



KORKUT ATA TÜRKİYAT ARAŐTIRMALARI DERĐİŐİ
Uluslararası Dil, Edebiyat, Kültür, Tarih, Sanat ve Eğitim Araştırmaları
Dergisi
The Journal of International Language, Literature, Culture, History, Art and
Education Research

|| Sayı/Issue 20 (Mart/March 2025), s. 375-397
|| Geliş Tarihi-Received: 15.02.2025
|| Kabul Tarihi-Accepted: 30.02.2025
|| Araştırma Makalesi-Research Article
|| ISSN: 2687-5675
|| DOI: 10.5281/zenodo.15071356

Macaristan Kaloçsa Nakışlarının Hediyeelik Eşya Pazarındaki Yeri*

Place of Hungarian Kalochsa Embroidery in the Souvenir

Mitat KANDEMİR**

Öz

İşleme teknikleri toplumların kültürlerinin aktarıldığı, geleneklerinin yaşatıldığı ve turistik hediyeelik eşya sektöründe bir değer taşıdığı görülmektedir. Toplumların gelenek ve göreneklerini yaşatmaları ve sürdürülebilmeleri önemlidir. lkeleri ve şehirleri ziyaret eden yerli ve yabancı turist sayısı her geçen gün daha da artmaktadır. Bu turistlerin buldukları bölgelerden ayrılırken, gezip gördükleri yerlerin anısına kendilerine ve vrelerindeki kişilere hediye götürme alışkanlıkları vardır. Bu durum, hediyeelik ürün pazarının her geçen gün büyüyüp gelişmesine vesile olmaktadır. Gelişmiş ülkelerde bu pazarlara çok önem verilmektedir. Turistlerin ihtiyaçlarının belirlenmesi için bu ülkeler çeşitli araştırmalar ve bu araştırmaların sonucunda da birtakım geliştirmeler de yapmaktadır. Macaristan da yeni yeni bu çalışmalardan bahsedilmektedir. Kaloçsa işlemeleri bu turistik hediyeelik eşya pazarında önemli bir yere sahip olmaktadır.

Araştırma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; araştırmanın tanımı, önemi ve amacı, ikinci bölümde yöntem, materyal, evren ve örneklem, nc bölümde bulgular ve yoruma yer verilmiştir. Dördüncü bölümde ise sonuç kısmı yer almaktadır. Yapılan bu araştırmada; Macaristan Kaloçsa Nakışlarının Hediyeelik Eşya Pazarındaki Yeri amacıyla Macaristan Budapeşte’de 200 kişiye 2 bölümden ve 26 sorudan oluşan anket uygulanmıştır. Bu anket verileri SPSS programına yüklenmiş ve sonuçları uzman kişilerce değerlendirilmiştir. Değerlendirme verileri için her soru ayrı ayrı değerlendirilip yüzdelikleri hesaplanmış ve pasta grafiği ile yüzdelikler bulgular kısmında verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Macaristan, Kaloçsa, işleme, hediyeelik eşya.

Abstract

It is seen that the processing techniques are the transmission of the cultures of societies, the survival of their traditions and have a value in the touristic souvenir sector. It is important for societies to keep their traditions and customs alive and to sustain them. The number of local and foreign tourists visiting countries and cities is increasing day by day. These tourists have a habit of taking gifts to themselves and the people around them as a memory of the places they have visited and seen when they leave their places. This causes the souvenir market to grow and develop every day. Developed countries attach great importance to these markets.

* Bu alışma, “Macaristan Kaloçsa (Kalocsa) Blgesi İşlemelerinde Grlen slup zelliklerinin Değerlendirilmesi” adlı doktora tezinden retilmiştir.

** Dr., Selçuk Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, El Sanatları Blm, Konya/Türkiye, e-posta: mitatkandemir@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-6602-4895.

In order to determine the needs of tourists, these countries also conduct various researches and developments as a result of these researches. These studies are also being mentioned recently in Hungary. Kaloçsa embroidery has an important place in this touristic souvenir market.

The research consists of four parts. The first part includes the definition, importance and purpose of the research, the second part includes the method, material, universe and sample, and the third part includes the findings and interpretation. The fourth part includes the conclusion. In this research; A survey consisting of 2 parts and 26 questions was applied to 200 people in Budapest, Hungary for the purpose of the Place of Hungarian Kaloçsa Embroidery in the Giftware Market. This survey data was loaded into the SPSS program and the results were evaluated by experts. For the evaluation data, each question was evaluated separately and the percentages were calculated and the percentages were given in the findings section with a pie chart.

Keywords: Hungary, Kaloçsa, embroidery, souvenir.

Giriş

Turistik, hediyeelik eşya sekt6r6 d6nyada 6nemli yatırımlar ile turistlere hizmet vermektedir. Gelişmiş toplumlar bu sekt6r6n farkına varmış ve 6nemli 6lde bu sekt6r ile ilgilenmişlerdir. Japonya turistik 6r6nler hakkında 1970 yılında başladığı projeleriyle bug6ne kadar 6lke ekonomisine 6nemli katkılar sağlamıştır. Daha sonra Çin de bu sekt6rde 6nemli yatırımlar ile k6lt6rel turizmde bir devrim yaratmıştır. G6n6m6zde birçok 6lke bu t6r çalışmaları kendi 6lkelerinde uygulamaya başlamıştır. 6lkeleri ziyaret eden turistlerin giderken yanlarında hatıra olarak g6t6rebilecekleri bu 6r6nler ait olduğu 6lkelerin k6lt6rlerinin tanıtılması açısından da 6nem arz etmektedir. Turistik, hediyeelik 6r6nler; çeşitliliği, tasarımı, işlevselliği, taşınabilirliğini, fiyatı açısından yerli ve yabancı turiste hitap etmelidir. B6ylece k6lt6rlerin taşınması, tanınması 6zerine de b6y6k etkiler bırakmaktadır. B6lgelerin turistik eşya pazar durumunun tespiti çok 6nemlidir. Gelen turistlerin ihtiyaç analizlerinin belirlenmesi bu sekt6r6n 6n6n6 açacaktır. Bu alışma Macaristan Budapeşte gibi yerli ve yabancı turist potansiyeline sahip bir kentin turistik, hediyeelik eşya sekt6r6ne de 6nemli katkılar sağlayacaktır.

1. Araştırmanın Tanımı

El sanatları; toplum yapısının koşulları içinde oluşmuş, b6lgesel 6zellikler taşıyan, etnografik değeri olan, çoğu kez sanatsal 6geler taşıyan, bir işlevi olan, halk tarafından 6retilen ve kullanılan, dolayısıyla alınıp satılabilen, k6lt6rel kimlik taşıyan 6r6nlerdir. El sanatları açısından geleneksel anlamda 6lkemizde birçok 6r6n yapılmaktadır. Bunların içerisinde işleme 6nemli bir yer tutmaktadır. Kaloçsa'ya gelen turistlerin geleneksel el sanatlarından olan işlemeli turistik eşya pazarının durumu ve ihtiyaçlarının tespit edilmesi gerektiği inancı ile bu araştırma gerçekleştirilmiştir.

El sanatları içinde giyim, kuşam 6r6nleri s6sleme sanatlarının kullanıldığı alanlardır (Pala Yavuzyiğit, 2022b).

Turistik, hediyeelik eşya sekt6r6 d6nyada ciddi yatırımlar ile desteklenmektedir. Bu sekt6rlerin başında el sanatları gelmektedir. Macaristan'da birçok Őehir turistik açıdan 6nem taşımaktadır. Turistlerin ziyaret ettiği Şehirlerden anı olarak veya hediye etmek amacıyla satın aldıkları turistik, hediyeelik eşyalar b6lge ve 6lke ekonomisine 6nemli katkılar sağlamaktadır. Bu kazancı arttırmak için turistik eşya pazarına yapılan yatırımların ve desteklerin arttırılması gerekmektedir.

2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın genel amacı; Kaloçsa'ya gelen yerli ve yabancı turistlerin istekleri, tercihlerinin belirlenmesidir. Bu amaçla aşağıda verilen sorulara cevaplar aranmıştır:

1. Yerli-Yabancı turistlerin turistik eşya satın alma durumu nasıldır?
2. Turistlerin hediyelik eşya tercih durumları nasıldır?
3. Turistlerin işlemeli tekstil ürünü satın alma durumları nasıldır?
4. Turistlerin, turistik eşyanın yerel kültürü yansıtmaya ilişkin görüşleri nedir?
5. Turistlerin görüşlerine göre işlemeli turistik eşyanın taşıdığı nitelikler açısından önem derecesi nasıldır?
6. Turistlerin işlemeli hediyelik eşya seçiminde fiyata ilişkin tercih durumları nasıldır?
7. Turistlerin turistik eşya pazarında bulunan ürünlerin niteliğine ilişkin görüşleri nelerdir?
8. Turistlerin turistik eşya pazarında bulunan ürünlerin niceliğine ilişkin görüşleri nasıldır?

3. Araştırmanın Önemi

İşlemelerin genel olarak sosyolojik bakımdan ve sanat tarihi açısından multidisipliner olarak incelenmesi gereği çalışma evrenini oldukça geniş kılmaktadır. Bu kapsamda "Macaristan Kaloçsa Nakışlarının Hediyelik Eşya Pazarındaki Yeri" başlıklı çalışma evreni temsil eden ancak sınırlandırılmış bir tanımlamada kurgulanmıştır. Etnografik değerleri temsil eden el sanatları alanında işlemler; kullanılan malzeme, yapım tekniği, işlev, süsleme özellikleri (renk-motif-kompozisyon) ve tasarım başlıkları altında incelenmeye çalışılmıştır. Yapılan literatür araştırması ve bölgesel alan araştırmasındaki bilgiler doğrultusunda Macaristan bölgesi işlemlerinin özellikleri üzerine güncel bir belgeleme çalışması yapılmadığı tespit edilmiş, konu ile ilgili yerel yazılı kaynakların 20. yüzyılın ilk çeyreğine tarihlendiği belirlenmiştir. Bu bağlamda çalışma Macaristan Kaloçsa bölgesi işlemlerinin belgelendirilmesi, karakteristik üslup özelliklerinin analiz edilmesi ve tasarım özelliklerinin değerlendirilmesi bakımından önem taşımaktadır. Bu çalışma, ulaşılmak istenen amaç ve çözümlenmek istenen problemin gerçekleşmesi açısından önemlidir. Bölge kültürel mirasında etkin olan bu işleme grubunun, özellikle süsleme özelliklerinde kullanılan ilkeler bütününde ele alınması da çalışmayı hem sanat tarihi hem de tasarım alanı için önemli hale getirmektedir. Araştırmanın bir diğer önemli yönü ise; işleme sanatı ve üretimine dikkat çekerek kolektif kültürel değerlere farkındalık yaratarak güncel durumu belgelemektir. Dünya kültür mirasında yeri olan Macaristan işlemlerinin; dönemin kültürel yaşamı, gelenekleri, sosyal ilişkileri, inanç sistemi gibi birçok alan ile etkileşim sağladığı düşünüldüğünde bilimsel bir yaklaşımla konu hakkında ayrıntılı bilgiler içeren çalışmanın evrensel sanat üslubu ve süsleme repertuarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Turistik ürün, genel anlamıyla turistlerin seyahati boyunca yararlandığı konaklama, yeme-içme, eğlence, ulaşım, alışveriş ve diğer tüm hizmetleri içine alan oldukça geniş bir bileşen olarak tanımlanmaktadır (Kozak vd. 2010).

Turistlerin konaklama ve gezi harcamalarından sonra en fazla bütçeyi alışveriş ve hediyelik eşya harcamalarına ayırdıkları belirtilmektedir (Özer & Tüzüncü, 2012).

Bu amaçla turizm merkezlerinde el sanatı ürünler yoğun şekilde toptan veya perakende olarak satışa sunulmaktadır. Kurulan satış stantları, fuar, festival gibi etkinlikler ya da özgün bir el sanatı ile öne çıkan bir yerin gezilmesi, düzenlenen workshop uygulamaları bir yandan turistlerin deneyim yaşamasını sağlarken, diğer taraftan üretilen ürünün satışını da kolaylaştırmaktadır. Böylece el sanatları ekonomik açıdan hem zanaatkarların hem de yerel halkın ekonomik kalkınmasını olumlu yönde etkilemektedir (Öter, 2010).

Turizm alanında bir ülkenin yabancı kültürlerle tanıtılması noktasında kültürel değerler önem taşır. Son yıllarda öne çıkan kırsal turizm, kültür turizmi, alternatif turizm gibi alanlar el sanatları gibi yaşayan folklorik öğelerin turizm gibi farklı alanlarda kullanımını gündeme getirmiştir.

Turistik el sanatı ürünü, turistlerin gezileri boyunca ihtiyaç duydukları veya bir ülkenin tarihi, coğrafi, kültürel ve sanatsal değerlerini keşfederken ilgilerini çekmesi sonucu evlerine dönerken götürebilecekleri ürünlerdir. Dolayısıyla turizm yoluyla tüketilen el sanatı ürün ve hizmetler aracılığı ile bir ülkenin var olan değerleri uluslararası boyutta tanıtılmaktadır (Güler, 2014).

Bu araştırma; Macaristan Kaloçsa'yı ziyaret eden turistlerin harcama yaparken hangi ürünleri tercih ettikleri, ne kadar para harcadıkları, hangi tasarımları beğendiği, neleri görmek istediğini ölçmek, bu doğrultuda yeni tasarımlar ortaya koymak, ürün çeşitliliğini arttırmak için yeni yatırımlar yapılmasını teşvik etmek bakımından önemlidir. Ayrıca bu araştırmanın işleme sanatları dışındaki diğer el ve süsleme sanatlarına da örnek teşkil edeceği öngörülmektedir.

4. Nakışın (İşlemenin) Tanımı ve Tarihçesi

Tarihsel süreçte insanoğlunun çevresinde gördüğü güzellikleri kendi yorumuyla yaşantısına aktarması, süsleme sanatlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. İki ayrı parçayı birbirine ekleme ihtiyacından ortaya çıkan düz dikişin zamanla farklı yöntemler ile gelişerek evrilmesi dekoratif bir görünüm kazanmasını sağlamıştır. Basit bir teknikten matematiksel bir yöntemler biçimi haline gelen işleme teknikleri, ölçü, oran, orantı, tekrar, ritim, denge, kuram, bütünlük vb. çoğaltılabilecek ölçütleri de bünyesinde taşıyan karmaşık bir yapı haline gelmiştir.

Her toplumun kendi inanç, örf, adet, gelenek ve göreneklere çevresinde halk kültürüne bağlı yaşam bulan işleme sanatının tarihi gelişiminde, ilkel bir aşamadan daha rafine bir aşamaya geçiş olarak hissedilebilen veya yorumlanabilecek hiçbir malzeme veya teknik değişikliğinin olmaması çarpıcı bir gerçektir. İşleme sanatı da diğer sanat dalları gibi tasarım ilkelerinin doğru kullanılmasıyla daha estetik ve doğru bir şekil almaktadır. Günümüzde tasarım kavramı ve tasarım ilkelerinin farkındalığı artmakta ve eserler bu doğrultuda planlanmaktadır. Pek çok sanat eserinde tasarım ilkelerini görmekteyiz. Bu ilkelerin sanat eserlerinde ayrıntılı analizi sanat eserlerinin niteliğini ve tasarım değerini anlamayı kolaylaştırmaktadır (Pala Yavuziyğit, 2022a).

Kumaşı dikmek, yamamak, onarmak ve güçlendirmek için kullanılan süreç; dikiş tekniklerinin gelişmesini sağlamış ve zamanla dikişin dekoratif olanakları, işleme sanatının oluşumunu meydana getirmiştir (Gillow, Sentance & Bryan, 1999).

İşleme sanatının tarihi geçmişi temel araç olan gözlü iğnenin kullanımına bağlı gelişim göstermiştir. Tarih boyunca işleme tekniğinde pamuk, keten, ipek, yün, altın, gümüş, bakır dahil olmak üzere birçok farklı türde kumaş ve iplik kullanılmıştır.

İşleme terimi, genellikle iğne ve iplikle süslenmiş herhangi bir tekstil temeli anlamına gelir. Yüzey oluşturmak için kullanılan teknikler, doğrusal desenler veya akıcı resimsel kompozisyonlar oluşturmak için özgürce hareket serbestliğine sahiptir. Kullanılan temel malzemeler olan iğne ve iplik, dokuma tekniğindeki tezgâhlarda olduğu gibi geometrik bir temele bağlı değildir (Watts & Pamela, 2003).

Kumaşı dikmek, yamamak, onarmak ve güçlendirmek için kullanılan süreç, dikiş tekniklerinin gelişmesini teşvik ederek dikişin dekoratif olanakları işleme sanatının gelişimini sağlamıştır (Gillow & Bryan, 1999).

Sanat tarihi içinde önemli bir yere sahip olan işlemler, gündelik yaşamın ihtiyaçlarını giderme güdüsü ile öncelikle dikiş teknikleri şeklinde işlevsel bir rol üstlenmiş olup zamanla mekânları ve eşyaları süsleme güdüsü ile bir sanat haline dönüşmüştür.

Arkeolog Hugo Blümner, antik sanatlar ve zanaatların teknolojisi ve terminolojisi üzerine temel çalışmalarının bir bölümünü bu tekstil dekorasyon yöntemine ayırmış ve işleminin erken dönemde fark edildiğini ve bu ayrıntılı tekniğin Yunanlılar, Romalılar, Mısırlılar, Babilliler ve Frigler tarafından da uygulandığını açıklamıştır (Blümner, 1875). İşlemede temel materyal olarak iğne ve çeşitli türdeki iplikler kullanılmış olup kumaş ve diğer malzemeleri içeren yüzeyler, uygulayıcılar için zemin oluşturmuştur. Tarihi süreçte sıkça uygulanan bir yüzey süsleme tekniği olan işleme alanında çeşitli türdeki ipliklerin yanında doğal taşlar, boncuklar, tüyler ve metal payetler gibi diğer malzemeler de teknik ve görsel içeriğe farklı bir boyut kazandırmıştır. En eski temel teknik veya dikişlerinden bazıları zincir tekniği, ilik veya battaniye tekniği, düz, verev sarma tekniği, tekli ve çift çapraz iğne teknikleridir. Tarihi gelişim sürecinde ilkel bir aşamadan daha rafine bir aşamaya ilerlemeler olarak hissedilebilen veya yorumlanabilecek hiçbir malzeme veya teknik değişikliğinin olmadığı çarpıcı bir gerçektir. Erken dönem işleme buluntularında sonraki zamanlarda elde edilen örnekler göre teknik başarı ve işçilik standardının daha yüksek olduğuna dair bilgiler de mevcuttur (Schuette, Muller, Sigrid. 1964). Tarihsel olarak sadece kadınlara yönelik bir eğlence, aktivite veya hobi olarak görülse de işleme genellikle bir biyografi biçimi olarak kullanılmıştır. İşlemede kullanılan iğne teknikleri örgün bir eğitime veya zaman zaman yazı gereçlerine erişemeyen kadınlara öğretilmiş ve bu işçilik kadınların hayatlarını belgelemek için bir araç olarak kullanılmıştır (Murphy, Eibhlin, 2003). Halk kültüründe gelenekli yaşam biçimine bağlı olarak kadınlara özgü bir sanat olarak gelişim gösteren işleme teknikleri; giysi parçalarından aksesuara, örtüden perdeye kadar kadının çevresindeki kullanım eşyalarını süslemek ve renklendirmek için en çok başvurduğu süsleme tekniklerinden oluşan zengin bir arşivi sergilemektedir. Dokumanın atkı ve çözgü iplikleri üzerinde oluşan iğneler ile yapılan işlemleri, halk giyiminde ve eşyalarda sıklıkla kullanılan birer süsleme tekniği durumundadır. İşleme kavramı literatürde pek çok tanımla ifade edilmiştir.

Sırası ile işleme terimi;

“Bir bez veya bir kumaş üstüne iğneye geçirilmiş beyaz veya renkli ipliklerle ve sırmalarla düz veya kabartılı olarak yapılan tezyinat.” (Arseven, 1975).

“İpek, yün, keten, pamuk, metal vb. iplikler kullanılarak çeşitli iğneler ve uygulama biçimleri aracılığıyla; keçe, deri, dokuma çeşitlemeleri vb. üzerine yapılan bezemeler.” (Barışta, 1984).

“Değişik dokumalar ve deriler üzerine; elde veya makinede iğne veya tığla, değişik iplikler, sim ve sırma kullanılarak düz veya kabarık olarak yapılan süslemeler.” (Sain, 1987) olarak tanımlanmıştır.

Bütün bu tanımlar, iğne ve dokuma yüzey arasındaki hareketi ifade etmektedir. Kapsamlı olarak bir tanım yapıldığında ise, “her cins kumaş ve deri üzerine, elde veya makinede, iğne ve tığ gibi araçlarla, kaskak, gergef ve kâğıt vasıtasıyla gerilen zemin üzerine, iplik kullanılarak, çeşitli tekniklerin sayılarak, sayılmadan, düz veya kabarık bir şekilde uygulanması sonucu el emeği ile oluşturulan süsleme sanatı” (Altun (Çelebilik), 1996) olduğu görülmektedir.

Türk işlemlerinde kullanılan bazı teknikler; düz iğne, verev iğne, kesme, suzeni, muşabak, balık sırtı, çin iğnesi, dival işleri, iğne ardı, susma işleri, civankaşı, tel kırma, pesent, mürver, hasır iğne, sarma, çiğerdeldi, sıra iğne, antep

işi, kasnak-zinciri işi, aplike, pulat (boncuk işi) şeklinde adlandırılabilir (Sürür, 1976 & Pala Yavuziğit, 2022c).

İşleme yapım tekniklerine göre farklı sınıflandırmalarda ele alınmış bu gruplar genellikle kullanılan tekniklerin uygulanma biçimlerine göre belirlenmiştir.

Yapım tekniğinde kullanılan araçlara göre:

“El işlemleri

Makine işlemleri” (Sain, 1987) olarak iki grupta ele alınır.

Uygulanan tekniklerin tekstil üzerindeki yüz ve ters görüntülerine göre;

“Aynı olan tek yüzlü işlemler,

Ayrı olan çift yüzlü işlemler” (Özbel, 1949) olarak iki grupta ele alınır.

Dokumanın atkı ve çözgü iplikleri üzerinde oluşan iğne tekniklerinin uygulanma biçimlerine göre beş temel grupta kümelenebilir. Bunlar:

“Dokumanın iplikleri üzerinde yürütülen iğneler

Serbest stil iğneler: Gözeme sarma, iğne boyası (Çin iğnesi), balıksırtı, Romanya iğnesi, Girit iğnesi, Fransız düğümü (tohum), zincir ve Bulonya iğnesi.

İplik sayılarak yapılan iğneler: Hesap iğnesi, kum iğnesi, yüzeysel pesent, pesent, muşabak, mürver, sayılı sarma iğneleri, ciğerdeldi, tel kırma, tel sarma” (Barışta, 1997).

“Dokumanın iplikleri kapatılarak yapılan iğneler

Atma iğneleri: Kordon işi, Romanya atması, Buhara atması, Jakobean atması ve dival işi.

Kapama iğneleri: Aplike, boncuk işi, pul işi ve metal plaka kapama” (Barışta, 1997).

“Dokumanın iplikleri çekilerek yapılan iğneler.

Tek yönde iplik çekilerek yapılan iğneler: Antika, kesme ajur.

Çift yönde iplik çekilerek yapılan iğneler: Delik işi (Antep işi-Hardanger işi)” (Barışta, 1997).

“Dokumanın iplikleri kesilerek yapılan iğneler.

Kenar süsleme iğneleri: Fisto.

Kumaş süsleme iğneleri: Delinerek yapılan ciğerdeldi” (Barışta, 1997).

Dokumanın veya dokumaların iplikleri bağlanılarak yapılan iğneler

Bağlama iğneleri: Yamama ve kumru gözü iğneleri.

Geçme iğneleri: Türk sanatının ahşap geçme işçiliğine çok benzeyen bu teknik bez mozaığı olarak da isimlendirilebilir.” (Barışta, 1997).

5. Turistik hediyeelik eşya kavramlarının tanımı

Hediyeelik eşya: Kültürümüzde hediyeleşmek olgusu yüzyıllardır vardır. Her ne kadar günümüzde; hediyeleşmek için anneler, babalar, sevgililer günü vb. birçok gün bilinçli olarak oluşturulsa da neticede; bu günler “hediyeleşmeyi” teşvik ettiği için çoğu

birey için özel olarak değerlendirilmektedir. Kaldı ki; araştırmalar incelendiğinde konsept farklı olsa bile eskiden hediyeleşmenin daha fazla olduğu, günümüzde ise; yoğun iş temposunda hatırlanamayan özel günlerin bir şekilde hatırlatılıyor olması gerektiği açıktır. Hediyelik eşya kavramı çok geniş bir kavramdır ve eve dair, kişiye dair akla gelebilecek bütün eşyalar için geçerlidir. Bunların bir standartı yoktur. Bu nedenle araba, ev, altın takı hediye sayılabilir.

Turistik hediyelik eşya ise yerli ve yabancı turistlerin gezip gördükleri yerlerin hatırası olarak satın aldıkları ürünlerdir. Bu ürünlerin; taşınabilir, gezilen yerin kültürünü tanıtıcı, işlevsel ve tasarımsal özelliklere sahip olması gerekmektedir. Ülkeleri ziyaret eden turistlerin birçoğu genellikle küçük el sanatları ürünlerini tercih etmektedir. Bunlardan başka az da olsa diğer hediyelik ürünler de tercih edilmektedir.

6. Yöntem

6.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini 15/01/2022 ile 15/02/2022 tarihleri arasında Macaristan Kaloçsa'ya gelen yerli ve yabancı turistler oluşturmaktadır. Araştırma için bu grubun seçilmesindeki en önemli amaç, araştırmacının konusu hakkında daha sağlıklı veri olarak açıklanabilir. Araştırmanın örnekleme ise, evren içinden random yöntemiyle, Kaloçsa'ya gelen 200 turist oluşturmaktadır. Araştırmanın evreni aşağıda verilmiştir.

Tablo: 1. 15.01.2022-15.02.2022 tarihleri arasında Kaloçsa'ya gelen yerli ve yabancı turist sayısı

Turist Toplamı	1.2 milyon
15.01.2022-15.02.2022 tarihlerinde gelen yerli ve yabancı turist sayısı	12 bin
Ankete katılan turist sayısı	200
TOPLAM	200

6.2. Veri toplama tekniği

Araştırmada katılımcıların görüşlerini almak için veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Araştırmada yerli ve yabancı turistlerin "Macaristan Kaloçsa Nakışlarının Hediyelik Eşya Pazarındaki Yeri ve İhtiyaçları" hakkındaki görüşleri ölçülmüştür. Soruları belirlemek için alan taraması yapılmıştır. Anket formlarında araştırmanın amacı ve ne için kullanılacağı açıklanmıştır. Anketin birinci bölümünde katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili 7 soru yer almaktadır. İkinci bölümde ise ana problemin çözümüne yönelik hazırlanan 27 soru sorulmuştur. Anket, soru sayısı ve çeşidi bakımından amaca uygun olarak hazırlandığı için güvenilirliği yüksektir. Anketteki soruların birbiri ile tutarlı olması da anketin güvenilirliğini yükseltmektedir. Anket 15.01.2022 ile 15.02.2022 tarihleri arasında Macaristan Kaloçsa'da uygulanmıştır.

6.3. Veri analiz yöntemi

Elde edilen veriler IBM SPSS STATİSTİCS 24 paket programına aktarılarak veriler frekans, crosstab ve ki kare analizi ile çözümlenmiştir. Sayısal olarak ifade edilen veriler ankette ortaya konulmak istenen amaca hizmet etmiştir. Buna göre ortaya çıkan sonuçlar literatür yardımı ile yorumlanarak anlamlılık düzeylerine bakılmıştır.

Çalışmada anketin ikinci bölümünde sorulan sorular için ölçek geçerliliği ve güvenilirliğini belirlemek amacıyla CronbachAlpfa (α) Testi istatistik sonucuna bakılmıştır. Katsayılarının değerlendirilmesinde uyulan değerlendirme ölçütü aşağıdaki gibidir.

$0.00 \leq \alpha \leq 0.40$ ise ölçek güvenilir değil

$0.40 \leq a \leq 0.60$ ise ölçek düşük güvenilirlikte

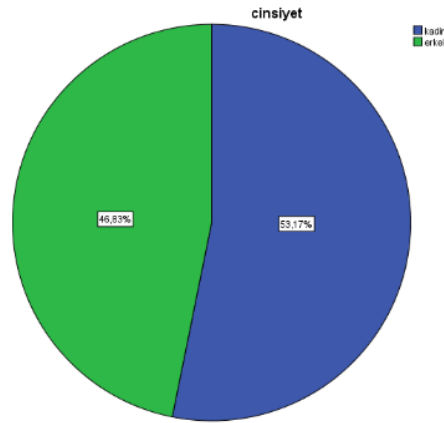
$0.60 \leq a \leq 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilir

$0.80 \leq a \leq 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir (Özdamar, 2002).

Araştırmada anketin güvenilirliğini ölçmek için yapılan CronbachAlpfa (α) testi = 0,715 olarak çıkmıştır. Sonuca göre çıkan değer $0.60 \leq a \leq 0.80$ aralığında olup geçerlilik ve güvenilirliği oldukça güvenli kategorisinde olduğu ispatlanmıştır.

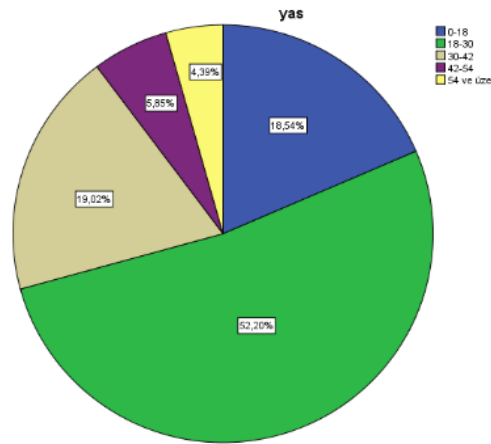
6.4. Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde amaçlara uygun olarak hazırlanan anketin bulgularına yer verilmiştir. Araştırma kapsamında ankete katılan katılımcıların demografik bilgilerine dair sorular ve ulaşılan bulgular şu şekildedir:



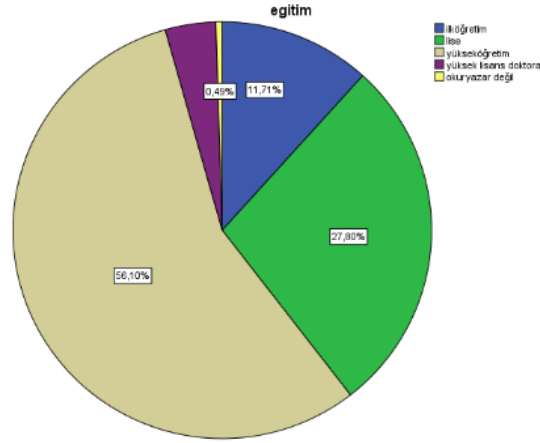
Tablo 2: Cinsiyet dağılımı grafiği

Katılımcılar en fazla %53,17 kadın, %46,83 erkek olduğu anlaşılmaktadır.



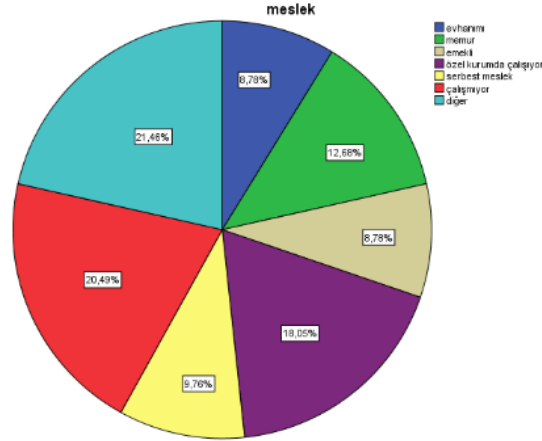
Tablo 3. Yaş dağılım grafiği

Katılımcıların yaş aralıkları %52,20 ile 18-30 yaş oluşturmaktadır. %19,02 ile 30-42 yaş, %18,54 ile 0-18 yaş oluşturmaktadır. %5,85 ile 42-54 yaş oluşturmaktadır. %4,39 ile 54 ve üzeri yaş oluşturmaktadır.



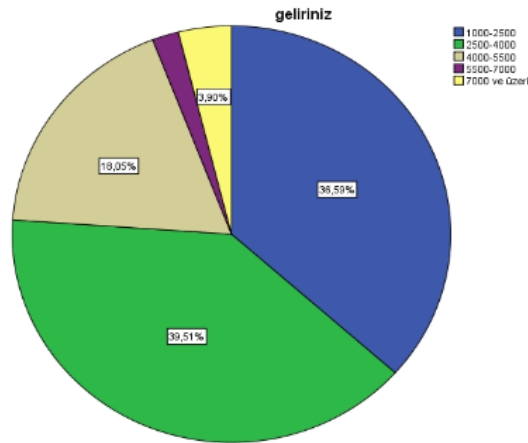
Tablo 4. Eğitim durumu dağılımı grafiği

Katılımcıların eğitim durumu %56,10 yükseköğretim, %27,80 lise, %11,71 ilköğretim, %3,98 yüksek lisans- doktora, %0,49 okuyamaz değil oranlar çıkmaktadır. Yüzdeler oranlara bakıldığında Ocak-Şubat 2018 aylarında Konya'ya gelen yerli turistlerin %56,10 ile yüksek öğretim düzeyinde eğitim görmüş turistler yer almaktadır.



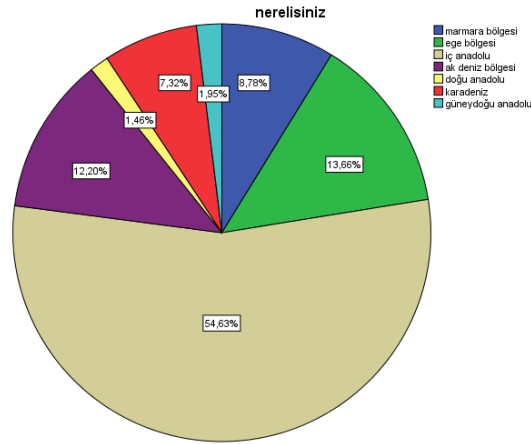
Tablo 5. Meslek durumu dağılımı grafiği

Katılımcıların meslek durumları, %21,46 diğer, %20,49 çalışmıyor, %18,05 özel kurumda çalışıyor, %12,68 memur, %9,76 serbest meslek, %8,78 emekli, %8,78 ev hanımı gibi yüzdeler oranlar karşımıza çıkmaktadır.



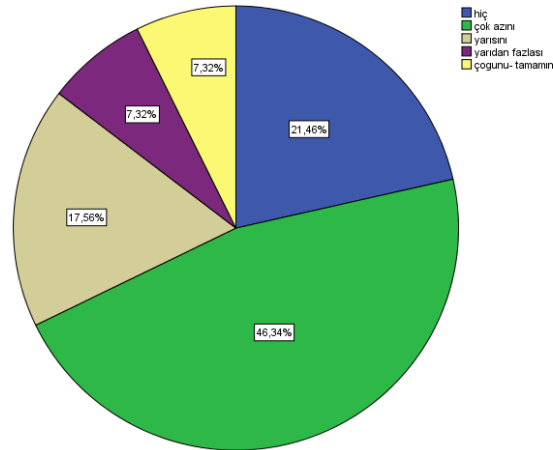
Tablo 6. Gelir durumu dağılımı grafiği

Katılımcıların gelir durumları %39,51 2500-4000 TL. arası, %36,59 1000-2500 TL. arası, %18,05 4000-5500 TL. Arası, %3,90 7000 TL ve üzeri bir gelir grubundan oluşmaktadır.



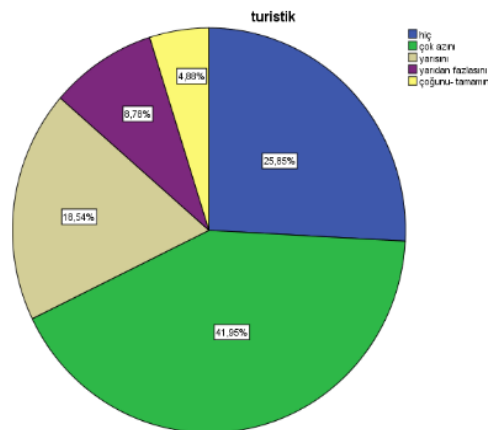
Tablo 7. Kıta dağılım grafiği

Katılımcıların yaşadıkları kıta %54,63 Avrupa, %13,66 Asya, %12,20 Amerika, %8,78 Avustralya, %7,32 Afrika, %1,95, Afrika %1,46 kıtaları oluşturmaktadır.



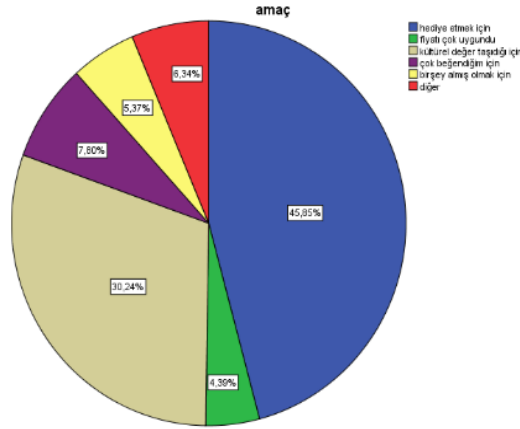
Tablo 8. Turistlerin Kaloça da yaptıkları hediyeelik eşya alışverişinin yüzdeler grafiği

Katılımcıların, "Kaloça'da yaptığımız alışverişin ne kadarını turistik eşyalar oluşturmaktadır?" sorusuna verdikleri cevap %46,34 çok azını, %21,46 hiç, %17,56 yarısını, %7,32 yarıdan fazlasını, %7,32 çoğunu- tamamını şeklinde olmuştur.



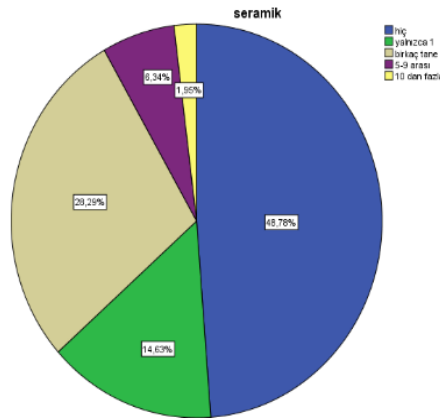
Tablo 9. Turistlerin Konya'da hediyeelik eşya almak için ayırdıkları bütçenin yüzdeler grafiği

Katılımcıların “Turistik eşya satın almak için ayırdığınız bütçenin ne kadarını kullandınız?” sorusuna verdikleri cevap %41,95 çok azını, %25,85 hiç, %18,54 yarısını, %8,78 yarıdan fazlasını, %4,88 çoğunu-tamamını şeklindedir.



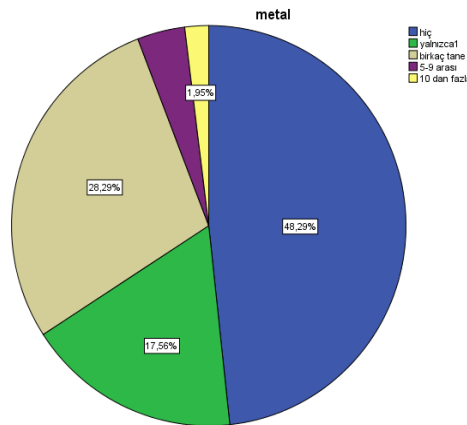
Tablo 10: Alınan Turistik eşyaların hangi amaçla alındığının yüzdeleri grafiği

“Turistik eşyayı hangi amaçla aldınız?” sorusuna katılımcılar %45,85 hediye etmek için, %30,24 kültürel değer taşıdığı için, %7,80 çok beğendiğim için, %6,30 diğer, %5,37 bir şey almış olmak için, %4,39 fiyatı uygun olduğu için cevabını vermiştir.



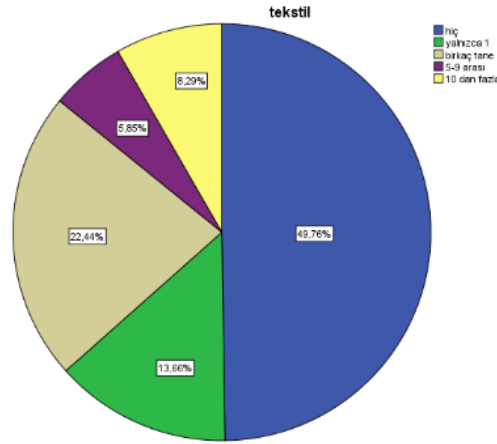
Tablo 11. Satın alınan seramik eşyaların yüzdeleri grafiği

“Kaç adet seramik eşya satın aldınız?” sorusuna katılımcılar; %48,78 hiç almadım, %28,29 birkaç tane aldım, %14,63 yalnızca bir adet aldım, %6,34 beş-dokuz arası aldım, %1,95 ondan fazla aldım diye belirtmiştir.



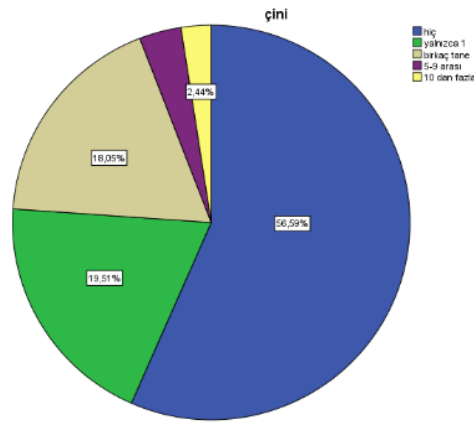
Tablo 12. Satın alınan metal eşyaların yüzdeleri grafiği

“Kaç adet metal eşya satın aldınız?” sorusuna, katılımcılar %48,29 Hiç Almadım, %28,29 Birkaç tane, %17,56 yalnızca bir, %1,95 ondan fazla aldım diye cevap vermiştir.



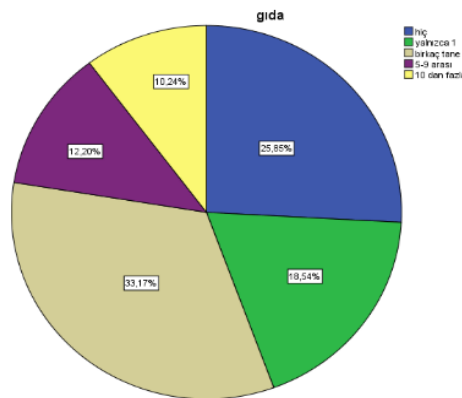
Tablo 13. Satın alınan tekstil eşyaların yüzdeleri grafiği

“Kaç adet tekstil eşya satın aldınız?” sorusuna katılımcılar %49,76 hiç almadım, %22,44 birkaç tane aldım, %13,66 yalnızca bir adet aldım, %8,29 beş-dokuz arası aldım, %5,85 ondan fazla aldım diye belirtmiştir.



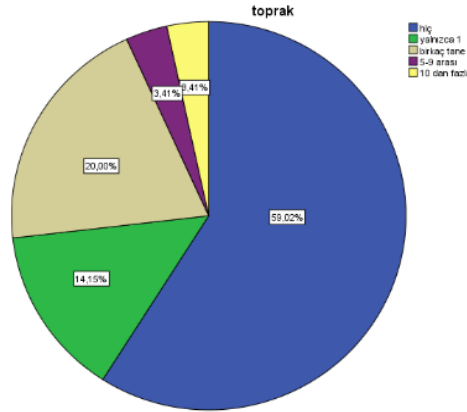
Tablo 14. Satın alınan tekstil eşyaların yüzdeleri grafiği

“Kaç adet çini eşya satın aldınız?” sorusuna katılımcılar %56,59 hiç almadım, %19,51 birkaç tane aldım, %18,05 yalnızca bir adet aldım, %2,44 ondan fazla aldım diye cevap vermiştir.



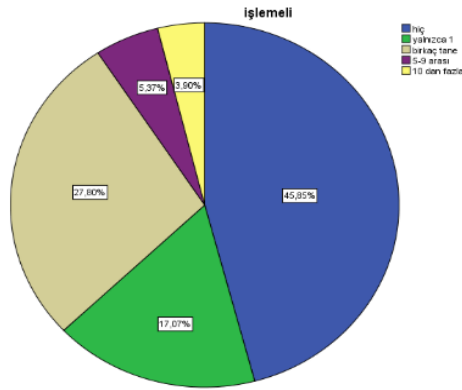
Tablo 15. Satın alınan gıda ürünleri yüzdeleri grafiği

“Kaç adet hediyeli gıda ürünü satın aldınız?” sorusuna katılımcılar %25,85 hiç almadım, %33,17 birkaç tane aldım, %18,54 yalnızca bir adet aldım, %12,20 beş-dokuz arası aldım, %10,24 ondan fazla aldım diye cevap vermiştir.



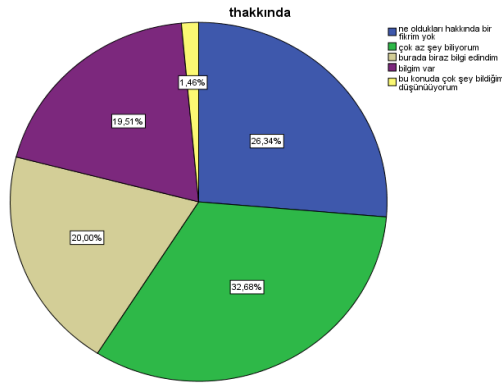
Tablo 16. Satın alınan toprak eşyaların yüzdeleri grafiği

“Kaç adet toprak ürünü eşya satın aldınız?” sorusuna katılımcılar %59,02 hiç almadım, %20,00 birkaç tane aldım, %14,15 yalnızca bir adet aldım, %3,41 beş-dokuz arası aldım, %3,41 ondan fazla aldım diye cevap vermiştir.



Tablo 17. Alınan tekstil eşyalarındaki işlemeli eşyaların yüzdeleri grafiği

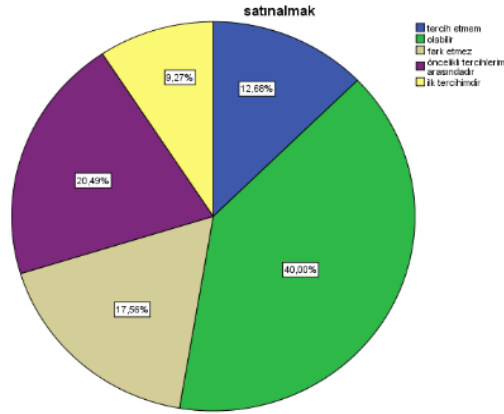
“Bu aldığımız tekstil eşyalarında kaç adet işlemeli eşya vardı?” sorusuna katılımcılar %45,85 hiç almadım, %27,80 birkaç tane aldım, %17,07 yalnızca bir adet aldım, %5,37 beş-dokuz arası aldım, %3,90 ondan fazla aldım şeklinde cevap vermiştir.



Tablo 18. İşlemeli turistik ürünler hakkında değerlendirme grafiği

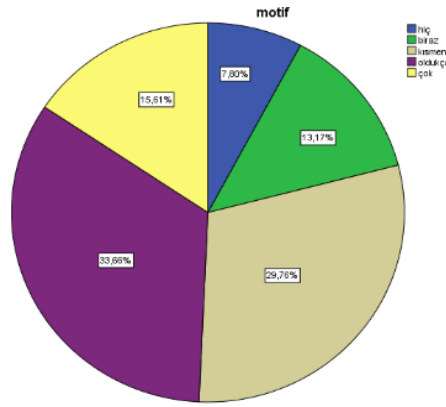
İşlemeli turistik ürünler hakkında bilgilerinin olup olmadığına dair sorulan soruya katılımcılar %32,68 çok az şey biliyorum, %26,34 ne oldukları hakkında bir fikrim yok,

%20,00 burada biraz bilgi edindim, %19,51 bilgim var, %1,46 bu konuda çok şey bildiğimi düşünüyorum şeklinde cevap vermiştir.



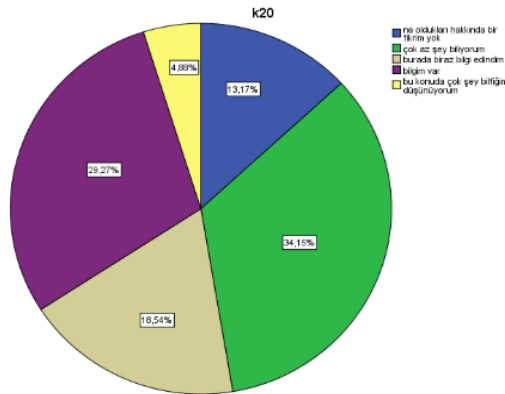
Tablo 19. Turistik eşya satın alırken işlemeli ürünlerin tercih edilme yüzdelik grafiği

“Turistik eşya satın alırken işlemeli ürünleri tercih eder misiniz?” sorusuna; katılımcılar %40,00 olabilir, %20,49 öncelik tercihlerim arasındadır, %17,56 fark etmez, %12,68 tercih etmem, %9,27 ilk tercihimdir diye cevap vermiştir.



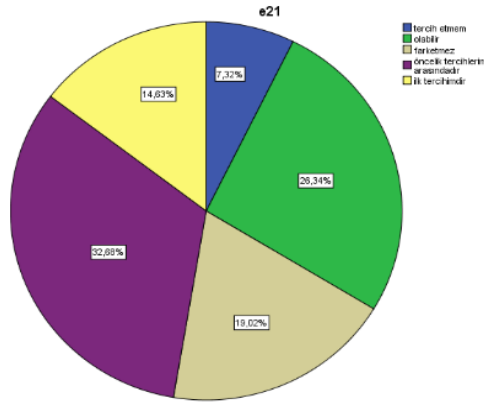
Tablo 20. İşlemeli ürünlerde kullanılan motiflerin Konya yöresine ait olması öneminin yüzdelik grafiği

“İşlemeli ürünlerde kullanılan motiflerin Kaloça yöresine ait olması sizin için ne kadar önemlidir?” sorusuna katılımcılar %33,66 oldukça önemlidir, %29,76 kısmen önemlidir, %15,61 çok önemlidir, %13,17 biraz önemlidir, %7,80 hiç önemli değildir diye cevap vermiştir.



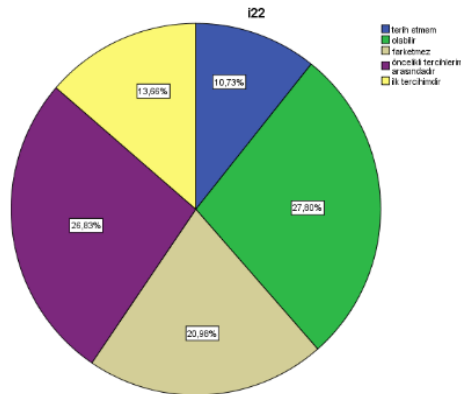
Tablo 21. Kaloça kültürünü yansıtan turistik ürünler hakkında görüşlerin grafiği

Kaloçsa kültürünü yansıtan turistik ürünler hakkında düşünceleri sorulduğunda katılımcılar %34,15 çok az şey biliyorum, %13,17 ne oldukları hakkında bir fikrim yok, %18,54 burada biraz bilgi edindim, %29,27 bilgim var, %4,88 bu konuda çok şey bildiğimi düşünüyorum şeklinde cevap vermiştir.



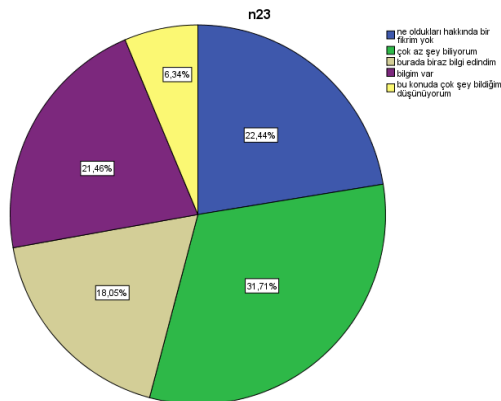
Tablo 22. Turistik eşya satın alırken Kaloçsa kültürünü yansıtan ürünlerin tercih edilme yüzdelik grafiği

Turistik eşya satın alırken Kaloçsa kültürünü yansıtan ürünlerin tercih edilmesi ile ilgili soruya; katılımcılar %26,34 olabilir, %32,68 öncelik tercihlerim arasındadır, %19,02 fark etmez, %7,32 tercih etmem, %14,63 ilk tercihimdir şeklinde cevap vermiştir.



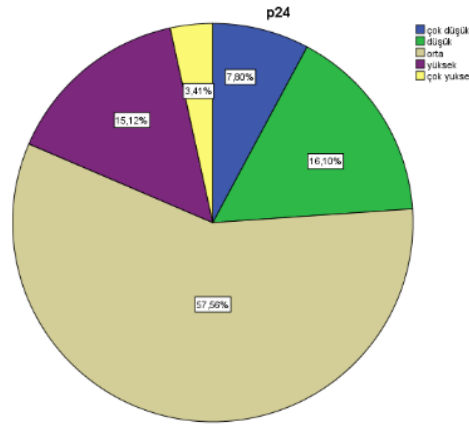
Tablo 23. Turistik eşya satın alırken Kaloçsa kültürünü yansıtan işlemeli ürünler hakkında değerlendirme grafiği

Turistik eşya satın alırken Konya kültürünü yansıtan işlemeli ürünler hakkında soruya katılımcılar %27,80 olabilir, %26,83 öncelik tercihlerim arasındadır, %20,28 fark etmez, %10,73 tercih etmem, %13,66 ilk tercihimdir diye cevap vermiştir.



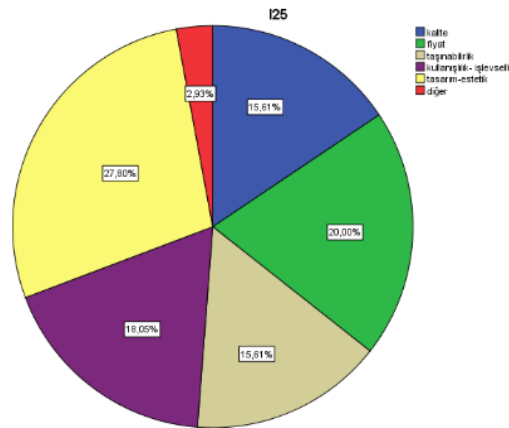
Tablo 24. İşlemeli (nakış) hakkında görüşlerinin yüzdelik grafiği

İşlemeli (Nakış) hakkında bilgileri sorulduğunda katılımcılar %31,71 çok az şey biliyorum, %22,44 ne oldukları hakkında bir fikrim yok, %18,05 burada biraz bilgi edindim, %21,46 bilgim var, %6,34 bu konuda çok şey bildiğimi düşünüyorum diye cevap vermiştir.



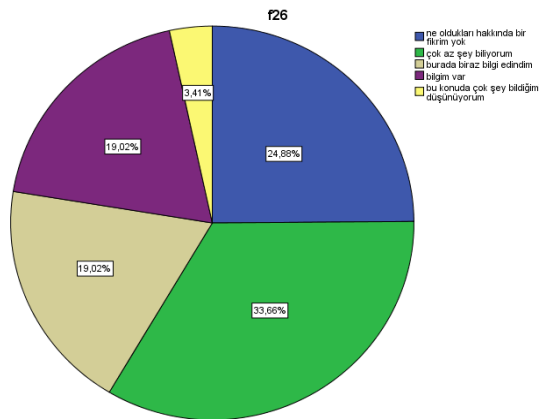
Tablo 25. Kaloça pazarında bulunan işlemeli turistik ürünlerin kalitesini değerlendirme grafiği

“Kaloça pazarında bulunan işlemeli turistik ürünlerin kalitesi size göre nasıldır?” sorusuna; katılımcılar %57,56 orta, %16,10 düşük, %15,12 yüksek %7,80 çok düşük diye cevap vermiştir.



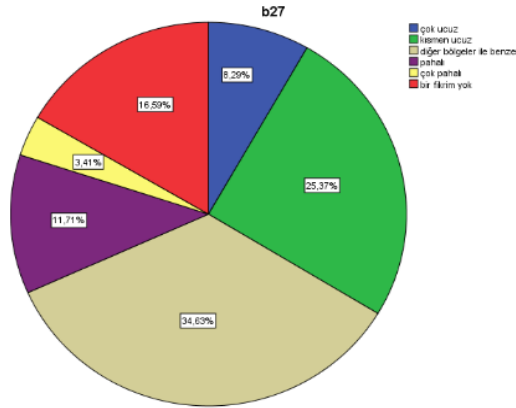
Tablo 26. Alınan işlemeli eşyaların belirleme kriterlerin yüzdeler grafiği

“Aldığınız işlemeli eşyayı neye göre belirliyorsunuz?” sorusuna; katılımcılar %27,80 tasarım-estetik, %20,00 fiyat, %18,05 kullanışlılık- işlevsellik, %15,61 taşınabilirlik, %15,61 kalite %2,93 diğer nedenleri şeklinde cevap vermiştir.



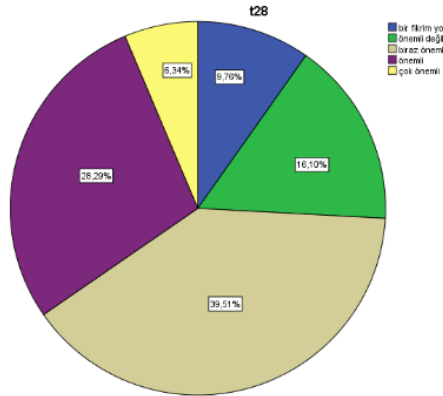
Tablo 27. Kaloça pazarında yer alan işlemeli turistik ürünlerin fiyat değerlendirme grafiği

“Kaloçsa pazarında yer alan işlemeli turistik ürünlerin fiyatlarına ilişkin görüşleri nelerdir?” sorusuna katılımcılar %33,66 çok az şey biliyorum, %24,88 ne oldukları hakkında bir fikrim yok, %19,02 burada biraz bilgi edindim, %19,02 bilgim var, %3,41 bu konuda çok şey bildiğimi düşünüyorum diye cevap vermiştir.



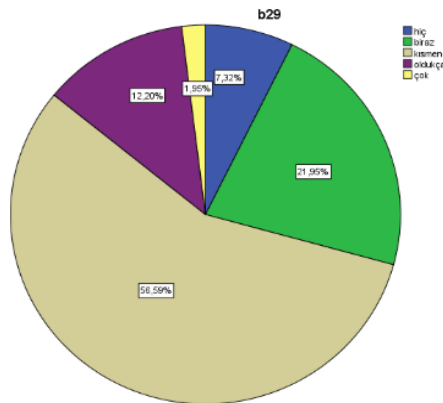
Tablo 28. Kaloçsa pazarında yer alan turistik ürünler diğer bölgeler ile karşılaştırma grafiği

Kaloçsa pazarında yer alan turistik ürünler diğer bölgeler ile kıyaslandığında sorusu sorulduğunda; katılımcılar %34,63 diğer bölgeler ile benzer, %25,37 kısmen ucuz, %16,59 bir fikrim yok, %11,71 pahalı, %8,29 çok ucuz, %3,41 çok pahalı diye cevap vermiştir.



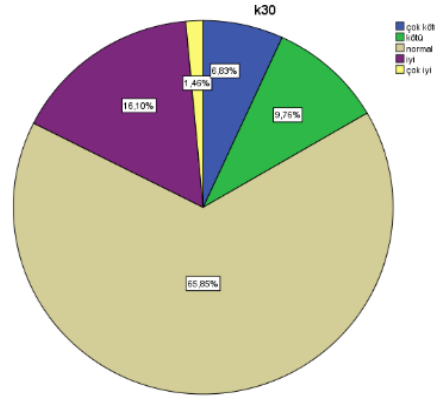
Tablo 29. İşlemeli turistik eşya tercih ederken turistler için fiyatın öneminin yüzdelik grafiği

“İşlemeli turistik eşya tercih ederken fiyat sizin için önemli midir?” sorusuna; katılımcılar %39,51 biraz önemli, %28,29 önemli, %16,10 önemli değil, %9,76 bir fikrim yok, %6,34 çok önemli diye cevap vermiştir.



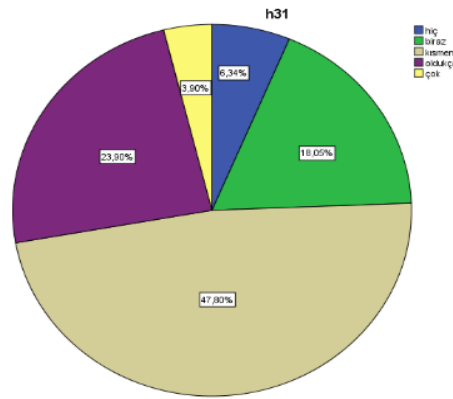
Tablo 30. İşlemeli eşya pazarında satılan ürünlerin fiyatları turistlerin bütçesine uygunluğunun yüzdelik grafiği

“İşlemeli eşya pazarında satılan ürünlerin fiyatları sizin bütçenize uygun mu?” sorusuna; katılımcılar %56,59 kısmen, %21,95 biraz, %12,20 oldukça, %7,32 hiç, %1,95 çok diye cevap vermiştir.



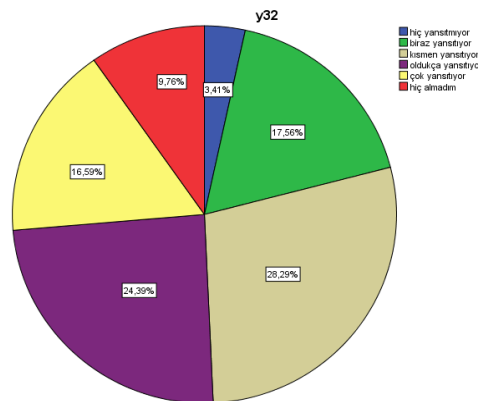
Tablo 31. Kaloçsa pazarında bulunan işlemeli turistik ürünlerin kalite-fiyat dengesi hakkında turistlerin değerlendirme grafiği

“Kaloçsa pazarında bulunan işlemeli turistik ürünlerin kalite-fiyat dengesi size göre nasıldır?” sorusuna; katılımcılar %65,85 normal, %16,10 iyi, %9,76 kötü, %6,83 çok kötü, %1,46 çok iyi diye cevap vermiştir.



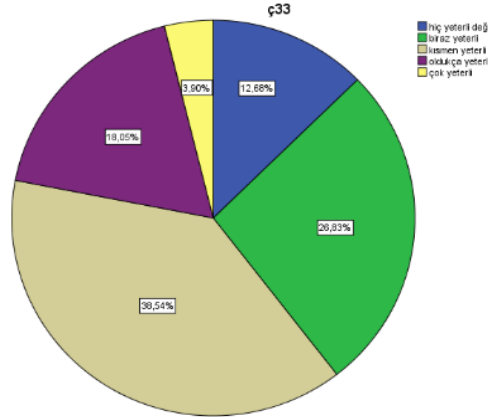
Tablo 32. Kloçsa hediyeelik eşya pazarında satılan işlemeli ürünlerin turistlere hitap etme derecesini değerlendirme grafiği

“Kaloçsa hediyeelik eşya pazarında satılan işlemeli ürünler size hitap ediyor mu?” sorusuna; katılımcılar %47,80 kısmen, %23,90 oldukça, %18,05 biraz, %6,34 hiç, %3,90 çok bana hitap ediyor şeklinde cevap vermiştir.



Tablo 33. Alınan İşlemeli eşyaların Konya kültürünü yansıtırma derecesinin yüzdelerlik grafiği

“Aldığınız işlemeli eşya Kaloçsa yöresinin kültürünü yansıtıyor mu?” sorusuna; katılımcılar %28,29 kısmen yansıtıyor, %24,39 oldukça yansıtıyor, %17,56 biraz yansıtıyor, %16,59 çok yansıtıyor, %9,76 hiç almadım, %3,41 hiç yansıtıyor diye cevap vermiştir.



Tablo 34. Kaloçsa pazarında bulunan işlemeli turistik ürünlerin çeşitleri yeterlilik bakımından değerlendirme grafiği

“Kaloçsa pazarında bulunan işlemeli turistik ürünlerin çeşitleri sizce yeterli midir?” sorusuna; katılımcılar %38,54 kısmen yeterli, %26,83 biraz yeterli, %18,05 oldukça yeterli, %12,68 hiç yeterli değil, %3,90 çok yeterli diye cevap vermiştir.

Değerlendirme ve Sonuç

Bu araştırmada Macaristan Kaloçsa’ya gelen yerli-yabancı turistlerin turistik eşya satın alma durumu nasıldır? Turistlerin hediyelik eşya tercih durumları nasıldır? Turistlerin işlemeli tekstil ürünü satın alma durumları nasıldır? Turistlerin turistik eşyanın yerel kültürü yansıtmasına ilişkin görüşleri nelerdir? Turistlerin görüşlerine göre işlemeli turistik eşyanın taşıdığı nitelikler açısından önem derecesi nasıldır? Turistlerin işlemeli hediyelik eşya seçiminde fiyata ilişkin tercih durumları nasıldır? Turistlerin turistik eşya pazarında bulunan ürünlerin niteliğine ilişkin görüşleri nelerdir? Turistlerin turistik eşya pazarında bulunan ürünlerin niceliğine ilişkin görüşleri nasıldır?

İfade edilen soruların cevapları yapılan anket ile belirlenmiştir.

Katılımcıların demografik özellikleri bölümünde Kaloçsa’ya 15 Ocak- 15 Şubat 2022 tarihleri arasında gelen yerli ve yabancı turistlerin %53,17’sinin kadın %46,83’ünün erkek olduğu sonucuna varılmıştır. Anket yapılan deneklerin çoğunun kadın olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların yaş aralıklarının %52,20 ile 18-30 yaş, %19,02 ile 30-42 yaş, %18,54 ile 0-18 yaş, %5,85 ile 42-54 yaş, %4,39 ile 54 ve üzeri yaş aralığında olduğu sonucuna varılmıştır. Yüzdeler oranlara bakıldığında Kaloçsa’ya gelen yerli turistlerin %52,20’sini 18-30 yaş aralığındaki turistler teşkil etmektedir. En düşük yüzdeliğin ise %4,39 ile yaşlılar olduğu görülmüştür. Bu sonuca göre genç nüfusun turistik amaçlı programlara fazla ilgi gösterdiğini, buna karşılık yaşlı turistlerin oranının çok düşük olduğu sonucu çıkarılabilir.

Katılımcıların eğitim durumları sorulduğunda %56,10 yükseköğretim, %27,80 lise, %11,71 ilköğretim, %3,98 yüksek lisans- doktora, %0,49 okuryazar değil oranları çıkmaktadır. Yüzdeler oranlara bakıldığında Ocak-Şubat 2018 aylarında Konya’ya gelen yerli ve yabancı turistlerin %56,10 ile yüksek öğretim düzeyinde eğitim görmüş turistler olduğu görülmektedir. En düşük yüzdelik ise %0,49 okuryazar olmadığı görülmüştür.

Anket sonucuna göre kültür destinasyonlarını takip eden turistlerin eğitim seviyesinin yüksek olduğu sonucu çıkarılabilir.

Katılımcıların meslek durumları, %21,46 diğer, %20,49 çalışmıyor, %18,05 özel kurumda çalışıyor, %12,68 memur, %9,76 serbest meslek, %8,78 emekli, %8,78 ev hanımı gibi yüzdeler oranlar karşımıza çıkmaktadır. Yüzdeler oranlara bakıldığında Konya'ya gelen yerli ve yabancı turistlerin %20,49 ile çalışmıyor oranı çıkmaktadır. En düşük yüzdeler ise %8,78 ile ev hanımı olduğu görülmüştür. Farklı mesleklerin ziyaret ettiği Konya'da herhangi bir işte çalışmıyor oranının yüksek olması da gelen turistlerin öğrenci, emekli ve yeni okullarda yeni mezun olduğu sonucuna varılabilir.

Katılımcıların gelir durumları %39,51 2500-4000 TL. Arası, %36,59 -1000-2500 TL. Arası, %18,05- 4000-5500 TL. arası, %3,90- 7000 TL ve üzeri bir gelir grubundan oluşmaktadır. Bu tabloda Konya, gelir seviyesi orta olan turistlerin en çok ziyaret ettikleri şehirlerden birisi olduğu sonucuna varılabilir.

Yabancı turistlerde ise %45,00 Asya, %25,00 Avrupa, %15,54 Afrika, %10,46 Amerika, %4,00 Avustralya'dan gelen turistlerden oluşmaktadır. En çok ziyaret edenlerin Asya ülkelerinden gelen yabancı turistlerin oluşturduğu görülmektedir. Avustralya'dan Konya'ya gelen turist sayısı ise en düşük yüzdeliği oluşturmaktadır.

"Katılımcıların Kaloçsa'da yaptığınız alışverişin ne kadarını turistik eşyalar oluşturmaktadır?" sorusuna verdikleri cevap %46,34 çok azını, %21,46 hiç, %17,56 yarısını, %7,32 yarıdan fazlasını, %7,32 çoğunu- tamamını şeklinde çıkmaktadır. Bu oran doğrultusunda gelen turistlerin yaptıkları alışveriş harcamalarının çok az bir kısmını hediyeelik ürünlere ayırdıkları görülmektedir.

Katılımcıların "Turistik eşya satın almak için ayırdığınız bütçenin ne kadarını kullandınız?" sorusuna verdikleri cevap %41,95 çok azını, %25,85 hiç, %18,54 yarısını, %8,78 yarıdan fazlasını, %4,88 çoğunu-tamamını şeklinde olmuştur. Bu tablo doğrultusunda turistlerin hediyeelik eşya için ayrılan bütçenin çok azını kullandıkları görülmektedir. Bu sonuca göre yerli ve yabancı turistlerin birçok farklı sonuçların yanında istedikleri ürün yelpazesinin turistlerin istediklerini karşılamadığı sonucu çıkarılmıştır.

"Turistik hediyeelik eşyayı hangi amaçla aldınız?" sorusuna %45,85 hediye etmek için, %30,24 kültürel değer taşıdığı için, %7,80 çok beğendiğim için, %6,30 diğer, %5,37 Bir şey almış olmak için, %4,39 fiyatı uygun olduğu için cevapları verilmiştir. Bu tablo doğrultusunda gelen turistlerin yüksek bir yüzdeler oranla turistik hediyeelik eşya alma amaçlarının hediye etmek için satın aldığı sonucuna varılmıştır.

"Kaç adet seramik eşya satın aldınız?" sorusuna, katılımcılar %48,78 hiç almadım, %28,29 birkaç tane aldım, %14,63 yalnızca bir adet aldım, %6,34 beş-dokuz arası aldım, %1,95 ondan fazla aldım diye cevap vermiştir. Katılımcıların %48,78 gibi büyük bir yüzdeler oranla hiç almadım cevabı vermiştir. Dolayısıyla turistlerin isteklerini karşılamadığı sonucuna varılmıştır.

"Kaç adet metal eşya satın aldınız?" sorusuna katılımcılar %48,29 hiç almadım, %28,29 birkaç tane, %17,56 yalnızca bir, %1,95 ondan fazla aldım diye cevap vermiştir. Katılımcılar %48,29 gibi büyük bir yüzdeler oranla hiç almadım cevabı vermiştir. Bu durumda turistlerin isteklerinin karşılanmadığı sonucuna varılmıştır.

"Kaç adet tekstil eşya satın aldınız?" sorusuna katılımcılar %49,76 hiç almadım, %22,44 birkaç tane aldım, %13,66 yalnızca bir adet aldım, %8,29 beş-dokuz arası aldım, %5,85 ondan fazla aldım diye cevap vermiştir. Bu tablo doğrultusunda iki sonuç çıkmaktadır. 1. Turistlerin beğenisine hitap eden tekstil ürünlerinin olmadığı. 2. Tekstil

ürünlerinin çok pahalı olduğu. Yaptığımız saha araştırması sonucunda birinci sebebin ön planda olduğu görülmektedir.

“Kaç adet Çini eşya satın aldınız?” sorusuna katılımcılar %56,59 hiç almadım, %19,51 birkaç tane aldım, %18,05 yalnızca bir adet aldım, %2,44 ondan fazla aldım şeklinde cevap vermiştir. Katılımcılar %56,59 gibi büyük bir yüzdelik oranla hiç almadım cevabı vermiştir. Dolayısıyla turistlerin isteklerinin karşılanmadığı sonucuna varılmıştır.

“Kaç adet hediyelik gıda ürünü satın aldınız?” sorusuna katılımcılar %25,85 hiç almadım, %33,17 birkaç tane aldım, %18,54 yalnızca bir adet aldım, %12,20 beş-dokuz arası aldım, %10,24 ondan fazla aldım diye belirtmiştir. Katılımcıların %33,17’si birkaç tane satın alırken %25,85 gibi bir yüzdelik oranıyla hiç almadım cevabı vermiştir. Bu durumda turistlerin isteklerinin karşılanmadığı sonucuna varılmıştır.

“Kaç adet toprak (çanak, çömlek vb.) ürünü eşya satın aldınız?” sorusuna katılımcılar %59,02 hiç almadım, %20,00 birkaç tane aldım, %14,15 yalnızca bir adet aldım, %3,41 beş-dokuz arası aldım, %3,41 ondan fazla aldım diye cevap vermiştir. Katılımcılar %56,02 gibi büyük bir yüzdelik oranla hiç almadım cevabı vermiştir. Bu durumda turistlerin isteklerinin karşılanmadığı sonucuna varılmıştır.

“Bu aldığımız tekstil eşyalarında kaç adet işlemeli eşya vardı?” sorusuna katılımcılar %45,85 hiç almadım, %27,80 birkaç tane aldım, %17,07 yalnızca bir adet aldım, %5,37 beş-dokuz arası aldım, %3,90 ondan fazla aldım diye cevap vermiştir. Katılımcılar %45,85 gibi büyük bir yüzdelik oranla hiç almadım cevabı vermiştir. Dolayısıyla turistlerin isteklerinin karşılanmadığı sonucuna varılmıştır.

İşlemeli turistik ürünler hakkında katılımcılar %32,68 çok az şey biliyorum, %26,34 ne oldukları hakkında bir fikrim yok, %20,00 burada biraz bilgi edindim, %19,51 bilgim var, %1,46 bu konuda çok şey bildiğimi düşünüyorum diye cevap vermiştir. Gelen turistlerin işlemeli turistik hakkında çok az bilgi sahibi oldukları görülmektedir. Katılımcılar %32,68 gibi büyük bir yüzdelik oranla çok az şey biliyorum cevabı vermiştir. Bu durumda turistlerin yeterli bilgiye sahip olmadıkları sonucuna varılmıştır.

Turistik eşya satın alırken işlemeli ürünleri alma görüşleri %40,00 olabilir, %20,49 öncelik tercihlerim arasındadır, %17,56 fark etmez, %12,68 tercih etmem, %9,27 ilk tercihimdir diye belirtilmiştir. Katılımcılar %40,00 gibi büyük bir yüzdelik oranla olabilir cevabı vermiştir. Bunun sebebi turistlerin isteklerine, beğenilerine göre işlemeli ürünler üretildiği takdirde yerli ve yabancı turistlerin alabileceği sonucuna varılmıştır.

“İşlemeli ürünlerde kullanılan motiflerin Konya yöresine ait olması sizin için ne kadar önemlidir?” sorusuna katılımcılar %33,66 oldukça önemlidir, %29,76 kısmen önemlidir, %15,61 çok önemlidir, %13,17 biraz önemlidir, %7,80 hiç önemli değildir diye cevap vermiştir. Katılımcılar %33,17 gibi bir yüzdelik oranla oldukça önemlidir cevabı vermiştir. Bunun sebebi olarak turistlerin ziyaret ettikleri yerlerin kültürlerinin yansıtıldığı ürünleri tercih etme potansiyellerinin yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

“Aldığınız işlemeli eşyayı neye göre belirliyorsunuz?” sorusuna katılımcılar %27,80 tasarım-estetik, %20,00 fiyat, %18,05 kullanışlılık-işlevsellik, %15,61 taşınabilirlik, %15,61 kalite %2,93 diğer nedenleri şeklinde cevap vermiştir. Katılımcıların içerisinde yüksek bir oranla tasarım ve estetik bizim için çok önemli bir olgudur diye belirtilmiştir. Katılımcılar %27,80 gibi bir yüzdelik oranla tasarım-estetik cevabı vermiştir. Bu istatistiğe göre turistlerin işlemeli eşyayı alırken nelere dikkat ettikleri yüzdelik oranlar ile belirtilmiştir.

Kaloçsa pazarında yer alan turistik ürünler diğer bölgeler ile kıyaslandığında katılımcılar %34,63 diğer bölgeler ile benzer, %25,37 kısmen ucuz, %16,59 bir fikrim yok,

%11,71 pahalı, %8,29 çok ucuz, %3,41 çok pahalı diye cevap vermiştir. Katılımcılar %34,63 gibi büyük bir yüzdelik oranla diğer bölgelere benzer cevabı vermiştir.

Bu değerlendirme sonuçlarına göre Macaristan Kaloçsa'ya gelen yerli ve yabancı turistlerin sayısı fazla olduğu sonucuna varılmıştır. Kaloçsa'ya gelen yerli ve yabancı turistlerin giderken yanlarında o bölgenin anısına kendileri ve çevreleri için hediye aldığı sonucuna varılmıştır. Bu turistler gelirirken yanlarında götürmek istedikleri hediyeelik ürünler konusunda Konya'da önemli eksikliklerin olduğu sonucuna varılmıştır. Ziyaret eden turistlerin isteklerinin göz önünde bulundurulmadığı tespitine varılmıştır. Hediyeelik ürün çeşitliliğinin fazla olmadığı ve bunun için turistlerin hediyeelik ürünler için ayırdıkları bütçelerini kullanmadığı sonucuna varılmıştır. Bu durumda Kaloçsa'nın azımsanmayacak bir ekonomik süreci yeterince kullanamadığı sonucuna varılmıştır. Bu sonuçlar dikkate alındığı zaman gerek Kaloçsa'yı ziyaret eden yerli ve yabancı turistler için gerekse bu pazardan geçimini sağlayanların bu sektörden fazla bir pay almadıkları görülmüştür. Bu değerlendirme sonucuna göre Kaloçsa hediyeelik ürün satan mağazalar ürün kataloglarını yeniden gözden geçirmeli ve turistlerin isteklerini göz ardı etmemelidir.

Kaynakça

- Akbil, F. P. (1970). *Türk el sanatlarından örnekler*. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- Altun (Çelebilik), G. (1996). *Konya ili antikacılarında bulunan hesap işi ürünleri ve özellikleri*. [Yüksek lisans tezi]. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Altun, G. (2006). *Muğla ilinde bulunan el işlemleri (19.-20. yüzyıl)*. [Doktora Tezi]. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Arseven, C.E. (1975). *Sanat ansiklopedisi, C. 1*, İstanbul: MEB Yayınları.
- Bağlı, H.H. (2001). *Temsil araçları olarak zanaat ve tasarım: turistik nesnelere üzerinde kavramsal bir analiz*. [Doktora Tezi]. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Barışta, H. Ö. (1984). *Türk işleme sanatı tarihi*. Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları.
- Barışta, H. Ö. (1997). *Türk işlemlerinden teknikler*. Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları.
- Barışta, H. Ö. (1999). *Osmanlı imparatorluğu dönemi Türk işlemleri*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Barışta, H. Ö. (1984). *Türk işleme sanatı tarihi*. Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları
- Bayazit, M. Ceylan, U., Saylan, U., (2012). Geleneksel el sanatlarının bölge turizmüne etkisi: Güneydoğu Anadolu bölgesi. *Journal of Life Sciences*, 1(1), 899-908.
- Çulha, O. (2008). Kültür Turizmi kapsamında destekleyici turistik ürün olarak deve güreşi festivalleri üzerine bir alan çalışması. *Journal of Yasar University*, 12, 1827-1852.
- Emir, O. (2010). Üç yıldızlı otel işletmelerinde müşteri memnuniyeti üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3), 291-310.
- Eroğlu, E. (2005). Müşteri memnuniyeti ölçüm modeli. *İ.Ü. İşletme Fakültesi İşletme Dergisi*, 34(1), 7-25.
- Gillow, J. & Sentance, B. (1999). *World textiles*. London: Thames Hudson.
- Güler, E. G. (2014). *Turistik Ürün*, Aksu, M., Çeltik, E., Koşan, A., vd., Genel turizm, İstanbul: Lord Matbaası.

- İzyılmaz, G. (2008). *Geleneksel türk el sanatlarının turistik ürün bağlamında değerlendirilmesi*. [Uzmanlık tezi]. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü.
- Kahveci, M. (1998). 21. yüzyıla girerken geleneksel Türk el sanatları. *Folkloristik*, 387-397.
- Kozak N., Kozak M. A. & Kozak, M. (2010). *Genel turizm ilkeler-kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mamur, N. (2012). Kitsch (Kiç) olgusunun sanat eğitiminde estetik beğeniler açısından sorgulanması. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3, 70-79.
- Murphy, J. E. (2003). Embroidery as participation? Women in the calakmul model forest, campeche, Mexico. *Canadian Woman Studies*, 23(1), 641.
- Öter, Z. (2010). Türk el sanatlarının kültür turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *Milli Folklor Dergisi*, 11(86), 174-185
- Özbel, K. (1949). *El sanatları: kasnak işleri*. Ankara: Ulus Basımevi.
- Özer, S. U. & Tüzünkan, D. (2012). Alışveriş turizmi kapsamında istanbul shopping fest ve yansımaları. 13. *Ulusal Turizm Kongresi Bildirileri*, içinde (s. 151-166), Antalya.
- Pala Yavuzyiğit, Z. (2022a). Osmanlı dönemine ait bir ipek halının tasarım ilkeleri bakımından incelenmesi. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 15(40), 1287-1303.
- Pala Yavuzyiğit, Z. (2022b). Konya geleneksel giysilerinden cepkenler ve süsleme özellikleri. *Pearson Journal*, 7(22), 1-10.
- Pala Yavuzyiğit, Z. (2022c). A.R. İzzet Koyunoğlu Müzesi'ne kayıtlı geleneksel peşkir örneklerinin sanatsal açıdan incelenmesi. *SSD Journal*, 7(34), 346-360.
- Sain, B. (1987). *Geleneksel Türk işlemleri, Antep işleri-hesap işleri*. İstanbul: El İşlemleri Danışma Servisi Yayınları.
- Sürür, A. (1976). *Türk işleme sanatı*. Ankara: Akbank Yayınları.
- Temizkan R. & Temizkan S. P. (2005). Rehber, acenta, mağaza ve turistler açısından Türkiye'de turistlerin alışveriş faaliyetleri. *Çanakkale Turizm Bienali*, içinde, (s. 334), Çanakkale.