



BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ

T.C.

BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

BURDUR İLİNDEKİ ARKEO TURİZM ALANLARINDA TURİST  
MEMNUNİYETİ, DESTİNASYON MEMNUNİYETİ VE TURİST  
REHBERLERİNİN ÖNEM-PERFORMANS ANALİZİ

ANIL YİĞİN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN

DOÇ. DR. BAYRAM AKAY

BURDUR – 2024

**T.C.**  
**BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI**

**TEZ BAŞLIĞI**  
**BURDUR İLİNDEKİ ARKEO TURİZM ALANLARINDA TURİST**  
**MEMNUNİYETİ, DESTİNASYON MEMNUNİYETİ VE TURİST**  
**REHBERLERİNİN ÖNEM-PERFORMANS ANALİZİ**

**ÖĞRENCİNİN ADI SOYADI**

**ANIL YİĞİN**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DANIŞMAN**

**DOÇ. DR. BAYRAM AKAY**

**Jüri Üyesi : DOÇ. DR. ABDULLAH USLU**

**Jüri Üyesi : DOÇ. DR. MERT GÜRLEK**

**BURDUR – 2024**

**T.C.**  
**BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**ETİK BEYAN**

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'ne göre hazırlamış olduğum “Burdur İlindeki Arkeo Turizm Alanlarında Turist Memnuniyeti, Destinasyon Memnuniyeti ve Turist Rehberlerinin Önem-Performans Analizi” adlı tezin hazırlanması sürecinde akademik ve etik kuralları ihlal etmediğimi, tezin özgün olduğunu, başvurduğum kaynakları metin içinde, dipnotlarda ve kaynakçada eksiksiz ve bilimsel kurallara uygun olarak gösterdiğimi taahhüt ederim.

Adı Soyadı

Anıl Yiğın

Tarih ve İmza

## TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimim boyunca ve tez yazma aşamasında bana her türlü destek ve yardımını esirgemeyen, tüm sorularımı itina ile cevaplandıran değerli tez danışmanım Doç. Dr. Bayram AKAY’a bana vermiş olduğu engin bilgiler ve emeklerinden dolayı teşekkürlerimi sunarım.

Bu araştırmanın başlığı tez öneri aşamasında “Arkeoloji Turizmi (Arkeo-Turizm) Alanlarındaki Turist Rehberlerinin Önem-Performans ve Turist Memnuniyeti Analizi, Budur” şekildeydi. Jüri üyelerinin önerisiyle, “Burdur İlindeki Arkeo Turizm Alanlarında Turist Memnuniyeti, Destinasyon Memnuniyeti ve Turist Rehberlerinin Önem-Performans Analizi” olarak değiştirildi. Tez jüri üyeleri, değerleri hocalarım Doç. Dr. Abdullah USLU’ya ve Doç. Dr. Mert Gürlek’e yapmış oldukları öneriler ve aktardıkları bilgilerden dolayı teşekkür ederim.

Yüksek lisans eğitimi aldığım süre boyunca bana farklı bir bakış açısı kazandıran değerleri öğretim elemanlarına teşekkür ederim.

Eğitim hayatım dahil olmak üzere yaşamımda her türlü maddi manevi desteği esirgemeyen annem Selma YİĞİN’e, babam Zeki YİĞİN’e, ablam Gülşah YİĞİN UYAYER’e, verdiği fikirler ve destekleriyle kız arkadaşım Burçin Güllü ÇİVİ’ye teşekkür ederim.

Burdur, 2024

*(Yiğın, Anıl “Burdur İlindeki Arkeo Turizm Alanlarında Turist Memnuniyeti, Destinasyon Memnuniyeti ve Turist Rehberlerinin Önem-Performans Analizi” Yüksek Lisans Tezi, Burdur, 2024)*

## ÖZET

Akdeniz bölgesinde yer alan Burdur ili doğal güzellikleri ve arkeolojik miraslarıyla ön plana çıkmaktadır. Araştırmanın amacı, Burdur ilini ziyaret eden turistlerin destinasyon memnuniyetini ve turist memnuniyeti ile turist rehberlerinin ziyaretçiler tarafından algılanan önem ve performansını değerlendirmektir. Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Burdur ilinde Sagalassos Antik Kenti ve Kibyra Antik Kenti ile Doğa Tarihi ve Arkeoloji Müzesini ziyaret eden 449 ziyaretçiden kolayda örnekleme yöntemi ile veriler toplanmıştır. Verilere SPSS 22.0 programında ortalama, korelasyon ve farklılık (t-testi, Anova) analizleri ile excelde önem-performans analizi yapılmıştır. Sonuç olarak, Burdur’u ziyaret eden turistlerin destinasyon memnuniyeti ( $\bar{x}$  3,77), turist memnuniyeti ( $\bar{x}$  3,73) ve turist rehberi performansı memnuniyeti ( $\bar{x}$  3,73) yüksek çıkmıştır. Araştırmada turist memnuniyeti, destinasyon memnuniyeti, turist rehberlerinin önemi ve performansı arasında pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir. Burdur arkeo turizm destinasyonu için turist rehberlerinin hizmet sunumunda yoğunlaşılması gereken özellikler, korunması gereken özellikler ve düşük öncelikler belirlenmiştir. Araştırmada cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim, aylık gelir, ziyaret sayısı, çalışma durumu, arkeo turizmine katılma durumu ile araştırma değişkenleri (turist memnuniyeti, destinasyon memnuniyeti, turist rehberi önem ve performansı) arasında farklılıklar ortaya çıkmıştır. Ayrıca Burdur ili arkeo turizmin gelişmesinde alınması gereken önlemler ve paydaşlara öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** *Burdur, Arkeo Turizm, Turist Rehberliği, Destinasyon Memnuniyeti, Turist Memnuniyeti, Önem-performans Analizi*

*(Yiğın, Anıl “Tourist Satisfaction, Destination Satisfaction and the Importance-Performance Analysis of Tour Guide Towards Archeo Tourism Areas in Burdur Province” Master Thesis, Burdur, 2024)*

## **ABSTRACT**

Burdur province, situated in the Mediterranean region of Türkiye, is distinguished by its archaeological heritage and natural beauty. The aim of the study is to assess the satisfaction of travelers who visit Burdur province, as well as the perceived importance and performance of tourist guides. The research employed the survey technique, which is a quantitative research procedure. The data were collected from 449 visitors who visited the Museum of Natural History and Archaeology, the Ancient City of Kibyra, and the Ancient City of Sagalassos in Burdur province using the convenience sampling procedure. The data were subjected to mean, correlation and difference (t-test, ANOVA) analyses using the SPSS 22.0 program and significance-performance analysis using the excel. As a result, the satisfaction of tourists visiting Burdur with their destination ( $\bar{x}$  3.77), tourist satisfaction ( $\bar{x}$  3.73) and tourist guide satisfaction with their performance ( $\bar{x}$  3,73), were high.. The research has revealed a positive correlation between the importance and performance of tourist guides, tourism satisfaction, and destination satisfaction. The service provision of tourist guides for the Burdur archeo-tourism destination has been determined to focus on features that should be protected, features that should be concentrated on, and features that should be given minimal priority. The study identified disparities between gender, marital status, age, education, monthly income, number of visits, work status, participation in archeo-tourism, and research variables (tourist satisfaction, destination satisfaction, tourist guide significance, and performance). Furthermore, the presentation focused on the development of archeo-tourism in Burdur province and provided stakeholders with recommendations.

**Keywords:** *Burdur, Archeo-Tourism, Tourist Guide, Destination Satisfaction, Tourist Satisfaction, Importance-performance Analysis*

## İÇİNDEKİLER

|                       |      |
|-----------------------|------|
| ETİK BEYAN.....       | ii   |
| TEŞEKKÜR .....        | iii  |
| ÖZET.....             | iv   |
| ABSTRACT .....        | v    |
| İÇİNDEKİLER .....     | vi   |
| TABLolar DİZİNİ.....  | viii |
| ŞEKİLLER DİZİNİ ..... | x    |
| KISALTMALAR .....     | xi   |
| GİRİŞ .....           | 1    |

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### 1.ARKEOLOJİ TURİZMİ VE BURDUR

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| 1.1. Kültür ve Kültür Turizmi .....              | 4  |
| 1.2. Arkeoloji .....                             | 5  |
| 1.2.1. Arkeo Turizm.....                         | 5  |
| 1.2.2. Arkeo Turizm Tanımlayıcı Özellikleri..... | 6  |
| 1.3. Burdur İli.....                             | 8  |
| 1.3.1. Burdur İli Arkeo Turizm Arzı.....         | 8  |
| 1.3.2. Burdur İli Arkeo Turizm Talebi.....       | 17 |

### İKİNCİ BÖLÜM

#### 2. TURİST REHBERLİĞİ, TURİST VE DESTİNASYON MEMNUNİYETİ

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| 2.1. Profesyonel Turist Rehberliği .....              | 20 |
| 2.1.1. Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberliği ..... | 21 |
| 2.2. Önem-Performans Analizi .....                    | 21 |
| 2.3. Turist Memnuniyeti .....                         | 23 |
| 2.4. Destinasyon Memnuniyeti .....                    | 25 |

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. YÖNTEM

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| 3.1. Araştırmanın Yöntemi .....                    | 28 |
| 3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi .....        | 31 |
| 3.3. Araştırma Verilerinin Analizi .....           | 32 |
| 3.4. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliği ..... | 33 |

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### 4. BULGULAR

|                                                                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1. Demografik Değişkenlere İlişkin Bulgular .....                                                                    | 34 |
| 4.2. Turist Memnuniyeti, Destinasyon Memnuniyeti ve Önem-Performans Bulguları .....                                    | 36 |
| 4.3. Turist Memnuniyeti, Destinasyon Memnuniyeti ve Önem-Performans Değişkenleri<br>Korelasyon Analizi Bulguları ..... | 41 |
| 4.4. Araştırma Değişkenleri ile Demografik Özelliklerin Farklılık Analizleri .....                                     | 42 |
| 4.4. Algılanan Turist Rehberi Önem-Performans Analizi (ÖPA).....                                                       | 53 |

## BEŞİNCİ BÖLÜM

### 5. TARTIŞMA

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 5.1. Bulguların Özeti.....  | 57 |
| 5.2. Sonuç Ve Öneriler..... | 59 |

|                        |           |
|------------------------|-----------|
| <b>KAYNAKLAR .....</b> | <b>64</b> |
|------------------------|-----------|

|                   |           |
|-------------------|-----------|
| <b>EKLER.....</b> | <b>78</b> |
|-------------------|-----------|

|                                |           |
|--------------------------------|-----------|
| <b>Ek-1: Anket Formu .....</b> | <b>78</b> |
|--------------------------------|-----------|

|                      |           |
|----------------------|-----------|
| <b>ÖZGEÇMİŞ.....</b> | <b>82</b> |
|----------------------|-----------|



## TABLÖLAR DİZİNİ

|                                                                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tablo 1.</b> Arkeo Turizm ve Kültür Turizmi Farkları Karşılaştırma Tablosu.....                                        | 7  |
| <b>Tablo 2.</b> 2023 Yılı Cumhurbaşkanı/Bakanlar Kurulu Kararlı Yerli/Yabancı Kazı Çalışmaları ve Kurtarma Kazıları ..... | 10 |
| <b>Tablo 3.</b> Burdur İli Müze ve Örenyerleri Ziyaretçi İstatistikleri (2020-2023).....                                  | 18 |
| <b>Tablo 4.</b> Burdur İli Müze ve Örenyerleri Gelir İstatistikleri (2018-2024) .....                                     | 18 |
| <b>Tablo 5.</b> Demografik Özellikler .....                                                                               | 28 |
| <b>Tablo 6.</b> Turist Memnuniyeti ve Destinasyon Memnuniyeti Ölçekleri.....                                              | 29 |
| <b>Tablo 7.</b> Önem-Performans Ölçeği ile İlgili İfadeler .....                                                          | 30 |
| <b>Tablo 8.</b> Normal Dağılım Analizi.....                                                                               | 32 |
| <b>Tablo 9.</b> Cronbach's Alpha Güvenirlilik Analizi .....                                                               | 33 |
| <b>Tablo 10.</b> Katılımcıların Demografik Özellikleri.....                                                               | 34 |
| <b>Tablo 11.</b> Turist Memnuniyetine İlişkin Bulguları.....                                                              | 36 |
| <b>Tablo 12.</b> Destinasyon Memnuniyetine İlişkin Bulgular .....                                                         | 37 |
| <b>Tablo 13.</b> Turist Rehberi Önemi Algılarına İlişkin Bulguları .....                                                  | 38 |
| <b>Tablo 14.</b> Turist Rehberi Performansına İlişkin Bulgular .....                                                      | 39 |
| <b>Tablo 15.</b> Araştırma Değişkenlerine Ait Korelasyon Katsayıları .....                                                | 41 |
| <b>Tablo 16.</b> Araştırma Değişkenleri ile Cinsiyet Arasındaki Farklılıklar (T-testi) .....                              | 42 |
| <b>Tablo 17.</b> Araştırma Değişkenleri ile Medeni Durum Farklılıkları (ANOVA) .....                                      | 43 |
| <b>Tablo 18.</b> Araştırma Değişkenleri ile Yaş Arasındaki Farklılıklar (ANOVA) .....                                     | 44 |
| <b>Tablo 19.</b> Araştırma Değişkenleri ile Eğitim Durumu Farklılıkları (ANOVA).....                                      | 45 |
| <b>Tablo 20.</b> Araştırma Değişkenleri ile Gelir Durumu Arasındaki Farklılıklar (ANOVA) .....                            | 47 |
| <b>Tablo 21.</b> Araştırma Değişkenleri ile Burdur'u Ziyaret Durumu Arasındaki Farklılıklar (T-testi).....                | 48 |

|                                                                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tablo 22.</b> Araştırma Değişkenleri ile alışma Durumu Arasındaki Farklılıklar (ANOVA) .....                 | 49 |
| <b>Tablo 23.</b> Araştırma Değişkenleri ile Arkeoloji Turuna Katılma Durumu Arasındaki Farklılıklar (ANOVA)..... | 51 |
| <b>Tablo 24.</b> ÖPA Korunması Gerekenler .....                                                                  | 54 |
| <b>Tablo 25.</b> ÖPA Yoğunlaşılması Gerekenler.....                                                              | 55 |
| <b>Tablo 26.</b> ÖPA Düşük Öncelikliler .....                                                                    | 56 |



## ŞEKİLLER DİZİNİ

|                                                                                              |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Şekil 1. Pisidia Bölgesi (Burdur) .....                                                      | 9  |
| Şekil 2. Sagalassos Yukarı Agora'sının Kontrol Kazılarını Gösteren Sagalassos Haritası ..... | 13 |
| Şekil 3. Kibyra Kent Haritası Kamu Yapılarının Konumlandığı Merkez Tepe .....                | 15 |
| Şekil 4. Kremna Şehir Planı.....                                                             | 16 |
| Şekil 5. Önem-Performans Analizi Matrisi .....                                               | 22 |
| Şekil 6. Araştırmanın ÖPA Matrisi.....                                                       | 53 |



## KISALTMALAR

|       |                                                      |
|-------|------------------------------------------------------|
| 3s    | : Sea-Sand-Sun                                       |
| AT    | : Arkeo Turizm                                       |
| Bkz.  | : Bakınız                                            |
| FEG   | : European Federation of Tourist Guide Associations  |
| GZFT  | : Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar ve Tehditler |
| MÖ    | : Milattan Önce                                      |
| MS    | : Milattan Sonra                                     |
| Ort.  | : Ortalama                                           |
| ÖPA   | : Önem-Performans Analizi                            |
| Vb.   | : Ve Benzeri                                         |
| Vd.   | : Ve Diğerleri                                       |
| WFTGA | : World Federation of Tourist Guide Associations     |
| WoM   | : Word of Mouth                                      |
| Yy    | : Yüzyıl                                             |

## GİRİŞ

Burdur ili Sagalassos Antik Kenti, Kremna Antik Kenti, Kibyra Antik Kenti, Hacılar Höyüğü, doğa tarihi ve arkeoloji müzesi gibi ziyaret edilebilir arkeolojik alanları ile önemli bir arkeo turizm potansiyeline sahiptir (Yiğın ve Akay, 2023). 2022 yılında pandeminin etkisine rağmen bu arkeolojik alanları 121.138 turist ziyaret etmiştir. 2022 yılında 2021 yılına oranla %16,70'lik bir artış yaşanmıştır. Pandeminin etkisini yitirdiği 2023 yılı içerisinde ziyaretçi sayısı 164.051 kişiye ulaşmıştır. 2023 yılı 2022 yılına oranla müze ve ören yerlerinin ziyaretçi sayılarında %35,42'lik bir artış göstermiştir (Burdur Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024). Bu ziyaretlerin çoğunluğu turist rehberleri eşliğindeki turlarla yapılmıştır.

Ülkemizde 25'ten fazla devlet ve vakıf üniversitesinde, önlisans, lisans, yüksek lisans ve doktora programı bulunan turist rehberliği bölümleri bulunmaktadır (Yüksek Öğretim Kurumu, 2024). Ülkemizde 18 yaşını doldurmuş, yüksek öğretim kurumlarının ilgili bölümlerinden mezun olmuş, ilgili sınav ve yönetmeliklerden geçerli puan almış ve rehberlik ruhsatnamesine sahip kişiler rehberlik yapabilmektedir (Turist Rehberliği Meslek Kanunu, 2024). Bir destinasyonda turizm endüstrisinin başarısı turist rehberlerinin performansına bağlıdır. Turist rehberlerinin, destinasyonun itibarı ve imajı için turistlere kaliteli hizmet üretebilmeleri çok önemlidir (Zhang ve Chow, 2004: 81).

Turist rehberleri, turistlerin bir destinasyona ya da ülkeye ilk girişlerinden itibaren, seyahatleri boyunca yardımcı olacak kişilerdir. Turizm sektöründe gelişmeyi amaçlayan ülke ve bölgeler ziyaretçilere en üst düzeyde hizmet verip kişilerin tatmin düzeyini en üst seviyeye çıkarmayı amaçlamaktadır. Turist rehberleri, turistlerin bölgeye uyumsağlamaları ve bilgilenmeleri için çaba sarf ederek, turistlerin tatmin düzeylerini artırmada önemli bir rol oynamaktadır.

Turist rehberleri herhangi bir olumsuzluk ya da kriz anında turistlere karşı ilk temasta olan kişiler olarak, büyük bir sorumluluk altındadır (Çolakoğlu vd., 2010: 170). Bu nedenlerle, turist memnuniyeti üzerinde doğrudan etki sahibi olan turist rehberlerinin alanlarında uzman kişiler olmaları oldukça önemlidir. Bir destinasyonun ekonomisine doğrudan etki eden turist memnuniyeti faktörü ziyaret gerçekleşmeden önceki süreci de kapsamaktadır (Sanchez-Sanchez vd., 2024). Bir turizm işletmesinin veya destinasyonun hedef kitlesini genişletmek, destinasyonlardaki turizm talebini ve turist memnuniyetini

arttırmak için Önem-Performans Analizi-ÖPA, güçlü- yönler ile fırsat ve tehditler (GZFT) gibi analizlerden yararlandıkları görülmektedir (Zhang ve Chow, 2004; Tosun vd., 2015: 225).

Ülkemizde ağırlıklı olarak 3S (Sun, Sea, Sand) turizmi hakim olsa da eski çağlardan bu yana, birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış antik kentlerde arkeo turizm faaliyetleri görülmektedir. Arkeo turizm özellikle az gelişmiş veya gelişmekte olan destinasyonlarda taşınabilir/taşınamaz arkeolojik varlıkları koruyarak turistik ürün çeşitlendirmede önemli bir rol oynamaktadır (Savery, 2004; Ramsey ve Everitt, 2008; Pacifico ve Vogel, 2012).

Burdur ilindeki 328 arkeolojik sit alanı içerisinde resmi izinleri alınmış 12 yüzey araştırması/kazı çalışması yapılmaktadır (Burdur İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024). Burdur ili Sagalassos Antik Kenti, Kremna Antik Kenti, Kibyra Antik Kenti gibi bilinirliği oldukça yüksek alanlar ile önemli bir arkeo turizm potansiyeline sahiptir. Bu potansiyel, ilin turizm faaliyetlerinin gelişmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu araştırma, Burdur ilinde bulunan arkeolojik alanları ziyaret eden turistlerin destinasyon memnuniyeti, turist memnuniyeti, algılanan turist rehberi önemi ve performansının tespit edilmesi açısından önemlidir.

Arkeo turizm potansiyelinin değerlendirilmesinde turist rehberleri önemli rol oynamaktadır. Turist rehberlerinin performansı, turistlerin destinasyon memnuniyetini ve turist rehberlerinin hizmetinden algıladıkları memnuniyet üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Ayrıca, turizmin içerisinde barındırdığı hizmet çeşitliliği ve turistlerin gereksinimleri kişiden kişiye değişkenlik göstermektedir. Örneğin, yakın geçmişte ortaya çıkan Covid-19 süreciyle birlikte turistlerin davranışlarında ve isteklerinde değişiklikler meydana gelmiştir. Bu nedenle, turistlerin en çok etkilendiği paydaşlardan biri olan profesyonel turist rehberlerinin turist memnuniyeti üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır. Bu araştırma, turist rehberlerinin önemi ve performansı ile turist memnuniyeti ve destinasyon memnuniyeti üzerindeki etkisi hakkında veriler ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki araştırma soruları oluşturulmuştur;

- Arkeo turizmde turist memnuniyeti, destinasyon memnuniyeti ve turist rehberinin önem ve performans düzeyleri nelerdir?

- Arkeo turizmde turist memnuniyeti, destinasyon memnuniyeti, turist rehberinin önemi ve performansı arasındaki ilişki var mıdır?
- Arkeo turizmde turist rehberi niteliklerinin önem ve performans matrisi öncelikleri nelerdir?
- Arkeo turizmde turist memnuniyeti, destinasyon memnuniyeti, turist rehberinin önemi ve performansı ile demografik değişkenler arasında farklılıklar var mıdır?

Araştırmanın evrenini, Burdur ilindeki arkeoloji turizmi alanlarını profesyonel tur rehberleri ile ziyaret eden turistler oluşturmaktadır. Katılımcıların turist memnuniyeti, destinasyon memnuniyeti ve turist rehberi önemi ve performansı algıları hakkında veri toplamak adına 4 bölümden oluşan anket formu oluşturulmuştur. Anket formunun birinci bölümünde katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, aylık geliri, çalışma durumu, daha önce arkeoloji turna katılıp katılmadığı, hangi bölgede katıldığı, Burdur’u ziyaret sayısı ve ikamet edilen bölge) belirlemek adına Zhang ve Chow (2004) ve Müküs (2009)’ün yaptığı çalışmalardan yararlanılmıştır. İkinci bölümde, turist memnuniyeti ölçeği Aliman vd., (2016), üçüncü bölüm destinasyon ölçeği için Ramkissoon vd., (2013) Tosun vd., (2015)’nin çalışmalarında kullandığı ölçekler Burdur ili nezlinde bu araştırmaya uyarlanmıştır. Anket formunun dördüncü bölümünde, turistlerin algıladıkları turist rehberinin önemi ve performansını ölçmek adına Zhang ve Chow (2004) ve Müküs (2009)’un yaptığı çalışmalardan yararlanılmıştır.

Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanarak 449 katılımcıdan elde edilen veriler analiz edilmiştir. Araştırmada elde edilen verilere uygulanan normal dağılım analizi sonucunda +1, -1 değerlerinde verilerin normal dağıldığı ortaya çıkmıştır (Hair vd., 2013). Normal dağılım gösteren verilere SPSS 22.0 programı yardımıyla parametrik analizler (ortalama, korelasyon ve farklılık analizleri “t-testi ve Anova”) ve Excel programından yararlanarak önem-performans analizi yapılmıştır.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## 1.ARKEO TURİZM VE BURDUR

### 1.1. Kültür ve Kültür Turizmi

Türk Dil Kurumu Sözlüğü'ne (2024a) göre kültür “*Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü; hars, ekin*” anlamına gelmektedir. Bireylerin iletişim kurması, birtakım olayları ve davranışları yorumlaması, fikir alışverişi, yıllar boyunca toplumun sahip olduğu bilgisini ortaya çıkaran bir üründür (Avcıkurt, 2017: 138). Bir başka tanıma göre kültür; bir toplumun, sahip olduğu bilgi birikimi, inançlar, örf ve adetler, ahlaki değerler bütünüdür (Gül, 2014, s46).

Kültür turizmi, ziyaretçilerin bir bölgedeki kültürel unsurları ve yerel değerleri görmeleri, geçmişte yaşanmış veya hala devam eden olayları gözlemlemeleri olarak tanımlanmaktadır (Çulha, 2008: 1828). Başka bir tanımla kültür turizmi antik çağlardan bu yana insanların bilinmeyi bilme, görülmeyi görme gibi merak duygularının artmasıyla iç güdülerini bastırmak veya bilgi edinmek amacıyla gerçekleştirdikleri kültürel gezilerdir (Kızılırmak ve Kurtuldu, 2005: 101).

Kültür turizmi, bölgelere özgü gelenek ve göreneklerin ilgi çekici hale gelmesiyle bölgenin hem sürdürülebilirliğine hem de ekonomik kalkınmasına imkan sağlamaktadır; örnek olarak daha önce yapılmış çalışmalarda Baltimore'daki Fell Point, Seattle'daki Place Market, New York'taki South Street, Cape Town'daki Victoria ve Alfred Waterfront, Londra'daki Tobacco Dock (Waitt, 2000: 835) ve Britanya adasındaki denizasıırı gelen ziyaretçi akımını arttırmak adına kıyı bölgelerdeki balıkçı kültürlerini pazarlayarak kıyı bölgelerindeki turizm faaliyetlerini canlandırmak isteyen turizm paydaşları dikkat çekmektedir (Garrod ve Fyall, 2000: 683). Avcıkurt (2017: 21)'a göre, kültür turizmi “*İnsanların kültürel açıdan zengin yöreleri görmek, gittikçe kaybolan yaşam biçimlerini öğrenmek ve izlemek, kültürel değerleri bir anı olarak korumak amacıyla yaptıkları gezilerle ilgili turizm çeşididir.*” olarak tanımlanmıştır.



## 1.2. Arkeoloji

Arkeoloji sözlük anlamı olarak ‘kazı bilimi’ anlamına gelmektedir (Türk Dil Kurumu Sözlüğü, 2024b). Geçmişte kutsal kitaplarda adı ve lokasyonu geçen yerleri bulmak amacıyla bazı gezginlerin seyahatleri doğrultusunda ortaya çıkmıştır (Özbilen, 2020: 49). Geçmişten günümüze diğer birçok alanda olduğu gibi arkeoloji bilimi de evrilmiştir. Günümüzde geçmişte yaşamış toplulukların kıymetli eşyalarını, gündelik olarak kullandıkları araçlarını, tarım araçlarını, sanat eserlerini, dini tasvirlerini vb. eşya, eser ve kalıntıları ortaya çıkarmaktadır. Arkeoloji ortaya çıkarılan eserler doğrultusunda; sosyoloji, coğrafya, tarih, etnoloji, antropoloji, nümizmatik, filoloji gibi birçok bilim dalı ile iş birliği içerisine girmiştir.

Arkeologlar, yaptıkları kazılarla gün yüzüne çıkardıkları eser ve kalıntıların ne amaçla, hangi alanlarda kullanıldığını ve eserlerin kullanıldıkları dönemlerdeki anlamlarını diğer bilimlerle işbirliği yaparak günümüze aktarmaktadır. Arkeoloji birçok farklı kazı teknikleriyle eserleri gün yüzüne çıkaran ve bilimsel yöntemlerle insanların yaşadıkları dönem ve toplum hakkında bize bilgi veren bir bilimdir (Şahin, 2019: 2407).

### 1.2.1. Arkeo Turizm

Arkeo turizm öncelikli olarak arkeolojik alanları ziyaret amacıyla çıkılan seyahatleri kapsar (Srivastava, 2015: 32). Arkeo turizm genellikle tarihi anıtlar, kazı alanları, antik şehirler vb. çekiciliklerin uyandırdığı merak doğrultusunda bu alanlara yapılan ziyaretlerdir (Ross vd., 2017: 37). Walker (2005: 60)’a göre arkeo turizm alanlarını ziyaret eden turistler basite indirgendiğinde şu üç gruptan oluşur: gerçekten arkeolojik kalıntıları merak eden ve kalıntıları ilk elden incelemek isteyen turistler, arkeolojik alanı ziyaret etmek için yeterli zamana sahip kişiler, farklı bir amaçla ziyaret ettikleri bölgede katıldıkları turlarda arkeo turizm alanlarını ziyaret eden turistler. Bir başka tanıma göre arkeo turizm belirli bir planlama içerisinde ana amaçları arkeo turizm alanlarını ziyaret etmek için seyahatler gerçekleştiren, ziyaret edilen bölgede ilk elden kalıntıları incelemek isteyen, arkeolojik kalıntı ve yapılar hakkında kültür hazinesini geliştirmeyi amaçlayan kişilerin yaptığı seyahat sürecidir (Doğaner, 2013; Ross vd., 2017: 38; Erdoğan, 2021: 31). Arkeo turizmi diğer turizm türlerinden ayıran en önemli özelliklerinden birisi henüz tamamlanmadan ziyarete açılan kazı alanları dahil olmak üzere arkeolojik alanlara ve kalıntıların bulunduğu bölgelere yapılan turistik ziyaretler ve

bu bölgelerde yapılan turistik faaliyetler bütünüdür (Pasifico ve Vogel, 2012; Willems ve Dunning, 2015; Ross vd, 2017: 37).

Arkeo turizm birçok destinasyonun gelişmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Turizm faaliyetleri fazla olan ülkeler dahil olmak üzere, turizm talebinin az olduğu bölgelerdeki arkeolojik varlıkların niteliğine ve sayısına bağlı olarak arkeo turizm faaliyetleriyle bölgelerdeki turizm faaliyetlerinin artış gösterdiği gözlemlenmektedir (Manzato, 2007; Rodriguez ve Perez, 2021; Murwanto ve Purwoarminta, 2019).

Arkeolojik alanlar ve tarihi yerler turistler için çekicilik unsuru taşımaktadır. Bu nedenle arkeo turizmin faaliyet gösterdiği bölgelerde gelir düzeyi artarak Avrupa ve Kuzey Amerika da ki örnekler göz önünde bulundurularak, arkeo turizm bölgenin korunmasına ve sürdürülebilirliğine destek sağlar (Avcıkurt, 2017).

### **1.2.2. Arkeo Turizm Tanımlayıcı Özellikleri**

Arkeo turizmi kültür turizminden ayıran en büyük farklardan birisi arkeo turizm alanlarını ziyaret eden turist tiplerinin farklılığından kaynaklanmaktadır. Arkeo turizm faaliyetlerine katılan turistlerin ana amaçları ziyaret ettikleri destinasyonda bulunan arkeolojik alanları gözlemlemek ve ilk elden incelemektir (Walker, 2005: 60). Kültür turizmi faaliyetleri incelendiğinde bölgenin kültür yapısını incelemek üzere yapılan seyahatler doğrultusunda bölgede yer alan festivaller, gastronomik çekicilikler, geçmişten günümüze yaşanmış veya yaşanmaya devam eden örf ve adetleri görme merakı ön plana çıkmaktadır (Ünal, 2016: 100). Arkeo turizm ve kültür turizmi arasındaki farklar Tablo 1’de özetlenmiştir.

**Tablo 1. Arkeo Turizm ve Kültür Turizmi Farkları Karşılaştırma Tablosu**

| <b>Arkeo Turizm</b>                                                                                                                                                                               | <b>Kültür Turizmi</b>                                                                                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Tanımlar</b>                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                          |
| Arkeolojik alanları, antik yerleşim yerlerini, taşınabilir ve taşınamaz tarihi eserleri, devam eden veya tamamlanmış kazı alanlarının ziyaretlerini içeren bir turizm türüdür (Srivastava, 2015). | Bir destinasyonun kültürel mirasını, sanatını geleneklerini ve yaşam tarzını keşfetmek amacıyla yapılmış ziyaretlerdir ( ulha, 2008).                    |
| <b>Odak Noktası</b>                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                          |
| Antik çağlara kadar dayanan tarihi kalıntıların ve izlerin, arkeolojik sit alanlarının ve eserlerinin keşfine odaklanır (Pasifico ve Vogel, 2012).                                                | Bir destinasyonun/topluluğun güncel veya geçmiş kültürel kimliğini keşfetmeye odaklanır (Avcıkurt, 2017).                                                |
| <b>Ziyaret Edilen Yerler</b>                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                          |
| Antik kentler, tarihi harabeler, arkeolojik kazı alanları ve müzeler.                                                                                                                             | Müzeler, sanat galerileri, mimari yapılar, yerel festivaller, geleneksel pazarlar vb.                                                                    |
| <b>Tarih ve Süreklilik</b>                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                          |
| Geçmiş uygarlıkların ve tarih öncesi dönemlerden kalma kalıntıların izlerini takip etme ve keşfetmeye odaklanır (Doğaner, 2013; Ross vd., 2017).                                                  | Hem geçmişin hem günümüzün kültürel unsurlarını içerir ve bu nedenle de sürekli bir tarih döngüsüne sahiptir (Garrod ve Fyall, 2000).                    |
| <b>Eğitimsel ve Yenileme Amaçları</b>                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                          |
| Genellikle eğitimsel bir amaca hizmet eder, tarihi ve arkeoloji hakkında bilgi verirken aynı anda merak uyandırma amacı taşır (Walker, 2005).                                                     | Genellikle yerel yaşam tarzını, gelenekleri ve sanatı anlamak, kültürel etkileşim yaşamayı bir fırsat olarak görür (Garrod ve Fyall, 2000; Waite, 2000). |

**Kaynak:** Yazar tarafından oluşturulmuştur.

### 1.3. Burdur İli

Burdur ili Antalya, Denizli, Muğla, Isparta ve Afyon illeriyle komşu olan ve bu iller arasında kara yolu bağlantısı olarak kavşak niteliğinde, Akdeniz bölgesine bağlı bir ilimizdir. Karasal iklime sahip olan Burdur'da kış mevsimi sert, yaz mevsimi ise kurak ve sıcak geçmektedir. Burdur 273.716 kişi nüfusa sahip (Türkiye İstatistik Kurumu, 2024), 11 ilçe, 3 belde ve 193 köyden oluşmaktadır (Burdur Valiliği, 2024). Geçmişten günümüze uğrak bir nokta olan Burdur il sınırları içerisinde yer alan yüksek mineralli göller nedeniyle göller bölgesi olarak adlandırılmaktadır.

Geçmiş çağlardan beri su kıyısına yerleşme anlayışı doğrultusunda, Burdur ili barındırdığı su kaynaklarının bolluğuyla birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Burdur ili ve çevresine geçmiş çağlarda Pisidya adı verilmiş ve tarih süresince Hitit, Lidya, Pers, Roma ve Doğu Roma dönemleri süresince uğrak bir yerleşim yeri olmuştur (Gönüllü, 2010: 591). Genel olarak Burdur ili içerisindeki turizm faaliyetlerini arttırmak adına, turizm coğrafyasından yararlanarak turizmin mekâna yayılış özellikleri, mekân üzerindeki etkileri, turizm alan bölgelerinin tespiti ve gruplandırılması, arazinin kullanım kapasitesinin ölçülmesi ve belirlenmesi gibi faktörler incelenip araştırma yapılmalıdır (Kozak vd., 2018: 16).

Yapılan çalışmalar neticesinde Prehistorya dönemine kadar uzanan önemli arkeolojik ve kültürel değerlerden bazıları şunlardır; Sagalassos, Kibyra, Kremna, Bubon, Balboursa antik kentleri, çeşitli bölgelerde bulunan tümülüsler, açık hava tapınakları, açık hava kutsal alanları ve sunakları, açık hava tapınım alanları (Ekinci, 2005; Soslu, 2021; Tozkoparan vd., 2021), yapılan jeomorfoloji amaçlı yapılan saha çalışmaları sırasında, Güneyyalya Köyü Dolinleri, Çine (Gökpınar) Köyü Dolini, Karaevli Gölü, Sülüklügölcük, Sülüklü Göl, Koca Göl, Deliktaş Doğal Köprüsü, Tekesarayı Kanyonu, Kalıncıpaz Kanyonu, Serenlertepe (Karaburun) çevresindeki peribacası oluşumları, Manastır Kayası, Asartepe çevresindeki peribacası oluşumları, Kuzyaka peribacası gibi birçok doğal yapıya rastlanmıştır (Kahraman, 2015).

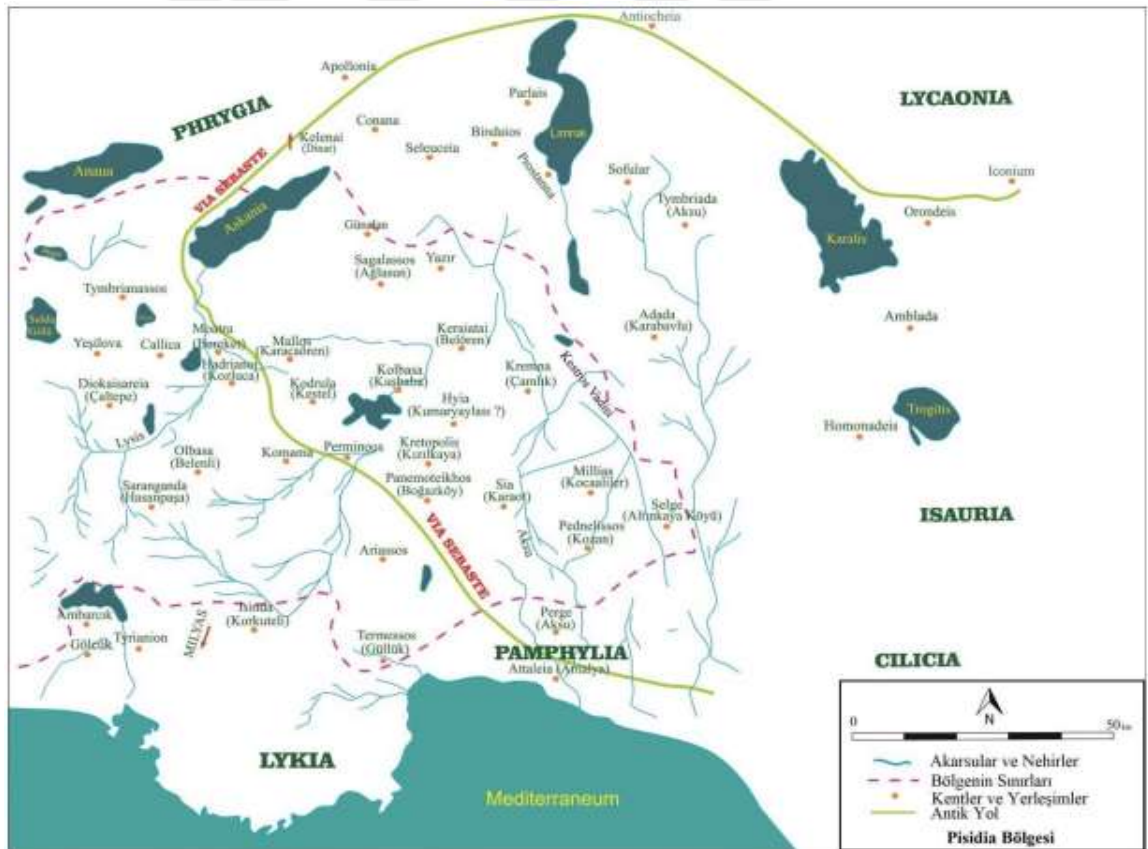
#### 1.3.1. Burdur İli Arkeo Turizm Arzı

Turizm arzı: “*Turizm arzı, bir ülke tarafından dış ve iç turizme sunulabilen maddi ve manevi değerlerin bütünüdür.*” olarak tanımlanmaktadır (Usta, 2009: 108). Bir başka tanıma göre turizm arzı: “*tüketimde yer alan ve turizm talebinin gereksinmelerini*

karşlamak için gerekli mal ve hizmetlerin (turizm ürünü) tedarik edilmesini içeren üretime dayalı işlemlerin tümü” şeklinde tanımlanmıştır (Kozak, vd., 2018: 69). Değişken bir yapıda olan turizm arzı: diğer turizm merkezlerindeki fiyatlar, tüketici eğilimleri ve gereksinimleri, turizm sektörü, turist tiplerinin sosyo-ekonomik, sosyo-demografik ve sosyo-psikolojik gibi unsurlara uygun olarak turistik mal ve hizmetlerin sunumunu gerektirir (Kozak, 2012: 51).

Burdur ili genelinde 324 arkeolojik sit alanı, 2 arkeolojik-doğal sit alanı, 1 kentsel sit alanı, 1 etkileme geçiş alanı olmak üzere toplam 328 sit alanı, 99 sivil mimarlık örneği, 35 dinsel yapılar, 11 idari yapılar, 1 askeri yapılar, 54 endüstriyel ve ticari yapılar, 10 mezarlıklar, 127 anıt ve abideler, 20 kalıntılar olmak üzere toplam 357 taşınmaz kültür varlığı bulunmaktadır.

Bu denli eser ve arkeolojik sit alanı bulunan Burdur ilinde arkeo turizm faaliyetlerinin gerçekleştirileceği birçok alan bulunmaktadır (Bkz. Şekil 1).



Şekil 1. Pisidia Bölgesi (Burdur)

Kaynak: Soslu, 2021, s:796.

Turizm arzının sürdürülebilirliği, yeni eserler ve alanların ortaya çıkarılması yönünde büyük bir alana sahip olan Burdur ilinde, 2023 yılı içerisinde birçok farklı bölgelerde kazı çalışması yapılmaktadır (Bkz. Tablo 2.).

**Tablo 2. 2023 Yılı Cumhurbaşkanı/Bakanlar Kurulu Kararlı Yerli/Yabancı Kazı Çalışmaları ve Kurtarma Kazıları**

| İL                     | KAZI ADI                                                                |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Bucak İlçesi           | Şeref Höyük/Komama yerleşimi ve çevresi yüzey araştırması               |
| Yeşilova İlçesi        | Salda-Yeşilova yüzey araştırması                                        |
| Burdur ili ve ilçeleri | Paleolitik Çağ yüzey araştırması                                        |
| Burdur                 | Tefenni İlçesi, Beyköy Köyü, Kabaelen Mevkii                            |
| Burdur                 | Bucak İlçesi, Kocaaliler Belediyesi, Melli Örenyeri                     |
| Burdur                 | Göhlhisar İlçesi, Çeşme Mahallesi, Kibyra Antik Kenti                   |
| Burdur                 | Göhlhisar İlçesi, Yusufça Beldesi, Frengi Alanı Mevkii                  |
| Burdur                 | Göhlhisar ilçesi, İbecik Köyü, Dikmen Tepesi Mevkii, Boubon Antik Kenti |
| Burdur                 | Sagalassos                                                              |
| Burdur                 | Kibyra                                                                  |
| Burdur                 | Hacılar Höyük                                                           |
| Burdur                 | Kremna                                                                  |

**Kaynak:** Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü (2024a)

### **Burdur Müzesi**

Demirci ve Çelik (2020: 366)'e göre 1957 – 1960 yılları arasında yapılan 4 sezon süren Hacılar Höyük 'ten çıkan eserler doğrultusunda 1963 yılında kurulan bir müzedir. 1969 yılında ziyarete açılan, Akdeniz, Ege ve İç Anadolu bölgelerinden gelen eserleri barındıran bir müzedir (Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, 2024b). Küçük bir alana sahip olan fakat barındırdığı taşınabilir ve taşınamaz eserlerinin sayısının fazla

olmasıyla ön plana çıkan bir müzedir. Burdur İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'ne (2024) göre bünyesinde 68.507 eser bulundurmaktadır. Burdur Müzesi 2008 yılında “Gezilir Görülmeye Değer Müze” ödülü almış ve Hacılar, Kuruçay, Höyücek Höyükleri, Boubon, Kibyra ve Sagalassos bölgelerinde yapılan kazılar sonucunda Neolitik Çağ'a kadar uzanan eserler bulunduran bir müzedir (Kültür Portalı, 2024a). Burdur Müzesinde yer alan eserler arasında Helenistik Döneme ait plastik insan başı biçiminde kandiller sergilenmektedir, günümüze kadar ulaşmış sayıca az olan insan başı şeklindeki kandiller Burdur Müzesi'nin önemini arttırmaktadır (Metin, 2013: 257). Kremna örnekleri ağırlıklı olmak üzere Burdur Müzesi'nde 44 metal kandil yer almaktadır, eserlerin tümü kalıba döküm tekniği ile yapılmış olup kandillerin çoğunun bronzdan oluştuğu görülmektedir (Metin ve Becks, 2015: 275). Burdur Müzesi'nin aynı zamanda bahçesinde yaklaşık olarak 9 adet av sahnelerinin canlandırıldığı mermer heykeller, çeşitli dönemlerden kalma lahit, mezar taşı, lahit kapağı, çeşitli hayvan ve insan tasviri heykeller görülmektedir. Pirkulzade Kütüphane binası incelenerek müze bahçesine inşa edilmiştir. Her toplumda farklı şekillerde görülen ibadet zamanlarında kullanılan eserler, Hristiyanlık inancına ait röliker haç, Roma İmparatorluğu'nun erken safhalarında dini ritüellerde kullanılan bayraklar Burdur Müzesi'nde sergilenmektedir (Metin, 2019: 414). Üç Bölümden oluşan Burdur Müzesi'nde “...birinci bölüm, Hellenistik, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı... ikinci bölüm; Sagalassos Kibyra ve Kremna'daki Arkeolojik kazı çalışmalarında tespit edilmiş heykeller ve kabartmalı frizler... üçüncü bölüm ise Neolitik ve Erken Kalkolitik'e ait buluntular ile Eski Tunç Çağı buluntuların yer aldığı bölümdür.” (Sop vd., 2019: 3896). Arkeolojik eserlerin yanı sıra Burdur Müzesi'nde Teke Yörükleri, Oğuz Boyları gibi toplumlardan kalan düz dokuma yaygılar gibi etnografik eserlerde yer almaktadır (Demirci ve Çelik, 2020: 364).

### **Doğa Tarihi Müzesi**

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Kavaklı Rum Kilisesi binasının onarılıp yeniden restore edilmesiyle oluşturulmuş bir müzedir, müze içerisinde Burdur Kemer ilçesi Elmacık Köyü'nde yapılan çalışmalar sonucunda ortaya çıkmış dev güney filine ait iskelet müzenin en dikkat çeken eserlerindendir (Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, 2024c). Burdur İl Kültür Turizm Müdürlüğü (2024)'ne göre müze bünyesinde 170 eser bulunmaktadır. Müze içerisinde yaklaşık olarak 2,5 milyon yıl öncesinde Burdur ili ve çevresinde yaşamış kara ve deniz canlılarının kalıntıları

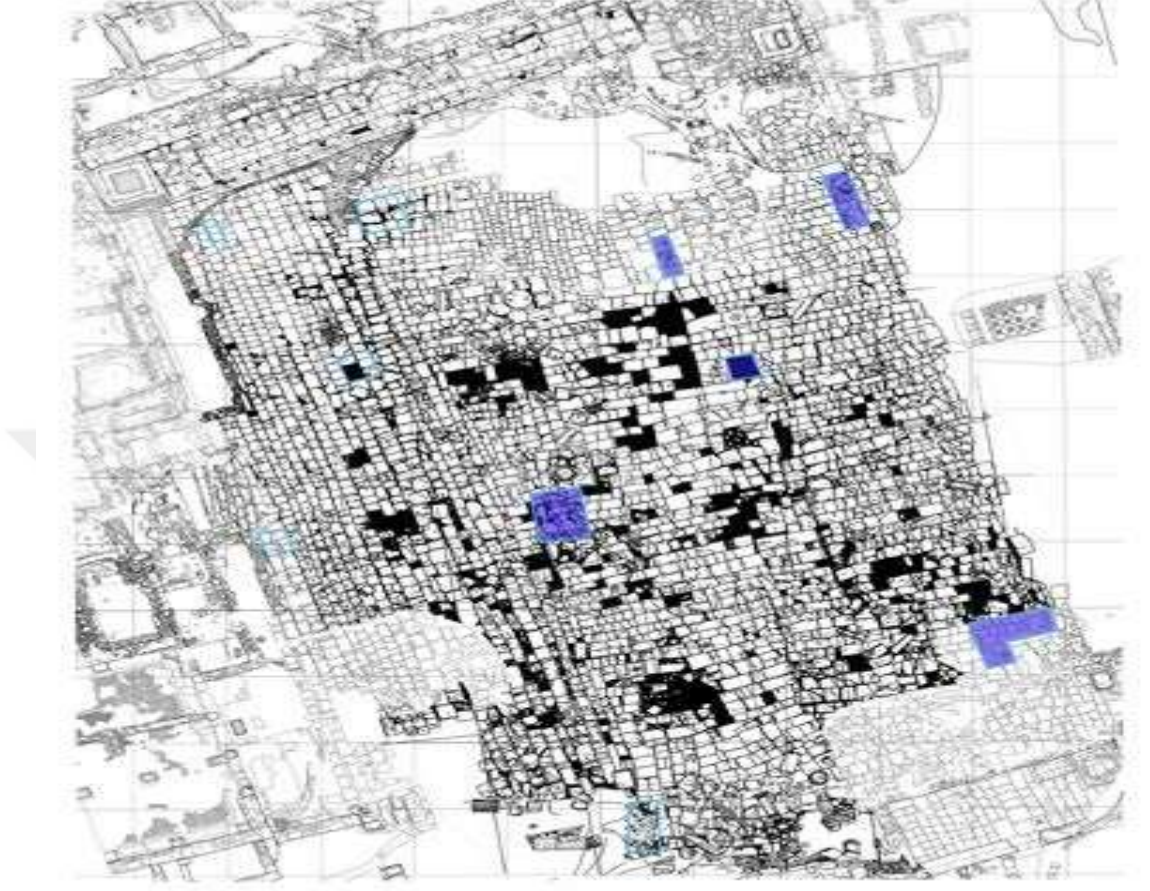
sergilenmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024a). Günümüzde  ğrenciler tarafından sıklıkla ziyaret edilmektedir. Burdur bölgesinde yer alan bataklık alanlar tektonik hareketler sonucunda g le dönüşmüştür, Burdur Pliyosen Gölü olarak bilinen g l n güney kısmında yer alan Elmacık Omurgalı Fosil Yatağı, bölgede bulunan en verimli fosil yataklarındandır ve müzede sergilenen birçok eser bu bölgede ortaya çıkmıştır (Burdur Doğa Tarihi Müzesi, 2024).

### **Sagalassos Antik Kenti**

Sagalassos Antik Kenti yaklaşık olarak Burdur ilinin 42 kilometre doğusunda 1400-1750 metre rakıma sahip bir tepe üzerinde Ağlasun ilçesi sınırlarında yer almaktadır (Ceylan, 2015: 57). 1980’li yıllarda Prof. Dr. Stephen Mitchell önderliğinde bölgede çalışmalara katılan Prof. Dr. Marc Waelkens 1990 yılında Sagalassos’daki çalışmalarına başlamıştır (Vanhaverbeke, 2010: 101). Günümüzde de halen çalışmalar devam etmektedir. Yapılan yüzey araştırmaları doğrultusunda Sagalassos’da Tekne Tepe’de bir sur yapısı, Antoninler  eşmesi, pazar binası, kent konağı, kütüphane, Apollo Klarios Tapınağı, Heroon, gymnasium, Roma hamamı, antik tiyatro gibi birçok yapıya ulaşılmıştır (Talloen vd., 2019). Köklü bir tarihi bulunan, 1700 metre yükseklikte konumlanan Psidia bölgesinin başkenti Sagalassos Antik Kenti’nde ortaya çıkan dikkat çeken ve literatürde üzerine çalışma yapılmış bazı eser/yapılardan bazıları şunlardır (Bkz. şekil. 2); Hellenistik Döneme ait olduğu tahmin edilen “atlı-tanrı” tipini taşıyan bronz Sagalassos sikkesi (Köker, 2019: 466), MS 1. yüzyıl ile MS 5. aralığında kullanıldığı bilinen ve günümüzde Antalya Arkeoloji Müzesinde sergilenen Kırmızı Astarlı Sagalassos Seramikleri (Willet ve Poblome, 2015: 133; Yıldız, 2020), 1972 yılında Avusturya Arkeoloji Enstitüsü tarafından başlatılan araştırmalarda ortaya çıkan Hellenistik döneme ait, kornış parçaları, kaydırma blokları, kapı eşikleri, 8,37 x 7,52 m ölçülerinde olan dört tarafı güçlü firzlerle desteklenmiş bir bina (Fleischer, 1974: 53 ), Dor tapınağının içerisinde bazı bloklar üzerinde görülen uzun elbiseler içerisinde enstrüman  alan ve dans eden kızları tasvir eden kabartmalar (Fleischer, 1972: 41), yukarı agora bölümünde bulunan onur anıtının temelleri, Claudius kemerlerinin onur sütunları (Talloen, 2017), sivil yaşam merkezi olarak kullanılan agora kalıntıları, agoranın orasında inşa edilen  eşme kalıntıları, Erken Roma İmparatorluğu  eşmesinin kalıntıları, Sagalassos Kenti’ne su tedarığı sağlayan kemerlerin ve su ağının kalıntıları (Talloen ve Poblome, 2020: 152), şarap ve bereket tanrısı Dionysos fiğ rlerinin bulunduğu küçük



eserler ve anıtsal mimari eserleri, bölgede yatırımı artan bağcılık ve şarap yapımlarında kullanılan amphoralar ve şarap şişeleri (Talloon ve Poblome, 2018: 414).



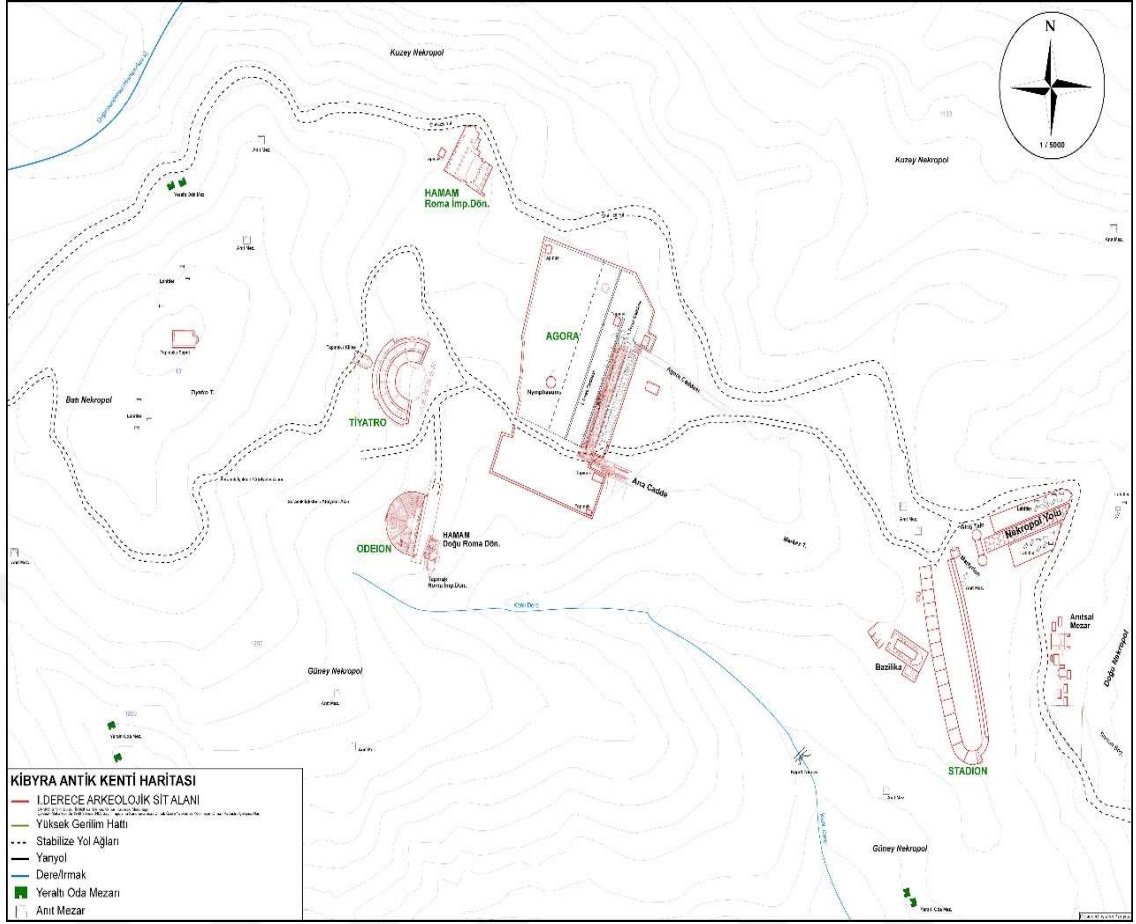
**Şekil 2. Sagalassos Yukarı Agora'sının Kontrol Kazılarını Gösteren Sagalassos Haritası**

**Kaynak:** (Talloon, 2017: 201).

### **Kibyra Antik Kenti**

Göhlisar ilçesinin batısında alçak tepelerde yer alan Kibyra Antik Kenti'nin tarihi M.Ö. 200'lü yıllara kadar dayanmaktadır ve görkemli stadyumu ile ön plana çıkmaktadır (Kültür Portalı, 2024b). Geçmişte bulunduğu jeolojik konumu nedeniyle birçok farklı medeniyete ev sahipliği yapan Kibyra, 2006 yılında başlayan kazı ve yüzey çalışmaları neticesinde tiyatro, Bouloeterion ve seramik atölyesi gibi yapılar barındırmaktadır (Özüdoğru ve Dündar, 2007: 147; Aladağ, 2020: 36). Kibyra Antik Kenti'nde ortaya çıkan dikkat çeken ve literatürde üzerine çalışma yapılmış bazı eserler/yapılardan bazıları şunlardır: 2010-2017 yılları arasında yapılan kazılarda ortaya çıkan edinilen bilgilere göre

7. Yy – 8. Yy başı arasında kullanılmış/üretilmiş olan on iki adet Bizans kurşun mühür (Demirer ve Elam, 2018), bölgede hayvancılığın kalıntılarına işaret eden ve yapılan kazılarda ortaya çıkan yüksekliği ortalama olarak 59.8cm olan 370 adet koyun kemiği kalıntıları (Demiraslan, vd., 2018: 346), MS 417 yılında yaşanan depremde sonra bölgenin kapladığı alanın küçülmesiyle günümüze kadar gelmeyi başaran (Bkz. Şekil 3.) Bouleuterion-Odeion, Stadion, Agora, Hamam, Nekropol Yolu, Nekropoller, Bazilika, Anıtsal Mezar kalıntıları (Özüdoğru, 2018), Stadion, Odeon, Doğu Nekropolü, Anıtmezar ve Martyrion'dan çıkarılan 137 bireye ait iskelet kalıntıları ve Doğu Roma döneminden kalma Bazilika Planlı Kilise kalıntıları (Yavuz, vd., 2023: 636), Odeion önündeki stoda gerçekleştirilen kazılar sonucu ortaya çıkan yaklaşık olarak 550 m<sup>2</sup> büyüklüğündeki MS 249-254 tarihleri arasında Aurelius Spatros ve Claudius Theodoros tarafından yaptırıldığı bilinen mozaik yazıtlar (Güler ve Tarkan, 2020: 74), Olympeion Odeionu içerisinde bulunan tam merkezde yer alan Medusa Başı ve Medusa kanatlarını simgeleyen Medusa Döşemesi (Özüdoğru ve Tarkan, 2023: 162).



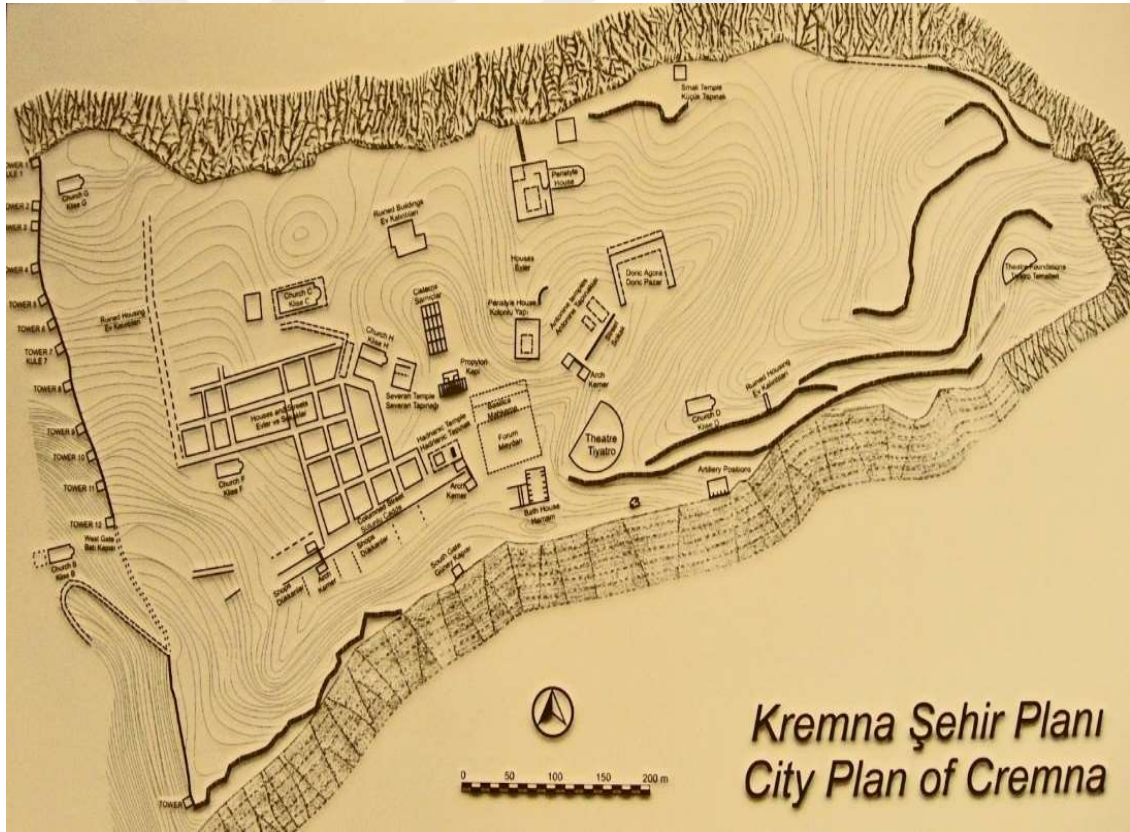
**Şekil 3. Kibyra Kent Haritası Kamu Yapılarının Konumlandığı Merkez Tepe**

**Kaynak:** Özüdoğru, (2018: 16).

### **Kremna Antik Kenti**

Çamlık köyü sınırları içerisinde kalan Aksu Vadisi'ne hâkim tepede yer alan Kremna Antik Kenti ilk olarak Pisidia'lılar tarafından kurulmuştur (Kültür Portalı, 2024c). Yüksek bir tepe noktaya kale-kent olarak ızgara planlı inşa edilen şehirde, Roma hamamı, kilise, tapınak, çiftlik yapıları, mezar yapıları, savunma amaçlı yapılmış gözetleme kuleleri bulunmaktadır (Metin, 2016; Soslu, 2021: 66). Şehrin etrafı 2 m genişliğinde, 7-8 m yüksekliğinde surlarla çevrili olduğu bilinmektedir (Bucak Belediyesi, 2024). Kremna, Pisidia Bölgesi'nin en önemli antik kentlerinden biri olmakla beraber çevresi uçurumlarla çevrili korunaklı bir kenttir (Metin, 2017: 273). Lidyalılar, Persler, Helenistik imparatorluklar, Bergamalılar, Romalılar gibi büyük toplulukların egemenlik sürdüğü kente uygarlıkların arkalarında bıraktığı eser/yapılardan dikkat çekici ve literatürde yer bulan bazı eser/yapılar şunlardır; üzerinde Hermes tasvirleri bulunan

sikkeler (Demirtaş, 2015: 42), Kremna tarihi ve dini hakkında bilgi veren Bizans, Selçuk, Roma İmparatorluğuna ait sikkeler ve paralar (İnan, 1970: 52), yurt dışına kaçırılan ve günümüzde J. Paul Getty Müzesi'nde sergilenen Kadın Torsosu (Durukan, 2022: 103), Asklepios, Apollon, Herakles, Athena, Nemesis Hygieia, Leto, ve Büyük Herculaneum tipli heykeller (Kaya, 2023), Kremna kamu sarnıçları, derinliği yaklaşık 10 metreyi bulan su kuyuları, şehir içinde yer alan çeşmeler (Kürkçü, 2015), MÖ 2. Yy – MÖ 1. Yy aralığında Helenistik Dönem kandil üretimi hakkında bilgi veren iki kandil kalıbı (Metin, 2013: 258), 10.50 x 10.50 m ölçülerinde bulunan üzerinde İncil kaynaklı kurtuluşa ilişkin fresklerin bulunduğu Altı Kapılı Mağara Kilisesi (Metin ve Soslu, 2018: 316), Kremna Kenti yapıları arasında Küçük Hadrianus Tapınağı, Severuslar Tapınağı, Büyük Propylon, A ve B olarak adlandırılan iki tiyatro, Hamam veya Kütüphane olduğu tahmin edilen “Q” yapısı, Forum-Bazilika, Kilise, Dorik Agora, Sütünlü Cadde, Savunma ve Kuşatma (Bkz. Şekil 4) yapılarını görmek mümkündür (Soslu, 2021: 260).



Şekil 4. Kremna Şehir Planı

Kaynak: Bike Classical (2024)



### 1.3.2. Burdur İli Arkeo Turizm Talebi

Talep, iktisadi olarak belirli bir zamanda belirli bir fiyattan müşterilerin satın almak istedikleri ve satın alma gücü ile desteklenmiş mal ve hizmet sayısı şeklinde tanımlanmaktadır (Cura, 2021: 17). Turizm talebi; talebin ekonomideki anlamıyla ifade edilen tanımla benzer özellikler göstermekle birlikte, aynı zamanda turizm talebi ile ilgili pek çok tanımın yapıldığı görülmektedir.

Turizm talebi, yeterli satın alma gücüne ve boş zamana sahip belirli bir hedef doğrultusunda turistik mal ve hizmetlerden faydalanan ya da yararlanmak isteyen kişiler topluluğudur (Kozak vd., 2018: 92). Zhang vd., (2009: 347) göre turizm talebi, belirli bir destinasyon için turistlerin belirli bir zaman periyodunda ve belirli koşullar altında tüketmek istedikleri turistik hizmet ve ürünlerin miktarıdır. Bir başka tanıma göre turizm talebi, seyahat etme isteğinde bulunan ve bu isteğini karşılamaya imkân verecek kadar gelire sahip olan insanların miktarıdır (Adalıoğlu, 2005: 48). Selim vd., (2022: 761) turizm sektörü ile ilgili alınan tüm kararların başarısının tamamen turizm talebine bağlı olduğunu öngörmektedir.

Kozak vd., (2018: 92-93) göre, turizm talebinden bahsetmek için tüketim zamanının kesin sınırlarının çizilmiş olması, tüketimde bulunacak kişi ya da kişilerin belirli bir gelire ve boş zamana sahip olması, turistik mal ve hizmetlerin belirli bir piyasada ve fiyata turistlerin hizmetine sunulmuş olması, tüketicilerin mal ve hizmetlerden yararlanmak için isteğinin olması gerekmektedir.

Burdur ili ören yerleri ve müzeler 2020 yılında pandeminin etkisiyle (sınırları kapatma, seyahat yasakları, kapasite kullanımı, karantinalar gibi önlemler dahilinde) 76.776 ziyaretçi ağırlamıştır. 2021 yılında pandemi sürecinde normalleşme sürecinin başlamasıyla ziyaretçi sayısı 103.797 kişiye ulaşmıştır. 2022 yılında normal yaşama dönüş ile Burdur Müzesi, 21.096 ziyaretçi, Sagalassos Antik Kenti 67.225 ziyaretçi Kibyra Antik Kenti, 19.813 ziyaretçi, Kremna Antik Kenti 1.468 ziyaretçi, Doğa Tarihi Müzesi 11.536 ziyaretçi toplamda Burdur ili müze ve ören yerleri 121.138 ziyaretçi ağırlamıştır. 2022 yılında yaşanan normalleşme sürecinin genişlemesiyle ile bir nebze de olsa 2021 yılına oranla %16,70 oranında bir artış yaşanmıştır.

2023 yılında normal hayata tamamen dönüldüğünde ve pandeminin etkisini yitirdiği dönemde Burdur Müzesi 27.267 ziyaretçi, Sagalassos Antik Kenti 96.387

ziyaretçi, Kibyra Antik Kenti 24.897 ziyaretçi, Kremna Antik Kenti 2.138 ziyaretçi, Doğa Tarihi Müzesi 13.362 ziyaretçi toplamda 2023 yılı içerisinde Burdur ili müze ve örenyerleri 164.051 ziyaretçi ağırlamıştır. 2023 yılı 2022 yılına oranla müze ve örenyeri ziyaretçi sayılarında %35,42'lik bir artış göstermiştir.

**Tablo 3. Burdur İli Müze ve Örenyerleri Ziyaretçi İstatistikleri (2020-2023)**

| Müze ve Örenyerleri    | 2020          | 2021           | 2022           | 2023           | 2022/2023<br>Değişim<br>Oranı (%) |
|------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|-----------------------------------|
| Burdur Müzesi          | 7.749         | 13.556         | 21.096         | 27.267         | +% 29,25                          |
| Sagalassos Antik Kenti | 42.285        | 66.310         | 67.225         | 96.387         | +% 43,37                          |
| Kibyra Antik Kenti     | 22.297        | 17.136         | 19.813         | 24.897         | +% 25,65                          |
| Kremna Antik Kenti     | 1.053         | 1.096          | 1.468          | 2.138          | +% 45,64                          |
| Doğa Tarihi Müzesi     | 3.392         | 5.699          | 11.536         | 13.362         | +% 15,82                          |
| <b>Genel Toplam</b>    | <b>76.776</b> | <b>103.797</b> | <b>121.138</b> | <b>164.051</b> | <b>+% 35,42</b>                   |

**Kaynak:** Burdur İl Kültür Turizm Müdürlüğü , 2024

Burdur ili müze ve ören yerleri gelirleri incelendiğinde 2018 yılında 378.303 ₺ , 2019 yılında 819.865 ₺ (bir önceki yıla oranla %116,72 artış), 2020 yılında 427.048₺ (bir önceki yıla oranla -%47,91 düşüş) 2021 yılında 1.042.302 ₺ (bir önceki yıla oranla %144.071 oranla artış) gelir elde edilmiştir. 2022 yılında 1.264.327 ₺ gelir elde edilmiş ve önceki yıla oranla %21 artış gerçekleşmiştir.

**Tablo 4. Burdur İli Müze ve Örenyerleri Gelir İstatistikleri (2018-2022)**

| Yıllar      | Gelir Miktarı | Değişim Oranı (%) |
|-------------|---------------|-------------------|
| <b>2018</b> | 378.303 ₺     | -                 |
| <b>2019</b> | 819.865 ₺     | %116,72           |
| <b>2020</b> | 427.048 ₺     | -%47,91           |

|             |             |          |
|-------------|-------------|----------|
| <b>2021</b> | 1.042.302 ₺ | %144,071 |
| <b>2022</b> | 1.264.327 ₺ | %21,30   |

**Kaynak:** Burdur İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2024



## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. TURİST REHBERLİĞİ, TURİST VE DESTİNASYON MEMNUNİYETİ

#### 2.1. Profesyonel Turist Rehberliği

Turist rehberi; ziyaret edilen ülkede, grubu ya da kişileri havalimanında, limanda, istasyonlarda veya terminallerde karşılayan grubun ya da kişilerin aldığı hizmet doğrultusunda, belirli bölge/bölgeleri tanıtan gezdiren, müze ve ören yeri ziyaretleri yaptıran, bir takım turizm faaliyetlerine katılmalarını sağlayan daha sonrasında grubu havaalanına bırakan kişilerdir (Değirmencioğlu, 2001: 189). World Federation of Tourist Guide Associations-WFTGA'a (2024) göre turist rehberi; ziyaretçilere kendi seçtikleri dilde rehberlik eden ve ziyaret edilen bölgenin kültürel, doğal ve arkeolojik mirasını yorumlayan ilgili kişi/kuruluşlarca bir yeterliliğe sahip kişilerdir.

European Federation of Tourist Guide Association-FEG (2024)'a göre turist rehberliği ziyaretçilerin genel deneyimine katkı sağlayan, bölgenin tarihi, kültürel ve arkeolojik alanları hakkında bilgi sahibi olan, alanında nitelikli kişilerdir. Turist rehberleri ziyaretçiler ve yerel halk arasındaki bir kılavuzdur, ziyaret edilen bölgedeki arkeolojik alanları, bölgenin kültürünü, yaşantısını, geçmişte yaşanan veya yaşanmaya devam eden kültürel olay ve etkinlikleri ilham verici bir şekilde yorumlayarak ziyaretçilere aktaran kişilerdir (Ap ve Wong, 2001: 551). Bir başka tanıma göre turist rehberi liderlik eden ya da yolu gösteren kimse, ziyaret edilen bölgedeki dağları, ormanları, beşerî ve doğal yapıları, ilgici çekici noktalarıyla aktaran kimselerdir (Cohen, 1985: 25).

Ülkemizde meslek kanununa sahip olan turist rehberliği mesleği Avrupa'nın bazı ülkelerinden farklı olarak sıkı bir denetim, sınav veya akreditasyon sürecinden geçmektedir. Örneğin İrlanda, Ermenistan, Kosova ve Hollanda gibi ülkelerde profesyonel turist rehberliği ile ilgili bir meslek tanımı ya da kanun bulunmamaktadır. Polonya ve Letonya ülkelerinde ise bazı bölgelerde rehberlik yapabilmek adına sertifika istenmektedir. Rehberlik mesleğini icra etmek için bir kanun ya da kısıtlamaya sahip olmayan ülkelerde nitelikli turist rehberlerini diğer rehberlerden ayırmak için WFTGA ve FEG gibi kuruluşlardan alınan belgeler ve sertifikalardan faydalanılmaktadır.



### 2.1.1. Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberliği

Ülkemizde bacasız sanayi olarak adlandırılan turizm sektörünün önde gelen paydaşlarından olan turist rehberleri “kültür elçileri” olarak adlandırılmaktadır. Ülkemizi ziyaret eden turistlerin seyahatleri süresince katıldıkları turizm faaliyetlerinde önemli rol oynayan turist rehberleri bire bir olarak ziyaret edilen bölgenin kültürünü, ören yeri ve müzelerindeki eserleri ve eserlerin tarihlerini ilk ağızdan turistlere aktaran kişilerdir. Ülkemizde profesyonel turist rehberliği mesleğini icra etmek için 07.06.2012 tarihli 6326 kanun numaralı turist rehberliği meslek kanununda yer alan maddelerden bazıları;

*“a) Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak.*

*b) Başvuru tarihi itibarıyla on sekiz yaşıını doldurmuş olmak.*

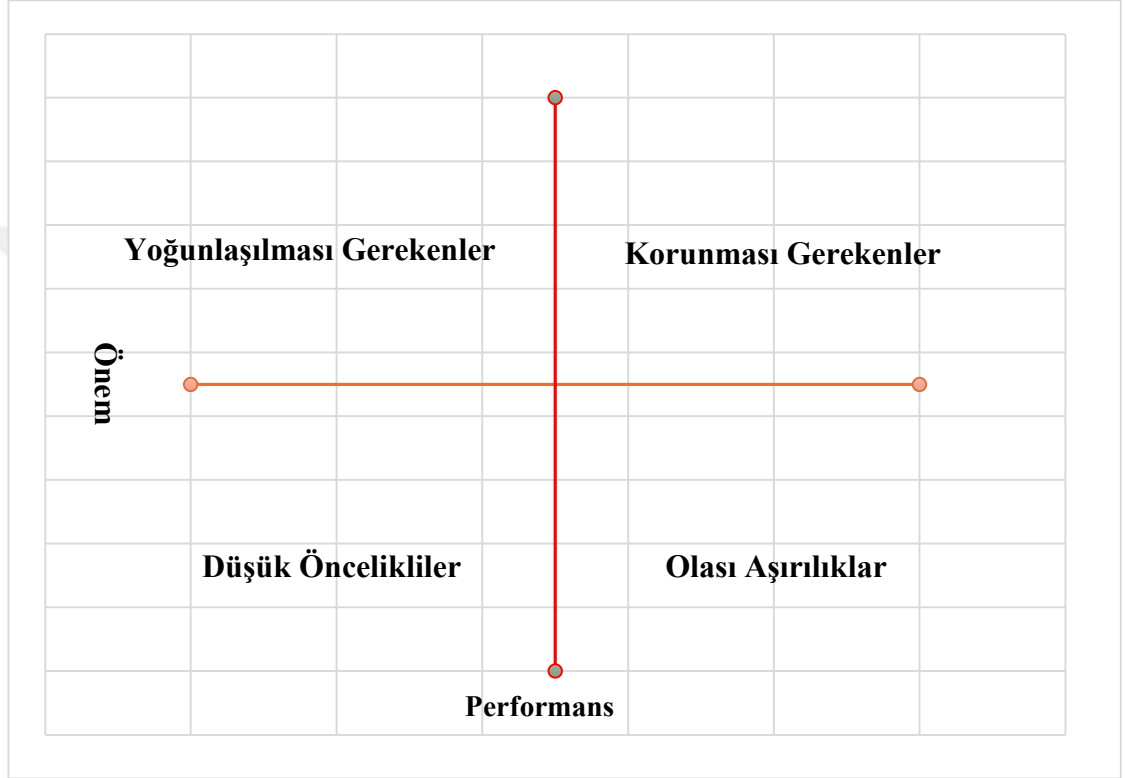
*c) Üniversitelerin turist rehberliği bölümlerinin önlisans, lisans veya yüksek lisans programlarından mezun olmak veya üniversitelerin turist rehberliği bölümü dışındaki diğer bölümlerinden en az lisans düzeyinde mezun olduktan sonra, birliklerin ve Türkiye Seyahat Acentaları Birliğinin ortak önerileri ve Bakanlığın onayıyla turizm sektörünün ihtiyaçları da dikkate alınarak belirlenen dillerde, gerektiği hâllerde belirlenen bölgelerde, yönetmelikle kurs ve sınavlara ilişkin belirlenen usul ve esaslar çerçevesinde Bakanlığın gözetimi ve denetimi altında birlikler tarafından düzenlenen ülkesel veya bölgesel turist rehberliği sertifika programını başarıyla tamamlamak.” (Turist Rehberliği Meslek Kanunu, 2024).*

Ülkemizde turizm rehberliğinin ve sanat ve sanat tarihinin gelişmesinde Osman Hamdi Bey önemli bir role sahip olmuştur. 1800’lü yılların sonlarında faaliyetlerini sürdüren Osman Hamdi Bey sanata olan ilgisiyle birlikte, katıldığı kazı çalışmaları ve çevresindeki kişilere aktardığı bilgiler neticesinde günümüzde ve kendi döneminde arkeolojinin ve turist rehberliğinin gelişimi açısından faaliyetleriyle ilk adımları atmıştır (Mansel, 1960).

### 2.2. Önem-Performans Analizi

Önem-Performans Analizi (ÖPA), ürünün veya hizmetin güçlü ve zayıf yönlerinin ortaya çıkarılıp geliştirilmesi gereken noktaları belirleyen ve uygulaması basit bir görsel analiz tekniğidir (Martilla ve James, 1977: 79). ÖPA, ilk olarak Martilla ve James (1977) tarafından bir işletmenin müşteri memnuniyetini arttırmak ve hangi ürün veya hizmetler

konusundaki olumsuzlukların ve eksikliklerin giderilmesini veya olumlulukların ve artıların korunmasını amaçlayan bir analizdir (Deng, 2007: 1275). ÖPA'nın tercih edilmesinin başlıca nedenleri arasında verileri yorumlayarak anlaşılabilirliği kolaylaştırmayı amaçlamak, yüksek maliyetli olmaması, toplanan veriler ile bunlara yönelik stratejilerin aynı anda belirlenebilmesi gelmektedir (Cengiz ve Katrancı, 2013: 30; Arıkan Saltık, 2017: 200; Erdoğan, 2020: 85).



**Şekil 5. Önem-Performans Analizi Matrisi**

**Kaynak:** Albayrak ve Caber, 2011: 629

Bir ürün veya hizmetin değerlendirilmesinde kullanılan önem-performans matrisi yer alan hücrelere ilişkin açıklamalar aşağıdaki biçimde yapılabilir (Martilla ve James, 1977: 78; Slack, 1994: 61; Zhang ve Chow, 2004; Huan ve Beaman, 2007: 317; Albayrak ve Caber, 2011: 629).

**Yoğunlaşılması Gerekenler (Yüksek Önem – Düşük Performans):** Bu hücre bir ürün veya hizmetin değerlendirilmesinde katılımcılar için çok önemlidir, ancak performans seviyeleri oldukça düşüktür. İyileştirme çabalarına yoğunlaşmak gerekmektedir.

Korunması Gerekenler (Yüksek Önem – Yüksek Performans): Bu hücre katılımcılar için çok önemlidir ve işletme bu faaliyetlerde yüksek performansa sahiptir. Buradaki mesaj iyi işleri sürdürmektir.

Düşük Öncelikliler (Düşük Önem – Düşük Performans): Buradaki özellikler düşük öneme ve düşük performansa sahiptir. Performans seviyeleri bu hücrede düşük olsa da yöneticilerin aşırı derecede endişelenmemeleri gerekir. Bu düşük öncelikli hücre için sınırlı kaynaklar genişletilmelidir.

Olası Aşırılıklar (Düşük Önem – Yüksek Performans): Bu hücre düşük öneme ama performansın nispeten yüksek olduğu özellikleri içerir. Katılımcılar kuruluşun performansından memnunar, ancak yöneticiler bu hücre özelliklerine yönelik mevcut çabaları gereksiz olarak değerlendirmelidirler.

### **2.3. Turist Memnuniyeti**

Turist memnuniyetinden bahsetmek adına öncelikle turist kavramının tanımının yapılması gerekmektedir. Literatürde turist kavramıyla ilgili birçok tanıma rastlamak mümkündür. Turist kavramının tanımını yapmak için, seyahat edilen süre, ekonomi ve mekan ölçütü gibi kavramlardan yardım almak gerekmektedir. Norval (aktaran Kozak vd., 2018: 6)'a göre turist, sürekli ikamet etmek ve gelir elde etmekten farklı bir amaç ile hali hazırda ikamet ettiği bölgeden farklı bir bölgeye giden ve kaldığı bölgede birtakım harcamalar yaparak turistik mal ve ya hizmetlerden faydalanan kişilerdir. Ayrıca turistik alanların farklı özellikleri, farklı turist gruplarını ortaya çıkardığından birçok farklı turist tip/tipolojisinin varlığı bilinmektedir (Avcıkurt, 2017: 22).

Günümüzde tüm endüstriler dünyada gerçekleşen gelişmelerden oldukça etkilenmektedir. Tüm endüstrilerde yaşanan bu etkileşim ve rekabet sürdürülebilirliğin devamını sağlamak, var olduğu pazarda payını arttırmak adına hitap ettiği müşterilerle iletişimini arttırmak durumunda kalmaktadır. Bu nedenle bu süreç doğrultusunda sadık müşteri kapasitesini ve müşteri memnuniyetinin düzeyini arttırmaya çalışmaktadırlar (Çetinkaya, 2017: 114). Tüm alanlarda ortaya müşteri bilincinin artmasıyla gelişen ve değişen pazarlama anlayışları doğrultusunda ve müşteri haklarının gelişmesi, eğitim düzeyinin artması yeni pazarlama kavramlarının ortaya çıkması gibi tüketici lehine gelişen diğer faktörlerle birlikte, müşteri memnuniyetine verilen önem gittikçe artmıştır (Özgen, 2000: 33). Günümüzde gelişen teknolojilerle birlikte insanların haber alma

ağının genişlemesiyle mal veya hizmet pazarlayan işletmelerin kâr marjını arttırmak ve sürdürülebilirliğini devam etmek adına müşteri memnuniyetine önem vermeleri yadsınamaz bir gerçek haline gelmiştir.

Turist memnuniyeti müşterilerin kendilerine sunulan turistik ürün ve hizmetlerden ne düzeyde memnun olduğunu ifade etmektedir (Saini ve Arasanmi, 2020: 122). Correia vd., (2013: 412) göre turist memnuniyeti turistlerin subjektif tüketim sonrası ve tüketim anında turistik ürün ve hizmetler doğrultusunda algıladığı olumlu ve olumsuz tatmin düzeylerin tümüdür. Bir başka tanıma göre turist memnuniyeti, bir turistin destinasyon bölgesindeki deneyimi ile o destinasyon hakkındaki sahip olduğu etkileşimin sonucudur (Pizam vd., 1978: 315). Yapılan çalışmalarda turistlerin memnuniyetini algılamak ve ne hissettiğini ölçmek için sıralı bir ölçekle (hiç memnun değilim-kararsızım-çok memnunum) ölçülmek istenen memnuniyetin analizini yapmanın yeterli olduğunu varsaymaktadır (Alegre ve Garau, 2010: 59).

Turist memnuniyeti, turizm işletmelerinin faaliyetlerinde önemli bir rol oynamaktadır, bu nedenle turizm işletmeleri ulaşmak istedikleri stratejik sonuçlar için yüksek düzeyde turist memnuniyeti sağlamak adına sahip oldukları turistik ürün ve hizmetlerin pazarlanması konusunda stratejik çalışmalar yapmaktadırlar (Song vd., 2012: 460). Yapılan araştırmalar doğrultusunda turist memnuniyetinin, turizm sektöründe ve turizm destinasyonun/işletmesinin hem sürdürülebilirliğine hem de sadık müşteriler kazanmasında olumlu bir etkide bulunduğunu ortaya koymaktadır (Salleh vd., 2013: 222).

Kozak (2001: 391) turistik destinasyonların, farklı kültür ve ülkelerden ziyaretçi çekmeyi amaçladığı için turist memnuniyeti analizi yapılırken yalnızca tek bir müşteri gurubunun memnuniyet düzeyini incelemek yerine, bölgeyi ziyaret eden farklı milliyetteki kişilerin sahip olduğu kültürel ve dilsel farklılıklarını analize dahil edip karşılaştırılmalı bir analiz yapmanın daha önemli olduğunu öne sürmektedir.

Turist memnuniyeti sadece ziyaretin gerçekleştiği süre boyunca değil ziyaret gerçekleşmeden önce de dahil olmak üzere gerçekleşen yolculuğun farklı zamanlarında ortaya çıkan tatmin edici eylemler dizisi olarak karşımıza çıkacaktır (Sanchez-Sanchez vd., 2024). Turizm Kültür Bakanlığı (2024b) verilerine göre 2023 yılı içerisinde ülkemize 56 milyondan fazla ziyaretçi giriş yapmıştır ve 54 milyar dolardan fazla gelir elde

etmiştir. 2022 yılına oranla %10,33 daha fazla ziyaretçi alan ve %16,9 oranında daha fazla gelir elde eden ülkemiz turizmi için turist memnuniyeti oldukça önem arz etmektedir. Ziyaretçilerin çeşitli iletişim kanalları aracılığıyla veya Word of Mouth-WoM marketing olarak adlandırılan (Ağızdan Ağıza Pazarlama) yöntemleriyle olumlu ya da olumsuz deneyimlerini potansiyel tüketicilere aktarması, turistik faaliyet gösteren bölgenin ziyaretçi sayısına ve kazanç miktarına doğrudan etki etmektedir.

Araştırma içerisinde katılımcıların turist rehberinin sunmuş olduğu hizmetlerden algıladığı memnuniyet, turist memnuniyeti başlığı altında incelenmiştir.

#### **2.4. Destinasyon Memnuniyeti**

Destinasyon kavramı, turizmle ilişki içerisinde olan bölge, bir turistin gitmek istediği ve ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla bir süre vakit geçirdiği yer olarak tanımlanmaktadır (Fojtik ve Somogyi, 2008: 2). Literatürde destinasyon kavramının birçok tanımı bulunmaktadır. Destinasyon en temel anlamıyla gidilecek yer, turistlerin birtakım ihtiyaçlarını karşılamak için turistik faaliyetlerin bir arada bulunduğu bölge, ülke, köy vb. gibi alanlardır (Buhalis, 2000: 98). Minghetti'ye (2001: 256) göre destinasyon kavramı içerisinde ziyaretçiler, kamu ve özel kuruluşlar potansiyel ziyaretçiler, dış çevre ve destinasyonda yaşayan yerel halk olmak üzere birçok paydaş bulunmaktadır. Bir destinasyonda, bölge ekonomisinin büyümesi ve istihdam sağlanması gibi konularda turizmin etkisi azımsanmayacak derecede fazladır. Bu nedenle destinasyonlara olan talebin artırılması veya en azından talebin düşmesini engellemek amacıyla destinasyon yönetimi çalışmaları yapılması gerekmektedir. Literatür incelendiğinde destinasyonun planlaması ve geliştirilmesi, tanıtım ve pazarlama, sürdürülebilirlik, iş birliği ve koordinasyon gibi başlıklar altında incelemeler yapılarak destinasyon yönetimi ile ilgili bilgi sağlandığı görülmektedir (Kotler ve Gertner, 2002; Pike, 2016).

Destinasyon memnuniyeti, turistlerin destinasyondaki deneyimlerinin çok boyutlu bir yaklaşımla değerlendirilmesi ve tüketicilerin ürünleri birçok farklı yönlerinden değerlendirildiği bir kavramdır (Campo-Martinez ve Garau-Vadell, 2010: 462). İbrahim ve Gill'e (2005: 175) göre, destinasyon memnuniyeti turistlerin seyahatleri sonrası ortaya çıkan duygusal durumu olarak tanımlanmaktadır. Destinasyon memnuniyetinin bölgenin turizm talebine doğru orantılı etkileri olduğu görülmektedir (Araslı ve Baradarani, 2014:

1418). Bir başka tanıma göre, destinasyon memnuniyeti, destinasyonla ilgili algılanan seyahat deneyimlerine bağlı olarak ortaya çıkan memnuniyet/memnuniyetsizlik düzeyidir (Cole ve Scott, 2004: 80; Su vd., 2016: 182). Destinasyon memnuniyetinin destinasyonun popülerliğinde, tekrar ziyaret etme niyetinde, ağızdan ağıza tanıtımında, hizmetin tüketiminde ve destinasyon sadakati üzerinde doğrudan bir etkisi olduğu gözlemlenmektedir (Kozak vd., 2005: 46; Acharya vd., 2023).

Destinasyon memnuniyeti, destinasyonlardaki ziyaretçi deneyimleri bir destinasyondaki sunulan turizm ürününün maddi ve manevi önemini belirlemek için birtakım yöntemler kullanarak ölçebilmektedir (Thompson ve Schofield, 2007: 137). Destinasyon çekiciliğine katkıda bulunan faktörlerin kesin bir listesi bulunmamakla birlikte Kozak ve Rimmington (1998: 184)'a göre destinasyon çekiciliğine katkıda bulunan faktörler turistik çekicilikler, tesisler, altyapı olanakları, konaklama olanakları ve maliyet olmak üzere beş başlıkta sınıflandırılabilir.

Destinasyon rekabetçiliğini artırmak için yüksek bir turist memnuniyeti oluşturulması gerekmektedir (Chi ve Qu, 2008: 633). Oluşan bu turist memnuniyeti sayesinde, turistlerin tekrar ziyaret etme davranışları olumlu yönde etkilenmektedir (Alkan, 2023: 16). Kısaca turist memnuniyetinin üst düzeyde olması destinasyonun lehine sonuçlanacaktır. Yapılan araştırmalarda destinasyon memnuniyetinin üst düzeyde olması bölgeyi ziyaret eden turistlerin tekrar ziyaret etme niyetine ve Word of Marketing (Ağızdan Ağıza Pazarlama) yöntemiyle destinasyondan memnun kalan kişilerin destinasyonu ziyaret edecek kişilere olumlu tavsiyeler verdiği öne çıkmaktadır (Saini ve Arasanmi, 2020: 120).

Turizm destinasyonlarının kalitesi ve performansı genellikle iki özelliğin birleşimiyle değerlendirilmektedir: destinasyon memnuniyeti ve tekrar ziyaret etme niyeti (Acharya vd., 2023). Destinasyon memnuniyeti ise bireylerin turistik bir destinasyonu ziyaretini sonrasında veya destinasyonu ziyaretini sürecinde algıladığı toplam duyguyu ifade etmektedir (Cole ve Scott, 2004: 80).

Omo-Obas ve Anning-Dorson (2022: 2223) göre literatürde destinasyon memnuniyetinin önemli olduğundan bahsedilmesine rağmen, destinasyon çekiciliği için önemli olan nitelikleri kategorize etmek ve bunların destinasyon için önemini ve çekiciliğe katkısını için yapılan çalışmaların sayısı oldukça az sayıdadır. Baker ve

Crompton (2000: 788) memnuniyetin deneyimsel olduğuna, bu nedenle de yalnızca destinasyonla etkileşim halinde bulunulan süreçte türetilen bir psikolojik durum olduğunu varsaymaktadır.



## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. YÖNTEM

#### 3.1. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmada gerekli veriler anket yöntemi aracılığı ile toplanmıştır. Verilerin toplanması süreci Mayıs 2023 ve Mart 2024 tarihleri arasında çevrimiçi ve yüz yüze olarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın anket uygulaması yapılmadan önce 02.11.2022 tarihinde, Burdur Mehmet Akif Üniversitesi etik kurulundan gerekli izinler ve onay alınmıştır. Veri toplama sürecinde kolayda örnekleme yöntemi ile örnekleme dâhil olabilecek herkese ulaşılmaya çalışılmıştır. Toplanan 500 anket formundan hatalı, eksik ve gelişigüzel doldurulmuş olanlar elenerek 449 anket verisi değerlendirilmiştir. Araştırmada kullanılan anket formu 4 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların sosyo-demografik özellikleri (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, aylık geliri, çalışma durumu, daha önce arkeoloji turuna katılıp katılmadığı, hangi bölgede katıldığı, Burdur’u ziyaret sayısı ve ikamet edilen bölge) belirlenmeye çalışılmıştır. Demografik değişkenler Zhang ve Chow (2004) ve Müküs (2009)’ün yaptığı çalışmalardan alınmıştır.

**Tablo 5. Demografik Özellikler**

|                          |                                                                                                                   |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Cinsiyetiniz</b>      | Kadın [ ] Erkek [ ]                                                                                               |
| <b>Medeni Durumunuz</b>  | Evli [ ] Bekâr [ ] Boşanmış [ ]                                                                                   |
| <b>Yaşınız</b>           | 18 [ ] 19-34 [ ] 35-50 [ ] 51-64 [ ] 65 üzeri [ ]                                                                 |
| <b>Eğitim Durumunuz</b>  | İlköğretim [ ] Ortaöğretim [ ] Lise [ ] Önlisans [ ] Lisans [ ]<br>Lisansüstü [ ]                                 |
| <b>Aylık geliriniz</b>   | 8500 TL ve Altı [ ] 8501 TL – 9500 TL [ ] 9501 TL - 10500 TL [ ]<br>10501 TL – 11500 TL [ ] 10501 TL ve üzeri [ ] |
| <b>Çalışma durumunuz</b> | İşsiz [ ] İşçi [ ] Memur [ ] Esnaf [ ] Emekli [ ] Öğrenci [ ] Ev<br>Hanımı [ ] Diğer [ ]                          |



|                                                                            |                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Daha önce arkeo turizm katıldınız mı ?</b>                              | Evet [ ] Hayır [ ]                                                                                                                                                                          |
| <b>Daha önce arkeoloji turuna katıldıysanız hangi bölgede katıldınız ?</b> | Akdeniz Bölgesi [ ] Karadeniz Bölgesi [ ] Ege Bölgesi [ ] Marmara Bölgesi [ ] İç Anadolu Bölgesi [ ] Doğu Anadolu Bölgesi [ ] Güneydoğu Anadolu Bölgesi [ ]<br>Bu İlk Arkeoloji Turumdu [ ] |
| <b>Burdur ilini ilk ziyaretiniz mi?</b>                                    | Evet [ ] Hayır [ ]                                                                                                                                                                          |
| <b>Hangi bölgede ikamet etmektedirsiniz?</b>                               | Akdeniz Bölgesi [ ] Karadeniz Bölgesi [ ] Ege Bölgesi [ ] Marmara Bölgesi [ ] İç Anadolu Bölgesi [ ] Doğu Anadolu Bölgesi [ ] Güneydoğu Anadolu Bölgesi [ ]                                 |

İkinci bölümde, turist memnuniyeti ölçeği Aliman vd., (2016), üçüncü bölüm destinasyon memnuniyeti ölçeği için Ramkissoon vd., (2013) ve Tosun vd., (2015) uyarlanan ölçekler kullanılmıştır (Bkz. Tablo 6). Katılımcıların turist memnuniyeti ve destinasyon memnuniyeti algılarını ölçmek amacıyla “Kesinlikle Katılmıyorum” dan “Kesinlikle Katılıyorum” a doğru giden 5’li likert ölçeği kullanılmıştır (Çoşkun vd., 2005: 93).

**Tablo 6. Turist Memnuniyeti ve Destinasyon Memnuniyeti Ölçekleri**

| Kaynaklar          | Kod        | Turist Memnuniyeti                                                                                        |
|--------------------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Aliman vd., (2016) | <b>TM1</b> | Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesi ziyaretinde rehberlik hizmetinden memnun kaldım.    |
|                    | <b>TM2</b> | Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesi ziyaretinde tur hizmetlerinden memnun kaldım.       |
|                    | <b>TM3</b> | Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesi ziyaretinde genel olarak tur deneyimimden memnunum. |

|                                              |            |                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                              | <b>TM4</b> | Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesi ziyaretimde turist rehberi genel olarak beklentilerimi karşıladı.                        |
|                                              | <b>TM5</b> | Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesi ziyaretimde aldığım rehberlik hizmetini düşününce bu tura katılmak akıllıca bir karardı. |
| Ramkissoon vd., (2013);<br>Tosun vd., (2015) |            | <b>Destinasyon (Yer) Memnuniyeti</b>                                                                                                           |
|                                              | <b>DM1</b> | Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesini ziyaret ettiğim için doğru bir seçim yaptığıma inanıyorum.                             |
|                                              | <b>DM2</b> | Genel olarak Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesini ziyaret etme kararımdan memnun kaldım                                     |
|                                              | <b>DM3</b> | Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesini ziyaret ettiğim için mutluyum.                                                         |
|                                              | <b>DM4</b> | Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesini ziyaret etmekten çok keyif aldım.                                                      |
|                                              | <b>DM5</b> | Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesini ziyaret etmek beklediğimden daha iyiydi.                                               |
|                                              | <b>DM6</b> | Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesi ile ilgili olumlu düşüncelerim var.                                                      |

Dördüncü bölüm önem-performans analizi ölçeği Zhang ve Chow (2004) ve Müküs (2009) yaptığı çalışmalardan alınmıştır (Bkz. Tablo 7).

**Tablo 7. Önem-Performans Ölçeği ile İlgili İfadeler**

| Kaynaklar | Kod          | Önem-Performans                             |
|-----------|--------------|---------------------------------------------|
|           | <b>Ö1-P1</b> | Dil yetkinliği (Etkili Anlatım ve Diksiyon) |
|           | <b>Ö2-P2</b> | İyi eğitilirdi                              |
|           | <b>Ö3-P3</b> | Arkadaşlık atmosfer                         |
|           | <b>Ö4-P4</b> | Problemleri çözme yeteneği                  |

|                                     |         |                                              |
|-------------------------------------|---------|----------------------------------------------|
| Zhang ve Chow (2004); Müküs, (2009) | Ö5-P5   | Destinasyon hakkındaki bilgisi               |
|                                     | Ö6-P6   | Ziyaretçileri bölge hakkında bilgilendirmesi |
|                                     | Ö7-P7   | Anlatım becerisi                             |
|                                     | Ö8-P8   | Ziyaretçileri günlük olarak bilgilendirmesi  |
|                                     | Ö9-P9   | Ziyaretçileri güvenilir mağazalara götürmesi |
|                                     | Ö10-P10 | Güvenlik önlemleri hakkında bilgilendirmesi  |
|                                     | Ö11-P11 | Dakikliği                                    |
|                                     | Ö12-P12 | Vaat edilen hizmeti yerine getirmesi         |
|                                     | Ö13-P13 | Detaylara dikkat etmesi                      |
|                                     | Ö14-P14 | Dürüstlüğü ve güvenilirliği                  |
|                                     | Ö15-P15 | Misafirlere saygılı davranması               |
|                                     | Ö16-P16 | Arkadaş canlısı                              |
|                                     | Ö17-P17 | Her zaman yardım için hazır olması           |
|                                     | Ö18-P18 | Mizah anlayışı                               |
|                                     | Ö19-P19 | Temiz ve düzenli görünmesi                   |
|                                     | Ö20-P20 | Kibarlığı                                    |

Katılımcılar önem ifadelerini değerlendirilmek amacıyla “Çok Önemsiz” den “Çok Önemli” ye ve performans ifadelerini değerlendirilmek amacıyla “Çok Yetersiz” den “Çok Yeterli” ye 5’li likert ölçeği kullanılmıştır.

### 3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, Burdur ilindeki müze ve ören yerlerini 2023 yılında ziyaret eden 164.051 turist oluştururken, örneklemini ise kolayda örnekleme yöntemi ile ulaşılan 449 turist oluşturmaktadır. Sosyal bilimlerde 0,95 güvenilirlik ve %5’lik hata payı ile evrende yer alan bireylerin sayısının bir milyon ve üzerinde olması durumunda 384

örneklem büyüklüğü yeterli kabul edilmektedir (Sekaran, 2003: Yazıcıoğlu ve Erdoğan 2014). Araştırmada yeterli örneklem büyüklüğüne ulaşılmıştır.

Araştırma için Burdur iline tur düzenleyen acentelerin temsilcileri ile görüşülerek anket hakkında bilgi verilmiştir. Ankete katılmayı kabul eden acente müşterilerine anket online ortamda gönderilmiştir. Ayrıca sosyal medya platformları doğrultusunda online ortamda Burdur ilindeki müze ve ören yerlerini ziyaret eden turistlere ulaşılmıştır. 449 turiste ait veriler yaklaşık on iki ay içerisinde tamamlanmıştır.

### 3.3. Araştırma Verilerinin Analizi

Verilerin analizi kısmında her bir değişken için kayıp verilerin tespit edilerek incelenmesi uygun görülmektedir. Kayıp verilerin tespit edilerek araştırmanın gidişatı açısından değer atayarak ya da kayıp veriye ilişkin anket formunu çıkararak istatistiksel verilerin daha güvenilir olması amaçlanmıştır. Bu ifadeler doğrultusunda anket formları SPSS programında incelendiğinde herhangi bir kayıp değer/veri tespit edilmemiştir.

**Tablo 8. Normal Dağılım Analizi**

|                         |           | İstatistik | Std. Hata |
|-------------------------|-----------|------------|-----------|
| Turist Memnuniyeti      | Çarpıklık | -0,478     | 0,115     |
|                         | Basıklık  | -0,494     | 0,230     |
| Destinasyon Memnuniyeti | Çarpıklık | -0,513     | 0,115     |
|                         | Basıklık  | -0,472     | 0,230     |
| Önem                    | Çarpıklık | -0,669     | 0,115     |
|                         | Basıklık  | -0,361     | 0,230     |
| Performans              | Çarpıklık | -0,544     | 0,115     |
|                         | Basıklık  | -0,455     | 0,230     |

Araştırmanın verilerine ait çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerinin hesaplanması sonucunda normallik ile ilgili bilgi edinilebilmektedir. Çarpıklık değeri +1.0,-1.0 (Hair vd., 2013), +1.5,-1.5 (Tabachnick ve Fidell, 2013) ve +2.0,-2.0 (George ve Mallery, 2010) değerleri arasında ise normal dağılım gösterdiği kabul edilmektedir.

Yapılan analiz sonucunda verilerin (+1, -1) normal dağılım gösterdiği görülmüştür (Bkz. Tablo 8). Bu ifadeden yola çıkılarak araştırma doğrultusunda ifadeler ve değişkenlere parametrik testler yapılmıştır.

#### 3.4. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliği

Araştırmada yer alan ölçekler daha önce Türkçeye çevrilerek akademisyenler tarafından kullanılmıştır. Dolayısıyla araştırmanın geçerliliği sağlanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenirliliğinin belirlenmesinde kullanılan Cronbach's Alpha değerleri 0 ile 1 arasında değerlerden oluşmaktadır (Hair vd., 2013).

**Tablo 9. Cronbach's Alpha Güvenirlilik Analizi**

|                                       | Cronbach's Alpha | İfade Sayısı |
|---------------------------------------|------------------|--------------|
| <b>Ölçeklerin Genel Güvenirliliği</b> | 0,977            | 51           |
| <b>Turist Memnuniyeti Ölçeği</b>      | 0,878            | 5            |
| <b>Destinasyon Memnuniyeti Ölçeği</b> | 0,908            | 6            |
| <b>Önem Ölçeği</b>                    | 0,955            | 20           |
| <b>Performans Ölçeği</b>              | 0,966            | 20           |

Tablo 9 incelendiğinde ölçeklerin genel güvenirliliğinin (0,977) olduğu ve yüksek derecede güvenilir olduğu gözlemlenmiştir. Araştırma ölçeklerinden “turist memnuniyeti (0,878), destinasyon memnuniyeti (0,908), önem (0,955) ve performans (0,966)” ölçeklerinin yüksek derecede güvenilir olduğu gözlemlenmiştir. Durmuş vd., (2011) 'e göre Cronbach's Alpha katsayısının .70'in üzerinde olduğu durumlarda ölçek güvenilir kabul edilmektedir. Bu ifadeye göre ,877 Cronbach's Alpha katsayısıyla ölçeğin oldukça güvenilir olduğu görülmektedir.

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### 4. BULGULAR

Bu bölümde Burdur ilinde yer alan arkeo turizm alanlarını bir turist rehberi ile ziyaret etmiş 449 katılımcıdan elde edilen verilerin analizi bulunmaktadır. Elde edilen veriler doğrultusunda hangi analiz türünün yapılacağına karar verilmesi için normal dağılım analizi yapılmıştır. Yapılan normal dağılım analizi sonucunda verilere parametrik analizlerin yapılmasının uygun olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda t-testi ve Anova farklılık analizleri yapılmıştır.

#### 4.1. Demografik Değişkenlere İlişkin Bulgular

Katılımcıların cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, aylık gelir, yaş, daha önce arkeoloji turuna katılıp katılmadıkları, ikamet ettikleri bölge, Burdur ilini daha önce ziyaret edip etmedikleri ve çalışma durumu gibi demografik özellikleri yüzde ve frekans analizleri yapılmıştır.

**Tablo 10. Katılımcıların Demografik Özellikleri**

| Cinsiyet               | N        | %        | Eğitim Durumu     | n        | %        |
|------------------------|----------|----------|-------------------|----------|----------|
| Kadın                  | 269      | 59,9     | İlköğretim        | 5        | 1,1      |
| Erkek                  | 180      | 40,1     | Ortaöğretim       | 8        | 1,8      |
| <b>Medeni Durum</b>    | <b>N</b> | <b>%</b> | Lise              | 191      | 42,5     |
| Evli                   | 132      | 29,4     | Önlisans          | 53       | 11,8     |
| Bekar                  | 306      | 68,2     | Lisans            | 164      | 36,5     |
| Boşanmış               | 11       | 2,4      | Lisansüstü        | 28       | 6,2      |
| <b>Aylık Gelir</b>     | <b>N</b> | <b>%</b> | <b>Yaş</b>        | <b>n</b> | <b>%</b> |
| 8500 ₺ ve Altı         | 158      | 35,2     | 18 Yaşında        | 136      | 30,3     |
| 8501 ₺ - 9500 ₺ Arası  | 11       | 2,4      | 19 - 34 Yaş Arası | 128      | 28,5     |
| 9501 ₺ - 10500 ₺ Arası | 21       | 4,7      | 35-50 Yaş Arası   | 110      | 24,5     |

|                                                   |          |          |                            |          |          |
|---------------------------------------------------|----------|----------|----------------------------|----------|----------|
| 10501 ₺ - 11500 ₺ Arası                           | 45       | 10       | 51-64 Yaş Arası            | 71       | 15,8     |
| 11501 ₺ ve üzeri                                  | 214      | 47,7     | 65 Yaş ve Üzeri            | 4        | 0,9      |
| <b>Arkeoloji turuna hangi bölgede katıldınız?</b> | <b>N</b> | <b>%</b> | <b>İkamet Edilen Bölge</b> | <b>n</b> | <b>%</b> |
| Akdeniz Bölgesi                                   | 165      | 36,7     | Akdeniz Bölgesi            | 163      | 36,3     |
| Karadeniz Bölgesi                                 | 36       | 8        | Karadeniz Bölgesi          | 28       | 6,2      |
| Ege Bölgesi                                       | 55       | 12,2     | Ege Bölgesi                | 62       | 13,8     |
| Marmara Bölgesi                                   | 53       | 11,8     | Marmara Bölgesi            | 153      | 34,1     |
| İç Anadolu Bölgesi                                | 18       | 4        | İç Anadolu Bölgesi         | 30       | 6,7      |
| Doğu Anadolu Bölgesi                              | 14       | 3        | Doğu Anadolu Bölgesi       | 7        | 1,6      |
| Güneydoğu Anadolu Bölgesi                         | 10       | 2,2      | Güneydoğu Anadolu Bölgesi  | 6        | 1,3      |
| İlk Arkeoloji Turumdu                             | 98       | 21,8     |                            |          |          |
| <b>Burdur'u ilk ziyaretiniz mi?</b>               | <b>N</b> | <b>%</b> | <b>Çalışma Durumu</b>      | <b>n</b> | <b>%</b> |
| Evet                                              | 218      | 48,6     | İşsiz                      | 13       | 2,9      |
|                                                   |          |          | İşçi                       | 79       | 17,6     |
|                                                   |          |          | Memur                      | 70       | 15,6     |
|                                                   |          |          | Esnaf                      | 8        | 1,8      |
| Hayır                                             | 231      | 51,4     | Emekli                     | 34       | 7,6      |
|                                                   |          |          | Öğrenci                    | 168      | 37,4     |
|                                                   |          |          | Ev Hanımı                  | 19       | 4,2      |
|                                                   |          |          | Diğer                      | 58       | 12,9     |

Tablo 10'a göre ankete katılan turistlerin; %59,9'u kadın %40,1'i erkektir. Medeni duruma bakıldığında %68,2'si bekar, %29,4'ü evli, %2,4'ü boşanmıştır. Aylık gelir durumuna bakıldığında %47,7'si 11501 ₺ ve üzeri, %35,2'si 8500 ₺ ve altı, %10'u 10501 ₺ - 11500 ₺ arası, %4,7'si 9501 ₺ - 10500 ₺ arası, %2,4'ü 8501 ₺ - 10500 ₺ arası gelire sahiptir. Eğitim durumuna bakıldığında %42,5'i lise, %36,5'i lisans, %11,8'i önlisans, %6,2'si lisansüstü, %1,8'i ortaöğretim, %1,1'i ilköğretim seviyesinde eğitime sahiptir. Yaş durumuna bakıldığında %30,3'ü 18 yaşında, %28,5'i 19-34 yaş arası, %24,5'i 35-50 yaş arası, %15,8'i 51-64 yaş arası, %0,9'u 65 yaş ve üzeridir. Çalışma durumuna bakıldığında %37,4'ü öğrenci, %17,6'sı işçi, %15,6'sı memur, %7,6'sı emekli, %4,2'si ev hanımı, %2,9'u işsizdir. “Daha önce arkeoloji turuna katıldınız mı? Katıldıysanız hangi bölgede katıldınız?” sorularına bakıldığında %36,7'si Akdeniz Bölgesi, %21,8'i ilk arkeoloji turundu, %12,2'si Ege Bölgesi, %11,8'i Marmara Bölgesi, %8'i Karadeniz Bölgesi, %4'ü İç Anadolu Bölgesi, %3'ü Doğu Anadolu Bölgesi, %2,2'si Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndedir. İkamet edilen bölgeye bakıldığında %36,3'ü Akdeniz Bölgesi, %34,1'i Marmara Bölgesi, %13,8'i Ege Bölgesi, %6,7'si İç Anadolu Bölgesi, %6,2'si Karadeniz Bölgesi, %1,6'sı Doğu Anadolu Bölgesi, %1,3'ü Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndedir. “Burdur'u ilk ziyaret edişiniz mi?” sorusuna bakıldığında %51,4'ü hayır, %48,6'sı evet cevabını vermiştir.

#### **4.2. Turist Memnuniyeti, Destinasyon Memnuniyeti ve Önem-Performans Bulguları**

Katılımcıların ölçeklere verdiği cevaplar doğrultusunda verdikleri cevapların ortalama değerinin üstünde veya altında olduğunu belirlemek için ölçeklere ve ölçeklerin altında yer alan ifadelerle ortalama ve standart sapma analizi yapılarak analiz edilmiş, tablolar halinde sunulmuştur.

**Tablo 11. Turist Memnuniyetine İlişkin Bulguları**

|                                                                                                        | <b>Ort.</b> | <b>SS</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------|
| <b>Turist Memnuniyeti Genel Ortalama</b>                                                               | 3,73        | 0,99      |
| Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesi ziyaretinde rehberlik hizmetinden memnun kaldım. | 3,79        | 1,28      |



|                                                                                                                         |      |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|
| Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesi ziyaretinde tur hizmetlerinden memnun kaldım.                     | 3,76 | 1,14 |
| Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesi ziyaretinde genel olarak tur deneyimimden memnunum.               | 3,70 | 1,19 |
| Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesi ziyaretimde turist rehberi genel olarak beklentilerimi karşıladı. | 3,67 | 1,19 |
| Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesi turana katılmak akıllıca bir karardı.                             | 3,72 | 1,22 |
| <b>Cronbach's Aplha : ,878 n=5</b>                                                                                      |      |      |

Tablo 11 incelendiğinde Turist Memnuniyeti ifadelerine verilen cevapların genel ortalaması 3,73'le ortalamanın üzerindedir. İfadelere verilen cevaplar incelendiğinde “TM2 Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesi ziyaretinde tur hizmetlerinden memnun kaldım.” ifadesi 3,79 ortalaması en yüksek ifade olduğu ve “TM4 Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesi ziyaretimde turist rehberi genel olarak beklentilerimi karşıladı.” ifadesi 3,67 ortalamaıyla ifadeler arasındaki en düşük ortalamaoya sahip ifadedir. Turist Memnuniyeti ifadelerine Cronbach's Alpha güvenirlik analizi yapıldığında ,878 güvenirlik katsayısıyla oldukça güvenilirir.

**Tablo 12. Destinasyon Memnuniyetine İlişkin Bulgular**

| <b>Destinasyon Memnuniyeti</b>                                                                                     | <b>Ort.</b> | <b>SS</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------|
| <b>Genel Destinasyon Memnuniyeti</b>                                                                               | 3,77        | 0,969     |
| Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesini ziyaret ettiğim için doğru bir seçim yaptığıma inanıyorum. | 3,81        | 1,17      |
| Genel olarak Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesini ziyaret etme kararımdan memnun kaldım.        | 3,73        | 1,15      |
| Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesini ziyaret ettiğim için mutluyum.                             | 3,79        | 1,19      |

|                                                                                                  |      |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|
| Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesini ziyaret etmekten çok keyif aldım.        | 3,78 | 1,18 |
| Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesini ziyaret etmek beklediğimden daha iyiydi. | 3,79 | 1,15 |
| Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesi ile ilgili olumlu düşüncelerim var.        | 3,74 | 1,16 |
| <b>Cronbach's Aplha : ,908 n=6</b>                                                               |      |      |

Tablo 12 incelendiğinde Destinasyon Memnuniyeti ifadelerine verilen cevapların genel ortalamasının 3,77 ortalamayla ortalamanın üzerinde olduğu görülmüştür. Destinasyon Memnuniyeti ifadeleri incelendiğinde “Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesini ziyaret ettiğim için doğru bir seçim yaptığıma inanıyorum.” ifadesi 3,81 ortalamayla en yüksek ortalamaya sahip ifade olduğu, “Genel olarak Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesini ziyaret etme kararımın memnun kaldım ifadesi 3,73 ortalamayla ortalaması en düşük ifadedir. Destinasyon memnuniyeti ölçeği (Cronbach’s Aplha ,908) yüksek düzeyde güvenilirliktir.

**Tablo 13. Turist Rehberi Önemi Algılarına İlişkin Bulguları**

| <b>Önem Ölçeği</b>                                    | <b>Ort.</b> | <b>SS</b> |
|-------------------------------------------------------|-------------|-----------|
| <b>Önem Ölçeği Genel Ortalaması</b>                   | 4,00        | 1,12      |
| <b>Ö1</b> Dil yetkinliği (Etkili Anlatım ve Diksiyon) | 4,16        | 1,02      |
| <b>Ö12</b> Vaat edilen hizmeti yerine getirmesi       | 4,16        | 0,999     |
| <b>Ö4</b> Problem çözme yeteneği                      | 4,10        | 1,12      |
| <b>Ö14</b> Dürüstlüğü ve güvenilirliği                | 4,10        | 0,999     |
| <b>Ö15</b> Misafirlere saygılı davranması             | 4,10        | 1,08      |
| <b>Ö7</b> Anlatım becerisi                            | 4,07        | 0,986     |
| <b>Ö17</b> Yardım için her zaman hazır olması         | 4,05        | 1,06      |

|                                                 |      |       |
|-------------------------------------------------|------|-------|
| Ö5 Destinasyon hakkındaki bilgisi               | 4,04 | 0,986 |
| Ö2 İyi eğitimliydi                              | 4,03 | 0,998 |
| Ö11 Dakiklığı                                   | 4,03 | 1,14  |
| Ö6 Ziyaretçileri bölge hakkında bilgilendirmesi | 4,00 | 1,16  |
| Ö19 Temiz ve düzenli görünmesi                  | 4,00 | 1,20  |
| Ö20 Kibarlığı                                   | 3,99 | 1,15  |
| Ö10 Güvenlik önlemleri hakkında bilgilendirmesi | 3,97 | 1,10  |
| Ö16 Arkadaş canlısı olması                      | 3,94 | 1,15  |
| Ö13 Detaylara dikkat etmesi                     | 3,93 | 1,15  |
| Ö3 Arkadaşlık atmosferi                         | 3,92 | 1,07  |
| Ö8 Ziyaretçileri günlük olarak bilgilendirmesi  | 3,87 | 1,12  |
| Ö9 Ziyaretçileri güvenilir mağazalara götürmesi | 3,85 | 1,12  |
| Ö18 Mizah anlayışı                              | 3,78 | 1,19  |
| <b>Cronbach's Aplha :,955 , n=20</b>            |      |       |

Tablo 13 incelendiğinde önem analizinde ifadelerin genel ortalamasının 4,00 ortalama ile ortalamanın üzerinde olduğu görülmektedir. Önem analizine göre dil yetkinliği ve vaat edilen hizmeti yerine getirmesi ( $\bar{x}$  4,16) en yüksek ortalamaya sahipken “mizah anlayışı” ( $\bar{x}$  3,78) ve ziyaretçileri güvenilir mağazalara götürmesi(  $\bar{x}$  3,85) en düşük ortalamaya sahip ifadelerdir. Önem ölçeğinin Cronbach’s Alpha ,955 güvenirlik katsayısı ile oldukça güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 14. Turist Rehberi Performansına İlişkin Bulgular**

|                                  | <b>Ort.</b> | <b>SS</b> |
|----------------------------------|-------------|-----------|
| <b>Performans Genel Ortalama</b> | 3,91        | 0,893     |
| <b>P01 Dil yetkinliği</b>        | 4,02        | 1,15      |

|                                                         |      |      |
|---------------------------------------------------------|------|------|
| <b>P02</b> İyi eğitimliydi                              | 4,00 | 1,22 |
| <b>P15</b> Misafirlere saygılı davranması               | 3,98 | 1,18 |
| <b>P05</b> Destinasyon hakkındaki bilgisi               | 3,95 | 1,18 |
| <b>P19</b> Temiz ve düzenli görünmesi                   | 3,95 | 1,17 |
| <b>P14</b> Dürüstlüğü ve güvenirliliği                  | 3,93 | 1,17 |
| <b>P13</b> Detaylara dikkat etmesi                      | 3,92 | 1,15 |
| <b>P04</b> Problem çözme yeteneği                       | 3,91 | 1,15 |
| <b>P16</b> Arkadaş canlısı                              | 3,91 | 1,15 |
| <b>P06</b> Ziyaretçileri bölge hakkında bilgilendirmesi | 3,9  | 1,15 |
| <b>P07</b> Anlatım becerisi                             | 3,9  | 1,14 |
| <b>P12</b> Vaat edilen hizmeti yerine getirmesi         | 3,9  | 1,13 |
| <b>P17</b> Yardım için her zaman hazır olması           | 3,9  | 1,12 |
| <b>P20</b> Kibarlığı                                    | 3,9  | 1,12 |
| <b>P11</b> Dakikliği                                    | 3,89 | 1,12 |
| <b>P03</b> Arkadaşlık atmosferi                         | 3,87 | 1,12 |
| <b>P10</b> Güvenlik önlemleri hakkında bilgilendirmesi  | 3,87 | 1,11 |
| <b>P18</b> Mizah anlayışı                               | 3,85 | 1,11 |
| <b>P08</b> Ziyaretçileri günlük olarak bilgilendirmesi  | 3,84 | 1,10 |
| <b>P09</b> Ziyaretçileri güvenilir mağazalara götürmesi | 3,84 | 1,08 |
| <b>Cronbach's Aplha : ,966 n=20</b>                     |      |      |

Tablo 14'teki turist rehberlerinin performans düzeyi genel (ort, 3,91) ortalamanın üzerindedir. Turist rehberlerinin performanslarını gösteren dil yetkinliği ( $\bar{x}$  4,02) ve eğitimi ( $\bar{x}$  4,0) en yüksek ortalamaya sahipken “ziyaretçileri günlük olarak

bilgilendirmesi ( $\bar{x}$  3,84) ve ziyaretçileri güvenilir mağazalara götürmesi ( $\bar{x}$  3,84 en düşük ortalamaya sahiptir. Performans ölçeği (Cronbach's Alpha 0,966)'nin oldukça güvenilir olduğu görülmektedir.

#### 4.3. Turist Memnuniyeti, Destinasyon Memnuniyeti ve Önem-Performans Değişkenleri Korelasyon Analizi Bulguları

Araştırmada kullanılan ölçekler arasında ilişki olup olmadığını anlamak amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi, aralık ve rasyo seviyesinde ölçülmüş en az iki değişken arasındaki ilişkinin şiddetini belirlemeye yönelik bir analiz tekniğidir. Korelasyon katsayısı  $r$  ile gösterilir ve +1 ile -1 arasında değer alabilir (Altunışık vd., 2005). Pearson korelasyonu katsayısında “ $r$ ” değeri 0,00 ise ilişki yok, 0,01 – 0,029 düşük düzeyde ilişki, 0,30 – 0,70 orta düzeyde ilişki, 0,71 - 0,99 yüksek düzeyde ilişki ve 1,00 mükemmel ilişki olduğunu ifade etmektedir (Köklü vd., 2006).

**Tablo 15. Araştırma Değişkenlerine Ait Korelasyon Katsayıları**

|                                | Ort. | S.S   | N   | Korelasyon         | Turist Memnuniyeti | Destinasyon Memnuniyeti | Önem   | Performans |
|--------------------------------|------|-------|-----|--------------------|--------------------|-------------------------|--------|------------|
| <b>Turist Memnuniyeti</b>      | 3,73 | 0,990 | 449 | <b>P.Corr. (r)</b> | 1                  |                         |        |            |
|                                |      |       |     | <b>Sig. (p)</b>    |                    |                         |        |            |
| <b>Destinasyon Memnuniyeti</b> | 3,77 | 0,969 | 449 | <b>P.Corr. (r)</b> | ,808**             | 1                       |        |            |
|                                |      |       |     | <b>Sig. (p)</b>    | ,000*              |                         |        |            |
| <b>Önem</b>                    | 4,01 | 0,807 | 449 | <b>P.Corr. (r)</b> | ,618**             | ,681**                  | 1      |            |
|                                |      |       |     | <b>Sig. (p)</b>    | ,000*              | ,000*                   |        |            |
| <b>Performans</b>              | 3,91 | 0,893 | 449 | <b>P.Corr. (r)</b> | ,564**             | ,610**                  | ,722** | 1          |
|                                |      |       |     | <b>Sig. (p)</b>    | ,000*              | ,000*                   | ,000*  |            |

Tablo 15 incelendiğinde tüm ölçek grupları arasında  $p < 0,05$  oranında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ölçek grupları arası ilişkiler incelendiğinde; turist memnuniyeti ölçeği ile destinasyon memnuniyeti ölçeği arasında pozitif yönde ,808 değerinde yüksek düzeyde ilişki, önem analizi ölçeği ile pozitif yönde ,618 değerinde

pozitif yönde orta düzeyde ilişki, performans analizi ölçeğinde ,564 değerinde pozitif yönde orta düzeyde ilişki bulunmaktadır. Destinasyon memnuniyeti ölçeği incelendiğinde, önem analizi ölçeği ile ,681 değerinde pozitif yönde orta düzeyde, performans analizi ölçeği ile ,610 değerinde pozitif yönde orta düzeyde bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Önem analizi ölçeği incelendiğinde, performans analizi ölçeği ile arasında ,722 değerinde pozitif yönde yüksek düzeyde ilişki olduğu tespit edilmiştir.

#### 4.4. Araştırma Değişkenleri ile Demografik Özelliklerin Farklılık Analizleri

Araştırma doğrultusunda katılımcıların demografik özellikleri ile araştırma değişkenler (cinsiyet, medeni durum, yaş, Burdur'u ziyaret durumu) arasındaki farklılıkları test etmek amacıyla (T-testi ve ANOVA) farklılık analizleri yapılmıştır.

**Tablo 16. Araştırma Değişkenleri ile Cinsiyet Arasındaki Farklılıklar (T-testi)**

|                                | Cinsiyetiniz | Grup İstatistiği |      |            | Bağımsız Örneklem |     |      |
|--------------------------------|--------------|------------------|------|------------|-------------------|-----|------|
|                                |              | n                | Ort. | Std. Sapma | T                 | df  | sig. |
| <b>Turist Memnuniyeti</b>      | <b>Kadın</b> | 269              | 3,74 | 1          | 0,207             | 447 | ,836 |
|                                | <b>Erkek</b> | 180              | 3,72 | 0,974      |                   |     |      |
| <b>Destinasyon Memnuniyeti</b> | <b>Kadın</b> | 269              | 3,81 | 0,948      | 0,882             | 447 | ,379 |
|                                | <b>Erkek</b> | 180              | 3,73 | 1          |                   |     |      |
| <b>Önem</b>                    | <b>Kadın</b> | 269              | 4,03 | 0,795      | 0,955             | 447 | ,340 |
|                                | <b>Erkek</b> | 180              | 3,96 | 0,825      |                   |     |      |
| <b>Performans</b>              | <b>Kadın</b> | 269              | 3,95 | 0,965      | 1,058             | 447 | ,291 |
|                                | <b>Erkek</b> | 180              | 3,86 | 0,934      |                   |     |      |

Tablo 16 incelendiğinde “turist memnuniyeti, destinasyon memnuniyeti, önem analizi, performans analizi” ölçekleri ile cinsiyet değişkeni arasında ifadelere verilen cevaplar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ( $p<0,05$ ).

**Tablo 17. Araştırma Değişkenleri ile Medeni Durum Farklılıkları (ANOVA)**

| Medeni Durum            |               | Kareler Toplamı | Serbestlik Derecesi (df) | Kareler Ort. | F     | Sig.  |
|-------------------------|---------------|-----------------|--------------------------|--------------|-------|-------|
| Turist Memnuniyeti      | Gruplar Arası | 3,463           | 2                        | 1,732        | 1,771 | ,171  |
|                         | Gruplar İçi   | 436,105         | 446                      | 0,978        |       |       |
| Destinasyon Memnuniyeti | Gruplar Arası | 9,257           | 2                        | 4,628        | 5,011 | ,007* |
|                         | Gruplar İçi   | 411,96          | 446                      | 0,924        |       |       |
| Önem                    | Gruplar Arası | 9,682           | 2                        | 4,841        | 7,648 | ,001* |
|                         | Gruplar İçi   | 282,288         | 446                      | 0,633        |       |       |
| Performans              | Gruplar Arası | 7,655           | 2                        | 3,828        | 4,873 | ,008* |
|                         | Gruplar İçi   | 350,318         | 446                      | 0,785        |       |       |
| *p<0,05                 |               |                 |                          |              |       |       |

Tablo 17 incelendiğinde “turist memnuniyeti” ölçeğinin “medeni durum” değişkeni ile arasında  $p<0,05$  oranında anlamlı bir farklılık olmadığı gözlemlenmiştir. “destinasyon memnuniyeti, önem analizi ve performans analizi” ölçekleri ile “medeni durum” değişkeni arasındaki analiz sonuçları incelendiğinde anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). Bu farklılığın kaynağını görebilmek için Tukey testleri uygulanmıştır.

“Destinasyon memnuniyeti” ölçeği ile “medeni durum” değişkeni arasındaki Tukey testi sonucu incelendiğinde “bekar” ve “evli” katılımcıların verdiği cevaplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). “bekar” katılımcıların “evli” katılımcılara göre destinasyondan daha memnun kaldığı ortaya çıkmaktadır.

“Önem analizi” ölçeği ile “medeni durum” değişkeni arasındaki Tukey testi sonuçları incelendiğinde “bekar” ve “evli” katılımcıların verdiği cevaplar arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ). Bekar katılımcılar turist rehberi niteliklerini daha önemli algılamaktadırlar.

“Performans analizi” ölçeği ile “medeni durum” değişkeni arasındaki Tukey testi sonuçları incelendiğinde “bekar” ve “evli” katılımcıların verdiği cevaplar arasında anlamlı bir farklılık vardır ( $p<0,05$ ). “Bekar” katılımcıların turist rehberi performansından daha memnun kaldığı tespit edilmiştir.

**Tablo 18. Araştırma Değişkenleri ile Yaş Arasındaki Farklılıklar (ANOVA)**

|                            |               | Kareler<br>Toplamı | Serbestlik<br>Derecesi (df) | Kareler<br>Ort. | F      | Sig.  |
|----------------------------|---------------|--------------------|-----------------------------|-----------------|--------|-------|
| Turist<br>Memnuniyeti      | Gruplar Arası | 14,27              | 4                           | 3,568           | 3,724  | ,005* |
|                            | Gruplar İçi   | 425,299            | 444                         | 0,958           |        |       |
| Destinasyon<br>Memnuniyeti | Gruplar Arası | 22,379             | 4                           | 5,595           | 6,228  | ,000* |
|                            | Gruplar İçi   | 398,838            | 444                         | 0,898           |        |       |
| Önem                       | Gruplar Arası | 25,821             | 4                           | 6,455           | 10,769 | ,000* |
|                            | Gruplar İçi   | 266,149            | 444                         | 0,599           |        |       |
| Performans                 | Gruplar Arası | 23,938             | 4                           | 5,985           | 7,955  | ,000* |
|                            | Gruplar İçi   | 334,035            | 444                         | 0,752           |        |       |
| *p<0,05                    |               |                    |                             |                 |        |       |

Tablo 18 incelendiğinde “turist memnuniyeti, destinasyon memnuniyeti, önem analizi ve performans analizi” ölçekleriyle “yaş” değişkeni arasında  $p<0,05$  düzeyinde anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bu anlamlı farklılığın kaynağını görebilmek için Tukey testleri yapılmıştır. “18 yaşında ve 19-34” yaş aralığındaki katılımcıların “35-50” yaş aralığındaki katılımcıların “turist memnuniyeti” ölçeğine verdiği cevaplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). “18 yaşında ve 19-34” yaş aralığındaki



katılımcıların turistik hizmetlerden “35-50” yaş arasındaki katılımcılara göre daha tatmin kalmışlardır.

“Destinasyon memnuniyeti” ölçeği ile “yaş” değişkeni arasında Tukey testi sonuçları incelendiğinde “18 yaşındaki” katılımcıların “35-50 ve 51-64” yaş aralığındaki katılımcıların verdiği cevaplarla “19-34” yaş aralığındaki katılımcıların “35-50” yaş aralığındaki katılımcıların verdiği cevaplar arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ). “18 yaşındaki” katılımcıların “35-50 ve 51-64” yaş aralığındaki katılımcılara göre, “19-34” yaş aralığındaki katılımcıların “35-50” yaş aralığındaki katılımcılara göre destinasyondan daha memnun kaldığı ortaya çıkmaktadır.

“Önem analizi” ile “yaş” değişkeni arasındaki Tukey testi sonuçları incelendiğinde “18 yaşındaki” katılımcıların “35-50 ve 51-64” yaş aralığındaki katılımcıların verdiği cevaplarla “19-34” yaş aralığındaki katılımcıların “35-50” yaş aralığındaki katılımcıların verdiği cevaplar arasında anlamlı bir farklılık olduğu gözlemlenmiştir ( $p<0,05$ ). “18 yaşındaki” katılımcıların “35-50 ve 51- 64” yaş aralığındaki katılımcılara göre, “19-34” yaş aralığındaki katılımcıların “35-50” yaş aralığındaki katılımcılara göre turist rehberi niteliklerini daha önemli algılamaktadır.

“Performans analizi” ölçeği ile “yaş” değişkeni arasındaki Tukey testi sonuçları incelendiğinde “18 yaşındaki” katılımcıların “35-50 ve 51-64” yaş aralığındaki katılımcıların verdiği cevaplarla “19-34” yaş aralığındaki katılımcıların “35-50” yaş aralığındaki katılımcıların verdiği cevaplar arasında anlamlı bir farklılık görülmektedir ( $p<0,05$ ). “18 yaşındaki” katılımcıların “35-50 ve 51-64” yaş aralığındaki katılımcılara göre, “19-34” yaş aralığındaki katılımcıların “35-50” yaş aralığındaki katılımcılara göre turist rehberi performansından daha tatmin kalmıştır.

**Tablo 19. Araştırma Değişkenleri ile Eğitim Durumu Farklılıkları (ANOVA)**

| Eğitim Durumu         |               | Kareler<br>Toplamı | Serbestlik<br>Derecesi (df) | Kareler<br>Ort. | F     | Sig.  |
|-----------------------|---------------|--------------------|-----------------------------|-----------------|-------|-------|
| Turist<br>Memnuniyeti | Gruplar Arası | 5,407              | 5                           | 1,081           | 1,103 | ,358  |
|                       | Gruplar İçi   | 434,162            | 443                         | 0,98            |       |       |
|                       | Gruplar Arası | 11,144             | 5                           | 2,229           | 2,408 | ,036* |

|                         |               |         |     |       |       |       |
|-------------------------|---------------|---------|-----|-------|-------|-------|
| Destinasyon Memnuniyeti | Gruplar İçi   | 410,073 | 443 | 0,926 |       |       |
| Önem                    | Gruplar Arası | 22,05   | 5   | 4,41  | 7,238 | ,000* |
|                         | Gruplar İçi   | 269,92  | 443 | 0,609 |       |       |
| Performans              | Gruplar Arası | 18,061  | 5   | 3,612 | 4,708 | ,000* |
|                         | Gruplar İçi   | 339,912 | 443 | 0,767 |       |       |
| *p<0,05                 |               |         |     |       |       |       |

Tablo 19 incelendiğinde “Turist memnuniyeti” ölçeği ile “eğitim durumu” değişkeni arasında  $p<0,05$  oranında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. “Destinasyon memnuniyeti, önem analizi ve performans analizi” ölçekleri ile “eğitim durumu” değişkeni incelendiğinde  $p<0,05$  oranında anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir. “Destinasyon memnuniyeti” ölçeği ile “eğitim durumu” değişkeni arasında yapılan Tukey testi sonucunda “lise” eğitim durumuna sahip katılımcıların verdiği cevaplarla “önlisans” eğitim durumuna sahip katılımcıların verdiği cevaplar arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ). “Lise” eğitim durumuna sahip katılımcıların “önlisans” eğitim durumuna sahip katılımcılara göre destinasyondan daha tatmin kalmıştır.

“Önem analizi” ölçeği ile “eğitim durumu” değişkeni arasında yapılan Tukey testi incelendiğinde “lise” eğitim durumuna sahip katılımcıların verdiği cevaplarla “önlisans ve lisans” eğitime sahip katılımcıların verdiği cevaplar arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ). “Lise” eğitim durumuna sahip katılımcıların “önlisans ve lisans” eğitim durumuna sahip katılımcılara göre turist rehberi niteliklerini daha önemli algıladığı görülmektedir.

“Performans analizi” ölçeği ile “eğitim durumu” değişkeni arasında yapılan Tukey testi incelendiğinde “lise” eğitim durumuna sahip katılımcıların verdiği cevaplarla “önlisans ve lisans” eğitime sahip katılımcıların verdiği cevaplar arasında farklılıklar olduğu ortaya çıkmıştır ( $p<0,05$ ). “Lise” eğitim durumuna sahip katılımcıların “önlisans ve lisans” eğitim durumuna sahip katılımcılara göre turist rehberi performansından daha memnun kaldığı tespit edilmiştir.

**Tablo 20. Araştırma Değişkenleri ile Gelir Durumu Arasındaki Farklılıklar (ANOVA)**

| Gelir Durumu            |               | Kareler Toplamı | Serbestlik Derecesi (df) | Kareler Ort. | F      | Sig.  |
|-------------------------|---------------|-----------------|--------------------------|--------------|--------|-------|
| Turist Memnuniyeti      | Gruplar Arası | 21,878          | 4                        | 5,47         | 5,814  | ,000* |
|                         | Gruplar İçi   | 417,69          | 444                      | 0,941        |        |       |
| Destinasyon Memnuniyeti | Gruplar Arası | 27              | 4                        | 6,75         | 7,602  | ,000* |
|                         | Gruplar İçi   | 394,217         | 444                      | 0,888        |        |       |
| Önem                    | Gruplar Arası | 36,788          | 4                        | 9,197        | 16,002 | ,000* |
|                         | Gruplar İçi   | 255,182         | 444                      | 0,575        |        |       |
| Performans              | Gruplar Arası | 28,225          | 4                        | 7,056        | 9,501  | ,000* |
|                         | Gruplar İçi   | 329,748         | 444                      | 0,743        |        |       |
| *p<0,05                 |               |                 |                          |              |        |       |

Tablo 20 incelendiğinde “turist memnuniyeti, destinasyon memnuniyeti, önem analizi, performans analizi” ölçekleriyle “gelir durumu” değişkeni arasında yapılan Anova testi sonuçlarına bakıldığında bütün ölçeklerde  $p<0,05$  değerinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu farklılığın kaynağını görebilmek adına Tukey testleri yapılmıştır.

“Turist memnuniyeti” ölçeği ve “gelir durumu” değişkeni arasında Tukey testi analizi incelendiğinde “8500 ₺ ve altı, 11501 ₺ ve üzeri” gelir durumuna sahip katılımcıların verdiği cevaplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). “8500 ₺ ve altı” gelir durumuna sahip katılımcıların, “11501 ₺ ve üzeri” gelir durumuna sahip katılımcılara göre turistik hizmetlerden daha memnun kaldığı ortaya çıkmaktadır.

“Destinasyon memnuniyeti” ölçeği ve “gelir durumu” değişkeni arasında Tukey testi analizi incelendiğinde “8500 ₺ ve altı” gelir durumuna sahip katılımcıların verdiği cevaplarla “10501₺ - 11500₺, 11501 ₺ ve üzeri” gelir durumuna sahip katılımcıların ifadelerine verdiği cevaplar arasında anlamlı bir farklılık vardır ( $p<0,05$ ). “8500 ₺ ve altı”

gelir durumuna sahip katılımcıların, “10501₺ - 11500, 11501 ₺ ve üzeri” gelir durumuna sahip katılımcılara göre destinasyondan daha memnun kaldıkları tespit edilmiştir.

“Önem analizi” ölçeği ile “gelir durumu” değişkeni arasındaki Tukey testi analizi incelendiğinde “8500 ₺ ve altı” gelir durumuna sahip katılımcıların, “9501 ₺ - 10500 ₺, 10501 ₺ - 11500 ₺, 11501 ₺ ve üzeri” gelir durumuna sahip katılımcıların ifadelerine verdiği cevaplar arasında, “8501 ₺ - 9500 ₺” gelir durumuna sahip katılımcıların “9501 ₺ - 10500 ₺, 11501 ₺ ve üzeri” gelir durumuna sahip katılımcıların verdiği cevaplar arasında anlamlı bir farklılık olduğu ortaya çıkmıştır ( $p<0,05$ ). “8500 ₺ ve altı” gelir durumuna sahip katılımcıların, “9501 ₺ - 10500 ₺, 10501 ₺ - 11500 ₺, 11501 ₺ ve üzeri” gelir durumuna sahip katılımcılara göre, “8501 ₺ - 9500 ₺” gelir durumuna sahip katılımcıların “9501 ₺ - 10500 ₺, 11501 ₺ ve üzeri” gelir durumuna sahip katılımcılara göre turist rehberi niteliklerini daha önemli bulmaktadırlar.

“Performans analizi” ölçeği ile “gelir durumu” değişkeni arasındaki Tukey testi analizi incelendiğinde “8500 ₺ ve altı” gelir durumuna sahip katılımcıların verdiği cevaplarla “10501₺ - 11500₺ ve 11501 ₺ ve üzeri” gelir durumuna sahip katılımcıların ifadelerine verdiği cevaplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). “8500 ₺ ve altı” gelir durumuna sahip katılımcıların “10501₺ - 11500₺ ve 11501 ₺ ve üzeri” gelir durumuna sahip katılımcılara göre turist rehberi performansından daha tatmin kalmışlardır.

**Tablo 21. Araştırma Değişkenleri ile Burdur’u Ziyaret Durumu Arasındaki Farklılıklar (T-testi)**

| Burdur ilini ilk ziyaret ettiğiniz mi? |       | Grup İstatistikleri |      |       | Bağımsız Örneklem |        |       |
|----------------------------------------|-------|---------------------|------|-------|-------------------|--------|-------|
|                                        |       | N                   | Ort. | S.S   | T                 | df     | sig.  |
| Turist Memnuniyeti                     | Evet  | 218                 | 3,73 | 1,03  | 0,112             | 447    | ,911  |
|                                        | Hayır | 231                 | 3,72 | 0,948 |                   |        |       |
| Destinasyon Memnuniyeti                | Evet  | 218                 | 3,78 | 0,998 | 0,128             | 447    | ,898  |
|                                        | Hayır | 231                 | 3,77 | 0,953 |                   |        |       |
| Önem                                   | Evet  | 218                 | 4,09 | 0,752 | 2,099             | 446,23 | ,036* |

|            |       |     |      |       |       |         |      |
|------------|-------|-----|------|-------|-------|---------|------|
|            | Hayır | 231 | 3,93 | 0,849 |       |         |      |
| Performans | Evet  | 218 | 4,00 | 0,858 | 1,992 | 446,928 | ,047 |
|            | Hayır | 231 | 3,83 | 0,92  |       |         |      |
| *p<0,05    |       |     |      |       |       |         |      |

Tablo 21 incelendiğinde “turist memnuniyeti ve destinasyon memnuniyeti” ölçekleri ile “Burdur ilini ilk ziyaret edişiniz mi?” değişkeni arasında  $p<0,05$  oranında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Önem Analizi ölçeği incelendiğinde “Burdur ilini ilk ziyaret edişiniz mi?” değişkeni ile arasında  $p<0,05$  oranında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Burdur ilini ilk kez ziyaret eden katılımcıların turist niteliklerini daha önemli algıladıkları ortaya çıkmaktadır.

“Performans analizi” ölçeği ve “Burdur ilini ilk ziyaret edişiniz mi?” değişkeni arasındaki bağımsız t-testi analizi incelendiğinde anlamlı bir farklılık görülmektedir ( $p<0,05$ ). Burdur ilini ilk kez ziyaret eden katılımcıların turist rehberi performansından daha memnun kaldığı tespit edilmiştir.

**Tablo 22. Araştırma Değişkenleri ile Çalışma Durumu Arasındaki Farklılıklar (ANOVA)**

| <b>Çalışma Durumu</b>          |                      | <b>Kareler Toplamı</b> | <b>Serbestlik Derecesi (df)</b> | <b>Kareler Ort.</b> | <b>F</b> | <b>Sig.</b>  |
|--------------------------------|----------------------|------------------------|---------------------------------|---------------------|----------|--------------|
| <b>Turist Memnuniyeti</b>      | <b>Gruplar Arası</b> | 26,062                 | 7                               | 3,723               | 3,971    | <b>,000*</b> |
|                                | <b>Gruplar İçi</b>   | 413,507                | 441                             | 0,938               |          |              |
| <b>Destinasyon Memnuniyeti</b> | <b>Gruplar Arası</b> | 27,488                 | 7                               | 3,927               | 4,398    | <b>,000*</b> |
|                                | <b>Gruplar İçi</b>   | 393,729                | 441                             | 0,893               |          |              |
| <b>Önem</b>                    | <b>Gruplar Arası</b> | 37,622                 | 7                               | 5,375               | 9,319    | <b>,000*</b> |
|                                | <b>Gruplar İçi</b>   | 254,348                | 441                             | 0,577               |          |              |

|            |               |         |     |       |       |       |
|------------|---------------|---------|-----|-------|-------|-------|
| Performans | Gruplar Arası | 42,012  | 7   | 6,002 | 8,377 | ,000* |
|            | Gruplar İçi   | 315,961 | 441 | 0,716 |       |       |
| *p<0,05    |               |         |     |       |       |       |

Tablo 22 incelendiğinde “turist memnuniyeti, destinasyon memnuniyeti, önem analizi, performans analizi” ölçekleri ile “çalışma durumu” değişkeni arasında  $p<0,05$  oranında anlamlı bir farklılık olduğu ortaya çıkmaktadır.

Bu ifadeler doğrultusunda  $p<0,05$  oranında anlamlı farklılık gösteren ölçekler ve değişkenler arasında anlamlı farklılığın kaynağını görebilmek adına Tukey testleri incelenmiştir.

“Turist memnuniyeti” ölçeği ile “çalışma durumu” değişkeni arasında yapılan Tukey testi sonuçları incelendiğinde “öğrenci” meslek grubuna dahil katılımcıların verdiği cevaplarla “ev hanımı ve diğer” meslek grubuna dahil katılımcıların verdiği cevaplar arasında bir farklılık tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ). “Öğrenci” meslek grubuna dahil katılımcıların “ev hanımı ve diğer” meslek grubuna sahip katılımcılara göre turistik hizmetlerden daha tatmin kaldığı ortaya çıkmaktadır.

“Destinasyon memnuniyeti” ölçeği ile “çalışma durumu” değişkeni arasında yapılan Tukey testi sonuçları incelendiğinde “öğrenci” meslek grubuna dahil katılımcıların verdiği cevaplarla “işçi, ev Hanımı ve diğer” meslek grubuna dahil katılımcıların verdiği cevaplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). “Öğrenci” meslek grubuna dahil katılımcıların “işçi, ev hanımı ve diğer” meslek grubuna dahil katılımcılara göre destinasyondan daha memnun kaldığı gözlemlenmiştir.

“Önem analizi” ölçeği ile “çalışma durumu” değişkeni arasında yapılan Tukey testi sonuçları incelendiğinde “öğrenci” meslek grubuna dahil katılımcıların verdiği cevaplarla “işçi, memur, emekli, ev hanımı ve diğer” meslek grubuna dahil katılımcıların verdiği cevaplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ( $p<0,05$ ). “Öğrenci” meslek grubuna dahil katılımcıların “işçi, memur, emekli, ev hanımı ve diğer” meslek grubuna dahil katılımcılara göre turist rehberi niteliklerini daha önemli algılamaktadırlar.

“Performans analizi” ölçeği ile “çalışma durumu” değişkeni arasında yapılan Tukey testi sonuçları incelendiğinde “öğrenci” meslek grubuna dahil katılımcıların

verdiği cevaplarla “işçi, memur, emekli, ev hanımı ve diğer” meslek grubuna dahil katılımcıların verdiği cevaplar arasında anlamlı bir farklılık olduğu ortaya çıkmıştır ( $p<0,05$ ). “Öğrenci” meslek grubuna dahil katılımcıların “işçi, memur, emekli, ev hanımı ve diğer” meslek grubuna dahil katılımcılara göre turist rehberi performansından daha tatmin kalmışlardır.

**Tablo 23. Araştırma Değişkenleri ile Arkeoloji Turuna Katılma Durumu Arasındaki Farklılıklar (ANOVA)**

| Daha Önce Arkeoloji Turuna Katıldınız Mı? |               | Kareler Toplamı | Serbestlik Derecesi (df) | Kareler Ort. | F      | Sig.  |
|-------------------------------------------|---------------|-----------------|--------------------------|--------------|--------|-------|
| Turist Memnuniyeti                        | Gruplar Arası | 27,905          | 7                        | 3,986        | 4,271  | ,000* |
|                                           | Gruplar İçi   | 411,663         | 441                      | 0,933        |        |       |
| Destinasyon Memnuniyeti                   | Gruplar Arası | 31,927          | 7                        | 4,561        | 5,167  | ,000* |
|                                           | Gruplar İçi   | 389,29          | 441                      | 0,883        |        |       |
| Önem                                      | Gruplar Arası | 57,887          | 7                        | 8,27         | 15,579 | ,000* |
|                                           | Gruplar İçi   | 234,083         | 441                      | 0,531        |        |       |
| Performans                                | Gruplar Arası | 43,543          | 7                        | 6,22         | 8,724  | ,000* |
|                                           | Gruplar İçi   | 314,43          | 441                      | 0,713        |        |       |
| *p<0,05                                   |               |                 |                          |              |        |       |

Tablo 23 incelendiğinde “turist memnuniyeti, destinasyon memnuniyeti, önem analizi ve performans analizi” ölçekleriyle “Arkeoloji turuna arkeoloji turuna katıldınız mı? Katıldıysanız hangi bölgede katıldınız ?” değişkeni arasında  $p<0,05$  oranında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Bu ifadeler doğrultusunda  $p<0,05$  oranında anlamlı farklılık gösteren ölçekler ve değişkenler arasında anlamlı farklılığın kaynağını görebilmek adına Tukey testleri incelenmiştir.

“Turist memnuniyeti” ölçeği ile “Arkeoloji turuna arkeoloji turuna katıldınız mı? Katıldıysanız hangi bölgede katıldınız ?” değişkeni arasında yapılan Tukey testi sonuçları

incelendiğinde “Bu ilk arkeoloji turumdu.” grubuna dahil katılımcıların verdiği cevaplarla, “Ege Bölgesi ve Akdeniz Bölgesi” grubuna dahil katılımcıların verdiği cevaplar arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ). “Bu ilk arkeoloji turumdu.” grubuna dahil katılımcıların “Ege Bölgesi ve Akdeniz Bölgesi” grubuna dahil katılımcılara göre turistik hizmetlerden daha tatmin ayrıldığı görülmektedir.

“Destinasyon memnuniyeti” ölçeği ile “Arkeoloji turuna arkeoloji turuna katıldınız mı? Katıldıysanız hangi bölgede katıldınız ?”değişkeni arasında yapılan Tukey testi sonuçları incelendiğinde “Bu ilk arkeoloji turumdu.” grubuna dahil katılımcıların verdiği cevaplarla “Akdeniz Bölgesi ve Ege Bölgesi” grubuna dahil katılımcıların verdiği cevaplar arasında, “Marmara Bölgesi” grubuna dahil katılımcıların verdiği cevaplarla “Akdeniz Bölgesi” grubuna dahil katılımcıların verdiği cevaplar arasında anlamlı bir farklılık olduğu ortaya çıkmaktadır ( $p<0,05$ ). “Bu ilk arkeoloji turumdu.” grubuna dahil katılımcıların “Akdeniz Bölgesi ve Ege Bölgesi” grubuna dahil katılımcılara göre, “Marmara Bölgesi” grubuna dahil katılımcıların “Akdeniz Bölgesi” grubuna dahil katılımcılara göre destinasyondan daha memnun kalmışlardır.

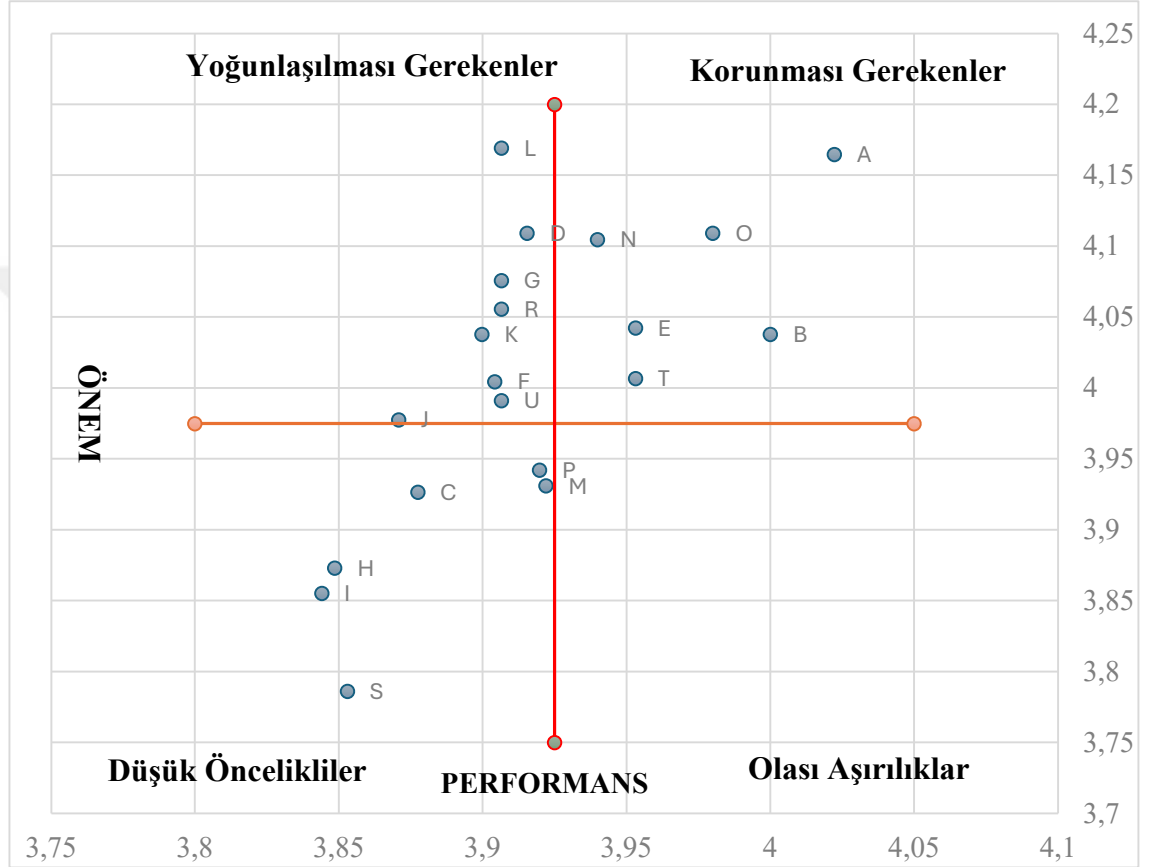
Algılanan turist rehberi önemi ile arkeoloji turuna katılma bölgeleri değişkeni arasında yapılan Tukey testi sonuçlarına göre ilk kez arkeoloji turuna katılan turistlerin “Marmara Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi” grubuna dahil katılımcıların verdiği cevaplarla “Akdeniz Bölgesi ve Ege Bölgesi” grubuna dahil katılımcıların verdiği cevaplar arasında bir farklılık olduğu gözlemlenmektedir ( $p<0,05$ ). “Bu ilk arkeoloji turumdu, Marmara Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi” grubuna dahil katılımcıların, “Akdeniz Bölgesi ve Ege Bölgesi” grubuna dahil katılımcılara göre turist rehberi niteliklerini daha önemli algılamaktadırlar.

Algılanan turist rehberi performansı ile arkeoloji turuna katılma bölgeleri arasında yapılan Tukey testi sonuçlarına göre ilk arkeoloji turuna katılan turistlerin “Akdeniz Bölgesi ve Ege Bölgesi arasında”, Marmara Bölgesi, Doğu Anadolu Bölgesi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi, Karadeniz Bölgesi ile Akdeniz Bölgesi arasında anlamlı bir farklılık vardır ( $p<0,05$ ). Bu farklılıkların olduğu gruplar turist rehberi performansını daha yüksek algılamaktadır.



#### 4.4. Algılanan Turist Rehberi Önem-Performans Analizi (ÖPA)

Burdur ilinde arkeo turizm faaliyetlerine katılan turistlerin, turist rehberlerinden aldığı hizmeti değerlendirmek için önem-performans analizi yapılmıştır. Araştırmada kullanılan önem ve performans ortalamaları excel dosyasına aktarılarak önem performans matrisi oluşturulmuştur (Bkz. Şekil 6).



Şekil 6. Araştırmanın ÖPA Matrisi

Şekil 6'da yer alan önem performans ortalamaları matrisi, incelendiğinde 20 ifadenin 3 boyutta (korunması gerekenler, yoğunlaşılması gerekenler ve düşük öncelikler) dağıldığı gözlemlenmektedir. Önem – performans analizi sonrası oluşan kümeler aşağıda belirtilmiştir.

**Tablo 24. ÖPA Korunması Gerekenler**

| <b>Korunması Gerekenler</b> | <b>Kod</b> | <b>İfadeler</b>                | <b>Önem</b> | <b>Performans</b> | <b>Fark (Ö-P)</b> |
|-----------------------------|------------|--------------------------------|-------------|-------------------|-------------------|
|                             | ÖPA – A    | Dil Yetkinliği                 | 4,022       | 4,164             | -0,142            |
|                             | ÖPA – B    | İyi Eğitimliydi                | 4,000       | 4,037             | -0,037            |
|                             | ÖPA – E    | Destinasyon Hakkındaki Bilgisi | 3,953       | 4,042             | -0,089            |
|                             | ÖPA – N    | Dürüstlüğü ve Güvenirliliği    | 3,939       | 4,104             | -0,165            |
|                             | ÖPA – O    | Misafirlere Saygılı Davranması | 3,980       | 4,109             | -0,129            |
|                             | ÖPA – T    | Temiz ve Düzenli Görünmesi     | 3,953       | 4,006             | -0,053            |

Tablo 24 incelendiğinde korunması gereken ifadelerde en yüksek performansın algılandığı ifadenin “ÖPA – A Dil Yetkinliği” ifadesi olduğu en düşük performansın gözlemlendiği ifadenin “ÖPA – T Temiz ve Düzenli Görünmesi” olduğu gözlemlenmektedir. Korunması gerekenler tablosunda önemi en yüksek ifadenin “ÖPA – A Dil Yetkinliği” önemi en düşük ifadenin “ÖPA – N Dürüstlüğü ve Güvenirliliği” olduğu gözlemlenmektedir.

**Tablo 25. ÖPA Yoğunlaşılması Gerekenler**

| <b>Yoğunlaşılması<br/>Gerekenler</b> | <b>Kod</b> | <b>İfadeler</b>                              | <b>Önem</b> | <b>Performans</b> | <b>Fark (Ö-P)</b> |
|--------------------------------------|------------|----------------------------------------------|-------------|-------------------|-------------------|
|                                      | ÖPA – D    | Problem çözme yeteneği                       | 3,915       | 4,109             | -0,194            |
|                                      | ÖPA – F    | Ziyaretçileri bölge hakkında bilgilendirmesi | 3,904       | 4,004             | -0,100            |
|                                      | ÖPA – G    | Anlatım becerisi                             | 3,906       | 4,075             | -0,169            |
|                                      | ÖPA – J    | Güvenlik önemleri hakkında bilgilendirmesi   | 3,870       | 3,977             | -0,107            |
|                                      | ÖPA – K    | Dakikliği                                    | 3,899       | 4,037             | -0,138            |
|                                      | ÖPA – L    | Vaat edilen hizmeti yerine getirmesi         | 3,906       | 4,037             | -0,131            |
|                                      | ÖPA – R    | Her zaman yardım için hazır olması           | 3,906       | 4,055             | -0,149            |
|                                      | ÖPA – U    | Kibarlığı                                    | 3,906       | 3,991             | -0,005            |

Tablo 25 incelendiğinde yoğunlaşılması gereken ifadelerde en yüksek performansın algılandığı ifadenin “ÖPA – D Problem Çözme Yeteneği” en düşük performansın algılandığı ifadenin “ÖPA – J Güvenlik Önlemleri Hakkında Bilgilendirmesi” olduğu gözlemlenmektedir. Yoğunlaşılması gerekenler tablosuna önemi en yüksek ifadenin “ÖPA – D Problem Çözme Yeteneği” önemi en düşük ifadenin “ÖPA – K Dakikliği” olduğu gözlemlenmektedir.

**Tablo 26. ÖPA Düşük Öncelikliler**

| <b>Düşük<br/>Öncelikliler</b> | <b>Kod</b> | <b>İfadeler</b>                              | <b>Önem</b> | <b>Performans</b> | <b>Fark (Ö-P)</b> |
|-------------------------------|------------|----------------------------------------------|-------------|-------------------|-------------------|
|                               | ÖPA – C    | Arkadaşlık atmosferi                         | 3,877       | 3,926             | -0,049            |
|                               | ÖPA – H    | Ziyaretçileri günlük olarak bilgilendirmesi  | 3,848       | 3,873             | -0,025            |
|                               | ÖPA – I    | Ziyaretçileri güvenilir mağazalara götürmesi | 3,844       | 3,855             | -0,011            |
|                               | ÖPA – M    | Detaylara dikkat etmesi                      | 3,922       | 3,931             | -0,009            |
|                               | ÖPA – P    | Arkadaş canlısı                              | 3,919       | 3,942             | -0,023            |
|                               | ÖPA – S    | Mizah anlayışı                               | 3,853       | 3,786             | 0,067             |

Tablo 26 incelendiğinde düşük öncelikli ifadelerin arasında algılanan en yüksek performansa sahip ifadenin “ÖPA – P Arkadaş Canlısı” algılanan en düşük performansa sahip ifadenin “ÖPA – S Mizah Anlayışı” olduğu gözlemlenmektedir. Düşük öncelikli ifadelerin yer aldığı tabloda önemin en yüksek olduğu ifadenin “ÖPA – P Arkadaş Canlısı” önemin en düşük olduğu ifadenin ise “ÖPA – I Ziyaretçileri Güvenilir Mağazalara Götürmesi” olduğu.

## BEŞİNCİ BÖLÜM

### 5. TARTIŞMA

#### 5.1. Bulguların Özeti

Araştırma turistlerin destinasyon memnuniyeti ve turist memnuniyeti ile turist rehberlerinin ziyaretçiler tarafından algılanan önem ve performansını değerlendirmek için tasarlanmıştır. Araştırmaya katılan turistlerin büyük bir kısmı (%59,9) kadından ve 18-34 yaş arası (%58,8) genç yetişkinlerden oluşmaktadır. Katılımcıların çoğunluğu (%68,2) bekar ve yüksek öğrenim görmüştür (%78,3). Gelir seviyesi açısından bakıldığında, katılımcıların önemli bir kısmı (%47,7) 11501 ₺ ve üzeri gelire sahiptir. Araştırmaya katılan turistlerin %63,3'ü ilk defa arkeoloji turuna katılmış ve %51,4'ü Burdur'u daha önce ziyaret etmiştir.

Araştırma bulguları, Burdur'daki arkeoloji turuna katılan turistlerin genel memnuniyeti, destinasyon memnuniyeti ve turist rehberlerin önem-performans analizi kapsamında rehberlik hizmetleri ile ilgili önemli bilgiler sunmaktadır.

#### **Turist Memnuniyeti:**

- Turistler genel olarak aldıkları rehberlik hizmetinden memnun kalmışlardır.
- Memnuniyet seviyesi cinsiyete, medeni duruma, yaşa, eğitim durumuna, gelir durumuna ve çalışma durumuna göre değişmektedir.
- Bekar, 18 yaşındaki ve 19-34 yaş aralığındaki katılımcılar, evli, 35-50 yaş aralığındaki katılımcılara göre turistik hizmetlerden daha memnun kalmışlardır.
- Lise mezunları, önlisans ve lisans mezunlarına göre destinasyondan daha memnun kalmışlardır.
- 8500 ₺ ve altı gelir durumuna sahip katılımcılar, 11501 ₺ ve üzeri gelir durumuna sahip katılımcılara göre turistik hizmetlerden daha memnun kalmışlardır.
- Öğrenci meslek grubuna dahil katılımcılar, ev hanımı ve diğer meslek grubuna dahil katılımcılara göre turistik hizmetlerden daha memnun kalmışlardır.
- Arkeoloji turuna ilk kez katılan turistler, turuna daha önce katılmış olan turistlere göre turistik hizmetlerden daha memnun kalmışlardır.

### **Destinasyon Memnuniyeti:**

- Turistler Burdur'u bir destinasyon olarak oldukça beğenmişlerdir.
- Memnuniyet seviyesi cinsiyete, medeni duruma, yaşa, eğitim durumuna, gelir durumuna ve çalışma durumuna göre değişmektedir.
- Bekar, 18 yaşındaki ve 19-34 yaş aralığındaki katılımcılar, evli, 35-50 yaş aralığındaki katılımcılara göre destinasyondan daha memnun kalmışlardır.
- Lise mezunları, önlisans ve lisans mezunlarına göre destinasyondan daha memnun kalmışlardır.
- 8500 ₺ ve altı gelir durumuna sahip katılımcılar, 10501₺ - 11500₺, 11501 ₺ ve üzeri gelir durumuna sahip katılımcılara göre destinasyondan daha memnun kalmışlardır.
- Öğrenci meslek grubuna dahil katılımcılar, işçi, ev hanımı ve diğer meslek grubuna dahil katılımcılara göre destinasyondan daha memnun kalmışlardır.
- Arkeoloji turuna ilk kez katılan turistler, turuna daha önce katılmış olan turistlere göre destinasyondan daha memnun kalmışlardır.
- Burdur'u ilk kez ziyaret eden turistler, Burdur'u daha önce ziyaret etmiş olan turistlere göre destinasyondan daha memnun kalmışlardır.

### **Önem-performans Analizi:**

- Turistler rehberlerin dil yetkinliği, vaat ettiği hizmeti yerine getirmesi, problem çözme yeteneği ve dürüstlüğü ve güvenilirliği gibi nitelikleri daha önemli bulmaktadırlar.
- Mizah anlayışı, ziyaretçileri güvenilir mağazalara götürmesi ve dakikliği gibi nitelikler turistler için daha az önemlidir.
- Önem seviyesi cinsiyete, medeni duruma, yaşa, eğitim durumuna, gelir durumuna ve çalışma durumuna göre değişmektedir.
- Bekar katılımcılar, evli katılımcılara göre rehberlerin niteliklerini daha önemli bulmaktadırlar.
- "18 yaşındaki" ve "19-34" yaş aralığındaki katılımcılar, "35-50" yaş aralığındaki katılımcılara göre rehberlerin niteliklerini daha önemli bulmaktadırlar.

- Lise mezunları, önlisans ve lisans mezunlarına göre rehberlerin niteliklerini daha önemli bulmaktadırlar.
- 8500 ₺ ve altı gelir durumuna sahip katılımcılar, 9501 ₺ - 10500 ₺, 10501 ₺ - 11500 ₺, 11501 ₺ ve üzeri gelir durumuna sahip katılımcılara göre rehberlerin niteliklerini daha önemli bulmaktadırlar.

## 5.2. Sonuç Ve Öneriler

Turist rehberleri, ziyaretçilere tarihi ve kültürel değerler hakkında bilgi aktarmanın yanı sıra, bölgeyi ziyaret eden kişilerin güvenlikleri, turistleri bölgede yer alan güvenilir turizm işletmelerine yönlendirmesi gibi özelliklere de sahip kişilerdir. Turist rehberleri herhangi bir problem durumunda ya da kriz anında turistlerin ilk temasta oldukları kişi konumundadır. Bu nedenle arkeo turizm de turist rehberlerinin rolü oldukça önemlidir.

Elde edilen veriler Burdur ilinde görülen turizm talebi doğrultusunda incelendiğinde; Burdur'un arkeolojik zenginlikleri ve müze/ören yerlerinde yaşanan ziyaretçi artışlarının, turizm talebinin destinasyonların kültürel ve tarihi varlıklara olan ilgisine bağlı olduğunu göstermektedir. Burdur ili müze ve ören yerleri gelirleri, 2018'den 2023'e kadar önemli dalgalanmalar göstermiştir. Özellikle 2020 yılındaki düşüş pandeminin yayılmasıyla paralel olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılına kıyasla 2021'de görülen %144.071'lik gelir durumu artışı, Burdur'un kültürel ve tarihi zenginliklerine olan ilginin ve turizm talebinin nasıl değişebileceğine dair önemli bir gösterge olarak nitelendirilebilir. Önceki yıllarda görülen ziyaretçi sayılarındaki ve gelir düzeyindeki artışlar önümüzdeki yıllarda da gelir düzeyinin ve ziyaretçi sayılarının artacağı öngörüsünü ortaya çıkarmaktadır.

Arkeo turizm, tarihi ve kültürel mirası keşfetme arzusuyla seyahat eden turistler için özel bir ilgi alanı oluşturur. Bu nedenle, turistlerin memnuniyeti, turist rehberlerinin rolü, önemi ve performansı sektörün başarısı için kritik öneme sahiptir. Turist rehberlerinin “dil yetkinliği ve vaat edilen hizmeti yerine getirmesi” ifadeleri 4,16 ortalama ile en yüksek ortalamaya sahip iki ifade olduğu ortaya çıkmaktadır. Katılımcıların turist rehberlerinin dil yetkinliği ve vaat edilen hizmeti yerine getirmesi konularındaki davranışlarına diğer ifadelerden daha fazla önem verdiği görülmektedir. Çokal (2023)'in “*Tur Bilgisi, Sorulara Yeterli Cevap Verebilme ve İletişim Becerisi*”

ifadelerinin ortalamalarının diğer ifadelere verilen cevapların ortalamalarına göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Algılanan önem ve performans değişkenlerinin katılımcıdan katılımcıya, destinasyondan destinasyona ve rehberden rehberine değiştiğini göstermektedir. Turistler, arkeolojik alanlar hakkında derinlemesine bilgi sahibi olmak aynı zamanda deneyimleri esnasında kendilerine vaat edilen hizmetlerden yararlanmak gibi konularda daha ilgili olmaktadır. Dolayısıyla turistlerin memnuniyeti için turist rehberlerinin bilgi birikimi, iletişim becerileri ve rehberlik hizmetlerinin kalitesi kritik öneme sahiptir. Elde edilen bulgular doğrultusunda katılımcıların en önemli buldukları “Dil Yetkinliği” niteliği konusunda turist rehberi performansından memnun kaldığını söylemek mümkündür.

Arkeo turizmde turist memnuniyeti turist rehberi önemi ve performansı arasındaki ilişkiler karmaşıktır ve birbirini etkileyen bir dizi faktöre dayanır. Turistlerin memnuniyeti, rehberin sağladığı bilgi ve iletişim becerilerinin yanı sıra hizmet kalitesiyle doğrudan ilişkilidir. Örneğin, bir rehberin derinlemesine bilgi sağlaması ve turistlerle etkili iletişim kurması, turistlerin deneyimlerinden memnun olmalarını sağlayabilir. Bununla birlikte, turist memnuniyeti aynı zamanda turist rehberinin performansına da bağlıdır. Turist rehberin sunduğu hizmetin kalitesi, turistlerin deneyimlerini doğrudan etkiler ve dolayısıyla memnuniyetlerini etkiler. Özetle, turist memnuniyeti, turist rehberinin önemi ve performansı arasında karşılıklı bir ilişki içindedir ve bu unsurların birbirini etkilediği karmaşık bir dinamik vardır. Araştırma doğrultusunda ziyaretçilerin turist rehberi performansından memnun kaldığı görülmektedir. Aynı şekilde Burdur’da arkeoloji turuna katılan turistler turlardan memnun olmuştur. “Sagalassos, Kıbyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesi ziyaretinden memnun kaldım en yüksek ortalamaya (ort. 3,79) sahiptir.

Arkeo turizmde turist rehberi önemi ve performans matrisine göre turistlerin arkeo turizm deneyimlerinde en önem verdikleri unsurlar arasında rehberin bilgi birikimi, iletişim becerileri, hizmet kalitesi, güvenilirlik ve esneklik gibi faktörler bulunabilir. Bu araştırmanın önem ve performans matrisine göre profesyonel turist rehberlerinin “dil yetkinliği, eğitimi, destinasyon hakkındaki bilgisi, dürüstlüğü ve güvenilirliği, misafirlere saygılı davranması, temiz ve düzenli görünmesi” gibi niteliklerinin korunması gerektiği ve “problem çözme yeteneği, ziyaretçileri bölge hakkında bilgilendirmesi, anlatım becerisi, güvenlik önemleri hakkında bilgilendirmesi, dakiklığı, vaat edilen hizmeti



yerine getirmesi, her zaman yardım için hazır olması, kibarlığı” gibi niteliklerde daha çok yoğunlaşıp mesleki yeterlilikleri doğrultusunda kendini geliştirmesi gerektiği söylenebilmektedir. Bu araştırma literatürde yer alan çalışmalarla (Zhang ve Chow, 2004; Savery, 2004; Rodriquez ve Perez, 2022) arkeo turizm potansiyeli yüksek fakat, turizm bağlamında gelişmemiş bölgelere öneriler sunması ve bu bölgelerin arkeo turizm talebinin arttırılması özelliğinde paralellik göstermektedir.

Turist memnuniyeti, destinasyon memnuniyeti, turist rehberi önemi ve performansı ile yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi, gelir düzeyi ve seyahat alışkanlıkları gibi demografik özellikler arasında tespit edilmiştir. Bu farklılıklar arkeo turizm talebinin yönlendirilmesi ve pazarlama çalışmalarında doğru kararlar verilmesini sağlayabilir. Araştırmalar (Düz, 2016; Çokal, 2023; Albayrak ve Caber, 2011), farklı demografik grupların turist memnuniyeti ve rehberlerle olan etkileşimlerinde farklılıklar olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, turizm sektöründe hizmet sunumu ve pazarlama stratejileri belirlenirken demografik farklılıkların dikkate alınması önemlidir. Araştırmada Burdur ilini ilk kez ziyaret eden kişilerin turist rehberi önemi ve performansı ifadelerine ikinci veya daha fazla sayıda Burdur ilini ziyaret etmiş kişilere göre daha olumlu cevaplar verdiği bulunmuştur. Bekar katılımcıların evli katılımcılara göre turist rehberi önemi ve performansına daha olumlu cevaplar vermiştir. 18 yaşındaki kişilerin turist memnuniyeti, turist rehberi ve önemi ifadelerinde diğer yaş gruplarındaki katılımcılara göre daha olumludur. Lise mezunu kişiler diğer eğitim düzeyine sahip kişilere göre turist rehberi önem ve performansı daha yüksektir. Gelir durumu düştükçe turist memnuniyeti, turist rehberi önem ve performansı daha yüksektir.

Sonuç olarak arkeo turizm, Burdur ilinin ekonomisi için önemli bir gelir kaynağıdır. Turistler, arkeolojik alanlara giriş ücretleri, konaklama, yeme-içme ve hediyelik eşya satın alma gibi yollarla ekonomiye katkıda bulunmaktadır. Burdur ilinin arkeo turizm potansiyelini daha da geliştirmek için bir dizi önlem alınabilir. Bu önlemler şunları içerebilir:

- Arkeolojik alanların altyapısının iyileştirilmesi,
- Pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin artırılması,
- Turist rehberlerinin Burdur destinasyonunu için geliştirilmesi,
- Yeni arkeolojik alanların kazılarak ziyaret edilebilir hale getirilmesi.

Yapılan analizler ve literatür taraması doğrultusunda Burdur ilinde yer alan paydaşlara (turist rehberlerine, turizm işletmecilerine, kamu kurum ve kuruluşları) şu önerilerde bulunulabilmektedir;

- Turist rehberlerinin “dil yetkinliği, eğitimi, destinasyon hakkındaki bilgisi, dürüstlüğü ve güvenilirliği, misafirlere saygılı davranması, temiz ve düzenli görünmesi” gibi niteliklerin korunması gerekmektedir.
- Turist rehberlerinin “problem çözme yeteneği” geliştirmek için çeşitli seminer ve workshoplar düzenlenebilir.
- Akdeniz bölgesinde ikamet eden turistlere yönelik çeşitli etkinlikler düzenlenebilir.
- Öğrencilere yönelik festivaller, arkeo turizm ile ilgili bilgilendirici, eğitici aktiviteler oluşturulabilir.
- Burdur ilini ikinci veya daha fazla kez ziyaret edenlere yönelik arkeo park, arkeo köy gibi temalar yapılabilir.
- Bölgede büyük bir üne sahip Salda Gölü, İnsuyu Mağarası, Lisinia Doğa ve lavanta turları arkeo turizmi ile bütünleştirilebilir.
- Burdur’da sürdürülebilirlik çerçevesinde kırsal turizm, eko turizm, doğa turizmi ve kuş gözlemciliği arkeo turizm faaliyetleri ile desteklenebilir.
- Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Yeşilova İsmail Akın TMYO’nun turizm rehberliği bölümü müfredatına, Burdur ilinin yüksek arkeo turizm potansiyeli nedeniyle, arkeo turizmle ilgili teorik ve uygulamalı dersler eklenebilir/bu derslere ağırlık verilebilir.
- Burdur ilinde hizmet veren profesyonel turist rehberleri için arkeo turizmle ilgili workshoplar, eğitimler ve seminerler gibi etkinlikler düzenlenerek, rehberlerin bu alanda daha fazla bilgi edinmeleri sağlanabilir.

Son olarak bu çalışmanın bazı kısıtları bulunmaktadır. Öncelikle araştırmaya tek bir destinasyon (Burdur) dahil edilmiştir. Farklı destinasyonlar araştırmaya dahil edilerek bulgular karşılaştırmalı olarak sunulabilir. Araştırmanın Burdur ilindeki dört farklı arkeolojik (Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesi) alanda gerçekleştirilmesi ve anket formunun dağıtıldığı tarihler sırasında öğrenci turlarının yoğunlukta olması bu nedenle de katılımcıların çoğunluğunu öğrencilerin oluşturması diğer

bir kısıt olarak ön plana çıkmaktadır. Gelecekte sadece bir arkeolojik alanda gerçekleştirilerek daha detaylı sonuçlar sağlanabilir. Gelecek araştırmalarda anket tekniğinin yanında görüşme ve gözlem gibi yöntemlerle desteklenerek literatüre katkı sağlanabilir.



## KAYNAKLAR

Acharya, S., Mekker, M. ve De Vos, J. (2023). Linking travel behavior and tourism literature: Investigating the impacts of travel satisfaction on destination satisfaction and revisit intention. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 17(1), doi: 10.1016/j.trip.2022.100745.

Adalıoğlu, S. (2005). Türkiye ekonomisinde turizm sektörünün yeri ve dış turizm talep tahmini [Yüksek lisans tezi, T.C. Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. Yök Tez

Akyılmaz, B. (2021). Tourism supply and infrastructure of the mesopotamia destination from the perspective of marketing. *EUropean Journal of Managerial Research*, 5(8), 107-133.

Aladağ, B. (2020). Kibyra antik kentinden 2013-2018 yılları arasında çıkarılan insan iskeletlerinin paleoantropolojik analizi [Yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. Yök Tez

Albayrak, T. Ve Caber, M. (2011) Önem-performans analizi: Destinasyon yönetimine dair bir örnek, *Ege Akademik Bakış*, 11(4), 627-638.

Alegre, J. ve Garau, J. (2010). Tourist satisfaction and dissatisfaction, *Annals of Tourism Research*, 37(1), 52-73. doi: 10.1016/j.annals.2009.07.001

Aliman, N. K., Hashim, S. M., Wahid, S. D. M. ve Harudin, S. (2016). Tourist satisfaction with a destination: An investigation on visitors to langkawi island. *International Journal of Marketing Studies*, 8(3), 173-188. do,: 10.5539/ijms.v8n3p173

Alkan, Y. A. (2023). Alışveriş özelliklerinin destinasyon memnuniyeti ve destinasyon sadakati üzerine etkisi: Alanya örneği [Yüksek lisans tezi, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü]. Yök Tez

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2005). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri spss uygulamalı (5. baskı). Sakarya Kitapevi

Antalya Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Müdürlüğü Envanteri. (t.y.). Burdur taşınmaz kültür varlıkları ve sit alanları istatistiği, Erişim tarihi: 20.02.2024,

<https://kvmmgm.ktb.gov.tr/TR-44799/illere-gore-korunmasi-gerekli-tasinmaz-kultur-varligi-istatistigi.html>

Ap, J. ve Wong, F. K. (2001). Case study on tuour guiding: Professionalism, issues and problems, *Tourism Management*, 22(5), 551-563. doi: 10.1016/S0261-5177(01)00013-9

Araslı, H. ve Baradarani, S. (2014). European tourist perspective on destination satisfaction in jordans industries, *Procedia-Social and Bhavioral Sciences*, 109, 1416-1425 doi: 10.1016/j.sbspro.2013.12.645

Arıkan Saltık, İ. (2017). Ölüdeniz tabiat parkı hizmet kalitesinin önem performans analizi ile değerlendirilmesi, *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 197-210

Avcıkurt, C. (2017). *Turizm sosyolojisi* (5. baskı). Detay Yayıncılık

Aydın, A. ve Gencür, A. (2015). Türkiye'nin turizm arzı, piyasa yapısı ve global riskler: Keşifsel bir yaklaşım. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2). doi: 10.17541/oeymbd.19035

Baker, D. A. ve Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intensions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804. doi: 10.1016/S0160-7383(99)00108-5

Barut, C. (2013). Bitlis ilinin ekonomik kalkınmasında turizm arz potansiyelinin değerlendirilmesi [Yüksek lisans tezi, T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. Yök Tez

Bike Clasical. (y.k.). Kremna şehir planı. Erişim tarihi: 25 Nisan 2024, <https://bikeclassical.blogspot.com/2015/12/cremna-impregnable-ancient-city.html>

Bucak Belediyesi. (y.k.). Kremna antik kenti. Erişim tarihi: 25 Nisan 2024, <https://www.bucak.bel.tr/bucak/Gezi-Rehberi/Kremna-Antik-Kenti/16>

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21 (1), 97-116. doi: 10.1016/S0261-5177(99)00095-3

Burdur Doğa Tarihi Müzesi. (y.k.). Burdur doğa tarihi müzesi hakkında bilgiler. Erişim tarihi: 22 Nisan 2024, <https://muze.gov.tr/muze-detay?sectionId=DTM01&distId=MRK>.

Burdur İl Kültür Turizm Müdürlüğü. (2024) [iktm15@ktb.gov.tr](mailto:iktm15@ktb.gov.tr) Müze ve Örenyeri İstatistikleri kişisel e-posta [anilyigin@gmail.com](mailto:anilyigin@gmail.com), (03.06.2024).

Burdur Valiliği. (y.k.) İdari yapı ve nüfus. Erişim tarihi: 14 Şubat 2024, <http://www.burdur.gov.tr/idari-yapive-nufus>

Campo-Martinez, S. ve Grau-Vadell, J. B. (2010). The generation of tourism destination satisfaction. *Toruizm Economics*, 16(3), 461-475. doi: 10.5367/000000010792278383

Cengiz, F. ve Katrancı, K. (2013). Üçüncü yaş turistlere yönelik turistik ürün önem-performans analizi. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 5(2), 29-35.

Ceylan, S. (2015). Ağlasun ilçesinin alternatif turizm kaynakları (1. baskı). Pegem Akademi

Chi, C. G. Q. ve Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, toruist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29(4), 624-636. doi: 10.1016/j.tourman.2007.06.007

Cohen, E. (1985). The tourist guide. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29. doi: 10.1016/0160-7383(85)90037-4

Cole, S. T. ve Scott, D. (2004). Examining the mediating role of experience quality in a model of tourist experiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 16(1), 79-90. doi: 10.1300/j073v16n01\_08

Correia, A., Kozak, M. ve Ferradeira, J. (2013). From tourist motivations to tourist satisfaction. *International Journal of Culture, Tourism and Hopitality Research*, 7(4), 411-424 doi: 10.1108/IJCTHR-05-2012-0022

Cura, G. (2021) Eskişehir örneğinde turizm talep tahmini [Yüksek lisans tezi, T.C. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. Yök Tez

Çetinkaya, Ö. (2017). Kruvaziyer turistlerinin deneyimleri, memnuniyetleri ve davranışsal niyetleri: İstanbul'da örnek bir çalışma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 110-132. doi: 10.20491/isarder.2017.264

Çokal, Z. (2023). Turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerinin önem performans analizine göre değerlendirilmesi. *Turist Rehberleri Dergisi (TURED)*, 6(2), 95-112. doi: 10.34090/tured.1336682

Çolakoğlu, E. O., Epik, F. ve Efendi, E. (2010). Tur yönetimi ve turist rehberliği (2. baskı). Detay Yayıncılık.

Çulha, O. (2008). Kültür turizmi kapsamında destekleyici turistik ürün olarak deve güreşi festivalleri üzerine bir alan çalışması. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 3(12), 1827-1852. doi: 10.19168/jyu.56877

Değirmencioglu, A. Ö. (2001). Türkiye'de turizm rehberliği eğitimi üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 189-196.

Demiraslan, Y., Gürbüz, İ., Dilek, Ö. G., Özüdoğru, Ş. ve Özgel, Ö. (2018). Osteometric examination of skeletal remains of sheep uncovered in excavations performed in ancient city of kibyra. *Kocatepe Veterinary Journal*, 11(4), 334-355. doi: 10.30607/kvj.414096

Demirci, D. ve Çelik, M. (2020). Burdur müzesinde yer alan düz dokuma yaygılar. *Art-E Sanat Dergisi*, 13(25), 362-394. doi: 10.21602/sduarte.684355

Demirer, Ü. ve Elam, N. (2018). Lead seals of the kibyra excavations. *Adalya*, 21, 245-276.

Demirtaş, N. (2015). Hermes representation on civic coins of the psidia region. *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 34(57), 41-64. doi: 10.1501/Tarar\_0000000597

Deng, W. (2007). Using a revised importance-performance analysis approach: The case of taiwanese hot springs tourism. *Tourism Management*, 28, 1274-1284. doi: 10.1016/j.tourman.2006.07.010

Doğaner, S. (2013). Türkiye kültür turizmi (1. baskı). Doğu Kitabevi

Durmuş, B., Yurtkoru, E. S. ve Çinko, M. (2011). Sosyal bilimlerde spssle veri analizi (7. baskı). Beta Basım Yayım.

Durukan, A. (2022). Kremna'dan bir kadın torsosu. Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi, 1(53), 96-107. doi: 10.17498/kdeniz.1074789

Düz, B. (2016). Turist rehberlerinin performans kriterlerini belirlemeye yönelik bir çalışma: Turist rehberliği performans ölçeği geliştirilmesi [Yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. Yök Tez

Ekinci, H. A. (2005). Burdur İl Sınırları İçerisinde Yapılmış Olan Kazılar ve Araştırmalar, 1. Burdur Sempozyumu Bildiriler Kitabı (16-19 Kasım 2005), Burdur: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, 661-670.

Erdoğan, D. (2020). Havaalanı hizmet kalitesinin önem-performans analiziyle değerlendirilmesi: Gaziantep havalimanı örneği. Journal of Aviation Reserach, 2(2), 82-100.

Erdoğan, H. A. (2021). A key to various opportunities fort he development in culturei economy and integration in asia minor: A successful archaeotourism planning. Journal of Yasar University, 16 , 30-39. doi: 10.19168/jyasar.807404

European Federation of Tourist Guide Association. (y.t.). Who is the tour guides. Erişim tarihi: 06 Şubat 2024 <https://www.feg-touristguides.com/>

Fleischer, R. (1972). Untersucuhungen in Sagalassos 1972. Türk Arkeoloji Dergisi, (36), 45-48

Fleischer, R. (1974). Untersucuhungen in Sagalassos 1974. Türk Arkeoloji Dergisi, (40), 54-56

Fojtik, J. ve Somogyi, A. (2008). Destination marketing and development opportunities for micro-regions the case of the Sárköz Wedding Show. Erişim tarihi: 29 Haziran 2024. <https://researchgate.net/publication/242519829>

Garrod, B. ve Fyall, A. (2000). Managing heritage tourism. Annals of Tourism Research, 27(3), 682-708 doi: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00094-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00094-8)

George, D. ve Mallery, M. (2010). Spss for windows step by step: A simple guide and reference (17. baskı). Allyn&Bacon

Gönüllü, A. R. (2010). Milli mücadele döneminde burdur (1919-1922). Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, (27), 589-635.



Gül, T. (2014). “Rekreasyon Olgusuna Genel Yaklaşım” *Rekreasyona Giriş*, Yaylı, A. (ed.), Detay Yayıncılık, 2-62 .

Güler, A. E. ve Tarkan, D. (2020). The mosaic inscriptions of the cibyan odeion. *Journal of Mosaic Research*, (13), 73-84. doi: 10.26658/jmr.782137

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2013). *Multivariate Data Analysis*: Pearson Education Limited.

Huan, T. ve Beaman, J. (2007). Executive learning exercise and trainer’s notes for importance-performance analysis (IPA). *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 1(4), 315-327. doi: 10.1108/17506180710824208

Ibrahim, E. E. ve Gill, J. (2005). A positioning strategy for a atourist destination, based on analysis of customer’s perceptions and satisfactions. *Marketing Intelligence and Planning*, 23(2), 172-188. doi: 10.1108/02634500510589921

Investopedia. (y.k.). What is the meaning of supply. Erişim tarihi: 18 Mayıs 2024, <https://www.investopedia.com/terms/s/supply.asp>

İnan, J. (1970). 1970 kremna kazısı raporu. *Türk Arkeoloji Dergisi*, (32), 51-101.

Kahraman, N. (2015). Burdur ilinde doğal anıt örnekleri. *Akdeniz İnsani Bilimler Dergisi*, 5(1), 269-280

Kaya, M. C. (2013). Askeplios nea paphos-alexandria-trier tipi için replik önerisi: Kremna askepliosu. *Anadolu*, (49), 185-199. doi: 10.36891/anatolia.1360983

Kement, Ü., Erkol Bayram, G., Valeri, M., Başar, B. ve Tuce Güngör, Z. (2023). Archeological attractions within intention to participate in archeotourism: A case in çorum, turkey. *Tourim and Hospitality Management*, 29(4), 593-608. doi: 10.20867/thm.29.4.10

Kersel, M. ve Rowan, Y. (2012). Beatiful, good, imortant and special: Cultural heritage, archaeology, toruisim and the miniature in the holy land. *Heritage & Society*, 5(2), 199-220. doi: 10.1179/hso.2012.5.2.199

Kızılırmak, İ. ve Kurtuldu, H. (2005). Kültürel turizmin önemi ve tüketici tercihlerinin belirlenmesine yönelik bir çalışma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 100-120.

Kozak, A. M. (2012). Genel turizm bilgisi (Elektronik baskı). Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Tesisleri

Kozak, M. (2001). Comparative assesment of tourist satisfaction with destinations across two nationalities. *Tourism Management*, 30(4), 391-401. doi: 10.1016/S0261-5177(00)00064-9

Kozak, M. ve Rimmington, M. (1998). Benchmarking: Destination attractiveness and small hospitality bussiness performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(5), 184-188. doi: 10.1108/09596119810227767

Kozak, M., Bigne, E. ve Andreu, L. (2005). Satisfaction and destination loyalty. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 5(1), 43-59. doi: 10.1300/j162v05n01\_04

Kozak, N., Kozak, A. M. ve Kozak, M. (2018). Genel turizm ilkeler-kavramlar (20. baskı). Detay Yayıncılık

Köker, H. (2019). Kakasbos/Herakles (?) ve yeni bir bronz sagalassos sikkesi. *OLBA*, (27), 465-476.

Köklü, N., Bütükoztürk, Ş. ve Bökeoğlu, Ö. Ç. (2006). Sosyal bilimler için istatistik (17. baskı). Pegem Akademi Yayıncılık.

Kültür PortalıA. (y.k.). Burdur müzesi. Erişim tarihi: 22 Nisan 2024. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/burdur/gezilecekyer/burdur-muzesi>

Kültür PortalıB. (y.k.). Kibyra antik kenti. Erişim tarihi: 14 Şubat 2024. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/burdur/gezilecekyer/kibyra-antik-kenti>

Kültür PortalıC. (y.k.). Kremna antik kenti. Erişim tarihi: 22 Nisan 2024. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/burdur/gezilecekyer/kremna>

Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel MüdürlüğüA. (y.k.) 2023 yılı kazı ve yüzey araştırma faaliyetleri. Erişim tarihi. 07 Mart 2024. <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-364277/2023-yili-kazi-ve-yuzey-arastirma-faaliyetleri.html>

Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel MüdürlüğüB. (y.k.). Burdur müzesi. Erişim tarihi: 07 Mart 2024. <https://kvmgm.ktb.gov.tr/Eklenti/90888,burdur-muzesipdf.pdf?0>

Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel MüdürlüğüC. (y.k.). Burdur doğa tarihi müzesi. Erişim tarihi: 07 Mart 2024. <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-159112/burdur-doga-tarihi-muzesi.html>

Kürkçü, M. (2015). Ariasoss ve kremna’da gözlemlenen su sistemleri ve sarnıçlar hakkında bir değerlendirme. Akdeniz İnsani Bilimler Dergisi, 5(1), 301-311. doi: 10.13114/MJH.2015111385

Mansel, A. M. (1960). Osman hamdi bey. Belleten, 24(94), 291-302.

Martilla, J. ve James, J. (1977). Importance-performance analysis, Journal of Marketing, 41(1), 77-79. doi: 10.1177/002224297704100112

Metin, H. (2013). Kremna’dan iki kandil kalıbı üzerine gözlemler, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, (28), 255-264.

Metin, H. (2016). Kremna ve çevresi yüzey araştırması 2015 sonuç raporu. Erişim tarihi: 22 Nisan 2024. <https://www.ttk.gov.tr/wp-content/uploads/2016/11/12-Kremna.pdf>

Metin, H. (2017). Hellenistic mouldmade bowl moulds from kremna. OLBA, (25), 259-296

Metin, H. (2019). Burdur müzesi’nden bir röliker haç. (24), 413-418. doi: 10.9775/kausbed.2019.036

Metin, H. ve Becks, B. A. P. (2015). Burdur müzesi metal kandilleri. OLBA, (23), 261-320

Metin, H. ve Soslu, S. (2018). The altıkapılı cave church at psidia. Adalya, (21), 311-334 doi: 10.16990/SOBIDER.4131

Minghetti, V. (2001). From destination to destination merkenig and management: Designing and repositioning tourism produtcs. International Journal of Tourism Research, 3 (3), 255-257. doi: 10.1002/jtr.274

Müküs, C. (2009). Doğu anadolu bölgesi’nde çalışan turist rehberlerinin yeterliliği ve turist memnuniyetinin analizi [Yüksek lisans tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. Yök Tez

Omo-Obas, P ve Anning-Dorson, T. (2022). Cognitive-affective-motivation factors influencing international visitors destination satisfaction and loyalty, *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(5), 2222-2240 doi: 10.1108/JHTI-05-2022-0178

Özbilen, S. (2020). Arkeoloji; Geçmiş, zaman ve kuram. OANNES – Uluslararası Eskiçağ Tarihi Araştırmaları Dergisi, 2(1), 41-65

Özgen Ö. (2000). Kapadokya yı ziyaret eden turistlerin genel seyahat motivasyonları ve tatmin olma durumları, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 22-34

Özüdoğru, Ş. (2018). Geç antikçağ'da kibyra. *CEDRUS The Journal of MCRI*, 6, 13-64 doi: 10.13113/CEDRUS/201803

Özüdoğru, Ş. ve DüNDAR, E. (2007). Kibyra geç roma – erken doğu roma dönemi mühürlü unguentariumları, *OLBA*, 15, 145-178

Özüdoğru, Ş. ve Tarkan, D. (2023). Kibyra olympeion odeionu pulpitem cephesi opus sectile kaplaması ve orkestra opus sectile aigis/medusa döşemesi. *OLBA*. 16(16), 143-198.

Pacifico, D. ve Vogel, M. (2012). Archaeological sites, modern communities and tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1588-1611. doi: 10.1016/j.annals.2012.04.002

Pike, S. (2016). Destination marketing: An international perspective. *Tourism Management*, (56). doi: 10.1016/j.tourman.2016.04.006.

Pizam, A., Neumann, Y. ve Reichel, A. (1978). Dimensions of tourist satisfaction with a destination area. *Annals of Tourism Research*, 5(3), 314-322. doi: 10.1016/0160-7383(78)90115-9

Ramkissoon, H., Smith, L. D. G. ve Wiler, B. (2013). Relationships between place attachment, place satisfaction and pro-environmental behaviour in an australian national park. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(3), 434-457. doi: 10.1080/09669582.2012.708042

Ramsey, D. ve Everitt, J. (2008). If you dig it, they will come!: Archaeology heritage sites and tourism development in belize, central america. *Tourism Management*, 23(5), 909-916. doi: 10.1016/j.tourman.2007.11.002

Rodriguez, M. ve Perez, L. M. (2022). Incentives and constraints for archeological tourism: A case study in spain, *Current Issues in Tourism*, 25(8), 1185-1191. doi: 10.1080/13683500.2021.1902287

Ross, D., Saxena, G., Correia, F. ve Deutz, P. (2017). Archaeological tourism: A creative approach. *Annals of Tourism Research*, 67, 37-47. doi: 10.1016/j.annals.2017.08.001

Saini, S. ve Arasanmi, C. N. (2020). Attaining digital advocacy behaviour through destination image and satisfaction. *International Journal of Tourism Cities*, 7(1), 119-134. doi : 10.1108/IJTC-07-2019-0108

Salleh, M., Khatijah, O. ve Yaakoop, Y. A. (2013) Tourist satisfaction in malaysia. *International Journal of Business and Social Science*, 4(5), 221-226.

Sanchez-Sanchez, M. D., De-Pablos-Heredero, C. ve Montes-Botella, J. L. (2024). Direct and moderating effects of covid-19 on cultural tourist satisfaction, *European Research of Management and Business Economics*, 30(1). doi: 10.1016/j.iedeen.2023.100238

Sarkım, M. (2007). Sürdürülebilir turizm kapsamında turistik ürün çeşitlendirme politikaları ve antalya örneği [Doktora tezi, İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. Yök Tez

Savery, H. (2004). The management and marketing of jamaica's past: Archaeology and heritage tourism [Yayınlanmamış Yüksek lisans tezi] Binghamton University of New York.

Sekaran, U. (2023). Research methods for business: A skill-building approach (4. baskı). Wiley

Selim, S., Çelenk, A. ve Van, M. H. (2022). Türkiye’de turizm sektörüne sağlanan teşviklerin turizm talebi üzerindeki etkisi: Yapısal kırılmalı bir analiz. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 29(4), 759-784. doi: 10.18657/yonveek.1065066

Slack, N. (1994). The importance-performance matrix as a determinant of improvement priority. *International Journal of Operations & Production Management*, 14(5), 59-75. doi: 10.1108/01443579410056803

Song, H., Veen, R., Ki, G. ve Chen, L. J. (2012). The hong kong tourist satisfaction index, *Annals of Tourism research*, 39(1), 459-479. doi: 10.1016/j.annals.2011.06.001

Sop, S. Yeşiltaş, M. ve Soslu, S. (2019). Fiziksel çevrenin müze ziyaretçileri üzerine etkisi: Burdur müzesi örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(4), 3889-3910. doi: 10.33206/mjss.518605

Soslu, S. (2021). Kremna antik kenti savunma sistemleri cilt I. [Doktora tezi, T.C. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. Yök Tez

Srivastava, S. (2015). Archeotourism: An approach to heritage conservation and area development: Case analysis of bodoli temples. *Global Journal of Engineering, Science & Social Science Studies*, 1(2), 31-42

Su, L., Hsu, M. K. ve Swanson, S. (2016). The effect of tourist relationship perception on destination loyalty at a world heritage site in china: The mediating role of overall destination satisfaction and trust. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(2), 180-210. doi: 10.1177/1096348014525630

Şahin, D. (2019). Arkeoloji ve sanat tarihi nerede başlamalı, nerede bitmelidir?. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim (TEKE) Dergisi*, 8(4), 2399-2410. doi: [10.7884/teke.4621](https://doi.org/10.7884/teke.4621)

T.C. Kültür ve Turizm BakanlığıA. (y.k.). Burdur doğa tarihi müzesi. Erişim tarihi: 19 Mart 2024. <https://burdur.ktb.gov.tr/>

T.C. Kültür ve Turizm BakanlığıB. (y.k.) 2023 yılı turizm istatistikleri. Erişim tarihi: 19 Mart 2024. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>

Tabachnick B. G. ve Fidell L.S. (2013). *Using multivariate statistics* (6. baskı). Pearson

Talloe, P. (2017). Psidian-greek-roman: Acting out communal identity on the upper agora of sagalassos. *Colloquium Anatolicum*, 16, 104-112.

Talloon, P. ve Poblome, J. (2018). The age of specialization, dionysus and the production of wine in late antiquity: A view from sagalassos (sw turkey). OLBA, (27), 413-442.

Talloon, P. ve Poblome, J. (2020). Every agora needs a fountain: The early roman imperial fountaion on the upper agora of sagalassos (sw turkey). Colloquium Anatolicum, 19, 151-168.

Talloon, P., Uytterhoeven, I., Haciguzeller, P. ve Cleymans, S. (2019). Sagalassos'ta 2017 kazıları, restorasyon çalışmaları ve malzeme etütleri, 40. Kazı Sonuçları Toplantısı 2. Cilt, 485-506.

Thompson, K. ve Schofield, P. (2007). An investigation of the relationship between public transport performance and destination satisfaction, Journal of Transport Geography, 15(2), 136-144. doi : 10.1016/j.jtrangeo.2006.11.004

Tosun, C., Dedeoğlu, B. B. ve Fyall, A. (2015). Destination service quality affective image and revisit intention: The moderating role of past experience. Journal of Destination Marketin & Management, 4(4), 222-234. doi: 10.1016/j.jdmm.2015.08.002

Tozkoparan, U., Elinol, A. ve Gürlek, M. (2021). *Her yönü ile burdur 2010 il yıllığı*, Burdur'da Turizm (Ed: Kılınç, M.) Burdur Valiliği, 441-479.

Turist Rehberliği Meslek Kanunu (y.k.). 6326 sayılı turist rehberliği meslek kanunu. Erişim tarihi: 19 Mart 2024. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.6326.pdf>

Türk Dil Kurumu SözlüğüA, (y.k.). Kültür. Erişim tarihi: 19 Mart 2024. <https://sozluk.gov.tr/>

Türk Dil Kurumu SözlüğüB, (y.k.). Arkeoloji. Erişim tarihi: 19 Mart 2024. <https://sozluk.gov.tr/>

Türk Dil Kurumu SözlüğüB, (y.k.). Arz. Erişim tarihi: 19 Mart 2024. <https://sozluk.gov.tr/>

Türkiye İstatistik Kurumu. (y.k.). İl ve ilçeler nüfusu. Erişim tarihi: 14 Şubat 2024. [www.tuik.gov.tr/indir/duyuru/favori\\_raporlar.xlsx](http://www.tuik.gov.tr/indir/duyuru/favori_raporlar.xlsx)

Usta, Ö. (2009). Turizm genel ve yapısal yaklaşımlar (2. baskı). Detay Yayıncılık

Ünal, İ. (2016). *Özel ilgi turizmi çeşitleri* (Ed: Yaylı, A. ve Sürücü, Ö.) Özel İlgi Turizmi 89-116, Detay Yayıncılık.

Vanhaverbeke, H. (2010). Sagalassos arkeolojik kazılarının turizm açısından değerlendirilmesi. Geçmişten Geleceğe Burdur Halk Kültürü ve Turizm Sempozyumu, 101-105

Waitt, G. (2000). Consuming heritage: Perceived historical authenticity, *Annals of Tourism Research*, 27(4), 835-862. doi: 10.1016/S0160-7383(99)00115-2

Walker, C. (2005). Archaeological tourism: Looking for answers along Mexico's Maya Riviera, *NAPA Bulletin*, 23, 60-76. doi: 10.1525/napa.2005.23.1.60

Willet, R. ve Poblome, J. (2015). The scale of Sagalassos red slip ware production – reconstructions of local need and production output of Roman imperial tableware. *Adalya*, 18, 129-158.

Williems, A. ve Dunning, C. (2015). Solving the puzzle – the characteristics of archaeological tourism, in: *Crossing borders and connecting people in archaeological heritage management* (E-Kitap). Sidestone Press.

World Federation of Tourist Guide Associations (y.k.). Tourist guides. Erişim tarihi: 05 Şubat 2024. <https://wftga.org/>

Yang, E. ve Smith, J. W. (2024). Tourism supply and demand in the gateway communities of southeastern Utah (USA). *Journal of Destination & Marketing Management*. doi: 10.1016/j.jdmm.2024.100899

Yavuz, A. Y., Aladağ, B. ve Aytekin, A. İ. (2023). Kibyra antik kenti bazilika planlı kilise insanlarının antropolojik analizi. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(3), 635-649. doi: 10.30692/sisad.1317058

Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2014). *Spss uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri* (4. baskı). Detay Yayıncılık

Yıldız, V. (2020). Alanya arkeoloji müzesi'nden bir grup Sagalassos kırmızı astarlı seramiği. *TÜBA-KED Türkiye Bilimler Akademisi Kültür Envanteri Dergisi*, (21), 182-197. doi: 10.22520/tubaked.2020.21.010



Yiğın, A. ve Akay, B. (2023). Burdur ili arkeoloji turizmi (arkeo-turizm) potansiyeli üzerine bir inceleme. Turar Turizm ve Araştırma Dergisi, 12(1), 29-51.

Yüksek Öğretim Kurumu. (y.k.). Turizm rehberliği bölümleri. Erişim tarihi: 24 Mart 2024. <https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans-bolum.php?b=11007>

Zhang, H. Q. ve Chow, I. (2004). Application of importance-performance model in tour guides performance: Evidence from mainland Chinese outbound visitors in hong kong. Tourism Management, 25, 81-91. doi: 10.1016/S0261-5177(03)00064-5

Zhang, X., Song, H. ve Huang, G.Q. (2009). Tourism supply chain management: A new research agenda. Tourism Management, 30, 345-358. doi: 10.1016/j.tourman.2008.12.010

## EKLER

### Ek-1: Anket Formu

#### Değerli Katılımcı,

Bu araştırma anketi Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde yürütülmekte olan “BURDUR İLİNDEKİ ARKEO-TURİZM ALANLARINDA TURİST MEMNUNİYETİ, DESTİNASYON MEMNUNİYETİ VE TURİST REHBERLERİNİN ÖNEM-PERFORMANS ANALİZİ” başlıklı yüksek lisans tez çalışması için yapılmaktadır. Katılımcılardan edinilecek bilgiler tamamen bilimsel amaçlı kullanılacaktır. Katılımlarınız bizim için önemlidir. Değerli katkılarınızdan dolayı teşekkür ederiz Saygılarımla.

#### Anıl YİĞİN

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ABD,

**Danışman Doç. Dr. Bayram AKAY**

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO.

|                                                                            |                                                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Cinsiyetiniz</b>                                                        | Kadın [ ] Erkek [ ]                                                                                                                                                                            |
| <b>Medeni Durumunuz</b>                                                    | Evli [ ] Bekâr [ ] Boşanmış [ ]                                                                                                                                                                |
| <b>Yaşınız</b>                                                             | 18 [ ] 19-34 [ ] 35-50 [ ] 51-64 [ ] 65 üzeri [ ]                                                                                                                                              |
| <b>Eğitim Durumunuz</b>                                                    | İlköğretim [ ] Ortaöğretim [ ] Lise [ ] Önlisans [ ] Lisans [ ] Lisansüstü [ ]                                                                                                                 |
| <b>Aylık geliriniz</b>                                                     | 8500 TL ve Altı [ ] 8501 TL – 9500 TL [ ] 9501 TL - 10500 TL [ ] 10501 TL – 11500 TL [ ] 10501 TL ve üzeri [ ]                                                                                 |
| <b>Çalışma durumunuz</b>                                                   | İşsiz [ ] İşçi [ ] Memur [ ] Esnaf [ ] Emekli [ ] Öğrenci [ ] Ev Hanımı [ ] Diğer [ ]                                                                                                          |
| <b>Daha önce arkeo turizm faaliyetlerine katıldınız mı ?</b>               | Evet [ ] Hayır [ ]                                                                                                                                                                             |
| <b>Daha önce arkeoloji turuna katıldıysanız hangi bölgede katıldınız ?</b> | Akdeniz Bölgesi [ ] Karadeniz Bölgesi [ ] Ege Bölgesi [ ] Marmara Bölgesi [ ]<br>İç Anadolu Bölgesi [ ] Doğu Anadolu Bölgesi [ ] Güneydoğu Anadolu Bölgesi [ ]<br>Bu İlk Arkeoloji Turumdu [ ] |
| <b>Burdur ilini ilk ziyaret edisiniz mi?</b>                               | Evet [ ] Hayır [ ]                                                                                                                                                                             |

|                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                |                     |                                       |                    |                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------------------------|--------------------|-------------------------------|
|                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                |                     |                                       |                    |                               |
| <b>Hangi bölgede ikamet etmektesiniz?</b>                                                                                                      | Akdeniz Bölgesi [ ] Karadeniz Bölgesi [ ] Ege Bölgesi [ ] Marmara Bölgesi [ ]<br>İç Anadolu Bölgesi [ ] Doğu Anadolu Bölgesi [ ] Güneydoğu Anadolu Bölgesi [ ] |                     |                                       |                    |                               |
| Aşağıdaki alanlarla ilgili düşüncelerinizi belirtiniz.                                                                                         | <b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>                                                                                                                                 | <b>Katılmıyorum</b> | <b>Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum</b> | <b>Katılıyorum</b> | <b>Kesinlikle Katılıyorum</b> |
| <b>Turist Memnuniyeti</b>                                                                                                                      |                                                                                                                                                                |                     |                                       |                    |                               |
| Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesi ziyaretinde rehberlik hizmetinden memnun kaldım.                                         | ( 1 )                                                                                                                                                          | (2)                 | (3)                                   | (4)                | (5)                           |
| Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesi ziyaretinde tur hizmetlerinden memnun kaldım.                                            | ( 1 )                                                                                                                                                          | (2)                 | (3)                                   | (4)                | (5)                           |
| Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesi ziyaretinde genel olarak tur deneyimimden memnunum.                                      | ( 1 )                                                                                                                                                          | (2)                 | (3)                                   | (4)                | (5)                           |
| Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesi ziyaretimde turist rehberi genel olarak beklentilerimi karşıladı.                        | ( 1 )                                                                                                                                                          | (2)                 | (3)                                   | (4)                | (5)                           |
| Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesi ziyaretimde aldığım rehberlik hizmetini düşününce bu tura katılmak akıllıca bir karardı. | ( 1 )                                                                                                                                                          | (2)                 | (3)                                   | (4)                | (5)                           |
| <b>Yer Memnuniyeti</b>                                                                                                                         |                                                                                                                                                                |                     |                                       |                    |                               |
| Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesini ziyaret ettiğim için doğru bir seçim yaptığıma inanıyorum.                             | ( 1 )                                                                                                                                                          | (2)                 | (3)                                   | (4)                | (5)                           |
| Genel olarak Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesini ziyaret etme kararımın memnun kaldım.                                     | ( 1 )                                                                                                                                                          | (2)                 | (3)                                   | (4)                | (5)                           |
| Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesini ziyaret ettiğim için mutluyum.                                                         | ( 1 )                                                                                                                                                          | (2)                 | (3)                                   | (4)                | (5)                           |
| Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesini ziyaret etmekten çok keyif aldım.                                                      | ( 1 )                                                                                                                                                          | (2)                 | (3)                                   | (4)                | (5)                           |
| Sagalassos, Kibyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesini ziyaret etmek beklediğimden daha iyiydi.                                               | ( 1 )                                                                                                                                                          | (2)                 | (3)                                   | (4)                | (5)                           |

|                                                                                           |       |     |     |     |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|-----|-----|-----|
| Sagalassos, Kıbyra, Arkeoloji veya Doğa Tarihi Müzesi ile ilgili olumlu düşüncelerim var. | ( 1 ) | (2) | (3) | (4) | (5) |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|-----|-----|-----|

| Burdur ilinde hizmet aldığınız profesyonel turist rehberinin özelliklerini e yeterlilikleri belirleyen aşağıdaki kutucuklardan uygun olanını işaretleyiniz |        |                     |        |            |                                              |                                                                                        |          |                        |         |             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---------------------|--------|------------|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|----------|------------------------|---------|-------------|
| Bir turist rehberinde olması gereken özellik ve nitelikleri aşağıdaki ifadeleri dikkate alarak değerlendiriniz.                                            |        |                     |        |            | İfadeler                                     | Hizmet aldığınız rehber belirtilen özellik ve nitelikleri hangi düzeyde karşılamıştır. |          |                        |         |             |
| Çok Önemli                                                                                                                                                 | Önemli | Ne Önemli Ne Önemli | Önemli | Çok Önemli |                                              | Çok Yetersiz                                                                           | Yetersiz | Ne Yeterli Ne Yetersiz | Yeterli | Çok Yeterli |
| 1                                                                                                                                                          | 2      | 3                   | 4      | 5          |                                              | 1                                                                                      | 2        | 3                      | 4       | 5           |
|                                                                                                                                                            |        |                     |        |            | Dil Yetkinliği                               |                                                                                        |          |                        |         |             |
|                                                                                                                                                            |        |                     |        |            | İyi Eğitimliydi                              |                                                                                        |          |                        |         |             |
|                                                                                                                                                            |        |                     |        |            | Arkadaşlık Atmosferi                         |                                                                                        |          |                        |         |             |
|                                                                                                                                                            |        |                     |        |            | Problemleri Çözme Yeteneği                   |                                                                                        |          |                        |         |             |
|                                                                                                                                                            |        |                     |        |            | Destinasyon Hakkındaki Bilgisi               |                                                                                        |          |                        |         |             |
|                                                                                                                                                            |        |                     |        |            | Ziyaretçileri Bölge Hakkında Bilgilendirmesi |                                                                                        |          |                        |         |             |
|                                                                                                                                                            |        |                     |        |            | Anlatım Becerisi                             |                                                                                        |          |                        |         |             |
|                                                                                                                                                            |        |                     |        |            | Ziyaretçileri Günlük Olarak                  |                                                                                        |          |                        |         |             |

|  |  |  |  |  |                                                       |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|-------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  | Bilgilendirmesi                                       |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | Ziyaretçileri<br>Güvenilir<br>Mağazalara<br>Götürmesi |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | Güvenlik<br>Önlemleri<br>Hakkında<br>Bilgilendirmesi  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | Dakiklığı                                             |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | Vaat Edilen<br>Hizmeti<br>Yerine<br>Getirmesi         |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | Detaylara<br>Dikkat Etmesi                            |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | Dürüstlüğü ve<br>Güvenirliliği                        |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | Misafirlere<br>Saygılı<br>Davranması                  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | Arkadaş<br>Canlısı                                    |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | Her Zaman<br>Yardım İçin<br>Hazır Olması              |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | Mizah<br>Anlayışı                                     |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | Temiz ve<br>Düzenli<br>Görünmesi                      |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | Kibarlığı                                             |  |  |  |  |  |

## ÖZGEÇMİŞ

### **Kişisel Bilgiler:**

Adı ve Soyadı: Anıl YİĞİN

### **Eğitim Durumu:**

Lisans Öğrenimi:

Sinop Üniversitesi Turizm Rehberliği (İ.Ö.) (2020)

Yüksek Lisans Öğrenimi:

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, SBE, Turizm İşletmeciliği

### **Yabancı Dil ve Düzeyi:**

İngilizce (B2)

### **Bilimsel Yayınlar ve Çalışmalar:**

Yiğın, A. ve Akay, B. (2023). Burdur ili arkeoloji turizmi (arkeo-turizm) potansiyeli üzerine bir inceleme. Turar Turizm ve Araştırma Dergisi, 12(1), 29-51.