

-ARAŞTIRMA MAKALESİ-

**İÇ TURİZM VE DATÇA YÖRESİNDE BİR UYGULAMA\***

**Sebahattin KARAMAN<sup>1</sup>**

Doç.Dr.

Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi

E-mail: [skaraman@balikesir.edu.tr](mailto:skaraman@balikesir.edu.tr)

ORCID ID: 0000-0002-0668-6707

**Orhan DİNÇ**

Uzman

Balıkesir Üniversitesi Yükseköğretim Vakfı Yurt Müdürlüğü

E-mail: [dncorhan@hotmail.com](mailto:dncorhan@hotmail.com)

ORCID ID: 0000-0001-2354-6798

**Öz**

*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. Araştırma bulgularına göre Datça yöresindeki turistik mal ve hizmetlerin fiyat düzeylerinin yerli turistler tarafından normal düzeyde algılandığı belirlenmiştir. Katılımcılara göre yörenin en büyük sorununun sağlık işletmesi sayısının yetersiz olduğu tespit edilmiştir. İkinci sırada kaliteli turistik işletmelerin sayıca az olması gelmektedir. Katılımcılar yörede alınması gereken en önemli tedbir konusunda düzensiz kentleşmenin önüne geçilmesi gerektiğini ifade*

---

\* Bu makalede bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyulmuştur.

<sup>1</sup> **Sorumlu Yazar:** [skaraman@balikesir.edu.tr](mailto:skaraman@balikesir.edu.tr)

**Atıf (APA):** Karaman, S. & Dinç, O., (2022), İç Turizm ve Datça Yöresinde Bir Uygulama, Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 14 (2): 146-179, <https://doi.org/10.55978/sobiadsbd.1026066>.

**Lisans:** Bu makalenin kullanım izni Creative Commons Attribution-NoCommercial-NoDerivs 3.0 Unported (CC BY-NC-ND3.0) lisansı aracılığıyla bedelsiz sunulmaktadır.

*etmişlerdir. Bir diğer önemli gördükleri önlem, doğal ve kültürel varlıkların korunması gerekliliği olmuştur.*

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

**Alan Tanımı:** Turizm

## DOMESTIC TOURISM AND AN APPLICATION AT DATÇA REGION

### **Abstract**

*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 findings revealed that participants perceived the prices of tourism product and services at Datça province at a normal level. According to the participants, the most important problem of Datça was insufficient number of health enterprises. The second one was scarceness of the high quality tourism establishments. Participants expressed that the most important precaution for Datça was to prevent unplanned urbanization. The other precaution was to preserve natural and cultural values.*

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

**JEL Codes:** Z32

### **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 sektör haline gelmiştir.

Türkiye'de iç turizmin yeterli düzeyde gelişme gösterememesinin en önemli nedenleri genellikle döviz getirisi nedeniyle dış aktif 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 ( Güzel,2011:131; Karakahya,2012:40). Bunun sonucu olarak Türkiye dış turizm konusunda hızla gelişme gösterirken, iç turizmde aynı gelişme hızını yakalayamamıştır.

Buradan hareketle hazırlanan bu çalışmada Türkiye'de iç turizmin önemini vurgulamak ve iç turizmin geliştirilmesi için yerli turistlerin, ( yılda tatile çıkış sıklığı, konaklama tercihleri, tatil tercihlerinde etkili olan faktörleri, kullandıkları ulaşım araçlarını, tatilcilerin gittikleri yörede memnuniyetleri ve tekrar ziyaret etme istekleri vb.) tatil profillerini ortaya koyarak gelişimine katkı sağlamak hedeflenmiştir.

## 2. İÇ TURİZM

Dünyada çok hızla gelişme gösteren sektörlerden olan turizm, ekonomik, sosyal ve kültürel olarak katkıları dolayısıyla ülkelerin öncelikli önem verdiği bir sektör durumuna gelmiştir .

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 (McIntosh, Goeldner ve Ritchie, 1995: 24; Usta, 2002: 3; Bezirgan, 2008,:7; Demirtaş, 2010: 239).

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 bölgelerarası 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).

Turizm, ülkeye sadece döviz kazandıran ekonomik bir aktivite değildir. Aynı zamanda ülkeler arasında sosyal ve kültürel gelişimin önemli bir aracı, 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 (Özdemir ve Kervankıran, 2011:4; Filiz, 2017:25).

Turizm, ziyaret edilen yerlere göre iç turizm ve dış turizm olarak ikiye ayrılabilir. Ayrıca dış turizm, dış aktif turizm, sürekli ikamet edilen ülkenin dışında diğer ülkeleri ziyaret etmeleri olarak ifade edilirken, dış pasif turizm yurtiçinden insanların yurtdışına ziyaret amaçlı çıkmalarıdır ( Köroğlu, 2015:113). İç turizm, ülke içinde vatandaşların sürekli olmamak üzere ziyaret (tatil) amaçlı yer değiştirmelerinden doğan olaylar bütünü olarak tanımlanabilir.

İnsanların turistik ihtiyaçlarını karşılayabileceği hizmetler ve turizm arzı, hem yerli halkın hem de ülke dışından gelen yabancıların beğenisine ve talebine sunulmaktadır. Dolayısıyla temel şartlar ve ihtiyaçlar konusunda ikisi de aynı noktalarda birleşir ve aynı fonksiyonları başarır. Yaygın kullanılan bir ifade ile "iç turizm, dış turizmi hazırlar". Bu açıdan iç turizm dış turizmin dinamiğidir denilebilir (Yaşar, 1996: 18).

İç turizm, bireylerinin kendi ülkeleri içinde seyahatlerinden doğan faaliyet ve hizmetlerden oluşmaktadır. Bir ülkede iç turizmin gelişmesi için, o ülkede gerekli olan altyapı ve üstyapı imkânlarının olması, ulaşım ve iletişim sistemlerinin gelişmesi, vatandaşların bilinçlenmesi ve nitelikli turizm personelinin eğitilmesi gerekmektedir (Akyurt Kurnaz, 2013:3).

1983 yılında Dünya Turizm Örgütü Genel Kurulu'nun Yeni Delhi'de yapılan beşinci toplantısında da yerli turist tanımlanmıştır. Bu tanıma göre yerli turist, " ülkedeki insanların sürekli kaldığı yerden farklı bir yere gelir sağlama amacı olmayan bir günden (24 saat) kısa olmamak ve bir seneyi geçmemek üzere ziyaretçi olan ve seyahate çıkış amacı eğlenmek, dinlenmek, tatil, sportif aktivite, eş-dost ve akrabaları ziyaret, çeşitli özel görevler, toplantı, sağlık, dinsel amaçlı olarak sınıflandırılan kişilere denir (Yaşar, 1996:19).

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 günümüzde özellikle gelişmiş ülkeler için iç turizm, turizm endüstrisinin temel yapıtaşı olarak görülmektedir (Yaşar, 1996:19; Hudson ve Ritchie, 2002:264). 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).

### **2.1. İç Turizmin Önemi**

Turizmde gelişme göstermiş ülkeler, yurtdışından ziyaretçi gelmesi kadar kendi vatandaşlarının da seyahat ve turizm amaçlı tatile çıkmalarına da özen göstermektedirler. Ülke içindeki vatandaşlarına tatil olanağı sunmayan, vatandaşlarının tatil gereksinimlerini karşılamayan ülkelerin turizmde başarılı olmaları beklenmemektedir. İç turizmde potansiyel talebinin olması ve talebin aktif hale gelmesi, turizm endüstrisinin dış pazarlara ve işletmelere olan bağımlı olmasını azaltmaktadır. İç turizme yönelik yapılan tüm alt ve üst yapı yatırımları ülkeye yönelik dış aktif turizm talebinin karşılanmasında da arz kapasitesinin oluşumunu olumlu etkilemektedir. Çünkü iç turizmin gelişimi için altyapı yatırımları, turizm personeli eğitimi, sabit sermaye birikimi, aynı zamanda dış turizmin geliştirilmesi için de bir zemin oluşturmaktadır ( Pierret, 2011: 3). Bu nedenledir ki bir ülkede dış turizm geliştirilmek isteniyorsa o ülkede öncelikle iç turizm endüstrisinin geliştirilmesi gerekmektedir (Yaşar, 1996:19). Ayrıca iç turizmi gelişmiş bir ülke turizm endüstrisi için dış talep dalgalanmalarında oluşan olumsuzluklardan az etkilenerek; turizmin endüstrisinin sağlam bir şekilde gelişmesi sağlanacaktır. Uluslararası ortaya çıkan politik ve ekonomik krizlerin

etkisini turizmde azaltmak amacıyla; iç turizmin geliştirilmesi için daha büyük adımlar (seyahat acentası sayıları artmış, erken rezervasyon çalışmaları yoğunluk kazanmış, iç Pazar için iletişim kanalları etkin bir şekilde kullanılmaya başlanmış) atılmaya başlanmıştır (Tellioglu ve Tekin, 2016: 497). İç turizm ekonomik, doğal, politik, sağlık alanındaki krizlere daha az duyarlıdır. İç turizm talebi daha istikrarlıdır (Avcıkurt, 2004:4).

İç turizm faaliyetlerinin gelişimi ile ülke içinde doğrudan yatırım yapan turizm işletmeleri, uluslararası turizm piyasasındaki işletmeleri ile tam rekabet edebilmesi ve ayakta durabilmesi için de çok gereklidir. İç turizm gelişimi sayesinde ülke içine yönelik hizmet sunan turizm işletmeleri, hizmet kalitesi , müşteri memnuniyeti, tüketici hakları ve iletişim gibi alanlarda gelişme imkanı bulmaktadırlar. Yurtiçinde birbirleri ile sıkı rekabet eden turizm işletmeleri, uluslararası rakipleri ile de rekabet edebilme yönünde tecrübe kazanmış olarak ayakta kalabilirler.

Bu katkıların haricinde, iç turizme katılan kişiler, ülkenin kültürel ve doğal güzelliklerin korunması ve somut ve somut olmayan kültürel değerlerini öğrenmelerine yardımcı olan, iş yaşamında verimliliklerini artıran, sosyal katkısı yüksek olan bir turizm şeklidir (Kozak vd.,2014:12). İç turizm insanların sosyal, kültürel ve ekonomik çevrelerini daha iyi tanımalarına, bölgeler arası farklılıkların bilincine varılarak ulusal birlik için yaşamalarına ve milli dayanışmanın sağlanmasına yardımcı olmaktadır. Bir ülkede yaşayan insanlar iç turizm sayesinde farklı bölgelerde yaşayan yurttaşların gelenek, görenek ve yaşam tarzı farkları ile de tanışmaktadır ( Özdemir, 1999:160). İç turizm aracılığı ile bölgeler veya yöreler arasındaki farklı kültürlere mensup insanlar birbirlerini daha yakından tanıyabilir ve birbirlerini üzerindeki yanlış bilgi ve düşünceleri onarma ortamı oluşur.

## **2.2. Türkiye'de İç Turizmin Gelişimi**

Türkiye'de hem döviz getiri etkisi olmaması, hem de tatil kültürü açısından turizm, sosyal ve ekonomik şartlar yeterli gelişme gösteremediği için iç turizm gelişimi yavaş seyretmektedir. (Kervankıran ve Çuhadar, 2017:3). Turizm gelişimi incelendiği zaman, iç turizm faaliyetlerinin dış aktif turizm olmadan önce de mevcut olduğu bilinmektedir. Genellikle sağlık turizmi amaçlı seyahat ve konaklamaların her döneminde turizm hareketleri bulunmaktadır. Termal turizm alanında en önemli örnek, Yalova kaplıcalarının Atatürk'ün direktifleri doğrultusunda sağlık turizmi amacıyla kullanıma başlanmıştır. (Kozak, vd., 2014:122). Diğer örnekler ise, Afyonkarahisar-Ömer kaplıcasının 1935 yılında

açılması, bununla birlikte Cumhuriyetin ilk yıllarında, Kocatepe ve Çiğiltepe gibi Başkomutanlık Meydan Savaşı'nın yapıldığı tarihi alanlar ve Frigya Vadisi Ankara'dan gelen ziyaretçilere, düzenli olarak eğitim ve kültürel amaçlı seyahat organizasyonlarının düzenlenmesi yerli ziyaretçilerin özellikle termal ve kültürel aktivitelere yönelik seyahatlere katıldıkları göstermektedir (Kervankıran ve Çuhadar, 2017:3).

1960 yılında yıllık ücretli izin hakkı yürürlüğe girmesi, deniz kıyılarına yönelik turizm amaçlı hareketliliğin başladığı görülmektedir. Devlet Memurları Kanunu'na göre devlet memurları haftalık çalışma süresi 5 gün olarak yasal düzenleme yapılmıştır. Böylelikle kamuda çalışanların bir kısmı hafta sonlarını kısa süreli turizm faaliyetlerine katılma imkanına kavuşmuşlardır (Kervankıran ve Çuhadar, 2017: 3). Türkiye'de turizm hareketliliği, Marmaris, Çeşme, Alanya ve Erdek gibi kıyılar da başlayan iç turizm, daha sonra Bodrum ve Kuşadası gibi sahil kesimlerini de içerisine alarak genişlemiştir (Kozak, vd., 2014:122).

1963 yılında planlı ekonomiye geçişteki birinci kalkınma planı ile birlikte iç turizmin geliştirilmesi için ve turizm talebinin ihtiyaçları karşılayabilecek düzeyde turizm arz imkanlarının artırılması yönünde planlama çalışmaları uygulamasına yer verilmiştir (Özel, 2010:104). Bu gelişim sayesinde döviz kazandırıcı etkeni sebebi ile dış aktif turizm öne çıkmış, dış turizmin gelişmesi amacıyla planlamalar yapılmıştır.

1980'li yıllarda ekonomi alanında yapılan bazı yasal düzenlemeler, ülkede turizmin önemini kavranmaya başlanmış, resmi ve dini tatillerde ve yıllık izin dönemlerinde yurttaşlar iç turizm hareketlerine daha da fazla katılmaya başlamıştır (Gökdeniz, 2010:14). Bunun yanı sıra Türkiye'deki iç turizm hareketlerinin gelişimi, gelişmiş ülkelerindeki çağdaş olarak nitelendirilen turizm hareketlerinden farklılık göstermektedir. Bu farklılık, Türkiye'de iç turizme hizmet eden ve oldukça yaygın olan "ikinci konut" ya da diğer ifade ile "yazlık ev" kullanımından kaynaklanmaktadır (Kozak, vd., 2014:122).

1990'da yaşanan körfez krizi, uluslararası turizm hareketliliğinin azalması sonucu Türkiye'de turizm sektörü büyük oranda etkilenmiş ve seyahat acentaları ve konaklama işletmelerini iç turizme yönelmiş ve iç turizm talebinin canlandırılması ile çare aramaya çalışmışlardır (Özel, 2010:106).

2000'li yıllarda iç turizmde indirimli satışların artması, seyahat acentalarının 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 otel konaklama sistemi, taksitli satış gibi

kolaylıklar da iç turizmi canlandırıcı faktörler olmuştur (Gökdeniz, 2010:15). Türkiye’de yabancı ziyaretçi sayısı bakımından dünya sıralamasında ilk on ülke arasında olmasına rağmen iç turizm gelişimi yeterli seviyede olmadığı saptanmaktadır.

### **2.3. Kamuda 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 (“Kalkınma Planları”, 2018),

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 aktif turizme daha çok ağırlık verildiği görülmektedir. İlkeler başlığı altında dış turizm döviz gelirlerinin, yabancı turist sayısı ve turistlerin ortalama harcamalarının 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 tahmin de bulunulmuş, yatırımlar bölümünde tahmini yerli turist sayısı yabancı turist sayısı ile birlikte ele alınarak gerekli konaklama kapasitesi hesaplanmıştır. Politika düzenlemeler kısmın da ise iç turizmin gelişimi ile ilgili maddelere 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 ağırlık verilerek, kamuda çalışanların kamu iktisadi teşekküllerinin eğitim ve araştırma tesisleri ( kamu kampları) ile tatilcilerin tatil harcamalarının azaltılması hedeflenmiştir. Böylelikle iç turizmin teşvik edilebileceği 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 sayısındaki yetersizlik ve turizm işletmelerinde

fiyatlar genel seviyesin yüksek olması nedeniyle iç turizm talebin yurtdışında seyahate yönlendiği belirtilmiştir. Planda ilkeler ve politikalar bölümünde kamu kuruluşlarına ait eğitim ve dinlenme kampların, iç turizm gelişiminde kârı ön plana çıkarmadan işletilmelerinin 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 kısmında kamu ve özel sektör çalışanlarının uygun imkanlarla tatil olanakları sağlamak amaçlanmıştır. Turizm istatistikleri ile ilgili sayıların yetersiz olması, bu konuda yurda gelen yabancılar ziyaretçiler ve işçi aileleri ile yurtdışına çıkan yurttaşlar hakkında detaylı ve güncel verilerin temin edilmesinde teknik imkânlarından yararlanılması ve iç turizm istatistikleri ile ilgili bilgilerin de toplanması planlanmıştır.

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

Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (1996-2000), Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (2001-2005), Dokuzuncu Kalkınma Planı'nda (2006-2013) ve Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (2014-2018) doğrudan yatırımların teşvik edilmesi ve tanıtma faaliyetleri ile iç ve dış turizmle ilgili düzenlemeler yer almaktadır.

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 de 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 (Turizm Şurası,2017),

- 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 turizmde tanıtma faaliyetleri, iç turizm piyasasının desteklenmesi, iç turizmdeki gelişmelerin takip edilmesi, 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>).

#### **2.4. İç Turizm ile İlgili Çalışmalar**

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, tespit edilen sorunların çözümü kolaylaştırıcı tedbirler almak amacıyla yapılmış yüksek lisans ve doktora tezi çalışmalarına da rastlanmıştır.

Türkiye'de iç turizmin mevcut durumunu ve talep profilini ortaya koymak ve iç 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 iç turizme yönelik istatistiksel verilere geniş ölçüde yer verilmiş, iç turizmin geliştirilmesi için çözüm önerileri sunulmuştur (Bezirgan, 2008:60; Gökdeniz, 2010:6; Özel, 2010:111).

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

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

Öter'in (2001), iç turizmin geliştirilmesinde teşvik seyahatlerinin önemini ele aldığı yüksek lisans tezi çalışmasında teşvik seyahatlerinin iç turizmi geliştirmek amacıyla nasıl kullanılacağı ve seyahat acentalarının bu konudaki bilgi düzeyleri araştırılmıştır. Elde edilen sonuçlar çerçevesinde iç turizmi geliştirmek amaçlı öneriler sunulmuştur.

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, güdüleri, seyahatin organize şekli ve seyahat acentası kullanımına ilişkin bulgulara ulaşılmış ve bu bulgulara dayanarak karşılaştırmalı bir değerlendirme yapılmıştır.

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).

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 (Gökdeniz, 2010:6).

Kızıllırmak tarafından 2008 yılında yapılan iç turizmin geliştirilmesine yönelik pazarlama amaçlı halkla ilişkiler uygulamalarını incelediği çalışmada, 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 kalan yerli turistlerden anket yoluyla veri toplanmış ve analizler yapılmıştır. Araştırmada tespit edilen bulgular sayesinde yerli turistlerin seyahat etmede etme güdüleri belirlenmiştir. Bu faktörler doğrultusunda iç turizm piyasasında "rahatlama arayanlar, çekingenler, başarı arayanlar, aile düşünleri, spor tutkunları, kaçış arayanlar" olmak üzere altı tip yerli turistin bulunduğu belirlenmiştir.

Karakahya (2012) gerçekleştirmiş olduğu lisansüstü tez çalışmasında Eskişehir'deki konaklama işletmeleri yöneticilerinin iç turizm yönelik algılarını saptamayı amaçlamıştır. Yapılan araştırma sonuçlarına göre, iç turizmle ilgili sorunları tespit etmek ve belirlenen etkenlerin çözümüne yönelik öneriler ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Türkiye İstatistik Kurumu Hanehalkı Yurt İçi Turizm araştırması her yıl I.Çeyrek Ocak-Mart, II.Çeyrek Nisan-Haziran, III.Çeyrek Temmuz-Eylül ve IV.Çeyrek Ekim-Aralık olarak dört dönem yapılmaktadır. TÜİK Hanehalkı Yurt İçi Turizm istatistik çalışmasında, seyahate çıkan kişi sayısı, seyahat sayısı, geceleme sayısı, ortalama geceleme sayısı, toplam harcama tutarı, paket tur harcaması, kişisel harcamalar ve seyahat başına ortalama harcama tutarlarını tespit etmektedir.

**Tablo 1:** 2018 Yılı Hanehalkı Yurt İçi Turizm İstatistikleri

Dönemler	Seyahat	Gecelem	Ortalama	Toplam	Paket Tur	Seyahat
----------	---------	---------	----------	--------	-----------	---------

	e Çıkan Kişi Sayısı (Bin)	e Sayısı (Bin)	Gecelem e	Harcama (Bin)	Harcamas ı (Bin)	Başına Ort.(TL )
I.Çeyrek	11876	112768	7.3	6300922	364631	407
II.Çeyrek	15047	111118	5.9	7370645	523991	392
III.Çeyrek	24999	333038	10.2	2113893	2390035	650
IV.Çeyrek	9333	76796	6.5	5455651	229165	467

Kaynak. www.tuik.gov.tr “Hanehalkı-Yurt-İçi-Turizm”,2019

Tuik 2018 yılı Hanehalkı Yurt İçi Turizm harcamaları içinde %81’ kişisel harcamalar ve % 9’u paket tur harcaması şeklinde gerçekleşmiştir. İç turizmde yerli turistlerin paket tur satın alarak tatile çıkış oranının düşük olduğunu göstermektedir. Ziyaret amaçlarının %58.9’u ile ilk sırada yakınları ziyaret amacıyla ilk sırada yer almaktadır. Seyahate çıkanların en çok arkadaş, akraba evinde konaklama yaptıkları tespit edilmiştir (“Hanehalkı-Yurt-İçi-Turizm”, 2019).

### 3.YÖNTEM

#### 3.1.Araştırmanın Yöntemi

İç turizm ile ilgili yapılan araştırma da nicel araştırma modelinden yararlanılmıştır. ikincil veri kaynaklarından yararlanılarak araştırmanın amacına uygun sonuçlar elde edebilmek için anket formu oluşturulmuştur. Anket formu ile elde edilen veriler ve bulgular analiz edilerek birincil verilere ulaşılmıştır. Bu doğrultuda, belirlenen araştırma evreninden kolayda örneklem alınmak suretiyle gerçekleştirilmiştir.

#### 3.2.Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Türkiye genelinde iç turizm kıyı kesimleri boyunca pek çok yerde gelişme göstermiştir. Araştırmanın Türkiye genelinde yürütülmesi hem zaman hem de bütçe olanakları açısından mümkün olamamasından dolayı araştırmanın evrenini 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.

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 değerlendirme dışı bırakılmıştır. Sonuç olarak 420 tane anket formu değerlendirmeye alınmıştır.

### **3.3. Veri Toplama Aracı ve Teknikleri**

Araştırmada veri toplamak amacıyla anket tercih edilmiştir.

Araştırmada kullanılan anket formu beş kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda yerli turistlerin demografik özelliklerini belirlemek amacıyla yöneltilen sorular yer almaktadır. İkinci kısımda katılımcıların Datça yöresinde geçirdikleri tatillerine yönelik profil belirlenmesi amaçlanmıştır. Anket formunun üçüncü kısmında yerli turistlerin, Datça yöresinde sunulan turistik mal ve hizmetlerin fiyat düzeylerini derecelendirmeleri istenmiştir ve bu bölümde toplam 6 ifade bulunmaktadır. Dördüncü kısımda Datça yöresine gelen yerli turistlerin yörede karşılaştıkları ya da gözlemledikleri sorunlar ile ilgili toplam 9 ifadeye yer verilmiştir. Son kısımda Datça yöresine gelen yerli turistlerin 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 kısımlarında kullanılan ifadelerde 1=kesinlikle katılmıyorum ile 5=kesinlikle katılıyorum arasında 5'li Likert tipi derecelendirme kullanılmıştır. İfadeler, Avcıkurt vd. (2004) tarafından 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 ankette yer alan ifadeler ile ilgili açıklamalar yapılmıştır. 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 frekans dağılımları, yüzde dağılımları ve aritmetik ortalama tekniklerinden 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 ortalama ve standart sapmalar belirlenmiştir.

## 4. BULGULAR VE YORUMLAR

İç turizmin gelişme göstermiş olduğu Datça yöresinde 2017-2018 yılları içinde yapılan anket çalışması sonucu elde edilen bilgiler analiz ve yorumlanmıştır.

**Tablo 2:** Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Cinsiyet	N	%	Yaş	n	%
Erkek	194	46,2	24 yaş ve altı	46	11,0
Kadın	226	53,8	25-34 yaş arası	105	25,0
Toplam	420	100,0	35-44 yaş arası	121	28,8
Medeni Durum	N	%	45-54 yaş arası	53	12,6
Evli	271	64,5	55 yaş ve üzeri	95	22,6
Bekar	149	35,5	Toplam	420	100,0
Toplam	420	100,0	Meslek	n	%
Öğrenim Düzeyi	N	%	Memur	123	29,2
İlkokul mezunu	9	2,1	İşçi	28	6,7
Ortaokul mezunu	12	2,9	Emekli	102	24,3
Lise mezunu	108	25,7	Serbest Meslek	100	23,8
Önlisans mezunu	24	5,7	Ev Hanımı	28	6,7
Lisans mezunu	216	51,5	Öğrenci	32	7,6
Lisansüstü mezunu	51	12,1	İşsiz	7	1,7
Toplam	420	100,0	Toplam	420	100,0

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

Katılımcıların yaş durumları incelendiğinde, %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.

Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde 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.

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.

**Tablo 3:** 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

Tablo 3'de görüldüğü gibi katılımcıların gelir durumlarını tespit etmek için anket formundaki soruya vermiş oldukları cevaplar analiz edildiğinde %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 (Tablo 1 'de öğrenci ve işsizlerin oranı %10 civarındadır) oranı %10,3'tür.

**Tablo 4:** 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, tablo 4'de 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.

**Tablo 5:** 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

Tablo 5'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. Anket soruları yüz yüze görüşme ile doldurulduğu için, katılımcıların 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.

**Tablo 6:** 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 yöneltmiş ve Tablo 6’da 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.

**Tablo 7:** Katılımcıların Datça Yöresini Tercih Etmelerinde Etkili Olan Faktörlerin Dağılımı

Tercih nedenleri	n	%
Tanıdık tavsiyeleri	212	40,40
Önceki deneyimler	220	41,98
Görsel ve yazılı basın	30	5,72
Seyahat acentası	-	-
İnternet	62	11,85
Toplam (Katılımcılar birden fazla seçenek işaretlemelerine olanak tanınmıştır)	494	100

Katılımcılara Datça yöresini tercih etmelerinde etkili olan faktörler ile ilgili soru yöneltmiş ve birden fazla şıkki işaretleyebilecekleri ifade edilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 7’de görülmektedir. Katılımcıların Datça yöresini tercih etmelerinde etkili olan faktörlerin başında %41,98’lik oran ile önceki deneyimler gelmektedir. Tanıdık tavsiyesi %40,40’lık oranı ile ikinci sırada yer almaktadır. İnternetin (%11,85) ve görsel/yazılı basının (%5,72) oranları ise daha düşük düzeyde kalmıştır. Elde edilen dikkat çekici bir başka bulgu ise seyahat acentalarının hiçbir katılımcı için etkili faktör olmamasıdır.

**Tablo 8:** Katılımcıların Datça Yöresine Geliş Aylarının Dağılımı

Geliş ayları	n	%
Mayıs	42	5,33
Haziran	88	11,18
Temmuz	191	24,26
Ağustos	257	32,65
Eylül	166	21,08
Ekim	33	4,20
Diğer aylar	10	1,3
Toplam (Katılımcılar birden fazla seçenek işaretlemelerine olanak tanınmıştır)	787	100

Katılımcılara yöneltilen geliş ayları ile ilgili soruda da benzer şekilde katılımcıların birden fazla şıkkı işaretleyebilecekleri belirtilmiştir. Buna göre katılımcıların yarısından fazlasının Datça yöresini ziyaret etmek için yaz aylarını tercih ettikleri belirlenmiştir. Ağustos ayında gelenlerin oranı %32,65, Temmuz ayında gelenlerin oranı %24,26'dır. Üçüncü sırada %21,08'lik oran ile Eylül ayı, dördüncü sırada ise %11,18'lik oranı ile Haziran ayı gelmektedir. Ekim ile Mayıs ayları da dahil olmak üzere diğer ayların toplam oranı ise %10,83 olarak gerçekleşmiştir.

**Tablo 9:** Katılımcıların Kullandıkları Ulaşım Türünün Dağılımı

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

Katılımcıların %66,9'u Datça yöresini ziyaretlerinde ulaşım aracı konusunda çoğu kendi araçları ile gelmeyi tercih etmişlerdir. Otobüs ile gelenlerin oranı %26,4 iken, uçak ile gelenlerin oranı sadece %6,7 olarak gerçekleşmiştir.

**Tablo 10:** Katılımcıların Datça Yöresine Geliş Nedenlerinin Dağılımı

Geliş nedeni	n	%
Eğlence/dinlenme	363	37,90
Ziyaret	84	8,75
Sağlık	38	3,95
Spor	7	0,72
Doğal çekicilik	316	32,98
Kültürel çekicilik	71	7,40
Yazlık sahibi olma	79	8,30
Toplam (Katılımcılar birden fazla seçenek işaretlemelerine olanak tanınmıştır)	958	100

Katılımcılara Datça yöresine geliş nedenleri ile ilgili yöneltilen soruda katılımcıların birden fazla şıkkı işaretleyebilecekleri ifade edilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 9'da verilmiştir. Tablo 10'da bakıldığında eğlence ve dinlenme amaçlı gelenlerin oranının %37,90 olduğu görülmektedir. Geliş amacı olarak ikinci sırada Datça yöresinde yer alan doğal çekicilikler %32,98 oranı gelmektedir. Bu iki neden, katılımcıların yaklaşık üçte ikisini oluşturmaktadır. Geri kalan katılımcıların %8,75'i yakınlarını ziyaret amaçlı, %8,30'u Datça'da yazlık sahibi olmaları nedeniyle, %7,40'ı kültürel çekicilikler nedeniyle, %3,95'i sağlık nedeniyle ve son olarak sadece yaklaşık %1'i spor amaçlı yöreye ziyarette bulunmuşlardır.

**Tablo 11:** 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

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.

**Tablo 12:** 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 tatilleri süresince harcama durumları ilgilendirilen anket sorusuna vermiş oldukları cevaplara göre , Tablo 12'de 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. Katılımcıların ortalama kalış süreleri 7-10 gün arasında değişmekte ve büyük bir çoğunluğu aileleri ile birlikte tatil yaptıkları için ortalama harcama miktar normal düzeyde olduğu saptanabilir.

**Tablo 13:** 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. Buna göre katılımcıların üçte biri (%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 (%2,3), diğer illerin toplamı %12.4 olduğu görülmektedir. Diğer seçeneğinde yer alan katılımcıların Afyon, Aksaray, Antalya, 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.

**Tablo14:** 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

Katılımcıların Datça yöresindeki tatillerinden memnuniyet düzeylerinin dağılımı incelendiğinde, katılımcıların yarıdan 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. En önemli bulgulardan birisi ise Datça yöresinde geçirdiği tatilden “Kesinlikle Memnun Değilim” ifadesine hiç kimse işaretlenmediği saptanmıştır.

**Tablo 15:** 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

Katılımcıların Datça yöresini tekrar ziyaret etme isteklerinin dağılımı ile ilgili 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.

**Tablo 16:** Fiyat Unsurlarına Ait İfadelerin Aritmetik Ortalama Değerleri

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

(x) Aritmetik Ortalama

1-Çok Ucuz 2-Ucuz 3-Normal 4-Pahalı 5-Çok Pahalı

Datça yöresine gelen yerli turistlerin turizme yönelik mal ve hizmetlerin fiyat unsurlarına verdikleri cevapların aritmetik ortalamaları görülmektedir. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların tüm ifadelerine normal ve pahalı arasında olacak düzeyde katılım gösterdikleri belirlenmiştir. Fiyat unsuru konusunda en yüksek ortalama "Datça'da yer alan yiyecek-içecek tesisleri" ifadesine aittir. Katılımcılar bu ifadeye 3,51 oranında katılım göstererek fiyatlarını pahalıya yakın cevaplar vermişlerdir. Katılımcılar fiyatlar genel düzeyinin en düşük ortalamaya sahip olan ( 3,16 ortalama ) "Datça içerisindeki yerel ulaşım olanakları" ifadesidir.

**Tablo 17:** Tatil Süresince Karşılaşılan Sorunlara Ait İfadelerin Aritmetik Ortalama Değerleri

İfadeler	A.O.(x)
1 Konaklama tesislerindeki hizmet kalitesi yetersizdir.	2,43
2 Ulaşım sorunu vardır.	3,05
3 Gürültü kirliliği sorunu vardır.	<b>2,42</b>
4 Genel olarak fiyatlar pahalıdır.	2,90
5 Çevre kirliliği sorunu vardır.	2,63
6 Altyapı sorunu vardır.	3,15
7 Sağlıkla ilgili sorunlar vardır.	<b>3,37</b>
8 Kaliteli turistik işletmelerin sayısı yetersizdir.	3,20
9 Yetersiz danışma ve halkla ilişkiler sorunu vardır.	3,05
Toplam	2,91

(x) aritmetik Ortalama

1-Kesinlikle katılmıyorum 2-Katılmıyorum 3-Fikrim Yok 4-Katılıyorum 5-Kesinlikle katılıyorum

Datça yöresine gelen yerli turistlerin yörede karşılaştıkları ya da gözlemledikleri sorunların aritmetik ortalamaları verilmiştir. Tablo 17'e göre katılımcılar verilen ifadelerle "katılmıyorum" ile "fikrim yok" düzeyinde katılım göstermişlerdir. toplam 9 ifadenin genel ortalaması 2,91 düzeyinde bulunmuştur. En yüksek aritmetik ortalamaya sahip olan ifade 3,37 ile "sağlıkla ilgili sorunlar vardır" ifadesidir. Katılımcılar Datça yöresinde en fazla sağlık sorunlarının olduğu ifadesi aslında sağlık tesislerinin yetersizliğinden bahsederek bu kaniya varmışlardır 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 (Tablo 16'da fiyatlar genel düzeyi "normal" olarak tespit edilmiştir. Bunun için ürün ve hizmetlerin genel seviyesinde bir sorun gözükmemektedir ). 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. En düşük sorun algısı gürültü kirliliğinin belirtilmesi Datça'nın tatilciler açısından sakin bir destinasyon olduğu kanısı saptanabilir.

**Tablo 18:**Datça'nın Turizm Açısından Daha Çekici Olabilmesi İçin alınması Gerekli Tedbirlere Ait İfadelerin Aritmetik Ortalama Değerleri

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

(x) Aritmetik Ortalama

1-Kesinlikle katılmıyorum 2-Katılmıyorum 3-Fikrim Yok 4-Katılıyorum 5-Kesinlikle katılıyorum

Datça yöresine gelen yerli turistlerin yörenin turistik açıdan daha çekici hale gelebilmesi için alınabilecek tedbirlerin aritmetik ortalamaları Tablo 18' de görüldüğü gibi katılımcılar ifadelere "fikrim yok" ve "katılıyorum" düzeyinde katılım sağlamışlardır. Ancak genel itibariyle ifadeler katılıyorum düzeyine daha yakın oranda gerçekleşmiştir. Tüm ifadelerin genel ortalaması da 3,81 düzeyinde "katılıyorum" a 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. Katılımcılar Datça yöresinde çok fazla turistik tesise yer verilmemesini istemelerinin temel nedeni kabalık ve gürültülü ortamların oluşmasını istememekte olduğu saptanmıştır.

## 5. 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 bulgular 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 hem de bayanlar 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 büyük çoğunluğunun evli olduğu görülmektedir. Yaş durumlarına bakıldığında yöreye gelenlerin büyük çoğunluğunun 25-44 yaş aralığı ile 55 yaş ve üzeri 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 gençlerin tercih ettiği adrenalinli ve hareketi yüksek aktivitelerden uzak bir imaja sahip olduğu sonucu çıkarılabilir.

Eğitim durumu değişkeni açısından değerlendirildiğinde katılımcıların yarısının lisans mezunu olması, yüzde yirmidört ile lise mezunu olması, tatilcilerin 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 düşünüldüğünde yörenin turizm bilincine sahip kişiler tarafından ziyaret edildiği söylenebilir.

Katılımcıların meslek dağılımlarına yönelik elde edilen bulgulara göre büyük çoğunluğunun memur, emekli ve serbest meslek çalışanlarından oluştuğu belirlenmiştir. Meslekleriyle doğru orantılı olarak gelir düzeyleri de yüksek olarak belirlenmiştir.

Yapılan araştırmada yerli turistlerin tatil profillerine ilişkin bulgular da ortaya konulmuştur. Buna göre katılımcıların yarısına yakınının Datça yöresine 5 kez ve üzerinde ziyarette buldukları tespit edilmiştir. Bu durum yörenin müşteri sadakati yüksek turistler tarafından tercih edildiğini göstermektedir. Bunun yanı sıra yöreye 5 kez ve üzerinde gelen katılımcıların neredeyse hepsinin yazlığa sahip olması da bu durumun muhtemel en önemli nedenidir.

Katılımcılar en fazla Datça yöresinde ortalama bir hafta 10 gün süre ile konaklamaktadırlar ki bu süre genel olarak turistler tarafından en çok tercih edilen konaklama süresidir. TUİK 2018 Hanehalkı Yurt İçi Turizm araştırması III.Çeyrek araştırmasında 10.6 geceleme tespit edilmiştir. Yapılan araştırmanın konaklama süresi ile ilgili bulgular TUİK 2018 araştırması ile örtüşmektedir. TUİK 2018 Hanehalkı Yurt İçi Turizm araştırmasının III.Çeyreği örnek alınmasının nedeni Datça yöresinde anket çalışmasının 2017 ve 2018 yaz döneminde olmasından dolayıdır. İkinci sırada ise 15 günden fazla kalanların geldiği belirlenmiştir. Bu kişilerin de neredeyse tamamına yakınının yazlık sahibi oldukları ve dolayısıyla daha uzun süreli kalış gerçekleştirdikleri tespit edilmiştir.

Katılımcıların üçte ikisi tatillerini aileleri ile geçirmektedirler ki bu sonuç Datça yöresinin çoğunlukla aileler tarafından tercih edilen bir yöre olduğunu kanıtlamaktadır. Nitekim evli olan katılımcıların neredeyse tamamının da yöreye ailesi ile geldiği belirlenmiştir. Bu durum Datça'nın terli turistler tarafından aileleriyle tatil yapabilecekleri bir yer olarak görüldüğünü göstermektedir.

Datça yöresini ziyaret eden katılımcıların yarısının önceki deneyimler ve tanıdık tavsiyeleri doğrultusunda yöreye geldikleri belirlenmiştir. Burada dikkati çeken bir başka bulgu hiçbir katılımcının seyahat acentasını işaretlememiş olmasıdır. Bu konuda seyahat acentalarının yetersiz kaldıkları söylenebilir. Ayrıca TUİK 2018 Hanehalkı Yurt İçi Turizm III.Çeyrek Araştırmasında seyahat acentası kullanım oranını çok düşük (%9) tespit etmiştir. Araştırmanın bulguları ile TUİK 2018 Hanehalkı Yurt İçi Turizm sonuçları arasında benzerlik bulunmaktadır.

Katılımcılar yöreyi özellikle yaz ayları olarak ifade edilen Ağustos ve Temmuz ayları ile Eylül 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.

Ulaşım türü olarak katılımcıların çoğunluğu Datça yöresine ağırlıklı olarak kendi özel araçları ile gelmeyi tercih etmektedirler. İkinci sırada otobüsü tercih edenler bulunurken, son sırada uçakla ulaşımı tercih edenler gelmiştir. Datça'da havaalanı bulunmaması, en yakın havaalanının Bodrum'da olması da bir dezavantaj olarak nitelendirilebilir.

Katılımcılar Datça'yı en fazla eğlence ve dinlenme amaçlı ve doğal çekicilikler nedenleriyle ziyaret etmektedirler. Datça'nın sahip olduğu doğal güzellikler, temiz deniz ve plajları da birer çekim unsuru olarak katılımcıları çeken nedenlerdendir. Ancak Datça'nın sahip olduğu kültürel çekiciliklerin bir çekim unsuru olarak çok düşük düzeyde kaldığı belirlenmiştir. Antik dönemde Karia bölgesi içerisinde kalan başta Knidos antik kenti olmak üzere pek çok antik kent bulunmakla birlikte Datça'nın doğal çekiciliği kültürel çekiciliğinin önüne geçmiş durumdadır. Bunda Datça'nın özel çevre koruma bölgesi olmasının ve mavi bayraklı plajlara sahip olmasının payı büyüktür. Bir diğer sonuç Datça'da ikamet eden yakınlarını veya tanıdıklarını ziyaret amaçlı gelişlerin de olmasıdır. TUIK 2018 Hanehalkı Yurt İçi Turizm araştırmasında yakınları ziyaret amacı ve konaklamaların arkadaş veya akraba evinde kaldığı tespiti ile benzerlik göstermektedir. 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 yarısı (%47.9) konaklama türü olarak otel/moteli tercih etmişlerdir. Yazlıkta konaklayanların oranı da %36 olarak gerçekleşmiştir. Pansiyon ve apart otellerin oranı daha düşük düzeyde olmakla birlikte kampingden yararlanan yok denecek kadar azdır. Bunun en büyük nedeninin araştırmanın kamp alanları dışında ana merkezlerde gerçekleştirilmiş olduğu düşünülmektedir. Yerli turistler, yazlık sahibi olmasalar da yazlığa sahip olan yakınlarını ziyaret ederek onların yanında konaklama imkanlarından yararlanmaktadırlar.

Katılımcıların Datça yöresinde gerçekleştirdikleri tatilleri süresince harcama düzeylerini belirlemeye yönelik (anket sorusu tatil süresince harcama tutarınız) sonucuna göre üçte ikisinin 2001TL ve üzerinde harcamada buldukları görülmektedir.

Datça yöresine gelen katılımcıların İstanbul (%33,3) ve Ankara (%26,2) illerinde ikamet ettikleri tespit edilmiştir. Bir diğer çarpıcı sonuç, yazlık sahibi olanların büyük kısmının da Ankara ve İstanbul illerinde ikamet ediyor olmalarıdır.

Katılımcıların neredeyse tamamının (%97,9) Datça yöresinde geçirdikleri tatillerinden memnun oldukları belirlenmiştir. Bu sonuç Datça'nın, yöreyi tercih eden turistlerin beklentilerini tam olarak karşılayabildiğinin bir göstergesidir. Katılımcıların yöreye tekrar gelme istekleri değerlendirildiğinde de benzer bir durum söz konusudur. Katılımcıların %93,1'lik kısmının yöreyi tekrar ziyaret etme isteğinde oldukları belirlenmiştir. Katılımcıların 420 kişi içerinden sadece 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 3,33 düzeyinde olduğu görülmektedir. Buna göre katılımcılar yöredeki mal ve hizmetlerin fiyatlarının normal düzeyde diğer bir ifade ile makul düzeyde olduğunu ifade etmişlerdir. Fiyat konusunda en yüksek ortalama 3,51 ile yiyecek-içecek konusunda gerçekleşmiştir. En düşük ortalama ise yerel ulaşım ağı ile ilgili ifadeye aittir. Datça'da genel itibarıyla 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 ulaşımına ihtiyaçlarını azaltmaktadır.

Katılımcıların Datça yöresi ile ilgili algıladıkları en büyük sorun sağlık hizmeti alacakları işletme sayının çok az olduğunu belirtmişlerdir. Nitekim Datça'da mevcut olan devlet hastanesi dışında herhangi bir özel sağlık kuruluşu bulunmamaktadır.

## 6. ÖNERİLER

- Son yıllarda tatil kültürü anlayışı gelişme göstererek iç turizme katılan kişi sayısında artışlar vardır. Seyahat acentaları ve turistik tesisler iç turizmin

geliştirilmesi için potansiyel tatilcilere promosyonlu turistik ürünlerle ulaşmaya çalışmalıdırlar.

- Turizm talebi kişisel gelir ile doğru orantılı olduğu için tatilcilere sunulacak hizmetlerde yüksek fiyat uygulamamalıdırlar. Çünkü tatilcilerin çoğu turistik yörelerde aşırı yüksek fiyatlardan memnun olmadıklarını belirtmektedirler.

- İç turizmde yazlık evlerin (ikinci konutların) yaygınlığı iç turizm gelişimine katkı sağlamaktadır. Ancak yaz döneminde kısa süre kullanılan ikinci konutlar atıl yatırım olarak kalmaktadır. Bu konutların yapılacak bir takım yasal düzenlemelerle iç ve dış aktif turizme kiralama yoluyla kazandırılması gerekmektedir. Ayrıca ikinci konut yapılarının sayılarının artırılmaması için özellikle yerel yönetimlerin imar iskan çalışmalarında yazlık ev yapımına kısıt getirmesi gerekmektedir.

- İç turizmin kriz döneminde alternatif bir pazar olarak görülmesi üzerine turistik işletmelerin her ortamda faaliyetini sürdürebilmesi için iç turizmin gelişimi desteklenmelidir.

- Basın ve sosyal medya araçları ile iç turizmde gelişme sağlamanın önemi vurgulanmalıdır.

- Üçüncü yaş ve genç kuşağın turizmin düşük olduğu sezonlarda iç turizme katılmaları desteklenmelidir. Çünkü üçüncü yaş ve genç kuşağın daha fazla serbest (boş) zamanı bulunmaktadır. Örneğin indirimli turistik ürünlerin sunulması veya düşük faizli veya faizsiz kredilerin kullanılması özendirilmelidir. Ayrıca turistik işletmeler kamu ve özel bankalarla antlaşma yaparak potansiyel iç turizm talebini harekete geçirebilirler. İç turizme katılan kişiler bankaların antlaşmalı olduğu turistik işletmelere düşük faizli kredilerle tatil yapma olanakları sağlanmalıdır. Özellikle kamu bankaları aracılığı ile iç turizm gelişimi sağlamak için faizsiz veya düşük faizli uzun vadeli kredi kullanmalıdır. Bu kredi turizme katılan kişiye değil direkt turizm işletmenin hesabına aktarılmalıdır.

- İç turizme katılan kişilerin çoğu özel araçlar ile seyahat etmekte oldukları için; turizmin gelişme göstermiş olduğu yörelerde trafik sorunları ve otopark ihtiyacı giderilmesi gerekmektedir.

- Turizmin gelişme gösterdiği kıyı yörelerinde özellikle yaz aylarında ( Haziran- Temmuz-Ağustos) sağlık tesislerindeki personelin sayılarının artırılması ile olası turizme katılan kişilerin sağlık problemlerinin yerinde çözüme kavuşturulabilir.

İç turizm ile ilgili yapılan araştırma çeşitli kısıtlardan dolayı sadece Datça yöresi ile sınırlı kalmıştır. İç turizmle ilgili yapılacak yeni araştırmalar farklı

bölgelerde, illerde veya yörelerde çalışmalar yürütülürse çok farklı sonuçlara ulaşılabilir.

## YAZARLARIN BEYANI

**Katkı Oranı Beyanı:** Yazarlar çalışmaya birlikte ortak katkı sağlamıştır.

**Destek ve Teşekkür Beyanı:** Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

**Çatışma Beyanı:** Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

## KAYNAKÇA

Akyurt Kurnaz, H. (2013). Hüzün Turizminin İç Turizme (İç Turizm Talebine) Etkisi, Çanakkale Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.

Aslan, Z.(2015). Önsöz. Zeynep Aslan. (Ed.). Genel Turizm. Birinci Basım: Ankara, Grafiker Yayınları, 1-10.

Avcıkurt, C. (2004). Balıkesir Yöresi'nde Yerli Turist Profili Araştırması, Cevdet Avcıkurt (Proje Yürütücüsü), Balıkesir Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi, Proje No, 2002/13, Balıkesir.

Avcıkurt, C.,Erdem, B. (09–12 Kasım 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: Eğirdir, Isparta.

Avcıkurt, C., Köroğlu,A.,Sarıoğlu,M. (2013). Türk Turizminin Dünya Turizmindeki Yeri. Şenol Çavuş, Zehra Ege ve Osman Eralp Çolakoğlu. (Ed.). Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim, (1 -14) : Ankara, Detay Yayıncılık.

Avcıkurt,C.(2009). Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım. 3. Baskı: Ankara, Detay Yayıncılık.

Bahar, O. (2007). Bölgesel Kalkınmada Turizm Sektörünün Ekonomik Açından Yeri ve Önemi. Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İLKE), Sayı,19.

- Bezirgan, M. (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.
- Çımat, A., Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine bir Değerlendirme. Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, Sayı,6, 1-18.
- Demirtaş, D. (2-5 Aralık 2010). Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri. 11. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, 11. Ulusal Turizm Kongresi, Kuşadası, 239-249.
- Filiz, A. (2017). Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı ve Tutumlarının Turizm Gelişim Yaklaşımları Kapsamında Değerlendirilmesi, Mazı Köyü- Türkbükü Karşılaştırmalı Analizi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Giritlioğlu, İ. (2015). Turizmin Tarihsel ve Yapısal Gelişimi. Zeynep Aslan. (Editör). Genel Turizm. Birinci Basım, : Ankara, Grafiker Yayınları, 35-60.
- Gökdeniz, A. (2010). Türkiye'de İç Turizmin Geliştirilmesi Çerçevesinde Ayvalık'ta Müşteri Arz ve Talebi Üzerinde Yapılan Ampirik Bir Araştırma : Ankara, Detay Yayıncılık.
- Gümüş, S., Polat, N. (2012). Sağlık Turizminde Pazarlama Değişkenlerine Bir Bakış ve İstanbul Örneği. Birinci Basım : İstanbul, Hiperlink Yayınları.
- Güzel, Ö. (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.
- Hudson, S., Ritchie, B. (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.
- Jerenashvili, N. (2014). Domestic Tourism in Georgia, Quantitative Analysis. European Scientific Journal, 2, 44-51.
- Karakahya, E. (2012). Eskişehir'deki Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin İç Turizme Yönelik Algıları. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

- Kervankıran, İ., Çuhadar, M. (2017). Türkiye’de İç Turizmin Gelişimi ve Mekânsal İstatistik Yöntemlerle Analizi. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 1-18.
- Kozak, N., Kozak, A., M., Kozak, M. (2014). Genel Turizm, İlkeler-Kavramlar. 15. Baskı: Ankara, Detay Yayıncılık.
- Köroğlu, Ö. (2015). Turizmin Çeşitli Kriterlere Göre Sınıflandırılması. Zeynep Aslan. (Editör). Genel Turizm. Birinci Basım: Ankara, Grafiker Yayınları, 111-178.
- Kuşlvan, S. (2016). Türkiye’de Turizm. Oktay Emir. (Ed.). 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, 10 Haziran 2018, <http://www.kultur.gov.tr> adresinden erişildi.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (1-3 Kasım 2017). 3. Turizm Şurası, İç Turizm Komisyonu Raporu, 20 Mayıs 2018 , <http://turizmsurasi.kulturturizm.gov.tr/> adresinden erişildi.
- McIntosh, R. W., Goeldner, C.R., Ritchie, B. (1995). *Tourism, Principles, Practices, Philosophies*: New York, John Wiley & Sons Inc.
- Ndlovu, J., Nyakunu, E., Heath, E. (2011). Strategies for Developing Domestic Tourism, A Survey of Key Stakeholders in Namibia *International Journal of Management Cases*, 12, 82-91.
- Öter, Z. (2001). İç Turizmin Geliştirilmesinde Teşvik Seyahatlerinin Önemi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Özdemir, M. A., Kervankıran, İ. (2011). Turizm ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi, Afyonkarahisar Örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi*, Sayı, 24, 1-25.
- Özdemir, M. (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, P. (1999). Türkiye'de İç Turizm. Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 4(2), 159-168.
- Özel, Ç.H. (2010). Güdülere Dayalı Yerli Turist Tipolojisinin Belirlenmesi, İç Turizm Pazarına Yönelik Bir Uygulama. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Pierret, F. (2011). Some Points on Domestic Tourism. 22 Temmuz 2018 ,[http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/elements\\_on\\_domestic\\_tourism.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/elements_on_domestic_tourism.pdf) adresinden erişildi.
- Puri, M., Chand, G. (2008a). Tourism Management: New Delhi, Global Media
- Puri, M.,Chand,G. (2008b). Travel and Tourism: New Delhi, Global Media
- Şahin, G. (2017). Artvin’de Yaşayan Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı ve Tutumları Üzerine Bir Araştırma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tellioğlu, S.,Tekin,M. (2016). Türkiye’de İç Turizm Hareketlerinin İncelenmesi. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 4(32), 488-507.
- UNWTO. (2004-2018). Tourism Highlights: UNWTO Publications.
- Ural, A.,Kılıç.İ. (2011). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS Veri Analizi. 3. Basım: Ankara, Detay Yayıncılık.
- Usta, Ö. (2002). Genel Turizm: İzmir, Anadolu Matbaacılık.
- Yaşar, İ. (1996). İç Turizmin Geliştirilmesine Yönelik Ayvalık Yöresinde Bir Uygulama. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- [https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turist-sayisi-ve-turizm-geliri/2003-2017-gelirsayi-ve-ortalama-harcama\\_68.html](https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turist-sayisi-ve-turizm-geliri/2003-2017-gelirsayi-ve-ortalama-harcama_68.html), 05 Nisan 2018 adresinden erişildi.
- <http://www.sbb.gov.tr/Pages/KalkinmaPlanlari.aspx>, 05 Nisan 2018 , adresinden erişildi.
- <https://data.tuik.gov.tr/Bulten?p=Hanehalkı-Yurt-İçi-Turizm>, 6 Ağustos 2019, adresinden erişildi.