

**T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANABİLİM DALI**

İÇ TURİZM VE DATÇA YÖRESİNDE BİR UYGULAMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Orhan DİNÇ

Balıkesir, 2019

**T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANABİLİM DALI**

İÇ TURİZM VE DATÇA YÖRESİNDE BİR UYGULAMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Orhan DİNÇ

**Tez Danışmanı
Doç. Dr. Sebahattin KARAMAN**

Balıkesir, 2019

T.C
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ ONAYI

Enstitümüzün Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda 201412501028 numaralı Orhan DİNÇ'in hazırladığı “İç Turizm ve Dağça Yöresinde Bir Uygulama” konulu YÜKSEK LİSANS tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 30.01.2019 tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ/~~OY ÇOKLUĞU~~ ile karar verilmiştir.


Başkan (Danışman)

Doç. Dr. Sebahattin KARAMAN

İmza


Üye

Doç. Dr. Ahmet KÖROĞLU

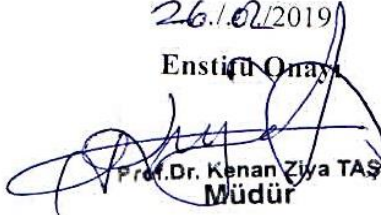
İmza


Üye

Dr. Öğr. Üyesi Uğur CEYLAN

İmza


Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylarım.

26.1.2019
Enstitü Onayı

Prof. Dr. Kenan Ziya TAŞ
Müdür

ÖNSÖZ

Turizm sektörü gerek ekonomik gerekse sosyo-kültürel katkıları nedeniyle çoğu ülkede olduğu gibi Türkiye'de de hızla gelişme gösteren bir sektör olarak görülmektedir. Bununla birlikte turizm sektörünün sağlıklı gelişimini sürdürmesi hem dış turizmin hem de iç turizmin dengeli gelişimine bağlıdır. Ancak Türkiye'de dış turizme önem verilmekle birlikte iç turizm hak ettiği gelişimi gösterememiştir. Yapılan bu çalışma da iç turizm kavramını değerlendirerek önemini vurgulamak amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın her aşamasında bana yol gösteren, yardımlarını ve sabrını esirgemeyen değerli danışman hocam Sayın Doç. Dr. Sebahattin KARAMAN'a teşekkür ederim. Lisans döneminden beri hayatımın her aşamasında beni yönlendiren, kimi zaman bir baba kimi zaman bir abi yakınlığı gösteren değerli hocam Sayın Doç. Dr. Ahmet KÖROĞLU'na teşekkürü borç bilirim.

Ayrıca değerli hocam Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT'a, değerli dostum ve hocam Öğretim Üyesi Dr. Serkan TÜRKMEN'e ve burada ismini saymadığım diğer tüm hocalarıma, BTİOYO ailesine ve değerli dostlarıma da şükranlarımı sunarım.

Son olarak aileme maddi ve manevi destekleri ve gösterdikleri özveri için teşekkür ederim. Ve kendisi de hem bir akademisyen hem de hayat arkadaşım olarak bu yolda benimle beraber yürüyen sevgili eşim Nuray TETİK DİNÇ ile canım kızım Zehra DİNÇ'e hayatıma anlam kattıkları için sonsuz teşekkürler... İyi ki varsınız... Sizi çok seviyorum...

2019, Balıkesir

Orhan DİNÇ

ÖZET

İÇ TURİZM VE DATÇA YÖRESİNDE BİR UYGULAMA

DİNÇ, Orhan

Yüksek Lisans, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Sebahattin KARAMAN

2018, 101 Sayfa

Çalışmanın amacı, yerli turistlerin demografik özelliklerini ve tatil profillerini tespit etmek, ziyaret ettikleri yöre ile ilgili sorunları belirlemek ve mevcut sorunlara yönelik çözüm önerileri ortaya koymaktır. Bu amaçla Datça yöresine gelen yerli turistler üzerinde anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Araştırma 2017-2018 yıllarında Mayıs-Eylül ayları arasında uygulanmış ve 420 adet anket elde edilmiştir. Anketlerden elde edilen veriler SPSS istatistik programı aracılığıyla analiz edilmiş ve bulgular ortaya konulmuştur. Araştırma bulgularına göre Datça yöresindeki turistik mal ve hizmetlerin fiyat düzeylerinin yerli turistler tarafından orta seviyede algılandığı belirlenmiştir. Katılımcılara göre yörenin en büyük sorununun sağlık sorunu olduğu tespit edilmiştir. İkinci sırada kaliteli turistik işletmelerin sayıca az olması gelmektedir. Katılımcılar yörede alınması gereken en önemli tedbirin düzensiz ve çarpık kentleşmenin önüne geçilmesi olduğunu ifade etmişlerdir. Diğer önemli gördükleri önlem doğal ve kültürel değerlerin korunması gerekliliği olmuştur.

Yapılan çalışma beş bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde araştırmanın amacına, problemine, önemine, varsayımlarına ve sınırlılıklarına yer verilmiştir. İkinci bölümde turizm ve iç turizm ile ilgili alanyazın oluşturulmuştur. Ayrıca ilgili araştırmalara yer verilmiştir. Üçüncü bölüm, araştırmanın yöntemini oluşturan evren ve örneklem, veri toplama aracı ve teknikleri, veri toplama süreci, verilerin analizi ile ilgili alt bölümleri içermektedir. Dördüncü bölümde araştırmadan elde edilen veriler analiz edilmiş ve değerlendirilmiştir. Beşinci bölümde ise araştırma bulguları doğrultusunda sonuçlar ortaya konulmuş ve öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İç Turizm, Yerli Turist, Turist Profili, Datça.

ABSTRACT

DOMESTIC TOURISM AND AN APPLICATION AT DATÇA REGION

DİNÇ, Orhan

Master's Thesis, Department of Tourism and Hotel Management

Adviser: Assoc. Prof. Dr. Sebahattin KARAMAN

2018, 101 Pages

The aim of the study was to determine the demographic and travel profiles of the domestic tourists, to examine the problems of destination that the tourists visited and finally to develop recommendations. In the frame of the aim, questionnaire research was applied to domestic tourists who visited Datça province. The research was applied to 420 domestic tourists between May and September in 2017 and 2018. The data were analyzed by using SPSS statistical program and findings were given. The findings revealed that participants perceived the prices of tourism product and services at Datça province at a moderate level. According to the participants, the most important problem of Datça was the health problem. The second one was scarceness of the qualified tourism establishments. Participants expressed that the most important precaution for Datça was to prevent unplanned and skewed urbanization. The other precaution was to preserve natural and cultural values.

The study consists of five parts. In the first part of the study, the research problem, the purpose of the study and its importance, assumptions, and limitations were given. The second part consists of related literature. The tourism and domestic tourism concepts were examined deeply and related researches were given at this part. The third part of the study consists of the research's universe and its sample, data collection tools and techniques, data collection process and data analyzing subsections. And finally, the results and recommendations were given at the fifth part of the study.

Key Words: Domestic Tourism, Domestic Tourist, Tourist Profile, Datça.

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖNSÖZ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
ÇİZELGELER LİSTESİ	xiii
GRAFİKLER LİSTESİ	x
1. GİRİŞ	1
1.1 Problem	2
1.2 Amaç	3
1.3 Önem	3
1.4 Varsayımlar	4
1.5 Sınırlılıklar	4
2. İLGİLİ ALANYAZIN	5
2.1 Turizm Kavramının Analizi	5
2.1.1 Turizm Kavramının Tanımı	5
2.1.2 Turizmin Önemi	7
2.1.3 Dünyada Turizmin Gelişimi	9
2.1.3.1 İlkçağda Turizm	9
2.1.3.2 Ortaçağda Turizm	10
2.1.3.3 Rönesans Döneminde Turizm	11
2.1.3.4 Yakınçağda Turizm	12
2.1.4 Türkiye'de Turizmin Gelişimi	14
2.1.4.1 Cumhuriyet Dönemi Öncesi Türkiye Turizmi	14
2.1.4.2 1923-1980 Yılları Arası Türkiye Turizmi	15
2.1.4.3 1980 Sonrası Türkiye Turizmi	18
2.1.5 Turizmin Sınıflandırılması	22
2.1.5.1 Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm	22
2.1.5.2 Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm	23
2.1.5.3 Katılanların Yaşlarına Göre Turizm	23
2.1.5.4 Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizm	24
2.1.5.5 Katılanların Amaçlarına Göre Turizm	24
2.2 İç Turizm Kavramının Analizi	27
2.2.1 İç Turizm Kavramının Tanımı	27
2.2.2 İç Turizmin Önemi	29
2.2.3 Türkiye'de İç Turizmin Gelişimi.....	30
2.2.3.1 Kamu Nezdinde İç Turizm ile İlgili Yapılan Çalışmalar	33
2.2.4 Türkiye'de İç Turizmin Mevcut Durumu	36
2.3 İlgili Araştırmalar	44

3. YÖNTEM	49
3.1 Araştırmanın Yöntemi	49
3.2 Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	49
3.3 Veri Toplama Aracı ve Teknikleri	50
3.4 Veri Toplama Süreci	51
3.5 Verilerin Analizi	51
4. BULGULAR VE YORUMLAR	52
4.1 Araştırmaya Katılan Yerli Turistlerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular.....	52
4.2 Araştırmaya Katılan Yerli Turistlerin Datça Yöresine Yönelik Tatil Profillerine İlişkin Bulgular.....	55
4.3 İfadelerin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerlerine İlişkin Bulgular	66
4.4 Değişkenler Arası Farklılıkları Belirlemeye Yönelik Çapraz Tablolara İlişkin Bulgular	69
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	81
5.1 Sonuçlar	81
5.2 Öneriler	88
KAYNAKÇA	92
EKLER	99

ÇİZELGELER LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 1.	Dünya Genelinde Turist Sayısının ve Turizm Gelirlerinin Yıllar İtibariyle Dağılımı	13
Çizelge 2.	Yıllar İtibariyle Türkiye'nin Turizm Belgeli Konaklama Tesisi Sayısı	19
Çizelge 3.	Yıllar İtibariyle Türkiye'ye Gelen Ziyaretçi Sayısı	20
Çizelge 4.	Yıllar İtibariyle Dünya Genelinde Turizm Destinasyonları ve Turizm Gelirleri Bakımından Türkiye'nin Sıralaması	21
Çizelge 5.	Yabancı ve Yerli Turistlerin Bölgelere Göre Tesise Geliş ve Geceleme Sayıları ile Ortalama Kalış Süreleri (2017)	37
Çizelge 6.	Türkiye'de İç Turizme Katılanların Seyahat ve Geceleme Sayısı ile Harcamaları (2009-2017)	38
Çizelge 7.	Türkiye'de İç Turizme Katılanların Yaş Gruplarına Göre Geceleme Sayılarının Dağılımı (2009-2017)	38
Çizelge 8.	Türkiye'de İç Turizme Katılanların Kaldıkları Konaklama Türüne Göre Geceleme Sayılarının Dağılımı (2009-2017)	40
Çizelge 9.	Türkiye'de İç Turizme Katılanların Seyahat Harcamalarının Türlerine Göre Dağılımı (2009-2017)	41
Çizelge 10.	Türkiye'de İç Turizme Katılanların Seyahat Amaçlarına Göre Dağılımı (2009-2017)	43
Çizelge 11.	Türkiye'de İç Turizme Katılanların Seyahat Amacına Göre Seyahat Başına Ortalama Harcamaların Dağılımı (2009-2017) ..	44
Çizelge 12.	Muğla İlini Ziyaret Eden Yabancı ve Yerli Turistlerin İlçeler Bazında Tesise Geliş ve Geceleme Sayıları (2017)	50
Çizelge 13.	Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı	52
Çizelge 14.	Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı	52
Çizelge 15.	Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımı	53
Çizelge 16.	Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı	54
Çizelge 17.	Katılımcıların Mesleklerine Göre Dağılımı	54
Çizelge 18.	Katılımcıların Gelir Düzeylerine Göre Dağılımı	55
Çizelge 19.	Katılımcıların Datça Yöresine Geliş Sıklıklarının Dağılımı	56
Çizelge 20.	Katılımcıların Datça Yöresinde Kalış Sürelerinin Dağılımı	56
Çizelge 21.	Katılımcıların Tatillerini Kiminle Geçirdiklerinin Dağılımı	57
Çizelge 22.	Katılımcıların Datça Yöresini Tercih Etmelerinde Etkili Olan Faktörlerin Dağılımı	57
Çizelge 23.	Katılımcıların Datça Yöresine Geliş Aylarının Dağılımı	59
Çizelge 24.	Katılımcıların Datça Yöresine Geliş Dönemlerinin Dağılımı	60
Çizelge 25.	Katılımcıların Ağırlıklı Olarak Kullandıkları Ulaşım Türünün Dağılımı	61
Çizelge 26.	Katılımcıların Datça Yöresine Geliş Nedenlerinin Dağılımı	61
Çizelge 27.	Katılımcıların Kaldıkları Konaklama Türünün Dağılımı	62
Çizelge 28.	Yazlıkta Konaklayan Katılımcıların Mülkiyet Durumlarının Dağılımı	63

Çizelge 29.	Katılımcıların Harcama Düzeylerinin Dağılımı	63
Çizelge 30.	Datça Yöresine Gelen Katılımcıların İkamet Ettikleri İllerin Dağılımı	64
Çizelge 31.	Katılımcıların Datça Yöresindeki Tatillerinden Memnuniyet Düzeylerinin Dağılımı	65
Çizelge 32.	Katılımcıların Datça Yöresini Tekrar Ziyaret Etme İsteklerinin Dağılımı	65
Çizelge 33.	Fiyat Unsurlarına Ait İfadelerin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri	66
Çizelge 34.	Sorunlara Ait İfadelerin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri	67
Çizelge 35.	Tedbirlere Ait İfadelerin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri	68
Çizelge 36.	Katılımcıların Meslekleri ile Gelir Düzeyleri Arasındaki Farklılık Testi	70
Çizelge 37.	Katılımcıların Yazlık Sahibi Olma Durumları ile Datça'ya Geliş Sıklıkları Arasındaki Farklılık Testi	71
Çizelge 38.	Katılımcıların Yazlık Sahibi Olma Durumları ile Datça'da Kalış Süreleri ile Arasındaki Farklılık Testi	72
Çizelge 39.	Katılımcıların Medeni Durumları ile Datça'ya Kiminle Geldikleri Arasındaki Farklılık Testi	73
Çizelge 40.	Katılımcıların Yazlık Sahibi Olma Durumları ile Harcama Düzeyleri Arasındaki Farklılık Testi	73
Çizelge 41.	Katılımcıların Medeni Durumları ile Yörede Mevcut Olan Sorunlar Arasındaki Farklılık Testi	74
Çizelge 42.	Katılımcıların Yaşları ile Yörede Mevcut Olan Sorunlar Arasındaki Farklılık Testi	75
Çizelge 43.	Katılımcıların Yazlık Sahibi Olma Durumları ile Yörede Mevcut Olan Sorunlar Arasındaki Farklılık Testi	76
Çizelge 44.	Katılımcıların Geliş Sıklıkları ile Yörede Mevcut Olan Sorunlar Arasındaki Farklılık Testi	77
Çizelge 45.	Katılımcıların Kalış Süreleri ile Yörede Mevcut Olan Sorunlar Arasındaki Farklılık Testi	78
Çizelge 46.	Katılımcıların Harcama Düzeyleri ile Yörede Mevcut Olan Sorunlar Arasındaki Farklılık Testi	79

GRAFİKLER LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Grafik 1. 2017 Yılında Türkiye'de İç Turizme Katılanların Yaş Gruplarına Göre Geceleme Sayılarının Dağılım Grafiği	38
Grafik 2. 2017 Yılında Türkiye'de İç Turizme Katılanların Kaldıkları Konaklama Türüne Göre Geceleme Sayılarının Dağılım Grafiği	40
Grafik 3. 2017 Yılında Türkiye'de İç Turizme Katılanların Seyahat Harcamalarının Türlerine Göre Dağılım Grafiği	41
Grafik 4. 2017 Yılında Türkiye'de İç Turizme Katılanların Seyahat Amaçlarına Göre Dağılım Grafiği	42
Grafik 5. 2017 Yılında Türkiye'de İç Turizme Katılanların Seyahat Amacına Göre Seyahat Harcamalarının Dağılım Grafiği	44
Grafik 6. Katılımcıların Datça Yöresini Tercih Etmelerinde Etkili Olan Faktörlerin Dağılım Grafiği	58
Grafik 7. Katılımcıların Datça Yöresine Geliş Aylarının Dağılım Grafiği ...	59
Grafik 8. Katılımcıların Datça Yöresine Geliş Dönemlerinin Dağılım Grafiği	60
Grafik 9. Katılımcıların Datça Yöresine Geliş Nedenlerinin Dağılım Grafiği	61
Grafik 10. Yazlıkta Konaklayan Katılımcıların Mülkiyet Durumlarının Dağılım Grafiği	63

1. GİRİŞ

Turizm sektörü, dünya genelinde hızla büyüyen sektörlerden biridir. Bu durumun en önemli nedeni turizmin turist çeken ülkeye öncelikle ekonomik katkılar sağlaması, bunun yanı sıra kültürel, sosyal ve çevresel anlamda olumlu etkilere sahip olmasıdır. Bundan dolayı turizm, sadece gelişmiş ülkeler açısından değil, aynı zamanda gelişmekte olan ülkeler tarafından da gün geçtikçe önem kazanan bir sektör haline gelmiştir. 2000 yılında 674 milyon kişi seyahat etmişken ve toplamda 475 milyar dolar gelir elde edilmişken, 2017 yılına gelindiğinde turist sayısı 1 milyar 323 milyon kişiye ve turizm geliri 1 trilyon 340 milyar dolara ulaşmıştır (UNWTO Tourism Highlights, 2012, 2018). Özellikle turizm gelirlerinde dikkate değer bir artış gözlemlenmektedir.

Dünya genelinde dış turizm pazarından en fazla gelir sağlayan ülkeler, aynı zamanda iç turizm potansiyelleri de yüksek olan ve iç turizmden de önemli derecede gelir sağlayan ülkeler olarak görülmektedir (Karakahya, 2012, 1). Örneğin, 2010 yılı verilerine bakıldığında, turizm geliri bakımından dünya genelinde 3. sırada yer alan Fransa'da seyahat pazarının %65'i, 6. sırada yer alan Almanya'da ise %47'si iç pazara aittir. Fransa'da 96 milyar Avroluk gelir ile iç turizm, turizm ekonomisinin 2/3'ünü oluşturmaktadır. Benzer şekilde 2. sırada yer alan İspanya'da da 58 milyar Avroluk turizm gelirinin %65'ini iç pazardan elde etmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı 3. Turizm Şurası, 2017, 4; Güzel, 2011, 128; UNWTO Tourism Highlights, 2018). Durum Türkiye açısından değerlendirildiğinde 2015 yılı itibariyle iç turizmden elde ettiği pay %1 olarak gerçekleşmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı 3. Turizm Şurası, 2017, 4).

Bir başka açıdan ele alındığında, OECD (<https://stats.oecd.org>) tarafından yayınlanan turizm istatistiklerine göre 2015 yılında Fransa'yı 84,5 milyon uluslararası turist ziyaret etmişken, 191,6 milyon yerli turist ülke içerisinde seyahatte bulunmuştur. Yerli turistlerin yabancı turistlere oranı %58 olarak gerçekleşmiştir. İngiltere'de de 34,4 milyon yabancı turist sayısı ve 124,4 milyon yerli turist sayısı ile

oran %56,6'dır. Fransa'da da benzer bir durum söz konusudur. Ülkeyi 84,5 milyon uluslararası turist ve 191,6 milyon yerli turist ziyaret ettiği, yerli turist yabancı turiste oranının %55,6 olduğu belirlenmiştir. Türkiye'yi ise 41,1 milyon uluslararası turist ve 71,2 milyon yerli turist ziyaret etmiştir. Yerli turist yabancı turiste oranı %26,8 olarak gerçekleşmiştir.

Yukarıda sözü edilen tüm bu rakamlar Türkiye'nin iç turizm konusunda oldukça geride kaldığını kanıtlar niteliktedir. Türkiye'de iç turizmin yeterli düzeyde gelişme göstermemesinin en önemli nedenleri genellikle döviz getirisi nedeniyle dış turizme ağırlık verilmesi ve iç turizmin kriz dönemlerinde başvurulan bir kurtarıcı olarak görülmesidir (Özel, 2010, 106). Bunun yanı sıra yerli halk arasında seyahat kültürünün ve bilincinin yaygınlaşmamış olması, gelir düşüklüğü, tatillerin pahalı olması, işletmelerin yerli ve yabancı turiste farklı fiyat uygulamaları, ikinci konut olarak nitelendirilen yazlıkların yaygınlığı gibi nedenler de iç turizmin gelişmesi önünde engel teşkil etmektedir (Karakahya, 2012, 40; Güzel, 2011, 131). Bunun sonucu olarak Türkiye dış turizm konusunda hızla gelişme gösterirken, iç turizmde aynı gelişme hızını yakalayamamıştır. Bu konu Türk turizmi açısından çözüme kavuşturulması gereken önemli bir husustur.

Buradan hareketle hazırlanan bu çalışmada Türkiye'de iç turizmin önemini vurgulamak ve iç turizmin geliştirilmesi için yerli turistlerin tatil profillerini ortaya koyarak gelişimine katkı sağlamak hedeflenmiştir.

1.1 Problem

Türkiye hem doğal güzellikleri, hem de tarihi ve kültürel çekicilikleri açısından önemli değerlere sahip bir ülkedir. Ülkenin sahip olduğu bu arz kapasitesi, Türkiye'nin hem dış turizme hem de iç turizme hizmet edecek düzeyde olmasını sağlamaktadır. Türkiye özellikle yabancı turistler tarafından ilgi çeken bir ülke olmasına karşın, aynı ilgiyi yerli turistler açısından elde edememektedir. Oysa ki mevcut değerlerin, özellikle ülkenin yerli halkı tarafından algılanması ve özümsemesi, turizmin sağlıklı gelişimi açısından oldukça önemlidir. Bu nedenle yerli turistlerin eğilimlerini belirlemek, onların turistik yöreler ile ilgili algılarını değerlendirmek ve buna göre çalışmalarda bulunmak dikkat edilmesi gereken bir husustur.

Buradan hareketle araştırmanın problemini, Datça yöresini ziyaret eden yerli turistlerin seyahat profillerini araştırmak ve algılarını ortaya koymak oluşturmaktadır. Bu konunun araştırılmasının nedeni, Türkiye'nin uluslararası turizm pazarında hızla gelişme gösterirken, iç turizm pazarında aynı gelişmeyi yakalayamamasının önündeki engellerdir. Bu engeller gerek devlet politikalarından, gerek turizm işletmelerinin uygulamalarından, gerekse turistlerin beklenti ve algılarının yeterince değerlendirilmemesinden kaynaklanmaktadır. Yapılan bu araştırmada iç turizm konusu yerli turistlerin profilleri ve algıları açısından ele alarak irdelenmek istenmiştir.

1.2 Amaç

Araştırmanın amacı, Datça yöresine gelen yerli turistlerin yörede gerçekleştirdikleri tatil deneyimlerini belirlemek ve yörede yaşanan sorunlar hakkındaki algılarını ve bu konuda alınabilecek tedbirler ile ilgili düşüncelerini ortaya koymaktır.

Bu doğrultuda aşağıda belirtilen sorular cevaplanmaya çalışılmıştır:

- İç turizme katılan yerli turistlerin demografik özellikleri nelerdir?
- İç turizme katılan yerli turistlerin tatil profilleri nelerdir?
- İç turizme katılan yerli turistlerin turistik ürünlerin fiyatlarına karşı olan duyarlılıkları ne düzeydedir?
- İç turizme katılan yerli turistlerin turizm yöresinde görülen sorunları algılamaları ne düzeydedir?
- İç turizme katılan yerli turistlerin turizm yöresindeki bu sorunlara karşı alınabilecek tedbirler hakkındaki görüşleri ne düzeydedir?

1.3 Önem

İç turizm konusunda yapılmış olan çalışmaların azlığı nedeniyle bu alanda eksiklik olduğu düşünülmektedir. Bu durum aynı zamanda iç turizmin yeterli düzeyde değerlendirilmesini ve iç turizmin karşılaştığı sorunların ortaya konularak gerekli önlemlerin alınmasını da engellemektedir. Yapılan bu araştırmanın iç turizm olgusuna dikkat çekmek, Türkiye'nin iç turizm potansiyelini vurgulamak ve yerli turistlerin tatil profillerinin belirlenmesine katkı sağlamak açısından önemli olduğu

düşünölmektedir. Bu kapsamda Datça yöresine gelen yerli turistlerin tatil profilleri, yöre ile ilgili algıları, yörenin sorunları ve bu konuda alınabilecek tedbirler ile ilgili araştırma yapılmış ve bulgular ortaya konulmuştur. Datça yöresine ait olmakla birlikte elde edilen bulguların ve ortaya çıkan sonuçların Türkiye'de mevcut olan iç turizm hareketlerini yansıttığı düşünölmektedir. Bu doğrultuda geliştirilen önerilerin de diğer bölgelerde iç turizmin geliştirilmesi için örnek teşkil etmesi beklenmektedir. Ayrıca ortaya konan önerilerin hem turizm planlamacılarına ve uygulayıcılarına hem de araştırmacılara yol gösterici olacağı, aynı zamanda ileride yapılacak çalışmalara da katkı sağlayacağı düşünölmektedir.

1.4 Varsayımlar

Öncelikli olarak araştırmanın amacı doğrultusunda hazırlanmış olan anket formunun, araştırmaya katılan kişiler tarafından dürüst ve tarafsız bir şekilde doldurulduğu varsayılmıştır. Araştırmanın bir diğer varsayımı, Datça yöresinde tatilini geçiren yerli turistler arasından ulaşılan 420 turistin evreni temsil etme yeterliliğine sahip olduğudur.

1.5 Sınırlılıklar

Gerçekleştirilen bu araştırmanın kuramsal çerçevesi ulaşılabilen kaynaklarla sınırlandırılmıştır. Araştırmanın uygulama kısmı ise 2017 ve 2018 yıllarında Mayıs ve Eylül aylarında Muğla ilinin Datça ilçesinde tatillerini geçiren yerli turistlerle sınırlı tutulmuştur.

2. İLGİLİ ALANYAZIN

Bu bölümünde turizm ve iç turizm kavramları ile ilgili önceden yapılmış araştırmalar ve çalışmalar incelenmiş; kaynaklar dahilinde araştırmanın kuramsal çerçevesini içeren alanyazın bölümü oluşturulmuştur. Bölüm, üç alt başlıkta ele alınmıştır. Öncelikle turizm kavramı ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Sonrasında iç turizm kavramı irdelenmiştir. Son olarak konu ile ilgili daha önceden yapılmış araştırmalar ve bulguları değerlendirilmiştir.

2.1 Turizm Kavramının Analizi

Araştırmanın bu bölümünde turizm kavramı tanımlanmış, önemine değinilmiştir. Turizmin dünyadaki ve Türkiye'deki gelişimi ele alınmıştır. Son olarak turizmin sınıflandırılmasına yer verilmiştir.

2.1.1 Turizm Kavramının Tanımı

İnsanlar çeşitli nedenlerle günlük hayatlarını idame ettirdikleri yerlerden başka yerlere geçici süreliğine seyahat etmektedir. Bu yer değişimi esnasında işletmelerin kendilerine sundukları ulaşım, konaklama, yeme-içme ve eğlence gibi çeşitli imkanlardan yararlanmaktadırlar. İnsanların bu seyahat etme hareketi turizm kavramını ortaya çıkarmıştır (Kozak vd., 2014: 1).

Turizm kavramı köken itibariyle Latince "geri dönmek, etrafı dolaşmak" anlamlarına gelen "tornus" kelimesinden gelmektedir. Nitekim turizm kavramının anlamında üzerinde durulması gereken hususlar, hareket ve geri dönüş olayıdır (Öter, 2001, 1; Puri ve Chand, 2008a, 37; Sezgin, 2015, 15.).

Turizm kavramının ne olduğunu belirlemek ve değerlendirmek amaçlı çalışmalar, 19. yüzyılın sonlarında ele alınmaya başlanmıştır (Bezirgan, 2008, 6). Holden (2000, 2) ve McIntosh, Goeldner ve Ritchie (1995, 10) çoğu yazar ve araştırmacının, turizm kavramını tanımlamanın zorluğu üzerinde durduğunu vurgulamışlardır. Bunun nedeni turizmin olayının oldukça karmaşık bir yapıya sahip

olmasından kaynaklanmaktadır. Nitekim insanların duyguları, beklentileri istekleri; yörenin doğal ve kültürel değerleri ve çekicilikleri; ulaşım ve konaklama hizmetleri ile diğer yardımcı hizmetler; hükümet politikaları ve yasalar gibi pek çok konu turizm olayının içerisinde yer almaktadır. Bu da turizm kavramını kesin hatlarıyla belirlemeyi güçleştirmektedir. Bu konuda Sinclair ve Stabler (2002, 3) bütün disiplinlerdeki araştırmacıların (örneğin iktisatçılar), turizmin doğası gereği, politik, doğal ve sosyal içeriğini de dikkate alan multidisipliner bir yaklaşımla turizm olayını ele almaları gerektiğini vurgulamıştır. Yazarlar, bütün bu disiplinlerde yapılan araştırmaların sonuçlarını birleştirerek daha geniş kapsamlı bir tanım yapmanın gerekliliği üzerinde durmuşlardır.

Turizm kavramının tanımının alanyazında ilk defa 1905 yılında Guyer-Feuler tarafından yapıldığı ifade edilmektedir. Bu tanıma göre turizm, "gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve topluluklarının birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren 'modern' çağa özgü bir olay"dır (Kozak vd., 2014, 1).

Bormann, turizm kavramının tanımında temel noktanın seyahat olduğunu ifade etmektedir. Araştırmacı tanıma ticari ve iş amaçlı seyahatleri de katarak kavramın boyutlarını genişletmiştir. Ancak bu seyahatlerin devamlı ikamet edilen yer ile işyeri arasında süreklilik göstermemesi gerektiğini vurgulamıştır (Akman, 2007, 3; Tunç ve Saç, 1998, 14).

Avusturyalı ekonomist Hermann Von Schullar, turizmi ekonomik açıdan ele almış ve 1910 yılında turizmi; "Belirli bir ülke, şehir ya da bölge içindeki ve dışındaki yabancıların girişi, kalması ve hareketi ile doğrudan ilgili olan, esas olarak ekonomik nitelikteki operatörlerin toplamı" olarak tanımlamıştır (Jayapalan, 2001, 5; Kozak, vd., 2014, 1; Leuterio, 2007, 2; Susan, 2016, 3; Tunç ve Saç, 1998, 14).

1929'da "Berlin Okulu" olarak adlandırılan enstitüde turizm üzerine bilimsel araştırmalar yapılmış, turizmin etkilerini ve ilişkileri incelemiştir. Bu enstitü temsilcilerinin yaptığı tanım, turizm kavramını sosyolojik açıdan ele almıştır. Buna

göre turizm, “herhangi bir yerde geçici olarak bulunan ve oraya yerleşmemiş insanlarla yerli halk arasındaki ilişkilerin bir bütünüdür” (Akman, 2007, 3).

Turizm kavramını bilimsel bir yaklaşım ile ele alan Walter Hunziker ve K. Krapf'ın 1942 yılında yapmış oldukları tanım uzun yıllar geçerli tanım olarak kabul görmüştür. Bu tanıma göre turizm; "sürekli kalışa dönüşmemek ve gelir sağlayıcı bir faaliyet ile ilişkili olmamak koşuluyla yabancıların seyahat ve konaklamalarından doğan ilişkiler ve olgular bütünüdür" (Berber, 2003, 206; Jayapalan, 2001, 5; Kozak vd., 2014, 3; Leuterio, 2007, 2; Puri ve Chand, 2008a, 38).

Hunziker ve Krapf'ın gerçekleştirdiği bu tanım, Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği (AIEST) tarafından da kabul edilmiş (Jayapalan, 2001, 5; Puri ve Chand, 2008a, 38) ve 1980 yılında yeniden düzenlenmiştir (Kozak vd., 2014, 3). Bu tanım ile iş amaçlı seyahatler, kongre seyahatleri, sağlık amaçlı seyahatler, ikinci evlerdeki konaklamalar ikamet edilen yer dışına gerçekleştiği için turizm olayı içerisinde sayılmıştır (Kozak vd., 2014, 3; Şahin, 2017, 6).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO - United Nations World Tourism Organization) tarafından turizm, “insanların eğlence, iş ve diğer amaçlarla olağan çevreleri dışına seyahat ve gittikleri yerlerde bir yıldan fazla olmamak koşuluyla konaklama faaliyetleri” olarak tanımlanmıştır (Holden, 2000, 3; Huggett ve Pownall, 2010, 3; Karakahya, 2012: 2; Puri ve Chand, 2008a, 37; Şahin, 2017, 7).

2.1.2 Turizmin Önemi

Dünyada hızla gelişen sektörlerden biri olan turizm, kazandırdığı ekonomik, sosyal ve kültürel katkıları nedeniyle ülkeler tarafından önem verilen bir sektör durumundadır (Aslan, 2015, 11).

Kişi başına düşen gelir seviyesinin artması, dünya genelinde çalışma saatlerinin azaltılması ve buna bağlı olarak boş zamanlarda artış meydana gelmesi ve tatilin ihtiyaç olarak görülmeye başlanması turizmin gelişmesine katkı sağlayan faktörler olarak ifade edilmektedir. Bunların yanı sıra teknolojik gelişmeler sayesinde ulaşımın kolaylaşması ve çoğu ülkede vize uygulamalarının kalkması gibi gelişmeler de turizmin gelişmesinde etkili olmuştur (Aslan, 2015, 11).

Turizm, milli gelire katkı sağlayan, ekonomiyi geliştiren, elde ettiği döviz ile ödemeler dengesini olumlu yönde etkileyen, ülkeler için vazgeçilmez bir ekonomik kaynak olarak dikkat çekmektedir (Bezirgan, 2008, 7; Demirtaş, 2010, 239; McIntosh, Goeldner ve Ritchie, 1995, 24; Puri ve Chand, 2008b, 220; Usta, 2002, 3).

Özellikle dış aktif turizmin, ülkeye dikkate değer düzeyde döviz sağlayabileceği görülmektedir. Çünkü bir ülkenin sahip olduğu turistik mal ve hizmetlerin müşteriye/turiste gönderilme ihtimali yoktur. Bunun sonucu ihraç edilmesi mümkün olmayan hizmetler bir döviz kaynağı haline gelebilmektedir (Çımat ve Bahar, 2003, 4).

Diğer sektörlerle kıyaslandığında turizmde istihdam yoğunluğu daha fazladır. Bunun en önemli nedeni turizmin emek-yoğun sektör olması ve turistik mal ve hizmetlerin üretiminde otomasyon imkanının çok zor olmasıdır. Bu da turizmin istihdam yaratıcı etkisini arttırmaktadır. Turizm sektörü bu istihdam sayesinde ekonomiye olumlu katkıda bulunurken diğer yandan da işsizlik sorununu büyük ölçüde azaltmaktadır (Avcıkurt, 2009, 38; Kozak vd., 2014, 78; Filiz, 2017, 7).

Turizmin bölgeselarası ekonomik gelişme üzerinde de bölge insanının refah düzeyinin yükselmesi açısından önemli katkıları bulunmaktadır. Bir bölgeye olan turist hareketleri sonucunda o bölgenin kitle ulaşım sisteminde, elektrik, su vb. altyapı hizmetlerinde, yerel halkın eğitim seviyesinde, alışveriş ve eğlence merkezleri gibi tesis ve faaliyetlerde artışlar yaşanır. Bu anlamda turizm, ekonominin çeşitlenmesine ve diğer sektörlerin gelişmesine de yardımcı olmaktadır (Bahar, 2007, 19).

Ekonomik öneminin ötesinde turizm, telekomünikasyon ve bilgi teknolojisi ile birlikte 21. yüzyılın küresel ekonomisini şekillendiren önemli sektörlerden biri olarak görülmektedir (Crouch ve Ritchie, 1999, 138).

Turizm, ülkeye sadece döviz kazandıran ekonomik bir aktivite değildir. Aynı zamanda ülkeler arasında sosyal ve kültürel gelişimin önemli bir aracısı, arkadaşlığı ve iyi niyeti teşvik eden bir faaliyettir. Milletler arasında engellerin, önyargıların kırılmasına ve kuşkuvarın yok olmasına yardımcı olmaktadır (Puri ve Chand, 2008b, 238). Turistlerin güdülerinden biri yerel halkın kültürünü tanıma merakıdır. Bu sayede yerel halkın sahip olduğu kültürel değerlere daha fazla sahip çıkılmakta,

kültürel mirasın ve değerlerin korunması sağlanmaktadır (Filiz, 2017, 25; Özdemir ve Kervankıran, 2011, 4).

Turizm son olarak arkeolojik ve tarihi alanların korunması, doğal çevrenin değerinin artırılması ve kalitesinin iyileştirilmesine de önemli katkılar sağlamaktadır (McIntosh, Goeldner ve Ritchie, 1995, 24; Özdemir ve Kervankıran, 2011, 4).

2.1.3 Dünyada Turizmin Gelişimi

Her olay gibi turizm de tarih içerisinde bir gelişim süreci izlemiştir. Bu gelişim çağlar itibarıyla aşağıdaki gibi incelenebilir (Usta, 2002, 25):

2.1.3.1 İlkçağda Turizm

Dünya genelinde seyahatlerin başlangıcı M.Ö. 4000 yıllarında yazıyı, parayı ve tekerleği bularak tarihi çağları başlatan Sümerlere dayanmakta olduğu kabul edilmektedir (Barutçugil, 1984, 28; Jayapalan, 2001, 9; Kozak vd., 2014, 27; Leuterio, 2007, 11; McIntosh, Goeldner ve Ritchie, 1995, 24; Puri ve Chand, 2008a, 56; Usta, 2002, 25). M.Ö. 3000'lerde çoğu gezgin piramitleri ve tapınakları görmek maksatlı seyahatlerde bulunmuştur. Hatta Antik Mısır'da ve Babillerde gezginlerin konaklaması amacıyla evlerin ve bahçelerin inşa edildiği bilinmektedir (Barutçugil, 1984, 28; Kozak vd., 2014, 27; McIntosh, Goeldner ve Ritchie, 1995, 30; Puri ve Chand, 2008b, 124). Yine eski çağlarda çeşitli medeniyetlerin ticari ilişkileri geliştirmek amacıyla diğer ülkelere veya bölgelere seyahat etmeleri de birer turizm faaliyeti olarak görülmektedir (Yıldız, 2011, 56). Fenikelilerin de ticaret maksadıyla ziyaretler gerçekleştiren ilk gezginler olduğu söylenebilir (Puri ve Chand, 2008b, 124).

M.Ö. 700'lü yıllara gelindiğinde Antik Yunan'da dört yılda bir düzenlenen olimpiyat oyunları sayesinde çoğu sporcu oyunların düzenlendiği kente seyahat ederek, oralarda konaklamış ve böylelikle spor turizminin de öncülüğünü yapmışlardır (Akman, 2007, 18; Andrews, 2007, 4; Barutçugil, 1984, 28; Kozak vd., 2014, 27; McIntosh, Goeldner ve Ritchie, 1995, 33; Yıldız, 2011, 56). Bu çağda Romalı asiller Mısır'a, Yunanistan'a ve Anadolu'ya yoğun bir şekilde seyahat etmiştir. Yunanistan ve Anadolu'da bulunan tapınaklardaki heykeller ve sanat eserleri, Mısır'da bulunan tapınaklar ve piramitler Romalıların bu bölgelere seyahat

etmesini sağlayan çekici unsurlardanđ (Şahin, 2017, 8; Puri ve Chand, 2008b, 124; Usta, 2002, 26). Ayrıca, Romalılar gelişmiş bir karayolu ağına sahipti. Egemenliği altında bulunan bölgelerle iletiŐimi sağlayan bu ulaşım sistemi, askeri amaçlı kullanılmasının yanı sıra insanların turistik amaçla yaptıkları seyahatleri de olumlu etkilemekteydi. Romalıların geliŐtirdikleri bu ulaşım sistemi onların günde 150km. yol alabilmelerini sağlamaktaydı (Barutuğil, 1984, 29; Leuterio, 2007, 13; McIntosh, Goeldner ve Ritchie, 1995, 31; Puri ve Chand, 2008b, 124; Şahin, 2017, 8). Bunların yanı sıra Romalıların, sağlık turizmine konu olan Őifalı sulardan bazı hastalıkların tedavisinde yararlandıkları, hatta her gittikleri yerde önemli tesisler kurdukları bilinmektedir (Taşlıgil, 1995, 300; Usta, 2002, 26). Sonuç olarak bu gelişmeler iŐıđında ilkçağda turizm hareketlerinin ekonomi, spor, din ve sağlık amaçlı olmak üzere dört nedenle gerçekleştiği söylenebilir.

2.1.3.2 Ortaçağda Turizm

Feodalitenin egemen olduğu Ortaçağda Avrupa en karanlık dönemlerini yaşamıştır. Bu dönemde din adamları, insanları büyük bir din baskısı altında tutmuŐlardır. Gerek bu dönemde gerekse daha sonraları tanrıya Őükretmek amacıyla kutsal yerleri ziyaret etmeye başlamışlardır. Böylece, tanrıya ve kutsal yerlere Őükran ziyaretleri sonunda turizm gelişmiş ve desteklenmiŐtir (Usta, 2002, 27). Hıristiyanlar hacı olmak ve günahlardan arınmak için seyahatlerde bulunmuş; her yıl yüz binlerce Müslüman hacı olmak için Mekke'yi ziyaret etmiştir. Bu hareketlilikler de büyük bir turizm olayına neden olmuştur (Jayapalan, 2001, 11; Şahin, 2017, 8; Usta, 2002, 28).

Orta Doğuya yapılan Haçlı Seferleri on binlerce insanın katılması nedeniyle, kıtalararası kitlesel insan hareketi olarak değerlendirilmektedir. Gerçekleştirilen bu seferler, geçilen yollar üzerindeki toplulukları da etkileyerek toplumlararası bir etki yaratmıŐtır. Bu seferlerinin bir başka etkisi ise, dinsel amaçlı seyahatleri baŐlatması ve yaygınlaŐtırmasıdır (Akman, 2007, 24; Jayapalan, 2001, 11; Şahin, 2017, 8; Usta, 2002, 28). Haçlı seferleri dolayısıyla birçok turist, bu bölgeyi tanıtan eserler yazmıŐtır. Söz konusu bu eserler, insanlarda dünyayı gezip görme merak ve isteği uyandırmıŐtır (Usta, 2002, 28).

nl gezgin Marco Polo 1271'de çıktığı 24 yıl süren Uzak Doğu seyahati, turizm hareketlerinin uyarılmasına etken olmuştur (Akman, 2007, 25; ter, 2001, 18;

Puri ve Chand, 2008a, 58; Susan, 2016, 7; Usta, 2002, 28;). Benzer şekilde 14. yüzyılda yaşamış olan İbni Battuta'nın Mekke'ye gerçekleştirdiği hac amaçlı ziyaretler, Mezopotamya, küçük Asya, Hindistan, İspanya ve Fas gibi çeşitli yörelere yönelik gerçekleştirdiği seyahatler de bu çağın turizmine damgasını vuran gelişmeler arasında yer almıştır (Akman, 2007, 26; Barutçugil, 1984, 29; Giritlioğlu, 2015, 41; Susan, 2016, 7).

2.1.3.3 Rönesans Döneminde Turizm

İtalya'da ortaya çıkan Rönesans dönemi, Ortaçağın teokratik ve tutucu anlayışına karşı tepki olarak ortaya çıkmış, bilim, sanat, kültür, felsefe ve din alanlarında önemli gelişmelerin yaşandığı bir dönem olmuştur. Bu dönemde Avrupa'nın ekonomi lideri ve kültür başkenti olan İtalya'ya Avrupalıların yoğun ilgisi olmuş, bu ilgi Roma'daki kültürel eserleri görmek için yapılan seyahatlerin artmasını sağlamıştır (Jayapalan, 2001, 12; Usta, 2002, 28; Yıldız, 2011, 56).

Cristoph Columbus'un Amerika kıtasını keşfetmek amacıyla gerçekleştirdiği okyanus seyahatleri, 1492 yılında Portekizli denizci Vasco de Gama'nın gemi ile Hindistan'a ulaşması, Macellan'ın 1519 yılında başlayan dünya seyahatleri, merak nedeniyle yapılan yolculukların temelini oluşturmuştur (Andrews, 2007, 5; Barutçugil, 1984, 30; Yıldız, 2011, 56).

17. ve 18. yüzyıllarda diplomatlar, iş adamları ve asil ailelerin çocukları, bir ile üç yıl arasında değişen sürelerde çoğunlukla Fransa ve İtalya'nın şehirlerine yönelik seyahatlere çıkmışlardır. Bu seyahatlerin sebebi ağırlıklı olarak siyasi olsa da kültürel bir nitelik de taşımaktadır. Özellikle öğrenciler için başta Roma, Paris, Floransa olmak üzere kültürel merkezlerde okumak bir moda haline gelmiştir. Bu hareketlere daha sonraları "Grand Tour" adı verilmiştir. Edward Gibbon ve Charles Dickens gibi yazarlar da eserlerinde bu turlardan bahsetmişlerdir. Bu turlar 19. ve 20. yüzyıl turizminin temel taşlarından birini oluşturmuştur (Jayapalan, 2001, 12; Kozak vd., 2014, 28; Leuterio, 2007, 19; McIntosh, Goeldner ve Ritchie, 1995, 37; Puri ve Chand, 2008a, 63; Şahin, 2017, 9; Usta, 2002, 28).

2.1.3.4 Yakınçağda Turizm

Endüstri devrimi sonrasında batılı ülkeler hızla değişmeye başlamıştır. Üretim artmış, insanların yaşam koşullarında iyileşmeler olmuştur. İnsan hakları kavramı önem kazanmaya başlamıştır. Bu değişimin en büyük nedenlerinden biri ve en başta geleni 1789 yılında gerçekleşen Fransız İhtilali olmuştur, Fransız İhtilali'nden sonra sosyal güvenlik, seyahat özgürlüğü, çalışma saatlerinin sınırlandırılması gibi kavramlar yasalara girmeye başlamış, insanların ücretli tatil hakkı elde etmesiyle birlikte seyahatlerde artışlar yaşanmıştır (Akman, 2007, 34; Öter, 2001, 1; Usta, 2002, 28

Bu dönemde turizmi etkileyen en önemli gelişme, ulaşım konusundaki ilerlemeler olmuştur. Buharlı gemilerin ve lokomotifin icadı, ardından otomobil sanayinin hızla gelişmesi, turizmin yayılması sonucunu doğurmuştur (Öter, 2001, 18; Şahin, 2017, 11; Usta, 2002, 29).

Dünyada ilk düzenli gemi işletmeciliğinin 1838 yılında New York'tan İngiltere'ye 68 kişi ile sefer yapan Great Western gemisi ile başladığı bilinmektedir. Bu dönemden itibaren turistik amaçlı gemi seyahatleri oldukça ilgi görmüş ve bu ilgi Dünya savaşları sırasında duraksamalarla 1950'lere dek uzanmıştır (Giritlioğlu, 2015, 45; Puri ve Chand, 2008b, 130).

1841 yılında İngiliz Thomas Cook'un, 570 kişilik grubu Leicester'den Loughborough'a (İngiltere) trenle götürmesi, grup olarak gerçekleştirilen seyahatlerin başlangıcı kabul edilmektedir. Bu trenin ilk kez halka duyurulan gezi treni olduğuna inanılmaktadır. Bundan dolayı gerçekleştirilen bu seyahat ilk paket tur ve Thomas Cook ise ilk demiryolu seyahatlerini yapan acenta olarak kabul edilmektedir. (Barutçugil, 1984, 30; Kozak vd., 2014, 31; Leuterio, 2007, 27; McIntosh, Goeldner ve Ritchie, 1995, 41; Puri ve Chand, 2008a, 68; Susan, 2016, 8; Şahin, 2017, 11; Usta, 2002, 29). Cook tarafından gerçekleştirilen bu seyahatler Avrupa'daki çoğu ülkeyi demiryolu ağı kurma konusunda cesaretlendirmiştir. Fransa, Avusturya ve İsviçre'de ve benzer şekilde Amerika'da demiryolları gelişme göstermiştir. Bu durum Avrupa'da turizmin hız kazanmasına etki etmiştir (Jayapalan, 2001, 13).

Avrupa'da nüfusun artması, işçilerin toplu halde gezileri, sergi ve fuarlara gösterilen büyük ilgi, turizmi daha da hızlandırmıştır. Birinci Dünya Savaşının hemen ardından gelen yıllar ise, modern turizmin başlangıç yılları olmuştur (Usta, 2002, 29). Özellikle İkinci Dünya Savaşından sonra, uluslararası turizm hareketlerinde önemli gelişmeler yaşanmıştır. Grup seyahatleri bireysel seyahatlerden daha fazla ilerleme göstermiştir (Şahin, 2017, 11). Yalnızca ulaştırma değil, konaklama endüstrisi de büyük gelişme göstermiş, büyük şehirlerde şehir otelleri ortaya çıkmıştır (Akman, 2007, 44). Kısaca bu dönemde turizm, konaklama işletmeleri, ulaşım ve altyapı imkanları, eğlence ve spor alanları ile büyük bir sektör haline gelmiştir (Susan, 2016, 8; Yıldız, 2011, 57).

1950'lerden sonra ise, teknolojik ilerlemeler, yaşam standartlarındaki artış, küreselleşme konusunda yaşanan kapsamlı gelişmeler, turist sayısında hızlı bir artışa neden olmuştur (Milne ve Ateljevic, 2001, 370). Öyle ki, dünya genelinde turizm 1980–1990 yılları arasında %60, 1990–2000 yılları arasında %52'lik bir artış göstermiştir. (Yıldız, , 2011, 57).

Çizelge 1. Dünya Genelinde Turist Sayısının ve Turizm Gelirlerinin Yıllar İtibariyle Dağılımı

Yıllar	Turist Sayısı (milyon kişi)	Turizm Geliri (milyar dolar)
1990	435	264
1995	526	405
2000	674	475
2005	809	680
2010	953	919
2015	1,189	1196
2017	1,323	1340

Kaynak: UNWTO Tourism Highlights, 2012-2018.

Çizelge 1'de de görüldüğü gibi 1990 yılında 435 milyon olan turist sayısı, 2000 yılında 674 milyona ulaşmıştır. 2012 yılına gelindiğinde dünya genelinde turizm hareketlerine katılan turist sayısı 1 milyarı aşmış, 2017 yılı itibariyle bu rakam 1 milyar 323 milyon olarak gerçekleşmiştir (UNWTO Tourism Highlights, 2012-2018).

2.1.4 Türkiye'de Turizmin Gelişimi

Dünyadaki turizm hareketlerinin gelişimine paralel olarak, Türkiye'de de benzer gelişmeler meydana gelmiştir. Özellikle İkinci Dünya Savaşı'nı izleyen yıllarda turizm sektörünün gelişimine verilen önem daha belirgin bir hal almıştır (Kozak vd., 2014, 101). Türkiye'de turizmin gelişim sürecini, Cumhuriyet dönemi öncesi, 1923-1980 yılları arası ve 1980 sonrası olmak üzere üç evrede incelemek mümkündür.

2.1.4.1 Cumhuriyet Dönemi Öncesi Türkiye Turizmi

Anadolu'da XIII. yüzyıldan itibaren Selçuklu Türkleri tarafından önemli ticaret yolları üzerinde kurulan, ücretsiz olan ve yolcuların hayvanlarıyla konaklayabileceği kervansaraylar ve hanlar, özellikle ticaret amaçlı seyahatlerin gelişmesine hız kazandırmıştır (Kuşlvan, 2016, 180; Öter, 2001, 21).

Osmanlı İmparatorluğu döneminde buharlı gemilerin getirilişi turizm adına önemli bir faaliyet olmuştur (Kozak vd., 2014, 101). Bu dönemde ulaşım ve altyapı olanaklarının genişletilmesinin yanı sıra ticaret yollarının güvenliğinin sağlanması, han ve kervansarayların yapılmaya devam edilmesi seyahatleri kolaylaştırıcı rol oynamıştır (Avcıkurt, Köroğlu ve Sarıoğlu, 2013).

1863 yılında Beyazıt'ta kurulan Osmanlı Sergisi (Sergi-i Umumi-i Osmani) başta Avusturya olmak üzere çeşitli Avrupa ülkelerinden turistlerin ilgisini çekmiştir. Sergiyi görmek için Viyana'dan ve diğer Avrupa ülkelerinden gazeteci, iş adamı ve fabrikatörler İstanbul'u ziyaret etmiştir (İstanbul Kalkınma Ajansı, 2012, 18; Özdemir, 2013, 130). Akçura'nın (2013) belirttiğine göre, Türkiye'de turizmin başlangıcı da, Avrupa'ya yapılan ilk organize tur ile 1863 yılına dayanmaktadır. İngiltere'de bulunan Angleterre Oteli sahibi Mösyö Misiri gazetede bir ilan vererek organize ettiği 42 günlük Avrupa seyahatini duyurmuştur (Özdemir, 2013, 130).

Osmanlı döneminde kullanılan hanlar haricinde 1841 yılında açılan Hotel d'Angleterre (İngiltere Oteli), Türkiye'nin ilk oteli olarak kabul edilmektedir. Büyük Londra Oteli 1892 yılında hizmete girmiştir. 1895 yılında Wagon Litts şirketine bağlı Pera Palace oteli açılmıştır (Kozak vd., 2014, 102; Kuşlvan, 2016, 180; Öter, 2001, 22). Aynı yıl Orient Express'in sadece rayları kullanarak Avrupa'dan İstanbul'a

sefere başlamasıyla seyahatler ve bu şirkete ait otel yatırımları da artmıştır. (Kuşluvan, 2016, 180).

Türkiye turizminin önemli atılımlarından bir diğeri de 1800'lü yıllarda gelişme gösteren tercüman ve rehberlik faaliyetleridir. Gelen yabancı turist sayısının artmasıyla 1890 yılında 'Seyyahine Tercümanlık Edenler Hakkında Tatbik Edilecek 190 Sayılı Nizamname' yayınlanmış ve seyahat eden yabancılara çevirmenlik ve rehberlik yapabilmenin şartları ve ilkeleri açıklanmıştır (Kozak vd., 2014, 101; Kuşluvan, 2016, 180; Öter, 2001, 21).

2.1.4.2 1923-1980 Yılları Arası Türkiye Turizmi

"Yeni kurulan Cumhuriyetin içte ve dışta çözmesi gereken ekonomik, sosyal ve siyasal sorunlar, dünyadaki siyasi istikrarsızlık, ekonomik buhran, İkinci Dünya Savaşı gibi olumsuzluklar 1923'ten sonra Türkiye'de turizm gelişimini olumsuz etkilemiştir" (Avcıkurt, Köroğlu ve Sarıoğlu, 2013). Dünya turizmindeki gelişmelere paralel olarak 1950'li yılların ortalarından sonra Türkiye'de turizm sektöründe hem iç turizmde hem de dış aktif turizmde bir artış yaşanmaya başlamıştır (Kuşluvan, 2016, 181). Ancak 27 Mayıs 1960 ihtilali ile turizm sektörü bir durgunluk dönemi içerisine girmiş, turizm yatırımları durdurulmuş, projeler iptal edilmiş, krediler kesilmiştir (Yıldız, 2011, 58). Akabinde 1961 anayasası ile planlı kalkınma dönemi başlamış ve 1963 yılından itibaren turizm yatırımlarına ve gelişimine beş yıllık kalkınma planları ile yön verilmeye başlanmıştır. Kalkınma planlarında turizmle ilgili turist sayısı, turizm geliri, turizm harcamaları ile ilgili hedefler yanında turizm politikalarına, planlarına ve stratejilerine de yer verilmiştir. Kalkınma planlarıyla birlikte yurtdışından gelen turist sayısında kısmen artış sağlanmış, 1980'li yılların ortalarına kadar çok fazla değişim göstermemiştir (Kuşluvan, 2016, 181).

Turizm alanında 1923 yılında Atatürk'ün ve Türkiye Cumhuriyeti'nin önde gelenlerinin girişimleriyle "Türkiye Seyyahin Cemiyeti" kurulmuştur. Daha sonra kuruluşun adı 'Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu' olarak değişmiştir. Kamu yararına çalışan derneğin amacı, ülke ekonomisine hizmet için turizmin gelişmesini sağlamak, tarihi eserleri korumak, Türkiye'yi yabancılara tanıtmak ve vatandaşlara gezgincilik fikrini aşilayarak görgü ve bilgilerini artırmaktı. (Barutçugil, 1984, 198;

Kuşlvan, 2016, 181; Özdemir, 2013, 130; Tunç ve Saç, 1998, 97). Dernek, o dönemlerde Türkiye'nin ilk tanıtım afişlerini, broşürlerini, karayolu haritalarını ve otel rehberlerini hazırlamış, ilk tercüman rehberlik sınavlarını yapmış, turizm ile ilgili incelemeler gerçekleştirmiştir (Kozak vd., 2014, 103; Kuşlvan, 2016, 181; Tunç ve Saç, 1998, 97).

Turizmin gelişimi için zaruri olan kara, hava, deniz ve demiryolları ulaşımın kurumsal altyapısı için önemli kuruluşlar kurulmuş ve yatırımlar yapılmıştır. Örneğin 1933 yılında Türk Havayolları İşletme İdaresi adını alacak olan Türkiye Teyyare Cemiyeti 1925 yılında kurulmuştur (Kozak vd., 2014, 103; Kuşlvan, 2016, 182). Türkiye'nin havacılık sektörüne girişi pek çok Avrupa ülkesi ile aynı döneme rastlamıştır. 5 uçak ve 28 koltukla harekete geçen Türk Hava Yolları (THY), Lufthansa, KLM, Imperial Airways, Aero Expresso gibi havayolu şirketleriyle hemen hemen aynı dönemde faaliyete geçmiştir (Öter, 2011, 24). Ulaştırma alanında 1924 yılından itibaren Türkiye'nin ilk yataklı treni faaliyet geçmiştir ve İstanbul-Ankara, İstanbul-Sivas, İstanbul-Trablsuşam, İstanbul-Elazığ arasında yataklı tren seferleri başlamıştır. Demir yolu uzunluğu 1945 yılında iki katına çıkarak 7000 kilometreye ulaşmıştır. Denizcilik alanında Seyr-i Sefain İdaresinin kurulması turizm alanında atılan diğer önemli adımdır. Kara yollarında otobüs işletmeciliği geliştirilmiştir (Kuşlvan, 2016, 182).

Türkiye'nin ilk seyahat acentası olan Natta (National Turkish Tourist Agency-Milli Türk Seyahat Acentalığı) 1925 yılında kurulmuş ve bunu başka seyahat acentaları takip etmiştir (Kozak vd., 2014, 103; Kuşlvan, 2016, 182; Öter, 2001, 24). 1928 yılında da ilk rehberlik kursu açılmıştır Aynı yıl Ankara'nın ilk ve modern oteli Ankara Palas açılmış ve Ankara'daki otel sayısı 1940'larda artış göstermiştir (Kuşlvan, 2016, 182-183).

Türkiye'de turizmin kamu yönetimi içindeki örgütlenmesinin gerekliliği dikkate alınarak 1937 yılında, turizm çalışmalarını yürütmek üzere "İktisat Vekâleti Dış Ticaret Dairesi "ne bağlı "Türk Ofis" kurulmuştur. Türk Ofisin yayın ve tanıtım işlerini yürüten birimi içindeki "Turizm Masası" önce 1938'de ayrı bir şubeye, ardından da 1939'da Ticaret Bakanlığının kurulması ile "Turizm Müdürlüğü "ne dönüştürülmüştür. 1940 yılında turizme yönelik faaliyetler, "Matbuat Müdürlüğü" bünyesine alınmış olup, bu kuruma 1949 yılında "Basın Yayın Genel Müdürlüğü"

adı verilmiştir (Kozak vd., 2014, 103; Kuşlivan, 2016, 182; Öter, 2001, 24; Susan, 2016, 10; Yıldız, 2011, 58).

Turizm yatırımlarını arttırmak için 1950 yılında çıkarılan 5647 Sayılı Turizm Müesseselerini Teşvik Kanunu Türkiye'de turizmin gelişmesi amacıyla oluşturulan ilk yasal düzenlemedir (Barutçugil, 1984, 198; Kozak vd., 2014, 105; Kuşlivan, 2016, 182; Yıldız, 2011, 58) 1953 yılında 6086 sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu ikinci bir teşvik yasası olarak yürürlüğe girmiştir (Barutçugil, 1984, 198; Kozak vd., 2014, 105; Öter, 2001, 25; Tunç ve Saç, 1998, 98; Yıldız, 2011, 58). Bu kanun ile turistik tesis yatırım maliyetlerinin azalmasını sağlayacak ekonomik sistemler oluşturulması amaçlanmıştır (Şahin, 2017, 14). Bu yasa ile getirilen teşvik önlemlerinden en önemlisi, turizm yatırımlarının on yıl süreyle vergi indirimden yararlanmalarının sağlanmasıdır (Kozak vd., 2014, 105). Yerli yatırımların yanı sıra yabancı sermaye yatırımlarını arttırmak için önce 1951 yılında 5821 Sayılı Yabancı Sermaye Yatırımlarını Teşvik Kanunu, daha sonra 1954 yılında Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu çıkarılmıştır (Kozak vd., 2014, 105; Kuşlivan, 2016, 182).

1950'li yıllarda kurulan Türkiye Milli Talebe Federasyonu ve Türkiye Milli Gençlik Teşkilatı, seyahat acentacılığı alanında yaşanan en ciddi deneyimlerden biri olmuştur (Kozak vd., 2014, 106; Öter, 2001, 26). 1955 yılında Ziraat Bankasının himayesinde Turizm Bankası kurulmuş ve böylece turizm sektörünün finansman ihtiyacının karşılanması amaçlanmıştır. Banka, 1960 yılında Türkiye Cumhuriyeti Turizm bankası adını almış, faaliyetlerini 1988 yılına kadar sürdürmüştür (Gülbahar, 2009, 153; Kozak vd., 2014, 106; Kuşlivan, 2016, 182; Tunç ve Saç, 1998, 98; Yıldız, 2011, 58).

Turizmin bakanlık düzeyinde ilk defa örgütlenmesi ise 1957 yılında “Basın, Yayın ve Turizm Vekâleti” adında bir bakanlığın kurulmasıyla gerçekleşmiştir. Bu bakanlığın adı daha sonra 1963 yılında “Turizm ve Tanıtma Bakanlığı” olarak değişmiştir (Barutçugil, 1984, 199; Kozak vd., 2014, 106; Kuşlivan, 2016, 182; Susan, 2016, 10).

1960 yılını izleyen yıllarda turizm kaynaklarının bölgesel envanterleri çıkarılmış, fiziksel planlama çalışmaları yapılmış, altyapı yatırımları, öncü-örnek

tesisler olarak yat limanı, konaklama işletmesi gibi yatırımlar devlet eliyle gerçekleştirilmiştir (Kuşlvan, 2016, 183; Yıldız, 2011, 58).

Turizm eğitimi veren ilk otelcilik okulu ortaöğretim düzeyinde Ankara Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi adıyla 1961 yılında açılmıştır. Yükseköğretim düzeyinde turizm eğitimi veren yüksekokul ise 1965 yılında açılmıştır (Kozak vd., 2014, 107; Kuşlvan, 2016, 183).

1972’de Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı olarak 1618 sayılı yasa ile seyahat acentalarının kuruluş ve işleyişinden sorumlu Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) kurulmuş ve seyahat acentaları bir çatı altında toplanmıştır (Kozak vd., 2014, 107; Kuşlvan, 2016, 182; Şahin, 2017, 15; Yıldız, 2011, 58).

2.1.4.3 1980 Sonrası Türkiye Turizmi

1980’li yıllar Türkiye’de dış aktif turizm adına bir dönüm noktası olmuştur. Türkiye 1980’lerde ağır ekonomik istikrarsızlıklarla yüzleşmiştir. Bu yıllar ülke açısından enflasyonun hızla yükseldiği, işsizliğin arttığı, kıtlığın yaygınlaştığı, çalışanların yorgun olması nedeniyle krizin eşiğine geldikleri yıllar olmuştur (Baysan ve Blitzer, 1990, 9). Ekonomik kalkınma stratejisi olarak 1950’li yıllardan beri ithal ikameci sanayileşme modeli izlenmekteydi ve turizm sektörü yukarıda açıklandığı üzere fazla gelişmemiştir (Kuşlvan, 2016, 183).

1980 yılında gerçekleşen askerî ihtilalden sonra ihracata dayalı büyüme ve kalkınma stratejisine yönelinmiştir. Bunun bir parçası olarak dış aktif turizm sektörü hem döviz kazandırıcı özelliği nedeniyle hem de ihtilal sonrası ülke imajını olumlu yönde geliştirmek adına yardımcı bir sektör olarak görülmüştür. Bu nedenle kamu sektörü ve hükümetler turizmin geliştirilmesine çok büyük önem vermişlerdir (Kuşlvan, 2016, 183).

1980’li yıllarda yaşanan bu ekonomik ve politik durgunluk, turizm sektörünün de yenilenmesini zorunlu kılmıştır. Bu dönemde Türkiye’nin dışarıya açık liberal politikalarla yönetilmeye başlaması, Türk Lirasının konvertibilitesi gibi gelişmelerin (İstanbul Kalkınma Ajansı, 2012, 18) yanı sıra yurtdışına çıkıkların serbest bırakılması, yolcuların beraberinde götürebilecekleri döviz miktarının artması (Gülbahar, 2009, 154), hükümetin yabancı turistleri ülkeye çekme amaçlı çabaları,

dış aktif turizmi özendirmesi, yabancı otel ve konaklama işletmesi yatırımcıları için uyguladığı teşvik tedbirleri, otel yatak kapasitesinin artırılması amacıyla verdiği destek gibi gelişmeler turizm endüstrisinin de gelişimini hızlandırmıştır (Uysal ve Crompton, 1984, 288).

1982 yılında 2634 sayılı "Turizmi Teşvik Kanunu" yürürlüğe girmiştir. Bu yasa ile turizm yatırımlarının öncelikle turizmin geliştirilebileceği bölgelere yönlendirilmesi amaçlanmıştır. 1983 yılında ise devlet özelleştirme faaliyetlerine hız kazandırmış, bu dönemde çeşitli dernekler ve birlikler (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB), Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB), Turizmi Geliştirme Vakfı (TUGEV), Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD) vd.) sektör temsilcilerine destek sağlamışlardır (Susan, 2016, 10; Yıldız, 2011, 58).

Bu dönemde özellikle konaklama yatırımlarında büyük oranda artış gözlenmiş, günümüze kadarki dönemde de her yıl artmaya devam etmiştir. Çizelge 2'de yıllar itibariyle Türkiye'nin turizm belgeli konaklama tesisi sayısı görülmektedir.

Çizelge 2. Türkiye'nin Turizm Belgeli Konaklama Tesisi Sayısı

Yıl	Turizm Yatırım Belgeli			Turizm İşletme Belgeli		
	Tesis	Oda	Yatak	Tesis	Oda	Yatak
1980	267	13 019	26 288	511	28 992	56 044
1985	501	34 251	71 521	689	41 351	85 995
1990	1 921	156 702	325 515	1 260	83 953	173 227
1995	1 334	96 517	202 483	1 793	135 436	280 463
2000	1 300	113 452	243 794	1 824	156 367	325 168
2005	1 039	128 005	278 255	2 412	231 123	483 330
2010	877	114 771	252 984	2 647	299 621	629 465
2015	1 125	146 162	314 194	3 309	404 462	850 089
2018	998	107 438	230 109	3850	457 716	960 244

Kaynak: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,201140/yillik-bultenler.html>, 05.04.2018.

Çizelge 2'ye göre turizm işletme belgeli tesislerin sayısında yıllar itibariyle istikrarlı bir artış olduğu görülmektedir. 1980 yılında 511 işletme belgeli tesis sayısına sahip iken, 2018 yılına gelindiğinde bu sayı 3850'ye yükselmiştir.

"1990'lı yıllarda kamu sektörü planlama konusunda etkin olmuş, Türkiye uluslararası turizm destinasyonu haline gelmiş, yabancı tur operatörlerinin tercih

listesinde üst sıralarda yer almıştır" (Gülbahar, 2009, 156). Ancak 1991 yılında yaşanan Körfez Savaşı, 1999 yılında yaşanan terör olayları ve 17 Ağustos depremi nedeniyle Türkiye'de iç ve dış turizm piyasasında bir daralma yaşanmıştır (Öter, 2001, 29).

2000'li yıllarda dünyada turizm eğiliminde yaşanan değişimler sonucu, yapılan kalkınma planlarında talebin kıyı turizminin yerine kış, sağlık, yat, kongre turizmi, ekoturizm, vb. alternatif turizm çeşitlerine yönlendirilmesine çalışılmış; yatırımların tarihi ve doğal çevreyi koruyucu ve geliştirici şekilde gerçekleşmesine yönelik politikalar yer almıştır (Gülbahar, 2009, 157).

Son yıllarda ise turizm yatırımlarına ve dış tanıtıma verilen önem artmış, bu sayede dünya genelinde Türk turizmi önemli konuma gelmiştir (Gülbahar, 2009, 159). Tüm bu gelişmelerin etkisiyle Türkiye'ye gelen turist sayısı ve elde edilen turizm gelirinde de bazı yıllarda yaşanan düşüşlerin dışında hızlı ve istikrarlı bir artış yaşanmıştır.

Çizelge 3. Yıllar İtibariyle Türkiye'ye Gelen Ziyaretçi Sayısı

Yıl	Ziyaretçi Sayısı (milyon kişi)	Turizm Geliri (milyar dolar)	Ortalama Harcama
2003	16,3	13,8	850
2004	20,2	17,0	843
2005	24,1	20,3	842
2006	23,1	18,5	803
2007	27,2	20,9	770
2008	30,9	25,4	820
2009	32,0	25,0	783
2010	33,0	24,9	755
2011	36,1	28,1	778
2012	36,4	29,0	795
2013	39,2	32,3	824
2014	41,4	34,3	828
2015	41,6	31,4	756
2016	31,3	22,1	705
2017	38,6	26,2	681

Kaynak: https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turist-sayisi-ve-turizm-geliri/2003-2017-gelirsayisi-ve-ortalama-harcama_68.html, 05.04.2018.

Yukarıda yer alan Çizelge 3'e göre Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı (yabancı turist ve vatandaş toplamı) son 15 yıl içerisinde 2006 yılındaki küçük bir azalma ve 2016 yılındaki keskin düşüş haricinde giderek artış göstermiştir. 2003 yılında 16,3 milyon turisti ağırlayan Türkiye, 2017 yılına gelindiğinde turist sayısını üçe katlayarak 38,6'ya yükseltmiştir. Turizm gelirleri açısından ele alındığında benzer bir yükseliş söz konusudur. 2003 yılından 2017'ye gelindiğinde turizm gelirleri ise iki kat artış göstermiştir.

Çizelge 4. Yıllar İtibariyle Dünya Genelinde Turizm Destinasyonları ve Turizm Gelirleri Bakımından Türkiye'nin Sıralaması

Yıllar	Turist Sayısı	Turizm Geliri	Yıllar	Turist Sayısı	Turizm Geliri
2003	-	9.	2011	6.	12.
2004	-	8.	2012	6.	12.
2005	9.	8.	2013	6.	12.
2006	11.	9.	2014	6.	12.
2007	9.	10.	2015	6.	12.
2008	8.	9.	2016	10.	17.
2009	7	9.	2017	8.	-
2010	7.	10.			

Kaynak: UNWTO Tourism Highlights, 2004-2018.

Çizelge 4'e bakıldığında, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre en fazla turist çeken ilk on ülke sıralamasında Türkiye 2005 yılında 9. sıradan girerek ilk defa listede yer almıştır. 2011 yılında 6. sıraya yükselerek 2015 yılına kadar bu sırayı korumuştur. 2016 yılında meydana gelen politik istikrarsızlık nedeniyle 10. sıraya gerileyen Türkiye, 2017 yılında tekrar hızlı bir yükselişe geçerek 8. sıraya yerleşmiştir. Öyle ki ilk 10 ülke arasında %24'lük büyüme ile en fazla gelişme gösteren ülke olmuştur.

En fazla turizm geliri elde eden ilk on ülke sıralamasında ise Türkiye ilk defa 2003 yılında 9. sıradan listeye girmiş, 2004 yılında ise 8. sıraya yükselmiştir. 2016 yılında yaşanan gerilemeden sonra 2017 yılında tekrar 8. sırada yer almıştır. 2011 ve 2015 yılları arasında turist sayısı bakımından en iyi dönemini yaşamasına rağmen turizm geliri bakımından ilk 10'a giremeyen Türkiye, bu yıllarda 12. sırada yer almıştır. Benzer şekilde 2016 yılında 17. sırada yer alarak daha fazla gerileme yaşamıştır. 2017 yılında kaçınıcı sırada yer aldığı belirtilmemekle birlikte ilk 10'a

girememiştir. Bu veriler Türkiye'de turizmin ne derece önemli bir sektör haline geldiğinin bir göstergesidir.

2.1.5 Turizmin Sınıflandırılması

Turizm çeşitleri konusunda farklı yazarlar tarafından farklı sınıflandırmalar yapılmaktadır. Bunun en önemli nedeni, turizm çeşitlerinin birbirleriyle çok yakın ilişki içerisinde olmaları ve birbirleri arasında kesin sınır çizmenin zor olmasıdır. Bir diğer neden ise, ülkeler açısından sektörün gösterdiği gelişme karşısında ortaya çıkan sınıflandırma yaklaşımlarıdır. Aşağıda belirtilen turizm çeşitleri daha çok Türkiye ve yakın ülkeler ölçeğinde geçerli olan sınıflama dikkate alınarak değerlendirilmiştir (Kozak vd., 2014: 11).

2.1.5.1 Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm

Bireysel Turizm: Kişisel olarak yapılan seyahat ve konaklamalardır (Usta, 2002, 38). Bu turizm çeşidine "ferdi turizm" ya da "kişisel turizm" de denmektedir (Kozak vd., 2014: 11). Bireysel seyahat eden turistler, seyahatlerinde daha özgür hareket eden, daha esnek bir yapıya sahip olan, seyahatlerini bir şehirde geçirmekten ziyade birden fazla bölge ya da yöreyi gezmekten hoşlanan (Harman, 2014, 109).

Kitle Turizmi: "Seyahatin büyük ölçüde ve konaklamasının tümüyle toplu olarak gerçekleştiği ve turistlerin grupla bütünleştirilmesinin özendirildiği bir turizm biçimidir" (Usta, 2002, 38). Bu turizm çeşidi özellikle 1950'li yıllardan sonra ortaya çıkmış ve en yaygın turizm hareketi haline gelmiştir. Bu turizm çeşidinin en belirgin özelliği, turistlerin seyahat işletmeleri aracılığıyla sunulan paket turlarla seyahat etmeleridir (Kozak vd., 2014, 12).

Grup Turizmi: Belirli bir grubun veya örgütün (kulüp, dernek, vb.) katıldığı turizm çeşididir (Usta, 2002, 38). Bu turizm çeşidinde kişi sayısı sınırlı olup, genellikle 11-16 kişi arasında değişmektedir. Bu özelliğinin yanı sıra grupların devamlı olmaması, grup turizmini kitle turizminden ayırmaktadır (Kozak vd., 2014, 12).

2.1.5.2 Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm

İç Turizm: Kişilerin kendi ülkeleri içerisinde gerçekleştirmiş oldukları seyahatlerdir (Usta, 2002, 38). Bu turizm çeşidinin döviz kazandırıcı bir özelliği bulunmamaktadır (Kozak vd., 2014, 12; Gümüş ve Polat, 2012, 11). Faaliyeti gerçekleştirenler yerli turist olarak adlandırılmaktadır (Köroğlu, 2015, 113).

Dış Turizm: Kişilerin kendi ülkeleri dışında yaptıkları turizm çeşididir. Dış turizm; dış aktif turizm ve dış pasif turizm olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Dış aktif turizm, yurtdışından ülkeye yabancı turistlerin gelmesi; dış pasif turizm ise ülke vatandaşlarının başka ülkelere seyahat etmesi olarak ifade edilmektedir (Gümüş ve Polat, 2012, 11; Usta, 2002, 38).

2.1.5.3 Katılanların Yaşlarına Göre Turizm

Gençlik Turizmi: 15-25 yaş arası gençleri kapsayan turizm çeşididir. Bu kapsamda gençler kamu ve özel organizasyonların sağladığı destek ve teşviklerden yararlanarak, yanlarında ebeveynleri olmaksızın turizm hareketlerine katılmalarından oluşan bir turizm çeşididir (Hazar, 2016, 82; Köroğlu, 2015, 115). Gençlerin diğer yaş gruplarına kıyasla harcanabilir gelirlerinin nispeten daha yüksek olması ve seyahate katılmak için gereken boş zamanlarının daha fazla olması onların turizme katılmalarında etkili faktörlerdir. Ayrıca büyük çoğunluğunun evlenmemiş olması, çocuk bakma ve kredi ödeme gibi sorumluluklarının olmaması da bu yaş grubunun özellikleri arasındadır (Carr, 1998: 309; Hazar, 2016, 82).

Yetişkin (Orta Yaş) Turizmi: 25-60 yaş gurubunda yer alan kişilerin katıldıkları turizm çeşididir. Bu turizm çeşidi kapsamına giren kişiler aktif olarak çalışma dönemindedirler. Genellikle evlidirler ve aile düzenine sahiptirler. Bu özellikleri nedeniyle de diğer yaşa göre turizm çeşitlerinden ayrılmaktadırlar (Kozak vd., 2014, 14).

Üçüncü Yaş Turizmi: 60 yaş ve üzeri kişilerin gerçekleştirdikleri turizm çeşididir (Kozak vd., 2014, 15). Ancak Albayrak'ın (2014, 349) da belirttiği gibi bu turizm çeşidinin yaş sınırı konusunda ilgili alanyazında farklı görüşler bulunmaktadır. UNWTO bu grubun yaş alt sınırınının 50 olduğunu belirtmektedir. Bununla birlikte konuyla ilgili yapılan bazı çalışmalarda 55 yaş ve üzerindeki

bireyler, bazılarında ise 65 yaş ve üzerindeki bireyler üçüncü yaş turisti olarak ele alınmaktadır. Bu gruba giren kişilerin yeterli düzeyde boş zamanı ve geliri bulunmakta, ayrıca aile sorumluluklarının da az olması nedeniyle bu grupta yer alan kişiler önemli bir potansiyeli oluşturmaktadırlar (Kozak vd., 2014, 15). Ayrıca bu grupta yer alan kişilerin emekli olması, çocuk sorumluluklarının az olması ya da hiç olmaması gibi etkenler de seyahat etme oranlarını artırmaktadır (Albayrak, 2014, 347).

2.1.5.4 Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizm

Lüks Turizm: Genellikle gelir düzeyi yüksek kişilerin gerçekleştirdikleri turizm çeşidi olarak ifade edilmektedir (Gümüş ve Polat, 2012, 11; Usta, 2002, 40). Bu turizm çeşidinde kişiler lüks turizm ürünlerini ve oldukça pahalı konaklama tesislerini tercih ederler. Çoğunlukla kendi ulaşım araçlarıyla seyahat ederler. Av turizmi, golf turizmi, kurvaziyer turizm ve kumar turizmi bu grubun genellikle tercih ettiği turizm çeşitleridir (Hazar, 2016, 82; Kozak vd., 2014, 17).

Sosyal Turizm: "Satın alma gücü zayıf ve turizme katılma olanakları sınırlı kitlelerin bazı destekleyici önlemlerle turizme katılmalarının sağlanması ile ortaya çıkan turizm çeşididir" (Hazar, 2016, 82; Usta, 2002, 40). Sosyal turizm gençler, engelliler, yaşlılar ve dar gelirli aileler olmak üzere başlıca dört hedef grubu kapsamaktadır. Ancak bu hedef gruplarına giren herkes sosyal turizm kapsamında düşünülmemektedir. Bu kapsamda değerlendirilmeleri için gelir bakımından zayıf ve bu nedenle desteklenmeleri gereken kimseler olmaları gerekmektedir (Bıçkıcı, 2013, 57).

2.1.5.5 Katılanların Amaçlarına Göre Turizm

Deniz Turizmi: "Bu turizm çeşidinde insanların deniz-güneş-kum üçlüsü olarak da bilinen deniz ya da kıyı turizminden yararlanmaları durumu söz konusudur." Türkiye'de talebin en fazla olduğu turizm türüdür (Kozak vd., 2014, 18). Kurvaziyer turizmi, su sporları özellikle sualtı dalış gibi turizm çeşitleri deniz turizmi kapsamında değerlendirilmektedir (Köroğlu, 2015, 122).

Kongre Turizmi: Ulusal ve uluslararası düzeydeki çeşitli kuruluşlar ve mesleki örgütler tarafından düzenlenen kongre, seminer, sempozyum, konferans,

genel kurul gibi faaliyetlere katılan kişiler tarafından gerçekleştirilen bir turizm çeşididir (Köroğlu, 2015, 126). Kongre turizminin en önemli özellikleri arasında ülkeye büyük ölçüde ekonomik katkı sağlaması, statü ve konum bakımında üst düzey katılımcılardan oluşması, turizmin mevsimsellik özelliğini ortadan kaldırarak düşük sezonda da canlılık getirmesi, turizmin gelişimine de etki etmesi sayılabilir (Kaya ve Batman, 2016, 81).

Sağlık Turizmi: Fiziksel anlamda iyileşmek, tedavi olmak, cerrahi operasyon geçirmek (organ nakli, diş tedavisi, fizik tedavi, rehabilitasyon vb.) ya da estetik operasyon geçirmek gibi amaçlarla sağlık kuruluşlarına veya sağlık merkezlerine seyahat eden kişilerin oluşturduğu bir turizm çeşididir (Köroğlu 2015, 130). Sağlık turizmi; SPA-Welness ve termal turizm, medikal turizm, geriatri turizmi (yaşlı turizmi, 3. yaş turizmi ya da ileri yaş turizmi) ve engelli turizmi olmak üzere dört başlık altında incelenmektedir (<http://www.satirk.gov.tr/>).

Kültür Turizmi (Kültürel Turizm): İnsanların zengin kültürel değerlere sahip yöreleri görmek ve bu değerleri korumak, yörenin kendine özgü yaşam biçimlerini deneyimlemek gibi amaçlarla gerçekleştirdikleri seyahatlerdir (Avcıkurt, 2009, 18; Hazar, 2016, 68).

İnanç Turizmi: İnanç açısından kutsal sayılan yerleri ziyaret etmek, dini tören ve toplantıları izlemek veya bunlara katılmak, hac ibadetini gerçekleştirmek, kutsal ve ünlü ibadet merkezlerini görmek gibi amaçlarla yapılan bir turizm çeşididir (Köroğlu, 2015, 152).

Yat Turizmi: Ülkelerinden kendi özel yatlarıyla gelerek gittikleri ülkelerden mal ve hizmet alan kişilerin veya farklı ulaşım araçları ile gelerek kaldıkları süre içerisinde yat kiralayanların gerçekleştirdikleri turizm çeşididir (Köroğlu, 2015, 138).

Mağara Turizmi: Doğal süreçler sonucunda oluşmuş yeraltı oyukları olarak tanımlanan mağaralara yönelik merak ve sağlık amacıyla yapılan seyahatlerdir. Bu turizmde temel amaç, bu tür doğal değerlerin koruma-kullanma dengesi içerisinde turizme kazandırılmasıdır (Kozak vd., 2014, 21; Köroğlu, 2015, 141). Mağaraların görsel, sportif, sağlık ve kültürel kaynak değerleri turizme potansiyel oluşturmaktadır. Mağaralarda sıcaklık (17-24°C) ve nem (%40-80) oranlarının dengeli olması ve belirgin bir hava akımının olmaması, mağaralar içerisinde

mikroklima alanı oluşmasını sağlamaktadır. Bu özelliği nedeniyle bazı mağaralar mağara tedavisi (speleoterapi) olarak sağlık turizmi amaçlı da kullanılmaktadır. Ayrıca mağara içerisinde mevcut olan canlı yaşamı da turistik açıdan çekim unsuru olmaktadır (Koçan, 2012, 38).

Dağ ve Kış Turizmi: İnsanların, dağların temiz havasından ve etkileyici ortamından faydalanmak üzere dağa tırmanma (hiking) veya dağ/doğa yürüyüşü (trekking) şeklinde gerçekleştirdikleri turizm çeşididir (Kozak vd., 2014, 22). Kış turizmi ise yeterli eğime ve kar kalınlığına sahip alanların kış sporları merkezi veya kayak merkezi haline dönüştürülmesi sonucu bu merkezlerde kayak sporunu gerçekleştirmek amacıyla gelen kişilerin oluşturduğu bir turizm çeşididir (Doğaner, 1997, 19).

Av Turizmi: Bilinçli olarak ve belli bir eğitim dahilinde doğaya zarar vermeden sadece yetişkin hayvanların avlanmasından oluşan bir turizm çeşididir (Kozak vd., 2014, 22). Bu turizm çeşidinde av ve yaban hayatı kaynakları belli bir denetim altında avcılarının kullanımına sunulmakta, bu kaynaklar turizm amaçlı değerlendirilerek ülkeye ekonomik anlamda da katkı sağlanmaktadır (Köroğlu, 2015, 149). Av turizmine katılanlar genellikle yüksek gelir düzeyine sahip kişilerdir, bu nedenle ülkelere büyük gelir kazandırıcı özelliğe sahiptir (Hazar, 2016, 79).

Golf Turizmi: Pek çok doğal ve yapay engelin bulunduğu yaklaşık 500 000 m²'lik açık alanda golf sopaları ve küçük sert bir topla oynanan golf sporuna katılmak amaçlı gelenlerin oluşturduğu bir turizm çeşididir (Karaman ve Tetik, 2008, 411; Köroğlu, 2015, 150;). Golf turizmi gelir düzeyi yüksek, kültür, sportmenlik ve centilmenlik açısından gelişmiş, ileri-orta yaşlardaki kişilerin tercih ettikleri bir turizm çeşididir (Hazar, 2016, 71; Karaman ve Tetik, 2008, 413; Kozak vd., 2014, 22).

Yayla Turizmi: Büyük şehirlerde yaşayan insanların şehrin gürültüsü ve kirliliğinden kaçarak doğal güzelliklere ve belirli özelliklere sahip olan yaylaları sağlık, dinlenme, spor yapma gibi amaçlarla tercih etmeleri üzerine ortaya çıkmış bir turizm çeşididir (Hazar, 2016, 80; Kozak vd., 2014, 24).

Akarsu Turizmi: Akarsu kaynaklarının çeşitli rekreatif amaçlarla kullanılmasıdır. Rafting, trekking, yüzme, balık avlama gibi faaliyetlerin akarsularda

yapılması durumunda bu turizm kapsamında değerlendirilmektedir (Kozak vd., 2014, 24).

Çiftlik ve Tarım Turizmi: Kırsal alanlarda konaklama ve etkinliklerin çiftliklerde gerçekleştirilmesi ile oluşan bir turizm çeşididir. Bir kırsal alanda ekonomik etkinlik tarım ise ve turistik uygulamalar ağırlıklı olarak tarıma dayalı ise bu turizm çeşidi de tarım turizmi olarak adlandırılmaktadır (Köroğlu, 2015, 169).

Spor Turizmi: İnsanların sportif faaliyetlere birebir katılmak veya sportif faaliyetleri ve karşılaşmaları izlemek amacıyla gerçekleştirdikleri bir turizm çeşididir (Hazar, 2016, 68).

Gastronomi Turizmi: İnsanların yiyecekleri tatmak, üretimini veya üretildikleri yeri veya mekanı görmek amacıyla gerçekleştirilen bir turizm çeşididir (Hazar, 2016, 81).

2.2 İç Turizm Kavramının Analizi

Araştırmanın bu bölümünde iç turizm kavramının tanımı yapılmış ve iç turizmin önemine değinilmiştir. Türkiye'de iç turizmin gelişim süreci değerlendirilmiştir. Son olarak Türkiye'de iç turizmin mevcut durumu irdelenmiştir.

2.2.1 İç Turizm Kavramının Tanımı

Turizm, gerçekleştiği yer bakımından ele alındığında, iç turizm ve dış turizm olarak iki şekilde ele alınmaktadır. Dış turizm, insanların ikamet ettikleri ülkelerin dışında diğer ülkeleri ziyaret etmeleri olarak ifade edilirken iç turizm, bir ülke vatandaşlarının kendi ülke sınırları içinde sürekli olmamak kaydıyla yer değiştirmelerinden doğan olaylar bütünüdür (Güzel, 2011, 128; Ndlovu, Nyakunu ve Heath, 2011, 83; Tellioglu ve Tekin, 2016, 496).

Turizmde sunulan mal ve hizmetler, hem yerli halkın hem de yurtdışından gelen yabancıların talebine sunulmaktadır. Dolayısıyla temel şartlar ve ihtiyaçlar konusunda ikisi de aynı noktalarda birleşir ve aynı fonksiyonları başarır. Genel bir ifade ile "iç turizm, dış turizmi hazırlar". Bu açıdan iç turizm dış turizmin dinamiğidir denilebilir (Özdemir, 1999, 159; Yaşar, 1996, 18).

İç turizm, bir ülkede yaşayan bireylerin yine kendi ülkeleri dahilindeki seyahatlerinden doğan faaliyet ve hizmetler bütünüdür (Özdemir, 1999, 159). Bir ülkede iç turizmin gelişmesi için, o ülkede turizm için gereken altyapı ve üstyapı imkânlarının olması, ulaşım ve iletişim ağının gelişmiş olması, ülke insanının turizm konusunda bilince sahip olması, sektörde eğitilmiş ve kalifiye personelin istihdam edilmesi gerekmektedir (Akyurt Kurnaz, 2013, 3).

Maviş vd. (2002, 46) iç turizmi talep kavramı ile birlikte ele almış ve iç turizm talebini "ülke içinde tatil, dinlenme, eğlenme vb. amaçlarla seyahat eden veya seyahat etme isteğinde olan kimselerdir" şeklinde tanımlamıştır.

1983 yılında Dünya Turizm Örgütü Genel Kurulu'nun Yeni Delhi'de yapılan beşinci toplantısında da yerli turistini tanımlanmıştır. Bu tanıma göre "yerli turist, milliyeti dikkate alınmaksızın bir ülkede ikamet eden ve ikamet ettiği yerden başka bir yere kazanç sağlama amacı dışında 24 saatten az olmak ve bir yılı geçmemek üzere ziyaret eden ve seyahat amacı eğlence, dinlenme, tatil, spor, iş, arkadaş ve akraba ziyareti, çeşitli özel görevler, toplantı, konferans, sağlık, din olarak sınıflandırılan kişilere denir" (Yaşar, 1996, 19).

Dünya Turizm Örgütü, 1995 yılında tanımları biraz daha kısaltarak yerli turisti, "bir ülkede ikamet eden ve 12 ayı aşmayacak şekilde ülke içerisinde kendi yaşadığı çevresi dışında bir yere seyahat eden kişidir" şeklinde tanımlamıştır (Bui ve Jolliffe, 2011, 13).

Rowe ve diğerleri (2002) turizm olayının insanların sadece ülke dışına seyahat etmeleri anlamına gelmediğini; kendi ülkelerinde de çekicilikleri ziyaret etme, iş seyahatlerine çıkma, spor veya eğlence amaçlı etkinliklere katılma, aile ve/veya akraba ziyaretinde bulunma şeklinde gerçekleşebileceğini ifade etmektedirler (Güzel, 2011, 128). Ancak turizm pazarı üzerine yapılan araştırmalarda genellikle dış turizm ön planda tutulmuş, iç turizm göz ardı edilen bir konu olmuştur. Bunun en önemli nedeni dış turizmin döviz kazandırıcı etkisinin olmasıdır. Bunun yanı sıra değişik kültürlerle sahip milletleri kaynaştırması ve politik sınırları ortadan kaldırması nedeniyle de dış turizme daha çok önem verilmiştir. Ancak son yıllarda özellikle gelişmiş ülkeler için iç turizm, turizm endüstrisinin temel yapıtaşı olarak görülmektedir (Hudson ve Ritchie, 2002, 264; Tunç ve Saç, 1998, 46; Yaşar, 1996,

19). Aynı zamanda yerli turistlerin gidecekleri destinasyonun dilini, kültürünü, geleneklerini, yasalarını, iklimini biliyor olmaları nedeniyle iç turizmin özellikle dış turizmden ayrıcalıklı bir yere sahip olduğu düşünülmektedir. Bunun yanı sıra destinasyonların mesafe olarak daha yakın olması, bu nedenle daha sık ziyaret edebilme ve daha uzun süreli konaklama imkanının olması da iç turizmi dış turizmden ayıran önemli özelliklerdir (Pierret, 2011, 2).

2.2.2 İç Turizmin Önemi

Turizm sektöründe ileri düzeyde yer alan ülkeler, ülkelere turist çekmek kadar kendi vatandaşlarının da turizm faaliyetine katılmasına önem vermektedirler. Nitekim turizm endüstrisinin sadece dış turizme bağlı olarak gelişmesini beklemek mümkün değildir (Kervankıran ve Çuhadar, 2017, 2; Telliöglü ve Tekin, 2016, 497). Kendi vatandaşlarına tatil imkanı sunmayan, onların tatil ihtiyaçlarını ve beklentilerini karşılamayan ülkelerin turizmde başarılı olmaları beklenemez. İç turizm, turizm endüstrisinin yabancı pazarlara ve işletmelere olan bağımlılığını azaltır, turizmin ülkede sağlıklı gelişimine yardımcı olur (Özdemir, 1999, 160). Ülkedeki turizm arzının ve hizmet kalitesinin artmasına katkıda bulunur. Bunun yanı sıra dış turizme yeterli düzeyde arz kapasitesi oluşumuna etki eder. Çünkü iç turizmi geliştirmek için kurulan altyapı, personel eğitimi, sermaye ve bilgi birikimi, aynı zamanda dış turizmin geliştirilmesi için de bir zemin oluşturmaktadır (Avcıkurt, 2004, 4; Avcıkurt ve Erdem, 2006, 7; (Pierret, 2011, 3; Telliöglü ve Tekin, 2016, 497). Bu nedenle ki bir ülkede dış turizm geliştirilmek isteniyorsa o ülkede öncelikle iç turizm endüstrisinin geliştirilmesi gerekmektedir (Yaşar, 1996, 19). Telliöglü ve Tekin'in (2016, 497) de ifade ettiği gibi iç turizmi gelişmiş olan bir ülke dış talepte meydana gelen istikrarsızlıklardan etkilenmemekte, bu nedenle de son yıllarda dünya genelinde görülen siyasi krizler karşısında iç turizmin geliştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü iç turizm ekonomik, doğal, politik, sağlık alanındaki krizlere daha az duyarlıdır. İç turizm talebi daha istikrarlıdır (Avcıkurt, 2004, 4; Güzel, 2011, 129; Pierret, 2011, 3). Özellikle de ekonomik kriz dönemlerinde mükemmel bir "krizi atlatici" olarak görülmektedir (Pierret, 2011, 3).

İç turizmde pasaport, vize gibi resmi formalitelere, para bozdurma işlemlerine ve yabancı dil bilme zorunluluğuna ihtiyaç yoktur. Ülke ekonomisine döviz kazandırıcı bir etkisi olmamakla birlikte ulusal gelirin bölgeler arasında dengeli

dağılımına katkı sağlamakta ve böylece bölgesel farklılıkların azalmasına yardımcı olmaktadır (Güzel, 2011, 130; Kozak vd., 2014, 12; Rogerson, 2015, 120).

Kervankıran ve Çuhadar (2017, 2) bir ülkede iç turizmin gelişiminin ülkede yer alan işletmelerin uluslararası platformda rekabet edebilirliklerini artırdığını belirtmektedir. Çünkü bu sayede turizm işletmelerinin gün geçtikçe hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti, hız ve esneklik gibi konularda kendilerini geliştirme fırsatı bulduklarını ifade etmektedir. Ülke içinde birbirleri ile rekabet edebilen işletmelerin, ülke dışındaki rakipleri ile de rekabet edebilmeleri daha kolay olmaktadır.

Bu katkıların yanı sıra, turizme katılan yerli turistlere de önemli ölçüde katkılar sağlamaktadır. Örneğin, kendi ülkelerinde mevcut olan doğal, tarihi, kültürel değerleri öğrenmelerine ve bu değerleri koruma konusunda bilinçlenmelerine yardımcı olmaktadır. Ayrıca fiziksel ve psikolojik açıdan dinlenmiş olarak iş yaşamlarında verimlilikleri ve performansları artış gösterebilmektedir (Güzel, 2011; 131; Kozak vd., 2014, 12; Tunç ve Saç, 1998, 45). İç turizm kişilerin kendi ülkelerini ve kendi insanlarını daha iyi tanımalarına bu sayede ulusal birlik bilincine varmalarına yardımcı olmaktadır. Ülke içerisinde farklı bölgelerde yaşayan vatandaşlar birbirlerinin gelenekleri, görenekleri, örf-adetleri, lehçe farklılıklarını öğrenmekte ve bu sayede birbirlerini daha iyi tanıma, anlama ve kaynaşma olanağına sahip olmaktadır (Avcıkurt, 2004, 4; Özdemir, 1999, 160). Böylece vatandaşlar bölgeler arasındaki dil, din, mezhep, ırk, kültür farklarını daha iyi idrak ederek birbirlerini daha doğru tanıyabilir, birbirleri hakkındaki yanlış bilgi ve varsa olumsuz düşünceleri düzeltebilirler. Bu durum, ülke içerisinde güven ortamının oluşmasına ve çatışma ortamının ortadan kalkmasına katkı sağlar (Kervankıran ve Çuhadar, 2017, 2; Pierret, 2011, 3).

2.2.3 Türkiye'de İç Turizmin Gelişimi

Kervankıran ve Çuhadar'ın (2017, 3) belirttiğine göre Türkiye'de modern anlamda iç turizme yönelik seyahatler Cumhuriyet döneminde başladığı bilinmektedir. Ancak Osmanlı döneminde de iç turizme yönelik hareketlerin olduğu ifade edilmektedir. Özellikle padişah ve ailesinin, üst düzey devlet yetkililerinin, varlıklı ailelerin ve gayrimüslimlerin İstanbul ve çevresine yazlık diye adlandırılan

sayfiye mekânlarına yapmış oldukları seyahatler bu kapsamda değerlendirilmektedir. Sonraları bu seyahatlere halk da katılmaya başlamıştır.

Cumhuriyet döneminde gerçekleşen turizm hareketleri incelendiğinde, iç turizmin dış turizmden daha önce var olduğu ve bu dönemlerde özellikle termal turizmin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu kapsamda en dikkat çekici örnek, "Yalova kaplıcalarının Atatürk'ün direktifleri doğrultusunda sağlık turizmi amacıyla kullanıma açılmasıdır" (Kozak, vd., 2014, 122). Diğer bir örnek ise, Afyonkarahisar-Ömer kaplıcasının 1935 yılında açılmasıdır. Kocatepe ve Çiğiltepe gibi Başkomutanlık Meydan Savaşı'nın yapıldığı alanlara ve Frigya Vadisi'ne yönelik düzenlenen seyahatler, yerli turistlerin, sağlık turizminin yanı sıra kültürel amaçlı seyahate de katıldıklarını göstermektedir (Kervankıran ve Çuhadar, 2017, 3).

1960'lı yıllara gelindiğinde deniz turizmine yönelik seyahatlerin de başladığı görülmektedir. Bunun en önemli nedeni işçi ve müstahdemlerin yıllık ücretli izin haklarını düzenleyen ve 1960 yılında yürürlüğe giren 7467 sayılı "Yıllık Ücretli izin Kanunu" (<https://www.tbmm.gov.tr>) ile devlet memurlarının izin haklarını ve çalışma sürelerini düzenleyen ve 1965 yılında yürürlüğe giren 657 sayılı "Devlet Memurları Kanunu" (<http://www.mevzuat.gov.tr>) olmuştur. Böylece Türkiye'de çalışanların çalışma saatleri ve ücretli izin hakları düzenlenmiş özellikle hafta sonlarının tatil olarak belirlenmesi çalışanların kısa süreli de olsa turizm faaliyetlerine katılmalarına fırsat tanımıştır (Kervankıran ve Çuhadar, 2017, 3). Önceleri, Marmaris, Çeşme, Alanya ve Erdek gibi sayfiye yerlerinde başlayan iç turizm hareketleri, sonraları Bodrum ve Kuşadası gibi merkezleri de içerisine alarak genişlemiştir (Kozak, vd., 2014, 122).

Ancak 1963 yılında gerçekleştirilen 1. Kalkınma Planı ile birlikte iç turizmin geliştirilmesi yönünde planlanan çabalar uygulamaya konulamamış (Gökdeniz, 2010, 14; Kervankıran ve Çuhadar, 2017, 4; Özel, 2010, 104), döviz etkisi nedeniyle ve yabancı turistlerin daha uzun süreli konaklamaları ve daha fazla harcama yapmaları nedenleriyle dış turizm ön plana çıkmış, dış turizmi destekleyici plan ve politikalar oluşturulmuştur (Özel, 2010, 104).

1970'li yıllarda memur ve işçilerin tatile çıkmalarına imkan sağlamak amacıyla Turizm Bankası tarafından finanse edilen tatil kredisi uygulamaya

konulmuştur. Ancak bu uygulama bazı aksaklıklar nedeniyle yürürlükten kaldırılmıştır (Gökdeniz, 2010, 14).

1980'li yıllarda ekonomi alanında gerçekleştirilen bazı yasal düzenlemeler, iç turizm kavramının yerleşmesini sağlamış, tatillerde ve yıllık izin dönemlerinde ülke halkı daha fazla oranda iç turizm hareketlerine katılmaya başlamıştır (Gökdeniz, 2010, 14). Bununla birlikte Türkiye'deki iç turizm hareketlerinin gelişimi Batı ülkelerindeki çağdaş olarak nitelendirilen turizm hareketlerinden farklılık arz etmektedir. Bu farklılık, Türkiye'de iç turizme hizmet eden ve oldukça yaygın olan "ikinci konut" ya da bir başka ifade ile "yazlık" kullanımından kaynaklanmaktadır (Kozak, vd., 2014, 122).

1990 yılında yaşanan körfez krizi, Türkiye'de diğer sektörlerin yanı sıra turizm sektörünü de büyük oranda etkilemiş; seyahat acentaları ve konaklama işletmeleri çareyi iç turizme yönelmekte ve iç turizm talebinin canlandırılmasında bulmuşlardır (Kervankıran ve Çuhadar, 2017, 4; Özel, 2010, 106;). Bu yıllarda iç turizme yönelik tanıtma faaliyetleri ağırlık kazanmaya başlamış, insanlarda yazlık evlerden otellere yönelik bir anlayış değişikliği yaşanmıştır (Gökdeniz, 2010, 15).

2000'li yıllarda iç piyasaya yönelik indirimli satışların artması, acentaların iç turizme yönelik ilgilerinin artması ve ödeme kolaylığı sağlamaları sayesinde orta gelir düzeyine sahip kişiler de iç turizm hareketlerine katılmaya başlamıştır. Erken rezervasyon imkanı, herşey dahil sistemi, taksitli satış gibi kolaylıklar da iç turizmi canlandırıcı faktörler olmuştur (Gökdeniz, 2010, 15).

Yabancı turist sayısı bakımından dünya sıralamasında üst sıralarda yer almasına karşın Türkiye'de iç turizm hareketleri henüz istenen düzeyde değildir. Türkiye'de iç turizmin gelişiminin önündeki engelleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Güzel, 2011, 131; Kervankıran ve Çuhadar, 2017, 4; Özdemir, 1999, 164; Özel, 2010, 106; Tellioglu ve Tekin, 2016, 504).

- tatil kültürünün yerleşmemiş olması
- tatilin lüks bir tüketim olarak algılanması
- halkın genelinde gelir düzeyinin düşüklüğü
- enflasyon nedeniyle satın alma gününü yetersizliği

- aile bireylerinin yıllık izinlerinin farklı dönemlerde olması
- okullarda turizm ve seyahat eğitiminin yetersiz olması
- ikinci konutların yaygınlığı
- iç turizme yönelik tur düzenleyen seyahat acentası sayısının az olması
- işletmelerin yerli ve yabancı turistlere farklı fiyat uygulamaları
- iç turizmin geliştirilmesi konusunda yeterli yasal düzenlemelerin yapılamaması
- iç turizmin kriz döneminde hatırlanan bir pazar olması
- seyahat nedenleri içerisinde akraba ve arkadaş ziyaretinin hala en önde olmasıdır.

Türkiye’de iç turizmin avantajları ise aşağıdaki gibi sıralanabilir (Demirtaş, 2010, 245; Kervankıran ve Çuhadar, 2017, 4; Özdemir, 1999, 161):

- ülke insanının ekonomik ve toplumsal olarak gelişimi ve değişimi
- harcanabilir gelirin ve boş zamanın artması
- kitle iletişim araçları, ulaşım ve iletişim alanındaki gelişmelerden dolayı toplumun dış dünyaya açılması
- orta ve genç kuşağın eğitim seviyesindeki iyileşmeler
- Türkiye’deki aile formunun ve yapısının zamanla evrimi
- tatilin ve seyahat etmenin sağlık açısından iyi geldiği düşüncesi
- yılda birden fazla seyahat etme gereksinimi ve isteğinin oluşması
- kentli nüfusun artışı
- kadının ekonomik ve toplumsal hayata daha fazla katılması
- konaklama ve seyahat işletmelerinin sayıca artması

2.2.3.1 Kamu Nezdinde İç Turizm ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Türkiye’de iç turizmin geliştirilmesi amacıyla gerçekleştirilmesi planlanan çalışmalar Devlet Planlama Teşkilatı tarafından yürütülen kalkınma planlarının turizm bölümünde ele alınmıştır. İlk olarak Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı ile gündeme gelmiş ve daha sonraki kalkınma planlarında da yer almıştır. Bu planlarda yer alan gelişmeler aşağıdaki gibi incelenebilir (<http://www.sbb.gov.tr>):

Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın (1963-1967) turizm sektörü ile ilgili bölümünde ana ilkeler ve hedefler ile uygulanacak metotlar başlığı altında iç turizm ile ilgili herhangi bir politika belirlenmemiştir. Talep ve gelir konusunda da dış turizmi ön planda tutan uygulamalar mevcuttur. Bununla birlikte tedbirler bölümünde iç turizmin, dış turizmin gelişmesi bakımından öncülük görevi olduğu belirtilmiş ve dış turizmin geliştirilmesi için teşvik edilmesi gereği vurgulanmıştır

İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (1968-1972) dış turizme daha çok ağırlık verildiği görülmektedir. İlkeler başlığı altında dış turizm gelirleri, yabancı turist sayısı ve ortalama tüketimlerinin artırılması amaçlanmış, bunun yanı sıra iç turizm hareketlerinin de geliştirilmesi yönünde bir hedef belirlenmiştir. Bunun yanı sıra yerli turist sayısı ve iç turizm gelirleri ile ilgili tahminlemede bulunulmuş, yatırımlar bölümünde tahmini yerli turist sayısı yabancı turist sayısı ile birlikte ele alınarak gerekli konaklama kapasitesi hesaplanmıştır. Politika tedbirleri bölümünde ise iç turizm ile ilgili herhangi bir maddeye yer verilmemiştir.

Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (1973-1977) ilkeler ve tedbirler başlığı altında dış ve iç turizm talebine uygun biçimde turizm yatırım ve işletmeciliğinde özel sektörün esas alınması amaçlanmıştır. Bununla birlikte sosyal turizme ağırlık verilmesi planlanmıştır. Bunun için "sosyal turizm faaliyetlerine katılan kamu turistik konaklama tesislerinin dış turizme de hizmet etmek suretiyle kamu personelinin bu tesislerde geçirecekleri tatillerin maliyetlerinin düşürülmesi olanaklarının geliştirilmesi" hedeflenmiştir. Ayrıca millî bütünlüğe katkısını sağlamak amacıyla iç turizmin teşvik edileceği belirtilmiştir.

Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (1978-1983) üçüncü plan döneminde yaşanan iç turizm gelişiminden bahsedilmiş, iç turizme katılanların 4 milyon kişiye ulaştığı ancak, yatak kapasitesindeki yetersizlik ve turizm tesislerindeki fiyatların yüksekliği nedeniyle iç talebin yurtdışında tatile yönlendiği belirtilmiştir. Planda ilkeler ve politikalar bölümünde kamu kuruluşlarına ait kampların, iç turizme dönük kullanımlarında kâr amacı gütmeyen işletmelerinin sağlanması hedeflenmiştir. Ayrıca çalışanların, dinlenme ve tatil gereksinimini karşılamak için önlemlerin alınması gereği vurgulanmıştır.

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın (1984-1989) ilkeler ve politikalar bölümünde çalışanların en uygun şartlarda tatil yapmalarının ve dinlenmelerinin sağlanması amaçlanmıştır. Turizm hareketleri ile ilgili istatistiki verilerin yetersizliği vurgulanmış, bu konuda yurda gelen yabancılar ve işçi aileleri ile yurtdışına çıkan vatandaşlar konusunda ayrıntılı ve güncel bilgilerin toplanmasında modern teknik imkânlarından yararlanılması ve iç turizm hareketleriyle ilgili bilgilerin de sağlanması planlanmıştır.

Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (1990-1994) doğrudan iç turizmle ilgili bir politika yer almamaktadır. Sadece ilkeler ve politikalar bölümünde dolaylı olarak toplumun en uygun ve sağlıklı şartlarda tatil yapması hedefi bulunmaktadır.

Altıncı plandan sonra yapılan Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (1996-2000), Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (2001-2005), Dokuzuncu Kalkınma Planı'nda (2006-2013) ve son olarak şu anda mevcut olan Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (2014-2018) doğrudan iç turizmle ilgili herhangi bir politika yer almamaktadır.

Sonuç olarak 1963 yılından bu güne kadar gerçekleştirilen on plan bulunmakta ve bunlardan ilk beşinde iç turizm ile ilgili hedefler yer almaktadır. Bu planlarda iç turizmin teşvik edilmesi, istatistiki verilerin toplanması, çalışanların tatil koşullarının iyileştirilmesi konularına önem verilmiş, sonraki planlarda ise iç turizm ile ilgili herhangi bir hedef belirlenmemiştir.

Dünya genelinde turizm sektöründe yaşanan gelişmeleri ve değişimleri yakalamak amacıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 1-3 Kasım 2017 tarihinde Ankara'da 3. Turizm Şurası düzenlenmiştir. Şurası kapsamında oluşturulan 13 Komisyondan biri de "İç Turizm Komisyonu" olmuştur. Bu komisyonda iç turizmin da dış turizm kadar önemli olduğu ve dış turizme zemin hazırladığı vurgulanmıştır. Özellikle turizm alanında önemli konumda olan ülkelerin iç turizm pazarı ile Türkiye'nin iç turizm pazarı karşılaştırılmış, Türkiye'nin bu konuda oldukça yetersiz bir durumda olduğu ifade edilmiştir. Bu noktada öncelikle iç turizme yönelik istatistik, veri ve analizlerin toplanabilmesi için Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Belgesi'nde belirtilen "İç Turizm Birimi"nin

kurulması amaçlanmıştır. Bunun yanı sıra belirlenen hedefler genel hatlarıyla aşağıdaki gibi belirtilebilir (<http://turizmsurasi.kulturturizm.gov.tr/>):

- iç turizm pazarına yönelik deniz turizmine alternatif olarak diğer turizm çeşitlerini de yaygınlaştırmak,
- iç turizmde yaşanan mevsimselliği önlemek,
- orta ve alt gelir gruplarına hitap eden sosyal turizm uygulamalarını geliştirmek,
- tur operatörleri ile seyahat acentalarını iç turizme teşvik etmek,
- iç turizme yönelik tanıtım ve destek kampanyaları düzenlemek.

Turizm alanında kamu ve özel sektör işbirliğini ve stratejik planlama çalışmalarının yönetim ve uygulamasını değerlendirmek amacıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 2007 yılında Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2007-2013 hazırlanmıştır. Turizm Stratejisi'nde ve Eylem Planı'nda iç turizm konusu, iç turizm ana başlığın altında iç turizm tanıtımı, iç turizm pazarının desteklenmesi, iç turizm pazarının izlenmesi, alternatif turizm ve sosyal turizm olmak üzere beş bölümde değerlendirilmiştir. İç turizm tanıtımı ile ilgili olarak varış noktası ve markaya yönelik tanıtımların gerçekleştirilmesi ve erken rezervasyon ile yerli turiste sezon dışında uygun fiyatlı tatil olanakları sunulması ile ilgili düzenlemeler bulunmaktadır. İç turizm pazarının desteklenmesi kapsamında alt gelir gruplarına yönelik uygun fiyatlandırma, iç turizme hizmet veren acentaların desteklenmesi, gençlerin iç turizme yönelmelerinin teşvik edilmesi hedefleri yer almaktadır. İç turizm pazarının izlenmesi başlığı altında iç turizm ile ilgili istatistiki verilerin derlenmesi ve bilgilerin toplanması konularına yer verilmiştir. Alternatif turizm kapsamında bölgesel ve yerel bazda tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ağırlık verilmiştir. Sosyal turizm kapsamında ise dezavantajlı grupların tatile çıkmalarına olanak sağlayacak projelerin geliştirilmesi amaçlanmıştır (<http://www.kultur.gov.tr>).

2.2.4 Türkiye'de İç Turizmin Mevcut Durumu

Türkiye'de iç turizmin mevcut durumunu ortaya koymak, iç turizmin potansiyelini ve gelişimini analiz edebilmek için önemli bir husustur. Buradan hareketle bu bölümde Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yayınlanan veriler ile

TÜİK tarafından gerçekleştirilen istatistiksel verilerden yararlanılmıştır. Bu kapsamda yerli turistlerin bölgelere göre tesise geliş sayıları ile geceleme sayıları, seyahat ve geceleme sayıları, ortalama harcama düzeyleri, yaş grupları, konaklama türleri, seyahat harcamalarının türleri, seyahat amaçları ve seyahat amaçlarına göre harcamalarının dağılımı ile ilgili verilere yer verilmiş ve bu veriler yorumlanmaya çalışılmıştır.

Çizelge 5. Yabancı ve Yerli Turistlerin Bölgelere Göre Tesise Geliş ve Geceleme Sayıları ile Ortalama Kalış Süreleri (2017)

Coğrafi Bölgeler	TESİSE GELİŞ SAYISI			GECELEME		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
Akdeniz	10 201 419	5 672 545	15 873 964	45 300 868	14 189 932	59 490 800
Marmara	5 138 531	5 829 046	10 967 577	12 897 960	10 127 060	23 025 020
Ege	2 347 765	4 620 775	6 968 540	8 329 124	10 310 118	18 376 242
İç Anadolu	637 059	3 800 180	4 437 239	1 306 617	6 022 461	7 329 078
Karadeniz	277 807	1 873 738	2 151 545	603 616	2 905 719	3 509 335
Güneydoğu Anadolu	142 802	1 370 088	1 512 890	236 795	2 073 344	2 310 139
Doğu Anadolu	123 217	1 012 609	1 135 826	246 890	1 677 492	1 924 382
Toplam	18 868 600	24 178 981	43 047 581	68 921 870	47 305 826	116 227 696

Kaynak: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-201121/isletme-bakanlik-belgeli-tesis-konaklama-istatistikleri.html>, 11.05.2018.

Çizelge 5'te 2017 yılında bölgeler bazında iç turizme katılan yerli turistlerin tesise geliş ve geceleme süreleri görülmektedir. Buna göre yerli turistlerin en fazla Marmara bölgesini ziyaret ettiği görülmektedir. İkinci sırada Akdeniz bölgesi, 3. sırada Ege bölgesi, 4. sırada ise İç Anadolu bölgesi gelmektedir. Karadeniz, Güneydoğu Anadolu ve Doğu Anadolu bölgeleri en az tercih edilen bölgeler olarak görülmektedir. Geceleme sayılarında ise Akdeniz bölgesi 1. sırada yer alırken, Ege bölgesi 2. sıraya yerleşmiş, 3. sırada ise Marmara bölgesi yer almıştır. Bu veriler ışığında yerli turistlerin çoğunlukla kıyı bölgelerine deniz turizmine katılmak amacıyla seyahat ettikleri sonucu çıkarılabilir. Bunun yanı sıra Akdeniz bölgesinin ve kısmen Marmara bölgesinin dışında diğer tüm bölgeler yabancı turistlerden ziyade yerli turistler tarafından daha fazla rağbet görmektedir.

Çizelge 6. Türkiye'de İç Turizme Katılanların Seyahat ve Geceleme Sayısı ile Harcamaları (2009-2017)

Yıllar	Seyahat Sayısı (bin)	Geceleme Sayısı (bin)	Ortalama Geceleme Sayısı	Seyahat Harcaması (bin TL)	Ortalama Harcama (TL)
2009	60 888	510 961	8,4	12 216 339	201
2010	68 373	555 145	8,1	13 843 504	202
2011	65 854	558 270	8,5	15 641 262	238
2012	64 922	556 803	8,6	16 725 035	258
2013	68 452	557 459	8,1	18 416 817	269
2014	70 894	575 871	8,1	22 601 201	319
2015	71 251	588 786	8,3	24 409 560	343
2016	68 450	605 608	8,8	28 033 083	410
2017	77 179	665 194	8,6	35 305 804	457

Kaynak: TÜİK Hanehalkı Yurt içi Turizm Araştırması, <http://www.tuik.gov.tr/>, 12.05.2018.

Çizelge 6'da görüldüğü gibi Türkiye'de yerli turist sayısı 2009 yılından 2017 yılına kadar bazı dönemlerdeki kısmi düşüşler dışında her yıl artarak devam etmiştir. Geceleme sayılarında da benzer bir durum söz konusudur.

Ortalama geceleme sayılarına bakıldığında yerli turistlerin gittikleri bölgede ortalama 8 gece geçirdikleri görülmektedir. 2009 yılında Türkiye iç turizmden 12 milyar lira gelir elde etmiş, 2017 yılına gelindiğinde bu rakam yaklaşık 3 katına çıkarak 35 milyar liraya ulaşmıştır. Seyahat sayısı ve geceleme sayısı ile oranlandığında elde edilen gelirdeki artışın daha fazla olduğu görülmektedir. Nitekim yerli turistlerin harcama düzeylerinde yıllar içerisinde hızlı bir artış yaşanmıştır. Bu durum, yerli turistin zaman içerisinde satın alma gücünün artmasıyla açıklanabilir.

Çizelge 7. Türkiye'de İç Turizme Katılanların Yaş Gruplarına Göre Geceleme Sayılarının Dağılımı (2009-2017)

Yıllar	Geceleme Sayısı (bin)						Ortalama Geceleme Sayısı					
	Toplam	0-14	15-24	25-44	45-64	65+	Toplam	0-14	15-24	25-44	45-64	65+
2009	510 961	121 488	66 424	155 266	120 383	47 400	8,4	9,1	8,2	6,9	8,8	14,3
2010	555 145	120 621	72 025	163 125	136 262	63 112	8,1	8,1	7,8	6,5	8,9	16,2
2011	558 270	125 602	70 093	166 040	138 626	57 909	8,5	8,9	8,5	6,6	9,3	16,3

2012	556 803	125 845	66 853	164 503	143 168	56 434	8,6	8,9	8,0	6,8	9,7	16,6
2013	557 459	125 592	64 320	165 192	143 695	58 659	8,1	8,5	7,8	6,4	9,0	15,8

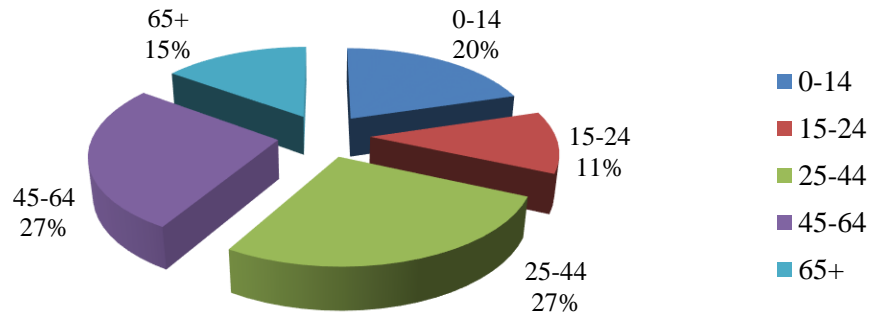
Çizelge 7 - devam

2014	575 871	117 872	73 245	162 212	141 235	81 307	8,1	8,1	8,4	6,1	8,6	17,6
2015	588 786	122 923	70 581	166 698	157 279	71 306	8,3	8,5	8,2	6,2	9,3	15,8
2016	605 608	125 046	69 725	175 944	145 419	89 474	8,8	9,1	8,9	6,6	9,2	19,9
2017	665 194	135 060	75 181	178 191	176 669	100 094	8,6	8,6	8,2	6,1	9,6	20,2

Kaynak: TÜİK Hanehalkı Yurt içi Turizm Araştırması, <http://www.tuik.gov.tr/>, 12.05.2018.

Çizelge 7'de 2009-2017 yılları arasında Türkiye'de iç turizme katılanların yaş gruplarına göre geceleme sayıları görülmektedir. Buna göre yıllar itibariyle tüm yaş gruplarında yurtiçi geceleme sayıları artış göstermiştir. En fazla artış ise orta yaş grubu da denilen 25-44 yaş grubu ile 45-64 yaş grubunda gerçekleşmiştir. Ortalama geceleme sayılarına bakıldığında 25-44 yaş grubunda olan yerli turistlerin ortalama 6 geceleme gerçekleştirdikleri görülmektedir. Bu durum bu yaş grubunda olanların aktif bir çalışma hayatı içerisinde olmalarından kaynaklanıyor olabilir. Bunun yanı sıra 65 yaş ve üzeri yerli turist ortalama 20 gün geceleme yapmaktadır. Bu durum, bu yaş grubunda olanların emekli olmaları nedeniyle daha uzun süreli tatile çıkabilmeleri ile açıklanabilir.

Grafik 1. 2017 Yılında Türkiye'de İç Turizme Katılanların Yaş Gruplarına Göre Geceleme Sayılarının Dağılımı



Grafik 1'e göre; 2017 yılı itibariyle yerli turistlerin yaş gruplarına göre geceleme sayılarının dağılımı incelendiğinde 26,8 oranıyla 25-44 yaş arası grup ve %26,6 oranıyla 45-64 yaş arası grup en fazla geceleme yapan gruplar olmuşlardır. Buna göre Türkiye'de iç turizme katılanların yaklaşık yarısı (%53,4) orta yaş grubu kişilerden oluşmaktadır. Bu grubu genç nüfus olarak değerlendirilen 0-14 yaş grubu (%20,3) ve 15-24 (11,3) yaş grubu izlemektedir. Bu iki grubun toplam yüzdesi 31,6'dır. Üçüncü yaş grubu da denilen 65 yaş ve üzeri yerli turistlerin iç turizme katılma

oranı ise %15'tir. Diğer bir ifade ile yerli turistlerden oluşan üçüncü yaş turizminin Türkiye'deki payı düşük kalmaktadır.

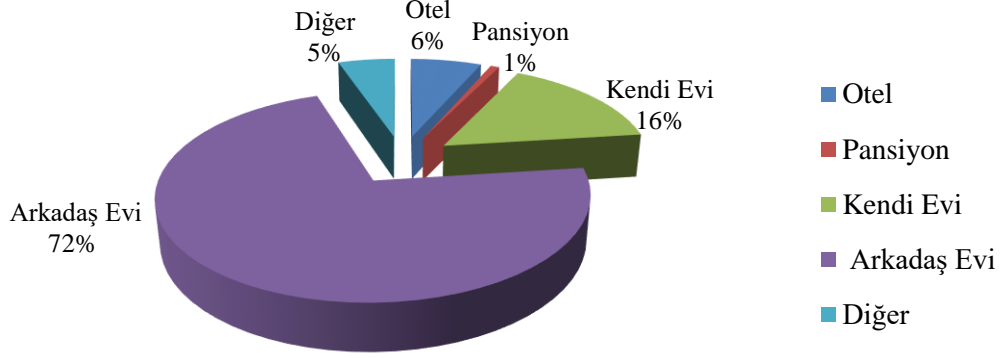
Çizelge 8. Türkiye'de İç Turizme Katılanların Kaldıkları Konaklama Türüne Göre Geceleme Sayılarının Dağılımı (2009-2017)

	Geceleme Sayısı (bin)						Ortalama Geceleme Sayısı					
	Toplam	Otel	Pansiyon	Kendi evi	Arkadaş, akraba evi	Diğer	Toplam	Otel	Pansiyon	Kendi evi	Arkadaş, akraba evi	Diğer
2009	510 961	23 794	6 310	70 745	372 681	37 431	8,4	4,1	5,0	19,8	8,0	9,8
2010	555 145	26 472	6 455	99 075	393 760	29 384	8,1	3,9	5,4	21,1	7,5	8,5
2011	558 270	29 225	6 108	98 538	395 380	29 019	8,5	3,9	5,1	22,8	8,1	8,0
2012	556 803	28 931	5 759	95 231	399 005	27 877	8,6	3,8	4,8	26,4	8,2	7,5
2013	557 459	31 389	6 616	89 082	396 086	34 286	8,1	4,0	4,3	17,4	8,0	8,1
2014	575 871	31 407	7 620	94 287	406 227	36 329	8,1	4,0	4,8	20,7	7,9	7,0
2015	588 786	32 150	6 310	104 893	415 572	29 862	8,3	3,6	4,4	20,0	8,1	6,6
2016	605 608	40 910	5 017	107 831	413 925	37 925	8,8	3,9	3,8	27,7	8,6	8,1
2017	665 194	43 214	5 627	104 726	477 322	34 305	8,6	3,7	4,3	25,7	8,7	6,8

Kaynak: TÜİK Hanehalkı Yurt içi Turizm Araştırması, <http://www.tuik.gov.tr/>, 12.05.2018.

İç turizme katılanların konaklama türlerine göre dağılımına bakıldığında (Çizelge 8) yıllar içerisinde arkadaş, akraba evinde ve kendi evinde konaklayanların sayısının otelde konaklayanlara nazaran daha az artış gösterdiği görülmektedir. 2009 yılında otelde geceleme yapanların sayısı yaklaşık 23,8 milyon iken bu sayı 2017'de hemen hemen ikiye katlanmış ve 43 milyona ulaşmıştır. Bu sonuç yerli turistlerin tatil anlayışlarının değişmesi ile açıklanabilir. Konaklama türüne göre ortalama geceleme sayılarına bakıldığında oldukça büyük farklılıklar göze çarpmaktadır. Kendi evinde konaklayanlar ortalama 25 gecelerde bulunurken, otelde konaklayanların ortalaması 3 gecelidir. Bu durum kendi evinde konaklamamanın daha ucuz ve rahat hareket edebilecekleri bir mekan olarak algılandığını göstermektedir.

Grafik 2. 2017 Yılında Türkiye'de İç Turizme Katılanların Kaldıkları Konaklama Türüne Göre Geceleme Sayılarının Dağılımı



Grafik 2'ye göre, 2017 yılında yerli turistlerin kaldıkları konaklama türüne göre seyahat sayıları incelendiğinde birinci sırada %71,8 oranı ile arkadaş, akraba evleri gelmektedir. Bunu %15,7 oranı ile yazlık ya da ikinci konut olarak da adlandırılan kendi evleri takip etmektedir. Üçüncü sırada ise otel tercih edilmektedir. Bu durum yerli turistlerin konaklama işletmelerinden yararlanmaktan ziyade kendi imkanları ile konaklamayı tercih ettiklerini göstermektedir. Yine bu oranlar Türkiye'de ikinci konut kavramının yaygınlığını da ortaya koymaktadır. Bir başka husus da gerek okuma amaçlı, gerek çalışma amaçlı, gerekse evlenme nedeniyle ikametlerini değiştiren bireylerin tatil zamanlarında ailelerini ve yakınlarını ziyaret etmek suretiyle onların yanında konaklamalarının da yaygın olmasıdır.

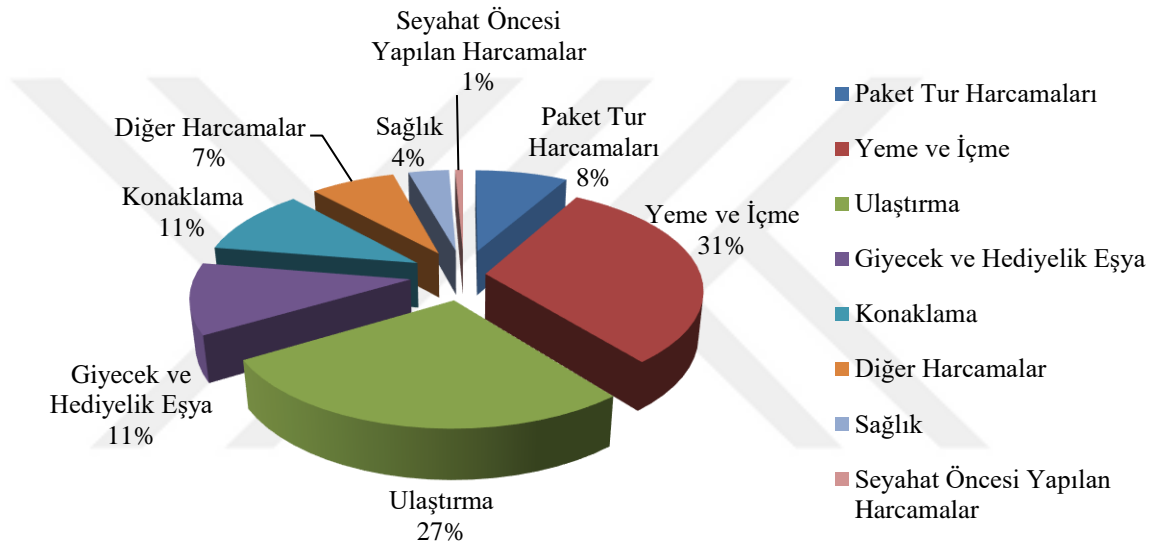
Çizelge 9. Türkiye'de İç Turizme Katılanların Seyahat Harcamalarının Türlerine Göre Dağılımı (2009-2017)

	Toplam (Bin TL)	Paket Tur Harcaması	Kişisel Harcamalar
2009	12 216 339	613 634	11 602 705
2010	13 843 504	605 679	13 237 826
2011	15 641 262	664 061	14 977 201
2012	16 725 035	932435	15 792 599
2013	18 416 817	1 274 597	17 142 220
2014	22 601 201	1 159 814	21 441 387
2015	24 409 560	1 723 958	22 685 602
2016	28 033 083	2 490 316	25 542 766
2017	35 305 804	2 899 922	32 405 882

Kaynak: TÜİK Hanehalkı Yurt içi Turizm Araştırması, <http://www.tuik.gov.tr/>, 12.05.2018.

Çizelge 9'da Türkiye'de yerli turistlerin göre seyahat harcamalarının türlerine göre dağılımı yıllar itibariyle verilmiştir. Buna göre yıllar itibariyle tüm harcama kalemlerinde genel bir artış olduğu görülmektedir. 2009 yılında 613,6 milyon liralık paket tur harcaması 2017 yılında oldukça artış göstermiş ve yaklaşık 4,5 kat artarak 2,9 milyar liraya ulaşmıştır. Kişisel harcamalara bakıldığında 2009 yılında 11,6 milyar liralık harcama 2017 yılında yaklaşık 3 kat artarak 32,4 milyar lira olmuştur.

Grafik 3. 2017 Yılında Türkiye'de İç Turizme Katılanların Seyahat Harcamalarının Türlerine Göre Dağılımı



Grafik 3'te 2017 yılında yerli turistlerin yapmış oldukları seyahat harcamalarının türlerine göre ayrı ayrı dağılımı verilmiştir. Yerli turistlerin seyahatleri süresince en fazla yeme-içme kaleminde harcamada buldukları görülmektedir. İkinci sırada %27 oranı ile ulaştırma, üçüncü sırada %11,1 oranı ile giyecek ve hediyelik eşya, dördüncü sırada ise 10,6 oranı ile konaklama gelmektedir.

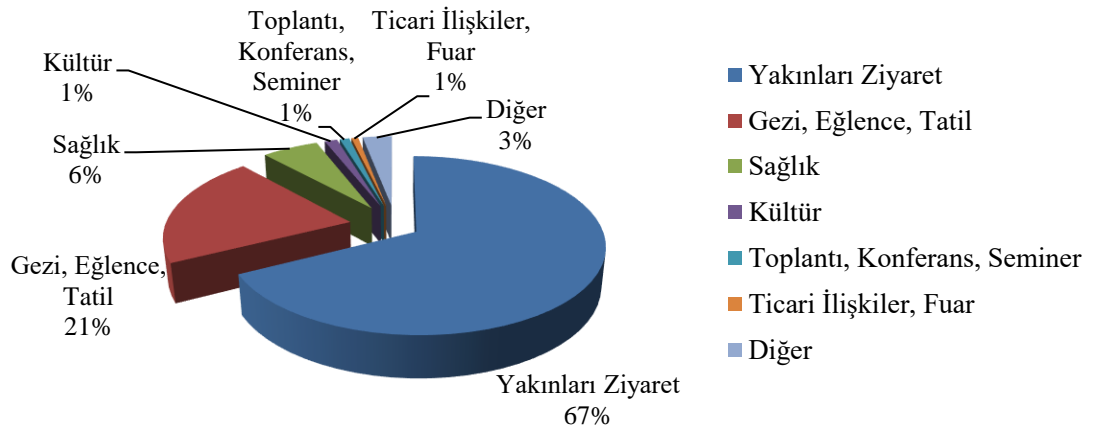
Çizelge 10. Türkiye'de İç Turizme Katılanların Seyahat Amaçlarına Göre Dağılımı (2009-2017)

Yıllar	Seyahat Sayısı (bin)							
	Toplam	Gezi, eğlence, tatil	Kültür	Yakınları Ziyaret	Sağlık	Toplantı, konferans, kurs, seminer	Ticari ilişkiler, fuar	Diğer
2009	60 888	11 347	730	40 026	4 872	773	675	2 467
2010	68 373	12 362	634	46 242	5 288	779	712	2 357
2011	65 854	12 898	546	44 603	3 925	970	621	2 291
2012	64 922	12 682	581	43 039	4 752	820	546	2 502
2013	68 452	13 782	697	44 897	5 320	977	474	2 305
2014	70 894	13 469	708	46 596	5 938	1 027	585	2 572
2015	71 251	13 332	788	48 113	4 726	963	493	2 834
2016	68 450	14 722	668	45 121	4 338	788	484	2 329
2017	77 179	15 988	973	52 100	4 492	789	541	2 296

Kaynak: TÜİK Hanehalkı Yurt içi Turizm Araştırması, <http://www.tuik.gov.tr/>, 12.05.2018.

Çizelge 10'da göre yıllar itibariyle yerli turistlerin yakınları ziyaret amaçlı iç turizme katılma sayılarında artış yaşanmış, 2009 yılında 40 milyon kişi iken bu sayı 2017 yılında 52 milyona ulaşmıştır. Benzer artış gezi - eğlence - tatil amaçlı seyahat edenler için de söz konusudur. Ancak ara yıllarda küçük artışlar gözlenirse de 2009 yılı ile kıyaslandığında 2017 yılında ticari ilişkiler, konferans ve sağlık amaçlı gelenlerin sayılarında azalma görülmektedir. Kültür amaçlı gelenlerin sayısında ise yıllar bazında kayda değer bir artış görülmemektedir.

Grafik 4. 2017 Yılında Türkiye'de İç Turizme Katılanların Seyahat Amaçlarına Göre Dağılımı



Yukarıda yer alan Grafik 4'e göre, 2017 yılında yerli turistlerin yaklaşık üçte ikisi yakınları ziyaret (67,5) amaçlı seyahatler gerçekleştirmişlerdir. Gezi, eğlence, tatil amaçlı seyahat edenler %20,7'si ile ikinci sırada yer almaktadır. Ardından %5,8 oranıyla sağlık amaçlı seyahat edenler gelmektedir. Kültür, konferans ve ticari ilişkiler amaçlı gelenlerin oranı ise oldukça düşük düzeyde kalmıştır.

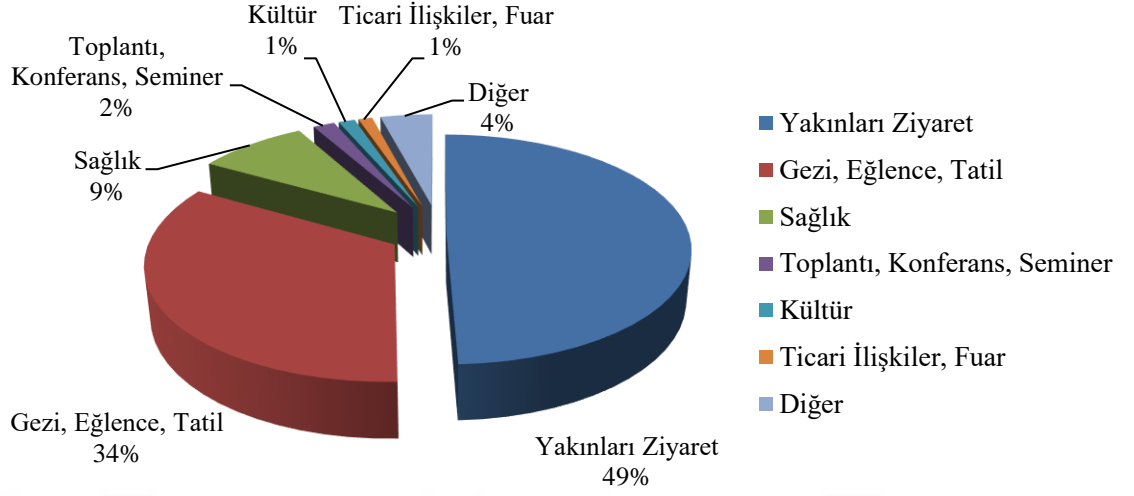
Çizelge 11. Türkiye'de İç Turizme Katılanların Seyahat Amacına Göre Seyahat Başına Ortalama Harcamaların Dağılımı (2009-2017)

Yıllar	Seyahat Başına Ortalama Harcama (TL)							
	Toplam	Gezi, eğlence, tatil	Kültür	Yakınları Ziyaret	Sağlık	Toplantı, konferans, seminer	Ticari ilişkiler, fuar	Diğer
2009	201	326	205	149	260	313	400	252
2010	202	340	277	153	242	286	398	264
2011	238	398	278	180	304	297	394	266
2012	258	438	325	197	266	330	371	305
2013	269	451	349	202	298	326	412	332
2014	319	547	435	240	347	391	503	382
2015	343	571	416	272	383	380	462	341
2016	410	681	513	306	480	534	522	476
2017	457	773	395	346	570	686	614	488

Kaynak: TÜİK Hanehalkı Yurt içi Turizm Araştırması, <http://www.tuik.gov.tr/>, 12.05.2018.

Çizelge 11 incelendiğinde yerli turistlerin amaçlarına göre seyahat başına ortalama harcamaları yıllar itibariyle artış göstermiştir. Amaçlarına göre en yüksek ortalama harcama düzeyi gezi amaçlı seyahat edenlerde ve ardından ticari ilişkiler amaçlı seyahat edenlerde gerçekleşmiştir. Üçüncü sırada sağlık amaçlı gelenlerin yapmış oldukları harcamalar oluşturmaktadır. En düşük ortalama harcama düzeyi yakınları ziyaret amaçlı seyahat edenlere aittir. Bu turistlerin, yakınlarının yanında seyahat ihtiyaçlarını karşılamaları nedeniyle daha az harcamada bulunmuş olmaları neden olarak gösterilebilir.

Grafik 5. 2017 Yılında Türkiye'de İç Turizme Katılanların Seyahat Amacına Göre Seyahat Harcamalarının Dağılımı



2017 yılında yerli turistlerin amaçlarına göre seyahat harcamalarına bakıldığında en fazla harcama yapanların yakınları ziyaret amaçlı seyahat edenlerin olduğu ve harcamaların yarısını (%49,4) oluşturdukları görülmektedir. İkinci sırada ise %33,8 oranıyla gezi amaçlı seyahat edenlerin yapmış oldukları harcamalar oluşturmaktadır. Üçüncü sırada ise sağlık amaçlı seyahat edenlerin yapmış oldukları harcamalar gelmektedir. Konferans, kültür ve ticari amaçlı seyahat edenlerin yapmış oldukları harcamalar ise gelen kişi sayısının da daha az olması nedeniyle oldukça düşük düzeyde gerçekleşmiştir.

2.3 İlgili Araştırmalar

Çoğu ülkede iç turizm gerek büyüklük gerekse ekonomik açıdan uluslararası turizm hareketlerine katkı sağlamaktadır. Buna rağmen araştırmacılar iç turizm olgusu, ekonomik katkıları, az gelişmiş ülkelerde bölgelerarası dengesizlikleri azaltma potansiyeli konularına son yıllarda değinmeye başlamışlardır. Yapılan bu araştırmaların çoğu iç turizmin ekonomik katkısı ile ilgili olup az bir kısmı ekonomik olmayan etkileri üzerinde durmuştur (Jerenashvili, 2014, 44).

Türkiye'de de 1990'lı yıllardan itibaren iç turizm ile ilgili çeşitli araştırmalar gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmaların büyük kısmı kavramsal nitelikli çalışmalar olup, iç turizmin önemi vurgulanmış, geliştirilmesi için bir dizi öneriler geliştirilmiştir. Bunun yanı sıra iç turizmin sorunlarını vurgulamak, bu sorunlara yönelik çözüm

önerileri geliştirmek amacıyla yapılmış yüksek lisans ve doktora tezi çalışmalarına da rastlanmıştır.

Türkiye'de i turizmin mevcut durumunu ve talep profilini ortaya koymak ve i turizmin geliştirilmesi için gereken stratejileri belirlemek amacıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 1983, 1992 ve 1997 yıllarında araştırmalar yapılmıştır. Türkiye genelinde gerçekleştirilen çalışmalarda yurtiçi ve yurtdışı turizm hareketleri değerlendirilmiştir. Çalışmalarda i turizme yönelik istatistiksel verilere geniş ölçüde yer verilmiş, i turizmin geliştirilmesi için çözüm önerileri sunulmuştur (Bezirgan, 2008, 60; Gökdeniz, 2010, 6; zel, 2010, 111).

Kozak (1994) tarafından yapılan çalışmada, Türkiye'nin iç turizm talebinin özelliği, yapısı, gelişiminin önündeki olumlu ve olumsuz unsurlar değerlendirilmiş, i turizme yönelik potansiyel talebin efektif talebe dönüşmesi için yapılması gerekenler ile ilgili çözüm önerileri sunulmuştur (Bezirgan, 2008, 60; Gökdeniz, 2010, 6; zel, 2010, 110).

Yaşar (1996) tarafından Ayvalık yöresinde i turizmin geliştirilmesine yönelik yaptığı yüksek lisans tez çalışmasında Ayvalık yöresinin turistik arz ve talep yapısını ele almış, bu doğrultuda i turizmin geliştirilmesine yönelik yapılması gerekenler ile ilgili örnek bir politika ve strateji önerisi geliştirmiştir.

zdemir'in 1999 yılında yapmış olduğu çalışmada Türkiye'de iç turizm olgusu kavramsal olarak ele alınmış, i turizmin önemini ve gerekliliğini ayrıntılı olarak değerlendirmiş, i turizme yönelik sorunların çözümünde seyahat acentalarının rolüne vurgu yapmıştır.

Kuşluvan (2001) tarafından gerçekleştirilen çalışmada yıllarında Kapadokya'ya yönelik i turizm talebinin artırılması için öneriler sunulmuştur. Aynı araştırmacı tarafından 2002 yılında yapılan kavramsal çalışmada ise Türkiye'de iç turizm talebinin mevcut durumu ve geliştirilmesi için alınması gereken önlemler değerlendirilmiştir (Bezirgan, 2008, 61; zel, 2010, 108).

Öter'in (2001), iç turizmin geliştirilmesinde teşvik seyahatlerinin önemini ele aldığı yüksek lisans tezi çalışmasında teşvik seyahatlerinin i turizmi geliştirmek amacıyla nasıl kullanılacağı ve seyahat acentalarının bu konudaki bilgi düzeyleri

araştırılmıştır. Elde edilen sonuçlar çerçevesinde iç turizmi geliştirmek amaçlı öneriler sunulmuştur.

Seckelmann 2002 yılında Türkiye’de iç turizmin bölgesel kalkınmaya sağladığı faydaları ele aldığı bir çalışma gerçekleştirmiştir. Araştırmacı çalışmasında, daha az gelişmiş olarak ele alınan Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinin kalkınmasına katkı sağlaması açısından iç turizmin geliştirilebileceği ve iç turizm için yeni destinasyonlar oluşturulabileceği vurgulanmıştır.

Koç'un (2003) Türkiye iç turizm pazarında tüketici davranışını analiz etmek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada mülakat, gözlem ve odak grup görüşmesi yöntemleri aracılığıyla tüketicilerden seyahat acentası yöneticilerinden ve çalışanlarından veriler elde edilmiştir. Yerli turistlerin seyahat süreleri ve seyahat dönemleri, karar verme süreçleri, amaçları, güdeleri, seyahatin organize şekli ve seyahat acentası kullanımına ilişkin bulgulara ulaşılmış ve bu bulgulara dayanarak karşılaştırmalı bir değerlendirme yapılmıştır.

Mallou ve Tobio (2004), turistlerin tercihlerine göre İspanya iç turizm pazarı üzerinde pazar bölümlendirme çalışmasında bulunmuşlardır. Araştırma sonucunda yerli turistlerin seyahat tercihleri gece eğlenceleri, şehir turları, kültürel seyahatler, güneş tatilleri, şehirden uzak sahil destinasyonları, dağcılık, yeşilden uzak sahil destinasyonları ve kırsal seyahatler olmak üzere sekiz temel kategoride incelenmiştir.

Avcıkurt ve Erdem’in 2006 yılında bölgesel tanıtma faaliyetlerinin iç turizmi geliştirmedeki rolü üzerine yaptıkları çalışmalarında Eğirdir yöresi ele alınarak bölgesel tanıtımın iç turizme olan katkıları irdelenmiş ve iç turizme ilişkin bir model önerisi geliştirilmiştir (Bezirgan, 2008, 61).

Kozak ve Olgaç (2006) tarafından “Türkiye’de iç turizm hareketlerinin arz kaynakları ile ilişkisinin analizi ve iller bazında sınıflandırılması üzerine bir çalışma” isimli bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışmada iç turizmde gerçekleştirilecek yatırımların eksikliğinin giderilmesinin ve iç turizmi artırıcı stratejilerin belirlenmesinin iç turizme sağlayacağı katkılar değerlendirilmiştir (Bezirgan, 2008, 61).

TÜRSAB, 2007 yılında iç pazar ile ilgili seyahat acentalarına yönelik anket çalışması uygulamış, elde edilen veriler doğrultusunda iç turist profili belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmada iç turizme katılanların katıldıkları seyahat çeşidi ve tercih ettikleri konaklama türlerine ilişkin istatistiksel verilere yer verilmiştir (Bezirgan, 2008, 62; Gökdeniz, 2010, 6).

Kızılırmak (2008) tarafından yapılan iç turizmin geliştirilmesine yönelik pazarlama amaçlı halkla ilişkiler uygulamalarını incelediği çalışmasında, Türkiye’de mevcut iç turizm talebini canlandırmak amacıyla öne sürülen Anadolu Tatil Günleri uygulamasının kapsamının genişletilmesini ve bu uygulamanın tüm Anadolu illerinde sürdürülmesini önermiştir (Özel, 2010, 108).

Bezirgan tarafından 2008 yılında gerçekleştirilen yüksek lisans tez çalışmasında Altınoluk yöresini ziyaret eden yerli turistlere yönelik anket uygulaması yapılmış, elde edilen bulgular doğrultusunda, iç turizmde yaşanan sorunları belirleyerek bu sorunlara yönelik çözüm önerileri ortaya koymak amaçlanmıştır.

Özel (2010), güdülere dayalı yerli turist tipolojisini belirlemek amacıyla doktora tez çalışması gerçekleştirmiştir. Bu amaçla araştırma kapsamında yer alan il ve ilçelerdeki konaklama işletmelerinde konaklayan yerli turistlerden anket yoluyla veriler toplanmış ve analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda yerli turistleri seyahat etmeye güdüleyen faktörler belirlenmiştir. Bu faktörler doğrultusunda iç turizm pazarında "rahatlama arayanlar, çekingenler, başarı arayanlar, aile düşkünleri, spor tutkunları, kaçış arayanlar" olmak üzere altı tip yerli turistin bulunduğu belirlenmiştir.

Karakahya (2012) gerçekleştirmiş olduğu yüksek lisans tez çalışmasında Eskişehir'deki konaklama işletmesi yöneticilerinin iç turizm algıları ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu doğrultuda iç turizme ilişkin sorunların tespit edilmesi ve bu sorunların çözümüne yönelik önerilerin ortaya konulması amaçlanmıştır.

3. YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde ortaya konulan amaç doğrultusunda araştırmanın yöntemine, evren ve örnekleme, veri toplama aracı ve tekniklerine ve verilerin analizine yer verilmiştir.

3.1 Araştırmanın Yöntemi

Yapılan araştırmada tarama modelinden yararlanılmıştır. Tarama modeli, geçmişteki ya da halen mevcut olan bir olayı var olduğu şekli ile betimlemeye yönelik olarak gerçekleştirilen araştırmalarda kullanılmaktadır (İslamoğlu ve Alınçık, 2016, 99; Karasar, 2016, 109). Karasar'ın (2006, 111) belirttiğine göre genel tarama modelleri; "çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkındaki genel yargıya varmak amacı ile evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup örnek ya da örneklem üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir". Bu doğrultuda araştırma, belirlenen araştırma evreninden örneklem alınmak suretiyle gerçekleştirilmiştir.

3.2 Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın evreni Datça yöresini ziyaret eden yerli turistler oluşturmaktadır. Datça yöresinin tercih edilmesinin nedenleri arasında yörenin daha çok yerli turist için çekim merkezi olması ve yerli turist tarafından kullanılan yazlıkların yaygın olması gelmektedir. Çizelge 12'de görüldüğü gibi Datça yöresini 2017 yılı verilerine göre toplamda 20 754 yerli turist ziyaret etmiştir.

Yöreyi ziyaret eden yerli turist sayısının fazla olması nedeniyle evren içerisinde yer alan turistlerden örneklem seçilerek araştırmanın bu seçilen örneklem üzerinde yürütülmesi hedeflenmiştir. Ural ve Kılıç (2011, 35) tarafından yapılan tanıma göre örneklem, "araştırma evreni içerisinde amaca uygun olarak seçilen ve evreni temsil yeteneğine sahip olan birimler veya elemanlar kümesidir". Bu kapsamda hazırlanan anket formu Datça yöresine gelen 450 yerli turiste elden ve turizm işletmeleri aracılığıyla ulaştırılmıştır. Bu anketlerden 30 adedi, %50'sinden

fazlasının eksik doldurulmuş olması gerekçesiyle dikkate alınmamıştır. Sonuç olarak 420 adet anket formu değerlendirmeye alınmıştır.

Çizelge 12. Muğla İlini Ziyaret Eden Yabancı ve Yerli Turistlerin İlçeler Bazında Tesise Geliş ve Geceleme Sayıları (2017)

İlçeler	Tesise Geliş Sayısı			Geceleme		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
Bodrum	368 403	584 187	952 590	1 586 686	1 721 236	3 307 922
Datça	1 149	20 754	21 903	8 109	78 938	87 047
Fethiye	88 030	72 992	161 022	489 369	265 309	754 678
Köyceğiz	11 047	11 357	22 404	83 504	36 874	120 378
Marmaris	465 650	263 646	729 296	2 032 575	694 572	2 727 147
Menteşe	563	29 356	29 919	1 155	42 920	44 075
Milas	6 300	5 583	11 883	20 137	13 702	33 839
Ortaca	95 617	48 608	144 225	583 490	130 598	714 088
Ula	487	9 918	10 405	2 946	26 189	29 135
Toplam	1 037 246	1 046 401	2 083 647	4 807 971	3 010 338	7 818 309

Kaynak: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-201126/yillik-bultenler.html>

3.3 Veri Toplama Aracı ve Teknikleri

Araştırmada veri toplamak amacıyla anket tercih edilmiştir. Anketin tercih edilmesinin nedenleri; ekonomik ve hızlı veri toplama aracı olması, fazla veri toplanabilmesi, büyük örnekleme verilerin güvenilirliğinin ve geçerliğinin artması, kişilerin duygu, düşünce, algı ve inançlarına ilişkin bilgilerin elde edilebilmesi olarak belirtilebilir (Ural ve Kılıç, 2011, 56). Anketin oluşturulması aşamasında ilgili alanyazından yararlanılmıştır. Hazırlanan anket Ek1'de sunulmuştur.

Araştırmada kullanılan anket formu beş bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde Datça yöresini ziyaret eden yerli turistlerin demografik özelliklerini belirlemek amacıyla yöneltilen sorular yer almaktadır. İkinci bölümde katılımcıların Datça yöresinde geçirdikleri tatillerine yönelik profil belirlenmesi amaçlanmıştır. Anket formunun üçüncü bölümünde katılımcılardan Datça yöresinde sunulan turistik mal ve hizmetlerin fiyat düzeylerini derecelendirmeleri istenmiştir ve bu bölümde toplam 6 ifade bulunmaktadır. Dördüncü bölümde katılımcıların yörede karşılaştıkları ya da gözlemedikleri sorunlar ile ilgili toplam 9 ifadeye yer verilmiştir. Son bölüm olan beşinci bölümde katılımcıların yörenin turistik açıdan daha çekici hale gelebilmesi

için alınabilecek tedbirler ile ilgili ifadeler yer almaktadır. Bu bölüm ise toplam 11 ifadeden oluşmaktadır.

Anket formunun üçüncü, dördüncü ve beşinci bölümünde kullanılan ifadelerde 1=kesinlikle katılmıyorum ile 5=kesinlikle katılıyorum arasında 5'li Likert tipi derecelendirme kullanılmıştır. İfadeler, Avcıkurt, Karaman, Aymankuy, Bozok, Köroğlu, Alpar, Erdem ve Özdemir Yılmaz tarafından 2004 yılında yapılan “Balıkesir Yöresinin Yerli Turist Profili” isimli çalışmadan alınarak ve revize edilerek hazırlanmıştır.

3.4 Veri Toplama Süreci

Hazırlanan anket formu Datça yöresine gelen yerli turistler üzerinde uygulanmıştır. Araştırmada kolayda örnekleme tekniği kullanılmıştır. Bu kapsamda turistler ile yüz yüze görüşmek suretiyle ve Datça yöresinde yer alan çeşitli konaklama işletmelerine elden teslim ederek gönüllülük esası çerçevesinde anket formlarının doldurulması sağlanmıştır. Gerektiğinde anket ve ifadeler ile ilgili açıklamalarda bulunulmuştur. Anket çalışması 2017 ve 2018 yıllarında, turizm sezonunun en yoğun olduğu dönem olan Mayıs ve Eylül ayları arasında gerçekleştirilmiştir.

3.5 Verilerin Analizi

Anket formlarından elde edilen veriler SPSS (Statistical Package for Social Science - Version 16.0) programından yararlanarak değerlendirilmiştir. Öncelikle katılımcıların demografik özellikleri ile Datça yöresine yönelik tatil profilleri frekans ve yüzde dağılımları verilerek değerlendirilmiştir. Ardından fiyatlar, sorunlar ve tedbirler ile ilgili ifadelerin aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları belirlenmiştir. Son olarak değişkenler arası farklılıkları belirlemeye yönelik Ki Kare analizi gerçekleştirilmiştir.

4. BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde; Datça yöresini ziyaret eden ve araştırmaya katılan yerli turistlerin demografik özelliklerinin belirlenmesi ve turist profillerinin belirlenmesi amaçlarıyla gerçekleştirilen araştırma analizlerine ve bulgularına yer verilmiştir.

4.1 Araştırmaya Katılan Yerli Turistlerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Bu bölümde yerli turistlerin cinsiyetleri, medeni durumları, yaşları, meslekleri, eğitim düzeyleri ve gelir düzeyleri ile ilgili demografik özelliklerine ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

Çizelge 13. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Cinsiyet	n	%
Bay	194	46,2
Bayan	226	53,8
Toplam	420	100,0

Araştırmaya katılan yerli turistlerin cinsiyetleri değerlendirildiğinde Çizelge 13'de görüldüğü gibi katılımcıların %46,2'sinin erkek turistlerden, %53,8'inin ise bayan turistlerden oluştuğu belirlenmiştir.

Avcıkurt vd. (2004) tarafından Balıkesir'in yerli turist çeken yörelerinde (Avşa Adası, Ayvalık, Burhaniye, Edremit, Erdek, Gömeç ve Gönen) gerçekleştirilen araştırmada erkeklerin iç turizme daha fazla katıldığı belirlenmiştir. Bezirgan (2008) tarafından Balıkesir'in Altınoluk yöresinde yerli turistler üzerine yapılan çalışmada da benzer şekilde erkek turistlerin oranının daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 14. Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı

Medeni Durum	n	%
Evli	271	64,5
Bekar	149	35,5
Toplam	420	100,0

Çizelge 14'e bakıldığında katılımcıların %64,5'i evli olduklarını, geri kalan %35,5'i ise bekar olduklarını ifade etmişlerdir. Genel olarak değerlendirildiğinde Datça yöresi daha çok evliler için tercih edilen bir turistik merkez olarak dikkat çekmektedir.

Ortaya çıkan bu sonuç, Avcıkurt vd. (2004) tarafından yapılan çalışmanın sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Araştırmacılar, araştırmanın gerçekleştiği yörenin evli turistler tarafından daha fazla tercih edildiğini belirlemişlerdir. Ancak bu çalışmadan farklı olarak Bezirgan (2008) yaptığı çalışmasında bekarların oranını daha yüksek bulmuştur.

Çizelge 15. Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımı

Yaş	n	%
24 yaş ve altı	46	11,0
25-34 yaş arası	105	25,0
35-44 yaş arası	121	28,8
45-54 yaş arası	53	12,6
55 yaş ve üzeri	95	22,6
Toplam	420	100,0

Yaş durumları incelendiğinde (Çizelge 15), %28,8 oranı ile 35-44 yaş arası katılımcıların ilk sırada yer aldığı görülmektedir. İkinci sırada %25 oranı ile 25-34 yaş arası katılımcılar, üçüncü sırada ise %22,6 oranı ile 55 yaş ve üzeri katılımcılar gelmektedir. Ardından %12,6'lık oran ile 45-54 yaş arası turistler ve son olarak %11'lik oran ile 24 yaş ve altı turistler yer almaktadır.

Avcıkurt vd. (2004) ile Bezirgan'ın (2008) çalışmalarında ortaya çıkan sonuçlar, bu çalışmanın sonuçları ile kısmen benzerlik göstermektedir. Avcıkurt vd. çalışmalarında orta yaş grubunun (25-34 ile 35-44) iç turizme daha fazla katıldığını, 3.yaş grubunun ise çok düşük katılım gerçekleştirdiğini tespit etmişlerdir. Bezirgan ise gençler ile orta yaş grubunun daha fazla katılım gösterdiğini ve yine 3. yaş grubunun oranının düşük olduğunu belirlemiştir.

Çizelge 16. Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı

Eğitim Düzeyi	n	%
İlkokul mezunu	9	2,1
Ortaokul mezunu	12	2,9
Lise mezunu	108	25,7
Önlisans mezunu	24	5,7
Lisans mezunu	216	51,5
Lisansüstü mezunu	51	12,1
Toplam	420	100,0

Çizelge 16'ya bakıldığında katılımcıların yarısından fazlasının (%51,5) lisans mezunu oldukları görülmektedir. Lise mezunu olanların oranı %25,7'dir. Geri kalan katılımcıların %12,1'i lisansüstü mezunu, %5,7'si önlisans mezunu, %2,9'u ortaokul mezunu ve son olarak %2,1'i ilkokul mezunudur.

Avcıkurt vd. (2004) ve Bezirgan (2008) tarafından yapılan çalışmalar ile kıyaslandığında benzer bir sonuca ulaşılmış, iç turizme katılanların eğitim durumlarının yüksek olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 17. Katılımcıların Mesleklerine Göre Dağılımı

Meslek	n	%
Memur	123	29,2
İşçi	28	6,7
Emekli	102	24,3
Serbest Meslek	100	23,8
Ev Hanımı	28	6,7
Öğrenci	32	7,6
İşsiz	7	1,7
Toplam	420	100,0

Çizelge 17'ye göre katılımcıların meslek durumlarına bakıldığında Datça'yı ziyaret eden turistler arasında %29,2'sinin memur olduğu ve ilk sırada yer aldığı belirlenmiştir. emekli olanların oranı %24,3 iken, serbest meslek sahibi olanların oranı %23,8'dir. Öğrencilerin (%7,6), ev hanımlarının (%6,7), işçilerin (%6,7) ve işsizlerin (%1,7) oranları daha düşük seviyelerde kalmıştır.

Bu çalışmada Avcıkurt vd.'nin (2004) çalışmasıyla kısmen benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırmacılar bu çalışmayla benzer şekilde memur ve emeklilerin

oranını yüksek bulmuşlardır. Ayrıca işçilerin oranı da yüksek bulunmuştur. Bezirgan (2008) da çalışmasında bu çalışmayla benzer olarak serbest meslek sahibi olanlar ile memurların yöreyi tercih ettiğini bunun yanı sıra öğrenci ve işçilerin de sayıca fazla olduğunu belirlemiştir. Bu sonucun sebebi olarak, yapılan bu çalışmada orta yaş ile 3. yaş grubunun ve evlilerin oranının daha fazla olması, Bezirgan tarafından yapılan çalışmada ise tam tersi olarak genç ve bekarların daha fazla olması gösterilebilir.

Çizelge 18. Katılımcıların Gelir Düzeylerine Göre Dağılımı

Gelir Düzeyi	n	%
Geliri yok	43	10,3
1601-2000TL arası	70	16,7
2001-3000TL arası	82	19,5
3001-4000TL arası	103	24,5
4001TL ve üzeri	122	29,0
Toplam	420	100,0

Çizelge 18'de görüldüğü gibi katılımcıların gelir durumlarına bakıldığında %29,0'u 4001TL ve üzerinde bir gelire sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların %24,5'i 3001-4000TL arası gelire sahiptir. 2001-3000TL arasında gelire sahip olanların oranı %19,5'tir. 1601-2000TL arası gelire sahip olanların oranı %16,7 ve son olarak herhangi bir gelire sahip olmayanların oranı %10,3'tür.

Bezirgan'ın (2008) yaptığı çalışmada, bu çalışmadan farklı olarak muhtemelen öğrenci ve işçilerin de çoğunlukta olması sebebiyle asgari ücret (çalışmanın yapıldığı dönem olan 2008 yılına ait) düzeyinde gelire sahip oldukları belirlenmiştir.

4.2 Araştırmaya Katılan Yerli Turistlerin Datça Yöresine Yönelik Tatil Profillerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde yerli turistlerin Datça yöresinde geçirdikleri tatillerine yönelik bulgulara yer verilmiştir. Bu kapsamda yerli turistlerin Datça yöresine geliş sayıları, kalış süreleri, tatillerini kiminle geçirdikleri, tatil kararlarında etkili olan araçlar, geliş ayları, geliş dönemleri, kullanılan ulaşım türü, Datça yöresini tercih nedenleri, konaklama şekilleri, yazlık mülkiyet durumları, harcama miktarları,

tatilden memnuniyet düzeyleri ve tekrar gelme istekleri ile ilgili sorulara verilen cevaplardan elde edilen bulgular yer almaktadır.

Çizelge 19. Katılımcıların Datça Yöresine Geliş Sıklıklarının Dağılımı

Geliş sayısı	n	%
1 kez	110	26,2
2 kez	63	15,0
3 kez	42	10,0
4 kez	18	4,3
5 kez ve üzeri	187	44,5
Toplam	420	100,0

Datça yöresini ziyaret eden yerli turistlerin yöreye geliş sıklıkları incelendiğinde, Çizelge 19'da da görüldüğü gibi, araştırmaya katılan katılımcıların %44,5'i beş kez ve üzeri sayıda tatillerini Datça yöresinde geçirdiklerini ifade etmiştir. Datça'ya ilk defa gelenlerin oranı %26,2'dir. Bu oranları sırasıyla %15,0 ile 2 kez gelenler, %10,0 ile 3 kez gelenler ve %4,3 ile 4 kez gelenler izlemektedir.

Bezirgan (2008) da çalışmasında benzer sonuca ulaşmış, beş kez ve üzeri gelenlerin çoğunlukta olduğunu, ilk kez gelenlerin oranının ikinci sırada olduğunu tespit etmiştir.

Çizelge 20. Katılımcıların Datça Yöresinde Kalış Sürelerinin Dağılımı

Kalınan gün sayısı	n	%
1-3 gün	60	14,3
4-6 gün	94	22,4
7-10 gün	111	26,4
11-15 gün	47	11,2
15 günden fazla	108	25,7
Toplam	420	100,0

Çizelge 20'de katılımcıların Datça yöresinde kalış sürelerinin dağılımı görülmektedir. Buna göre katılımcıların %26,4'ünün yörede 7-10 gün arası kalış gerçekleştirecekleri belirlenmiştir. Yüzde 25,7'si 15 günden fazla bir süre Datça'da kalacaklarını ifade etmiştir. Bu kişilerin de çoğunluğunun yazlık sahibi oldukları ve dolayısıyla daha uzun süreli kalış gerçekleştirdikleri tespit edilmiştir. Ardından

sırasıyla %22,4 oranı ile 4-6 gün arası kalanlar, %14,3 ile 1-3 arası kalanlar ve %11,2 ile 11-15 gün arası kalanlar gelmektedir.

Avcıkurt vd.'nin (2004) elde ettiği sonuçlar, bu çalışmanın sonuçları ile paralellik göstermektedir. Araştırmacılar da yerli turistlerin yörede en fazla 7-9 gün ile 17 gün ve üzeri kalış gerçekleştirdiklerini belirlemişlerdir. Bezirgan (2008) ise çalışmasında 15 günden fazla kalışların çoğunlukta olduğunu tespit etmiştir.

Çizelge 21. Katılımcıların Tatillerini Kiminle Geçirdiklerinin Dağılımı

Tatili kiminle geçirdikleri	n	%
Yalnız	20	4,8
Ailemle	323	76,9
Arkadaş/arkadaş grubumla	77	18,3
Toplam	420	100,0

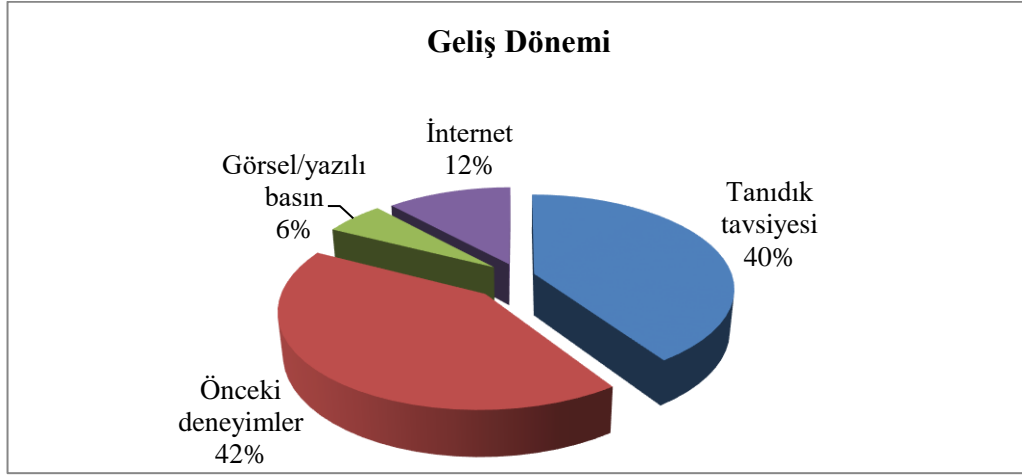
Katılımcılara tatillerini kiminle geçirdikleri sorusu yöneltilmiş ve Çizelge 21'de görüldüğü gibi katılımcıların üçte birinden fazlasının (%76,9) tatillerini ailesi ile birlikte geçirdikleri belirlenmiştir. Katılımcıların %18,3'ü arkadaş ve/veya arkadaş grubu ile, %4,8'lik kısmı ise kendi başlarına tatillerini geçirdiklerini ifade etmişlerdir.

Avcıkurt vd. (2004) ile Bezirgan (2008) da çalışmalarında benzer olarak aileleriyle seyahat edenlerin çoğunlukta olduğunu belirlemişlerdir.

Çizelge 22. Katılımcıların Datça Yöresini Tercih Etmelerinde Etkili Olan Faktörlerin Dağılımı

Tercih nedenleri	n	%
Tanıdık tavsiyeleri	212	50,5
Önceki deneyimler	220	52,4
Görsel ve yazılı basın	30	7,1
Seyahat acentası	-	-
İnternet	62	14,8

Grafik 6. Katılımcıların Datça Yöresini Tercih Etmelerinde Etkili Olan Faktörlerin Dağılım Grafiği



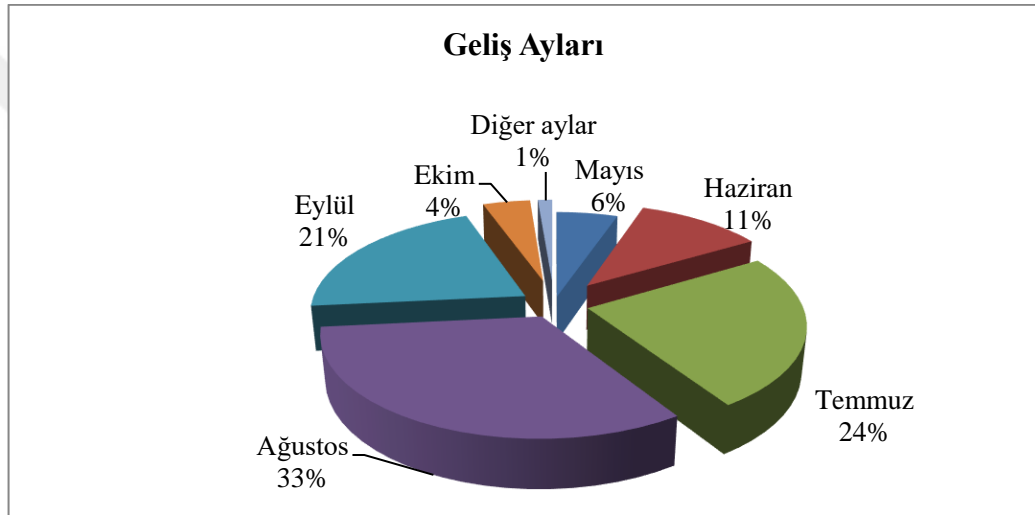
Katılımcılara Datça yöresini tercih etmelerinde etkili olan faktörler ile ilgili soru yöneltilmiş ve birden fazla şıkkı işaretleyebilecekleri ifade edilmiştir. Elde edilen bulgular Çizelge 22 ve Grafik 6'da görülmektedir. Çizelgede her şıkkın kendi içerisinde değerlendirilmiş sonuçları görülmektedir. Grafikte ise bu şıkların %100'e tamamlanmış oranları görülmektedir. Grafikten yola çıkarak elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde, katılımcıların Datça yöresini tercih etmelerinde etkili olan faktörlerin başında %42'lik oran ile önceki deneyimler gelmektedir. Tanıdık tavsiyesi %40 oranı ile ikinci sırada yer almaktadır. İnternetin (%12) ve görsel/yazılı basının (%6) oranları ise daha düşük düzeyde kalmıştır. Elde edilen dikkat çekici bir başka bulgu ise seyahat acentalarının hiçbir katılımcı için etkili faktör olmamasıdır.

Bu sonuç, Avcıkurt vd. (2004) ile Bezirgan (2008) tarafından yapılan çalışmaların sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Araştırmacılar da tanıdık tavsiyeleri ile önceki deneyimlerin yöre tercihinde en etkili faktörler olduğunu tespit etmişlerdir. Dikkat çekici bir sonuç, sözü edilen çalışmalarda internetin oranının oldukça düşük düzeyde olmasıdır. Bu çalışmada internetin oranının yüksek çıkmasının nedeni, internet kullanımının yaygınlaşmasıyla ilişkilendirilebilir. Bir diğer husus, her iki çalışmada da %3'lük bir oranının seyahat acentası aracılığıyla gelmiş olmalarıdır. Bu çalışma ile birlikte genel olarak araştırmaların yapıldığı yörelerde acentaların yetersiz kaldığı görülmektedir.

Çizelge 23. Katılımcıların Datça Yöresine Geliş Aylarının Dağılımı

Geliş ayları	n	%
Mayıs	42	10,0
Haziran	88	21,0
Temmuz	191	45,5
Ağustos	257	61,2
Eylül	166	39,5
Ekim	33	7,9
Diğer aylar	10	2,4

Grafik 7. Katılımcıların Datça Yöresine Geliş Aylarının Dağılım Grafiği



Katılımcılara yöneltilen geliş ayları ile ilgili soruda da benzer şekilde katılımcıların birden fazla şıkkı işaretleyebilecekleri belirtilmiştir. Bulgular Çizelge 23 ve Grafik 7'de görülmektedir. Buna göre katılımcıların yarısından fazlasının Datça yöresini ziyaret etmek için yaz aylarını tercih ettikleri belirlenmiştir. Ağustos ayında gelenlerin oranı %33, Temmuz ayında gelenlerin oranı %24'tür. Üçüncü sırada %21 oranı ile Eylül ayı, dördüncü sırada ise %11 oranı ile Haziran ayı gelmektedir. Ekim ile Mayıs ayları da dahil olmak üzere diğer ayların toplam oranı ise %11 olarak gerçekleşmiştir.

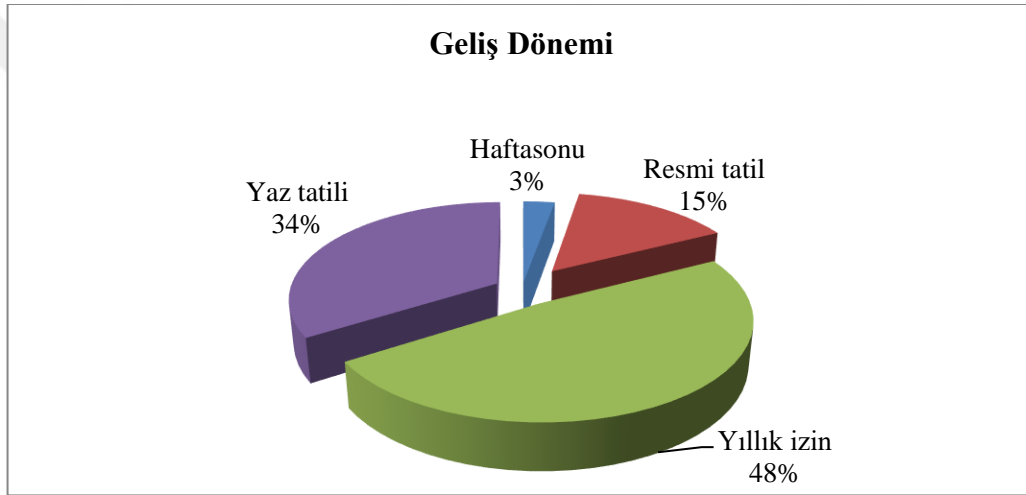
Bu çalışmayla benzer olarak Avcıkurt vd. (2004) ile Bezirgan (2008) çalışmalarında Temmuz ve Ağustos aylarında gelişlerin yoğun olduğunu bulmuşlardır. Bununla birlikte bu çalışmada Eylül ayı da oldukça yüksek bir orana sahiptir. Bunda Datça'nın ılıman bir iklime sahip olan Ege ile Akdeniz bölgesinin

kesiřtiđi noktada yer alması sebebiyle mevsim ve hava kořullarının etkili olduđu dűřünlmektedir.

Çizelge 24. Katılımcıların Datça Yöresine Geliş Dönemlerinin Dağılımları

Geliş dönemi	n	%
Hafta sonu	13	3,1
Resmi tatil	67	16,0
Yıllık izin	223	53,1
Yaz tatili	156	37,1

Grafik 8. Katılımcıların Datça Yöresine Geliş Dönemlerinin Dağılım Grafiği



Katılımcıların birden fazla şikkı işaretleyebildikleri ve Datça yöresine geliş dönemlerini içeren sorudan elde edilen bulgular Çizelge 24 ve Grafik 8'de verilmiştir. Bulgular değerlendirildiğinde katılımcıların yaklaşık yarısı (%48) Datça yöresini yıllık izin dönemlerinde ziyaret ettiklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların %34'ü yaz tatili dönemlerinde, %15'i resmi tatillerde, sadece %3'ü hafta sonlarında Datça'da tatillerini geçirmektedirler.

Avcıkurt vd. (2004) de benzer şekilde yıllık izin dönemlerinde gelişlerin yoğunlukta olduğunu belirtmişlerdir. Bezirgan'ın (2008) çalışmasında ise bu çalışmadan farklı olarak hafta sonlarının oranı oldukça yüksek bulunmuştur.

Çizelge 25. Katılımcıların Ağırlıklı Olarak Kullandıkları Ulaşım Türünün Dağılımı

Ulaşım türü	n	%
Kendi aracı	281	66,9
Otobüs	111	26,4
Uçak	28	6,7
Toplam	420	100,0

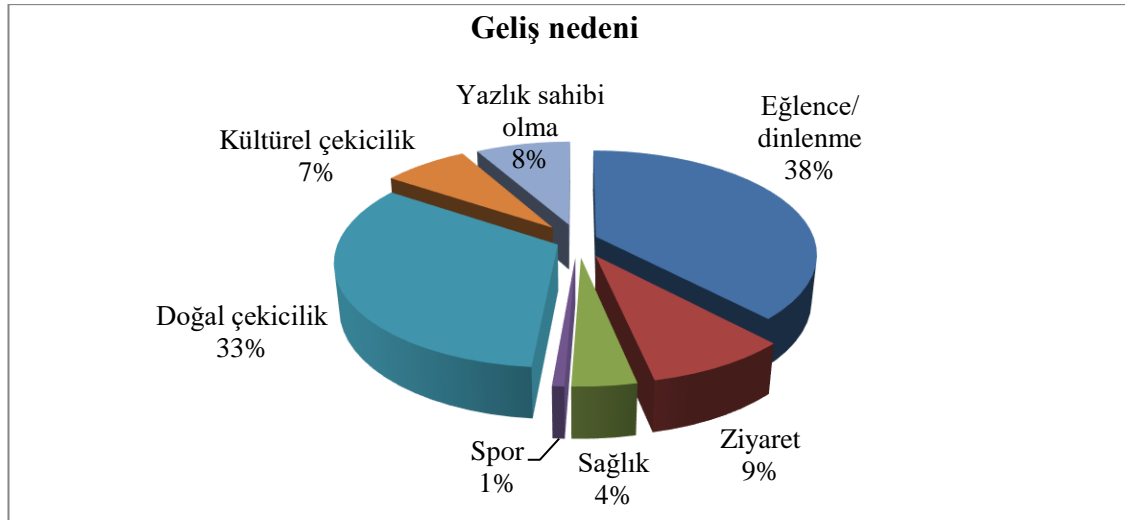
Çizelge 25'e göre katılımcıların %66,9'u Datça yöresini ziyaretlerinde ulaşım aracı konusunda ağırlıklı olarak kendi araçları ile gelmeyi tercih etmişlerdir. Otobüs ile gelenlerin oranı %26,4 iken, uçak ile gelenlerin oranı %6,7 olarak gerçekleşmiştir.

Avcıkurt vd. (2004) ile Bezirgan'ın (2008) çalışmalarında da en fazla tercih edilen ulaşım aracı, turistlerin kendi araçları olmuş, ikinci sırada otobüs yer almıştır.

Çizelge 26. Katılımcıların Datça Yöresine Geliş Nedenlerinin Dağılımı

Geliş nedeni	n	%
Eğlence/dinlenme	363	86,4
Ziyaret	84	20,0
Sağlık	38	9,0
Spor	7	1,7
Doğal çekicilik	316	75,2
Kültürel çekicilik	71	16,9
Yazlık sahibi olma	79	18,8

Grafik 9. Katılımcıların Datça Yöresine Geliş Nedenlerinin Dağılım Grafiği



Katılımcılara Datça yöresine geliş nedenleri ile ilgili yöneltilen soruda katılımcıların birden fazla şıkkı işaretleyebilecekleri ifade edilmiştir. Elde edilen bulgular Çizelge 26 ve Grafik 9'da verilmiştir. Grafik 9'a bakıldığında eğlence ve dinlenme amaçlı gelenlerin oranının %38 olduğu görülmektedir. Geliş amacı olarak ikinci sırada Datça yöresinde yer alan doğal çekicilikler gelmektedir. Bu iki neden, katılımcıların yaklaşık üçte ikisini oluşturmaktadır. Geri kalan katılımcıların %9'u yakınlarını ziyaret amaçlı, %8'i Datça'da yazlık sahibi olmaları nedeniyle, %7'si kültürel çekicilikler nedeniyle, %4'ü sağlık nedeniyle ve son olarak sadece %1'i spor amaçlı yöreye ziyarette bulunmuşlardır.

Bu çalışmanın sonuçlarıyla benzer olarak Avcıkurt vd. (2004) ile Bezirgan (2008) da eğlence/dinlenme faktörünün yöre tercihinde en etkili faktör olduğunu bulmuşlardır.

Çizelge 27. Katılımcıların Kaldıkları Konaklama Türünün Dağılımı

Konaklama türü	n	%
Otel/motel	201	47,9
Pansiyon	48	11,4
Apart otel	13	3,1
Kamping	7	1,7
Yazlık	151	36,0
Toplam	420	100,0

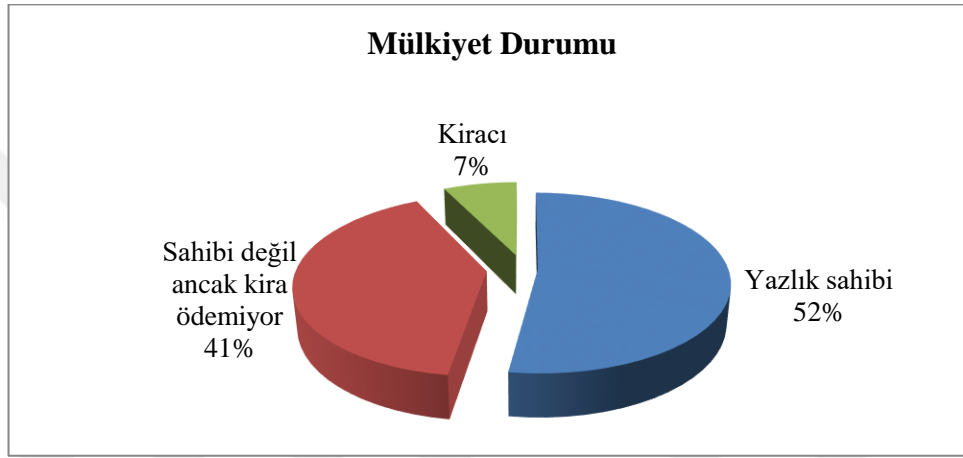
Çizelge 27'de katılımcıların Datça yöresindeki tatilleri boyunca kaldıkları konaklama türleri görülmektedir. Buna göre katılımcıların yaklaşık yarısı (%47,9) konaklama türü olarak otel/moteli tercih etmiştir. İkinci sırada yazlıklarda (%36,0) konakladıkları görülmektedir. Pansiyonda konaklayanların oranı %11,4'tür. Apart otel (%3,1) ve kamping (%1,7) ise oldukça düşük seviyede tercih edilen konaklama türleri olmuştur.

Avcıkurt vd.'nin (2004) bulduğu sonuç, bu çalışmayla benzer olarak otel/motel konaklama şeklinin ilk sırada olduğu, ikinci sırada yazlıkların geldiğidir. Bezirgan (2008) ise farklı olarak yazlıkta konaklayanların oranının daha yüksek olduğunu tespit etmiştir.

Çizelge 28. Yazlıkta Konaklayan Katılımcıların Mülkiyet Durumlarının Dağılımı

Mülkiyet durumu	n	%
Yazlık sahibi	79	52,3
Sahibi değil ancak kira ödemiyor	61	40,4
Kiracı	11	7,3
Toplam	151	100,0

Grafik 10. Yazlıkta Konaklayan Katılımcıların Mülkiyet Durumlarının Dağılım Grafiği



Çizelge 28 ve Grafik 10'da yazlık evlerde konaklama yapan katılımcıların mülkiyet durumları belirlenmiştir. Buna göre yazlık evlerde konaklayan katılımcıların yarıdan fazlasının (%53,3) yazlığın sahibi olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların %40,4'ü sahibi olmadıklarını ancak kira ödemediklerini diğer bir ifade ile tanıdıklarının yazlık evlerinde konaklama yaptıklarını belirtmişlerdir. Yazlık kiralayanların oranı ise %7,3 olarak gerçekleşmiştir.

Çizelge 29. Katılımcıların Harcama Düzeylerinin Dağılımı

Harcama düzeyi	n	%
1000TL ve altı	73	17,4
1001-1500TL arası	86	20,5
1501-2000TL arası	111	26,4
2001TL ve üzeri	150	35,7
Toplam	420	100,0

Katılımcıların harcama durumları incelendiğinde Çizelge 29'da görüldüğü gibi %35,7'sinin 2001TL ve üzerinde harcamada buldukları belirlenmiştir.

Katılımcıların %26,4'ü 1501-2000TL harcamada bulunurken, %20,5'i 1001-1500TL harcama yapmıştır. 1000TL ve altında harcama yapanların oranı ise %17,4'tür.

Bezirgan (2008) çalışmasında yerli turistlerin asgari ücret (2008 yılında geçerli olan) düzeyinde gelire sahip oldukları ve gelirleri oranında orta düzeyde tatil harcamasında bulduklarını belirlemiştir. Bu çalışmada da turistlerin asgari ücretten (2018 yılında geçerli olan) daha yüksek gelire sahip olmaları nedeniyle daha fazla harcamada bulduklarını belirlenmiştir.

Çizelge 30. Datça Yöresine Gelen Katılımcıların İkamet Ettikleri İllerin Dağılımı

İkamet edilen il	n	%
İstanbul	140	33,3
Ankara	110	26,2
İzmir	33	7,9
Bursa	25	5,9
Kocaeli	18	4,3
Denizli	17	4,1
Aydın	12	2,9
Erzurum	10	2,3
Diğer	52	12,4
Eksik veri	3	0,7
Toplam	420	100,0

Katılımcılara açık uçlu olarak ikamet ettikleri şehirler sorulmuştur. Veriler elde edildikten sonra gruplandırılmıştır. Elde edilen bulgular Çizelge 30'da görülmektedir. Buna göre katılımcıların üçte ikisi (%33,3) İstanbul ilinde ikamet etmektedir. İstanbul ilini sırasıyla Ankara (%26,2), İzmir (%7,9), Bursa (%5,9), Kocaeli (%4,3), Denizli (%4,1), Aydın (%2,6), Erzurum (%1,9), Balıkesir (%1,9) ve Kayseri (%1,4) illeri izlemektedir. Diğer seçeneğinde yer alan katılımcıların Afyon, Aksaray, Antalya, Balıkesir, Bilecik, Çanakkale, Düzce, Eskişehir, Karabük, Kayseri, Kırklareli, Konya, Malatya, Manisa, Sakarya, Samsun ve Zonguldak illerinde ikamet ettikleri belirlenmiştir. Üç katılımcı ise ikamet ettikleri ili belirtmemiş ve dolayısıyla eksik veri olarak gösterilmiştir.

Avcıkurt vd. (2004) ile Bezirgan (2008), yerli turistlerin çoğunlukla merkez il olan Balıkesir ile İstanbul'da ikamet ettiklerini bulmuşlardır. Bu çalışmada da

İstanbul'da ikamet edenlerin yanı sıra Ankara'da ikamet edenlerin de oranının oldukça yüksek olduğu belirlenmiştir. Ortaya çıkan ilgi çekici bir bulgu, her iki çalışmada araştırmaların yapıldığı yörelerin bağlı olduğu il olan Balıkesir'den gelişlerin yoğun olması, ancak bu çalışmada Datça'nın bağlı olduğu Muğla ilinden gelişlerin olmamasıdır.

Çizelge 31. Katılımcıların Datça Yöresindeki Tatillerinden Memnuniyet Düzeylerinin Dağılımı

Memnuniyet düzeyi	n	%
Kesinlikle memnunum	217	51,7
Memnunum	194	46,2
Ne memnunum ne memnun değilim	7	1,7
Memnun değilim	2	0,5
Kesinlikle memnun değilim	-	-
Toplam	420	100,0

Çizelge 31'de katılımcıların Datça yöresindeki tatillerinden memnuniyet düzeylerinin dağılımı görülmektedir. Buna göre katılımcıların yarısından fazlası Datça'da geçirdikleri tatillerinden kesinlikle memnun olduklarını ifade etmişlerdir. Yine yarıya yakınının (%46,2) tatillerinden memnun oldukları belirlenmiştir. Diğer bir ifade ile katılımcıların neredeyse tamamı (%97,9) Datça yöresindeki tatillerinden memnun kalmışlardır. Katılımcıların %1,7 gibi oldukça düşük bir oranı ne memnunum ne de memnun değilim seçeneğini işaretlemişlerdir. Katılımcıların sadece ikisi (%0,5) yöredeki tatillerinden memnun olmadıklarını belirtmişlerdir. Kesinlikle memnun olmayan bulunmamaktadır.

Çizelge 32. Katılımcıların Datça Yöresini Tekrar Ziyaret Etme İsteklerinin Dağılımı

Tekrar gelme isteği	n	%
Kesinlikle evet	224	53,3
Evet	167	39,8
Ne evet ne hayır	26	6,2
Hayır	3	0,7
Kesinlikle hayır	-	-
Toplam	420	100,0

Çizelge 32'de katılımcıların Datça yöresini tekrar ziyaret etme isteklerinin dağılımı verilmiştir. Elde edilen bulgular incelendiğinde yarıdan fazlasının (%53,3) Datça'yı kesinlikle tekrar ziyaret etme isteklerinin olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların %39,8'i yöreyi ziyaret etme isteklerinin olduğunu ifade etmişlerdir. Diğer bir ifade ile katılımcıların %93,1 gibi neredeyse tamamına yakın bir oranı tekrar gelme isteğindedir. Katılımcıların %6,2'lik kısmı ne evet ne hayır seçeneğini işaretlerken, sadece 3 katılımcı (%0,7) yöreyi ziyaret etme isteklerinin olmadığını belirtmiştir. Kesinlikle hayır seçeneğini işaretleyen katılımcı olmamıştır.

4.3 İfadelerin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerlerine İlişkin Bulgular

Bu bölümde araştırmada kullanılan fiyat unsurları, sorunlar ve tedbirler ile ilgili ifadelerin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri bulgularına yer verilmiştir.

Çizelge 33. Fiyat Unsurlarına Ait İfadelerin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

İfadeler	A.O.	S.S.
1 Datça'da yer alan konaklama tesisleri (otel, motel v.b.)	3,33	0,59
2 Datça'da yer alan eğlence tesisleri	3,39	0,59
3 Datça'da var olan alışveriş olanakları	3,30	0,56
4 Datça içerisindeki yerel ulaşım olanakları	3,16	0,58
5 Datça'da yer alan yiyecek-içecek tesisleri	3,51	0,63
6 Datça'da düzenlenen turlar-geziler	3,27	0,58
Toplam	3,33	0,59

Çizelge 33'te Datça yöresine gelen yerli turistlerin turizme yönelik mal ve hizmetlerin fiyat unsurlarına verdikleri cevapların aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları görülmektedir. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların tüm ifadelere "ne katılıyorum ne katılmıyorum" düzeyinde katılım gösterdikleri belirlenmiştir. Toplam 6 ifadenin ortalaması 3,33 olarak bulunmuştur. Bu sonuç katılımcıların, turistik mal ve hizmet fiyatlarını ortalama düzeyde bulduklarını ifade etmektedir. Fiyat unsuru konusunda en yüksek ortalama "Datça'da yer alan yiyecek-içecek tesisleri" ifadesine aittir. Katılımcılar bu ifadeye 3,51 oranında katılım göstermişlerdir. İkinci sırada 3,39 ortalama ile Datça'da yer alan eğlence tesisleri gelmektedir. Katılımcılar,

yiyecek-içecek hizmetlerinden sonra eğlence hizmetlerinin ikinci derecede pahalı olduğu belirtmişlerdir. Üçüncü sırayı Datça'da yer alan konaklama tesisleri almıştır. Bu ifadenin ortalaması 3,33'tür. Dördüncü sırada 3,30 ortalama ile alışveriş olanakları gelmektedir. Datça'da düzenlenen turlar-geziler, 3,27'lik ortalama ile beşinci sırada yer almıştır. İfadeler arasında en düşük ortalamaya sahip olan ise 3,16 ortalama ile "Datça içerisindeki yerel ulaşım olanakları" ifadesidir.

Benzer şekilde Avcıkurt vd. (2004) ile Bezirgan (2008) çalışmalarında yerli turistlerin yöre fiyatlarını normal düzeyde bulduklarını ifade etmişlerdir. Avcıkurt vd.'nin çalışmasında en düşük ortalama konaklama tesislerine aitken, Bezirgan'ın çalışmasında tam tersi olarak en yüksek ortalamanın konaklama tesislerine ait olduğu belirlenmiştir. Yine en düşük ortalama Avcıkurt vd.'nin çalışmasında diğer fiyatlar olarak belirlenmiş, Bezirgan ise en düşük ortalama bu çalışmayla benzer şekilde yerel ulaşım olanakları olarak bulmuştur.

Çizelge 34. Sorunlara Ait İfadelerin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

İfadeler		A.O.	S.S.
1	Konaklama tesislerindeki hizmet kalitesi yetersizdir.	2,43	0,97
2	Ulaşım sorunu vardır.	3,05	1,13
3	Gürültü kirliliği sorunu vardır.	2,42	1,09
4	Genel olarak fiyatlar pahalıdır.	2,90	1,09
5	Çevre kirliliği sorunu vardır.	2,63	1,14
6	Altyapı sorunu vardır.	3,15	1,12
7	Sağlıkla ilgili sorunlar vardır.	3,45	1,04
8	Kaliteli turistik işletmelerin sayısı yetersizdir.	3,20	1,06
9	Yetersiz danışma ve halkla ilişkiler sorunu vardır.	3,05	0,99
Toplam		2,91	1,08

Çizelge 34'te Datça yöresine gelen yerli turistlerin yörede karşılaştıkları ya da gözlemledikleri sorunların aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları verilmiştir. Çizelgeye göre katılımcılar verilen ifadelerle "katılmıyorum" ile "ne katılıyorum ne katılmıyorum" düzeyinde katılım göstermişlerdir. Toplam 9 ifadenin genel ortalaması 2,90 düzeyinde bulunmuştur. En yüksek aritmetik ortalama sahip olan ifade 3,45 ile "sağlıkla ilgili sorunlar vardır" ifadesidir. Buna göre katılımcılar Datça yöresinde en fazla sağlık sorunlarının olduğunu ifade etmişlerdir. İkinci sırada kaliteli turistik işletmelerin sayısının yetersiz olması gelmektedir. Bu ifadenin

ortalaması 3,20 olarak gerçekleşmiştir. Katılımcıların üçüncü sırada gördükleri sorun 3,15 ortalama ile altyapı sorunudur. Ardından 3,05 ortalamalarıyla ulaşım sorunu ile yetersiz danışma ve halkla ilişkiler sorunu gelmektedir. Sonraki sırada genel olarak fiyatların pahalı olduğu ifadesi yer almaktadır. Bu ifadenin ortalaması 2,90'dır. Sonrasında 2,63 ortalama ile çevre kirliliği sorunu gelmektedir. En düşük ortalamalar ise 2,43 ortalama ile konaklama tesislerinin hizmet kalitesinin yetersiz olması ve 2,42 ortalama ile gürültü kirliliği sorunu ifadelerinde gerçekleşmiştir.

Avcıkurt vd. (2004) bu çalışmanın sonuçlarından farklı sonuçlara ulaşmıştır. Araştırmacılar yerli turistlerin gördükleri en büyük sorunun altyapı ve gürültü sorunu olduğunu belirlemişlerdir. En az görülen sorun ise ulaşım sorunu olarak gerçekleşmiştir. Bezirgan (2008) da bu çalışmadan farklı olarak en fazla görülen sorunun ulaşım sorunu ile altyapı sorunu olduğunu, en az ise sağlık sorunun olduğunu tespit etmiştir.

Çizelge 35. Tedbirlere Ait İfadelerin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

İfadeler	A.O.	S.S.
1 Turizme yönelik tesislerin artırılması gerekmektedir.	3,11	1,30
2 Doğal ve kültürel değerlerin korunması gerekmektedir.	4,17	0,84
3 Yörenin tanıtımına önem verilmesi gerekmektedir.	3,81	1,11
4 Turizm bilincinin yöre halkı arasında geliştirilmesi gerekmektedir.	3,72	1,06
5 Ulaşım imkanlarının artırılması gerekmektedir.	3,71	1,08
6 Turizm işletmelerinde kalifiyeli personel istihdam edilmesi gerekmektedir.	3,67	1,01
7 Yerel yönetimlerin işletmelerde hijyen ve fiyat denetimleri yapması gerekmektedir.	4,05	0,94
8 Belediyenin görüntü kirliliği yaratan düzensiz ve çarpık yerleşmeye izin vermemesi gerekmektedir.	4,28	1,00
9 Altyapı eksikliklerinin en kısa zamanda giderilmesi gerekmektedir.	3,86	1,09
10 Yerel yönetimlerin halkın katılımını sağlayacak etkinliklere ağırlık vermesi gerekmektedir.	3,81	1,04
Toplam	3,81	1,04

Çizelge 35, Datça yöresine gelen yerli turistlerin yörenin turistik açıdan daha çekici hale gelebilmesi için alınabilecek tedbirlerin aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları göstermektedir. Çizelgede görüldüğü gibi katılımcılar ifadelere "ne

katılıyorum ne katılmıyorum" düzeyi ile "katılıyorum" düzeyinde katılım sağlamışlardır. Ancak genel itibariyle ifadeler katılıyorum düzeyine daha yakın oranda gerçekleşmiştir. Tüm ifadelerin genel ortalaması da 3,81 düzeyinde katılıyorumu yakın bulunmuştur. İfadeler arasında en yüksek ortalamaya sahip olanı "belediyenin görüntü kirliliği yaratan düzensiz ve çarpık yerleşmeye izin vermemesi gerekmektedir" ifadesinde gerçekleşmiştir. Bu ifadenin ortalaması 4,28'dir. Diğer bir ifade ile Datça yöresi için alınabilecek en önemli tedbir, çarpık kentleşmeye engel olmak olarak görünmektedir. Alınabilecek tedbirler arasında ikinci sırada 4,17 ortalama ile doğal ve kültürel değerlerin korunması gelmektedir. İşletmelerde hijyen ve fiyat denetimlerinin yapılması üçüncü sırada yer almıştır. Bu ifadenin ortalaması 4,05'tir. Altyapı eksikliklerinin giderilmesi ifadesi 3,86 ortalama ile dördüncü sırada yer almıştır. Beşinci sırayı 3,81 ortalama ile yörenin tanıtımına önem verilmesi ve halk katılımının sağlanması ifadeleri paylaşmıştır. Ardından 3,72 ortalama ile yerel halk arasında turizm bilincinin artırılması, 3,71 ortalama ile ulaşım imkanlarının artırılması ve 3,67 ortalama ile turizm işletmelerinde kalifiyeli personel istihdam edilmesi gelmektedir. En düşük ortalama ise 3,11 ile "turizme yönelik tesislerin artırılması gerekmektedir" ifadesinde gerçekleşmiştir.

Avcıkurt vd. (2004) bu çalışma ile benzer sonuçlara ulaşmış, alınması gereken en önemli tedbirin doğal ve kültürel değerlerin korunması olduğunu tespit etmiştir. Bezirgan (2008) da benzer şekilde turistler açısından alınması gereken en önemli tedbirin doğal ve kültürel değerlerin korunması ve çarpık kentleşmeye izin verilmemesi olduğunu belirlemiştir. Bunlara ek olarak turistlerin, hijyen ve fiyat denetimlerinin yapılması gerekliliğini de önemli bulduklarını belirtmiştir.

4.4 Değişkenler Arası Farklılıkları Belirlemeye Yönelik Çapraz Tablolara İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde değişkenler arası farklılıkları belirlemek amacıyla Ki Kare testi yapılmış ve bulgular çapraz tablo yardımıyla değerlendirilmiştir.

Çapraz tablolar izlenen amaca göre üç türlü yapılmaktadır (Özbay, 2008, 461):

1. Bir değişkenin bir başka değişken üzerindeki etkisini göstermek için,

2. Bir grubun dağılımını belirlemek için,
3. Çaprazlanan değişkenler sonucu ortaya çıkan olası alt grupların bütün içindeki dağılımın belirlemek için.

Verilen bu bilgiler doğrultusunda Datça yöresini ziyaret eden katılımcıların meslekleri, gelir düzeyleri, medeni durumları, yazlık mülkiyet durumları, geliş sıklıkları, kalış süreleri, harcama düzeyleri değişkenleri arasında bir farklılığın bulunup bulunmadığı test edilmiştir. Ayrıca katılımcıların medeni durumları, yaşları, yazlık sahibi olma durumları, geliş sıklıkları, kalış süreleri ve harcama düzeyleri ile yörede mevcut olan sorunlar arasında farklılık olup olmadığı da analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına aşağıda yer verilmiştir.

Çizelge 36. Katılımcıların Meslekleri ile Gelir Düzeyleri Arasındaki Farklılık Testi

			Meslek ile Gelir Düzeyi Çapraz Tablosu					Toplam
			Gelir Düzeyi					
			Geliri yok	1601-2000TL arası	2001-3000TL arası	3001-4000TL arası	4001TL ve üzeri	
Meslek	Memur	Gözlenen	0	0	34	44	45	123
		Beklenen	12,6	20,5	24,0	30,2	35,7	123,0
		% meslek	0,0%	0,0%	27,6%	35,8%	36,6%	100,0%
		% gelir	0,0%	0,0%	41,5%	42,7%	36,9%	29,3%
	İşçi	Gözlenen	0	4	10	5	9	28
		Beklenen	2,9	4,7	5,5	6,9	8,1	28,0
		% meslek	0,0%	14,3%	35,7%	17,9%	32,1%	100,0%
		% gelir	0,0%	5,7%	12,2%	4,9%	7,4%	6,7%
	Emekli	Gözlenen	0	44	18	20	20	102
		Beklenen	10,4	17,0	19,9	25,0	29,6	102,0
		% meslek	0,0%	43,1%	17,6%	19,6%	19,6%	100,0%
		% gelir	0,0%	62,9%	22,0%	19,4%	16,4%	24,3%
Meslek	Serbest meslek	Gözlenen	0	7	16	31	46	100
		Beklenen	10,2	16,7	19,5	24,5	29,0	100,0
		% meslek	0,0%	7,0%	16,0%	31,0%	46,0%	100,0%
		% gelir	0,0%	10,0%	19,5%	30,1%	37,7%	23,8%
	Ev hanımı	Gözlenen	4	15	4	3	2	28
		Beklenen	2,9	4,7	5,5	6,9	8,1	28,0
		% meslek	14,3%	53,6%	14,3%	10,7%	7,1%	100,0%
		% gelir	9,3%	21,4%	4,9%	2,9%	1,6%	6,7%
	Öğrenci	Gözlenen	32	0	0	0	0	32
		Beklenen	3,3	5,3	6,2	7,8	9,3	32,0
		% meslek	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		% gelir	74,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,6%
	İşsiz	Gözlenen	7	0	0	0	0	7
		Beklenen	,7	1,2	1,4	1,7	2,0	7,0
		% meslek	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		% gelir	16,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,7%

Çizelge 36- devam

Toplam	Gözlenen	43	70,0	82,0	103	122	420
	Beklenen	43,0	16,7%	19,5%	103,0	122,0	420,0
	% meslek	10,2%	100,0%	100,0%	24,5%	29,0%	100,0%
	% gelir	100,0%	70,0	82,0	100,0%	100,0%	100,0%
Ki-Kare Testi							
		değer		df	p (iki yönlü)		
Pearson Ki-Kare		511,501		24	0,000		
Olasılık Oranı		383,194		24	0,000		
Doğrusal İlişki		23,316		1	0,000		

*p<0,05

Çizelge 36'ya göre yapılan ki-kare analizi sonucunda katılımcıların meslekleri ile gelir düzeyleri arasında (p<0.05) anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Buna göre memur katılımcıların %72,4'ünün 3001TL'nin üzerinde yüksek düzeyde gelire sahip oldukları belirlenmiştir. Emekli katılımcıların %43,1'i, ev hanımlarının ise %53,6'sı 1601-2000TL arasında gelire sahiptirler. Öğrenciler ve işsiz olan katılımcılar herhangi bir gelire sahip değildirler. Serbest meslek sahibi olan katılımcıların yaklaşık yarısı (%46,0) 4001TL ve üzeri gelire sahiptirler. Ayrıca katılımcılar arasında en yüksek gelire sahip olan grubu oluşturmaktadırlar.

Çizelge 37. Katılımcıların Yazlık Sahibi Olma Durumları ile Datça'ya Geliş Sıklıkları Arasındaki Farklılık Testi

Yazlık Sahibi Olma ile Geliş Sıklığı Çapraz Tablosu								
			Geliş Sıklığı					Toplam
			1 kez	2 kez	3 kez	4 kez	5 kez ve üzeri	
Yazlık Sahibi Olma	Evet	Gözlenen	0	3	2	0	74	79
		Beklenen	2,6	6,3	4,2	2,1	63,8	79,0
		% yazlık sahibi olma	0,0%	3,8%	2,5%	0,0%	93,7%	100,0%
		% geliş sayısı	0,0%	25,0%	25,0%	0,0%	60,7%	52,3%
	Hayır	Gözlenen	5	9	6	4	48	72
		Beklenen	2,4	5,7	3,8	1,9	58,2	72,0
		% yazlık sahibi olma	6,9%	12,5%	8,3%	5,6%	66,7%	100,0%
		% geliş sayısı	100,0%	75,0%	75,0%	100,0%	39,3%	47,7%
Toplam	Gözlenen	5	12	8	4	122	151	
	Beklenen	5,0	12,0	8,0	4,0	122,0	151,0	
	% yazlık sahibi olma	3,3%	7,9%	5,3%	2,6%	80,8%	100,0%	
	% geliş sayısı	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Ki-Kare Testi								
			değer		df	p (iki yönlü)		
Pearson Ki-Kare			19,258		4	0,001		
Olasılık Oranı			22,968		4	0,000		
Doğrusal İlişki			15,354		1	0,000		

*p<0,05

Çizelge 37'de görüldüğü gibi ki-kare analizi sonucunda katılımcıların yazlık sahibi olma durumları ile Datça yöresine geliş sıklığı arasında ($p<0.05$) anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Analiz sonucuna göre Datça'ya ilk defa gelenlerin hepsi yazlık sahibi olmayan katılımcılardan oluşmaktadır. Yöreye 5 kez ve üzeri gelenlerin %93,7 gibi tamamına yakını yazlık sahibi olan katılımcılardan oluşmaktadır. Diğer bir ifade ile yazlık sahibi olanlar Datça'ya daha sık gelmektedirler.

Çizelge 38. Katılımcıların Yazlık Sahibi Olma Durumları ile Datça'da Kalış Süreleri ile Arasındaki Farklılık Testi

Yazlık Sahibi Olma ile Kalış Süresi Çapraz Tablosu								
			Kalış Süresi					Toplam
			1-3 gün	4-6 gün	7-10 gün	11-15 gün	15 günden fazla	
Yazlık sahibi olma	Evet	Gözlenen	0	0	2	7	70	79
		Beklenen	2,1	4,2	9,4	12,6	50,7	79,0
		% yazlık sahibi olma	0,0%	0,0%	2,5%	8,9%	88,6%	100,0%
		% kalış süresi	0,0%	0,0%	11,1%	29,2%	72,2%	52,3%
	Hayır	Gözlenen	4	8	16	17	27	72
		Beklenen	1,9	3,8	8,6	11,4	46,3	72,0
		% yazlık sahibi olma	5,6%	11,1%	22,2%	23,6%	37,5%	100,0%
		% kalış süresi	100,0%	100,0%	88,9%	70,8%	27,8%	47,7%
Toplam	Gözlenen	4	8	18	24	97	151	
	Beklenen	4,0	8,0	18,0	24,0	97,0	151,0	
	% yazlık sahibi olma	2,6%	5,3%	11,9%	15,9%	64,2%	100,0%	
	% kalış süresi	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Ki-Kare Testi								
			değer	df	p (iki yönlü)			
Pearson Ki-Kare			45,892	4	0,000			
Olasılık Oranı			52,774	4	0,000			
Doğrusal İlişki			41,008	1	0,000			

* $p<0,05$

Çizelge 38'de görüldüğü gibi katılımcıların yazlık sahibi olma durumları ile Datça yöresinde kalış süreleri arasında ($p<0.05$) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Buna göre Datça yöresinde 1-3 gün ve 4-6 gün süreli kalanların hepsinin yazlık sahibi olmayan katılımcılardan oluştuğu tespit edilmiştir. Yörede 15 gün ve daha fazla süreli kalanların %72,2'si yazlık sahibi olan katılımcılardan oluşmaktadır. Sonuç olarak yazlık sahibi olanların yörede daha fazla kalış gerçekleştirdikleri görülmektedir.

Çizelge 39. Katılımcıların Medeni Durumları ile Datça'ya Kiminle Geldikleri Arasındaki Farklılık Testi

Medeni Durum ile Kiminle Geldiği Çapraz Tablosu						
			Kiminle Geldiği			Toplam
			Yalnız	Ailemle	Arkadaş/ arkadaş grubumla	
Medeni Durum	Evli	Gözlenen	5	259	7	271
		Beklenen	12,9	208,4	49,7	271,0
		% medeni durum	1,8%	95,6%	2,6%	100,0%
		% kiminle geldiği	25,0%	80,2%	9,1%	64,5%
	Bekar	Gözlenen	15	64	70	149
		Beklenen	7,1	114,6	27,3	149,0
		% medeni durum	10,1%	43,0%	47,0%	100,0%
		% kiminle geldiği	75,0%	19,8%	90,9%	35,5%
Toplam	Gözlenen	20	323	77	420	
	Beklenen	20,0	323,0	77,0	420,0	
	% medeni durum	4,8%	76,9%	18,3%	100,0%	
	% kiminle geldiği	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Ki-Kare Testi

	değer	df	p (iki yönlü)
Pearson Ki-Kare	151,625	2	0,000
Olasılık Oranı	155,293	2	0,000
Doğrusal İlişki	59,055	1	0,000

*p<0,05

Çizelge 39'da görüldüğü gibi katılımcıların medeni durumları ile yöreye kiminle geldikleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Sonuçlara göre evli olan katılımcıların %95,6'sı gibi tamamına yakın bir oranı yöreye ailesi ile birlikte geldiğini ifade etmiştir. Bekar katılımcıların ise %47,0'si arkadaş/arkadaş grubu ile, %43,0'ü ailesiyle beraber geldikleri belirlenmiştir. Bununla birlikte gerek evlilerde gerekse bekar katılımcılarda yöreye yalnız gelme oranı oldukça düşüktür.

Çizelge 40. Katılımcıların Yazlık Sahibi Olma Durumları ile Harcama Düzeyleri Arasındaki Farklılık Testi

Yazlık Sahibi Olma ile Harcama Düzeyi Çapraz Tablosu							
			Harcama Düzeyi				Toplam
			1000TL ve altı	1001-1500TL arası	1501-2000TL arası	2001TL ve üzeri	
Yazlık Sahibi Olma	Evet	Gözlenen	4	0	2	73	79
		Beklenen	13,7	16,2	20,9	28,2	79,0
		% yazlık sahibi olma	5,1%	0,0%	2,5%	92,4%	100,0%
		% harcama	5,5%	0,0%	1,8%	48,7%	18,8%

Çizelge 40- devam

Yazlık Sahibi Olma	Hayır	Gözlenen	69	86	109	77	341
		Beklenen	59,3	69,8	90,1	121,8	341,0
		% yazlık sahibi olma	20,2%	25,2%	32,0%	22,6%	100,0%
		% harcama	94,5%	100,0%	98,2%	51,3%	81,2%
Toplam		Gözlenen	73	86	111	150	420
		Beklenen	73,0	86,0	111,0	150,0	420,0
		% yazlık sahibi olma	17,4%	20,5%	26,4%	35,7%	100,0%
		% harcama	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Ki-Kare Testi							
			değer	df	p (iki yönlü)		
Pearson Ki-Kare			137,002	3	0,000		
Olasılık Oranı			147,221	3	0,000		
Doğrusal İlişki			82,526	1	0,000		

*p<0,05

Çizelge 40'a göre katılımcıların yazlık sahibi olma durumları ile harcama düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Buna göre yazlık sahibi olanların %92,4 gibi oldukça yüksek bir oranı 2001TL ve üzeri harcamada bulunmuşlardır. Yazlık sahibi olmayan katılımcıların üçte ikisi (%32,0) 1501TL-2000TL arası harcamada bulduklarını ifade etmişlerdir.

Çizelge 41. Katılımcıların Medeni Durumları ile Yörede Mevcut Olan Sorunlar Arasındaki Farklılık Testi

Medeni Durum ile Yörede Mevcut Olan Sorunlar Çapraz Tablosu					
	Grup İstatistikleri			Pearson Ki Kare	
	Medeni Durum	A.O.	S.S.	Değer	P (iki yönlü)
Konaklama kalitesiz	Evli	2,54	0,99	13,547	0,009
	Bekar	2,22	0,91		
Ulaşım sorunu	Evli	3,09	1,14	5,974	0,201
	Bekar	2,97	1,10		
Gürültü kirliliği	Evli	2,57	1,15	16,202	0,003
	Bekar	2,16	0,90		
Fiyatlar pahalı	Evli	3,07	1,12	24,403	0,000
	Bekar	2,60	0,99		
Çevre kirliliği	Evli	2,82	1,18	28,863	0,000
	Bekar	2,27	0,97		
Altyapı sorunu	Evli	3,31	1,13	22,160	0,000
	Bekar	2,85	1,03		
Sağlık sorunu	Evli	3,60	1,09	24,055	0,000
	Bekar	3,18	0,90		
Kaliteli işletme az	Evli	3,29	1,03	11,464	0,022
	Bekar	3,03	1,11		
Halkla ilişkiler yetersiz	Evli	3,18	0,94	16,668	0,002
	Bekar	2,81	1,02		

Çizelge 41'de görüldüğü gibi katılımcıların medeni durumları ile Dağca yöresinde mevcut olan ulaşım sorunu dışında diğer tüm sorunlar arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Buna göre evli olan katılımcılar, bekar katılımcılar

kıyaslandığında yöredeki sorunları daha yüksek algılamaktadırlar. Diğer bir ifade ile evli katılımcılar sorunları daha fazla yaşamaktadır. Evli katılımcılar, sorumluluklarının daha fazla olması ve kendilerinin yanı sıra aile bireylerini de düşünmek durumunda olmaları nedeniyle sorunlara çok yönlü yaklaşmış olabilirler.

Çizelge 42. Katılımcıların Yaşları ile Yörede Mevcut Olan Sorunlar Arasındaki Farklılık Testi

Yaş ile Yörede Mevcut Olan Sorunlar Çapraz Tablosu					
	Grup İstatistikleri			Pearson Ki Kare	
	Yaş	A.O.	S.S.	Değer	P (iki yönlü)
Konaklama kalitesiz	24 yaş ve altı	2,45	1,10	59,818	0,000
	25-34 yaş arası	2,14	0,92		
	35-44 yaş arası	2,45	0,93		
	45-54 yaş arası	2,49	1,20		
	55 yaş ve üzeri	2,68	0,78		
	Toplam	2,43	0,97		
Ulaşım sorunu	24 yaş ve altı	3,08	1,13	28,092	0,031
	25-34 yaş arası	3,12	1,14		
	35-44 yaş arası	2,90	1,12		
	45-54 yaş arası	2,73	1,25		
	55 yaş ve üzeri	3,31	0,99		
	Toplam	3,05	1,13		
Gürültü kirliliği	24 yaş ve altı	2,36	1,08	56,229	0,000
	25-34 yaş arası	1,97	0,77		
	35-44 yaş arası	2,40	1,03		
	45-54 yaş arası	2,58	1,21		
	55 yaş ve üzeri	2,89	1,18		
	Toplam	2,42	1,09		
Fiyatlar pahalı	24 yaş ve altı	2,65	1,05	26,790	0,044
	25-34 yaş arası	2,89	1,03		
	35-44 yaş arası	2,73	1,07		
	45-54 yaş arası	3,05	1,18		
	55 yaş ve üzeri	3,18	1,11		
	Toplam	2,90	1,09		
Çevre kirliliği	24 yaş ve altı	2,15	0,96	60,260	0,000
	25-34 yaş arası	2,20	0,93		
	35-44 yaş arası	2,72	1,14		
	45-54 yaş arası	2,81	1,24		
	55 yaş ve üzeri	3,11	1,13		
	Toplam	2,63	1,14		
Altyapı sorunu	24 yaş ve altı	2,82	1,16	84,340	0,000
	25-34 yaş arası	2,74	0,97		
	35-44 yaş arası	3,19	1,03		
	45-54 yaş arası	2,96	1,23		
	55 yaş ve üzeri	3,81	1,01		
	Toplam	3,15	1,12		
Sağlık sorunu	24 yaş ve altı	3,13	0,83	70,028	0,000
	25-34 yaş arası	3,17	0,84		
	35-44 yaş arası	3,43	1,02		
	45-54 yaş arası	3,43	1,23		
	55 yaş ve üzeri	3,95	1,09		
	Toplam	3,45	1,04		

Çizelge 42- devam

Kaliteli işletme az	24 yaş ve altı	3,02	1,16	35,289	0,004
	25-34 yaş arası	3,00	1,08		
	35-44 yaş arası	3,17	1,06		
	45-54 yaş arası	3,35	1,22		
	55 yaş ve üzeri	3,44	0,84		
	Toplam	3,20	1,06		
Halkla ilişkiler yetersiz	24 yaş ve altı	2,73	1,10	33,528	0,006
	25-34 yaş arası	2,80	0,96		
	35-44 yaş arası	3,07	0,97		
	45-54 yaş arası	3,07	1,07		
	55 yaş ve üzeri	3,44	0,80		
	Toplam	3,05	0,99		

Çizelge 42'ye göre katılımcıların yaşları ile Datça yöresinde mevcut olan tüm sorunlar arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Buna göre yörede mevcut olan sorunları 55 yaş ve üzeri katılımcılar diğer yaş gruplarına göre daha yüksek algılamaktadırlar. Üçüncü yaş grubuna giren 55 yaş ve üzeri katılımcılar, yapıları gereği daha hassas yaklaşım sergileyebilmekte, daha titiz davranmakta bu nedenle sorunları daha yoğun yaşayabilmektedir.

Çizelge 43. Katılımcıların Yazlık Sahibi Olma Durumları ile Yörede Mevcut Olan Sorunlar Arasındaki Farklılık Testi

Yazlık Sahibi Olma ile Yörede Mevcut Olan Sorunlar Çapraz Tablosu					
	Grup İstatistikleri			Pearson Ki Kare	
	Yazlık Sahibi Olma	A.O.	S.S.	Değer	P (iki yönlü)
Konaklama kalitesiz	Evet	2,92	0,79	68,943	0,000
	Hayır	2,31	0,97		
Ulaşım sorunu	Evet	3,45	0,98	14,543	0,003
	Hayır	2,95	1,14		
Gürültü kirliliği	Evet	2,96	1,19	34,702	0,000
	Hayır	2,30	1,02		
Fiyatlar pahalı	Evet	3,29	1,05	13,760	0,008
	Hayır	2,82	1,09		
Çevre kirliliği	Evet	3,16	1,12	27,733	0,000
	Hayır	2,50	1,11		
Altyapı sorunu	Evet	4,05	1,02	97,165	0,000
	Hayır	2,94	1,04		
Sağlık sorunu	Evet	4,53	0,71	120,581	0,000
	Hayır	3,20	0,95		
Kaliteli işletme az	Evet	3,70	0,84	25,524	0,000
	Hayır	3,08	1,08		
Halkla ilişkiler yetersiz	Evli	3,65	0,76	37,967	0,000
	Bekar	2,91	0,98		

Çizelge 43'te belirtildiği gibi katılımcıların yazlık sahibi olma durumları ile Datça yöresinde mevcut olan tüm sorunlar arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Buna göre yazlık sahibi olan katılımcılar, yazlık sahibi olmayanlara göre yörede

mevcut olan sorunları daha yüksek algıladıkları belirlenmiştir. Yazlık sahibi olanların yörede daha fazla vakit geçirmeleri ve daha sık gelmeleri, bu sonucun nedeni olarak gösterilebilir.

Çizelge 44. Katılımcıların Geliş Sıklıkları ile Yörede Mevcut Olan Sorunlar Arasındaki Farklılık Testi

Geliş Sıklığı ile Yörede Mevcut Olan Sorunlar Çapraz Tablosu					
	Grup İstatistikleri			Pearson Ki Kare	
	Geliş Sıklığı	A.O.	S.S.	Değer	P (iki yönlü)
Konaklama kalitesiz	1 kez	2,09	1,00	95,608	0,000
	2 kez	2,31	1,11		
	3 kez	2,26	0,70		
	4 kez	2,38	1,03		
	5 kez ve üzeri	2,71	0,87		
	Toplam	2,43	0,97		
Ulaşım sorunu	1 kez	3,04	1,14	33,694	0,006
	2 kez	2,79	1,28		
	3 kez	3,11	0,99		
	4 kez	3,05	1,16		
	5 kez ve üzeri	3,12	1,09		
	Toplam	3,05	1,13		
Gürültü kirliliği	1 kez	2,21	1,07	29,655	0,020
	2 kez	2,25	1,06		
	3 kez	2,38	0,90		
	4 kez	2,16	1,04		
	5 kez ve üzeri	2,64	1,11		
	Toplam	2,42	1,09		
Fiyatlar pahalı	1 kez	2,90	1,14	26,137	0,052
	2 kez	2,69	1,15		
	3 kez	2,71	0,91		
	4 kez	3,16	1,09		
	5 kez ve üzeri	3,00	1,08		
	Toplam	2,90	1,09		
Çevre kirliliği	1 kez	2,50	1,12	30,996	0,013
	2 kez	2,49	1,13		
	3 kez	2,33	0,97		
	4 kez	2,22	0,80		
	5 kez ve üzeri	2,86	1,17		
	Toplam	2,63	1,14		
Altyapı sorunu	1 kez	2,95	0,98	73,767	0,000
	2 kez	2,68	1,01		
	3 kez	2,85	1,00		
	4 kez	3,05	0,80		
	5 kez ve üzeri	3,49	1,19		
	Toplam	3,15	1,12		
Sağlık sorunu	1 kez	3,01	0,84	86,727	0,000
	2 kez	3,06	0,78		
	3 kez	3,47	1,08		
	4 kez	3,50	0,70		
	5 kez ve üzeri	3,83	1,11		
	Toplam	3,45	1,04		

Çizelge 44- devam

Kaliteli işletme az	1 kez	2,89	1,07	29,736	0,019
	2 kez	3,03	1,12		
	3 kez	3,45	0,99		
	4 kez	3,16	1,38		
	5 kez ve üzeri	3,38	0,98		
	Toplam	3,20	1,06		
Halkla ilişkiler yetersiz	1 kez	2,80	0,99	46,042	0,000
	2 kez	2,68	0,96		
	3 kez	3,11	0,88		
	4 kez	3,05	1,16		
	5 kez ve üzeri	3,31	0,93		
	Toplam	3,05	0,99		

Çizelge 44'e bakıldığında katılımcıların geliş sıklıkları ile Datça yöresinde mevcut olan fiyatların pahalı olması dışında tüm sorunlar arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Yöreye 5 kez ve üzeri gelen katılımcılar, diğer katılımcılara nazaran yörede mevcut olan sorunları daha yüksek algılamaktadırlar. Bu katılımcılar yöreye daha sık geldikleri için sorunlarla daha fazla karşılaşabilmektedirler.

Çizelge 45. Katılımcıların Kalış Süreleri ile Yörede Mevcut Olan Sorunlar Arasındaki Farklılık Testi

Kalış Süresi ile Yörede Mevcut Olan Sorunlar Çapraz Tablosu					
	Grup İstatistikleri			Pearson Ki Kare	
	Kalış Süresi	A.O.	S.S.	Değer	p (iki yönlü)
Konaklama kalitesiz	1-3 gün	2,28	1,09	158,499	0,000
	4-6 gün	2,14	1,12		
	7-10 gün	2,1	0,71		
	11-15 gün	2,72	0,94		
	15 günden fazla	2,94	0,75		
	Toplam	2,43	0,97		
Ulaşım sorunu	1-3 gün	2,93	1,20	57,898	0,000
	4-6 gün	2,76	1,23		
	7-10 gün	2,87	1,05		
	11-15 gün	3,17	1,10		
	15 günden fazla	3,50	0,95		
	Toplam	3,05	1,13		
Gürültü kirliliği	1-3 gün	2,05	1,04	56,997	0,000
	4-6 gün	2,28	1,17		
	7-10 gün	2,27	0,89		
	11-15 gün	2,38	0,92		
	15 günden fazla	2,92	1,13		
	Toplam	2,42	1,09		
Fiyatlar pahalı	1-3 gün	2,95	1,03	54,139	0,000
	4-6 gün	2,91	1,25		
	7-10 gün	2,52	0,94		
	11-15 gün	2,95	1,06		
	15 günden fazla	3,25	1,04		
	Toplam	2,90	1,09		

Çizelge 45- devam

Çevre kirliliği	1-3 gün	2,26	1,08	42,939	0,000
	4-6 gün	2,45	1,16		
	7-10 gün	2,65	1,10		
	11-15 gün	2,42	1,05		
	15 günden fazla	3,04	1,11		
	Toplam	2,63	1,14		
Altyapı sorunu	1-3 gün	2,65	1,02	106,940	0,000
	4-6 gün	2,75	1,09		
	7-10 gün	2,95	0,99		
	11-15 gün	3,42	0,97		
	15 günden fazla	3,85	1,03		
	Toplam	3,15	1,12		
Sağlık sorunu	1-3 gün	2,98	0,77	157,723	0,000
	4-6 gün	2,94	0,87		
	7-10 gün	3,19	0,95		
	11-15 gün	3,61	0,92		
	15 günden fazla	4,35	0,87		
	Toplam	3,45	1,04		
Kaliteli işletme az	1-3 gün	3,03	0,95	63,021	0,000
	4-6 gün	2,80	1,22		
	7-10 gün	3,08	1,03		
	11-15 gün	3,68	0,95		
	15 günden fazla	3,54	0,87		
	Toplam	3,20	1,06		
Halkla ilişkiler yetersiz	1-3 gün	2,85	1,07	96,790	0,000
	4-6 gün	2,64	1,11		
	7-10 gün	2,79	0,82		
	11-15 gün	3,55	0,80		
	15 günden fazla	3,57	0,73		
	Toplam	3,05	0,99		

Çizelge 45'te belirtildiği gibi katılımcıların kalış süreleri ile Datça yöresinde mevcut olan tüm sorunlar arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Yörede 15 gün ve üzeri bir süre kalan katılımcıların yörede mevcut olan sorunları daha yüksek algıladıkları belirlenmiştir. Bunun nedeni olarak, katılımcıların yörede uzun süreli kalmaları sonucu sorunlarla daha sık karşılaşma olasılıklarının artması gösterilebilir.

Çizelge 46. Katılımcıların Harcama Düzeyleri ile Yörede Mevcut Olan Sorunlar Arasındaki Farklılık Testi

Harcama Düzeyi ile Yörede Mevcut Olan Sorunlar Çapraz Tablosu					
	Grup İstatistikleri			Pearson Ki Kare	
	Harcama Düzeyi	A.O.	S.S.	Değer	P (iki yönlü)
Konaklama kalitesiz	1000TL ve altı	2,31	1,02	51,732	0,000
	1001-1500TL arası	2,48	1,19		
	1501-2000TL arası	2,19	0,76		
	2001TL ve üzeri	2,63	0,91		
	Toplam	2,43	0,97		

Çizelge 46- devam

Ulaşım sorunu	1000TL ve altı	3,09	1,20	28,930	0,004
	1001-1500TL arası	2,86	1,19		
	1501-2000TL arası	2,89	1,03		
	2001TL ve üzeri	3,26	1,10		
	Toplam	3,05	1,13		
Gürültü kirliliği	1000TL ve altı	1,94	0,88	46,906	0,000
	1001-1500TL arası	2,38	1,21		
	1501-2000TL arası	2,29	0,92		
	2001TL ve üzeri	2,78	1,11		
	Toplam	2,42	1,09		
Fiyatlar pahalı	1000TL ve altı	3,19	1,15	39,644	0,000
	1001-1500TL arası	2,87	1,21		
	1501-2000TL arası	2,77	1,08		
	2001TL ve üzeri	2,89	0,99		
	Toplam	2,90	1,09		
Çevre kirliliği	1000TL ve altı	2,13	0,91	38,691	0,000
	1001-1500TL arası	2,73	1,26		
	1501-2000TL arası	2,57	1,13		
	2001TL ve üzeri	2,85	1,10		
	Toplam	2,63	1,14		
Altyapı sorunu	1000TL ve altı	2,75	0,96	52,199	0,000
	1001-1500TL arası	3,05	1,06		
	1501-2000TL arası	2,98	1,10		
	2001TL ve üzeri	3,52	1,14		
	Toplam	3,15	1,12		
Sağlık sorunu	1000TL ve altı	3,01	0,79	86,528	0,000
	1001-1500TL arası	3,16	0,87		
	1501-2000TL arası	3,25	0,98		
	2001TL ve üzeri	3,98	1,08		
	Toplam	3,45	1,04		
Kaliteli işletme az	1000TL ve altı	2,95	1,18	23,036	0,027
	1001-1500TL arası	3,17	1,01		
	1501-2000TL arası	3,09	1,15		
	2001TL ve üzeri	3,41	0,93		
	Toplam	3,20	1,06		
Halkla ilişkiler yetersiz	1000TL ve altı	2,97	1,07	25,4074	0,013
	1001-1500TL arası	2,79	1,03		
	1501-2000TL arası	2,91	0,94		
	2001TL ve üzeri	3,34	0,88		
	Toplam	3,05	0,99		

Çizelge 46'da belirtildiği gibi katılımcıların harcama düzeyleri ile Datça yöresinde mevcut olan tüm sorunlar arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. 2001TL ve üzeri harcamada bulunan katılımcılar diğer katılımcılara göre yörede mevcut olan sorunları daha yüksek algılamışlardır. Bu duruma neden olarak katılımcıların daha fazla harcamada buldukları için sorunları yüksek algılamalarından kaynaklanması gösterilebilir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1 Sonuç

Bu çalışma, Datça yöresine gelen yerli turistlerin demografik özelliklerini, tatil profillerini ortaya koymak, yöre ile ilgili algılarını değerlendirmek, yörede görülen sorunları ve bunlara yönelik yapılabilecekleri irdelemek amaçlarıyla gerçekleştirilmiştir. Belirlenen amaç doğrultusunda Datça yöresini ziyaret eden yerli turistlere anket uygulanmış ve elde edilen bulgular analiz edilerek ortaya konmuştur. Çalışmanın bu bölümünde ise elde edilen bulgular doğrultusunda araştırma sonuçları değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Öncelikle Datça yöresine gelen yerli turistlerin demografik özellikleri ortaya konmuştur. Bu kapsamda yöreyi ziyaret eden turistlerin cinsiyet özellikleri değerlendirildiğinde yörenin hem erkekler (%46) hem de bayanlar (%54) tarafından yaklaşık aynı düzeyde tercih edildiği görülmektedir. Bayanların oranının çok küçük bir farkla daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre yörenin cinsiyet açısından her kesime hitap ettiği söylenebilir.

Yöreyi ziyaret eden katılımcıların çoğunluğunun evli (%64,5) olduğu görülmektedir. Yaş durumlarına bakıldığında yöreye gelenlerin yarısının 25-44 yaş aralığı (%25) ile 55 yaş ve üzeri (%23) gruba dahil olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre yörenin çoğunlukla evliler ile orta yaş ve üçüncü yaş grubu tarafından daha fazla tercih edildiği görülmektedir. 24 yaş ve altı gençlerin oranı (%11) ise oldukça düşük düzeyde kalmıştır. Bu sonuçlar ışığında yörenin daha çok sakin ve durağan, dinlenmeye yönelik, çoğunlukla gençler tarafından tercih edilen adrenalini ve hareketi yüksek aktivitelerden uzak bir imaja sahip olduğu sonucu çıkarılabilir.

Eğitim durumu değişkeni açısından değerlendirildiğinde katılımcıların yarısının lisans mezunu (%51,5) olması, çeyreğinin lise mezunu (%26) olması eğitim düzeylerinin yüksek olduğunun bir göstergesidir. Diğer bir ifade ile Datça yöresi eğitim düzeyi yüksek turistler tarafından tercih edilmektedir. Eğitim düzeyi ve turizm

bilinci doğru orantılı olarak artan kavramlar olduğu düşünülürken yörenin turizm bilincine sahip kişiler tarafından ziyaret edildiği söylenebilir.

Katılımcıların meslek dağılımlarına yönelik elde edilen bulgulara göre büyük çoğunluğunun memur (%29), emekli (%24) ve serbest meslek (%24) çalışanlarından oluştuğu belirlenmiştir. Gelir düzeylerine bakıldığında katılımcıların yarısından biraz fazlasının 3001TL ve üzeri (%53,5) gelire sahip oldukları görülmüştür. 2018 yılı itibariyle asgari ücretin brüt 2029TL ve net 1603TL olduğu (<http://www.muhasabetr.com>) düşünülürken Datça'yı ziyaret edenlerin asgari ücretin oldukça üzerinde gelire sahip oldukları görülmektedir. Bununla birlikte yapılan ki kare analizi sonucunda katılımcıların gelirlerinin meslekleriyle doğru orantılı olduğu belirlenmiştir. Diğer bir ifade ile katılımcıların meslek düzeyleri yükseldikçe gelirleri de aynı orantıda artış göstermektedir.

Yapılan araştırmada yerli turistlerin tatil profillerine ilişkin bulgular da ortaya konulmuştur. Buna göre katılımcıların yarısına yakınının Datça yöresine 5 kez ve üzerinde (%44,5) ziyarette buldukları tespit edilmiştir. Bu durum yörenin sadık turistler tarafından tercih edildiğini göstermektedir. Bunun yanı sıra yöreye 5 kez ve üzerinde gelen katılımcıların neredeyse hepsinin (%94) yazlığa sahip olması da bu durumun muhtemel en önemli nedenidir. Kişilerin yörede yazlık sahibi olmaları onların yöreye gelme sıklıklarını artırıcı bir etkidir.

Katılımcılar Datça yöresinde en fazla bir hafta 10 gün (%26,4) süre ile konaklamaktadırlar ki bu süre genel olarak turistler tarafından en çok tercih edilen konaklama süresidir. İkinci sırada ise 15 günden fazla (%25,7) kalanların geldiği belirlenmiştir. Yapılan ki kare analizi sonucunda bu kişilerin de %72'sinin yazlık sahibi oldukları ve dolayısıyla daha uzun süreli kalış gerçekleştirdikleri tespit edilmiştir. Buna göre yazlık sahibi olma turistlerin kalış sürelerini etkileyen ve uzun süreli konaklamalarını sağlayan bir durumdur denilebilir.

Katılımcıların üçte ikisi (%77) tatillerini aileleri ile geçirmektedirler ki bu sonuç Datça yöresinin çoğunlukla aileler tarafından tercih edilen bir yöre olduğunu kanıtlamaktadır. Nitekim yapılan ki kare testine göre evli katılımcıların neredeyse tamamının (%96) yöreye ailesi ile geldiği belirlenmiştir. Bu durum Datça'nın,

turistler tarafından, aileleriyle tatil yapabilecekleri bir yer olarak görüldüğünü göstermektedir.

Datça yöresini ziyaret eden katılımcıların büyük çoğunluğunun önceki deneyimler (%42) ve tanıdık tavsiyeleri (%40) doğrultusunda yöreye geldikleri belirlenmiştir. Yöre tercihinde önceki deneyimlerin etkili olduğunu ifade eden katılımcıların da hemen hepsinin yazlık sahibi olduğu belirlenmiştir. Burada dikkati çeken bir başka bulgu hiçbir katılımcının seyahat acentasını işaretlememiş olmasıdır. Bu konuda seyahat acentalarının yetersiz kaldıkları söylenebilir.

Katılımcılar yöreyi özellikle yaz ayları olarak ifade edilen Ağustos (%33) ve Temmuz (%24) ayları ile Eylül (%21) ayında yoğun olarak ziyaret etmektedirler. Bu aylar Türkiye'de turizm sezonunun en yoğun olduğu aylardır ki ortaya çıkan bu sonuç da bu durumla paralellik göstermektedir. Yaz ayları hem mevsimden kaynaklanan nedenler, hem okul tatillerinin bu döneme denk gelmesi, hem de yıllık izinlerin bu dönemlerde alınması gibi nedenlerle tercih edilmektedir. Kış aylarını da içine alan aylar ise nerdeyse hiç tercih edilmemektedir. Bunda Datça'nın yaz turizmine hizmet eden deniz turizmi ağırlıklı bir destinasyon olmasının da etkisi büyüktür.

Katılımcıların yarıya yakını Datça'yı yıllık izin (%48) dönemlerinde, üçte ikisi ise yaz tatili (%34) dönemlerinde ziyaret etmektedirler. Bu durum da bir önceki sonuç olan yaz aylarının tercih edilmesi sonucuyla benzerlik arz etmektedir. Bununla birlikte resmi tatiller Datça ziyareti için çok tercih edilen bir dönem olarak bulunmamıştır. Bu durumun gerekçesi olarak katılımcıların resmi tatil dönemlerini tatile çıkmaktan ziyade eş, dost, akraba ziyaretlerine ayırdıkları gösterilebilir. Bunun yanı sıra resmi tatil sürelerinin kimi dönemlerde kısa olması veya bir gün sürmesi nedeniyle de çok tercih edilmemesi muhtemeldir.

Ulaşım türü olarak katılımcıların çoğunluğu Datça yöresine ağırlıklı olarak kendi özel araçları (%67) ile gelmeyi tercih etmektedirler. İkinci sırada otobüsü (%26) tercih edenler bulunurken, son sırada uçakla (%7) ulaşımı tercih edenler gelmiştir. Uçağın konforlu ve hızlı bir ulaşım aracı olmasına karşın Datça'da havaalanı bulunmaması, en yakın havaalanının Bodrum'da olması da bir dezavantaj olarak nitelendirilebilir.

Katılımcılar Datça'yı en fazla eğlence ve dinlenme (%38) amaçlı ve doğal çekicilikler (%33) nedenleriyle ziyaret etmektedirler. Datça'nın sahip olduğu doğal güzellikler, temiz deniz ve plajları birer çekim unsuru olarak katılımcıları cezbeden nedenlerdendir. Örneğin, 2018 yılı verilerine göre Datça'da Kumluk Plajı, Taşlık Plajı, Perili Bay Resort & Spa, Aktur Kamping, Aktur Tatil Sitesi, Aktur Kurucabük, Hastanealtı Plajı, Billurkent Devremülk Villaları olmak üzere 8 adet mavi bayraklı plaj bulunmaktadır (<http://www.mavibayrak.org.tr>). Bunun yanı sıra 16 Özel Çevre Koruma Bölgesinden (ÖÇKB) biri olan Datça Bozburun ÖÇKB, flora ve fauna türleri ve endemikleri bakımından oldukça zengindir (<https://ockb.csb.gov.tr>). Sahip olduğu bu değerler Datça'nın doğal zenginliğinin ve potansiyelinin yerli turistler tarafından tercih edilme sebeplerini kanıtlar niteliktedir. Buna karşın Datça'nın sahip olduğu kültürel çekiciliklerin bir çekim unsuru olarak düşük düzeyde (%17) kaldığı belirlenmiştir. Örneğin, Datça'nın Antik Çağ'ın 6 Dor kentinden biri olan ve Karia bölgesi içerisinde kalan başta Knidos kenti olmak üzere pek çok antik kente ev sahipliği yaptığı bilinmektedir (<https://ockb.csb.gov.tr>). Buna rağmen çıkan sonuçlara göre yerli turistlerin tercihleri açısından Datça'nın doğal çekiciliği kültürel çekiciliğinin önüne geçmiş durumdadır. Bir diğer sonuç Datça'da ikamet eden yakınlarını veya tanıdıklarını ziyaret amaçlı gelişlerin de olmasıdır. Bunun yanı sıra yazlık sahibi olanların yöreye gelmesi sonucu bu kişileri de ziyaret etme amaçlı gelişler söz konusudur. Bu durum ziyaret amaçlı gelişlerin oranını artırmaktadır. Tüm bunların yanında Datça'da yazlık sahibi olanların da sayısı azımsanmayacak düzeyde bulunmuştur. Yazlık sahibi olma nedeni de yörenin yerli turistler tarafından tercih edilmesini etkilemektedir. Spor ve sağlık nedenleri ise oldukça düşük düzeyde kalmıştır.

Katılımcıların yarıya yakını konaklama türü olarak otel/moteli (%48) tercih etmiştir. Yazlıkta konaklayanların oranı da %36 olarak gerçekleşmiştir. Pansiyonların (%11) oranı daha düşük düzeyde olmakla birlikte apart otellerde kalan (%3) ve kampingden (%2) yararlanan katılımcı yok denecek kadar azdır. Özellikle kamping oranının bu kadar düşük çıkmasının en büyük nedeninin, araştırmanın kamp alanları dışında ana merkezlerde gerçekleştirilmiş olması düşünülmektedir. Yazlıkta konaklayanların mülkiyet durumları incelendiğinde yarıdan fazlasının yazlık sahibi (%52) olduğu %40 gibi bir oranının da yazlık sahibi olmadığı ancak kaldıkları süre içerisinde kira ödemediği belirlenmiştir. Bu durum daha önce ortaya çıkan sonucu da

kanıtlar niteliktedir. Yerli turistler, yazlık sahibi olmasalar da yazlığa sahip olan yakınlarını ziyaret ederek onların yanında konaklama imkanlarından yararlanmaktadırlar.

Katılımcıların Datça yöresinde gerçekleştirdikleri tatilleri süresince harcama düzeyleri incelendiğinde üçte ikisinin (%62) 2001TL ve üzerinde harcamada buldukları görülmektedir. Yapılan ki kare testine göre bu kişilerin de yaklaşık yarısını (%49) yazlık sahibi olanların oluşturduğu belirlenmiştir. Yazlık sahibi olanların daha uzun süreli konaklamada buldukları için aynı zamanda daha fazla harcama yapmaları bu durumun doğal bir sonucudur. Bunun yanı sıra kalınan gün sayısı arttıkça turistlerin harcama düzeyleri de doğru orantılı olarak artış göstermektedir.

Datça yöresine gelen katılımcıların yarısından fazlasının İstanbul (%33) ve Ankara (%26) illerinde ikamet ettikleri tespit edilmiştir. Bu durum, Datça'da yazlık sahibi olma fikrinin Muğla'nın yerli halkı tarafından pek rağbet görmediğini, genellikle uzak mesafelerde ikamet edenler tarafından tercih edildiğini göstermektedir. Nitekim Datça ilçesinin bağlı olduğu Muğla il sınırları içerisinde gelenlerin sadece 2 kişi (Bodrum) olduğu, onların da yazlık sahibi olmadığı belirlenmiştir. Muğla ilinin diğer ilçelerinin (Bodrum, Marmaris, Fethiye, vd.) de turistik destinasyon olarak hem yabancı hem de yerli turistler tarafından yoğun talep görmesi ve bunun sonucu tercihlerin büyük bir kısmının o yörelere kayması bu durumun bir nedeni olarak gösterilebilir.

Katılımcıların neredeyse tamamının (%98) Datça yöresinde geçirdikleri tatillerinden memnun oldukları belirlenmiştir. Katılımcılardan sadece 7'si bu konuda kararsızlığını ifade ederken, 2'si ise memnun olmadığını belirtmiştir. Bu sonuç Datça'nın, yöreyi tercih eden turistlerin beklentilerini karşılayabildiğinin bir göstergesidir. Katılımcıların yöreye tekrar gelme istekleri değerlendirildiğinde de benzer bir durum söz konusudur. Katılımcıların %93'lük kısmının yöreyi tekrar ziyaret etme isteğinde oldukları belirlenmiştir. Katılımcıların 26'sı bu konuda kararsız olduğunu belirtirken, sadece 3'ü tekrar gelme isteğinde bulunmadığını ifade etmiştir. Bu sonuçlar yerli turistler açısından Datça'nın önemli bir turistik destinasyon olduğunu kanıtlar niteliktedir.

Katılımcılara Datça yöresindeki turistik mal ve hizmetlerin fiyatları ile ilgili algıları sorulmuştur. İfadelere verilen cevapların aritmetik ortalamaları değerlendirildiğinde tüm ifadelerin ortalamasının 3,33 düzeyinde olduğu görülmektedir. Buna göre katılımcılar yöredeki mal ve hizmetlerin fiyatlarının normal düzeyde diğer bir ifade ile makul düzeyde olduğunu belirtmişlerdir. Fiyat açısından en yüksek ortalama 3,51 ile yiyecek-içecek konusunda gerçekleşmiştir. En düşük ortalama ise yerel ulaşım ağı ile ilgili ifadeye aittir. Datça genel itibariyle oldukça kolay ve rahat bir yerel ulaşım ağına sahiptir. Çoğu yerlerin yürüme mesafesinde olması, gelen turistlerin büyük kısmının kendi özel araçları ile gelmeleri, bunun yanı sıra bisiklet ve motosiklet kullanımının yaygın olması gibi etkenler de turistlerin yerel ulaşım ihtiyaçlarını azaltmaktadır.

Katılımcıların Datça yöresi ile ilgili algıladıkları veya karşılaştıkları sorunlar ile ilgili verilen ifadelerden en büyük sorunun sağlık sorunu (3,45) olduğu belirlenmiştir. Özellikle de yazlık sahibi olanların sorunu daha yüksek algıladıkları tespit edilmiştir. Yazlık sahibi olanlar daha uzun süreli konaklama yaptıkları için sağlıkla ilgili problemlerle karşılaşma ihtimalleri daha yüksek olmaktadır. Bu nedenle daha fazla sağlık hizmetlerine ihtiyaç duyabilmektedirler. Bu durum onların sorunu daha fazla algılamalarına neden olabilmektedir. Nitekim Datça'da sağlık hizmetlerinin yetersiz olduğu söylenebilir. Örneğin, Datça'da tek devlet hastanesi dışında herhangi bir sağlık merkezi bulunmamaktadır. Var olan bu hastanede de yeterli düzeyde bölüm mevcut değildir. Bu nedenle çoğu hasta ya yakın olduğu gerekçesiyle Marmaris'teki devlet hastanesi ve özel hastanelere ya da daha kapsamlı olması nedeniyle Muğla'dakilerine başvurmak durumunda kalmaktadırlar.

Katılımcılar tarafından önemli görülen diğer sorun, kaliteli turistik işletmelerin sayıca yetersiz olmasıdır. Başka bir ifade ile katılımcılar mevcut olan turistik tesislerin mal ve hizmetlerinde kalite sorunu olduğunu ifade etmişlerdir. Genel itibariyle değerlendirildiğinde turizm işletmelerinde kalite sorunu, turistlerin beklentilerini karşılama ve onları memnun etme açısından oldukça önemli bir problemdir. Bu sorun turistin memnuniyetini etkileyebildiği gibi onların yöreyi tekrar tercih etmelerini de engelleyebilmektedir.

Katılımcılar açısından Datça'da en az görülen sorun, gürültü kirliliği sorunudur. Yörenin sakin, durağan bir yapıya sahip olmasından dolayı katılımcılar

bu sorunu düşük düzeyde algılamışlardır. Nitekim yörenin çoğunlukla orta yaş ve üçüncü yaş grubu turistler tarafından ve aileler tarafından tercih edilmesi de bu sonucu destekler niteliktedir.

Datça yöresinde alınabilecek tedbirler konusunda ise katılımcıların en önemli gördükleri önlem, görüntü kirliliğine neden olan düzensiz ve çarpık yerleşmenin önüne geçilmesidir. Datça yarımadasında doğal güzelliklerin yanı sıra görüntüyü bozan düzensiz yapılaşma da mevcuttur. Türkiye'de nüfusun artışına paralel olarak Datça nüfusunun da giderek artış göstermesi, yazlık sahibi olanların ve yöreye gelen turistlerin sayısında meydana gelen artış gibi etkenler nedeniyle daha fazla alan imara açılmakta, bu yapılaşmanın plansız ve projesiz olması da çarpık kentleşme sorununu beraberinde getirmektedir. Bunun sonucunda da istenmeyen görüntü kirliliği meydana gelmektedir. Bu nedenle de katılımcılar belediyenin bu konuya özen göstermesini ve düzensiz yapılaşmaya izin vermemesi gerektiğini ifade etmişlerdir.

İkinci önemli gördükleri alınması gereken önlem, doğal ve kültürel değerlerin korunmasıdır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre Datça yöresi özellikle doğal güzellikleri nedeniyle çok tercih edilen bir turistik merkez olarak görülmektedir. Bunun yanı sıra kendine özgü kültürel özellikleri ve değerleri de Datça'yı dikkat çekici bir merkez haline getirmektedir. Nitekim doğal ve kültürel çekicilikler, bir yörede turizmden bahsedilebilmesi için gereken en önemli değerlerdir. Bu nedenle katılımcılar tarafından yörenin sahip olduğu bu çekiciliklerin korunması gerektiği ifade edilmiştir.

Katılımcılara göre alınacak önlemler arasında çok düşük olmasa da en az öneme sahip olan ortalama, turizme yönelik tesislerin artırılması gereği konusunda gerçekleşmiştir. Katılımcılar kaliteli turizm tesislerinin sayıca yetersiz olduğunu ifade etmekle birlikte tesis sayısının arttırılmaması gerektiğini belirtmişlerdir. Diğer bir ifade ile katılımcılar yöreye yeni turistik tesis yapılması yerine mevcut turizm tesislerinin kalitesinin artırılması gerektiğini düşünmektedirler.

5.2 Öneriler

Çalışmanın bu bölümü araştırma bulguları ve sonuçları çerçevesinde Datça yöresinde iç turizmi geliştirmek için yapılması gereken önerileri içermektedir.

Öncelikle yörenin turizm potansiyelinin ve kaynaklarının iyi analiz edilmesi, yöreye yönelik gerçekleşen talebin ve potansiyel talebin özelliklerinin belirlenerek turistik arz kapasitesinin bu doğrultuda geliştirilmesi sağlanmalıdır. Ancak öncelikle altyapı eksikliklerinin giderilmesi gereklidir.

Araştırmada ortaya çıkan bir sonuç, yörenin gençler tarafından oldukça düşük düzeyde tercih ediliyor olmasıdır. Bu konuda yörede gençleri özendirerek spor merkezi, gece kulübü gibi rekreasyona ve eğlenceye yönelik işletmelerin ve merkezlerin açılması sağlanabilir. Özellikle doğaya yönelik sualtı dalış, sörf, dağ-doğa yürüyüşü gibi aktivitelere ağırlık verilebilir. Ancak bu noktada yörenin sakin, dingin atmosferinin bozulmamasına özen gösterilmelidir.

Katılımcıların çoğunluğunun evli olduğu ve yöreye aileleri ile birlikte geldikleri belirlenmiştir. Bu nedenle yerli turistlerin aileleriyle birlikte güvenli ve sağlıklı bir ortamda tatillerini geçirmeleri için gerekli önlemler alınmalıdır.

Yörede kalış süreleri değerlendirildiğinde uzun süreli konaklayan katılımcıların büyük çoğunluğunun yazlık sahibi olanlardan oluştuğu tespit edilmiştir. Bu noktada konaklama işletmelerinde kalan turistlerin de daha uzun süreli kalışlar gerçekleştirmeleri için alternatif olanaklar sunulmalıdır. Turizmin çeşitlendirilmesi sağlanarak, turistleri cezbedici etkinlikler sunarak turistlerin kalış süreleri uzatılabilir. Örneğin Datça'nın koyları, yat turizmi açısından önemli potansiyeli oluşturmaktadır. Bu noktada mevcut olan marinanın geliştirilmesi sağlanabilir. Bunun yanı sıra yörenin sahip olduğu bitki ve hayvan çeşitliliği, botanik turizmi ve ekoturizm gibi doğaya yönelik turizm çeşitlerinin geliştirilmesine uygun imkan sağlamaktadır.

Katılımcıların yöreyi tercih etmelerinde etkili faktörler arasında seyahat acentalarının bulunmaması oldukça önemli bir eksikliklerdir. Bu duruma hem acentaların düzenledikleri turlar ve tanıtımlar konusunda yetersiz kalmaları hem de yerli turistlerin seyahat acentaları aracılığıyla tatile çıkma alışkanlıklarının az olması

neden olarak gösterilebilir. Bu konuda acentaların yöreye yönelik cazip fiyatlı tur programları düzenlemeleri ya da düzenledikleri tur programlarına yörenin dahil edilmesi önerilebilir. Bunun yanı sıra yöre hakkında bilgilendirici ve yöreyi tanıtıcı broşür, kitapçık, afiş vb. materyaller kullanılabilir; internet sitelerinde çeşitli fotoğraflar ve kısa videolar yayınlanabilir. Bunlara ek olarak iç turizme yönelik hizmet sunan acentaların çeşitli promosyonlar ve teşvikler aracılığıyla özendirilmesi sağlanmalıdır.

Yerli turistlerin çoğunluğunun yöreyi yaz aylarında ziyaret ettikleri bulunan bir diğer sonuçtur. Bu bağlamda turistlerin ölü sezon olarak nitelendirilen diğer aylarda da yöreyi ziyaret etmeleri için uygun fiyatlı turistik mal ve hizmet sunulabilir. Örneğin erken rezervasyon, taksitle ödeme kolaylığı, kışa özel indirimli kampanyalar uygulanabilir. Bunun yanı sıra Uluslararası Açık Deniz Kış Yüzme Maratonu gibi kış aylarında gerçekleştirilebilecek etkinlikler özendirilebilir. Bu tür etkinliklere özellikle gençlerin katılımı sağlanabilir. Böylece hem yöreyi ziyaret eden gençlerin oranı artırılabilir, hem de turizm sezonu yayılabilir.

Ulaşım aracı olarak katılımcıların çoğunluğunun kendi özel araçlarını tercih ettikleri görülmektedir. Düşük düzeyde otobüs ulaşım aracı ve havayolu kullanılmakla birlikte denizyolu ve demiryolu ulaşımı hiç yer almamaktadır. Özellikle Karayolu ulaşımında otobüslerin çeşitli dönemlerde uygun fiyatlı ulaşım olanağı sunması, kademeli fiyat uygulamasının yaygınlaştırılması önerilebilir. Ayrıca ucuz ulaşım imkanı sunan demiryolu ağının geliştirilerek kullanımının özendirilmesi gereklidir.

Yörenin doğal çekiciliğinin ilgi görmesine karşın kültürel çekiciliği geri planda kalmıştır. Bu nedenle yörenin sahip olduğu tarihi ve kültürel değerlerin tanıtımına ve pazarlanmasına daha fazla önem verilmelidir. Bu noktada Knidos antik kenti başta olmak üzere yörede yer alan diğer antik kentlerin, tarihi taş evleriyle ünlü eski Datça'nın kültürel turizm bağlamında birer pazarlama aracı olarak kullanılması sağlanabilir. Ayrıca Datça Badem Çiçeği Festivali, Uluslararası Knidos'un Sır'ı Festivali, Datça Süslü Kadınlar Bisiklet Turu gibi her yıl düzenlenen etkinliklerin duyurulmasının etkili olacağı düşünülmektedir.

Datça yöresine gelen yerli turistlerin büyük çoğunluğunun otel/motelde konaklama yaptığı belirlenmiştir. İkinci sırada ise yazlık evler yer almaktadır. Her ne kadar yazlıkta konaklayanlar daha uzun süreli kalış gerçekleştiriyor ve daha fazla harcamada bulunuyorlarsa da turizm işletmelerini (konaklama, yeme-içme, seyahat acentaları, vb.) kullanma oranları çok düşük seviyede kaldığından, ekonomik katkıları istenen düzeyde bulunmamaktadır. Bu nedenle yazlıkçıların yanı sıra yerli turistlerin turizm işletmelerinden yararlanmaları özendirilmelidir.

Datça'nın turistik mal ve hizmet fiyatlarının katılımcılar tarafından çok yüksek bulunmaması yörenin makul bir fiyat seviyesine sahip olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte yörenin genellikle yüksek gelire sahip turistler tarafından tercih edildiği de çıkan bir diğer sonuçtur. Bu nedenle dezavantajlı grup olarak nitelendirilen sosyal turizm kapsamına giren turistlere yönelik tatil fırsatları sunulabilir, onların da bu imkanlardan yararlanmaları sağlanabilir.

Yörede mevcut olan sorunları tespit edecek olanlar, o mal ve hizmeti kullananlar, diğer bir ifade ile tecrübe edenlerdir. Bu nedenle turistlerin düşünceleri, izlenimleri ve önerileri dikkate alınmalıdır. Yapılan araştırmada yörede karşılaşılan ya da gözlemlenen sorunlar arasında en önemli sorun sağlık sorunu olarak görülmektedir. Belediyenin bu konuya özellikle ağırlık vermesi gereklidir. Devlet hastanesine yönelik olarak mevcut klinik sayısı ve birimleri ile çalışan sağlık personeli sayısı arttırılmalıdır. Ayrıca özel hastane ve sağlık merkezlerinin açılması, yörenin temiz havasından ve ikliminden de yararlanmak suretiyle rehabilitasyon merkezlerinin açılması özendirilebilir.

Yerli turistler yörede alınabilecek en önemli tedbirin düzensiz ve çarpık yerleşmenin önüne geçilmesi olduğunu ifade etmişlerdir. Bu noktada özellikle Datça belediyesine büyük görevler düşmektedir. Bodrum yöresinde görülen ve yörenin de görüntü kirliliğini azaltarak ilgi çekmesine yardımcı olan tek tip beyaz evleri gibi yapıların yapılması için gerekli uygulamaların hayat geçirilmesi sağlanmalıdır. Bu konuda Datça'da yer alan evlerin dış cephe boyasında yöreyi simgeleyen bademin rengi olan kahverenginin açık tonları (açık renkli toprak tonları), çağla yeşilinin açık tonları, badem çiçeğinin rengi olan beyaz ya da toz pembe, ya da Datça'nın denizini yansıtan turkuaz renginin açık tonları kullanılabilir.

Yine ortaya çıkan bir diğer sonuç, kaliteli turizm işletmelerinin azlığıdır. İşletmelerde hizmet kalitesinin artırılması için turistlerin beklentileri ve ihtiyaçları dikkate alınmalı, onların istek ve şikayetleri dinlenmelidir. Bunun yanı sıra işletmelerde kalifiye personel istihdam ettirilmesi son derece önemli bir husustur.

Her şeyden önemlisi ülke genelinde iç turizmin "kriz savar" bir kavram olmaktan çıkması, dış turizmin destekleyicisi ve hatta öncüsü olarak gereken önemin gösterilmesi gerekmektedir.

Daha genel çerçevede Türkiye'nin iç turizm pazarının analiz edilmesi, yerli turist profilinin belirlenmesi, turistlerin beklentilerinin ve eğilimlerinin değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Bu noktada sözü edilen konularda araştırma yapmaya daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır. İleride yapılacak olan çalışmalarda diğer yörelerde de yerli turist talep profili derinlemesine incelenebilir ve turistlerin algıları değerlendirilebilir. Benzer özelliklere ve arz kaynaklarına sahip yöreler karşılaştırmalı bakış açısıyla ele alınabilir. Bunlara ek olarak yörede yer alan turizm işletmelerinin hizmet kalitesinin yerli turistler tarafından nasıl algılandığı, hangi alanlarda eksikliklerin olduğu boyutlar bazında ele alınarak çalışmalar gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Akman, A. Didem. (2007). *Turizm Gelişmesinin Yarattığı Doğal ve Kültürel Değişimler: Kaş Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Akyurt Kurnaz, Hande. (2013). *Hüzün Turizminin İç Turizme (İç Turizm Talebine) Etkisi: Çanakkale Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Albayrak, Aslı. (2014). Üçüncü Yaş Turistlerinin Otellere Bağlı Restoranlarında Yiyecek ve İçecekler ile İlgili Karşılaştıkları Sorunlar. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(31), 345-368.
- Andrews, Sudhir. (2007). *Introduction to Tourism and Hospitality Industry*. New Delhi: Tata McGraw Hill Publishing.
- Aslan, Zeynep. (2015). Önsöz. Zeynep Aslan (Editör). *Genel Turizm*. Birinci Basım, Ankara: Grafiker Yayınları, 1-10.
- Avcıkurt, Cevdet. (2004). *Balıkesir Yöresi'nde Yerli Turist Profili Araştırması*, Cevdet Avcıkurt (Proje Yürütücüsü), Balıkesir Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi, Proje No: 2002/13, Balıkesir.
- Avcıkurt, Cevdet ve Barış Erdem. (2006). Turizmde Bölgesel Tanıtma Faaliyetlerinin İç Turizmi Geliştirmedeki Rolü: Eğirdir Yöresine İlişkin Bir Model Önerisi. 2. *Ulusal Eğirdir Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 2. Ulusal Eğirdir Turizm Sempozyumu (09–12 Kasım), Eğirdir, Isparta.
- Avcıkurt, Cevdet, Ahmet Köroğlu ve Mehmet Sarıoğlu. (2013). Türk Turizminin Dünya Turizmindeki Yeri. Şenol Çavuş, Zehra Ege ve Osman Eralp Çolakoğlu (Editörler). *Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim*, Ankara: Detay Yayıncılık, 1 -14.
- Avcıkurt, Cevdet. (2009). *Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım*. 3. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bahar, Ozan. (2007). Bölgesel Kalkınmada Turizm Sektörünün Ekonomik Açından Yeri ve Önemi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İLKE)*, Sayı:19.
- Barutçugil, İsmet S. (1984). *Turizm İşletmeciliği*. Gözden Geçirilmiş 2. Baskı. Bursa: Uludağ Üniversitesi Basımevi.

- Baysan ve Blitzer, (1990, 9). *Turkey's Trade Liberalization in the 1980s and Prospects for its Sustainability*. Tosun Arıcanlı and Dan Rodrik. (Eds.). The Political Economy of Turkey. London: Palgrave Macmillan, 9-36.
- Berber, Şakir. (2003). Sosyal Değişme Katalizörü Olarak Turizm ve Etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:9, 205-221.
- Bezirgan, Muammer. (2008). *Türk Turizminde İtici Bir Güç Olarak İç Turizm ve Altınoluk Yöresinde İç Turizme Katılanlara Yönelik Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Bıçkı, Doğan, Duygu Ak ve Serhat Özgökçeler. (2013). Avrupa'da ve Türkiye'de Sosyal Turizm. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:31, 49-73.
- Bui, Huong Thanh and Lee Jolliffe. (2011). Vietnamese Domestic Tourism: An Investigation of Travel Motivations. *ASEAS - Austrian Journal of South-East Asian Studies*, 4(1), 10-29.
- Carr, N. (1998). The Young Tourist: A Case of Neglected Research. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 4(4), 307-318.
- Crouch, Geoffrey I. and J. R. Brent Ritchie. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 44, 137-152.
- Çımat, Ali ve Ozan Bahar. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine bir Değerlendirme. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, Sayı:6, 1-18.
- Demirtaş, Diler. (2-5 Aralık 2010). Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri. *11. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, 11. Ulusal Turizm Kongresi, Kuşadası, 239-249.
- Doğaner, Suna. (1997). Türkiye'nin Dağlık Alanlarında Kış Turizmini Etkileyen Coğrafi Etmenler. *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Dergisi*, Sayı:5, 19-44.
- Filiz, Aysu. (2017). *Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı ve Tutumlarının Turizm Gelişim Yaklaşımları Kapsamında Değerlendirilmesi: Mazi Köyü- Türkbükü Karşılaştırmalı Analizi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Giritlioğlu, İbrahim. (2015). Turizmin Tarihsel ve Yapısal Gelişimi. Zeynep Aslan (Editör). *Genel Turizm*. Birinci Basım, Ankara: Grafiker Yayınları, 35-60.
- Gökdeniz, Ayhan. (2010). *Türkiye'de İç Turizmin Geliştirilmesi Çerçevesinde Ayvalık'ta Müşteri Arz ve Talebi Üzerinde Yapılan Ampirik Bir Araştırma*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Gülbahar, Onur. (2009). 1990'lardan Günümüze Türkiye'de Kitle Turizminin Gelişimi ve Alternatif Yönelimler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 151-177.
- Gümüş, Sefer ve Nebahat Polat. (2012). *Sağlık Turizminde Pazarlama Değişkenlerine Bir Bakış ve İstanbul Örneği*. Birinci Basım, İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Güzel, Özlem. (2011). Türkiye'de İç Turizm Pazarı Analizi ve Pazarı Canlandırmaya Yönelik Alternatif Turizm Olanakları. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(16), 127-144.
- Harman, Serhat. (2014). Bağımsız Seyahat Eden Yerli Gezinlerin Seyahat Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(21), 107-128.
- Hazar, Atilla. (2016). *Çağdaş Değişimler ve Yenilenen Mevzuatlar Çerçevesinde Genel Turizm*. Geliştirilmiş ve Güncellenmiş 2. Basım, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Holden, Andrew. (2000). *Environment and Tourism*. First Press, London and New York: Routledge.
- <https://ockb.csb.gov.tr/datca-bozburun-ozel-cevre-koruma-bolgesi-i-2747> adresinden 12 Kasım 2018 tarihinde alınmıştır.
- https://stats.oecd.org/index.aspx?DataSetCode=TOURISM_DOMESTIC adresinden 20 Aralık 2018 tarihinde alınmıştır.
- <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,201140/yillik-bultenler.html> adresinden 05 Nisan 2018 tarihinde alınmıştır.
- http://www.mavibayrak.org.tr/tr/plajListesi.aspx?il_refno=48 adresinden 12 Kasım 2018 tarihinde alınmıştır.
- <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.657.pdf> adresinden 03 Nisan 2018 tarihinde alınmıştır.
- <http://www.muhasibetr.com/asnari-ucret/> adresinden 19 Temmuz 2018 tarihinde alınmıştır.
- <http://www.saturk.gov.tr/images/pdf/tyst/02.pdf> adresinden 25 Mayıs 2018 tarihinde alınmıştır.
- <http://www.sbb.gov.tr/Pages/KalkinmaPlanlari.aspx> adresinden 05 Nisan 2018 tarihinde alınmıştır.
- https://www.tbmm.gov.tr/tutanaklar/KANUNLAR_KARARLAR/kanuntbmmc042/kanuntbmmc042/kanuntbmmc04207467.pdf adresinden 03 Nisan 2018 tarihinde alınmıştır.

- https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turist-sayisi-ve-turizm-geliri/2003-2017-gelirsayi-ve-ortalama-harcama_68.html. adresinden 05 Nisan 2018 tarihinde alınmıştır.
- <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-201121/isletme-bakanlik-belgeli-tesis-konaklama-istatistikleri.html> adresinden 11 Mayıs 2018 tarihinde alınmıştır.
- Hudson, Simon and Brent Ritchie. (2002). Understanding the Domestic Market Using Cluster Analysis: A Case Study of the Marketing Efforts of Travel Alberta. *Journal of Vacation Marketing*, 8(3), 263-276.
- Huggett, Cliff and Deborah Pownall. (2010). *Teaching Travel and Tourism 14+*. First Press, England: McGraw-Hill Education.
- İstanbul Kalkınma Ajansı. (2012). *Türkiye ve İstanbul Bölgesinde Turizm*. İstanbul Kalkınma Ajansı Yayını.
- Jayapalan, N. (2001). *An Introduction to Tourism*. New Delhi: Atlantic Publishers and Distributors.
- Jerenashvili, Nino. (2014). Domestic Tourism in Georgia: Quantitative Analysis. *European Scientific Journal*, 2, 44-51.
- Karakahya, Erman. (2012). *Eskişehir'deki Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin İç Turizme Yönelik Algıları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Karaman, Sebahattin ve Nuray Tetik. (2008). Golf Turizmi. Necdet Hacıoğlu ve Cevdet Avcıkurt (Editörler). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. 1. Basım, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 411-432.
- Kaya, Muhammet Caner ve Orhan Batman. (2016). Sakarya'nın Kongre Turizmi Pazarı Arz Analizi: Yerel Paydaşlar Üzerinde Bir Araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi (JOBS)*, 4(1), 79-97.
- Kervankıran, İsmail ve Murat Çuhadar. (2017). Türkiye'de İç Turizmin Gelişimi ve Mekânsal İstatistik Yöntemlerle Analizi. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 1-18.
- Koçan, Nurhan. (2012). Karaca Mağarası'nın (Gümüşhane) Alternatif Turizm Kapsamında Değerlendirilmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 3(1), 37-44.
- Kozak, Nazmi, Meryem A. Kozak ve Metin Kozak. (2014). *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar*. 15. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köroğlu, Özlem. (2015). Turizmin Çeşitli Kriterlere Göre Sınıflandırılması. Zeynep Aslan (Editör). *Genel Turizm*. Birinci Basım, Ankara: Grafiker Yayınları, 111-178.

- Kuşlivan, Salih. (2016). *Türkiye'de Turizm*. Oktay Emir (Editör). Genel Turizm Bilgisi. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 178-213.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023, Eylem Planı 2007-2013*, <http://www.kultur.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0> adresinden 10 Haziran 2018 tarihinde alınmıştır.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (1-3 Kasım 2017). *3. Turizm Şurası, İç Turizm Komisyonu Raporu*, <http://turizmsurasi.kulturturizm.gov.tr/> adresinden 20 Mayıs 2018 tarihinde alınmıştır.
- Leuterio, C. Florida. (2007). *Introduction to Tourism*. First Press, Philippines: Rex Book Store.
- Mallou, Jesús Varela and Picón Prado y Teresa Braña Tobio. (2004). Segmentation of The Spanish Domestic Tourism Market. *Psicothema*, 16(1), 76-83.
- Maviş, Fermani, Halit Suavi Ahipaşaoğlu ve Nazmi Kozak. (2002). *Genel Turizm Bilgisi*. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- McIntosh, Robert W., Charles R. Goeldner and J.R. Brent Ritchie. (1995). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Milne, Simon and Irena Ateljevic. (2001). Tourism, economic development and the globallocal nexus: Theory embracing complexity. *Tourism Geographies*, 3(4), 369-393.
- Ndlovu, Joram, Elias Nyakunu and Ernie Heath. (2011). Strategies for Developing Domestic Tourism: A Survey of Key Stakeholders in Namibia *International Journal of Management Cases*, 12, 82-91.
- Öter, Zafer. (2001). *İç Turizmin Geliştirilmesinde Teşvik Seyahatlerinin Önemi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Özbay, Özden. (2008), Çapraz Tablo Analizi Nasıl Yapılır?: Pratik Bir Açıklama. *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, Güz, 9, 459-470.
- Özdemir, Mehmet Ali ve İsmail Kervankıran. (2011). Turizm ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi*, Sayı: 24, 1-25.
- Özdemir, Mehmet. (2013). Türkiye Turizminin 150'nci, Türkiye Turing Kulübü'nün 90'nci, Turizm Bakanlığı'nın 50'nci Yılı. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 126-140.
- Özdemir, Pınar. (1999). Türkiye'de İç Turizm. *Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 4(2), 159-168.

- Özel, Çağın Hale. (2010). *Güdülere Dayalı Yerli Turist Tipolojisinin Belirlenmesi: İç Turizm Pazarına Yönelik Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Pierret, Frédéric. (2011). *Some Points on Domestic Tourism*. http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/elements_on_domestic_tourism.pdf adresinden 22 Temmuz 2018 tarihinde alınmıştır.
- Puri, Manohar and Gian Chand. (2008a). *Tourism Management*. New Delhi: Global Media
- Puri, Manohar and Gian Chand. (2008b). *Travel and Tourism*. New Delhi: Global Media
- Rogerson, Christian M. (2015). Restructuring the Geography of Domestic Tourism in South Africa. *Bulletin of Geography, Socio-economic Series*, 29, 119-135.
- Sezgin, Mete. (2015). Turizm Kavramı ve Kapsamı. Zeynep Aslan (Editör). *Genel Turizm*. Birinci Basım, Ankara: Grafiker Yayınları, 15-32.
- Sinclair, M. Thea and Mike Stabler. (2002). *The Economics of Tourism*. London and New York: Taylor & Francis Group.
- Şahin, Gizem. (2017). *Artvin’de Yaşayan Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı ve Tutumları Üzerine Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Susan, Fatih. (2016). *Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü ve Balıkesir Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Taşlıgil, Nuran. (1995). Manisa'nın Termal Turizm Potansiyeli. *Türk Coğrafya Dergisi*, Sayı:30, 299-317.
- Tellioglu, Salih ve Mahmut Tekin. (2016). Türkiye’de İç Turizm Hareketlerinin İncelenmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(32), 488-507.
- Tunç, Azize ve Firuzan Saç. (1998). *Genel Turizm: Gelişimi-Geleceği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- TÜİK Hanehalkı Yurt içi Turizm Araştırması, <http://www.tuik.gov.tr/> adresinden 12 Mayıs 2018 tarihinde alınmıştır.
- UNWTO. (2004-2018). *Tourism Highlights*, UNWTO Publications.
- Ural, Ayhan ve İbrahim Kılıç. (2011). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS Veri Analizi*. 3. Basım, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Usta, Öcal. (2002). *Genel Turizm*. İzmir: Anadolu Matbaacılık.
- Uysal, Muzaffer and John L. Crompton. (1984). Determinants of Demand for International Tourist Flows to Turkey. *Tourism Management*, 5(4), 288-297.

Yaşar, İrfan. (1996). *İç Turizmin Geliştirilmesine Yönelik Ayvalık Yöresinde Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Yıldız, Zafer. (2011). Turizmin Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.



EKLER

EK 1. ANKET FORMU

Sayın Katılımcı,	
Hazırlanan anket, Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde "İç Turizm ve Datça Yöresinde Bir Uygulama" isimli Yüksek Lisans Tezi için yapılmaktadır. Kimlik bilgileriniz, bilimsel amaç dışında başka bir amaçla kullanılmayacaktır. Bu nedenle anketimizi gönül rahatlığı ile doldurabilirsiniz.	
Katılımınız için teşekkür ederiz.	
Orhan DİNÇ Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik ABD öğrencisi	Doç. Dr. Sebahattin KARAMAN Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Öğretim Üyesi

1. Cinsiyetiniz?

- Bay
 Bayan

2. Medeni durumunuz?

- Evli
 Bekar
 Diğer

3. Yaşınız?

- 24 yaş ve altı
 25-34 yaş aralığı
 35-44 yaş aralığı
 45-54 yaş aralığı
 55 yaş ve üzeri

4. Mesleğiniz?

- Memur
 İşçi
 Emekli
 Serbest meslek
 Ev hanımı
 Öğrenci
 İşsiz
 Diğer

5. Eğitim durumunuz?

- İlkokul mezunu
 Ortaokul mezunu
 Lise mezunu
 Önlisans mezunu
 Lisans mezunu
 Yüksek lisans /Doktora mezunu

6. Toplam aylık geliriniz?

- Geliri yok
 1300TL ve altı
 1301-2000TL arası
 2001-3000TL arası
 3001-4000TL arası
 4001TL ve üzeri

7. Datça'ya kaçınıcı gelişiniz?

- İlk kez
 İkinci kez
 Üçüncü kez
 Dördüncü kez
 Beş ve üzeri

8. Datça'da kalınan/kalınacak gün sayısı?

- 1-3 gün
 4-6 gün
 7-10 gün
 11-15 gün
 15 günden fazla

9. Tatilinizi kiminle geçiriyorsunuz?

- Yalnız
 Ailemle
 Arkadaş grubumla

10. Datça Yöresine Yönelik Tatil Kararı Alınmasında Etkili Olan Araçlar (birden fazla şıkkı işaretleyebilirsiniz)?

- Arkadaş/akraba tavsiyesi
 Daha önceki deneyimler
 Görsel ve yazılı basın
 İnternet
 Seyahat acentası
 Diğer

11. Datça yöresine tatile geliş ayları (birden fazla şıkkı işaretleyebilirsiniz)?

- Mayıs Ağustos
 Haziran Eylül
 Temmuz Ekim
 Diğer

12. Datça yöresine tatile geliş dönemleriniz (birden fazla şıkkı işaretleyebilirsiniz)?

- Hafta sonları Yıllık izinler
 Günübürlük Yaz tatili
 Resmi tatiller Diğer

13. Tatile gelirken kullandığınız ulaşım turu?

- Kendi aracım Otobüsle
 Uçakla Gemiyile
 Diğer

14. Tatil için Datça yöresini seçme nedenleriniz?

- Eğlence-dinlenme
 Ziyaret
 Sağlık
 Spor
 Doğal çekicilik
 Kültürel çekicilik
 Yazlık sahibi olma
 Diğer

15. Datça'daki tatiliniz süresince nerede konaklıyorsunuz?

- Otel/Motel Kamu kampları
 Pansiyon Yazlık
 Kamping Apart otel
 Diğer

16. Eğer yazlıkta kalıyorsanız mülkiyet durumunuz nedir?

- Sahibiyim
 Sahibi değilim, fakat kira ödemiyorum
 Kiracıyım

18. Datça yöresindeki tatiliniz boyunca gerçekleşen toplam harcama miktarınız?

- 1000TL altı
 1001-1500TL arası
 1501-2000TL arası
 2001TL ve üzeri

20. Datça'da geçirmekte olduğunuz tatilin memnuniyet derecesi nedir?

- Kesinlikle memnunum
 Memnunum
 Kararsızım
 Memnun değilim
 Kesinlikle memnun değilim

21. Tekrar Datça'ya gelmeyi düşünür müsünüz?

- Kesinlikle evet
 Evet
 Kararsızım
 Hayır
 Kesinlikle hayır

22. Hangi ilde ikamet etmektesiniz?

(.....)

- **Datça yöresinde geçirmekte olduğunuz tatil süresince elde ettiğiniz deneyimler sonucunda, lütfen aşağıdaki seçenekleri ucuzluk-pahalılık derecesine göre işaretleyiniz. (Her madde için tek bir işaretleme yapınız)**

	Çok Ucuz	Ucuz	Normal	Pahalı	Çok Pahalı
Datça'da yer alan konaklama tesisleri (otel, motel v.b.)					
Datça'da yer alan eğlence tesisleri					
Datça'da var olan alışveriş olanakları					
Datça içerisindeki ulaşım olanakları					
Datça'da yer alan yiyecek-içecek tesisleri					
Datça'da düzenlenen turlar-geziler					

- **Datça'da geçirmekte olduğunuz tatil süresince karşılaştığınız sorunları lütfen önem derecesine göre işaretleyiniz.** (Her madde için tek bir işaretleme yapınız)

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Konaklama tesislerindeki hizmet kalitesi yetersizdir.					
Ulaşım sorunu vardır.					
Gürültü kirliliği sorunu vardır.					
Genel olarak fiyatlar pahalıdır.					
Çevre kirliliği sorunu vardır.					
Altyapı sorunu vardır.					
Sağlıkla ilgili sorunlar vardır.					
Yeterli ve kaliteli turistik işletmelerin azlığı sorunu vardır.					
Yetersiz danışma ve halkla ilişkiler sorunu vardır.					
Herhangi bir sorun olmadı.					

- **Datça Yöresinin Turizm Açısından Daha Çekici Olabilmesi için Alınması Gereken Tedbirleri lütfen önem derecesine göre işaretleyiniz.**(Her madde için tek bir işaretleme yapınız)

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Turizme yönelik tesislerin artırılması gerekmektedir.					
Doğal ve kültürel değerlerin korunması, turizme kazandırılması gerekmektedir.					
Yörenin tanıtımına önem verilmesi gerekmektedir.					
Turizm bilincinin yöre halkı arasında geliştirilmesi gerekmektedir.					
Ulaşım imkanlarının artırılması gerekmektedir.					
Turizm işletmelerinde kalifiyeli personel istihdam edilmesi gerekmektedir.					
Yerel yönetimlerin işletmelerde hijyen ve fiyat denetimleri yapması gerekmektedir.					
Belediyenin görüntü kirliliği yaratan düzensiz ve çarpık yerleşmeye izin vermemesi gerekmektedir.					
Altyapı eksikliklerinin en kısa zamanda giderilmesi gerekmektedir.					
Yerel yönetimlerin kitlelerin katılımını sağlayacak etkinliklere ağırlık vermesi gerekmektedir.					

Katılımlarınız ve ilginiz için teşekkür eder, iyi tatiller dileriz...