu hedef gruplarımıza sorduk. Öncelikle aşağıda belirlemiş olduğumuz 5 tehdit unsurunu daha sonra ise hedef gruplarımızın cevaplarını inceleyelim.

- a) Ülkemize yakın bölgelerde yaşanan savaşlar ve siyasi çalkantılar
- b) Rakip ülkelerin rekabet güçlerini artırmaları
- c) Doğal ve Tarihi alanların ve hassas ekosistemlerin tahribata uğrama riski
- d) Alternatif turizm ürünlerinin yerel özelliklerini kaybederek standartlaşması
- e) Balon turizminin ulusal ve uluslararası platformlarda yeterince tanıtılmaması
- İlk olarak “a” şıkkına 5 hedef grubumuzun verdiği cevapları değerlendirelim.

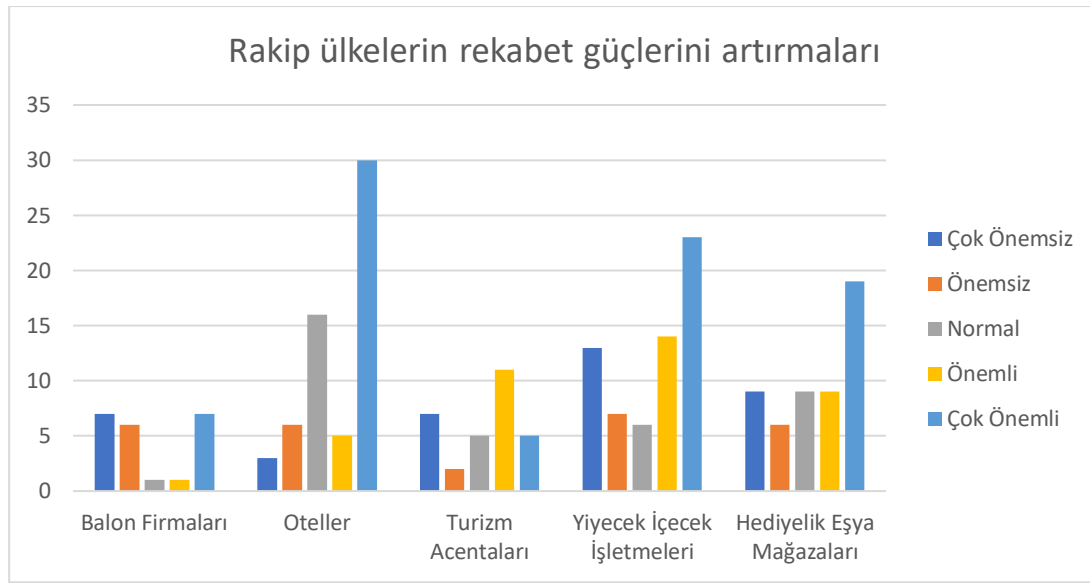


5 hedef grubumuzda açık ara farkla çok önemli yanıtını vermiştir. Son yıllarda ülkemize yakın bölgelerde yaşanan savaşlar ve siyasi çalkantıların Kapadokya bölgesinde turizmi önemli ölçüde etkilediği çoğunluk tarafından kabul görmüştür.

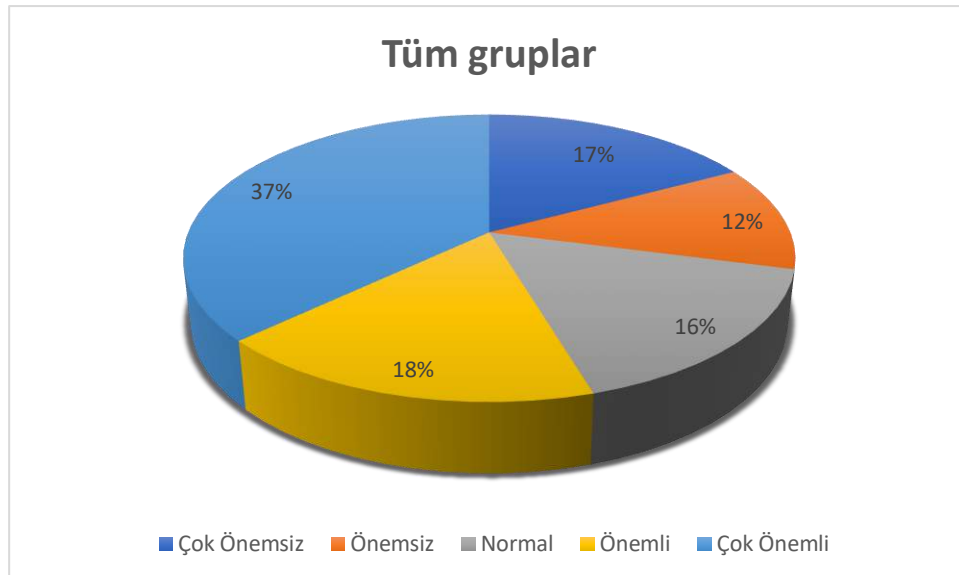


Tüm grupları toplu bir şekilde değerlendirdiğimizde de %66 çok önemli yanıtının verildiğini görmekteyiz. Grafiğimizi incelemeye devam ettiğimizde %12'lük kesimin önemli, %6'lık kesimin normal, %3'lük kesimin önemsiz ve %12'lik kesimin de çok önemsiz yanıtı verdiğini görmekteyiz. Genel bir değerlendirme yapacak olursak ülkemize yakın bölgelerde yaşanan savaşlar ve siyasi çalkantılar Kapadokya bölgesinde turizmin gelişmesinde önemli bir tehdit olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Bir sonraki seçeneğimizi yani “b) Rakip ülkelerin rekabet güçlerini artırmaları” nın Kapadokya bölgesinin turizminde ne derece tehdit arz ettiğini inceleyelim.

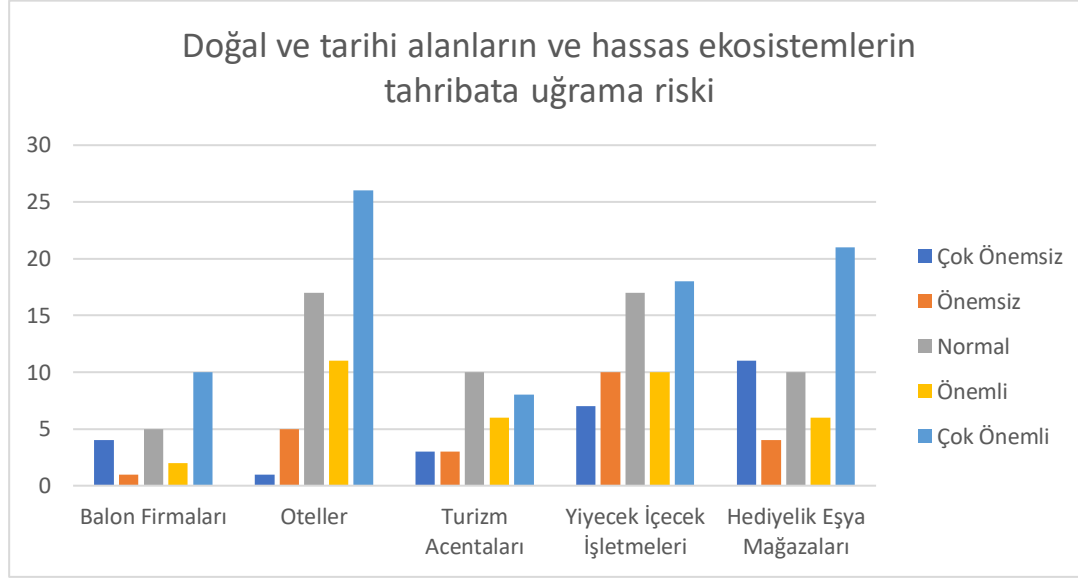


Yukarıdaki grafikte görüldüğü gibi oteller, yiyecek içecek işletmeleri ve hediyelik eşya mağazaları bu görüşün çok önemli olduğunu, turizm acenteleri önemli olduğunu ve balon firmaları çok önemsiz ile çok önemli cevaplarını aynı oranda verdikleri göze çarpmaktadır.

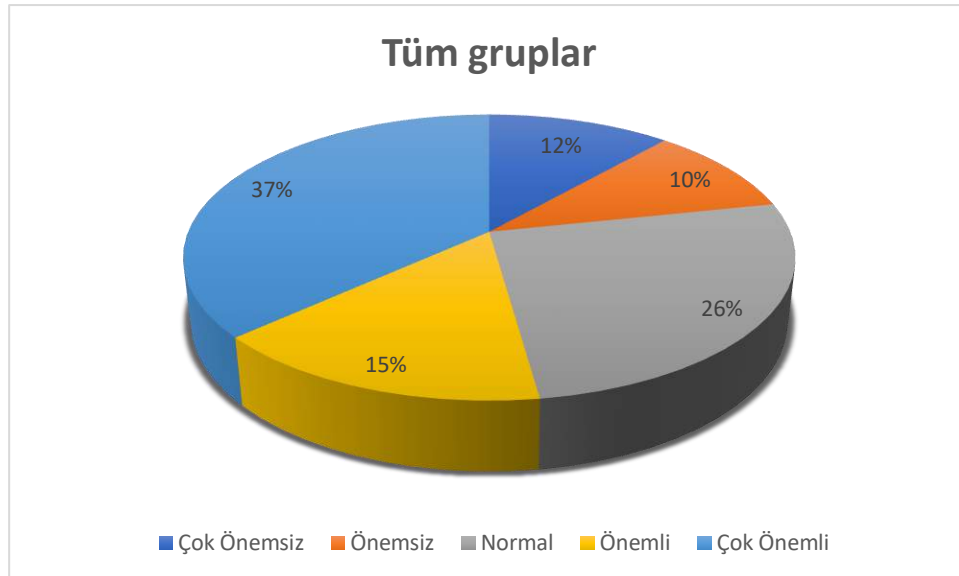


Genel bir değerlendirme yaptığımızda ise çok önemli yanıtının %37 oranında kabul gördüğünü söyleyebiliriz. Yani “Rakip ülkelerin rekabet güçlerini artırmaları” Kapadokya bölgesinde balon turizminin gelişmesine yönelik önemli bir tehdit olduğunu söyleyebiliriz.

9. sorumuzun “c” şikkını yani “Doğal ve Tarihi alanların ve hassas ekosistemlerin tahribata uğrama riski” nin hedef gruplarımızca nasıl değerlendirildiğini inceleyelim.



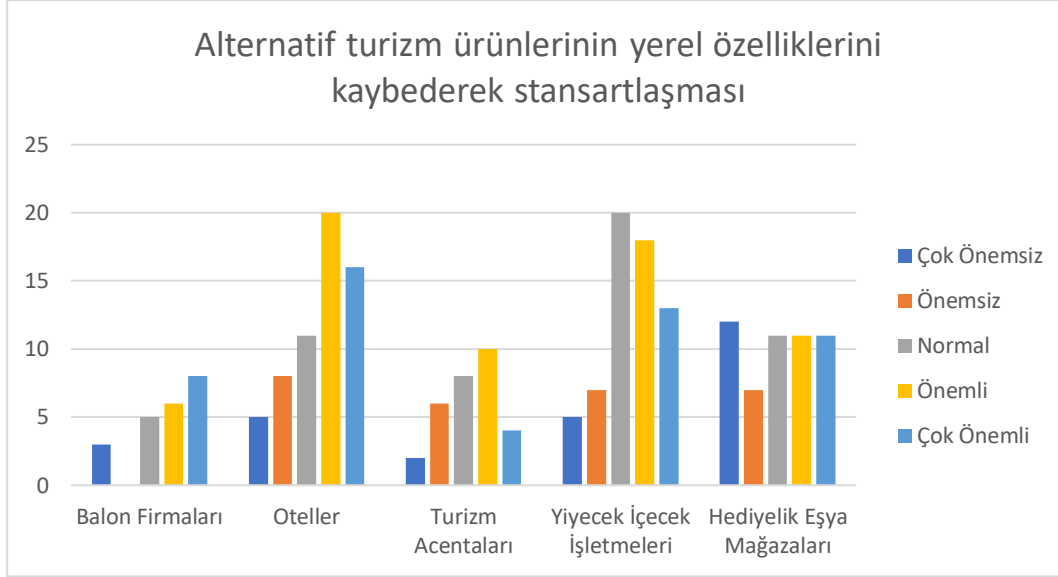
Turizm acenteleri hariç diğer 4 hedef grubumuz çok önemli yanıtını vermiştir. Turizm acenteleri ise normal yanıtını vermiştir.



Genel değerlendirdiğimizde ise %37'lik kesim çok önemli, %15'lik kesim önemli, % 26'lık kesim normal, %10'luk kesim önemsiz ve geri kalan %12'lik kesim çok önemli yanıtını vermiştir. Buradan çıkarılacak sonuç ise doğal ve tarihi alanların ve hassas ekosistemlerin

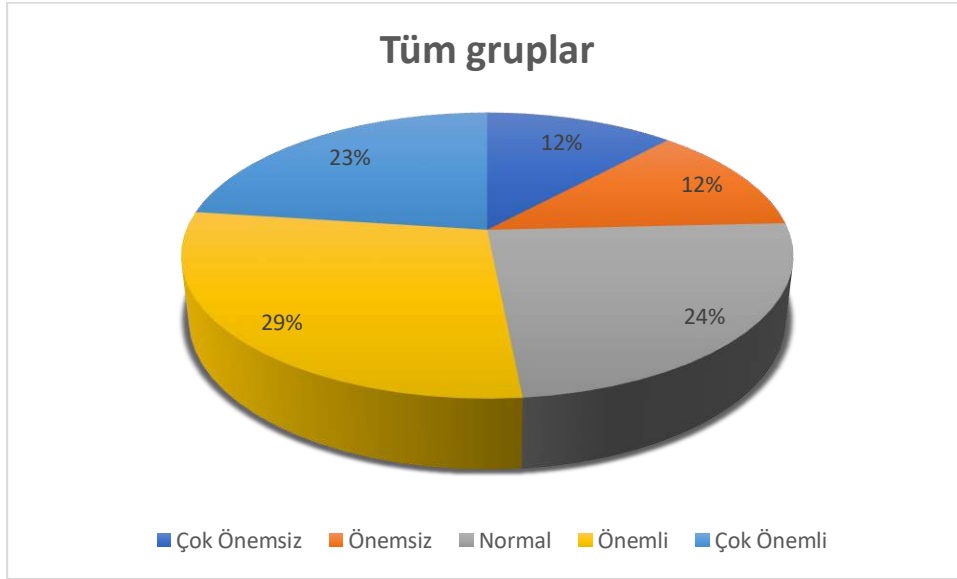
tahribata uğrama riskinin Kapadokya bölgesinde balon turizmin gelişmesinde çok önemli bir tehdit olarak görüldüğüdür.

Alternatif turizm ürünlerinin yerel özelliklerini yitirerek standart bir hal alması Kapadokya bölgesinde balon turizmi açısından ne derece tehdit içermektedir inceleyelim.



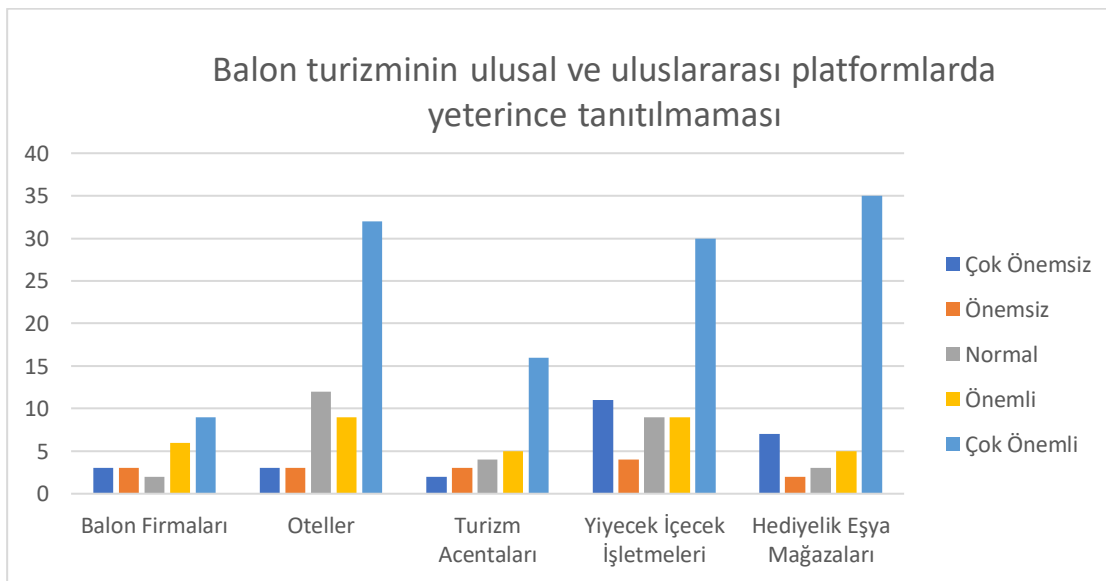
Yukarıdaki grafiğimize baktığımızda tam bir sonuç görememekteyiz. Neredeyse tüm hedef gruplarımız farklı seçeneklerde yoğunlaşmıştır. İlk olarak 1. Hedef grubumuz olan balon firmalarından başlayalım. Balon firmaları en fazla çok önemli yanıtını vermiştir.

Oteller ve turizm acenteleri önemli yanıtını tercih ederken yiyecek içecek işletmeleri en fazla normal yanıtını vermiştir. Hediyelik eşya mağazalarının yanıtına baktığımızda ise normal, önemli ve çok önemli yanıtlarının eşit olduğunu az bir farkla çok önemsiz yanıtının öne çıktığını görmekteyiz. Son derece farklı bir dağılım gösteren bu yanıtları ancak toplu bir şekilde incelediğimizde sonuca varacağız.

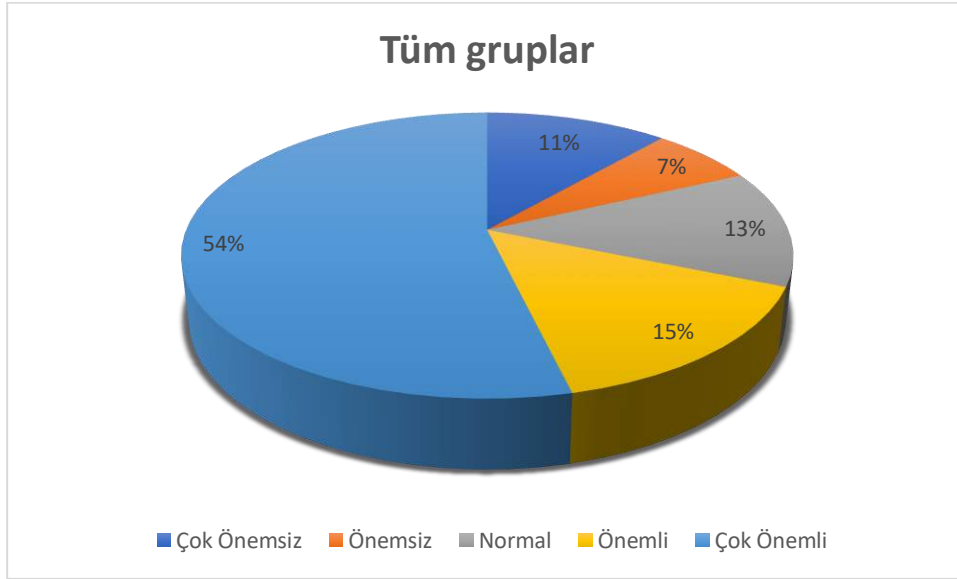


Pasta grafiğimize baktığımızda önemli, çok önemli ve normal yanıtlarının birbirine çok yakın olduğunu ve çok önemsiz ile önemsiz yanıtlarının ise eşit olduğunu görmekteyiz. Genel bir değerlendirme yapacak olursak “Alternatif turizm ürünlerinin yerel özelliklerini kaybederek standartlaşması” Kapadokya bölgesinde balon turizminin gelişmesi açısından önemli bir tehdit unsuru olduğunu görmekteyiz.

Anketimizin 9. sorusunun son şıkkı yani “e) Balon turizminin ulusal ve uluslararası platformlarda yeterince tanıtılmaması” fikrini bakalım hedef gruplarımız nasıl değerlendirmiştir.



Grafiğimize baktığımızda tüm hedef gruplarımızın çok önemli yanıtını verdiğini açık bir şekilde görmekteyiz.



Pasta grafiğimize baktığımızda ise ankete katılanların %54'ü çok önemli, %15'i önemli, %13'ü normal, %7' si önemsiz ve %11'i çok önemsiz yanıtını vermiştir. Genel bir değerlendirme yapacak olursak ankete katılanların yarısından fazlasının “Balon turizminin ulusal ve uluslararası platformlarda yeterince tanıtılmaması” unsurunun Kapadokya bölgesinde balon turizminin gelişmesi açısından çok önemli bir tehdit olarak gördüklerini ifade edebiliriz.

Anketimizin 10. kısmında Kapadokya' da balon turizminin gelişimi konusunda en sorunlu alanları sorduk. “Pazarlama- Tanıtım, Ekolojik Çevrenin Korunması, Altyapı ve Ulaşım, Yönetim ve İşletmecilik, Finansman, Eğitim ve İstihdam, Diğer” olmak üzere toplamda 7 seçenek sunduk. Bakalım anketimize katılanlar Balon turizminin sorunlu alanı olarak hangilerinin gördü. Bunun için aşağıdaki grafiği inceleyelim.



İlk hedef grubumuz balon firmalarının vermiş oldukları yanıtlara bakarsak pazarlama ve tanıtım ile eğitim ve istihdam seçeneğini eşit oranda tercih etmişlerdir. 2. Sırada yönetim ve işletmeciliği tercih ederken yine 3. sırada altyapı ve ulaşım ile finansmanı aynı oranda seçmişlerdir. En sorunsuz alan ise ekolojik çevrenin korunması seçilmiştir.

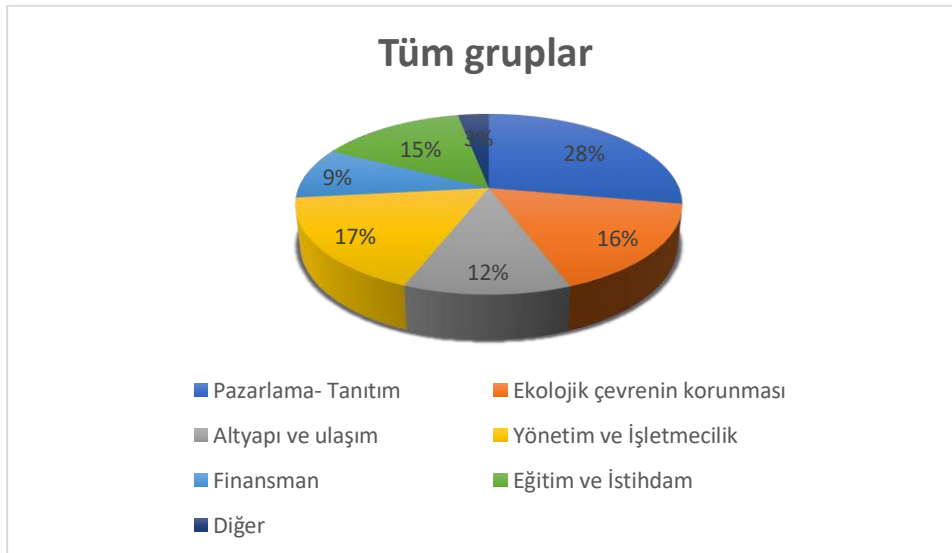
İkinci hedef grubumuz otellerin tercihlerine baktığımızda pazarlama-tanıtım en sorunlu alan olarak seçtiklerini görmekteyiz. 2. sırada yönetim ve işletmecilik, 3. sırada ekolojik çevrenin korunması, 4. sırada eğitim ve istidam, 5. sırada altyapı ve ulaşım,6. sırada finansman en sorunlu alanlar olarak seçilmiştir.

Diğer bir hedef grubumuz turizm acenteleri yine en sorunlu alan olarak pazarlama-tanıtımı seçmişlerdir. Daha sonra yönetim ve işletmecilik, ekolojik çevrenin korunması, eğitim ve istihdam, altyapı ve ulaşım ve finansman sırasıyla birbirini takip etmektedir.

Yiyecek içecek işletmelerine göre en sorunlu alan yine pazarlama-tanıtım olmuştur. Daha sonra 2. sırayı ekolojik çevrenin korunması, 3. sırayı yönetim ve işletmecilik, 4.sırayı altyapı ve ulaşım, 5. Sırayı eğitim ve istihdam ve son olarak 6. sırayı finansman almıştır.

Pazarlama- tanıtım yiyecek içecek işletmeleri tarafından da en sorunlu alanlarda ilk sırayı almaktadır. Ekolojik çevrenin korunması 2. sırayı alırken yönetim ve işletmecilik 3. sırada ve eğitim ve istihdam 4. sırada yer almaktadır. Finansman ile altyapı ve ulaşım aynı sayıda tercih edilerek son sırada yer almıştır.

Şimdi tüm hedef gruplarımızın cevaplarını toplu bir şekilde değerlendirelim. Aşağıdaki pasta grafiğimize baktığımızda hangi alanların kaçınıcı sırada tercih edildiği acıka görünmektedir.



Grafiğimize baktığımızda pazarlama ve tanıtım unsuru balon turizminin gelişmesi açısından %28'lik oranla en sorunlu alan seçilmiştir. En sorunlu ikinci alan %17'lik oran ile yönetim ve işletmecilik olmuştur. Üçüncü sorunlu alan %16 ile ekolojik çevrenin korunması, dördüncü %15 ile eğitim ve istihdam, beşinci %12 ile altyapı ve ulaşım, altıncı alan %9 ile finansman seçilirken %3'lük kesim ise diğer seçeneğini tercih etmiştir.

Anketimizin son bölümünde hedef gruplarımızın Kapadokya balon turizmin geliştirilmesi konusunda ilave görüşlerini ve önerilerini aldık. Anketimize katılan kişilerin bazılarının görüş ve önerileri şu şekildedir:

“Balon şirketlerinin aralarında bu işi daha iyi yapabilmek için bölgenin coğrafi konumunu da göz önünde bulundurarak ortak noktalarda birleşmeleri şartı yani fiyat, pilot ve çalışanların ücretlerinin gerektiği gibi olmasında birliktelik sağlamalarını öneriyoruz. Bütün balon firmalarının balon fiyatları sabit olmalı gereksiz rekabete girmemeliler.”

“Sektör üzerinde rekabetin olumsuz etkisine neden olacak denetimlerin resmi kurularca yeterince yapılmaması önemli bir sorundur.”

“Ülkenin dış politika ve sınırlarındaki sorunların çözülmesiyle gerek balon turizmi gerekse genel turizm çok hızlı bir şekilde kalkınacaktır.”

“Resmi balon ve işletmelerin sektörü geliştirici maddeler hususunda ortak hareket etme zorunluluğu getirilmelidir.”

“Sektörde kalifiye personel yetersizliği mevcuttur. İşletmelerin veya devlet unsurlarının bu destekleyici altyapıları tam anlamıyla oluşturamaması büyük sorun teşkil etmektedir.”

“Balon fiyatlarının sabitlenmesi ve turistlerin kandırılmasını önlemek balon turizminin gelişmesi açısından çok önemlidir.”

“Eğitimli ve sağlıklı olunması gerekir. Bir de fiyatların dünya pazarı ile eşitlenmesi gerekir.”

“Daha fazla reklam yapılmalı ve fiyat açısından daha iyi değerlendirilmeli güvenlik amaçlı önlemler alınmalıdır.”

“Daha çok reklam yapılmalı ve yurt dışına detaylı tanıtılması gerekmektedir.”

“Bütün balon firmaları kendilerine ait fix yani değişmez fiyat belirlemeli ve piyasa fiyatını düşürmeleridir.”

“Baloncular arası rekabetin, hizmet, güven, sağlık ve doğa ve insanları koruyacak öncelikte olunması, Fiyatların ve komisyonların müşterek kabul edilir düzeyde tek olması, merkezi koordinasyon yolu ile birliktelik sağlanarak tasarruf düşünülmesi bu olay fiyatlara yansıtılmalıdır.”

“Yurtdışı tanıtım ve reklam yetersizliği, bölge firmalarının kendilerini geliştirmemeleri olarak değerlendirilebilir.”

“Balon firmaları arasındaki fiyat farklılıkları düzenlenmeli.”

“Kapadokya hava limanına yurtdışı direkt uçuşları gerekli.”

“Balon turizmi yurtdışında daha iyi tanıtılır ve ulaşımda kolaylık sağlayarak, hava limanları geliştirilir, uçuşlar artarsa Kapadokya Balon turizmi daha da gelişim gösterir.”

“Arazi araçları ile halkın şahsi ekim alanlarına tahribat çok yaşıyor. Bunun önüne geçilmesi için gerekli önlemler alınmalı. Yurtdışında farklı ülkelerde de balon turizmi yapılıyor. Kapadokya’da ki diğerlerine göre daha farklı ve eğlenceli bu yönü vurgulanarak reklam çalışması yapılmalı. Rekabet yaparken işletmeler çok fazla fiyat kırıyor. Bu da bütün işletmeleri olumsuz etkiliyor.”

“Ülkemiz siyasetçilerinin dış ülkeler ile ilişkileri.”

“Ulusal düzeyde reklam gerekli.”

“Sektörde her alanda olduğu gibi Balonculuk sektöründe de uygulanamayan taban fiyat politikası ve haksız rekabet ortamıyla hizmet ve iletişim kalitesinin her geçen yıl düşmesi ile bölgenin kalite ve kaliteli müşteri potansiyelinden uzaklaşması büyük bir tehlike teşkil etmektedir.”

“Herkesin bildiği işi yapması, ruhsat işini belediyelerin değil akademisyen ve üniversitelerin oluşturacağı bir kurulun vermesi gereklidir. “

“Gerekli tanıtım yapılmıyor. Fiyatlar biraz indirimli olursa herkes binebilir. Dışarıdan turist gelmedikçe bu iş olmaz, dış ilişkilerimizin çok iyi olması lazım.”

“Fiyatların pahalı olması dikkat çekmektedir. Fiyatların düşürülmesi gerek. Komisyonun düzenlenmesi lazım.”

“Tutarlılık dürüst fiyatlarda denge eğitimine sağlıklı hizmet bunlar en azından sağlanmalı turizmde komisyonlar aradan çıkartılmalı fahiş fiyatlardan turist yılmış lütfen önlem alınsın. “

“Reklamın çok olması balon turizmini arttırır. Tek fiyat uygulamasının olması gerekir her şirkette ayrı fiyat var bu olmamalıdır.”

“Kapadokya bölgesi turistik açısından çok zayıf özellikle Ürgüp’ de turistlere hasret kaldık.”

“Fiyatların sabit olması sadece ilgili şirketlerin balon pazarlaması aracılardan ve komisyoncuların ortadan kaldırılması, şirketlerin doğal güzelliklerini tahrip etmemeleri, kullanılan ekipmanların kaliteli olması, bölgenin çalışanlarının pilot ve yer ekibine hakkettikleri ücretlerin tam verilmemesi. Şirketlerin gereksiz yere haksız rekabetten kaçınmaları. En iyi doğal güzellikleri ve uygun hava şartlarına sahip bu bölgenin tüm Türkiye’de ve dünyada en iyi şekilde tanıtılması.”

“Turizm bakanlığı Kapadokya turizmine gerekli katkıyı ve yatırımı yapmadığı ve ayrıca gelişmesi içinde engel olduğu yatırım yapmak istediği esnafa müsaade edilmediği kolluk kuvvetlerinin esnafa yardımcı olmadığı, Avrupa’ya gerekli reklamın ve tanıtımın yapılmadığını belirtmek isterim.”

“Reklam çalışmalarının arttırılması ve komisyonunun aradan kaldırılması gerekmektedir. Yalanı kaldırmamız lazım turizmde.”

“Balon çalışmalarının özellikle şoförlerin trafiğe saygı duyması gerekmektedir.”

“Balon kalkış alanlarının geniş bir araziye dağıtılarak kaza ve risklerin en aza indirilmesi gerekmektedir.”

“Balonlarda kullanılan helyum gazının havada oluşturduğu kirlilik ve bu kirliliğin oluşturabileceği hastalıklar turizmin kalkınması için balonların çoğaltılmasından daha önemli. Bu yüzden kesinlikle balon turizmi onaylamıyorum daha farklı yöntem bulunabilir.”

“Bölgenin tanıtılması bölgenin pahalı olduğuna dair fikirlerin insan zihninden uzaklaştırılması balonlar zaman zaman düştüğü için insanların binmek istememelerini anlayışla karşılanmalı.”

“Turist sayısı azaldıkça iş olanı azalıyor.”

“Kapadokya balon firması olarak sayısal güçlü olan firma zayıf olanı eziyor. Bunun yerine fiyat istikrarı olsa hem işletmelerimize hem ülkemize girdisi daha fazla olacak. Bunun sonucunda kaliteli hizmet anlayışı gelecektir saygılarımla.”

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmada balon turizminin Kapadokya bölgesine getirileri, fayda ve zararları, eksikleri, avantajları olmak üzere birçok yönünü değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonucunda yüksek katma değere sahip olan balon turizminin Kapadokya bölgesine ciddi oranda getiri sağladığını ve kalkınmasında önemli ölçüde rol aldığını söylemek yanlış olmayacaktır. Ancak bölgenin kalkınmasında bu denli öneme sahip olan bu sektörün acilen geliştirilmesi kritik öneme sahiptir. Sıcak Hava Balonculuğunu geliştirerek ve rekabet gücünün arttırarak bölgeye daha fazla katma değer girişi sağlanabilir. Böylece bir yandan ülkemizin turizm potansiyeli atarken ve ülkeye döviz girişi sağlanırken diğer yandan Kapadokya bölgesinin gelişmesi ve kalkınması hız kazanacaktır. Bu hedeflerin gerçekleştirilmesi için projemiz neticesinde belirlediğimiz öneriler: Son dönemlerde artan balon kazalarının önüne geçebilmek için devletin daha sıkı ve denetleyici tedbirler alması gerekmektedir, balon firmalarının gerek pilot gerekse yer ekibi olmak üzere tüm elemanlarının sıkı bir eğitimden geçerek daha kalifiyeli eleman çalıştırmaları gerekmektedir, bölge halkından gelen en büyük şikayet arazi araçlarının balonun indiği yere ulaşmak için arazilere verdiği zararlardır. Bu zararların ortadan kaldırılması ve arazi sahiplerinin uğradığı kayıplarının bertaraf edilmesi için balonların ineceği yerlerin daha planlı ve dikkatli bir şekilde belirlenmesi gerekmektedir.

KAYNAKLAR

Altunışık, Remzi, Coşkun, Recai, Bayraktaroğlu, Serkan ve Yıldırım, Engin (2007). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Baş, Türker (2001). Anket. Ankara: Seçkin Yayınları.

Dinç, Engin ve Abdioğlu, Hasan (2009). İşletmelerde kurumsal yönetim anlayışı ve muhasebe bilgi sistemi ilişkisi: İMKB-100 şirketleri üzerine ampirik bir araştırma. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12 (21), 157-184.

Karasar, Niyazi (2009). Bilimsel Araştırma Yöntemi, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Sekaran, Uma (2003). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. (Fourth Edition). New York: John Wiley and Sons.

Serper, Özer ve Aytaç, Mustafa (2000). Örneklem. (2. Baskı). Bursa: Ezgi Kitabevi.