

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/338149699>

# Balıkesir Yöresinin Yerli Turist Profili

Conference Paper · May 2005

CITATIONS

3

READS

160

2 authors:



**Cevdet Avcikurt**

Balıkesir University

154 PUBLICATIONS 1,076 CITATIONS

SEE PROFILE



**Bayram Şahin**

Balıkesir University

90 PUBLICATIONS 220 CITATIONS

SEE PROFILE

T.C.  
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ  
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK YÜKSEKOKULU

# I. ÇANAKKALE TURİZM BİYENALİ

5-7 Mayıs 2005  
ÇANAKKALE

BİYENAL SPONSORU



DÜNYA TURİZM ÖRGÜTÜ  
YAYINLAR DAİRESİ

Türkiye Genel Dağıtıcısı

*set-systems*

# DÜZENLEME KURULU

## ONURSAL BAŞKAN

Prof. Dr. Ramazan AYDIN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Rektörü

## YÜRÜTME KURULU

Doç. Dr. A. Celil ÇAKICI	Yürütme Kurulu Başkanı
Yrd. Doç. Dr. S. Haluk ERDEM	Turizm İşl. ve Otelcilik YO Müdürü
Doç. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO
Yrd. Doç. Dr. Murat GÜMÜŞ	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO
Yrd. Doç. Dr. Ferah ÖZKÖK	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO
Yrd. Doç. Dr. Tülay GÜZEL	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO
Yrd. Doç. Dr. Ayşehan ÇAKICI	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO
Yrd. Doç. Dr. Gül KÜÇÜKALTAN	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO
Yrd. Doç. Dr. Lütfi ATAY	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO
Yrd. Doç. Dr. Şule AYDIN	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO
Öğr. Gör. Bahattin HAMARAT	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO
Öğr. Gör. Selahattin BOZKURT	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO
Okutman Pelin ÖZTÜRK	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO
Okutman Hüseyin SÖNMEZ	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO

## SEKRETARYA

Yrd. Doç. Dr. Şule AYDIN	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO
Araş. Gör. Okan MERCAN	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO
Araş. Gör. Serhat HARMAN	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO
Hafize CANDAN	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO sekreteri
Sinem AVCI	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO şef
Hayri CÜREN	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO memur
Muammer ÖZTAŞ	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO memur

# İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖNSÖZ .....	III
SUNUŞ .....	V
DÜZENLEME KURULU .....	VI
İÇİNDEKİLER .....	VII
<b>1 Turistik Pazarlama Açısından Destinasyon Güvenlik İmajı ve Türkiye'nin Güvenlik İmajının Avrupalı Turistler Tarafından Algılanması</b> <i>Doç. Dr. Cevat TOSUN, Mustafa Kemal Üniversitesi</i> <i>Arş. Gör. Yasin BİLİM, Mustafa Kemal Üniversitesi</i> .....	1
<b>2 Moldova'da Türkiye'nin ve Türklerin İmajı</b> <i>Mariana POPESCU, Ankara Üniversitesi</i> .....	13
<b>3 Gelibolu'nun Turizm Potansiyeli ve Gelibolu'da Yerli Halkın Turizme Yaklaşımı</b> <i>Doç.Dr.Derman KÜÇÜKALTAN, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi</i> <i>Yrd.Doç.Dr.Adil OĞUZHAN, Trakya Üniversitesi</i> <i>Öğr.Gör.Mehmet YILMAZ, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi</i> <i>Öğr.Gör.Ali İhsan GÜNEŞ, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi</i> .....	25
<b>4 Turizm Planlamasında Coğrafi Bilgi Sistemleri Kullanım Olanakları; Beyşehir İlçesi Turizm Planlaması Örneği</b> <i>Yrd. Doç. Dr. Sertaç GÜNGÖR, Selçuk Üniversitesi</i> .....	35
<b>5 Bilgi Toplumu Dönüşümü ve Turizm Endüstrisi</b> <i>Arş. Gör. Burcu Selin YILMAZ, Dokuz Eylül Üniversitesi</i> .....	45
<b>6 Turistik Destinasyon Seçiminde Kullanılan Bilgi Kaynakları ve Bilgi Kullanımı Üzerine Bir Araştırma: Sakarya İlinde Bir Araştırma</b> <i>Doç.Dr.Remzi ALTUNIŞIK, Sakarya Üniversitesi</i> <i>S.Saner ÇİFTYILDIZ, Sakarya Üniversitesi</i> <i>Öğr.Gör.Dr.A.Erdinç EMREM, Sakarya Üniversitesi</i> .....	57
<b>7 Türkiye'de Turizm Teşviklerinin Ekonomik ve Mali Analizi</b> <i>Yrd.Doç.Dr.Hüseyin YÜCEOL, Mersin Üniversitesi</i> <i>Öğr.Gör.Nihat DOĞAN, Mersin Üniversitesi</i> .....	65
<b>8 Turizm Sektöründe Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Dışsalılık Etkisi</b> <i>Yrd.Doç.Dr.Ahmet AY, Selçuk Üniversitesi</i> <i>Dr. Murat ÇETİNKAYA, Selçuk Üniversitesi</i> .....	75
<b>9 Turizm Sektöründe Teşviklerin Çevresel Etkileri</b> <i>Yrd. Doç. Dr. Gül KÜÇÜKALTAN, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi</i> .....	88

<b>10</b>	<b>Balikesir Yöresinin Yerli Turist Profili</b> <i>Doç. Dr. Cevdet AVCIKURT ve diğeri, Balikesir Üniversitesi</i> .....	96
<b>11</b>	<b>Türkiye'deki Otel İşletmelerinin Toplantı Pazarı Profilini Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması</b> <i>Öğr. Gör. Recep YILDIRGAN, Sakarya Üniversitesi</i> <i>Yrd. Doç. Dr. Burhanettin ZENGİN, Sakarya Üniversitesi</i> <i>Yrd. Doç. Dr. Orhan BATMAN, Sakarya Üniversitesi</i> .....	116
<b>12</b>	<b>Turistin Kategori Genişliğinin Seyahatten Aldığı Doyum Üzerine Etkisi Var mıdır? Tarsus Örneği</b> <i>Yrd.Doç.Dr.Ertuğrul GÖDELEK, Mersin Üniversitesi</i> .....	126
<b>13</b>	<b>Turizm Sektöründe Oluşacak Kriz Dönemlerinde, Yat Turizminin Alternatif Bir Turizm Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi ve Kullanılması</b> <i>Öğr. Gör. Nurettin AYZ, Gaziosmanpaşa Üniversitesi</i> .....	137
<b>14</b>	<b>Çanakkale Boğazı Civarında Dalış Turizmi</b> <i>Prof. Dr. Mustafa ALPASLAN, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi</i> <i>Arş. Gör. Deniz Anıl ODABAŞI, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi</i> <i>Su Ürünleri Müh. Melih Ali BÜYÜKKUTLU, Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.</i> ...	141
<b>15</b>	<b>Çanakkale Şehir Merkezi İle Eceabat ve Gelibolu İlçelerinde Yaşayan Halkın Gezi Teknesi Turizmine Bakış Açısının Değerlendirilmesi</b> <i>Öğr. Gör. Fadime GÜMÜŞ, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi</i> <i>Öğr. Gör. Ayşe Nihan VEZİKLİ, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi</i> <i>Öğr. Gör. Zafer TİTİZ, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi</i> .....	150
<b>16</b>	<b>İnternetin Konaklama İşletmelerinin Pazarlama Faaliyetleri Üzerinde Etkileri: Kuzey ve Güney Kıbrıs Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Karşılaştırma</b> <i>Erdoğan H.EKİZ, Doğu Akdeniz Üniversitesi</i> <i>Dr. Rüçhan KAYAMAN, Doğu Akdeniz Üniversitesi</i> <i>Ali BAVİK, Doğu Akdeniz Üniversitesi</i> .....	160
<b>17</b>	<b>İnternet Reklamcılığı İlkeler ve Turizm Sektörü Uygulamaları</b> <i>Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN, Selçuk Üniversitesi</i> <i>Öğr. Gör. Ali Şükrü ÇETİNKAYA, Selçuk Üniversitesi</i> <i>Dr. Cihan ÇOBANOĞLU, CHTP, University of Delaware, USA</i> .....	171
<b>18</b>	<b>Otel Çalışanlarınca Pazarlamaya Verilen Anlamlar</b> <i>Doç. Dr. A.Celil ÇAKICI, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi</i> <i>Öğr. Gör. M.Ali MORDOĞAN, Mersin Üniversitesi</i> <i>Arş. Gör. Serhat HARMAN, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi</i> .....	184
<b>19</b>	<b>İkinci Konutların Kent Mekanına ve Turizm Sektörüne Etkileri (Mahmutlar Örneği)</b> <i>Arş. Gör. Elif GÜNDÜZ, Selçuk Üniversitesi</i> <i>Yrd. Doç. Dr. Rahmi ERDEM, Selçuk Üniversitesi</i> .....	194

<b>20 Bölge Tanıtımında Festivallerin Rolü: Troia Festivali Örneği</b> <i>Arş. Gör. Erol DURAN, Dokuz Eylül Üniversitesi</i> <i>Arş. Gör. Şefik Okan MERCAN, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi</i> .....	206
<b>21 Biyoçeşitlilik Sıcak Noktalarından Küre Dağları'nda Turizm</b> <i>Dr. Gül GÜNEŞ, Çevre ve Orman Bakanlığı</i> .....	215
<b>22 Konaklama İşletmelerinde Hazırlanan Menü Kartlarında Yeni Yaklaşımlar</b> <i>Doç. Dr. Dünder DENİZER, Anadolu Üniversitesi</i> .....	227
<b>23 Otel İşletmelerinde Post Modern Yönetim Yaklaşımları: Vekalet ve İşlem Maliyeti Teorisi Yaklaşımı</b> <i>Araş.Gör.Engin Deniz ERİŞ, Dokuz Eylül Üniversitesi</i> <i>Yrd.Doç. Dr. Şule AYDIN, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi</i> .....	238
<b>24 Yiyecek İçecek Hizmetlerinde Dış Kaynaklardan Yararlanma: Adana'daki 4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma</b> <i>Öğr. Gör. Fatma Nur İPLİK, Çukurova Üniversitesi</i> <i>Öğr. Gör. Sibel ÇINAR, Çukurova Üniversitesi</i> .....	248
<b>25 Türkiye'de Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Kurumların Yönetim Kadrolarının Oluşumu ve Eğitim Sisteminde Yaşanan Sorunlar</b> <i>Prof. Dr. Ahmet AKTAŞ, Akdeniz Üniversitesi</i> <i>Yasemin TEKİN, Akdeniz Üniversitesi</i> .....	260
<b>26 Girişimcilik Potansiyelinin Belirleyicilik Özellikleri: Üniversite Öğrencileri Örneği</b> <i>Yrd. Doç. Dr. Salim ŞENGEL, Anadolu Üniversitesi</i> <i>Yrd. Doç. Dr. Metin ARGAN, Anadolu Üniversitesi</i> .....	272
<b>27 Küreselleşme Sürecinde Yeni Teknolojik Gelişmelerin Hizmet Satışlarına Etkisi ve Seyahat Acentaları Üzerinde Bir Durum Değerlendirmesi</b> <i>Yrd. Doç. Dr. Ayhan GÖKDENİZ, Akdeniz Üniversitesi</i> <i>Yrd. Doç. Dr. Hüseyin ÇEKEN, Muğla Üniversitesi</i> <i>Arş. Gör. Barış ERDEM, Balıkesir Üniversitesi</i> .....	285
<b>28 Ekonomik Kriz Altında Türk Seyahat Acentalarının Davranışları Üzerine Bir İnceleme</b> <i>Yrd.Doç.Dr. Ece ÇÖKLÜ, Marmara Üniversitesi</i> <i>Dr.Metin TEBERLER, İstanbul Teknik Üniversitesi</i> .....	298
<b>29 Türkiye-AB İlişkilerinin Turizm Sektörüne Olası Yansımaları: Karşılaştırmalı ve Etkileşimsel Bir Değerlendirme</b> <i>Doç. Dr. Adem ÖĞÜT, Selçuk Üniversitesi</i> <i>Öğr. Gör. Tolga GÖK, Selçuk Üniversitesi</i> .....	303
<b>30 Küreselleşme ve Turizm Sağlığı</b> <i>Yrd. Doç. Dr. E. Didem EVCİ Adnan Menderes Üniversitesi</i> <i>Prof. Dr. Sabahat TEZCAN, Hacettepe Üniversitesi</i> .....	315

<b>31</b>	<b>Globalleşme, Turizm Üzerine Etkileri ve Türkiye</b> <i>Öğr. Gör. Gökçe ÖZDEMİR, İzmir Yaşar Üniversitesi</i> .....	324
<b>32</b>	<b>Rehber, Acenta, Mağaza ve Turistler Açısından Türkiye’de</b> <b>Turistlerin Alışveriş Faaliyetleri</b> <i>Arş. Gör. Rahman TEMİZKAN, Mustafa Kemal Üniversitesi</i> <i>Arş. Gör. Saadet Pınar TEMİZKAN, Mustafa Kemal Üniversitesi</i> .....	333
<b>33</b>	<b>Turizm Sektöründe Bir Kült : Stratejik İşbirlikleri</b> <i>Öğr. Gör. Ömer Kürşad TÜFEKÇİ, Süleyman Demirel Üniversitesi</i> <i>Öğr. Gör. Nezihe UÇAR, Süleyman Demirel Üniversitesi</i> .....	343
<b>34</b>	<b>Kültürlerarası Yönetici Özellikleri ve Türkiye’deki Zincir</b> <b>Otellerde Bir Araştırma</b> <i>Arş. Gör. Meral DURSUN, İstanbul Üniversitesi</i> .....	354
<b>35</b>	<b>Konaklama İşletmelerinde Entelektüel Sermaye Ölçümü</b> <i>Öğr. Gör. Dr. A.Erdinç EMREM, Sakarya Üniversitesi</i> <i>S. Saner ÇİFTYILDIZ, Sakarya Üniversitesi</i> .....	365

# Balıkesir Yöresinin Yerli Turist Profili\*

## I. GİRİŞ

Turizm olayı kavramsal boyutta ele alındığında genellikle akla uluslararası seyahat, bir başka deyişle dış turizm ve ülke içi seyahat ya da iç turizm gelmektedir (Coltman, 1994: 20). Bu sınıflandırmayı farklı yazarlar ise, turizm olayının gerçekleştiği mekansal sınırları dikkate alarak yapmaktadırlar (Kuşlivan, 2002: 2) ki, her iki şekilde de turizm genelde iç turizm ve dış turizm olmak üzere iki temel grupta incelenmektedir.

Uluslararası turizm en geniş anlamıyla, farklı ülkelere ve farklı kültürlere sahip insanların, farklı amaçlarla kendi ulusal sınırları dışındaki yerleri ziyaret etmeleri ve bu ziyaretlerinden doğan ilişkiler ve karşılıklı etkileşimlerinin bütünüdür (Erdoğan, 1995: 141).

İç turizm ise farklı yazarlara göre farklı şekillerde tanımlanmaktadır. İç turizmle ilgili bu tanımlardan birkaçını şu şekilde sıralamak mümkündür;

En basit tanımlamayla iç turizm; kişilerin kendi ülkeleri içinde yaptıkları seyahatlerdir. (Usta, 2002: 38) Bir başka tanıma göre iç turizm; belli bir ülke sakinlerinin, o ülkenin ulusal sınırları içinde ve turizmin teorik tanımına uygun olarak yaptıkları tüm aktiviteleri içerir (Erdoğan, 1995: 140).

İç turizm hareketlerine katılan kişiler genellikle “yerli turist” olarak adlandırılır. Bu konuda daha geniş bir tanım yapmak gerekirse yerli turist; milliyeti dikkate alınmaksızın bir ülkede ikamet eden ve kendi ikamet ettiği yerden başka bir yeri kazanç sağlama amacı dışında 24 saatten az olmamak ve 1 yılı geçmemek üzere ziyaret eden ve eğlence, dinlenme, tatil, spor, iş, arkadaş ve akraba ziyareti, çeşitli özel görevler, toplantı, konferans, sağlık, eğitim, din vb. amaçlarla seyahat eden kişiler (Pehlivan, 1995: 142) olarak tanımlanır.

Bir ülkede iç turizmi geliştirmek birçok açıdan önemlidir. Bu yargıyı doğrulayan temel unsurları şu şekilde sıralamak mümkündür (Kuşlivan, 2002: 3):

- Bir ülkenin insanları, kendi ülkelerinin farklı yer ve bölgelerini ziyaret etmek suretiyle ülkeleri ile ilgili daha gerçekçi bilgiler edinirler, kendi ülkelerinin kaynaklarını, geçmişlerini tanıyarak ülkeleri ile gurur duyarlar. Kişilerin ulusal bilinçleri artar, ülkeleri ile özdeşleşmelerine katkıda bulunur. Diğer bir deyişle iç turizm, aynı ortak kültüre ve çekiciliklere sahip olan aynı ülke insanların turizm faaliyetlerine katılmaları sonucu sosyal ve kültürel kaynaşmaya olanak sağlar (Erdoğan, 1995: 140).

- Ülkenin farklı bölgelerindeki insanlar iç turizm sayesinde birbirlerini tanırlar, kaynaşır ve böylece aralarındaki dostluk, birlik ve kardeşlik duyguları gelişir.

\* Doç. Dr. Cevdet Avcıkurt, Yrd. Doç. Dr. Sebahattin Karaman, Yrd. Doç. Dr. Yusuf Aymankıy, Yrd. Doç. Dr. Düriye Bozok, Yrd. Doç. Dr. Ahmet Köroğlu, Arş. Gör. Dr. Ashı D.A. Taşçı, Arş. Gör. Özer Alpar, Arş. Gör. Murat Doğdubay, Arş. Gör. Barış Erdem, Arş. Gör. Gülay Özdemir Yılmaz, Arş. Gör. Bayram Şahin (Balıkesir Üniv. Turizm İsl. ve Otl.Y.O.), Yrd. Doç. Dr. Yunus Arslan (BAÜ. Erdek MYO), Yrd. Doç. Dr. Hüseyin Çeken (Muğla Üniv. Turizm İsl. ve Otl. Y.O)

- İç turizm sayesinde ortaya çıkan gelirler, bölgelerarası tüketim ve üretim hacimlerini ve kalıplarını etkiler. Gelirin bölgeler ve yöreler arasında daha adil bir biçimde dağılımına yardımcı olur ve bölgelerarası dengeli bir kalkınma politikasının uygulanmasına olanak sağlar (Erdoğan, 1995: 140).

Yoğun çalışma ortamında ekonomik verimliliği düşen ve devamlı oturduğu ve çalıştığı yerden farklı bir bölgeye giderek değişiklik arayan insanlar, günlük yaşantısına belirli bir süre ara vererek fiziksel ve psikolojik yönlerden kendisini dinlenmiş hissedebilir ve tekrar çalışma ortamına döndüklerinde daha üretken ve verimli olurlar.

- Uluslararası turizm hareketleri, döviz kurlarındaki değişimlere, enflasyona ve uluslararası sosyal ve politik olaylara karşı çok duyarlıdır. Bunlara bağlı olarak dalgalanma gösterebilir. İç turizm ise ekonomik, politik ve çevresel faktörlerden daha az etkilenmektedir.

- İç turizmin gelişmesiyle ve yoğun tanıtım çabalarıyla turizm amaçlı ülke dışına çıkacak birçok vatandaş ülkede tatil yapmayı seçebilir ve böylece ülkeden döviz çıkışı engellenmiş olur.

- İç turizmin, turizm bilincinin gelişmesinde de olumlu etkisi vardır. Çünkü, turizmin öneminin ve turist psikolojisinin anlaşılması, bizzat turizm faaliyetlerine katılmakla öğrenilen bir olgudur. Turizme bu yönüyle bakıldığında, turistin geldiği bölgede olumlu olarak algılanması, onlara karşı olumsuz tutum geliştirilmemesi ve onların en az kendi ülkelerindeki kadar rahat ettirilmesi, iç turizmin geliştirilmesi ile ulaşılabilecek hedefler arasındadır (Kozak vd., 1999: 14).

- İç turizmini geliştirmiş bir ülkenin, zamanla dış turizmini geliştirmesi daha kolay olacaktır. İç turizm faaliyetleri dış turizmin geliştirilmesi için bir sıçrama tahtası olabilir. İç turizmi geliştirmek için geliştirilen alt yapı, personel eğitimi, elde biriken sermaye ve bilgi, dış turizmin geliştirilmesi için de bir zemin oluşturur. Örneğin; Türkiye geçtiğimiz dönemlerde adlarından bile bahsedilmeyen, ancak yurt içi seyahatle birlikte gelişme kaydeden ve tanınan birçok beldeye sahiptir. Balıkesir iline bağlı Erdek, Ayvalık, Avşa bu beldelerden sadece birkaçıdır

Turizm sektörü günümüzde dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi Türkiye’de de önemli bir gelişme süreci göstermekte ve bu gelişme, her geçen gün artan bir hızla devam etmektedir. Ancak, Türkiye’de bugüne kadar öncelik hep dış turizme verilmiş, iç turizm ise sürekli ihmal edilmiştir. Oysa, herhangi bir ülkenin dış turizme açılmasında, iç turizm hareketlerinin rolü yadsınamayacak düzeyde önemlidir. Ayrıca iç turizmin geliştirilmesi, Türkiye’de turizmin geleceğe ilişkin ekonomik ve sosyal bakımdan sağlıklı gelişimi için önemli bir konu olarak görülmektedir (Seckelman, 2002: 85).

Gelişmiş ülkelerin birçoğunda, dış turizm ile birlikte iç turizm hareketleri de gelişmiş durumdadır. Türkiye’de ise, hem döviz kazandırıcı etkisi olmadığı düşünüldüğü için, hem de rekreatif amaçlı turizm hareketleri için sosyal ve ekonomik şartlar oluşmadığından dolayı, iç turizm teşvik edilmemiş ve yeterince gelişmemiştir. Ancak, iç turizmin Türkiye’de geliştirilmesi hem sosyal hem de ekonomik açıdan son derece önemlidir.

Öte yandan, Türkiye’nin birçok yöresi turizm açısından önemli potansiyele sahiptir. Bu yörelerden biri de Balıkesir ilidir. Balıkesir ili, birçok önemli turizm değerine sahip olmasına rağmen, yörede iç turizmin yeterli ölçüde gelişmediği ve mevcut sorunların üzerine çok fazla gidilerek sorunların çözümü yönünde çalışmalar yapılmadığı gözlemlenmektedir.

Türkiye’de kitle turizminin başladığı 1960’lı yılların başından itibaren Balıkesir’de Erdek ve Edremit Körfezi iç turizm açısından Türkiye’de en önde gelen yerleşim yerleri olarak bilinmektedir. 300 km uzunluğunda sahil bandı bulunan Balıkesir’in, kıyı bandı çerçevesinde o yılların yapılanma ve turiste hizmet verme anlayışı doğrultusunda zaman içinde turistik yoğunlaşmanın getirdiği mevsimlik konaklama tesisleri yapılmış olup, halen bu tesislerin büyük çoğunluğu önemli bir değişikliğe uğramadan günümüze kadar gelebilmiştir. Bu bağlamda Balıkesir il genelinde bulunan Turizm İşletme/Yatırım ve Belediye Belgeli yatak sayıları ilçeler bazında aşağıdaki tablo da verilmektedir.

**Tablo 1. Balıkesir İli Turistik Yatak Kapasitesi (2004)**

İlçeler	İşletme Belgeli Yatak Sayısı	Yatırım Belgeli Yatak Sayısı	Belediye Belgeli Yatak Sayısı	Toplam
Balıkesir Merkez	782	219	401	1402
Ayvalık	2620	551	10.800	13971
Bandırma	631	-	476	1107
Burhaniye	1062	334	2082	3904
Edremit	1376	760	4107	6243
Erdek	1553	1232	4348	7133
Gönen-Marmara Adası-Balya-Susurluk	469	94	4161	4724
Toplam	8493	3190	26.375	-----
Genel Toplam				38.058

**Kaynak:** Balıkesir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Verilerinden Yararlanılarak Tarafımızdan Hazırlanmıştır.

Tablo 1’e bakıldığında Balıkesir ilinin yatak kapasitesinin 2004 yılı itibariyle 38.058 olduğu görülmektedir. Bu rakama kamu kamplarına ait 9165 yataklık kapasite de eklendiğinde, Balıkesir’in toplam turistik arz kapasitesi 47.223 olmaktadır.

Bu rakam, günümüzde yaklaşık 325.000 dolaylarında olan Türkiye’nin toplam yatak kapasitesinin (1) % 14.5’ine tekabül etmektedir.

Diğer taraftan, yine aynı tablo incelendiğinde Balıkesir ilinin toplam yatak kapasitesinin Ayvalık, Burhaniye, Erdek ve Edremit ilçelerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Özellikle Ayvalık ilçesi Balıkesir ilinde turistik yatırımların yoğunlaştığı en önemli ilçe görünümündedir. Öyle ki, Balıkesir ilinin toplam yatak kapasitesinin % 36.7’si Ayvalık ilçesinde bulunmaktadır. Bu durum aynı zamanda iç turizm talebine de yansımış durumdadır. Böylece, Balıkesir iline yönelik iç turizm talebinin en önemli dilimine Ayvalık ilçesi sahip durumdadır.

Öte yandan, Balıkesir iline yönelik yerli ve yabancı turist talebine ilişkin göstergeler Tablo 2 ve Tablo 3’te sunulmuştur.

**Tablo 2. Balıkesir İline Yönelik Yerli Turist Girişlerinin Yıllar İtibariyle Dağılımı**

	YILLAR			DEĞİŞİM ORANLARI (%)	
	2001	2002	2003	2002/2001	2003/2002
MERKEZ	1.458	2.126	47.422	46	2.131
AYVALIK	132.846	140.119	49.461	5	-65
BANDIRMA	9.861	10.089	28.558	2	183
BURHANIYE	13.581	12.690	11.665	-7	-8
EDREMİT	3.301	6.646	25.517	101	284
ERDEK	10.524	7.399	8.678	-30	17
GÖNEN	863	1.096	24.746	27	2.158
TOPLAM	172.434	180.165	196.047	4	9

Kaynak: Balıkesir Valiliği, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Verileri, 2004.

Tablo 2 incelendiğinde, Balıkesir ili genelinde yerli turist sayısının 2003 yılı itibariyle 196.047 olduğu görülmektedir. 2001 ve 2002 yılı ile karşılaştırıldığında yerli turist açısından küçük artışlar yaşandığı gözlenmektedir.

Diğer taraftan, Balıkesir iline yönelik yerli turist girişlerinin büyük bölümü Ayvalık ilçesinde yoğunlaşmaktadır. Ayvalık, 2001 yılında 132.846 kişi, 2002 yılında 140.119 kişi ve 2003 yılında 49.461 kişi olan yerli turist girişi ile Balıkesir ilinin en çok yerli turist çeken ilçesi konumundadır. Bununla birlikte, Balıkesir'in yerli turist girişleri açısından diğer önemli merkezleri; Balıkesir merkez, Bandırma, Edremit ve Gönen şeklindedir.

**Tablo 3. Balıkesir İline Yönelik Yabancı Turist Girişlerinin Yıllar İtibariyle Dağılımı**

	YILLAR			DEĞİŞİM ORANLARI (%)	
	2001	2002	2003	2002/2001	2003/2002
MERKEZ	909	1.116	1.520	23	36
AYVALIK	58.916	51.874	39.153	-12	-25
BANDIRMA	7.859	8.966	4.894	14	-45
BURHANIYE	3.577	4.381	4.098	22	-6
EDREMİT	1.630	5.086	2.581	212	-49
ERDEK	1.488	1.529	751	3	-51
GÖNEN	181	246	306	36	24
TOPLAM	74.560	73.198	53.303	-2	-27

Kaynak: Balıkesir Valiliği, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Verileri, 2004.

Öte yandan Balıkesir iline, giriş yapan yabancı turistler açısından bakıldığında, Tablo 3'teki sonuçlar karşımıza çıkmaktadır. Tablodan da görüldüğü gibi, Ayvalık ilçesi yabancı turistler bakımından da Balıkesir'in en çok turist çeken bölgesi konumundadır. Bu durumun belli başlı nedenleri bulunmaktadır. Bunları şu şekilde sıralanabilir:

- İl'deki tek 5 yıldızlı otelin bu bölgede bulunması, yine Ayvalık'ta nitelikli 4 ve 3 yıldızlı otellerin olması,

- İzmir'e ve havaalanına diğer bölgelere göre daha yakın olması,
- Buradaki otellerin büyük bölümünün kış mevsiminde de açık olması nedeniyle, özellikle İstanbul çıkışlı circuit (gezgin) gruplarının kültür turlarını tamamlama sürecinde Ayvalık'ta konaklama yapmak istemeleri,
- Troia, Assos ve Bergama ören yerleri gibi tarihi ve kültürel önemi bulunan yerlerin yol güzergahı üzerinde bulunması,
- Ayvalık'ın tarihi ve kültürel desenini korumuş olması.

## II. ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE YÖNTEMİ

### A. Araştırmanın Amacı

Son yıllarda Türkiye'de ekonomik gelişme ile birlikte iç turizm olayında bir canlanma görülmektedir. Ayrıca; dış pazarlarda yaşanan çeşitli kriz ortamlarından dolayı, Türk Turizm Sektörü'nde İç Turizm Pazarı daha fazla önem kazanmıştır. Bu uygulama araştırması Balıkesir yöresine gelen yerli turistlerin profilini analiz ederek, onların ekonomik, sosyal ve kültürel yapısını ve tüketim eğilimlerinin ortaya koymayı amaçlamaktadır.

### B. Araştırmanın Kapsamı

Uygulama araştırmasında, Balıkesir merkez ve yüksek oranda yerli turist çeken yöreleri (Ayvalık, Burhaniye, Edremit, Gömeç, Avşa Adası, Gönen ve Erdek) dikkate alınmıştır. Bu amaçla, araştırma kapsamına alınan turistik çekim merkezlerinin yerli turist profilleri konusunda bulgular elde edilmeye çalışılmıştır.

Gerek zaman ve gerekse finansal zorluklar nedeniyle ana kitleyi oluşturan yerli turistlerin tümünde araştırma yapılamamıştır. Araştırma kapsamına alınan ilçelerde turist yoğunluğuna göre Ayvalık, Gömeç ve Burhaniye yöresinde 320, Edremit ve Akçay yöresinde 250, Erdek yöresinde 200, Avşa yöresinde 150, Gönen yöresinde 100 ve Balıkesir merkezde 40 olmak üzere 1040 anket yapılması düşünülmüştür. 780 anket formu geri dönmüştür.

Araştırma süresince karşılaşılan başlıca sorunlar şunlardır.

- Yerli turistlerin ankete zaman ayırmak istememeleri,
- Anketi cevaplayanların sorulara kaçamak cevap vermeleri,
- Araştırma kapsamına alınan yörenin geniş bir alanda yer alması ve bu nedenle araştırma maliyetinin yüksek olması.

### C. Araştırmanın Yöntemi

Yapılan araştırmada verilerin objektif toplanabilmesi ve istatistiksel analiz teknikleriyle ilgili çeşitli hesaplar yapılabilmesi amacıyla anket yöntemi uygulanmıştır. Anket çalışması, Balıkesir il merkezi ve ilçelerini ziyaret eden yerli turistler üzerinde. Haziran-Temmuz ve Ağustos aylarında uygulanmıştır.

Hazırlanan anket formları araştırmanın örneklem grubunu oluşturan kişilerle yüz yüze görüşme yöntemi ve turistik işletmelere bırakılan formların doldurulması yoluyla uygulanmıştır. Dağıtılan anket formlarının geri gönderilmesi için işletmeye geri dönüş zarfları ile birlikte araştırmanın amaçlarını açıklayan bir yazı da anket formuna eklenmiştir.

## III. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırmada yerli turistlerden elde edilen verilerin değerlendirilmesinde SPSS 10.00 (Statistical Package for Social Sciences) paket programından yararlanılmıştır. Anket for-

munda yer alan her soru için frekans dağılımı tabloları hazırlanmıştır. Değerlendirmedeki frekans tablolarında, hem ankete geçerli cevap verenlerin hem de vermeyenlerin yüzdeleri verilmektedir. Aşağıda anket soruları ve cevap yüzdeleri tablolaştırılarak verilmiştir.

**Tablo 4. Cinsiyet**

Cinsiyet	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
Erkek	431	55,3	55,6
Kadın	344	44,1	44,4
Cevapsız	5	0,6	
Toplam	780	100,0	100,0

Tablo 4'te görüldüğü gibi Balıkesir genelinde ankete tabi tutulan yerli turistlerin cinsiyet dağılımında, erkekler % 12'lik bir farkla çoğunluğu oluşturmaktadır.

**Tablo 5. Yaş Grupları**

Yaş	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
25-34	214	27,4	27,6
35-44	183	23,5	23,6
45-54	146	18,7	18,9
15-24	138	17,7	17,8
55 ve üstü	93	11,9	12,0
Cevapsız	6	0,8	
Toplam	780	100,0	100,0

Tablo 5'te de görüldüğü gibi anketi cevaplayanlar arasında, 25-34 yaş grubu (% 28) ve 35-44 yaş grubu (% 23) diğer yaş gruplarına oranla daha fazladır. Bu gruplar cevap verenlerin % 51'ini oluşturmaktadır. Sayıca çoğunlukta olan üçüncü yaş grubu ise, 45-54 (% 19) olup, yaşlı (55 ve üstü) ve genç (15-24) yaş grupları sırasıyla % 18 ve % 12'lik oranlarla en az yüzdelere sahiptirler.

**Tablo 6. Medeni Durum**

Medeni Hal	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
Evli	466	59,7	60,1
Bekar	267	34,2	34,5
Diğer	42	5,4	5,4
Cevapsız	5	0,6	
Toplam	780	100,0	100,0

Anketi cevaplayanların çoğunluğu (% 60) evli olmakla beraber, bekarlarda (% 35) 'lik oranla ikinci büyük grubu oluşturmaktadır. Yüzde 5'lik kesimi oluşturan diğer grubunun içinde dul ve nişanlılar bulunmaktadır.

**Tablo 7. Eğitim Durumu**

Eğitim Durumu	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
Ortaöğretim	291	37,3	37,5
Lisans (Üniversite 4 Yıllık )	209	26,8	27,0
Önlisans (Üniversite 2 Yıllık )	171	21,9	22,1
İlköğretim	72	9,2	9,3
Lisansüstü	30	3,8	3,9
Öğrenim görmemiş	2	0,3	0,3
Cevapsız	5	0,6	
Toplam	780	100,0	100,0

Tablo 7’de de görüldüğü gibi anketi cevaplayanlar arasında eğitim durumu orta öğretim olanlar (% 38), 4 yıllık lisans olanlar (% 27) ve iki yıllık önlisans olanlar (% 22) ile üç büyük grubu oluşturmaktadırlar.

**Tablo 8. Meslek Grubu**

Meslek Grubu	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
Memur	127	16,3	16,4
Emekli	116	14,9	15,0
İşçi	114	14,6	14,7
Kendi işi	104	13,3	13,4
Öğrenci	82	10,5	10,6
Diğer	79	10,1	10,2
Ev hanımı	67	8,6	8,6
İşveren	58	7,4	7,5
İşsiz	28	3,6	3,6
Cevapsız	5	0,6	
Toplam	780	100,0	100,0

Sırasıyla, memurlar (% 16), emekliler (% 15) ve işçiler (% 15) üç büyük grup olup, anketi cevap verenlerin % 45’ini oluşturmaktadırlar. Bunun yanında, kendi işini yapanlar da (% 13) kayda değer bir orandaki kitleyi oluşturmaktadırlar.

**Tablo 9. İkamet Edilen İl**

İkametgah	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
İstanbul	251	32,2	32,2
Balıkesir	169	21,7	21,7
Bursa	104	13,3	13,4
Diğer	94	12,1	12,1
Ankara	66	8,5	8,5
İzmir	52	6,7	6,7
Eskişehir	43	5,5	5,5
Cevapsız	1	0,1	
Toplam	780	100,0	100,0

Tablo’9’da da görüldüğü gibi Yüzde 32’lik bir oranla İstanbullular ve % 22’lik bir oranla Balıkesirliiler iki büyük grubu ve cevaplayanların yarısından çoğunu oluşturmaktadır-

lar. Ankaralıları (% 9), İzmirli (%7), ve Eskişehirli (%5) yüzde 10 altında oranlarla azınlıkta kalmışlardır. Diğer ikametgahlar arasında Almanya, Makedonya ve Fransa gibi diğer ülkeler yanında, Türkiye'nin değişik illeri verilmiştir.

**Tablo 10. Ailenizin Toplam Aylık Geliri**

Toplam Aile Aylık Geliri	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
501 milyon - 999 milyon TL	270	34,6	36,1
1 milyar - 1 milyar 999 milyon TL	240	30,8	32,1
2 milyar TL ve üstü	125	16,0	16,7
250 milyon - 500 milyon TL	100	12,8	13,4
250 milyon TL den az	12	1,5	1,6
Cevapsız	33	4,2	
Toplam	780	100,0	100,0

Anketi cevaplayanların çoğunluğunun aylık geliri 501 milyon-999 milyon (% 36) arası olmakla beraber, 1 milyar-1.999 milyon (% 32) arası aylık geliri olanlarda büyük orandır. Az olmakla beraber, ilk grubun aylık gelirinden az ve ikinci grubun aylık gelirinden çok aylık gelire sahip olanlar da mevcuttur.

**Tablo 11. Balıkesir Yöresine Tatil Amaçlı Geline Kişi Sayıları**

Tatil Sırasındaki Kişi Sayısı	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
3-4 kişi	310	39,7	40,2
2 kişi	227	29,1	29,4
Yalnız	137	17,6	17,7
5 kişi ve üzeri	98	12,6	12,7
Cevapsız	8	1,0	
Toplam	780	100,0	100,0

Anketi cevaplayanlar içinde, Balıkesir yöresine tatil amacıyla en son gelişler çoğunlukla 3-4 kişilik (% 40) ve 2 kişilik (% 29) gruplar halindedir. Bu oranlar, çoğunluğun (% 60) medeni durumunun evli olmasıyla uyumludur. Yalnız gelenler (% 18) ve dört kişiden fazla gruplarla gelenler de (% 13) yadsınmayacak sayıdadır.

**Tablo 12. Balıkesir Yöresine Yönelik Tatil Kararı Alınmasında Etkili Olan Araçlar**

Tatil Kararında Etkili Medya	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
Arkadaş - akraba tavsiyesi	309	39,6	40,6
Daha önceki seyahat deneyimi	274	35,1	36,0
Diğer	99	12,7	13,0
Seyahat Acentası	26	3,3	3,4
TV Programları	23	2,9	3,0
İnternet	19	2,4	2,5
Fuarlar	11	1,4	1,4
Cevapsız	19	2,4	
Toplam	780	100,0	100,0

Tablo 12’de de görüldüğü gibi arkadaş ve akraba tavsiyesi % 41’lik oranla Balıkesir yöresine geliş kararının ana aracı durumundadır. Daha önce bu yöreyle ilgili deneyim (% 36) ikinci karar aracını oluşturmaktadır. Bu da gösteriyor ki, bu yörenin ziyaretçileri kendi tecrübeleri ve eş dost tavsiyesi doğrultusunda tatil kararı vermeye meyillidirler. Acentalar (% 3), TV Programları (% 3), İnternet (% 3), ve Fuarlar (% 1) gibi haber alma kanalları az oranda kullanılmakta ve % 13’lük dilimi oluşturan diğer karar araçları arasında birden fazla araçlar ve Bağ-Kur Kampı, kişisel beğeni, yöre havası, yakın olması, yazlık ve çeşitli tatil sebeplerini teşkil eden farklı cevaplar verilmiştir.

**Tablo 13. Balıkesir Yöresinde Kalınan / Kalınacak Süre**

Tatil Süresi	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
7-9 gün	173	22,2	22,4
17 gün ve üzeri	155	19,9	20,0
4-6 gün	150	19,2	19,4
10-13 gün	114	14,6	14,7
1-3 gün	81	10,4	10,5
14-16 gün	72	9,2	9,3
Günübirlik	29	3,7	3,7
Cevapsız	6	0,8	
Toplam	780	100,0	100,0

Anketi cevaplayan yerli turistlerin çoğunluğu 7-9 gün (% 22) ve 16 günden fazla (% 20) tatil süresi geçirmiş veya geçireceklerdir. Dört ile 6 gün arası (% 19), 10-13 gün arası (% 15) ve 1-3 gün arası (% 11) kalanların oranı daha az olmakla birlikte önemli oranlara sahiptirler. Bu turistlerin bu yörede kaldıkları yazlıkları veya akraba-arkadaş evi olanlar olma ihtimali yüksektir.

**Tablo 14. Balıkesir Yöresine Geliş Sıklığı**

Geliş Sayısı	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
2 kezden fazla	454	58,2	60,9
2. kez	147	18,8	19,7
ilk kez	144	18,5	19,3
Cevapsız	35	4,5	
Toplam	780	100,0	100,0

Balıkesir yöresine ikinci kez gelenler (%20) ve ilk kez gelenler (% 19) önemli oranda olmalarına rağmen, anketi cevaplayanların çoğunluğu (% 61) Balıkesir yöresine ikiden fazla gelmişlerdir. Buda gösteriyor ki, bu yerli turistler Balıkesir yöresinin sadık ziyaretçileridir.

**Tablo 15. Balıkesir Yöresine Tatile Geliş Ayları**

Geliş Ayları	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
Diğer	265	34,0	34,5
Temmuz	239	30,6	31,1
Ağustos	136	17,4	17,7
Eylül	71	9,1	9,2
Haziran	48	6,2	6,3
Nisan	5	0,6	0,7
Mayıs	4	0,5	0,5
Cevapsız	12	1,5	
Toplam	780	100,0	100,0

Anketi cevaplayanlar için Balıkesir yöresine tatile geliş ayları arasında büyük oranda Temmuz (% 31) ayı başı çekmekte ve Ağustos ayı % 18'lik bir oranla ikinci sırada yer almaktadır. Yüzde 34'lük paya sahip diğer aylar arasında 2 veya daha fazla bahar ayları yanı sıra "belli değil", "ayda iki kez", "her ay", "yıl boyu" ve "fırsat buldukça" gibi cevaplar verilmiştir.

**Tablo 16. Balıkesir Yöresine Tatile Geliş Dönemleri**

Geliş Dönemleri	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
Yıllık izinler	441	56,5	59,0
Diğer	200	25,6	26,8
Hafta sonu	67	8,6	9,0
Resmi tatiller	39	5,0	5,2
Cevapsız	33	4,2	
Toplam	780	100,0	100,0

Anketi cevaplayanlar Balıkesir yöresine genellikle yıllık izinler esnasında gelmektedirler (% 59). Hafta sonu (% 9) ve resmi tatiller esnasındaki (% 5) ziyaretler daha az paylara sahip olup, % 27'lik paya sahip diğer tatil dönemleri arasında birden fazla tatil dönemleri ve "çocuklara göre", "canım istediği zaman", "fırsat buldukça", "kış hariç", "okul tatili", "hafta içi", "sezonluk", "emekliyim, her zaman" ve "yaz tatili" gibi cevaplar verilmiştir.

**Tablo 17. Balıkesir İline Yönelik Tatile Çıkma Biçimi**

Tatile Çıkma Biçimi	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
Aile bireyleri ile	473	60,6	63,6
Tek başına	112	14,4	15,1
Arkadaş grubu ile	110	14,1	14,8
Diğer	36	4,6	4,8
Seyahat Acentasının hazırladığı turlarla	13	1,7	1,7
Cevapsız	36	4,6	
Toplam	780	100,0	100,0

Yukarıdaki tabloda'da görüldüğü gibi anketi cevaplayanların Balıkesir iline yönelik tatile çıkma biçimi genellikle aile bireyleri iledir (% 63). Tek başına (% 15) ve arkadaş grubu ile (% 15) gelme biçimleri de önemli oran teşkil etmektedir. Yüzde 5'lik orana sahip diğer geliş biçimleri için de birden fazla kategoriler ile "belli değil" ve "kaçamak" gibi cevaplar verilmiştir.

**Tablo 18. Balıkesir Yöresine Tatile Gelirken Tercih Edilen Ulaşım Araçları**

Tercih Edilen Ulaşım Araçları	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
Özel araç	409	52,4	54,5
Otobüs	227	29,1	30,2
Gemi	68	8,7	9,1
Diğer	27	3,5	3,6
Uçak	15	1,9	2,0
Tren	4	0,5	0,5
Cevapsız	29	3,7	
Toplam	780	100,0	100,0

Anketi cevaplayanları çoğunluğu (% 54) Balıkesir yöresine tatile gelirken daha çok özel araçlarını tercih ederken, otobüs % 30'luk bir oranla ikinci tercih edilen tatil aracıdır. Az oranda olmasına rağmen, gemi (% 9) ve uçak (% 2) ile birden fazla ulaşım aracı ve feribot gibi diğer ulaşım araçları da (% 4) tercih edilmektedir.

**Tablo 19. Tatil İçin Balıkesir Yöresini Seçme Nedenleri**

Seçim Temel Amacı	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
Eğlence-dinlenme	504	64,6	66,5
Diğer	79	10,1	10,4
İş	61	7,8	8,0
Sağlık	42	5,4	5,5
Ziyaret	34	4,4	4,5
Kültürel	24	3,1	3,2
Öğrenim	10	1,3	1,3
Spor	4	0,5	0,5
Cevapsız	22	2,8	
Toplam	780	100,0	100,0

Anketi cevaplayanların Balıkesir'e geliş amaçları arasında eğlence ve dinlenme büyük oranla (% 67) başı çekmektedir. İş (% 8) ve sağlık (% 6) sebepleri küçük oranlarla bunu takip ederken, % 10'luk orana sahip diğer amaçlar arasında birden fazla kategori ve "İstanbul'a yakınlık", "aile yapısına uygunluk", "gezme-görme", "balık", "doğa gezisi", "sessizlik", "temizlik", "deniz", "evimiz burada" ve "farklı bir yer görmek için" gibi cevaplar verilmiştir.

**Tablo 20. Tatil İçin Balıkesir Yöresinin Tercih Edilmesinde Etkili Olan Faktörler**

Secimde Etkili Faktörler	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
Diğer	184	23,6	24,7
Bu yörede yazlığa sahibim	135	17,3	18,1
Ucuz tatil olanakları	124	15,9	16,7
Doğal çevre çekiciliği	123	15,8	16,5
Bölgeye ulaşım kolaylıkları	104	13,3	14,0
Eş-dost ve akraba ziyareti	51	6,5	6,9
Tarihi ve kültürel özellikler	22	2,8	3,0
Cevapsız	36	4,6	
Toplam	780	100,0	100,0

Anketi cevaplayanlar için Balıkesir yöresini tercih etmede etkili faktörler arasında yörede yazlık olması (% 18), ucuz tatil olanakları (% 17), ve doğal çevre çekiciliği (% 16) ilk üç sırada gelmektedir. Yüzde 25'lik dilime sahip diğer faktörler arasında birden fazla faktör ve "denizi çok güzel", "İstanbul'a yakınlık", "sakin oluşu", "arkadaş", "eğlence ve dinlenme", "Gönen banyoları", "iş amaçlı", "kumsal-güneş", "kaplıcalar", "sağlık", "hareketli sahil şeridi", "iklim şartları" ve "seviyorum" gibi cevaplar verilmiştir.

**Tablo 21. Balıkesir Yöresindeki Tatillerde Tercih Edilen Konaklama Tipi**

Tercih Edilen Konaklama Tipi	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
Otel / Motel	362	46,4	48,3
Yazlık	194	24,9	25,9
Pansiyon	74	9,5	9,9
Diğer	48	6,2	6,4
Tatil Köyü	24	3,1	3,2
Kamu Kampları	23	2,9	3,1
Kamping	12	1,5	1,6
Kaplıca	9	1,2	1,2
Gençlik Kampları	4	0,5	0,5
Cevapsız	30	3,8	
Toplam	780	100,0	100,0

Anketi cevaplayanların % 48 gibi büyük kısmı Balıkesir yöresindeki tatillerinde daha çok otel ve motellerde konaklamayı tercih etmektedirler. Yüzde 26'lık oranla yazlık ve % 10'luk oranla pansiyon ikinci ve üçüncü sırada gelir. Diğer konaklama şekilleri (% 6) arasında birden fazla kategori ve akraba evi verilmiştir.

**Tablo 22. Tatilin Finans Şekli**

Tatil Finans Şekli	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
Kendi İmkanlarım (Nakit)	563	72,2	77,0
Kredi Kartı	94	12,1	12,9
Diğer	61	7,8	8,3
Tüketici (Tatil) Kredisi	12	1,5	1,6
Cevapsız	49	6,3	
Toplam	780	100,0	100,0

Anketi cevaplayanların % 77'si tatillerini kendi imkanlarıyla (nakit), % 13'ü ise kredi kartıyla finanse etmektedirler. Yüzde 8'lik diğer finans şekilleri arasında "aile bireyleri", "çek", "işyeri ve kurum olanakları" verilmiştir.

**Tablo 23. Balıkesir Yöresindeki Tatiliniz İçin Ortalama Harcama Miktarı**

Ortalama Harcama Miktarı	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
501 milyon - 999 milyon TL	257	32,9	36,1
250 milyon - 500 milyon TL	204	26,2	28,7
1 milyar - 1 milyar 999 milyon TL	130	16,7	18,3
250 milyon TL den az	77	9,9	10,8
2 milyar TL ve üstü	44	5,6	6,2
Cevapsız	68	8,7	
Toplam	780	100,0	100,0

Tablo 23'te de görüldüğü gibi anketi cevaplayanların % 36'sı için Balıkesir yöresindeki tatilleri için ortalama harcamaları 501 milyon-999 milyon TL arasındadır. Yüzde 29'lük bir kesim için 250 milyon-500 milyon TL olmasına rağmen, % 18'lik kesim için 1 milyar-1 milyar 999 milyon TL'dir. Bunların üstünde ve altında harcama yapanlar azınlıkta kalmaktadır.

**Tablo 24. Tatil İçin Yapılan Harcamaların Tahmini Dağılımı**

Harcamalar	Minimum Yüzde	Maksimum Yüzde	Ortalama Yüzde
Konaklama harcama yüzdesi	0	100	38,01
Ulaşım harcama yüzdesi	1	80	16,63
Yeme-içme harcama yüzdesi	3	86	23,94
Eğlence harcama yüzdesi	1	70	16,78
Alışveriş harcama yüzdesi	1	80	13,40
Yerel gezi harcama yüzdesi	1	30	10,63
Diğer harcama yüzdesi	1	40	15,69
Toplam harcama yüzdesi	40	100	98,35

Ankete cevap verenlerin tatil harcamalarının % 38 gibi önemli bir oranı konaklama harcamalarına aittir. Minimum ve maksimum kolonlarında görüleceği üzere, % 0 ile % 100 arası oranlarda ortalama konaklama harcaması verilmiştir. Yeme-içme harcamaları (% 24), eğlence harcamaları (% 17) ve ulaşım harcamaları (% 17) takip etmektedir. Diğer harcamalar (% 16), alışveriş harcamaları (% 13), ve yerel gezi harcamaları (% 11) en düşük paylara

sahiptirler. Toplam harcama yüzdesi ortalamasının % 98 olmasından anlaşılacağı üzere, bazı turistler harcama kategorilerinin bazılarında cevap verirken bazılarını boş bırakmışlardır. Diğer harcamalar kategorisinde, “talih oyunları”, “ev bakımı” ve “zorunlu ihtiyaçlar” gibi cevaplar verilmiştir.

**Tablo 25. Balıkesir Yöresinin Fiyat Yönünden Değerlendirilmesi**

Fiyat Unsurları	Frekanslar			
	Ucuz	Normal	Pahalı	Cevapsız
Konaklama tesisleri	22,7	51,8	12,8	13,5
Yeme- içme	13,8	55,0	16,0	15,1
Eğlence	11,8	45,3	19,4	23,6
Alışveriş	15,1	51,0	14,0	19,9
Yerel geziler	12,3	42,9	10,9	33,8
Diğer (lütfen belirtiniz)	0,6	1,7	1,7	96,0

Fiyat Unsurları	Tanımlayıcılar		
	Minimum	Maksimum	Ortalama*
Diğer fiyatlar	1	3	2,26
Eğlence fiyatları	1	3	2,10
Yeme içme fiyatları	1	3	2,03
Alışveriş fiyatları	1	3	1,99
Yerel gezi fiyatları	1	3	1,98
Konaklama tesisleri fiyatları	1	3	1,89

\*: Ortalamalar büyükten küçüğe sıralanmıştır. (1=Ucuz, 2=Normal, 3=Pahalı)

Frekans tablosunda görüleceği üzere, anketi cevaplayanların % 43’ü ile % 55’i arası, verilen tüm harcama kategorilerinde (diğer hariç), Balıkesir’i normal pahalılıkta bulmuştur. Ayrıca, Balıkesir’in konaklama tesislerini, alışveriş ve yerel gezi ücretlerini ucuz bulanlar, pahalı bulanlardan daha fazla orandadır. Tanımlayıcılar tablosunda da görüleceği üzere, ortalaması en düşük olan harcama kategori konaklama tesisleri fiyatlarıdır (1,89), yani, ucuz (1) ile normal (2) arası bir değere sahiptir. Ortalaması en yüksek (2,26) olan harcama kategorisi ise diğer kategorisidir (ev bakımı, talih oyunları, özel ihtiyaçlar, zorunlu ihtiyaçlar).

**Tablo 26. Balıkesir Yöresine Tatil İçin Tekrar Gelme Eğilimi**

Tekrar Gelme Eğilimi	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
Evet	525	67,3	75,4
Belki	126	16,2	18,1
Hayır	45	5,8	6,5
Cevapsız	84	10,8	
Toplam	780	100,0	100,0

Tablo 26’da da görüldüğü gibi anketi cevaplayanlar arasında Balıkesir’de tekrar tatil yapmayı çoğunluktadır (% 71). Belki diyenler % 18 iken hayır diyenler % 5,8 gibi küçük bir orana sahiptir.

Tablo 27. Genel Olarak Balıkesir Yöresinde Geçirilen Tatilin Memnuniyet Düzeyi

Tatil Memnuniyeti	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
Memnunum	483	61,9	68,3
Çok Memnunum	102	13,1	14,4
Fikrim Yok (Kararsızım)	87	11,2	12,3
Memnun Değilim	25	3,2	3,5
Hiç Memnun Değilim	10	1,3	1,4
Cevapsız	73	9,4	
Toplam	780	100,0	100,0

Tablo'da da görüldüğü gibi Balıkesir'de tekrar tatil yapma eğilimleri ile uyumlu olarak, anketi cevaplayanların çoğunluğu (% 68) Balıkesir yöresinde geçirdikleri tatilden memnun kalmışlardır. Yüzde 15'lik kesim çok memnunken % 12'lik kesim ise kararsızdır. Memnun olmayan ve hiç memnun olmayan kesim yadsınacak bir azınlıkta kalmıştır.

Tablo 28. Balıkesir Yöresindeki Tatil Süresince Karşılaşılan Sorunlar

Sorunlar	Tanımlayıcılar		
	Minimum	Maksimum	Ortalama*
Ulaşım	1	5	3,44
Güvenlikle ilgili sorunlar	1	5	2,97
Sağlıkla ilgili sorunlar	1	5	2,92
Pahalılık	1	5	2,88
Konaklama tesislerinde hizmet yetersizliği	1	5	2,81
Fiyatlarla ilgili sorunlar	1	5	2,80
Danışma ve halkla ilişkilerle ilgili sorunlar	1	5	2,74
Çevre kirliliği	1	5	2,71
Gürültü	1	5	2,59
Alt yapı noksanlığı	1	5	2,43
Sorun olmadı	1	5	2,22

Sorunlar	Frekanslar					Cevapsız
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Sorun olmadı	22,6	18,7	7,9	9,0	3,5	38,3
Pahalılık	9,5	19,4	9,1	22,6	4,0	35,5
Çevre kirliliği	17,9	15,8	10,5	18,8	6,3	30,6
Gürültü	21,9	14,6	7,9	19,7	5,1	30,6
Konaklama tesislerinde hizmet yetersizliği	12,9	13,8	12,9	15,6	6,3	38,3
Alt yapı noksanlığı	20,1	14,4	17,3	11,0	2,9	34,2
Fiyatlarla ilgili sorunlar	11,5	17,3	10,6	19,4	4,1	37,1
Danışma ve halkla ilişkilerle ilgili sorunlar	12,4	12,1	21,3	12,1	4,2	37,9
Güvenlikle ilgili sorunlar	12,2	9,4	16,0	14,6	8,6	39,2
Sağlıkla ilgili sorunlar	14,6	8,3	18,1	14,5	8,8	35,6
Ulaşım	9,4	8,1	7,8	20,9	16,7	37,2

\*: Ortalamalar büyükten küçüğe sıralanmıştır.

1=Kesinlikle Katılıyorum, 2=Katılıyorum, 3=Fikrim Yok, 4= Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılmıyorum

Yukarıdaki frekans tablosunda görüldüğü gibi, Balıkesir yöresindeki tatil esnasında karşılaşılabilecek sorunları “kesinlikle katılıyorum” ve “kesinlikle katılmıyorum” arası beşli bir eksende ölçülmüştür. Anketi cevaplayanların % 23’ü Balıkesir’de sorun olmadığına kesinlikle katıldıklarını, % 19’u ise katıldıklarını belirtmişlerdir. Sorun olmadığına katılmayanlar, yani sorun olduğunu düşünenler cevaplayanların sadece % 13’ünü oluşturmaktadır. Cevap yüzdelerinin dağılımından görüleceği üzere, olası sorunlar için katılım yüzdeleri çoğunlukla “katılmıyorum” kolonunda en yüksektir. Yani her ne kadar, cevaplayanlar, Balıkesir yöresinde bu sorunları yaşamamışlarsa da, fikirlerinde kesinlik oluşmamıştır. Balıkesir’de altyapı noksanlığı ve gürültü sorunlarının olduğuna “kesinlikle katılıyorum” diyenlerin yüzdesi diğer seçenekleri işaretleyenlerden daha yüksektir ki bu durum tanımlayıcılar tablosunda sahip oldukları en düşük ortalamalardan (sırasıyla, 2,43 ve 2,59), yani “kesinlikle katılıyorum” kutbuna en yakınlık derecelerinden de açıktır. Ancak, danışma ve halkla ilişkiler, güvenlik ve sağlıkla ilgili sorunlarda fikir noksanlığı mevcuttur; ayrıca güvenlik ve sağlıkla ilgili sorunlar, ulaşımdan sonra, en yüksek ortalamalara sahip olup (sırasıyla, 2,97 ve 2,92) “kesinlikle katılmıyorum” kutbuna en yakın olanlardır.

Tablo 29. Balıkesir Yöresinin Turizm Açısından Daha Çekici Olabilmesi İçin Alınması Gereken Tedbirler

Tedbirler	Yükseklikler					Cevapsız
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	
Eğitilmiş ve turizm eğitimi almış personel çalıştırılması	49,2	20,3	6,5	2,2	0,3	21,5
Bölgedeki hava alanlarının turizme açılması	30,0	23,1	13,2	4,0	1,3	28,5
Temizlik ve fiyat kontrollerinin düzenli yapılması	44,4	26,0	6,5	1,8	0,5	20,8
Yörenin geniş kapsamlı tanıtımı	47,3	26,7	3,5	1,0	1,4	20,1
Turizm bilincinin yöre halkı arasında yaygınlaştırılması	44,5	22,8	5,4	1,2	1,5	24,6
Doğal ve kültürel değerlerin korunması ve turizme kazandırılması	47,8	24,0	4,7	0,9	1,5	21,0
Turizme yönelik tesislerin artırılması	42,1	24,5	4,7	4,7	3,5	20,5

\*: Ortalamalar büyükten küçüğe sıralanmıştır.

Tedbirler	Tanımlayıcılar		
	Minimum	Maksimum	Ortalama*
Bölgedeki hava alanlarının turizme açılması	1	5	1,93
Turizme yönelik tesislerin artırılması	1	5	1,78
Temizlik ve fiyat kontrollerinin düzenli yapılması	1	5	1,59
Yörenin geniş kapsamlı tanıtımı	1	5	1,57
Eğitilmiş ve turizm eğitimi almış personel çalıştırılması	1	5	1,54
Turizm bilincinin yöre halkı arasında yaygınlaştırılması	1	5	1,53
Doğal ve kültürel değerlerin korunması ve turizme kazandırılması	1	5	1,52

1=Kesinlikle Katılıyorum, 2=Katılıyorum, 3=Fikrim Yok, 4= Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılmıyorum

Frekans tablosunda görüleceği üzere, Balıkesir yöresinin turizm açısından daha çekici olabilmesi için alınması gereken tedbirler hakkında, verilen tüm tedbirlere çoğunluk katılımı göstermiş, katılmayanlar azınlıkta kalmıştır. Tanımlayıcılar tablosunda ki ortalama sıralamalarından da anlaşılacağı üzere, beşlik katılım ekseninde “kesinlikle katılıyorum” kutbuna en yakın olan tedbir bölgedeki hava alanlarının turizme açılmasıdır (1,93).

#### IV. SONUÇ VE ÖNERİLER

Balıkesir Yöresi Yerli Turist Profiline belirlenmesine yönelik araştırmada ortaya çıkan bulgular çerçevesinde, Balıkesir yöresine gelen yerli turistlerin profili şu şekilde ortaya konulabilir:

Balıkesir iline gelen yerli turistler çoğunlukla 25-44 yaşları arasında, evli, en azından orta öğretim veya lisans eğitimi görmüş, memur, emekli veya işçilerden oluşan, Balıkesir ve İstanbul’da ikamet eden, 501 milyon TL ile 1.999 milyon TL arası aylık gelire sahip kişilerden oluşmaktadır.

Bu turistler çoğunlukla Balıkesir’e 2-4 kişi arası gruplar halinde aile bireyleriyle, ağırlıklı olarak Temmuz ve Eylül dönemlerini kapsayan yaz dönemlerinde, yıllık izinlerini değerlendirmek amacıyla gelmektedir. Kısa süreli gelenler 4-9 gün arası, yazlıkçılar ise 17 günden fazla kalmaktadırlar. Yöreye gelenlerin genellikle 2 kez ve üzeri geldikleri belirlenmiştir. Balıkesir’e gelme kararı almalarında arkadaş-akraba tavsiyesi yanı sıra, daha önceki seyahat deneyimlerinin etkili olduğu görülmektedir.

Çoğunlukla otobüs ve özel araçlarıyla geldikleri Balıkesir yöresinde, eğlence ve dinlence amaçlı seyahatler ön plana çıkmaktadır. Bu seyahatlerinde Balıkesir yöresini tercih etmelerinde etkili olan üç faktör ise; yörede yazlığa sahip olmaları, ucuz tatil olanakları ve doğal çekicilik olmaktadır. Bu yüzden, çoğunlukla tercih edilen konaklama türü otel-motel yanında ikinci konutlardan oluşmaktadır. Çoğunlukla kendi imkanları ile geldikleri bu tatillerde 250 milyon TL ile 1 milyar TL arası harcama yapmaktadırlar. Bu harcamaların en büyük oranını, sırasıyla konaklama, ulaşım ve yeme-içme oluşturmaktadır. Bu turistler, çoğunlukla Balıkesir yöresinde yaptıkları harcama unsurlarını normal pahalılıkta bulurken, eğlence ve yeme-içme fiyatlarını diğerlerine oranla biraz daha pahalı bulmaktadırlar. Bu turistler her ne kadar Balıkesir yöresindeki tatillerinde sorun olmadığı düşüncesine sahip olsalar da, Balıkesir’de alt yapı noksanlığı ve gürültü sorunlarının olduğu konusunda fikirleri mevcuttur. Buna karşın, güvenlik ve sağlıkla ilgili sorunlar ile ulaşım konusunda sorunla karşılaşılmaktadır. Bu yüzden, yöreye gelen yerli turistler çoğunlukla Balıkesir yöresindeki tatillerinden memnun kalmışlar ve tekrar gelme eğilimi taşımaktadırlar. Ancak, Balıkesir yöresine gelen turistler; yörenin turizm açısından daha çekici olabilmesi için öne sürülen tedbirlerden doğal ve kültürel değerlerin korunması önerisine katılmaktadır.

Balıkesir yöresinin yerli turist profiline dayanarak, yöredeki turizm sektörüne ve ilgili kamu kurumlarına yönelik çeşitli öneriler geliştirilebilir:

- Çoğunlukla emekli, çocuklu ve aile bireyleriyle seyahat eden bu turistlerin memnuniyeti için, turistik tesislerin çocuklu aileye uygun hizmet sunmaları gerekmektedir. Örneğin, değişik yaşlardaki çocukların meşgul olabileceği kreşler, çocuk parkları, lunaparklar, bilgisayar ve atari salonları, su parkları vb. hizmetler sayılabilir. Bu hizmetlerin veriliş saatlerinin ise, turistlerin istekleri doğrultusunda düzenlenmesi gerekmektedir.

- Coğunlukla orta yaş grubuna (25-44) dahil ziyaretçileri ağırlayan Balıkesir yöresinde bu grupta yer alan yerli turistlere yönelik aktiviteler sunulmalıdır. Bunlar arasında, disco, cafe ve barlar, özellikli restoranlar (Osmanlı, Çin, Fransız, İtalyan mut-fakları), spor aktiviteleri, büyüklere ve küçüklere yönelik animasyon faaliyetleri gi-bi aktiviteler yer alabilir. Ayrıca geniş bir sahil şeridine sahip olan Balıkesir yöre-sinde bu turistlerin hizmetine sunulmak üzere çeşitli su aktiviteleri ve tesisleri su-nulabilir. Bunlar arasında; sörf, su kayağı, yelkenli, jet-ski, parasailing, şnorkelle dalma, su altı balıkçılığı, su altı gözlemeleme sayılabilir.
- Çeşitli turistik kaynaklara sahip Balıkesir yöresinde deniz-güneş-kum turizminin yanısıra, eko turizm, sağlık turizmi, yayla turizm, kültürel turizm olanakları mev-cuttur. Bunlara ek olarak, kırsal turizm, özel ilgi turizmi (kuş gözlemciliği, botanik vb.), spor turizmi, inanç turizmi, yat turizmi ve kongre turizmi de geliştirilebilir. Bu turizm çeşitlerinde hizmet verecek kalifiye personel ve bölgesel rehber ihtiyacının karşılanması doğrultusunda, eğitim ve diğer kamu kurumları birlikte hareket etme-lidir.
- Balıkesir yöresi yerli turistlerinin çoğunlukla dinlenme-eğlenme amaçlı geldikleri göz önüne alınarak, mevcut ve potansiyel turistler, yörenin alternatif turizm olanak-ları konusunda bilgilendirilmelidir. Bu sayede, Balıkesir yöresinde turistik ürün çe-şitlendirmesine gidilebilecek ve yörede turizmin 12 aya yayılabilmesi imkan dahi-line girebilecektir.
- Balıkesir yöresinin doğal ve kültürel varlıklarının korunması, Balıkesir yöresine ge-len yerli turistinin belirttiği önerilerin başında gelir. Bu değerlerin varlığı ve sürekliliğini sağlamak için, yöredeki turistik tesislerin ve kamu kurumlarının sürdürüle-bilir turizm politikasını izlemeleri zorunludur. Bu politika hakkındaki bilgilendir-me Balıkesir Üniversitesi ile işbirliği yapılabilir.
- Yöredeki alt yapı sorunlarına çözüm olarak, özel ve kamu sektörlerinin ortaklaşa çevre yönetim sistemini uygulamaları gerekmektedir.
- Balıkesir yöresi yerli turisti çoğunlukla eş-dost tavsiyesi veya kendi deneyimleri doğrultusunda tatillerine karar vermektedirler. Bu yüzden, mevcut turist memnuni-yeti potansiyel turisti çekmede çok büyük önem taşımaktadır.
- Balıkesir yöresine gelen yerli turistlerin hem konaklama süresini uzatmak hem de gelen kişi sayısını arttırmaya yönelik paket programlar hazırlanarak tüketicilere su-nulmalıdır. Bu şekilde, yerel turistlerin seyahat acentalarını kullanma oranları arttı-rılabilir.
- Balıkesir yöresi yerli turistleri, yöreye çoğunlukla 2 kez ve üzeri gelmektedirler. Bu turistlerin daha fazla ve daha uzun süre gelmelerini sağlamak doğrultusunda turizm işletmeleri tarafından ilişki pazarlaması benimsenmelidir.
- Ulaştırma araçları, tesisleri ve trafik yön levhaları turistlerin beklentilerine uygun olarak yeniden düzenlenmelidir.
- Balıkesir yöresine yerli turistten gelen ekonomik getiriyi arttırmak amacıyla hedi-yelik eşya ve yöresel el sanatları ürünlerini pazarlayan tesisler teşvik edilmeli ve sa-yıları arttırılmalıdır.
- Balıkesir yöresinin yerli turistinin de farkında olduğu alt yapı noksanlığı, gürültü ve çevre kirliliği gibi sorunların giderilmesi için kurumlar arası işbirliği dahilinde de-netim ve kontrol mekanizmaları oluşturulmalıdır.

- Balıkesir yöresi birçok önemli turizm değerine sahip, Türkiye'nin önemli turizm merkezlerindedir. Ancak, bugüne kadar yörenin turizm potansiyeline gerek özel gerekse kamu kesimi gerekli önemi verememiştir. Bu yüzden, Türkiye'de halen birçok insan yörenin turistik potansiyeli hakkında yeterli bilgiye sahip durumda değildir. Bu doğrultuda Balıkesir ilinin daha etkin tanıtılması, görsel ve yazılı basın araçlarından rasyonel şekilde faydalanılması, bu konuda üniversite sektör işbirliğinin sağlanması yerinde olacaktır.

#### KAYNAKÇA

Balıkesir Valiliği, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2004

COLTMAN, Michael M., Introduction To Travel And Tourism: An International Approach, New York, 1994. ERDOĞAN, Harun, Ekonomik, Sosyal, Çevresel Yönleriyle Uluslar arası Turizm, Ankara, 1995

KOZAK, Nazmi, Meryem Akoğlan Kozak, Metin Kozak, Genel Turizm İlkeler-Kavramlar, Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara, 1999

KUŞLUVAN, Zeynep, Türkiye'de İç Turizm Talebinin Analizi, Journal of Travel and Tourism Research, No: 2, January, 2002

PEHLİVAN, Yasemin, Turizmde Dün Bugün Yarın, Turizm Bakanlığı Kütüphanesi, Ankara, 1995

SECKELMANN, Astrid, "Domestic tourism – a chance for regional development in Turkey?", Tourism Management, No:23, 2002.

USTA Öcal, Genel Turizm, Anadolu Matbaacılık, İzmir,2002

(1) [http: www.turizm.gov.tr](http://www.turizm.gov.tr)