



## İç Turizmde Demografik Değişkenlere Göre Tatil Tercihlerinin İncelenmesi: Yerel Halk Üzerine Bir Araştırma (Investigation of Holiday Preferences According to Demographic Variables in Domestic Tourism: A Research on Residents)

\*Muammer BEZİRGAN<sup>a</sup> 

<sup>a</sup>Balikesir Universtiy, School of Applied Disciplines, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Balıkesir/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:  
16.11.2018

Kabul Tarihi: 18.12.2018

### Anahtar Kelimeler

İç turizm  
Tatil tercihleri  
Yerli turist

### Öz

Bu çalışmanın amacı, iç turizm hareketlerine katılan yerli turistlerin demografik özelliklerinin tespit edilmesi ve bu doğrultuda yerli turistlerin seyahat ve tatil tercihlerinin demografik değişkenlere göre ne tür farklılıklar gösterdiğinin belirlenmesidir. Bu amaca ulaşmak için Balıkesir ili sınırları içerisinde yer alan Edremit Körfezi'nde kolayca örnekleme yöntemi ile belirlenen 602 kişi ile yüz yüze görüşülmüştür. Araştırmada tatil için tercih edilen bölgeler, tercih edilen konaklama tesisleri, tercih edilen pansiyon türü, tercih edilen turizm türü, tatil için ayrılan zaman ve tatil için harcanan günlük ücret konuları araştırılmış, katılımcıların demografik durumlarına göre tercihlerde farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Araştırma sonuçları; yerli turistlerin deniz-kum-güneş turizmine katılım niyetlerinin daha fazla olduğunu, tatil için tercih edilen bölgelerde Ege ve Akdeniz bölgelerinin birinci tercih durumunda olduğunu göstermektedir.

### Keywords

Domestic tourism  
Holiday preferences  
Local tourist

### Abstract

The aim of this study is to determine the demographic characteristics of the local tourists participating in the internal tourism movements and to determine the differences in the travel and holiday preferences of local tourists according to the demographic variables. In order to achieve this aim, 602 people were determined face to face in the Edremit Gulf which is located within the boundaries of Balıkesir province. In the study, the preferred regions for the holiday, preferred accommodation facilities, preferred type of hostel, preferred tourism type, time spent for holidays and daily wage issues were investigated and it was examined whether there was a difference in preferences according to the demographic status of the participants. The results of the research show that the domestic tourists have more intention to participate in sea-sand-sun tourism and the Aegean and Mediterranean regions are the first choice in the regions preferred for holiday.

\* Sorumlu Yazar.

E-posta: [muammerbezirgan@balikesir.edu.tr](mailto:muammerbezirgan@balikesir.edu.tr) (M. Bezirgan)

**Makale Künyesi:** Bezirgan, M. (2018). İç Turizmde Demografik Değişkenlere Göre Tatil Tercihlerinin İncelenmesi: Yerel Halk Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 552-567.

DOI: 10.21325/jotags.2018.323

## GİRİŞ

Bugün, Türkiye'deki turizm sektörü, dış turizme daha çok bağımlı ve ülkenin güney-batı ile batı bölgelerindeki kıyı bölgelerinde yoğunlaşmış bir endüstri haline gelmiştir ve bu bölgelerdeki en önemli ekonomik kalkınma faktörlerinden bir tanesidir (Seckelmann, 2002). Ancak Türk turizminin kıyı bölgelerde yoğunlaşması ve daha çok kitle turizminin var olmasından dolayı bazı sürdürülebilirlik sorunları ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte ülkede ve özellikle orta doğuda yaşanan gelişmeler, ülke turizmini olumsuz etkilemekte ve dış turizm talebi dalgalanmalar göstermektedir. Bu dalgalanmalardan Türk turizm sektörünü korumak için iç turizm bir paratoner görevi görebilir. İç turizm, ülkelerin turizm sektörlerine olumlu katkılar sağlayan ve dış turizmin desteklenmesinde bir yardımcı güç olarak kabul edilen bir olgudur (Tanrıverdi ve Oktay, 2002:123). Dünya'da en fazla turisti çeken ülkelerin iç turizm hareketlerine bakıldığında, iç turizm potansiyellerinin de yüksek olduğu görülmektedir. Avrupa'nın birçok ülkesi iç turizm ve dış turizm arasında sağlıklı bir denge oluşturmayı başarmıştır. Örneğin, Fransa'da seyahat pazarının yüzde 65'i, Almanya'da ise yüzde 47'si iç pazara aittir. İtalya, toplamda turizm hareketlerinden elde edilen 58 milyar Avro'luk cironun yüzde 65'ini iç pazardan elde etmektedir. Fransa'da turizm ekonomisinin üçte ikisini iç turizm oluşturmaktadır. Yıllardır bu olguyu göremeyen ülkemizdeki turizm işletmeleri ise ne yazık ki yerli turistleri çoğu zaman ana müşteri değil tali müşteri olarak görmüşlerdir (Güzel, 2011:128-129). Türkiye'de de son yıllarda yaşanan beklenmedik gelişmeler sonucunda, yabancı turistten daha çok gelir elde edilir anlayışı yok olmaya başlamış ve bu noktada turizm işletmeleri tarafından yerli turistlere verilen önem eskisine oranla artmaya başlamıştır (Babila, 2000: 2). Bununla paralel yerli turist profili ve yerli turistin tercihleri, turizm işletmelerinin pazarlama çalışmalarında önem arz etmeye başlamıştır. Turizm işletmelerinin yerli pazara verdiği önemin artmasıyla beraber iç turizm ve yerli turistler üzerine yapılan akademik çalışmaların sayısı da artmaya başlamıştır.

İç turizm sektöründe başarılı bir pazarlama çalışmasının yürütülmesi, yerli turistlerin tercih ve davranışlarında gözlemlenen değişimlerin tespit edilmesi ile mümkün olabilir. Farklı özellikler, farklı satın alma davranışları yahut farklı tutumlara sahip olan müşterilerin oluşturduğu turizm sektöründe, tüketicilerin karakteristik özellikleri ve hangi gereksinimlerle nasıl hareket ettiklerinin tespit edilmesi sektör için önem arz etmektedir (Güzel ve Köroğlu, 2015). Turist özelliklerinin değişmesi ve turizm çeşitlerinin artması ile birlikte turistlerin tercih edebilecekleri turizm türleri, tercih edilen pansiyon türlerinin neler olduğu, hangi turizm bölgelerinin tercih edildiği ve tatile ayrılan süreler farklılık göstermeye başlamıştır. Her turistin tatil motivasyonu farklı olabilir. Örneğin; bir turisti bir yörenin gastronomik çekicilikleri cezbederken, başka bir turisti aynı yörenin tarihi ve kültürel çekicilikleri cezbedebilir. 2015 yılında Amerika turizm pazarındaki tüketici talebini tahmin etmeye yönelik bir raporda, turistlerin artık fotoğraf çekmek ve etrafa bakmanın yanı sıra kültürü tecrübe etmek, yerel etkinliklere katılmak ve aktif katılımcılar olmak istedikleri belirtilmektedir (Altunel ve Kahraman, 2012).

Yerli turistlerin davranışlarının önceden tespit edilebilmesi, turist profillerine göre hangi turizm türünde hangi turistlerin yer alacağını bilenebilmesi, verilebilecek hizmetin turistlerin ihtiyaç ve isteklerine göre uyarlanabilmesi ve kaynakların verimli bir şekilde kullanılarak hizmet kalitesinin artırılması için seyahat motivasyonlarının belirlenmesi oldukça önemlidir (Rızaoğlu, 2003; Ahıpaşaoğlu, 2006; Doğan, Üngüren ve Yelgen, 2010; Tayfun ve Yıldırım, 2010; Kozak, 2010; Demir ve Kozak, 2011). İç turizmde tüketici tercihlerinin ortaya çıkarılması konaklama

ve diğer turizm işletmelerinin pazar bölümlendirme ve hedef pazar seçimini kolaylaştıracaktır. Bu sayede yerli turiste daha etkin pazarlama çalışmalarının yapılması mümkün olabilir. Ayrıca ülke halkının ülke içi turizminin hacim, değer ve özelliklerini saptamak ve ülkenin gidilen turistik yerlerine ilişkin bilgileri bireysel olarak elde etmek için iç turizm ölçümü gereklidir (Erdoğan, 1995). Buradan hareketle; bu çalışma özelinde, Balıkesir ili Edremit Körfezinde ikamet eden yerli halkın demografik özellikleri belirlenerek, seyahat ve tatil tercihlerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaca ulaşmak için çeşitli araştırma soruları geliştirilmiştir;

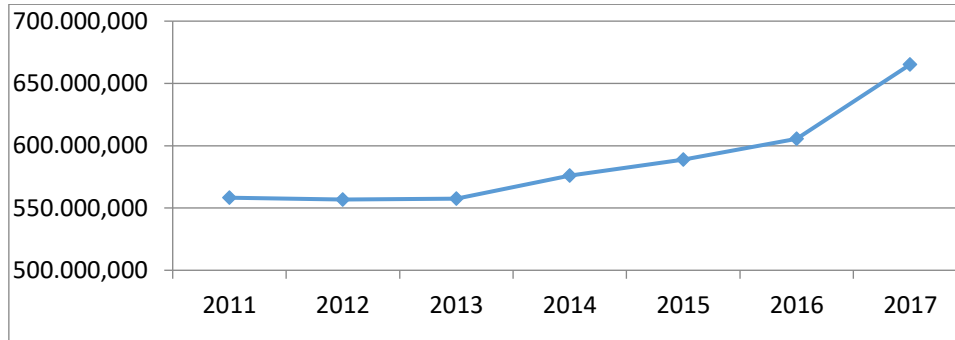
- Edremit Körfezinde yaşayan yerli halkın iç turizmde seyahat ve tatil tercihleri nelerdir?
- Edremit Körfezinde yaşayan yerli halkın iç turizmde seyahat ve tatil tercihleri demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?

## LİTERATÜR TARAMASI

İç turizm, ülkelerde gelirin yeniden bölüşülmesini sağlayarak ulusal ekonominin daha dengeli bir duruma gelmesine katkıda bulunur (Özdemir, 1999:159). İç turizmin ekonomik yararların yanı sıra, sosyal ve kültürel etkileri de son derece önemlidir. İç turizm, turizme katılan kişilerin ülkelerinin doğal ve kültürel değerlerini öğrenmelerine yardımcı olan ve sosyal faydası yüksek olan bir turizm şeklidir (Kuşluvan, 2002:3). Ayrıca iç turizmin gelişmesi sayesinde gelirin daha az gelişmiş bölgelere ve gelir düzeyi düşük olan kesimlere yayılması söz konusu olabilir. Böylece bölgeler arası dengeli bir kalkınma politikasının uygulanmasına olanak sağlar (Erdoğan, 1995:40).

Türkiye'de iç turizm pazarı uluslararası turizm pazarının hızlı büyümesinin bir sonucu olarak ihmal edilmiştir. Uzun yıllar boyunca, Türkiye'de yerli turistler, dış turizmin düşüş döneminde hatırlanan bir pazar olarak görülmüştür (Koç, 2003:90). Son yıllarda Türkiye'de yaşanan terör olayları, Rusya ile yaşanan sorunlar, Ortadoğu'da yaşanan iç karışıklıklar ve terör olayları Türk turizmine yönelik dış talepte ani düşüslere sebep olmuş ve sektör bu durumlardan olumsuz etkilenmiştir. Dış talepte yaşanan dalgalanmalara alternatif olarak iç pazara yönelen turizm işletmeleri, yerli turistin seyahat alışkanlıklarının değişmesiyle beraber daha fazla tatile çıkmasının da etkisiyle, yerli pazara yönelik kontenjanlarını günden güne arttırmakta ve yerli pazara yönelik pazarlama çalışmalarına daha fazla önem vermektedirler. Bu durumun bir sonucu olarak turizm sektöründe yerli turistin payı yabancı turiste göre giderek artmaktadır. Şekil 1'de 2011 ile 2017 yılları arasında yurtiçinde ikamet edenlerden yurtiçi seyahat yapanların geceleme sayıları verilmiştir.

**Şekil 1:** Yurtiçinde İkamet Edenlerden Yurtiçi Seyahat Yapanların Geceleme Sayıları, 2011-2017



**Kaynak:** TÜİK Hanehalkı Yurt içi Turizm Araştırması

TÜİK Hanehalkı Yurt içi Turizm Araştırması raporunda yer alan verilere göre yurtiçi seyahat sayıları ve geceleme sayıları yıldan yıla artış göstermektedir. 2017 yılında yurtiçi pazarda yapılan seyahat sayısı 77 milyon 179 bin sayısına ulaşmış, 2011 yılında 558 milyon 269 bin olan geceleme sayısı, 2017 yılında 665 milyon 194 bin olarak gerçekleşmiştir.

İç turizmde geceleme sayılarında yaşanan artışla beraber yurtiçi pazarda erken rezervasyon sayıları da yıldan yıla artış göstermektedir. TURSAB'ın 2014 yılında hazırladığı erken rezervasyon raporuna göre 2009 yılında Turizm Bakanlığının başlattığı erken rezervasyon kampanyası ile birlikte o güne kadar 300 bin yerli turist tercih ettiği erken rezervasyon sistemi ile tatile gidenlerin sayısı 2009'da 1 milyon kişiye çıkarken, 2013'te bu rakamın 2,5 milyona ulaştığı görülmektedir. Rapora göre Turizm sektörünün nihai hedefi ise Cumhuriyet'in 100'üncü yılında yani 2023'te bu rakamı 35 milyon kişiye, iç turizmden ekonomiye katkıyı da 35 milyar liraya ulaştırmak olarak belirtilmektedir (tursab.org.tr).

## **ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ**

Yerli turistlerin seyahat tercihlerini belirleyebilmek için araştırma alanı olarak Edremit Körfezinde yer alan Edremit, Burhaniye ve Ayvalık ilçeleri seçilmiştir. Keşfedici araştırma türü kullanılarak, öncelikle ikincil verilerin (kitap, makale vb) bir taraması ve değerlendirmesi yapılmıştır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Anket formları kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenen 650 kişiye uygulanmış, hatalı ve eksik doldurulan formlar elendikten sonra 602 adet anket formu değerlendirmeye alınmıştır. Çalışmada ana kütle sayısına göre çekilmesi gereken örneklem sayısı ile ilgili olarak Yazıcıoğlu ve Erdoğan'a göre (2004:50),  $a=0.05$  ve  $\pm 0.05$  örnekleme hataları için 10 milyon ve üstü evren büyüklüğünde 384 örneklem yeterlidir. Çalışmamızda örneklem sayısı 602'dir ve asgari örneklem sayısını sağlamaktadır.

Kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırma katılımcılarının demografik özelliklerini belirlemeye yönelik önermeler yer almaktadır. Anketin ikinci ve son bölümünde Aymankuy ve Ceylan'ın (2013) çalışmasından esinlenilerek oluşturulan tatil için tercih edilen bölgeler, tercih edilen konaklama tesisleri, tatil için ayrılan zaman ve tatil için harcanan günlük ücret soruları oluşturulmuş, tercih edilen pansiyon türü ve tercih edilen turizm türü soruları yer almaktadır. Anket 2016 yılı Nisan, Mayıs ve Haziran aylarında uygulanmıştır. Nisan, Mayıs ve Haziran aylarının seçilmesinin nedeni yerli turistler için önemli bir faktör olan okulların kapanmasına yakın bir dönem olması ve genellikle tatil planlarının yapılmaya başlandığı aylar olmasıdır. Anketlerin tümü bizzat yüz yüze görüşme yöntemi ile uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler, kodlanarak bilgisayara yüklenmiştir. Verilerin analizinde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla yüzde ve frekans analizlerinden, demografik özelliklerle göre tercih edilen turizm türleri ve diğer ifadeler için crosstabs analizinden, farklılık analizi sonuçları için ise ki-kare analizinden faydalanılmıştır. Verilerin analizinde istatistiksel analiz programı kullanılmıştır.

## **BULGULAR VE YORUMLAR**

Araştırmada öncelikli olarak katılımcıların demografik özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerine dair bulgular Tablo 1'de gösterilmektedir.

**Tablo 1:** Araştırma Katılımcılarının Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Kadın	% 53,8	Eğitim	İlköğretim	% 9,6
		Erkek		% 46,2	
Yaş	18 - 29	% 24,9		Ön lisans	% 19,9
	30 - 39	% 31,6		Lisans	% 31,6
	40 - 49	% 21,6		Lisansüstü	% 4
	50 - 59	% 14,6	Gelir (TL)	2000 ve altı	% 26,9
	60 - 69	% 5,6		2001 – 5000	% 50,5
	70 ve üstü	% 1,7		5001 – 10 000	% 17,9
		10000 ve üstü		% 4,7	
Medeni Durum	Evli	% 60,5	Tecrübe	Evet	% 50,8
	Bekâr	% 28,2		Hayır	% 49,2
	Boşanmış	% 11,3			

Katılımcıların demografik özelliklerine göre; katılımcıların % 53,8'ini kadınlar, % 46,2'sini ise erkekler oluşturmaktadır. Araştırma katılımcıları yaş gruplarına göre incelendiğinde; en yüksek oranla (% 31,6) 30 – 39 yaş arası katılımcıların olduğu, en düşük ise 70 yaş ve üzeri yaş grubunun (% 1,7) olduğu görülmektedir. Katılımcıların % 60,5'ini evliler, % 28,2'sini bekarlar, % 11,3'ünü ise eşlerinden boşanmış kişiler oluşturmaktadır. Araştırma katılımcılarının % 34,9'unun lise eğitimi, % 31,6'sının lisans eğitimi ve % 4'ünde lisansüstü eğitim aldığı tespit edilmiştir. 2001 – 5000 TL geliri olan katılımcıların toplam katılımcılar içerisindeki payı % 50,5'tir.

Araştırma analizlerinin devamında crosstabs analizleri yapılmış ve bulgular tablolaştırılarak çalışmada açıklanmaya çalışılmıştır. Katılımcıların tatil için tercih ettikleri bölgelere göre demografik özellikleri dikkate alınarak yapılan analiz bulguları Tablo 2'de gösterilmektedir.

**Tablo 2:** Demografik Değişkenlere Göre Tatil İçin Tercih Edilen Bölgeler

Değişkenler		Tatile Çıkarken Tercih Edilen Bölgeler							Toplam	Ki-kare
		Marmara Bölgesi (%)	Ege Bölgesi (%)	Akdeniz Bölgesi (%)	İç Anadolu Bölgesi (%)	K.deniz Bölgesi (%)	Değu Anadolu Bölgesi (%)	G. D. Anadolu Bölgesi (%)		
Cinsiyet	Kadın	8,7	22,7	12,7	2,3	3,3	3,7	0,7	53,8	0,49
	Erkek	8,3	11,7	13,3	3	3,3	3,7	2,7	46,2	
Yaş	18 - 29	4,3	11	5,7	1,7	1,7	0,7	0	24,9	0,01**
	30 - 39	6	11,3	10,3	1	1,7	0,7	0,3	31,6	
	40 - 49	3	5,7	6	1,3	1,7	3,7	0,3	21,6	
	50 - 59	3	4,7	2,3	1	0,7	2	1	14,6	
	60 - 69	0,7	1	1	0,3	1	0	1,7	5,6	
	70 ve üstü	0	0,7	0,7	0	0	0,3	0	1,7	
Medeni Durum	Evli	8,7	20,7	12,7	4,7	4,3	6,7	2,7	60,5	0,01**
	Bekâr	5	10,7	10	0,7	1	0,7	0,3	28,2	
	Boşanmış	3,3	3	3,3	0	1,3	0	0,3	11,3	
Eğitim	İlköğretim	2,7	2	0,7	0,7	0,7	2,7	0,3	9,6	0,01**
	Lise	8,0	12,7	6,3	2	2,3	1,7	1,7	34,9	
	Ön lisans	3,3	7	6	0,7	2	0,7	0,3	19,9	
	Lisans	2,3	11,7	11,3	1,7	1,7	2,3	0,7	31,6	
	Lisansüstü	0,7	1	1,7	0,3	0	0	0,3	4	
Gelir	2000 ve altı	5	9,3	5,3	1,7	2,3	3,3	0	26,9	0,05*
	2001 – 5000	11,3	15,3	13,3	2,3	3	3,3	2	50,5	
	5001–10000	0,7	8	5	1,3	1	0,7	1	17,9	
	10000 üstü	0	1,7	2,3	0	0,3	0	0,3	4,7	
Tecrübe	Evet	6,3	18	16,3	2,7	4	2	1,3	50,8	0,05*
	Hayır	10,7	16,3	9,7	2,7	2,7	5,3	2	49,2	

Tablo 2’de yer alan verilere göre; kadın katılımcıların % 22,7’si tatile çıkarken Ege bölgesini tercih ederken erkek katılımcıların % 13,3’ü Akdeniz bölgesini tercih etmektedirler. Katılımcıların tatil için tercih ettiği bölgeler yaş gruplarına göre ele alındığında 18 – 29 yaş, 30 – 39 yaş ve 50 – 59 yaş aralığına sahip katılımcıların büyük bir çoğunluğunun Ege bölgesini tercih ettikleri anlaşılmaktadır. 40 – 49 yaş aralığına sahip katılımcılar daha çok Akdeniz bölgesini tercih ederken, 60 – 69 yaş aralığına sahip katılımcıların çoğunluğunun Güneydoğu Anadolu bölgesini tercih ettikleri görülmektedir. Katılımcıların tatil için tercih ettikleri bölgeler medeni durumlarına göre ele alındığında evli ve bekarların büyük çoğunluğu Ege ve Akdeniz bölgelerini tercih etmektedir. Ege bölgesini tercih eden katılımcılar, eğitim ve gelir düzeylerine göre incelendiğinde; lise, ön lisans ve lisans eğitim düzeyine sahip katılımcıların büyük bir çoğunluğu ile 2000 TL ve altı, 2001– 5000 TL ve 5001–10000 TL arası gelir sahibi katılımcı tercihlerinin Ege bölgesi yönünde olduğu söylenebilir. Bununla birlikte tatile çıkmadan önce herhangi bir otel konaklamasını tecrübe etmiş kişilerin % 18’i Ege bölgesini, %16,3’ü Akdeniz bölgesini tercih ederken, daha önce her hangi bir otelde konaklama tecrübesi olmayan katılımcıların büyük bir çoğunluğu yine Ege bölgesini tercih etmektedir.

Demografik değişkenlere göre tatil için tercih edilen bölgelere verilen cevaplar arasında değişkenlere göre anlamlı farklılıklar bulunup bulunmadığına yönelik yapılan ki-kare analizi sonuçları incelendiğinde 0,01 anlamlılık düzeyine göre yaş, medeni durum ve eğitim değişkenlerinde, 0,05 anlamlılık düzeyine göre ise gelir ve tatil tecrübesi değişkenlerinde anlamlı farklılıkların olduğu, cinsiyet değişkeninde ise anlamlı farklılıkların oluşmadığı anlaşılmaktadır. Katılımcıların demografik özellikleri dikkate alınarak tatil için tercih ettikleri konaklama tesislerine dair yapılan analiz çıktıları Tablo 3’te gösterilmektedir.

**Tablo 3:** Demografik Değişkenlere Göre Tatil İçin Tercih Edilen Konaklama Tesisleri

Değişkenler		Pansiyon (%)	İkincil Konut (%)	Kamping (%)	Hostel (%)	Apart Otel (%)	Yıldızlı Oteller (%)	Tatil Köyü (%)	Toplam	Ki-kare
Cinsiyet	Kadın	11	13,3	2,7	0,3	6	15,7	5	54,1	0,52
	Erkek	7,3	12,3	1,7	1	8	12,3	3,3	45,9	
Yaş	18 - 29	2,7	4	2	0,7	5	8,7	1,7	25,1	0,04*
	30 - 39	7	6,7	2	0	5,7	7,3	3	31,4	
	40 - 49	4,3	7,3	0	0,7	2	5,7	1,3	21,6	
	50 - 59	1,3	7,3	0	0	1	3,7	1,3	14,6	
	60 - 69	1	2,7	0	0	0,3	1,3	0,3	5,6	
	70 ve üstü	0,3	0,7	0	0	0	0,3	0,3	1,6	
Medeni Durum	Evli	11,3	18	1,7	0,7	7	18,3	3,3	60,3	0,13
	Bekâr	6	5	1,7	0,7	5	6,3	3,7	28,4	
	Boşanmış	1	2,7	1	0	2	3,3	1,3	11,3	
Eğitim	İlköğretim	1,7	5	0	0	1	1	1	9,7	0,01**
	Lise	7,7	10,7	1,3	0,7	5,7	6,7	2	34,8	
	Ön lisans	3	6	2,3	0,0	3,7	2,7	2,3	20	
	Lisans	5,7	4	0,7	0,7	3,7	14	3	31,8	
	Lisansüstü	0,3	0	0	0	0	3,7	0	4	
Gelir	2000 ve altı	7,3	9	1,3	1	6	1	1,3	26,9	0,01**
	2001– 5000	9,3	14,7	3	0	6,7	12,3	4,7	50,7	
	5001–10 000	1,7	2	0	0,3	1,3	10,3	2	17,6	
	10000 üstü	0	0	0	0	0	4,3	0,3	4,6	
Tecrübe	Evet	5,3	7,7	1,7	0,7	4	24,7	6,7	50,8	0,01**
	Hayır	13	18	2,7	0,7	10	3,3	1,7	49,4	

Tablo 3'e göre; kadın katılımcıların % 15,7'si yıldızlı otelleri tercih ederken erkek katılımcıların %12,3'lük kısmı ikincil konut ve yıldızlı otelleri tercih etmektedir. Katılımcılar yaş grupları olarak ele alındığında 18 -29 yaş, 30 -39 yaş ve 40 -59 yaş aralığında olan katılımcılar yıldızlı otelleri, 60 yaş ve üstündeki katılımcıların ikincil konutları tercih ettiği anlaşılmaktadır. Evli olan katılımcıların % 18,3'ü yıldızlı otelleri, % 18'i ikincil konutları tercih etmektedir. Bekar katılımcıların % 6,3'ü yıldızlı otelleri, % 6'sı ikincil konutları tercih ederken, boşanmış katılımcıların büyük bir çoğunluğu da yıldızlı otelleri tercih etmektedir. Eğitim durumları ilköğretim, lise ve ön lisans olan katılımcılar ikincil konutları tercih ederken, lisans ve lisansüstü katılımcılar yıldızlı otelleri tercih etmektedir. 5000 TL'ye kadar gelir olan katılımcılar ikincil konutları, 5000 TL ve üstü gelire sahip olan katılımcılar yıldızlı otelleri tercih etmektedir. Daha önce konaklama tecrübesi olan katılımcılar yıldızlı otelleri tercih ederken, herhangi bir otel konaklaması tecrübesi olmayanlar ikincil konutları tercih etmektedirler. Katılımcıların konaklama türüne göre tatil tercihlerinin demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğine dair ki kare analizi sonuçları incelendiğinde 0,01 anlamlılık düzeyine göre eğitim, gelir ve tecrübe değişkenlerinde, 0,05 anlamlılık düzeyine göre ise yaş değişkeninde anlamlı farklılıkların oluştuğu, cinsiyet ve medeni durum değişkenlerinde ise anlamlı farklılıkların oluşmadığı görülmektedir.

Katılımcıların demografik özellikleri dikkate alınarak tatil için tercih ettikleri pansiyon türlerine dair yapılan analiz sonuçları Tablo 4'de gösterilmektedir.

**Tablo 4:** Demografik Değişkenlere Göre Tatil İçin Tercih Edilen Pansiyon Türü

Değişkenler		Sadece Oda (%)	Oda + Kahvaltı (%)	Yarım Pansiyon (%)	Tam Pansiyon (%)	Her şey Dahil (%)	Toplam	Ki-kare
Cinsiyet	Kadın	9,3	5,3	5	6,3	28	53,9	0,72
	Erkek	21,7	7,7	5,3	2	9,3	46	
Yaş	18 - 29	4,3	11	5,7	1,7	1,7	24,4	0,03*
	30 - 39	6	11,3	10,3	1	1,7	30,3	
	40 - 49	3	5,7	6	1,3	1,7	17,7	
	50 - 59	3	4,7	2,3	1	0,7	11,7	
	60 - 69	0,7	1	1	0,3	1	4	
	70 ve üstü	0	0,7	0,7	0	0	1,4	
Medeni Durum	Evli	8,7	20,7	12,7	4,7	4,3	51,1	0,43
	Bekâr	5	10,7	10	0,7	1	27,4	
	Boşanmış	3,3	3	3,3	0	1,3	10,9	
Eğitim	İlköğretim	2,7	2	0,7	0,7	0,7	6,8	0,01**
	Lise	8	12,7	6,3	2	2,3	31,3	
	Ön lisans	3,3	7	6	0,7	2	19	
	Lisans	2,3	11,7	11,3	1,7	1,7	28,7	
	Lisansüstü	0,7	1	1,7	0,3	0	3,7	
Gelir	2000 ve altı	5	9,3	5,3	1,7	2,3	23,6	0,01**
	2001-5000	11,3	15,3	13,3	2,3	3	45,2	
	5001-10 000	0,7	8	5	1,3	1	16	
	10000 ve üstü	0	1,7	2,3	0	0,3	4,3	
Tecrübe	Evet	6,9	20	24,3	2,7	4	57,9	0,01**
	Hayır	10,7	2,7	9,7	2,7	16,3	42,1	

Tablo 4 incelendiğinde; Kadın katılımcıların % 28'inin her şey dahil pansiyon tipini, erkek katılımcıların da % 21,7'sinin sadece oda pansiyon tipini seçtikleri görülmektedir. 18–59 yaş aralığında bulunan katılımcıların büyük bir çoğunluğu oda+kahvaltı pansiyon tipini seçerken, 60 yaş ve üzeri katılımcıların pansiyon tiplerini çok önemsemedikleri tablodan anlaşılmaktadır. Evli katılımcıların % 20'7'si oda + kahvaltı pansiyon tipini tercih ederken, bekar katılımcıların % 10,7'si oda + kahvaltı, % 10'u yarım pansiyon tercih etmektedir. Lise eğitim düzeyine sahip katılımcıların % 12,7'si oda+kahvaltı tercih etmektedir. Lisans ve ön lisans eğitimine sahip katılımcıların büyük bir çoğunluğu oda+kahvaltı ve yarım pansiyon tercih ederken, ilköğretim eğitimine sahip katılımcıların büyük çoğunluğu sadece oda pansiyon tipini tercih etmektedirler. Katılımcılardan 10000 TL ve üstünde gelir elde edenlerin büyük bir çoğunluğunun yarım pansiyon, 5001–10000 TL arası gelir elde edenler ile 2000 TL ve altında gelir elde edenlerin büyük bir çoğunluğunun oda+kahvaltı pansiyon tipini tercih ettikleri tablo 4'ten anlaşılmaktadır. 2001–5000 TL arası gelir elde eden katılımcılar sadece oda, oda + kahvaltı ve yarım pansiyon türlerini hemen hemen eşit miktarda tercih etmektedir. Daha önce herhangi bir otel konaklaması tecrübesi olan katılımcıların % 20'si oda + kahvaltı, % 24,3'ü yarım pansiyon tercih etmektedir. Herhangi bir tecrübesi olmayan katılımcıların ise % 16,7'si her şey dahil, % 10,7'si sadece oda pansiyon tipini tercih etmektedir. Katılımcıların pansiyon türüne göre tatil tercihlerinin demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğine dair ki kare analizi sonuçları 0,01 anlamlılık düzeyine göre eğitim, gelir ve tecrübe değişkenlerinde, 0,05 anlamlılık düzeyine göre ise yaş değişkeninde anlamlı farklılıkların oluştuğu, cinsiyet ve medeni durum değişkenlerinde ise anlamlı farklılıkların oluşmadığı anlaşılmaktadır. Katılımcıların demografik özellikleri dikkate alınarak tatil için tercih ettikleri turizm türlerine dair yapılan analiz çıktıları Tablo 5'te gösterilmektedir.

**Tablo 5:** Demografik Değişkenlere Göre Tatil İçin Tercih Edilen Turizm Türleri

Değişkenler		3S (%)	Kültür Turizmi (%)	Kayak Turizmi (%)	Yayla Turizmi (%)	Termal Turizm (%)	Spor Turizmi (%)	Kongre Turizmi (%)	Dini Turizm (%)	Aile Turizmi (%)	Toplam	Ki kare
Cinsiyet	Kadın	31,7	4,3	0,7	1,7	2,7	2	1	0	10	54	0,49
	Erkek	23	5,3	1,3	1,7	2	2,3	1,3	1	8	46	
Yaş	18 - 29	16,7	1,7	1	,7	,3	2,	0,	0	2,7	25	0,01**
	30 - 39	20,3	1	0,7	,7	,3	2,	1,3	0	5	31	
	40 - 49	11,7	1,7	0,3	,7	,3	,3	,7	0	6	21,7	
	50 - 59	5,7	3	0	,3	2,7	0	,3	,3	2,3	14,7	
	60 - 69	0,3	2,3	0	1	,3	0	0	,3	1,3	5,7	
	70 ve üstü	0	0	0	0	,7	0	0	,3	,7	1,7	
Medeni Durum	Evli	29	6,7	1	2,7	3,3	1,7	1,7	1	13,3	60,3	0,05*
	Bekâr	20	1,7	1	,3	,7	1,7	0	0	3	28,3	
	Boşanmış	5,7	1,3	0	,3	,7	1,	,7	0	1,7	11,3	
Eğitim	İlköğretim	3,7	1	0	,3	,7	0	0	0	4,	9,7	0,01**
	Lise	17,	1,3	0,7	1,7	2,7	1,3	,3	1	8,7	34,7	
	Ön lisans	10,3	3	,7	,7	,3	2,3	0	0	2,7	20	
	Lisans	21,7	3	,7	,7	1	,7	1,3	0	2	31,7	
	Lisansüstü	2	1,3	0	0	0	0	,7	0	0	4	
Gelir	2000 ve altı	15,7	0,3	,3	1	,7	1,3	0	0	7,7	27	0,01**
	2001 – 5000	26,7	4,3	1,7	1,7	3,3	2,7	1,7	1	7,7	50,7	
	5001–10 000	8,7	4,3	0	,3	,7	,3	,7	0	2,7	17,7	
	10000 ve üstü	3,7	0,7	0	,3	0	0	0	0	0	4,7	
Tecrübe	Evet	27,7	7	1,3	2	3,7	1,7	2,	,7	4,7	50,7	0,01**
	Hayır	27	2,7	,7	1,3	1	2,7	,3	,3	13,3	49,3	

Tablo 5'te yer alan verilere göre; kadın katılımcıların % 31,7'si, erkek katılımcıların % 23'ü, 18–29 yaş aralığındaki katılımcıların % 16,7'si, 30–39 yaş aralığındaki katılımcıların % 20,3'ü, 40–49 yaş aralığındaki katılımcıların % 11,7'si, 50–59 yaş aralığındaki katılımcıların % 5,7'si, evli katılımcıların % 29'u, bekar katılımcıların % 20'si, boşanmış olan katılımcıların % 5,7'si, lise eğitimi almış katılımcıların % 17'si, ön lisans eğitimi almış katılımcıların % 10,3'ü, lisans eğitimi almış katılımcıların % 21,7'si ve gelir düzeyi ile tecrübe değişkenlerinin tüm tercih gruplarının büyük bir çoğunluğunu 3S (Deniz–Kum–Güneş) turizm türünü tatillerinde tercih ettiği verilerden belirlenmiştir. Ayrıca 60–69 yaş grubu katılımcıların %2,3'ü kültür turizmini, ilköğretim mezunu katılımcıların % 4'ü ve evli katılımcıların %13,3'ü aile turizmini tercih etmektedir. Katılımcıların turizm türlerine göre tatil tercihlerinin demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğine dair ki kare analiz sonuçları incelendiğinde 0,01 anlamlılık düzeyine göre yaş, eğitim, gelir ve tecrübe değişkenlerinde, 0,05 anlamlılık düzeyine göre ise medeni durum değişkeninde anlamlı farklılıkların oluştuğu, cinsiyet değişkenlerinde ise anlamlı farklılıkların oluşmadığı anlaşılmaktadır. Katılımcıların demografik özellikleri dikkate alınarak tatil için tercih ettikleri tatil sürelerine dair yapılan analiz çıktıları Tablo 6'da gösterilmektedir.

**Tablo 6:** Demografik Değişkenlere Göre Tatil İçin Tercih Edilen Tatil Süreleri

Değişkenler		1-3 Gün (%)	4-7 Gün (%)	8-10 Gün (%)	11-14 Gün (%)	15-30 Gün (%)	30 ve fazla (%)	Toplam	Ki kare
Cinsiyet	Kadın	7,3	25,7	11	5,3	3,7	1	54	0,46
	Erkek	6,7	19	10,7	7,3	2	,3	46	
Yaş	18 - 29	5,3	12,7	4,7	1,7	,3	,3	25	0,67
	30 - 39	5,7	14,7	6,7	3,	1	,3	31,3	
	40 - 49	2	9,7	4,3	3,3	2,3	0	21,7	
	50 - 59	,3	6	4	2,7	1,3	,3	14,7	
	60 - 69	,3	1,3	1,3	1,7	,7	,3	5,7	
	70 ve üstü	,3	,3	,7	,3	0	0	1,7	
Medeni Durum	Evli	7	26	14,7	8,3	3,7	,7	60,3	0,69
	Bekâr	5,3	14	5	2,7	1	,3	28,3	
	Boşanmış	1,7	4,7	2	1,7	1	,3	11,3	
Eğitim	İlköğretim	1	4,3	1	2,3	1	0	9,7	0,04*
	Lise	6,3	16,3	6,3	4	1	,7	34,7	
	Ön lisans	4	7,7	5	2,7	,3	,3	20	
	Lisans	2	15,7	8	3,3	2,3	,3	31,7	
	Lisansüstü	,7	,7	1,3	,3	1	0	4	
Gelir	2000 ve altı	9	11	3,7	1,7	1	,7	27	0,01**
	2001–5000	4,	29,7	10,3	4,7	1,7	,3	50,7	
	5001–10 000	1	3,3	7	5	1	,3	17,7	
	10000 üstü	0	,7	2	1,3	1,7	0	4,7	
Tecrübe	Evet	3	21	14	8	4	,7	50,7	0,01**
	Hayır	11	23,7	7,7	4,7	1,7	,7	49,3	

Tablo 6 incelendiğinde; 60 yaş ve üstü grubunda yer alan katılımcıların, lisansüstü eğitime sahip olanların ve gelir seviyesi 5001TL ve üzerinde olan katılımcıların dışında kalan tüm katılımcıların tatil için 4–7 gün aralığını daha çok tercih ettiği görülmektedir. 60–69 yaş aralığında yer alan katılımcıların % 1,7'si 11–14 gün, 70 yaş ve üstündeki katılımcıların % 0,7'si, lisansüstü eğitim alan katılımcıların % 1,3'ü ve 5001 TL ve üzerinde gelir elde edenlerin büyük bir çoğunluğu tatil için 8-10 gün aralığını tercih ettiği görülmektedir. Katılımcıların tatil sürelerine göre tatil

tercihlerinin demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğine dair ki-kare analizi sonuçları incelendiğinde 0,01 anlamlılık düzeyine göre gelir ve tecrübe değişkenlerinde, 0,05 anlamlılık düzeyine göre ise eğitim değişkeninde anlamlı farklılıkların olduğu, cinsiyet, yaş ve medeni durum değişkenlerinde ise anlamlı farklılıkların oluşmadığı anlaşılmaktadır. Katılımcıların demografik özellikleri dikkate alınarak tatil için ödeyebilecekleri günlük ücretlere dair yapılan analiz çıktıları Tablo 7’de gösterilmektedir.

**Tablo 7:** Demografik Değişkenlere Göre Tatil İçin Ödenebilecek Günlük Ücret

Değişkenler		0-50 (%)	51-100 (%)	101-150 (%)	151-200 (%)	201-250 (%)	251-300 (%)	301-350 (%)	Toplam	Ki kare
Cinsiyet	Kadın	19,7	13,7	9	6,3	2,7	1	1,7	54	0,53
	Erkek	13,7	10,3	11,3	5	3	1,7	1	46	
Yaş	18 - 29	12	5,7	4,7	2	,7	0	0	25	0,02*
	30 - 39	11,7	9	4,3	3,3	1	1,3	,7	31	
	40 - 49	7,3	4	5,7	2	1,3	,7	,7	21,7	
	50 - 59	1,3	4,3	3,3	2,3	1,7	,7	1,	14,7	
	60 - 69	,7	,7	2,3	1,3	,3	0	,3	5,7	
	70 ve üstü	,3	,3	0	,3	,7	0,0	0,0	1,7	
Medeni Durum	Evli	18,3	15,7	12,7	7	3,3	1,7	1,7	60,3	0,73
	Bekâr	11,3	5,	6,3	2,7	2	,3	,7	28,3	
	Boşanmış	3,7	3,3	1,3	1,7	,3	,7	,3	11,3	
Eğitim	İlköğretim	5,3	3	1	,3	0	0	0	9,7	0,01**
	Lise	16,3	8	5,3	3,3	1,3	,3	0	34,7	
	Ön lisans	7,3	6,3	4	1	,3	,7	,3	20	
	Lisans	4,3	6,3	9	6	2,7	1,7	1,7	31,7	
	Lisansüstü	0	,3	1	,7	1,3	0	,7	4	
Gelir	2000 ve altı	18,3	6,3	1,7	,3	,3	0	0	27	0,01**
	2001 – 5000	13,7	16,3	14	5	1,3	,3	0	50,7	
	5001 – 10 000	1,3	1,3	4	6	2,7	1,3	1	17,7	
	10000 üstü	0	0	,7	0	1,3	1	1,7	4,7	
Tecrübe	Evet	5,3	9,7	16,3	8,7	5,3	2,7	2,7	50,7	0,01**
	Hayır	28,	14,3	4	2,7	,3	0	0	49,3	

Tablo 7’de yer alan veriler incelendiğinde, katılımcıların erkek ya da kadın olarak ayrılmaksızın büyük bir çoğunluğunun tatil için 0–50 TL arası bir ücreti günlük olarak tercih ettikleri görülmektedir. Bununla birlikte 18–49 yaş aralığındaki katılımcılar, evli, bekar ya da boşanmış olan katılımcılar, ön lisans eğitim derecesine kadar sahip olan katılımcılar, 2000 TL ve altında gelir elde edenler ile daha önce herhangi bir otelde konaklama tecrübesi yaşamayan katılımcıların büyük bir çoğunluğu da tatil için 0–50 TL arası bir ücreti günlük olarak ödemeyi tercih etmektedirler. Aynı zamanda lisans eğitim düzeyine sahip katılımcıların % 9’u ve her hangi bir otelde daha önce konaklayanların % 16,3’ü, 101–150 TL arası bir ücreti ödemeyi tercih ettikleri anlaşılmaktadır. Katılımcıların tatile ödeyebilecekleri günlük ücretlere göre tatil tercihlerinin demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğine dair ki kare analizi sonuçları incelendiğinde 0,01 anlamlılık düzeyine göre eğitim, gelir ve tecrübe değişkenlerinde, 0,05 anlamlılık düzeyine göre ise yaş değişkeninde anlamlı farklılıkların olduğu, cinsiyet ve medeni durum değişkenlerinde ise anlamlı farklılıkların oluşmadığı anlaşılmaktadır.

## **SONUÇ VE ÖNERİLER**

Türkiye’de iç turizm hareketleri yıldan yıla artış göstermektedir. Ülkede şehirleşmenin artması ve yeni jenerasyonların şehirlerde doğup büyümesi neticesinde köy kültürü kaybolmaktadır. Bu nedenle tatillerde eş, dost, akraba ziyaretleri kapsamında yapılan memleket ve köy ziyaretleri giderek azalmakta, insanlar yıllık izin, bayram ve diğer resmi tatillerde tatil destinasyonlarını ve konaklama işletmelerini eskiye nazaran daha fazla tercih etmektedirler. Özellikle son yıllarda gerçekleşen dini bayramlarda, resmi tatil süreleri, turizm sektörü de dikkate alınarak daha uzun tutulmaktadır. Bu ve bunun gibi sebeplerden dolayı ülkede iç turizm pazarı günden güne büyümekte ve halk arasında tatil bilinci ve tatil kültürü hızla oluşmaktadır. Şüphesiz bu durum turizm sektörü için daha sağlam bir yapının oluşturulması açısından olumludur. Sadece dış turizme bağlı olarak gelişen sektör, iç turizm pazarının büyümesiyle beraber dış turizmde yaşanan talep dalgalanmalarından daha az etkilenecek ve daha sürdürülebilir bir yapıya kavuşacaktır. Yıllar öncesinde sadece yabancı turiste odalarını satan oteller, artık yerli turiste de kontenjan tahsisi yapmaktadırlar. Özellikle e-ticaretin gelişimiyle yaşanan yeni nesil acentacılık faaliyetleri ve doğrudan satış imkanlarının kolaylaşmasıyla, iç turizm hareketleri günden güne artış göstermektedir. Bu sayede ülke dışına döviz çıkışı engellenerek sektörün daha dirençli bir yapıya bürünmesi sağlanacaktır.

Bu çalışmada Balıkesir İli Edremit Körfezinde yer alan Edremit, Burhaniye ve Ayvalık ilçelerinde ikamet eden yerli halkın seyahat ve tatil tercihlerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda demografik değişkenlerin çoğunluğunda katılımcıların coğrafi olarak birinci tatil bölgesi tercihinin Ege bölgesi, ikincil tatil bölgesi tercihinin ise Akdeniz bölgesi olduğu görülmüştür. Ancak erkek katılımcıların, 40-49 yaş aralığında olanların, lisansüstü eğitime sahip olanların ve aylık geliri 10 bin TL ve üstü olanların Akdeniz bölgesini birinci sırada tercih ettikleri görülmektedir. Aynı zamanda katılımcıların demografik değişkenlerine göre coğrafi bölge tercihlerinde yaş, medeni durum ve eğitim, gelir ve tatil tecrübesinde anlamlı farklılıkların olduğu gözlemlenmiştir. Demografik değişkenlere göre tatil için tercih edilen konaklama tesisi türünde daha çok yıldızlı oteller ve ikinci konutların tercih edildiği görülmektedir. Konaklama tesisi türüne göre eğitim, gelir ve tecrübe ve yaş değişkenlerinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Demografik değişkenlere göre tatil için tercih edilen pansiyon türünde yoğun olarak oda kahvaltı pansiyon türünün tercih edildiği görülmektedir. Demografik değişkenlere göre tatil için tercih edilen turizm türünde ise deniz-kum-güneş turizmi katılımcılar tarafından en çok tercih edilen turizm türü olarak belirlenmiştir. Demografik değişkenlere göre tatil için tercih edilen tatil süreleri incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğunun 4-7 gün aralığında tatil yaptıkları tespit edilmiştir. Demografik değişkenlere göre tatil için ödenebilecek günlük ücret sorusuna verilen cevaplarda 50 TL’ye kadar sıklıkla işaretlenmiş, 150 TL’ye kadar günlük ücretin tatile ödenebileceği katılımcı cevaplarından anlaşılmıştır.

Deniz-kum-güneş turizminin hâkim olduğu bir tatil destinasyonunda yaşayan kişilerin, yine kitle turizminin yoğun olarak yaşandığı Ege ve Akdeniz bölgesine yönelik bir talep göstermesi, çalışmada elde edilen dikkat çekici bulgular arasındadır. Dış turizm talebinin de Ege ve Akdeniz bölgelerine yoğunlaştığı düşünüldüğünde, dış turizmde yaşanacak herhangi bir talep dalgalanması durumunda, ortaya çıkacak boşlukların, iç turizm ile kolaylıkla doldurabileceği görülmektedir. Deniz kıyısında yaşayan insanların bile 3s turizmine ilgi göstermeleri, iç turizmin dış turizmde yaşanan krizlere paratoner olabileceğine önemli bir işarettir. Bu durum Ege ve Akdeniz bölgelerinde daha

çok dış turistlerle çalışan konaklama işletmeleri ve seyahat acentaları için, yabancı tur operatörlerine karşı pazarlık gücü elde etmede ve rakip destinasyonlara nazaran rekabet avantajı yaratmada önemli bir alternatif oluşturmaktadır.

Türk turizminin yaşadığı önemli sorunlardan bir tanesi mevsimsellik sorunudur. İç turizmin geliştirilmesi sayesinde sektörde yaşanan mevsimsellik sorunu ülke genelinde azaltılacaktır. Yurtiçinde düzenlenen kongreler, sempozyum konferans vb. gibi etkinliklerin sayısı yıldan yıla artmakta ve bu tür organizasyonlar genellikle, yaz dönemi dışında gerçekleştirilmektedir. Ayrıca eğitim öğretim dönemi süresince öğrencilere yönelik okul gezileri düzenlenmektedir. Eğitim öğretim dönemi arasında, sömestir döneminde, iç turizmde ciddi bir hareketlilik yaşanmaktadır. Bununla birlikte ülke genelinde termal turizme yapılan yatırımların artmasıyla beraber, iç turizmde 12 aya yayılan bir hareketlilik yaşanmaya başlamıştır. Kültür turlarının sayıca artması insanları ülke içerisinde seyahat etmeye teşvik etmektedir. Tüm bu ve bunun gibi gelişmeler konaklama işletmelerinin 12 ay boyunca açık kalmasını sağlamakta ve iç turizmin gelişmesine olanak tanımaktadır. Bu kapsamda hem devlet kurumlarının hem de özel sektör kuruluşlarının alacağı bir takım tedbirler, iç turizmin gelişmesine daha da fazla katkı sağlayacaktır. Devletin bu noktada yerli turistlerin daha fazla seyahat etmesi için uçak, tren ve diğer ulaşım araç seferlerinde tatilcilere vergi indirimleri sağlaması, iç turizm hareketlerini arttıracaktır. Ayrıca devlet tarafından sezon dışında açık kalan tesislere bir takım vergi avantajları sağlanabilir. Müze ve ören yerlerine girişler belirli dönemlerde ücretsiz hale getirilebilir veya cüzi miktarlara düşürülebilir. İç turizmin geliştirilmesinde sosyal turizm dikkate alınması gereken bir diğer önemli faktördür. Öğrenciler, emekliler, engelliler ve diğer dezavantajlı grupların seyahatleri kolaylaştırılmalı ve bu gruplara teşvikler arttırılmalıdır. Alınacak bir takım tedbirlerle beraber ülkede var olan iç turizm potansiyeli harekete geçirilebilir. Bu sayede mevsimsellik sorununun ortadan kalktığı, turizm kaynaklarının daha etkin kullanıldığı, dış turizmde yaşanan krizlerden daha az etkilenen çok daha güçlü bir iç turizm sektörü oluşturulabilir.

Bu araştırmada Edremit Körfezinde ikamet eden yerli turistlerin seyahat tercihleri araştırılmıştır. Farklı bölgelerde özellikle daha fazla turist gönderen bölgelerde ikamet eden kişiler üzerinde bu çalışmaya benzer çalışmalar yapılabilir. Böylece, bu çalışmada elde edilen bulguların karşılaştırılması sağlanabilir. Çalışmanın temel kısıtlarından birisi, Edremit Körfezi özelinde gerçekleştirilmiş olmasıdır. Çalışmanın bir diğer kısıtı kolayca örnekleme yönteminin kullanılmış olmasıdır. Yeni araştırmalarda olasılığa dayalı örnekleme yöntemlerinin kullanılabileceği araştırma tasarımları ile yerli turistlerin seyahat tercihleri araştırılabilir.

## **KAYNAKÇA**

- Ahipaşaoğlu, H. S. (2006), *Turizmde Rehberlik*, Gazi Kitabevi, Ankara
- Altunel, M. C., ve Kahraman, N. (2012). Kültür Turisti Tipolojilerinin Belirlenmesi: İstanbul Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(1).
- Aymankuy, Y., ve Ceylan, U. (2013). Ailelerin Turistik Ürün Satın Alma Karar Sürecinde Çocukların Rolü (Yerli Turistler Üzerinde Bir Araştırma). *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 45(45).

- Babila, S. (2000). Turizme Dair, Hotel, Türkiye Otelciler Birliği Yayın Organı , Y 1:4 Sayı:14, İstanbul, s. 5.
- Demir, Ş. Ş., ve Kozak, M. (2011). Turizmde Tüketici Davranışları Modelini Oluşturan Aşamalar Arasındaki İlişki. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1).
- Doğan, H., Üngüren, A. G. E., ve Yelgen, A. G. E. (2010). Alanya Turist Profiline Yönelik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3).
- Erdoğan, H. (1995). *Ekonomik Sosyal Kültürel Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm*. Uludağ Üniversitesi Yayınları, Bursa, 1995.
- 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.
- Güzel, F. Ö., ve Köroğlu, Ö. (2015). Turist Rehberlerinin Mesleklerine Yönelik Pozitif Ve Negatif Yönlü Algularının İçerik Analizi Yöntemi İle Belirlenmesi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 16(1), 155-174.
- Koç, E. (2003). An Analysis Consumer Behaviour in the Turkish Domestic Tourism Market. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 4 (1) 2003, 89-106
- Kozak N. (2010). *Turizm Pazarlaması*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kuşluvan, Z. (2002). Türkiye’de İç Turizm Talebinin Analizi. *Journal of Tourism and Travel Resarch*, 2, 1-21.
- Özdemir, P. (1999). Türkiye’de İç Turizm, *Dokuz Eylül Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 14/2, 159-168.
- Rızaoğlu, B. (2003). *Turizm Davranışı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Seckelmann, A. (2002). Domestic Tourism—A Chance For Regional Development in Turkey?. *Tourism Management*, 23(1), 85-92.
- Tanrıverdi, H., ve Oktay, K. (2002). Turizmde Tüketici Sorunları ve Tüketici Haklarının Korunması Üzerine Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 123-134.
- Tayfun, A., ve Yıldırım, M. (2010). Turistlerin Tüketim Davranışları Kültüre/Milliyete Göre Farklılık Gösterir mi? Alman ve Rus Turistler Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 43-64.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [https://www.tursab.org.tr/dosya/12189/tursaberkenrezervasyon2014raporu\\_12189\\_5552832.pdf](https://www.tursab.org.tr/dosya/12189/tursaberkenrezervasyon2014raporu_12189_5552832.pdf)

## **Investigation of Holiday Preferences According to Demographic Variables in Domestic Tourism: A Research on Residents**

**Muammer BEZİRGAN**

Balikesir Universtiy, School of Applied Disciplines, Balikesir/Turkey

### **Extensive Summary**

In recent years, developments in Turkey and the Middle East, negatively affect the country's tourism and non-tourism demand fluctuations indicate towards Turkey. Domestic tourism is important to protect the Turkish tourism sector from the fluctuations in foreign tourism and to minimize the harm. Domestic tourism is a phenomenon that contributes positively to the tourism sectors of the countries and is accepted as a helping power in supporting foreign tourism (Tanrıverdi and Oktay, 2002: 123). Considering the domestic tourism movements of the countries that attract the highest number of tourists in the world, it is seen that the domestic tourism potentials are also high. Many countries in Europe have managed to establish a healthy balance between domestic tourism and foreign tourism. For example, in France, 65 percent of the travel market and 47 percent in Germany belong to the domestic market. Italy, 65 percent of the total turnover of € 58 billion from tourism movements is obtained from the domestic market. Two-thirds of the tourism economy in France is domestic tourism. Tourism businesses in our country can not see this phenomenon for many years; unfortunately, the domestic customers are often seen as the main customer, not the primary customer (Fine, 2011: 128-129). Turkey, as a result of unexpected developments in recent years, foreign tourists have begun to understand more income is obtained and at this point given to domestic tourists by tourism businesses importance has increased compared to the old ones (Babila, 2000: 2). Finding consumer preferences in domestic tourism will facilitate the market segmentation and target market selection of accommodation and other tourism businesses. In this way, it may be possible to conduct more effective marketing activities for domestic tourists. In addition, domestic tourism measurement is necessary to determine the volume, value and characteristics of in-country tourism of the people of the country and to obtain individual information about the touristic places of the country (Erdoğan, 1995). From here; in this study, the demographic characteristics of the indigenous people residing in the Gulf of Edremit in Balikesir province will be determined.

In order to determine the travel preferences of local tourists, Edremit, Burhaniye and Ayvalık districts in Edremit Gulf were chosen as the research area. Using the exploratory research type, a screening and evaluation of the secondary data (books, articles, etc.) were done first. The survey was conducted as a method of data collection. The questionnaire forms were easily applied to 650 people determined by sampling method and 602 questionnaire forms were evaluated after defective and incomplete filled forms were eliminated.

The questionnaire used consists of two parts. In the first chapter, there are propositions to determine the demographic characteristics of the research participants. In the second and last part of the questionnaire, the preferred regions, preferred accommodation facilities, time spent for holidays and holiday expenses are chosen for the holiday created by inspiring from Aymankuy and Ceylan's (2013) study, preferred type of hostel and preferred tourist type questions is located. The survey was conducted in April, May and June 2016. The data obtained from the questionnaires were coded to the computer. In order to determine the demographic characteristics of the participants in the analysis of the data, the percentage and frequency analyzes crosstabs analysis for the preferred tourism types and other expressions according to the demographic characteristics, and the chi-square analysis for the differences analysis results were used.

According to the results of the study; in the majority of demographic variables, it was observed that the participants preferred the first resort region geographically in the Aegean region and the second holiday region preference was in the Mediterranean region. However, it is seen that male participants, those who are between 40-49 years of age, those with postgraduate education and those with monthly income of 10 thousand TL and above prefer the Mediterranean region in the first place. At the same time, according to the demographic variables of the participants, geographical differences in age, marital status and education, income and holiday experience were observed. According to the demographic variables, it is seen that more star hotels and second houses are preferred in the type of accommodation type preferred for the holiday. According to the type of accommodation, significant differences in education, income and experience and age variables were determined. According to the demographic variables, it is observed that the type of bed and breakfast type is preferred for the holiday type. According to the demographic variables, sea-sand-sun tourism is the most preferred type of tourism for the participants. According to the demographic variables, it is determined that the holiday period is preferred for the holidays and the majority of the participants have a holiday period of 4-7 days. According to the demographic variables, the answers to the question of the daily wage, which can be paid for the holidays, are frequently marked up to 50 TL, and it is understood from the participant responses that the daily wages up to 150 TL can be paid on holiday.

One of the remarkable findings of the study is that people living in a holiday destination dominated by sea-sand-sun tourism have shown a demand for the Aegean and Mediterranean regions where mass tourism is intensively experienced. Considering that the demand for foreign tourism is concentrated in the Aegean and Mediterranean regions, it is seen that if any demand fluctuates in foreign tourism, the gaps that will emerge can easily be filled with domestic tourism. Even people living on the shore are interested in 3s tourism, it is an important sign that domestic tourism may be lightning rod to the crises experienced in foreign tourism. This is an important alternative in terms of acquiring bargaining power against foreign tour operators and creating competitive advantage compared to competing destinations for the hospitality companies and travel agencies that work mostly with foreign tourists in the Aegean and Mediterranean regions.

One of the major problems experienced by Turkish tourism is the seasonality problem. Thanks to the development of domestic tourism, the seasonality problem experienced in the sector will be reduced across the country. The congresses organized in Turkey, the symposium conference and so on. The numbers of such activities increase year

by year and such organizations are usually held outside the summer period. In addition, school trips are organized for students during the education period. There is a serious movement between the education period and domestic tourism during the semester. However, with the increase in investments made in thermal tourism throughout the country, there has been a movement in the domestic tourism which has spread to 12 months. The increase in the number of cultural tours encourages people to travel within the country.

In this study, the travel preferences of the local tourists residing in the Edremit Gulf were investigated. Similar studies can be carried out on people who reside in different regions, especially in the regions that send more tourists. Thus, the findings obtained in this study can be compared. One of the main constraints of the study is that it was carried out in Edremit Gulf. Another limitation of the study was that the sampling method was used easily. In new researches, it is possible to investigate the travel preferences of domestic tourists by using research designs based on probability-based sampling methods.