



## A research for visitors' perceptions towards Pamukkale destination

## Ziyaretçilerin Pamukkale destinasyonunu algılamalarına yönelik bir araştırma

Serkan Bertan<sup>1</sup>

### Abstract

Determining visitor profiles and destination perceptions is useful to enhance competitiveness of Pamukkale as a destination, to contribute sustainable development and to identify strategies for the future. The main purpose of this study is searching the profiles and destination perceptions of visitors towards Pamukkale –as the destination of the thermal tourism city Denizli. For these purposes, German, English, Russian, Turkish and French questionnaires were applied in Pamukkale destination to the visitors who came to the city of Denizli. Out of 902 participants 889 completed the survey and analyzes were carried out of these who finished all of the survey. %42 of visitors are domestic and %57 is foreign visitors. T-test and one-way variance analysis were applied to investigate the effect of country, gender, education and income status of visitors towards the attitudes of visitors to Pamukkale destination. Significant differences emerged when the effect of country, gender, education and income status of visitors towards the perceptions of Pamukkale destination is inspected. Scheffe Test was applied due to the significant results of variance analysis.

**Keywords:** Domestic visitors, Foreign visitors, Perception, Thermal tourism, Pamukkale.

[\(Extended English abstract is at the end of this document\)](#)

### Özet

Pamukkale'nin bir destinasyon olarak rekabet gücünün artırılması, sürdürülebilir gelişimine katkı sağlanması ve geleceğe yönelik stratejilerin belirlenmesi için ziyaretçi profillerinin ve destinasyon algılamalarının belirlenmesinde yarar vardır. Bu çalışmanın temel amacı, ziyaretçi profillerini belirlemek ve ziyaretçilerin Pamukkale destinasyonuna yönelik algılamalarını incelemektir. Bu amaçlarla, Almanca, İngilizce, Rusça, Türkçe ve Fransızca olarak hazırlanan anket, Pamukkale destinasyonunda uygulanmıştır. Anket formunu dolduran 902 katılımcının bazıları tam olarak doldurmadığından analizler 889 anket üzerinden yapılmıştır. Anket formunu dolduran katılımcıların %42'si yerli ziyaretçi geriye kalan %57'si yabancı ziyaretçilerdir. Ziyaretçilerin Pamukkale destinasyonunu yönelik tutumlarına; ülke, cinsiyet, öğrenim ve gelir durumlarının etkisinin araştırılması için t testi ve tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Ziyaretçilerin ülke, cinsiyet, öğrenim ve gelir durumlarının, Pamukkale destinasyonuna yönelik algılamalarına etkisi incelendiğinde anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Varyans analizinde sonucunun anlamlı çıkmasından dolayı Scheffe testi uygulanmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Yerli ziyaretçi, Yabancı ziyaretçi, Algılama, Termal turizm, Pamukkale.

<sup>1</sup> Assist. Prof. Dr., Pamukkale University, Faculty of Tourism, Tourism Management, [serkanbertan@yahoo.com](mailto:serkanbertan@yahoo.com)

## Giriş

Denizli iline bağlı, tarihi kalıntıları ve travertenleriyle doğal bir güzelliğe sahip olan Pamukkale (Dilsiz, 2002; Yüksel ve diğerleri, 1999), yıllardır süren kazılara rağmen, dünyadaki arkeolojik alanlar ve doğal güzellikler arasında görülmeye değer önemli bir turizm bölgesidir (Şimşek ve diğerleri, 2000; Lasaponara ve diğerleri, 2008). 1. Derece Arkeolojik ve Doğal Sit Alanı ve Özel Çevre Koruma Bölgesi sınırları içinde bulunan, termal destinasyonlar arasında en iyi bilinen Pamukkale, (Sayılı, 2007, Önez, 2008) termal su kaynakları bakımından zengin alanları içinde yer alan travertenlerden ve antik kentten oluşmaktadır (Dilsiz, 2002). Kalsiyum bikarbonatça zengin suların yeryüzüne ulaşmasıyla değişen sıcaklık ve basınç koşullarına bağlı olarak, bünyelerindeki karbondioksit buharlaşarak atmosfere karışır ve kalsiyum karbonat çökmesi ile travertenler meydana gelmektedir (Polat, 2011; Güner ve Elhatip, 1999). Zengin termal kaynaklarda yıl boyunca termal hizmetlerin verilebilmesi ve geniş bir alana yayılması imkanına sahip olmasına rağmen termal turizm yeterli derecede değerlendirilememektedir (Erdoğan ve Akdoğan, 2008). Pamukkale destinasyonunda termal turizmin, sürdürülebilir gelişimine katkı sağlamak için ziyaretçi profillerinin ve destinasyon algılamalarının belirlenmesinde yarar vardır. Bu çalışmanın temel amacı, Pamukkale destinasyonuna gelen ziyaretçilerin profillerini belirlemek ve ziyaretçilerin Pamukkale destinasyonuna yönelik algılamalarını incelemektir.

## Literatür taraması

1957 yılından bu güne kazı çalışmaları devam eden (Ferrero, 1990) Pamukkale, 1969 yılında uluslararası kalkınma ajansı öncülüğünde yönetim planı hazırlanmış, 1980 yılında “Birinci Derece Arkeolojik ve Doğal Sit Alanı” olarak ilan edilmiş (Sayılı, 2007, Önez, 2008), 1988 yılında UNESCO tarafından Dünya Miras Listesine alınmış (Şimşek ve diğerleri, 2000; Dilsiz, 2002; Yüksel ve diğerleri, 1999) ve 1990 yılında da Özel Çevre Koruma bölgesi olarak ilan edilmiştir (Önez, 2008). Kültür ve Turizm Bakanlığı, Uluslararası Karst Su Kaynakları Uygulama ve Araştırma Merkezi (UKAM), Denizli Valiliği tarafından travertenlerin korunması için bazı araştırmalar yapılmış (Dilsiz, 2002; Şimşek ve diğerleri, 2000), akademisyenler, turizm işletmecileri ve yerel yetkililer, 1991 yılında Pamukkale’yi korumak için uluslararası bir toplantıya katılmışlar (Dilsiz, 2002; Yüksel ve diğerleri, 1999) ve bu toplantı sonucunda 1991 yılında UNESCO, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Denizli Valiliği tarafından Pamukkale Koruma ve Geliştirme Planı hazırlanmıştır (Dilsiz, 2002; Yüksel ve diğerleri, 1999). Travertenlerin ve arkeolojik bölgenin zarar görmesini engelleyecek faaliyetleri ortaya koymak amacıyla hazırlanan Pamukkale Koruma ve Geliştirme Planı’nda bahsedilen konular; ören yerinde bulunan otellerin başka bir yere taşınması, gözlem teraslarının yapılması, ziyaretçilerin ihtiyaçlarını giderici imkanların sunulması, arkeolojik alanların düzenlenmesi, travertenlerin

korunması, gözlemlenmesi, yeni traverten alanlarının araştırılması, doğal sit alanının düzenlenmesi, arkeolojik ve doğal alanların sınırlarının çizilmesi, dokuman haline getirilmesi, onaylanması, termal suyun düzenli kullanımının sağlanması, traverten teraslarının daha geniş bir alana yayılması, mevcut terasların bozulmasının önlenmesi, travertenlere daha fazla su gelmesini sağlamak için program oluşturulması, ziyaretçilerin yürüyebileceği alanlarının belirlenmesi, diğer alanlarının ziyaretçilere kapatılması, ören yerinin kuzeyinde ve güneyinde ziyaretçi karşılama merkezi oluşturulması, ören yerine yeni bir giriş sisteminin belirlenmesi, ziyaretçilerin kuzey ve güney kapılarında araçlarını bırakarak içeriye girmelerinin sağlanması, ören yerine özel araç girişinin sınırlandırılması, yürüyüş amaçlı ören yerinde doğu-batı ve kuzey-güney yürüyüş yolunun kullanılması, alan içi ve dışı yeni ulaşım ve gezi güzergahlarının belirlenmesi, Pamukkale kasabasından yukarıya doğru çıkan travertenlerin arasından geçerek ören yerinin merkezine giden asfalt yolun kaldırılması, doğal yapıya uygun terasların oluşturulması, yolun sadece yürüyüş amaçlı kullanımına izin verilmesi ve Pamukkale koruma ve geliştirme planı için bir kuruluşun oluşturulmasıdır (Yüksel ve diğerleri, 1999; Dilsiz, 2002; Kültür Bakanlığı, 1991).

1964 yılında Pamukkale yerleşim biriminden Hierapolis antik kentine bağlayan traverten sahasından geçirilen asfalt kaplamalı yol (Polat, 2011), Pamukkale koruma ve geliştirme planına göre 1994-1995 kapatılmış, sıcak su kaynaklarını taşıyan kanallarda su miktarındaki azalmayı engellemek ve orijinal su kalitesini korumak için yeniden yapılandırılmış, doğal yapıya uygun yeni teraslar oluşturulmuş, ören yerine kuzey ve güney kapısı olmak üzere iki yeni giriş belirlenmiş, travertenler üzerinde ayrı yürüyüş yolları oluşturulmuş, bölgenin jeolojik yapısı tanımlanarak su dağılımı belirlenmiştir (Dilsiz, 2002). Travertenleri kirlilikten korumak ve travertenlere gelen su kaynaklarını travertenlere ulaştırmak için Hacettepe Üniversitesi, Uluslararası Karst Su Kaynakları Uygulama ve Araştırma Merkezi (UKAM) tarafından gerçekleştirilen proje 1996 yılında tamamlanmış ve sürdürülebilir su yönetimine ilişkin yaklaşımlar belirlenmiştir (Şimşek ve diğerleri, 2000). Bu stratejik programda, travertenlerin korunması çerçevesinde suyun planlanması ele alınmış, travertenlerin rehabilitasyonu ve korunması amacıyla uygun su dağıtımını öngören bir plan hazırlanmış, sıcak su miktarını arttırmak için gerekli olan kaynak suların yolları boyunca muhafaza edilmesi, traverten alanlarını artırılması, traverten teraslarının doğrudan kullanımı engellenmesi için yaklaşımlar ele alınmış, travertenlerden taşan suyun ve yağmur sularının toplanması için ana tahliye kanalı önerilmiştir (Dilsiz, 2002; Şimşek ve diğerleri, 2000; Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2010). 1997 yılında otellerin yıkılmasına başlanmış, bölgenin tel örgüyle çevrilmesi kararlaştırılmış ve ziyaretçilerin traverten bölgesinde yalın ayakla dolaşmalarına izin verilmemiştir (Denizli Haberler, 1997).

Projenin çevresel rehabilitasyon özelliğine entegre edilmesi gerekenler belirtilerek 2002 yılında proje paydaşları tarafından yapılan Pamukkale danışma toplantısında; turistlerin Pamukkale'yi ziyaret etme

nedenleri tarihi kalıntılar, bölgenin eşsiz doğal güzellikleri, termal sular ve travertenler olduğu, Pamukkale'nin gelişmesi şifalı sıcak su kaynaklarına dayandığına, travertenlerin tahribata uğraması, düzenli izleme ve yönetim sistemi ile önlenebileceğini, turistin havuzlara girmesinin ve su ile fiziksel kontak kurmasının önlenmesi turizmi büyük ölçüde etkileyeceğini, otellerin yıkılmasından sonra, yeni otel inşaat alanı olarak Karahayıt bölgesi olduğunu bu yüzden Karahayıt yerleşiminin altyapısının bölgede artan turistik konaklamayı kaldırabilmesi için yenilenmesi gerektiği ele alınmıştır (Kültür Bakanlığı, 2002; Erer, 2002). 2006 tarihinde ambulans, itfaiye, engelli ve yaşlılar için kuzey kapısından ören yerine ulaşımı için servis araçları dışında, özel araçların girişlerine kapatılmıştır (Denizli Haberler, 2006).

Aşağıdaki tabloda 2011 yılında Pamukkale yöresinde bulunan işletme belgeli ve belediye belgeli tesislere geliş, geceleme, ortalama kalış süresi ve doluluk oranları gösterilmektedir.

Tablo 1. Pamukkale destinasyonunda tesislere geliş sayısı, geceleme, ortalama kalış süresi ve doluluk oranları (2011)

|                        | İşletme Belgeli | Belediye Belgeli |
|------------------------|-----------------|------------------|
| Tesislere geliş sayısı |                 |                  |
| Yabancı                | 782.297         | 223.213          |
| Yerli                  | 133.283         | 131.533          |
| Toplam                 | 915.580         | 354.746          |
| Geceleme               |                 |                  |
| Yabancı                | 806.910         | 225.941          |
| Yerli                  | 177.137         | 162.552          |
| Toplam                 | 984.047         | 388.493          |
| Ort. kalış süresi      |                 |                  |
| Yabancı                | 1.0             | 1.0              |
| Yerli                  | 1.3             | 1.2              |
| Toplam                 | 1.1             | 1.1              |
| Doluluk oranları       |                 |                  |
| Yabancı                | %58.24          | %13.32           |
| Yerli                  | %12.78          | %9.59            |
| Toplam                 | %71.02          | %22.91           |

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2012.

Pamukkale destinasyonunda 2011 yılında işletme belgeli ve belediye belgeli tesislere geliş, geceleme, ortalama kalış süresi ve doluluk oranlarının dağılımları incelendiğinde, tesislere toplam geliş sayısı

olan 1.270.326 kişinin %79'unu yabancı ziyaretçilerin, % 21'ini yerli ziyaretçilerin oluşturduğu,%72'sinin işletme belgeli tesislere tercih ettiği, %28'inin belediye belgeli tesislere tercih ettikleri anlaşılmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2012). Tesislerde ortalama kalış süresinin yabancı ziyaretçiler için yıllık ortalama 1 gece, yerli ziyaretçiler için 1,3 gece ve yıllık ortalama doluluk oranının ise işletme belgeli tesislerde % 71.02 ve belediye belgeli tesislerde %22.91 olduğu anlaşılmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2012). Turizmde demografik yapıların hızlıca değişimi yüzünden, demografik yapıya dayalı araştırmaların önemi artmış ve çalışmaların çoğunda destinasyon seçiminde ve imaj algılanmasında demografik durumların etkisi araştırılmış, bazı araştırmalarda ziyaretçilerin yaş, medeni durum ve eğitim gibi demografik yapıları ile ziyaretçilerin imajı algılamalarında anlamlı farklılıklar bulunmuştur (Chi ve diğerleri, 2009; Rittichainuwat ve diğerleri, 2001; Beerli ve Martin, 2003; Baloğlu ve McCleary, 1999; Chen ve Kerstetter, 1999). Pamukkale destinasyonun turizmden aldığı payın artması, turizm işletmelerinin karlılığının artması, yöre halkının turizmden elde ettiği gelirleri arttırması ve ziyaretçilerin destinasyonun sahip olduğu değerleri tanımalarının sağlanması amacıyla ziyaretçilerin tatil davranışlarını göz önüne alarak ziyaretçilerin profilleri ve destinasyona bakış açılarını değerlendirilmelidir. Bu yüzden bu çalışmada Pamukkale ziyaretçi profili ve ziyaretçi tutumları incelenmiştir.

### **Araştırmanın yöntemi**

Bu çalışmanın temel amacı, Pamukkale destinasyonuna yönelik ziyaretçilerin profillerini ve ziyaretçilerin Pamukkale destinasyonuna yönelik algılamalarını incelemektir. Pamukkale'nin bir destinasyon olarak rekabet gücünün artırılması, sürdürülebilir gelişimine katkı sağlanması ve geleceğe yönelik stratejilerin belirlenmesi için ziyaretçi profillerinin ve destinasyon algılamalarının belirlenmesinde yarar vardır. Ziyaretçilerin Pamukkale destinasyonuna yönelik algılamalarını incelemek için aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

H1: Yerli ve yabancı ziyaretçilerin Pamukkale destinasyonuna yönelik algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2: Cinsiyetlerine göre ziyaretçilerin Pamukkale destinasyonuna yönelik algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H3:Öğrenim durumlarına göre ziyaretçilerin Pamukkale destinasyonuna yönelik algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H4: Gelir durumlarına göre ziyaretçilerin Pamukkale destinasyonuna yönelik algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Bu çalışmada öncelikle termal turizmin bir parçası olarak Pamukkale destinasyonunda anket çalışması yapılmış, ziyaretçilerin demografik durumları incelenmiştir. Daha sonra Pamukkale'ye

gelen ziyaretçilerin genel özellikleri ortaya konulmuş ve incelenmiştir. Araştırmada ilk olarak konu ile ilgili literatür incelemesi yapılmış ve buradan elde edilen kuramsal bilgilerle, ikincil verilerin analizi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bilgilere dayanarak, alan araştırması kapsamında anket tekniği kullanılmıştır. Pamukkale destinasyonuna gelen yerli ve yabancı ziyaretçilere ilişkin genel profilin belirlenmesi ve destinasyon algılamalarını incelemek amacıyla yapılan bu çalışmada anket soruları hazırlanmıştır. Söz konusu anket, Pamukkale destinasyonunda, yerli ve yabancı ziyaretçilere uygulanmıştır. Araştırmanın kapsamını Mart ayından başlayarak Ekim ayına kadar Pamukkale destinasyonunu ziyaret eden yerli ve yabancı turistler oluşturmuştur. Ziyaretçilerin Pamukkale destinasyonuna bakış açılarını belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmada verilerin toplanmasında farklı yöntemler izlenmiştir. Anketler, Denizli il merkezinde, Pamukkale’de, Laodikya’da, Karahayıt’daki ziyaretçilere, Çardak havalimanında bölgeye gelen ziyaretçilere yüz yüze görüşme tekniği ile ve turist getiren acentaların müşterilerine de anketlerin verilip doldurulmasıyla uygulanmıştır.

Alan araştırmasında veri toplama yöntemi olarak kullanılan anket formunun ön sayfasında çalışmanın amacı kısaca açıklanmış daha sonra çalışmanın sadece bilimsel amaçla yapılacağı ve sonuçların kesinlikle gizli tutulacağı özellikle belirtilmiştir. Anket formunun oluşturulmasında, öncelikle konuyla ilgili bilimsel alanda yer alan araştırmalar incelenmiştir. Alan araştırmasının temel noktasını oluşturan anket çalışmasında geçerli sonuçlar alabilmek için öncelikle ön uygulama yapılmıştır. Çalışmanın ön uygulaması ziyaretçiler ile karşılıklı görüşülerek gerçekleştirilmiştir. Karşılıklı görüşmelerde ziyaretçilerin, sorulara nasıl reaksiyon gösterdikleri incelenmiş, nerelerde tereddüt ettikleri ve anlaşılmayan kısımların olup olmadığı sorulmuş ve ziyaretçilerin soruları algılama düzeyleri dikkate alınmıştır. Anket formunun genel güvenilirlik testi sonucunda alpha değeri 0,9554 olarak ortaya çıkmıştır. Bu sonuç, elde edilen verilerin genel Cronbach alpha’sı Nunnally’in belirttiği 0,8 düzeyinin (Nunnally 1967) üzerinde gerçekleştiğinden, anket formunun iç uyumun kabul edilebilir düzeyin üzerinde olduğunu göstermektedir. Ön uygulamanın ardından anket formuna son şekli verilerek, ziyaretçilere bu anket uygulanmıştır. Anketler yüzyüze görüşülerek yapılmaya çalışılmıştır. Anket yoluyla toplanan veriler, sosyal bilimler için geliştirilmiş olan SPSS (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı) adlı istatistik programı ile analiz edilmiştir. Öncelikle anketler kontrol edilerek tam olarak doldurulup doldurulmadığı, cevapların belli bir şekilde devam edip etmediği incelenmiştir. Uç değerler ve eksik veriler incelenmiştir. Eksik verilerin rasgele olup olmadığının incelenmesinde tam olan gözlemler dikkate alınarak hesaplanan aritmetik ortalamalar (Listwise) ile tüm değerleri dikkate alınarak hesaplanan aritmetik ortalamalar (All Values) dikkate alınmıştır. Ziyaretçilerin Pamukkale destinasyonunu yönelik tutumlarına; ülke, cinsiyet,

öğrenim ve gelir durumlarının etkisinin araştırılması için t testi ve tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır.

### Araştırmanın bulguları

Ankete cevap veren ziyaretçilerin demografik bulguları Tablo 2'de belirtilmektedir.

Tablo 2. Demografik bulgular

| Demografik faktörler |     | Yüzde | Demografik faktörler |     | Yüzde |
|----------------------|-----|-------|----------------------|-----|-------|
| Ülke                 |     |       | Öğrenim durumu       |     |       |
| Yerli ziyaretçi      | 369 | 42    | İlköğretim           | 73  | 8.1   |
| Yabancı ziyaretçi    | 508 | 57    | Lise                 | 153 | 17    |
| Cinsiyet             |     |       | Önlisans             | 137 | 15.2  |
| Bayan                | 438 | 49.1  | Lisans               | 298 | 33    |
| Bay                  | 451 | 50.7  | Lisans üstü          | 177 | 19.6  |
| Gelir (yıllık)       |     |       | Çalışma durumu       |     |       |
| 14.999 ve az         | 175 | 19.4  | Ücretli bir iş       | 296 | 32.9  |
| 15.000-29.999        | 199 | 22.1  | Kendi işi            | 156 | 17.3  |
| 30.000-44.999        | 90  | 10    | Öğrenci              | 131 | 14.5  |
| 45.000-59.999        | 130 | 14.4  | Emekli               | 109 | 12.1  |
| 60.000 ve üstü       | 146 | 16.4  | Diğer                | 169 | 18.7  |

Anket formunu dolduran katılımcıların %42'si yerli ziyaretçi geriye kalan %57'i yabancı ziyaretçilerdir. Anket formunu dolduran turistlerin %49.1'i kadınlardan, %50.7'si erkeklerden oluşmaktadır. Ziyaretçilerin yıllık gelirleri incelendiğinde %19.4'ünün 14.999'den daha az, %22.1'inin 15.000-29.999 arası, %10'unun 30.000-44.999 arası, %14.4'ünün 45.000-59.999 arası, %16.4'ünün 60.000 ve üstü gelir elde ettiği anlaşılmıştır. Katılımcıların öğrenim durumu incelendiğinde, katılımcıların %8.1'i ilköğretim, %17'si lise, %15.2'si ön lisans, %33'ü lisans ve %19.6'sı lisansüstü eğitim almıştır. Ziyaretçilerin çalışma durumları incelendiğinde %32.9'unun ücretli bir işte çalıştığı, %17.3'ünün kendi işi olduğu (kendi hesabına, işveren), %14.5'inin öğrenci, %12.1'inin emekli olduğu anlaşılmıştır. Ankete cevap veren ziyaretçilerin tatil öncesi ile ilgili düşünceleri şunlardır. Katılımcıların tatillerini ne kadar önce planladıkları dikkate alındığında katılımcıların %35.9'u 15 gün önceden, %15'i 1 ay önce, %11'i 2 ay önce, %10.6'sı 3 ay önce, %5.5'i 4 ay önce ve geriye kalan %13'ü 5 aydan daha fazla zamandan önce tatillerini planlamaktadırlar. Ziyaretçilerin %5.6'sı sadece oda, %14.6'sı oda-kahvaltı, %22.4'ü yarım pansiyon, %12.8'i tam pansiyon geriye kalan %30'u herşey dahil sistemini tercih etmektedirler. Katılımcıların

ziyaretlerindeki bilgi kaynağı incelendiğinde, %22.8'inin seyahat acentaları, %2.4'ünün fuar-sergi, %4.3'ünün medya, %18.2'sinin arkadaş/akraba tavsiyesi, %2'nin açık hava reklamları, %3.2'nin turizm ofisleri, %32'sinin internet, %2.9'unun TV, %4.6'nın broşür olduğu ortaya çıkarılmıştır. Ziyaretçilerin %34'ü yılda bir kez, %26.7'si iki kez, %21.1'i üç kez geriye kalan %18'i yılda dört kez tatile çıktıkları görülmüştür. Katılımcıların tatillerini nasıl organize ettikleri incelendiğinde; %44.2'nin bireysel olarak, %52.3'ünün seyahat acentası veya tur operatörü aracılığıyla organize ettikleri görülmüştür. Katılımcıların %31.6'sı termal otellerde, %26'sı şehir otellerinde, %18.1'i pansiyonlarda ve geriye kalan %4.7'si apartlar da kalmayı tercih etmektedirler. Ziyaretçilerin Pamukkale denince %29.9'u termal, %31.8'i doğal güzellik, %10'u tatil, %12.8'i kültür, %19.3'ü tarih aklına geldiği belirlenmiştir. Ankete cevap veren ziyaretçilerin tatil ile ilgili düşünceleri şunlardır. Katılımcıların tatil süresince harcamalarının %25.8'ini yeme-içme, %12.4'ünü termal, %19'unu konaklama, %14'ünü ulaştırma, %3.7'sini halı, %3.7'sini mücevherat, %8.4'ünü ise tekstil ürünleri için yaptıkları görülmüştür. Harcama miktarları ele alındığında en yüksek harcama yeme içme (73.137), sırayla konaklama harcamaları (45.170), ulaştırma (35.480), hediyelik eşya (30.370) ve termal (26.800) gelmektedir. Ziyaretçilerin %29.2'si Denizli şehir merkezine %15.5'i Afrodisias, %7.6'sı Tripolis, %32.7'si Hierapolis Arkeoloji Müzesi, %14.5'i Laodikya ve %6'sı Kaklık mağarasına ziyaret etmişlerdir. Ziyaretçilerin yaptıkları aktiviteler dikkate alındığında %39.1'i doğa turları, %24.9'u alışveriş, %12.4'u termal aktiviteleri, %9.1'i sanatsal aktiviteler, %30.3'u kültürel aktiviteler, %12'si sportif aktivitelere katılmıştır. Sportif aktivitelere katılanların %2.4'u Yamaç paraşütü yapmış, %6.2'si dağcılık yapmıştır. Ziyaretçilerin %93.2'sinde sağlık sorunu olmamış, geriye kalan %4.7'sinde sağlık sorunu olmuştur. Katılımcıların destinasyona gelme kararını kimin tarafından verildiği ele alındığında bu kararın %42.8'inin kendisi tarafından, %10.3'ünün eşi tarafından, %22.1'inin arkadaşları tarafından ve %17.6'sının çocukları tarafından verildiği görülmüştür. Ziyaretçiler %67'si günübirlik, %17'si bir gece, %8.2'si iki gece, %3.9'u üç gece, %1.9'u dört gece kalmaktadırlar. Ziyaretçilerin %57.3'ü Pamukkale'ye ilk kez, %30.7'si ikinci kez, %6.6'sı üçüncü kez geriye kalan %5.2'si dördüncü kez geldikleri görülmüştür. Ziyaretçilerin %29.2'si Denizli şehir merkezine gitmiş geriye kalan %65.2'si gitmemiştir. Ziyaretçilerin Pamukkale gelişlerinin ana sebebi olarak %12.9'u termal, %7.3'ü iş, %4.8'i eğitim, %2.8'i alışveriş, %2.5'i yakınlarla ziyaret, 1.9'u inanç, %20.5'i gezi-dinlenme, %2.1'i sportif, %31.5'i kültürel, %11.5'i travertenleri görmek için gelmişlerdir. SPSS 16.0 programı kullanılarak, kodlanmış verilere güvenilirlik testi (Cronbach alpha) uygulanmıştır. Anket formunun, genel güvenilirlik testi sonucunda p değeri 0.001, buna bağlı olarak Cronbach Alpha değerinin 0.9431 olduğu görülmüştür. Test sonucunda verilerin genel Cronbach alpha'sı Nunnally'in sosyal bilimler araştırmaları için belirttiği 0.8 düzeyinin (Nunnally 1967) üzerinde gerçekleşmesi nedeniyle ölçek güvenilirliğinin



kabul edilebilir düzeyin üzerinde olduğu ve elde edilen verilerin güvenilir olduğunu ifade eder. Bu bilgilere göre ölçek oldukça güvenilir bir ölçektir. Ziyaretçilerin Pamukkale destinasyonunu yönelik tutumlarına; ülke, cinsiyet, öğrenim ve gelir durumlarının etkisinin araştırılması için t testi ve tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Ziyaretçilerin ülke ve cinsiyet durumlarının, Pamukkale destinasyonuna yönelik tutumlarına etkisi incelendiğinde anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır.

Tablo 3. Pamukkale destinasyonuna yönelik tutumlarının yerli-yabancı ziyaretçilere ve cinsiyetlerine göre karşılaştırılması

| İfadeler                                 | Ülke    |        |        |      | Cinsiyet |        |       |      |
|--|---------|--------|--------|------|----------|--------|-------|------|
|  |         | Ort.   | t      | p    |          | Ort.   | t     | p    |
| Serbest zaman faaliyetleri yeterlidir.   | Yerli   | 3.2271 | 6.516  | .000 | Kadın    | 3.6345 | 2.415 | .016 |
|  | Yabancı | 3.7416 |        |      | Erkek    | 3.4390 |       |      |
| Yerel halk konukseverdir.                | Yerli   | 3.6779 | 8.134  | .000 | Kadın    | 4.1841 | 3.818 | .000 |
|  | Yabancı | 4.2983 |        |      | Erkek    | 3.8791 |       |      |
| Hediyelik eşyalar çeşitlidir.            | Yerli   | 3.2390 | 7.065  | .000 | Kadın    | 3.6699 | 3.866 | .000 |
|  | Yabancı | 3.7819 |        |      | Erkek    | 3.3622 |       |      |
| Bilgiye erişim kolaydır.                 | Yerli   | 3.3343 | 5.098  | .000 | Kadın    | 3.7099 | 2.869 | .004 |
|  | Yabancı | 3.7630 |        |      | Erkek    | 3.4648 |       |      |
| Bilgilendirme yeterlidir.                | Yerli   | 3.2722 | 7.758  | .000 | Kadın    | 3.7509 | 2.782 | .006 |
|  | Yabancı | 3.8960 |        |      | Erkek    | 3.5181 |       |      |
| Ören yeri temizdir.                      | Yerli   | 3.5840 | 8.024  | .000 | Kadın    | 4.0519 | 2.854 | .004 |
|  | Yabancı | 4.1623 |        |      | Erkek    | 3.8385 |       |      |
| Dinlenme alanları yeterlidir.            | Yerli   | 3.2857 | 8.747  | .000 | Kadın    | 3.8659 | 4.099 | .000 |
|  | Yabancı | 3.9805 |        |      | Erkek    | 3.5216 |       |      |
| Ulaştırma hizmetleri yeterlidir.         | Yerli   | 3.3446 | 5.161  | .000 | Kadın    | 3.6858 | 2.296 | .022 |
|  | Yabancı | 3.7529 |        |      | Erkek    | 3.5031 |       |      |
| Rehberlik hizmetleri yeterlidir.         | Yerli   | 3.1745 | 10.335 | .000 | Kadın    | 3.7150 | 2.122 | .034 |
|  | Yabancı | 3.9822 |        |      | Erkek    | 3.5343 |       |      |
| Görünümü güzeldir.                       | Yerli   | 3.8512 | 8.564  | .000 | Kadın    | 4.3008 | 2.128 | .034 |
|  | Yabancı | 4.4351 |        |      | Erkek    | 4.1517 |       |      |
| Personeli kalifiyedir.                   | Yerli   | 3.1730 | 8.271  | .000 | Kadın    | 3.6492 | 2.942 | .003 |
|  | Yabancı | 3.8086 |        |      | Erkek    | 3.4262 |       |      |
| Konaklama Hizmetleri yeterlidir.         | Yerli   | 3.2945 | 6.425  | .000 | Kadın    | 3.6450 | 2.141 | .033 |
|  | Yabancı | 3.7723 |        |      | Erkek    | 3.4887 |       |      |
| Yiyecek-içecek hizmetleri yeterlidir     | Yerli   | 3.1088 | 7.765  | .000 | Kadın    | 3.6370 | 4.300 | .000 |
|  | Yabancı | 3.7215 |        |      | Erkek    | 3.3082 |       |      |
| Konaklama hizmetlerinden memnunum.       | Yerli   | 3.2639 | 8.390  | .000 | Kadın    | 3.7298 | 3.135 | .002 |
|  | Yabancı | 3.8868 |        |      | Erkek    | 3.4979 |       |      |
| Seyahat hizmetlerinden memnunum.         | Yerli   | 3.4422 | 6.952  | .000 | Kadın    | 3.8073 | 2.464 | .014 |
|  | Yabancı | 3.9500 |        |      | Erkek    | 3.6289 |       |      |
| Genel olarak tatilden memnunum.          | Yerli   | 3.4229 | 12.107 | .000 | Kadın    | 4.1062 | 4.564 | .000 |
|  | Yabancı | 4.2904 |        |      | Erkek    | 3.7681 |       |      |
| Serbest zaman aktivitelerinden memnunum. | Yerli   | 3.4720 | 7.007  | .000 | Kadın    | 3.9341 | 3.811 | .000 |
|  | Yabancı | 4.0000 |        |      | Erkek    | 3.6562 |       |      |

“Serbest zaman faaliyetleri yeterlidir” ifadesinde yerli ve yabancı ziyaretçiler açısından fark istatistikî olarak anlamlı bulunmuştur ( $p < .000$ ). Yabancı ziyaretçiler yerli ziyaretçilere göre, serbest zaman

faaliyetlerin yeterli olduklarını düşünmektedirler. Yerel halkın konuksever olup olmama durumunun, yerli ve yabancı ziyaretçilere göre farkının anlamlı olduğu görülmektedir ( $p<.000$ ). “Yerel halkın konukseverdir” ifadesi, yabancı ziyaretçiler lehine anlamlıdır ( $p<.000$ ). “Hediyelik eşyalar çeşitlidir” ifadesi, yabancı ziyaretçiler lehine anlamlıdır ( $p<.000$ ). Bilgiye erişimin kolay olup olmamasına göre, yerli ve yabancı ziyaretçiler arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ( $p<.000$ ). “Bilgiye erişim kolaydır.” ifadesini yabancı ziyaretçiler, yerli ziyaretçilere göre daha olumlu değerlendirmektedirler. “Bilgilendirme yeterlidir.” ifadesinde, yerli ve yabancı ziyaretçiler açısından fark istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur ( $p<.000$ ). Yabancı ziyaretçiler yerli ziyaretçilere göre, bilgilendirmenin yeterli olduklarını düşünmektedirler. Ören yerinin temizliği konusu, yerli ve yabancı ziyaretçiler anlamlı fark olduğu görülmektedir ( $p<.000$ ). Yabancı ziyaretçiler yerli ziyaretçilere göre, ören yerinin temiz olduğunu düşünmektedirler. “Dinlenme alanları yeterlidir” ifadesi, yabancı ziyaretçiler lehine anlamlılık göstermektedir ( $p<.000$ ). Ulaştırma hizmetleri yeterli olup olmaması konusunda, yerli ve yabancı ziyaretçiler açısından anlamlı farklılıklar bulunmuştur ( $p<.000$ ). Yabancı ziyaretçiler yerli ziyaretçilere göre, ulaştırma hizmetlerinin yeterli olduğunu düşünmektedirler. “Rehberlik hizmetleri yeterlidir.” ifadesini, yabancı ziyaretçiler, yerli ziyaretçilere göre daha olumlu değerlendirmektedirler ( $p<.000$ ). “Görünümü güzeldir.” ifadesinde, yerli ve yabancı ziyaretçiler açısından fark, istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur ( $p<.000$ ). Yabancı ziyaretçiler yerli ziyaretçilere göre, ören yerinin görünümünü daha güzel olduğunu düşünmektedirler. Personeli kalifiyeliği konusunda, yerli ve yabancı ziyaretçiler göre anlamlı farklılık görülmektedir ( $p<.000$ ). Yabancı ziyaretçiler, yerli ziyaretçilere göre turizm işletmelerinde çalışan personelin daha kalifiyeli olduğunu düşünmektedir. “Konaklama hizmetleri yeterlidir” ifadesi, yabancı ziyaretçiler lehine anlamlıdır ( $p<.000$ ). Yiyecek-içecek hizmetleri yeterli olup olmadığı, yerli ve yabancı ziyaretçiler açısından karşılaştırıldığında, anlamlı farklılıklar bulunmuştur ( $p<.000$ ). Yabancı ziyaretçiler, yiyecek-içecek hizmetleri yeterli olduğunu düşünmektedirler. “Konaklama hizmetlerinden memnunum.” ifadesinde yerli ve yabancı ziyaretçiler açısından fark istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur ( $p<.000$ ). Yabancı ziyaretçiler yerli ziyaretçilere göre, konaklama hizmetlerinden memnun oldukları tespit edilmiştir. Seyahat hizmetlerinden memnun olup olmama durumunun, yerli ve yabancı ziyaretçilere göre farkının anlamlı olduğu görülmektedir ( $p<.000$ ). Yabancı ziyaretçiler seyahat hizmetlerinden daha memnun oldukları anlaşılmaktadır ( $p<.000$ ). “Genel olarak tatilden memnunum.” ifadesi, yabancı ziyaretçiler lehine anlamlıdır. Serbest zaman aktivitelerinden memnun olup olmamasına göre, yerli ve yabancı ziyaretçiler arasında anlamlı

farklılıklar bulunmuştur ( $p < .000$ ). “Serbest zaman aktivitelerinden memnunum.” ifadesini yabancı ziyaretçiler, yerli ziyaretçilere göre daha olumlu değerlendirmektedirler.

“Serbest zaman faaliyetleri yeterlidir” ifadesinde cinsiyetler açısından fark istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur ( $p < .016$ ). Kadınlar, erkeklere göre, serbest zaman faaliyetlerin yeterli olduklarını düşünmektedirler. Yerel halkın konuksever olup olmama durumunun, erkek ve kadın ziyaretçilere göre farkının anlamlı olduğu görülmektedir ( $p < .000$ ). “Yerel halkın konukseverdir” ifadesi, kadın ziyaretçiler lehine anlamlıdır. “Hediyelik eşyalar çeşitlidir” ifadesi, kadın ziyaretçiler lehine anlamlıdır ( $p < .000$ ). Bilgiye erişimin kolay olup olmamasına göre, erkek ve kadın ziyaretçiler arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ( $p < .004$ ). “Bilgiye erişim kolaydır.” ifadesini kadın ziyaretçiler, erkek ziyaretçilere göre daha olumlu değerlendirmektedirler ( $p < .004$ ). “Bilgilendirme yeterlidir.” ifadesinde, erkek ve kadın ziyaretçiler açısından fark istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur ( $p < .006$ ). Kadın ziyaretçiler erkek ziyaretçilere göre, bilgilendirmenin yeterli olduklarını düşünmektedirler. Ören yerinin temizliği konusu, erkek ve kadın ziyaretçiler anlamlı fark olduğu görülmektedir ( $p < .004$ ). Kadın ziyaretçiler erkek ziyaretçilere göre, ören yerinin temiz olduğunu düşünmektedirler. “Dinlenme alanları yeterlidir” ifadesi, kadın ziyaretçiler lehine anlamlılık göstermektedir ( $p < .000$ ). Ulaştırma hizmetleri yeterli olup olmaması konusunda, erkek ve kadın ziyaretçiler açısından anlamlı farklılıklar bulunmuştur ( $p < .022$ ). “Rehberlik hizmetleri yeterlidir.” ifadesini, kadın ziyaretçiler, erkek ziyaretçilere göre daha olumlu değerlendirmektedirler ( $p < .034$ ). “Görünümü güzeldir.” ifadesinde, erkek ve kadın ziyaretçiler açısından fark, istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur ( $p < .034$ ). Kadın ziyaretçiler erkek ziyaretçilere göre, ören yerinin görünümünü daha güzel olduğunu düşünmektedirler. Personeli kalifiyeliği konusunda, erkek ve kadın ziyaretçiler göre anlamlı farklılık görülmektedir ( $p < .003$ ). Kadın ziyaretçiler, kadın ziyaretçilere göre turizm işletmelerinde çalışan personelin daha kalifiyeli olduğunu düşünmektedir. “Konaklama Hizmetleri yeterlidir” ifadesi kadın ziyaretçiler lehine anlamlıdır ( $p < .033$ ). Yiyecek-içecek hizmetleri yeterli olup olmadığı, erkek ve kadın ziyaretçiler açısından karşılaştırıldığında, anlamlı farklılıklar bulunmuştur ( $p < .000$ ). Kadın ziyaretçiler, yiyecek-içecek hizmetleri yeterli olduğunu düşünmektedirler. “Konaklama hizmetlerinden memnunum.” ifadesinde erkek ve kadın ziyaretçiler açısından fark istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur ( $p < .002$ ). Kadın ziyaretçiler erkek ziyaretçilere göre, konaklama hizmetlerinden memnun oldukları tespit edilmiştir. Seyahat hizmetlerinden memnun olup olmama durumunun, erkek ve kadın ziyaretçilere göre farkının anlamlı olduğu görülmektedir ( $p < .014$ ). “Genel olarak tatilden memnunum.” ifadesi kadın ziyaretçiler lehine anlamlıdır ( $p < .000$ ). “Serbest zaman

aktivitelerinden memnunum.” ifadesini kadın ziyaretçiler, erkek ziyaretçilere göre daha olumlu değerlendirmektedirler ( $p<.000$ ).

Ziyaretçilerin, öğrenim ve gelir durumlarının, Pamukkale destinasyonuna yönelik tutumlarına etkisi incelendiğinde anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Bu farklılıklar Tablo 4'te belirtilmektedir.

Tablo 4. Ziyaretçilerin pamukkale destinasyonuna yönelik tutumlarının öğrenim ve gelir durumuna göre karşılaştırılması

| İfadeler                                 | Öğrenim durumu |      |         | Gelir durumu |      |         |
|--|----------------|------|---------|--------------|------|---------|
|  | F              | p    | Scheffe | F            | p    | Scheffe |
| Serbest zaman faaliyetleri yeterlidir    | -              | -    | -       | 6.906        | .000 | 4-5     |
| Yerel halk konukseverdir.                | 6.419          | .000 | 1-2-3   | -            | -    | -       |
| Hediyelik eşyalar çeşitlidir.            | 5.979          | .000 | 1-2     | 5.630        | .000 | 4-5     |
| Bilgiye erişim kolaydır.                 | -              | -    | -       | 3.829        | .004 | 4-5     |
| Bilgilendirme yeterlidir.                | 2.758          | .027 | 1-2     | 3.048        | .017 | 4-5     |
| Ören yeri temizdir.                      | 3.090          | .015 | 1-3     | -            | -    | -       |
| Dinlenme alanları yeterlidir.            | 4.329          | .002 | 4-5     | 2.768        | .027 | 2-5     |
| Ulaştırma hizmetleri yeterlidir.         | 2.963          | .019 | 1-5     | -            | -    | -       |
| Rehberlik hizmetleri yeterlidir.         | 6.189          | .000 | 1-2     | -            | -    | -       |
| Görünümü güzeldir.                       | 5.684          | .000 | 1-2     | 4.343        | .002 | 4-5     |
| Yiyecek içecek fiyatları yüksektir.      | -              | -    | -       | 4.420        | .002 | 3-5     |
| Hediyelik eşyaların fiyatları yüksektir. | 3.317          | .010 | 2-4     | -            | -    | -       |
| Ören yeri giriş ücretleri yüksektir      | 5.040          | .001 | 4-5     | -            | -    | -       |
| Personel kalifiyelidir.                  | -              | -    | -       | 4.328        | .002 | 4-3     |
| Konaklama Hizmetleri yeterlidir          | -              | -    | -       | 5.703        | .000 | 4-3     |
| Yiyecek-içecek hizmetleri yeterlidir     | -              | -    | -       | 4.412        | .003 | 4-3     |
| Konaklama hizmetlerinden memnunum.       | 5.874          | .000 | 2-5     | 4.462        | .001 | 4-3     |

Tablo 4. Ziyaretçilerin pamukkale destinasyonuna yönelik tutumlarının öğrenim ve gelir durumuna göre karşılaştırılması (Devamı)

| İfadeler                                | Öğrenim durumu |      |         | Gelir durumu |   |         |
|---|----------------|------|---------|--------------|---|---------|
|   | F              | p    | Scheffe | F            | p | Scheffe |
| Seyahat hizmetlerinden memnunum.        | 3.423          | .009 | 2-5     | -            | - | -       |
| Alışveriş hizmetlerinden memnunum.      | 3.222          | .012 | 2-5     | -            | - | -       |
| Genel olarak tatilimden memnunum.       | 5.633          | .000 | 2-5     | -            | - | -       |
| Serbest zaman aktivitelerinden memnunum | 3.926          | .004 | 2-5     | -            | - | -       |

“Yerel halk konukseverdir.” ifadesine katılımcıların öğrenim durumları açısından tutumları incelendiğinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur ( $F=6.419$ ,  $p<.000$ ). “Yerel halk konukseverdir.” ifadesine lise ve ön lisans eğitiminden mezun olan katılımcıların tutumu ile, ilköğretimden mezun olan katılımcıların tutumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir. Lise ve lisans eğitiminden mezun olan katılımcılar, ilköğretimden mezun olan katılımcılara göre, yerel halkın konuksever olduğunu düşünmektedir. Liseden mezun olan katılımcıların, ilköğretimden mezun olan katılımcılara göre, hediyelik eşyaların çeşitliliği konusundaki tutumları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $F=5.979$ ,  $p<.000$ ). Liseden mezun olan katılımcılar, ilköğretimden mezun olanlara göre hediyelik eşyaların çeşitliliği konusunda daha olumlu düşünmektedirler. Liseden mezun olan katılımcıların, “Bilgilendirme yeterlidir.” ifadesine, ilköğretimden mezun olan katılımcılara göre daha olumlu yaklaştıkları tespit edilmiştir ( $F=2.758$ ,  $p<.027$ ). Üniversiteden mezun olan katılımcılar, ilköğretimden mezun olanlara göre ören yerinin temiz olduğu konusunda daha olumlu düşünmektedirler ( $F=3.090$ ,  $p<.015$ ). “Dinlenme alanları yeterlidir.” ifadesine katılımcıların öğrenim durumları açısından tutumları incelendiğinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur ( $F=4.329$ ,  $p<.002$ ). Lisansüstü eğitimden mezun olan katılımcıların, lisans eğitimden mezun olan katılımcılara göre, “Dinlenme alanları yeterlidir.” cümlesine daha olumlu yaklaştıkları tespit edilmiştir. “Ulaştırma hizmetleri yeterlidir.” ifadesine ilköğretim ile lisansüstü eğitim alan bireylere göre farklılığı önemlidir ( $F=2.963$ ,  $p<.019$ ). Lisansüstü eğitimi alanlar ilköğretim eğitimi alanlara göre ulaştırma hizmetlerini yeterli bulmuşlardır. Lise mezunlarının, ilköğretim mezunlarına göre, rehberlik hizmetleri yeterli olduğu düşündükleri söylenebilir ( $F=6.189$ ,  $p<.000$ ). İlköğretim mezunlarının, “Görünümü

güzelidir.” ifadesine lise mezunlarına göre daha olumsuz yaklaştıkları tespit edilmiştir ( $F=5.684$ ,  $p<.000$ ). “Hediyelik eşyaların fiyatları yüksektir.” cümlesinde lisans mezunlarının, lise mezunlarına göre daha olumlu tutumda oldukları ( $F=3.317$ ,  $p<.010$ ) tespit edilmiştir. Ören yeri giriş ücretleri yüksek olup olmaması yorumları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $F=5.040$ ,  $p<.001$ ). Lisansüstü eğitimi alanlar lise eğitimi alanlara göre ören yeri giriş fiyatlarına daha yüksek bulmuşlardır. “Konaklama hizmetlerinden memnunum” ifadesine lisansüstü eğitiminden mezun olan katılımcıların tutumu, liseden mezun olan katılımcıların tutumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir ( $F=5.874$ ,  $p<.000$ ). Lisansüstü eğitiminden mezun olan katılımcılar, liseden mezun olan katılımcılara göre, konaklama hizmetlerinden memnun olduğu düşünülmektedir. Bazı ziyaretçiler tarihsel mimariye uygun olarak turizm işletmeleri, kür merkezlerini, kür parklarını kurulması termal tesisler bir kompleks şeklinde planlanarak, yeşil alanlar, koşu ve gezi parkurları, eğlence mekanları düzenlenmesi gerekliliği üzerinde durmuşlardır. Lisansüstü mezun olan katılımcıların, liseden mezun olan katılımcılara göre, seyahat hizmetlerinden memnuniyet konusundaki tutumları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $F=3.423$ ,  $p<.009$ ). Lisansüstü mezun olan katılımcılar, liseden mezun olanlara göre seyahat hizmetlerinden memnuniyet konusunda daha olumlu düşünmektedirler. Lisansüstü mezun olan katılımcıların, “Alışveriş hizmetlerinden memnunum.” ifadesine, liseden mezun olan katılımcılara göre daha olumlu yaklaştıkları tespit edilmiştir ( $F=3.222$ ,  $p<.012$ ). Lisansüstü mezun olan katılımcılar, liseden mezun olanlara göre genel olarak tatilimden memnuniyet konusunda daha olumlu düşünmektedirler ( $F=5.633$ ,  $p<.000$ ). “Serbest zaman aktivitelerinden memnunum.” ifadesine katılımcıların öğrenim durumları açısından tutumları incelendiğinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur ( $F=3.926$ ,  $p<.004$ ). Lisansüstü eğitimi alanlar lise eğitimi alanlara göre serbest zaman aktivitelerinden daha fazla memnun kalmışlardır. “Serbest zaman faaliyetleri yeterlidir.” ifadesi katılımcıların gelir durumları açısından tutumları incelendiğinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur ( $F=6.906$ ,  $p<.000$ ). “Serbest zaman faaliyetleri yeterlidir.” ifadesine 60.000 ve üstü yıllık geliri olan katılımcıların tutumu, 45.000-59.999 arası yıllık geliri olan katılımcılara göre daha olumlu yaklaşmaktadırlar. 60.000 ve üstü yıllık geliri olan katılımcıların, 45.000-59.999 arası yıllık geliri olan katılımcılara göre, hediyelik eşyaların çeşitli olduğunu düşünmektedir ( $F=5.630$ ,  $p<.000$ ). 60.000 ve üstü yıllık geliri olan katılımcıların, 45.000-59.999 arası yıllık geliri olan katılımcılara göre, bilgiye erişimin kolay olduğu konusundaki tutumları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $F=3.829$ ,  $p<.004$ ). 60.000 ve üstü yıllık geliri olan katılımcıların, 45.000-59.999 arası yıllık geliri olan katılımcılara göre, bilgiye erişimin kolay olduğunu düşünmektedir. 60.000 ve üstü yıllık geliri olan katılımcıların, 45.000-59.999 arası yıllık geliri olan katılımcılara göre, bilgilendirme yeterliliği konusundaki tutumları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $F=3.048$ ,  $p<.017$ ). 60.000 ve üstü yıllık geliri olan katılımcıların, 45.000-59.999 arası

yıllık geliri olan katılımcılara göre, bilgilendirme yeterli olduğunu düşünmektedir. 60.000 ve üstü yıllık geliri olan katılımcıların, 15.000-29.999 arası yıllık geliri olan katılımcılara göre, dinlenme alanları yeterliliği konusundaki tutumları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $F=2.768$ ,  $p<.027$ ). 60.000 ve üstü yıllık geliri olan katılımcıların, 15.000-29.999 arası yıllık geliri olan katılımcılara göre, dinlenme alanları yeterli olduğunu düşünmektedir. 60.000 ve üstü yıllık geliri olan katılımcıların, 45.000-59.999 arası yıllık geliri olan katılımcılara göre, ören yeri görünümünün güzelliği konusundaki tutumları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $F=4.343$ ,  $p<.002$ ). 60.000 ve üstü yıllık geliri olan katılımcıların, 45.000-59.999 arası yıllık geliri olan katılımcılara göre, görünümünün güzel olduğunu düşünmektedir. 60.000 ve üstü yıllık geliri olan katılımcıların, 30.000-44.999 arası yıllık geliri olan katılımcılara göre, yiyecek içecek fiyatlarının yüksekliği konusundaki tutumları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $F=4.420$ ,  $p<.002$ ). 60.000 ve üstü yıllık geliri olan katılımcıların, 30.000-44.999 arası yıllık geliri olan katılımcılara göre, yiyecek içecek fiyatlarının yüksek olduğunu düşünmektedir. 45.000-59.999 arası yıllık geliri olan katılımcıların, 30.000-44.999 arası yıllık geliri olan katılımcılara göre, personel kalifiyeliği konusundaki tutumları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $F=4.328$ ,  $p<.002$ ). 45.000-59.999 arası yıllık geliri olan katılımcıların, 30.000-44.999 arası yıllık geliri olan katılımcılara göre, personel kalifiyeli olduğunu düşünmektedir. 45.000-59.999 arası yıllık geliri olan katılımcıların, 30.000-44.999 arası yıllık geliri olan katılımcılara göre, konaklama hizmetleri yeterliliği konusundaki tutumları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $F=5.703$ ,  $p<.000$ ). 45.000-59.999 arası yıllık geliri olan katılımcıların, 30.000-44.999 arası yıllık geliri olan katılımcılara göre, konaklama hizmetlerinin yeterli olduğunu düşünmektedir. 45.000-59.999 arası yıllık geliri olan katılımcıların, 30.000-44.999 arası yıllık geliri olan katılımcılara göre, yiyecek-içecek hizmetlerinin yeterliliği konusundaki tutumları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $F=4.412$ ,  $p<.003$ ). 45.000-59.999 arası yıllık geliri olan katılımcıların, 30.000-44.999 arası yıllık geliri olan katılımcılara göre, yiyecek-içecek hizmetlerinin yeterli olduğunu düşünmektedir. 45.000-59.999 arası yıllık geliri olan katılımcıların, 30.000-44.999 arası yıllık geliri olan katılımcılara göre, konaklama hizmetlerinden memnuniyet konusundaki tutumları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $F=4.462$ ,  $p<.001$ ). 45.000-59.999 arası yıllık geliri olan katılımcıların, 30.000-44.999 arası yıllık geliri olan katılımcılara göre, konaklama hizmetlerinden memnun olduğu düşünülmektedir.

## Sonuç

Bu araştırmadan elde edilecek sonuçların, Pamukkale'nin bir destinasyon olarak rekabet gücünün artırılması ve bölge turizminin sürdürülebilir gelişimine katkı sağlaması amacıyla ziyaretçi profilinin ortaya çıkartılması ve destinasyon tutumlarının belirlenmesi hedeflenmiştir. Pamukkale destinasyonuna gelen ziyaretçiler incelendiğinde büyük bir çoğunluğu tatillerini 15 gün öncesinden



planladıkları ve yarım pansiyon tercih ettikleri anlaşılmaktadır. Ziyaretçiler Pamukkale seyahati için bilgiyi, en yoğun internetten daha sonra seyahat acentalarından ve tanıdıklarından elde etmişlerdir. Pamukkale'ye gelen ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğu yılda bir kez seyahat etmekte, genellikle seyahat acentalarını kullanmakta ve termal otelleri tercih etmektedirler. Ziyaretçilerinin büyük çoğunluğu Pamukkale denince aklına gelen doğal güzellik ve termal gelmektedir. Pamukkale'ye gelen ziyaretçilerin harcamalarının çoğunluğunu yeme-içme, konaklama, termal ve ulaştırma amaçlı yaptıkları görülmüştür. Ziyaretçilerin büyük çoğunluğu Hierapolis Arkeoloji Müzesine ziyaret etmiş, doğa turlarına katılmış, herhangi bir sağlık sorunu olmamış, tatil kararlarını kendileri vermiş, genellikle geceleme yapmadan, çoğunlukla ilk kez gelmiş, Denizli şehir merkezine uğranmadan, termal, gezi-dinlenme, sportif, kültürel ve travertenleri görme amaçlı gelmişlerdir. 2011 yılında Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin %56.9'u gezi, eğlence ve kültürel amaçlı, %12.9'u sağlık amaçlı gelmişlerdir. Ziyaretçilerin Pamukkale destinasyonunu yönelik tutumları incelendiğinde yabancı ziyaretçiler yerli ziyaretçilere göre serbest zaman faaliyetlerinin, bilgilendirmenin, dinlenme alanlarının, ulaştırma, rehberlik konaklama, yiyecek-içecek hizmetlerinin yeterli olduğunu düşünmektedirler. Yabancı ziyaretçiler yerli ziyaretçilere göre yerel halkın konuksever, hediyelik eşyaların çeşitli, bilgiye erişimin kolay, ören yerinin temiz ve görünümünün güzel ve turizm işletmelerinde çalışan personelin kalifiyeli olduğunu düşünmektedirler. Konaklama, seyahat hizmetlerinden, serbest zaman aktivitelerinden ve genel olarak tatilden yabancı ziyaretçiler yerli ziyaretçilere göre daha memnun kalmışlardır.

Ziyaretçilerin Pamukkale destinasyonuna bakış açıları öğrenim durumları açısından incelendiğinde lise eğitiminden mezun olan katılımcılar, ilköğretimden mezun olan katılımcılara göre yerel halkın konuksever, hediyelik eşyaların çeşitli, bilgilendirme yeterli, rehberlik hizmetleri yeterli ve görünümü güzel olduğunu düşünmektedirler. Lisansüstü eğitiminden mezun olan katılımcıların tutumu, liseden mezun olan katılımcıların tutumuna göre konaklama, seyahat, alışveriş hizmetlerinden, serbest zaman aktivitelerinden ve genel olarak tatilden daha fazla memnun kalmışlardır. Ziyaretçilerin Pamukkale destinasyonuna bakış açıları gelir durumları açısından incelendiğinde 60.000 ve üstü yıllık geliri olan katılımcıların tutumu, 45.000-59.999 arası yıllık geliri olan katılımcılara göre serbest zaman faaliyetleri yeterli, hediyelik eşyaların çeşitli olduğunu, bilgiye erişimin kolay ve bilgilendirme yeterliliği olduğunu düşünmektedir. 45.000-59.999 arası yıllık geliri olan katılımcıların, 30.000-44.999 arası yıllık geliri olan katılımcılara göre personelin kalifiyeli olduğunu, konaklama ve yiyecek-içecek hizmetlerinin yeterli olduğunu ve konaklama hizmetlerinden memnun kaldıklarını belirtmişlerdir.

Pamukkale'nin bir destinasyon olarak rekabet gücünün artırılması ve geleceğe yönelik stratejilerin belirlenmesi için ziyaretçi profillerinin ve destinasyon algılamalarının belirlenmesi çalışmanın farklılığını ortaya koymaktadır.

Araştırma kısıtlılığı olarak anketler, Mart ve Ekim aylarında Pamukkale destinasyonunu ziyaretçilerine uygulanmıştır. Bu araştırma sınırlı bir bölgede yapıldığı için verilerin toplanması açısından bazı sıkıntılarla karşılaşmış ve araştırma çok geniş bir örneklem üzerinde yapılamamıştır. Bu açıdan bu çalışmanın, daha geniş bir örneklem ile yapılması durumunda, araştırma sonuçlarının genellenebilir düzeyinin artırılabilirliği ve daha iyi sonuçlar verebileceği düşünülmektedir. Bu çalışmanın periyodik olarak tekrarlanması suretiyle, ziyaretçi profili gözlemlenerek, destinasyondaki turizm işletmelerinin, yerel yönetimlerin, sivil toplum kuruluşların, yöre halkının ve ziyaretçilerin katkılarıyla bir destinasyon yönetimi oluşturulabilir.

### Kaynakça

- Baloglu, S. & McCleary, K. W. (1999). A Model of Destination Image Formation. *Annals of Tourism Research*, 26 (4), 868-897.
- Beerli, A. & Martin, J. D. (2003). Tourists' Characteristics and the Perceived Image of Tourist Destinations: A Quantitative Analysis-A Case Study of Lanzarote, Spain. *Tourism Management*, 25, 623-636.
- Beerli, A. & Martin, J. D. (2004). Factors Influencing Destination Image. *Annals of Tourism Research*, 3 (3), 657-681.
- Chen, P. & Kerstetter, D. L. (1999). International Students' Image of Rural Pennsylvania as a Travel Destination. *Journal of Travel Research*, 37, 256-266.
- Chi, C.G.Q., Gursoy, D. & Qu, H. (2009). Demographic Variables and Loyalty Formation: A Systematic Examination. Hospitality & Tourism Management International CHRIE Conference-Refereed Track, University of Massachusetts, Amherst, [http://scholarworks.umass.edu/refereed/Sessions/Friday/18,\(15/01/2010\)](http://scholarworks.umass.edu/refereed/Sessions/Friday/18,(15/01/2010)).
- Denizli Haberler. (1997). Denizli Haberler. [www.haberler.com/denizli/854524](http://www.haberler.com/denizli/854524).
- Denizli Haberler. (2006). Denizli Haberler . [www.haberler.com/denizli-pamukkale-ye-aracla-giris-yasaklandi-haberi](http://www.haberler.com/denizli-pamukkale-ye-aracla-giris-yasaklandi-haberi).
- Dilsiz, C. (2002). Environmental Issues Concerning Natural Resources at Pamukkale Protected Site, Southwest Turkey. *Environmental Geology*, 41, 776-784.
- Erdoğan, E. & Akınoğlu, F. (2008). Termal Turizm ve Afyon Gazlıgöl Örneği, *E-Journal of New World Sciences Academy*, 3 (1), 83-92.
- Erer, R. S. (2002). *Community Development and Heritage Project, Environmental Management Plan*. USA: The World Bank.
- Ferrero, D.B. (1990). Pamukkale'nin Korunması Üzerine Düşünceler (Çev. N. M. Doğu), *Anatolia*, 17-18.
- Güner, İ. N. & Elhatüp, H. (1999). Pamukkale Yöresi (Denizli) Termal Kaynaklarının Hidrokimyasal ve İzotopik İncelenmesi. *Niğde Ün. Mübendislik Bilimleri Dergisi*, 3(1), 35-47.
- Hürriyet (1999). <http://arama.hurriyet.com.tr/arsivnews.aspx?id=-75524>.
- Kültür Bakanlığı (1991). *Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Genel Müdürlüğü; Denizli Valiliği ve Unesco. Pamukkale (Hierapolis) Koruma Amaçlı İmar Planı ve Uluslararası Pamukkale Çalışma Grubu Toplantısı*, 30 Haziran-3 Temmuz 1991, Pamukkale, Denizli.
- Kültür Bakanlığı. (2002). Belge. <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/belge/1-11061/eski2yeni.html>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). Belge. [www.turizm.gov.tr/belge4496855](http://www.turizm.gov.tr/belge4496855).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2010). Belge. [www.kvmgm.gov.tr/belge/1-11064/eski2yeni.html](http://www.kvmgm.gov.tr/belge/1-11064/eski2yeni.html)
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2012). Konaklama İstatistikleri. <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9856/konaklama-istatistikleri.html>.

- Lasaponara, R.; Masini, N., & Scardozzi, G. (2008). New Perspective For Satellite-based Archaeological Research in The Ancient Territory of Hierapolis (Turkey), *Advances in Geosciences*, 19, 87-96.
- Önez, Z. (2008). Özel Çevre Koruma Bölgeleri Yönetim Sorunları Kapsamında: Pamukkale Özel Çevre Koruma Bölgesi. *Akademik İncelemeler*, 3 (1), 55-73.
- Polat, S. (2011). Türkiye’de Traverten Oluşumu, Yayılış Alanı ve Korunması. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 23, Ocak, 389-428.
- Rittichainuwat, B. N., Qu, H. & Brown, T.J. (2001). Thailand’s International Travel Image: Mostly Favorable. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42: 82-95.
- Sayılı, M., Akca, H., Duman, T. & Esengun, K. (2007). Psoriasis Treatment via Doctor Fishes as a Part of Health Tourism: A Case Study of Kangal Fish Spring, Turkey. *Tourism Management*, 28, 625-629.
- Şimsek, S., Günay, G., Elhatip, H. & Ekmekçi, M. (2000). Environmental Protection of Geothermal Waters and Travertines at Pamukkale, Turkey. *Geothermics*, 29, 557-572.
- Yuksel, F.; Bramwell, B & Yuksel, A.. (1999). Stakeholder Interviews and Tourism Planing at Pamukkale, Turkey. *Tourism Management*, 20, 351-360.

### Extended English abstract

#### **Purpose**

To enhance the competitiveness of Pamukkale as a destination, to contribute the sustainable development and to determine strategies for the future, it is useful to determine the profiles and destination perceptions of visitors. The main purpose of this study is to identify visitor profiles and to analyze visitors' perceptions towards Pamukkale destination as the destination of the thermal tourism city Denizli.

#### **Method**

Research has been carried out in two stages. In the first stage, the secondary data were examined and in the second stage, data were collected by field research. Questionnaires prepared in German, English, Russian, Turkish and French languages were applied to domestic and foreign visitors in Pamukkale destination to the visitors who came to the city of Denizli.. Domestic and foreign tourists visiting Pamukkale destination from March till October form the scope of the study. Surveys were applied to the visitors in the city center of Denizli, Pamukkale, Laodikya, Karahayıt and to the visitors in Çardak airport by face to face interviews and by giving the questionnaires to the customers of agencies bringing tourists. Out of 902 participants, some of whom did not fill the surveys completely, analyzes were carried out from 889 questionnaires. T-test and one-way variance analysis were applied to investigate the effect of country, gender, education and income status of visitors towards Pamukkale destination. Significant differences emerged when the effect of country, gender, education and income status of visitors towards the perceptions of Pamukkale destination is inspected. Scheffe Test was applied due to the significant results of variance analysis.

#### **Results**

% 42 of participants filling the questionnaire form are domestic visitors and % 57 of participants are foreign visitors. % 49.1 of participants filling the questionnaire form are women and % 50.7 of participants are men. Upon examining the education status of participants, it is seen that % 8.1 of participants have primary school education, % 17 high school, % 15.2 associate degree, % 33 bachelor's degree and % 19.6 of participants have postgraduate degree. When visitors coming to Pamukkale destination are examined, it is understood that most of them planned their vacations 15 days earlier. Visitors obtained information mostly from internet and then travel agencies and their relatives for their travel to Pamukkale. Most of the travelers coming to Pamukkale travel once a year, use generally travel agencies and prefer thermal hotels. Natural beauty, thermal, and

spa come to the majority of the visitors' minds when they think of Pamukkale. It is seen that visitors coming to Pamukkale spend mostly for food&beverage, accommodation, thermal and transportation. Most of the visitors visited Hierapolis Archeology Museum, joined nature tours, had no health problems, made their own vacation decisions, generally did not spend the night, mostly first-time visit, no pop into the city center of Denizli, came up with the purposes of thermal, leisure and recreation, sports, cultural and seeing travertines. % 56.9 of the visitors coming to turkey in 2011 came for leisure, recreation and culture and % 12.9 of the visitors came up with thermal purpose.

### **Discussion and conclusion**

When the effect of country, gender, education and income status of visitors towards Pamukkale destination are examined, significant differences emerged. Upon inspecting the attitudes of visitors towards Pamukkale destination, compared to domestic visitors, foreign visitors remark that leisure time activities, information, recreation areas, transportation, guiding, accommodation, food&beverage services are sufficient. Compared to domestic visitors, foreign visitors state that local people are hospitable, there is a variety of souvenirs, access to the information is easy, the ancient site is clean and good-looking and the personnel working in the tourism enterprises are qualified. Foreign visitors are more satisfied than domestic visitors in terms of accommodation, travel services, leisure time activities and in general from their vacation. When the perspectives of visitors towards Pamukkale destination analyzed in terms of education level, compared to the participants graduated from primary school, high school level participants consider that local people are more hospitable, there is a variety of souvenirs, information and guiding services are sufficient and the ancient site is good-looking. The attitudes of postgraduate level participants are more satisfied than high school level participants in terms of accommodation, travel, shopping facilities, leisure activities and in general from their vacation. When the viewpoints of visitors towards Pamukkale destination searched in terms of income status, compared to the participants with an annual income of 45.000-59.999, participants with an annual income of 60.000 and more claim that leisure time activities are sufficient, souvenirs are various, access to the information is easy and information is adequate. Compared to the participants with an annual income of 30.000-44.999, participants with an annual income of 45.000-59.999 suppose that personnel is qualified, accommodation and food&beverage services are sufficient and they are more pleased from accommodation services.