

# 2012

## TRAKYA BÖLGESİ TURİZM POTANSİYELİ ARAŞTIRMASI



16.04.2012

## İçindekiler

TURİZM KAVRAMI.....	1
1.1. Turizmin Çeşitleri.....	1
TRAKYA YÖRE HALKI ANKETİ .....	3
2.1. Araştırmanın Metodolojisi .....	3
2.1.1. Araştırmanın Modeli .....	3
2.1.2. Çalışma Evreni ve Örneklem.....	4
2.1.3. Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi ve Uygulanması (GPS/GPRS).....	7
2.1.4. Veri Analizinde Kullanılan İstatistiksel Teknikler .....	8
2.1.5. Çok Boyutlu Ölçekleme Analizi (MDS) .....	8
2.1.6. Ölçeklerin Güvenilirlik ve İç Tutarlılık Ölçütü Değerleri.....	8
2.1.7. Araştırmanın Süresi .....	10
2.1.8. Araştırmanın Kadrosu .....	10
TRAKYA YÖRE HALKI ANKETİ BULGULARI .....	11
3.1.Örneklem Demografik Özellikleri.....	11
3.2. Bölgede Turizme Bakış .....	16
3.3. Anket Yapılan Lokasyonların Ayrıntılı Analizleri.....	47
3.3.1. İğneada – Demirköy .....	47
3.3.2. Saray .....	58
3.3.2. Şarköy.....	63
3.3.3. Saroz.....	69
3.3.4. Edirne .....	75
3.3.5. Tekirdağ.....	81
3.3.6. Kırklareli .....	87
3.4. Çok Boyutlu Ölçekleme Bulguları .....	92
POTANSİYEL TATİLCİ ANKETİ İSTANBUL BÖLGESİ .....	97
4.1.Araştırmanın Metodolojisi .....	97
4.1.1. Araştırmanın Modeli .....	97
4.2. Çalışma Evreni ve Örneklem .....	97
4.3. Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi ve Uygulanması (GPS/GPRS).....	98
4.4. Potansiyel Tatilci Anketi İstanbul Bölgesi Sonuçları.....	99
4.4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri .....	99
4.4.2. Tatil Alışkanlıkları ile İlgili Sorulara Verilen Yanıtlar .....	104
4.4.3. Demografik Özelliklere Göre Çapraz Değerlendirmeler.....	118

SONUÇ VE ÖNERİLER .....	160
KAYNAKÇA .....	170



## TURİZM KAVRAMI

Sözcük olarak turizm Fransızca “tourner” fiilinden türetilmiştir ve “istekle devamlı ikamet edilen yeri bir süre için terk edip seyahate çıkmak ve tekrar dönmek” anlamındadır (Özgüç, 1994:9). Bir başka görüşe göre ise turizm sözcüğü, Latince dönme hareketi anlamındaki “tornus” kelimesinden türetilmiştir. Aynı şekilde “tour” kelimesi de İngilizce’de “hareket edilen yere dönmek şartıyla yapılan seyahat” anlamında kullanılmaktadır (Aksoy, 1998:1). Öznesini “insanın” teşkil ettiği turizm olayının bilimsel şekilde ele alınması ve tanımlanması çalışmaları XIX. Yüzyılın sonundan itibaren başlamıştır. Önceleri turizm yalnızca bir seyahat, ulaştırma ya da iktisadi bir olay olarak görülmüş, yapılan tanımlar da yetersiz kalmıştır. Turizmle ilgili yaklaşımlar, onun ilişkilerini ve yarattığı etkilerini ele almaya başladığında ve konaklama, boş zaman ve dinlenme kavramları ile “turizmin bir ilişkiler ve olaylar bütünü” olduğu anlaşıldığında, günümüz tanımlarına ulaşılmıştır.

Turizmi açıklayabilmek için iktisadi, coğrafi, kültürel, politik, sosyolojik, teknik, tıbbi, vb. açılardan yaklaşmak gerekir (Soykan, 2000:40).

Her yer değiştirme veya seyahat, turizm olayı içinde değerlendirilemez. Tanımlarda yer aldığı gibi, bir konaklama veya seyahatin turizm olgusu içinde değerlendirilmesi için aşağıdaki kriterleri taşıması gerekmektedir. (Toksay, 1989:39, Özgüç, 1998:15, Kozak, vd. 2000:5):

- a. Seyahatin devamlı ikamet edilen, çalışılan ve günlük ihtiyaçların karşılandığı yerler dışına yapılması
- b. Konaklama sırasında genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep edilmesi,
- c. Konaklamanın geçici olmasıdır.

### 1.1. Turizmin Çeşitleri

Turizmin çeşitleri konusunda pek çok kaynakta çoğu zaman birbirlerinden farklı sınıflandırmaların yapıldığı görülmektedir. Bunun nedeni, turizmin çeşitlerinin çoğu zaman birbirleri ile olan yakın ilgisi ve kendi aralarında kesin çizgiler ayrılmamalarıdır. (Kozak vd., 2001:13).

G. Blohberger, turizmi üç gruba ayırmakta, daha sonra bunları bazı alt gruplar halinde toplamaktadır ( Özgüç, 1994:9):

#### 1. Doğa Turizmi:

- a. Dinlenme
- b. Spor Turizmi

## 2. Kültürel Turizm:

- a. Kültürel toplantılar
- b. Tarihsel, kültürel ve eğitim merkezlerinin ziyareti

## 3. İlişki Kurma Turizmi:

- a. Ferdi ve kolektif turizm
- b. İç ve dış turizm
- c. Siyasal amaçlı seyahatler
- d. İş Seyahatleri'dir.

Doganay; başlıca turizm tiplerini ve bunları belirleyen kriterleri Tablo 1'de şöyle sıralanmıştır (Doganay, 2001:11):

**Tablo 1. Turizm Tipleri**

	Belirleyici kriter	Turistik aktivite tipi
1	<b>Dinlenme-eğlenme-tedavi</b>	Klimatizm
		Termalizm
		Üvalizm
		Alpinizm (yayla turizmi)
		Kıyı turizmi (kumsal turizmi)
2	<b>Kültürel turizm</b>	Prehistorik yerleşme yerleri ziyareti
		Tarihî yerleşme yerleri ziyareti
		Tarihî eserler ziyareti
		Savaş alanlarını ziyaret
		Müzeleri ziyaret
3	<b>Sportif turizm</b>	Su sporları turizmi (sörf, rafting ve kano)
		Dağ turizmi: Kış sporları turizmi
		Dağcılık (Alpinizm)
		Kay-kay turizmi
		Mağara turizmi (Speleoloji)
4	<b>Dinî turizm</b>	Dinî yerleri ziyaret
		Kutsal kentleri ziyaret
		Dinî toplantılara katılmak
		Dinî törenlere katılmak
		Dinî anıları ziyaret
5	<b>İktisadî turizm</b>	Karma fuarlara katılmak
		Sanayi fuarlarına katılmak
		Sergilere katılmak
		İş ve ticaret görüşmeleri yapmak
6	<b>Politik turizm</b>	Tarihî antlaşmaların yapıldığı kent ve yerleri görmek
		Politik amaçlı antlaşmalar yapmak
		Siyasî görüşmelerde bulunmak
7	<b>Kongre turizmi</b>	Kongre, konferans, seminer toplantıları
8	<b>Aile turizmi</b>	Es, dost ziyareti turizmi

## TRAKYA YÖRE HALKI ANKETİ

### 2.1. Araştırmanın Metodolojisi

#### 2.1.1. Araştırmanın Modeli

Trakya Bölgesi'ndeki mevcut turizm potansiyelinin etkinliğinin ölçülmesi, yöre halkının turistlere bakış açısı, turizm ile ilgili karşılaştıkları sorunlar, turizmden beklentileri ve turizmin daha etkin hale getirilebilmesi için yöre halkının alternatif katılım olanaklarının araştırılması için Trakya bölgesinde kritik olarak belirlenen 7 bölgede anket uygulaması yapılmıştır. Araştırmadan elde edilen veriler “Turizm Master Planı Mevcut Durum Analizi” çalışmasına bir girdi olarak kullanılması beklenmektedir. Ayrıca bu sonuçların konu ile ilgili kurum ve kuruluşlara geniş ölçekli bir bölge analizi sunacağı kanısındayız.

Bir destinasyonun, hızlı bir değişim süreci yaşayan turizm hareketlerine uyum sağlayabilmesi ve önemini kaybetmemesi için, turizme uygunluk düzeyinin araştırılması ve turizm potansiyelinin doğru bir şekilde tespit edilmesi gereklidir. Turizm potansiyeli tam ve gerçekçi bir şekilde belirlenemediği takdirde, yanlış alanlar, yanlış zamanlama ile yanlış faaliyetler kullanılarak turizme açılabilir. Bu sayede yörenin mevcut değerinin kaybedilmesi veya yapılan yatırımın geri dönüşümünün sağlanamamasının yanında, ekonomik kayıplarında yaşanması kaçınılmazdır. Bu açıdan bakıldığında; bir bölge turizme açılmadan, turizm potansiyelinin ve taşıma kapasitesinin niteliksel şekilde tespit edilip değerlendirilmesi ve sürdürülebilirliğinin önündeki engellerin kaldırılmasının da son derece önemli olduğunu ifade edebiliriz.

Trakya yöresinde yapılan ve yapılması muhtemel turizm faaliyetleri 5 ana başlık altında değerlendirilmiştir. Bunlar;

- Deniz-sahil turizmi
- Kültürel –tarihi değerler turizmi
- Şarap turizmi
- Yeme-içme turizmi
- Doğa turizmi ve Doğa Sporları

Bu faaliyetlerin olduğu/olabileceği muhtemel bölgeler ise 7 bölge olarak değerlendirilmiştir. Bu bölgeler ise;

- **İğneada-Demirköy mevki;** Sislioba ,İğneada Limanköy, Beğendik, Sivrilere, Hamdibey Köyü, Avcılar, Kofçaz
- **Kıyıköy Mevkii;** Kıyıköy, Aksicim, Balkaya, Hamidiye
- **Saray Mevkii;** Bahçeköy, Kastro
- **Şarköy Mevkii;** Mürefte, Eriklice, Gaziköy, Hoşköy, Uçmaktdere, Güzelköy
- **Saros Mevkii;** Erikli, Mecidiye, Sazlıdere, Sultaniçe
- **Edirne Mevkii;** Edirne, Uzunköprü, Babaeski, Lüleburgaz, Meriç, Alpullu
- **Tekirdağ Mevkii;** Tekirdağ, Marmara Ereğlisi
- **Kırklareli mevki**

### 2.1.2. Çalışma Evreni ve Örneklem

Örneklem, belli kurallara göre, belli bir evrenden seçilmiş ve seçildiği evreni temsil yeterliği kabul edilen küçük kümedir. Araştırmalar çoğunlukla örneklem kümeler üzerinde yapılır ve elde edilen sonuçlar ilgili evrenlere genellenir (Karasar, 2005, s.110-111).

Örneklem evrenin bir parçası olup hem araştırma, hem de istatistiksel bakımdan büyük önem taşır. Örneklem en önemli özelliği yansız ve temsili olmasıdır (Kaptan, 1983, s.135).

Örnekleme, bir araştırmanın konusunu oluşturan evrenin bütün özelliklerini yansıtan bir parçasının seçilmesi işlemini belirtir. Örneklem, seçildiği bütünü küçük bir örneğidir. Örneklem seçildiği grubun tümü ise evreni oluşturur. Örneklem seçilirken, örneklem temsil yeteneği taşımasına ve yeterli büyüklükte olmasına dikkat etmek gerekir. Örneklem seçilerek yapılan araştırmalar zaman ve maliyet yönünden ekonomik olduğu gibi, çoğu zaman da bütün evrenin incelenmesiyle elde edilen sonuçlar kadar geçerli, sağlıklı ve güvenilir olabilir (Gökçe, 1988, s.77-78).

Örnekleme yapılırken, öncelikle araştırmanın amaçları doğrultusunda sonuçların genellenmek istendiği evrenin sınırlandırılıp çalışma evreninin tanımlanması gerekir. Araştırmaların amaçlarına göre en uygun bir çalışma evreni vardır (Karasar, 2005, s.116). Burada çalışma evreni yerine sadece evren kavramı kullanılacaktır

Bu araştırmada kullanılan yöntem olasılıksız örnekleme yöntemlerinden olan “Kota Örneklemesi”dir. Kota örneklemede sınırlı bir evren, araştırmanın amacına uygun olarak araştırmacının öngördüğü belirli değişkenlere göre sınıflandırılır. Bu değişkenler yaş, cinsiyet,



eğitim durumu, meslek, hastalık olabileceği gibi, etnik köken, kırsal ve kentsel değişkenler de olabilir (Gökçe, 1988, s.83).

Kota örneklemede araştırmacı seçtiği değişkenler açısından evreni benzer alt gruplara ayırır. Çalışacağı birim sayısını da kendi olanakları çerçevesinde saptar. Örneğin belirli bir hastalık üzerinde yapılacak araştırmada, hastanede yatan hasta sayısı 500 ise ve araştırmacı bunlardan 100 kişiyle görüşmeye karar vermişse araştırmada kullanılacak kota  $Q = 100/500 = 1/5$ 'dir. Araştırmacı saptadığı değişkenlerin oluşturduğu her alt gruptan 20 hasta ile görüşecek demektir. Kota saptandıktan sonra tanımlanan her alt gruptan kota oranına uygun olmak kaydıyla istenilen hasta ile görüşülebilir (Gökçe, 1988, s.83).

Örneklem alınmasında örneklemin alındığı evreni temsil etmesi önemlidir. Bu durumda ne kadar, hangi büyüklükteki bir örneklemin evreni temsil edebileceği sorunu ortaya çıkmaktadır. Alınan örneklemin evreni temsil yeterliği bulunmadığında örnekleme hatası olur (Bailey, 1987; akt. Balcı, 2005, s.91). Yeterli bir örneklem, güvenilir sonuçlar sağlayacak kadar eleman kapsayan örneklemdir (Young, 1968, s.324).

Örneklemin çok küçük olması durumunda araştırma sonuçlarının evren için genellenebilmesi güçleşir. Betimsel araştırmalarda minimum %10 örneklem alınır, küçük evrenlerde ise %20'ye ihtiyaç duyulur. Korelasyon çalışmalarında en az 30, nedensel kıyaslamalarda her gruptan en 30'ar eleman gereklidir. Deneysel araştırmalarda ise, her grupta 15'er denek gibi az sayıda denek olması sonuçların geçerli olmasını sağlayabilir. Bazı çevreler ise deneysel araştırmalarda her grupta en az 30'ar deneğin bulunmasını önermektedir. Ancak örnek büyüklüğünün fazla olması fazla olması sonuçların güvenilirliğini artırır (Gay, 1987; akt. Arlı ve Nazik, 2001, s.77).

Araştırmacılara bir kolaylık olması bakımından  $\alpha = 0.05$  için  $+^- 0.03$ ,  $+^- 0.05$  ve  $+^- 0.10$  örnekleme hataları için farklı evren büyüklüklerinden çekilmesi gereken örneklem büyüklükleri hesaplanarak aşağıda Tablo 2'de verilmiştir. Bu çizelge sadece araştırmacılara bir yol göstermek amacıyla hazırlanmıştır. Araştırmacı kendi özel durumuna göre örneklem büyüklüğünü hesaplariken gerekli formüllerden yararlanmalıdır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s.49-50).

**Tablo 2.  $\alpha= 0.05$  İçin Örneklem Büyüklükleri**

Evren Büyük- lüğü	$\pm 0.03$ örnekleme hatası (d)			$\pm 0.05$ örnekleme hatası (d)			$\pm 0.10$ örnekleme hatası (d)		
	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7
100	92	87	90	80	71	77	49	38	45
500	341	289	321	217	165	196	81	55	70
750	441	358	409	254	185	226	85	57	73
1000	516	406	473	278	198	244	88	58	75
2500	748	537	660	333	224	286	93	60	78
5000	880	601	760	357	234	303	94	61	79
10000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
<b>50000</b>	<b>1045</b>	674	881	381	245	321	96	61	81
100000	1056	678	888	383	245	322	96	61	81
1000000	1066	682	896	384	246	323	96	61	81
100 milyon	1067	683	896	384	245	323	96	61	81

Kaynak: Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s.50

Araştırmanın evrenini yukarıda zikredilen 8 bölgede ikamet eden ve 18 yaş üstü olan bireyler oluşturmaktadır. Söz konusu evrenimizin alt bölgeleri ve daraltılmış olarak nüfus bilgileri aşağıdaki tabloda yer almaktadır. 2010 ADNKS verilerinden hareketle evrenin toplam nüfusu yaklaşık 74033 olarak tahmin edilmiştir. Yukarıdaki tabloda örneklem büyüklükleri ile ilgili olarak  $\pm 0,03$  hata payı sınır olarak alındığında 1050 rakamının üzeri olarak görülmektedir. Ancak araştırma ekibimiz bu rakamın kullandığımız bazı temel örnekleme standartlarının altında kalması nedeniyle nihai örneklem adedini 1580 olarak belirlemiştir.

**Tablo 3. Örneklem Dağılımları**

Lokasyon	Bölge	Toplam Nüfus (Daraltılmış)	Örneklem	Örneklem İçindeki Oran
1. İğneada-Demirköy	Sislioba, İğneada Limanköy, Beğendik, Sivriler, Hamdibey Köyü, Avcılar, Kofçaz	5359	180	<b>%11,4</b>
2. Kıyıköy Mevkii:	Kıyıköy, Aksicim, Balkaya, Hamidiye	3324	150*	<b>% 9,6</b>
3. Saray Mevkii:	Bahçeköy, Kastro,	3650	180	<b>% 11,4</b>
4. Şarköy Mevkii:	Mürefti, Eriklice, Gaziköy, Hoşköy, Uçmakedere, Güzelköy	6272	210*	<b>% 13,2</b>

5. Saros Mevkii:	Enez, Erikli, Mecidiye, Sazlıdere, Sultaniçe	7909	220*	% 14
6. Edirne Mevkii:	Edirne, Uzunköprü, Babaeski, Lüleburgaz, Meriç, Alpullu	435300 (25000)	340*	% 21,4
7. Tekirdağ Mevkii:	Tekirdağ, Marmara Ereğlisi	163028 (12500)	300*	% 19
8. Kırklareli mevkii		10.000		
<b>Toplam</b>	<b>74033</b>	<b>74033</b>	<b>1580</b>	

Araştırmada coğrafik kota uygulaması yapılmıştır. Yukarıdaki tabloda yer alan 8 turizm bölgesinin farklı sorun ve beklentileri olabileceği göz önüne alınarak örnekleme her bir bölgenin nüfusu oranında temsili sağlanmıştır.

### 2.1.3. Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi ve Uygulanması (GPS/GPRS)

Araştırmanın amacı çerçevesinde, yapılacak anket çalışmaları için öncelikle geniş bir literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Benzer araştırmalardan elde edilen sorulardan ve bu araştırmanın danışmanlığının yapan Boğaziçi Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü öğretim üyelerinden **Sayın Maria ALVAREZ** ve diğer çalışma arkadaşlarının sağladığı anket formları yardımıyla oluşturulmuştur.

Uygulama süresi 20-25 dakika olan anket formunda;

1. Kota sorusu: 1 adet
2. Kişisel-Demografik bilgiler: 8 soru
3. Yöre halkı ile ilgili beklenti ve tespitleri kapsayan 10 soru, ancak dallanma soruları ile birlikte toplam 36 soru şeklinde yer almıştır.

Bu araştırmada deneklerle yüz yüze görüşerek anket uygulanması sağlanmıştır. Anket uygulaması iPad II tablet bilgisayarlar yardımıyla yapılmıştır. Anket yaptıran ajans yetkililerinin verilen web adresi ile GPS kodundan anketörlerin harita üzerinde hangi konumda anket yaptıkları online olarak izlenmesi sağlanmıştır. Uygulamada iPad II bilgisayar sisteminin kullanılması sahanın firmamız tarafından ilgili kriterlerin sağlanabilmesinin kontrolü için son derece önemlidir. Araştırmanın yanlışsız olarak data editi-girişi de bu sistemle mümkün olmaktadır. Ayrıca araştırma süresinin kısılması da, raporun erken teslim edilmesini sağlamakta böylece verilerde tespit edilen bilgilerin stratejik değeri de korunmuş olmaktadır.

### 2.1.4. Veri Analizinde Kullanılan İstatistiksel Teknikler

Araştırmada toplanan anket cevapları uzman elemanlarımız tarafından data editi yapıldıktan sonra SPSS for Windows 19.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Analiz yöntemleri olarak; sonuçların yüzdesel dağılımlarını gösteren grafikler verilerek, ardında demografik özelliklerle çapraz değerlendirmelerin yapıldığı analizler yer almıştır. Ayrıca kategorik sorularla demografik özellikler arasında çok boyutlu ölçekleme analizi uygulanmıştır.

### 2.1.5. Çok Boyutlu Ölçekleme Analizi (MDS)

Sorulara verilen cevapların arasındaki ilişkilerden yola çıkılarak ifadelerin algılanmasına göre profil çıkartılmaktadır. Çok boyutlu örnekleme analizi ile farklı ifadelerin algılanma konumlarının haritası hazırlanabilmektedir.(Bülbül ve diğerleri, 2007, s.149)

Koordinat sisteminde her çeyrekte yer alan ifadelerin birlikte ele alınıp değerlendirilmesi mümkündür.(Bülbül ve diğerleri, 2007, s.151)

MDS analizi sonucunda; çok boyutlu uzaydaki gerçek şekil ile indirgenmiş boyutlu uzayda kestirilen şekil arasındaki farklılığın bir ifadesi olan stres katsayısı aşağıdaki gibi yorumlanır.

**Tablo 4. Kruskal Wallis Stres Katsayısı**

Değer Aralığı	Yorumu
$S_k \geq 0,20$	Zayıf uyum
$S_k = 0,10$	Orta uyum
$S_k = 0,05$	İyi uyum
$S_k = 0,00$	Tam ya da mükemmel uyum

**Kaynak:** Sinan Araçlı ve diğerleri, Türkiye’de beşeri kalkınmışlığın coğrafi dağılımının çok değişkenli istatistiksel tekniklerle incelenmesi, <http://www.iibf.ogu.edu.tr/kongre/bildirileri>, s.27

### 2.1.6. Ölçeklerin Güvenilirlik ve İç Tutarlılık Ölçütü Değerleri

Bir araştırmada kullanılan ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliği araştırma sonuçları açısından önemlidir. Bir ölçek kullanılmadan önce güvenilirlik ve geçerlilik açısından sınanmalıdır. Bir ölçeğin güvenilirliği o ölçeğin farklı zamanlarda aynı örnekleme uygulandığı durumda aynı sonuçları verme derecesini

göstermektedir. Bu anlamda güvenilirlik, bir değişkeni ölçmek için sorulan soruların ne derecede bilinçli olarak cevaplandırıldığına bir göstergesidir.(Özdoğan ve Tüzün, 2007, s.644) Bu araştırmada, Güvenilirlik analizi yapılırken Cronbach's Alpha modeli kullanılmıştır. Cronbach's Alpha sorular arası korelasyona bağlı uyum değeridir. Cronbach's Alpha değeri faktör altındaki soruların Toplamdaki güvenilirlik seviyesini göstermektedir. Cronbach's Alpha değerinin 0,70 ve üstü olduğu durumlarda ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilir. Ancak, soru sayısı az olduğunda bu sınır 0,60 değeri ve üstü olarak kabul edilebilir.

**Tablo 5. Cronbach's Alpha Değerleri İçin Bir Sınıflama**

Cronbach's Alpha	Yorumu
0,80-1.00 Arası	Yüksek Güvenilirlik
0,60-0,80 Arası	Oldukça güvenilir
0,40-0,60 Arası	Güvenilirlik düşük
0,40 dan aşağısı	Güvenilir değil

**Kaynak:** Kalaycı Şeref 'SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri', 2006, s.405

Anket çalışmasının İstanbul ayağında uygulanan anket formunda likert ölçeği şeklinde yer alan toplamda 30 maddeden oluşan 9, 10, 11, 12, 13. sorulardan cronbach's alpha değeri 0,95 olarak hesaplanmıştır. Bu değer "**yüksek güvenilirlik**" seviyesine tekabül etmektedir

Bir ölçeğin geçerliliği ise o ölçeğin ölçmek istediği değişkeni ne derece ölçtüğüne ilişkindir. Geçerlilik testinin güvenilirlik testinde olduğu gibi dayandığı belli bir katsayı yoktur. Bu nedenle geçerlilik testi kuramsal analizlerle yapılmaktadır. Bu araştırmanın geçerlilik testi pivot analizlerle tespit edilmiştir. Online olarak elimize ulaşan sonuçlardan ilk 100 anket üzerinde yapılan taslak analizlerde soruların algılanmasında bir problem yaşanmadığı görülmüştür. Ancak tespit edilen 4 soruda bazı deneklerde algı düşüklüğü görülmüş ve bunun sebebinin de sorularda değil anketörlerin soruyu okurken yanlış açıklama yapmasında olduğu anlaşılmıştır. Bu sorularda yapılması gerekli açıklamalar anketöre online olarak gönderilmiş ve sonuçlar tekrar izlenmiştir. Devam eden anketlerde sorunun ortadan kalktığı anlaşıldığından anketörlere anket bitene kadar herhangi bir müdahale yapılmamıştır.

### 2.1.7. Araştırmanın Süresi

Araştırmanın saha uygulamasına 2012 yılı ocak-şubat-mart aylarında görölen aşırı kar yağışı nedeniyle birkaç kez ara verilmek zorunda kalınmıştır. Özellikle İstanbul uygulamasında tahmin edilenden daha fazla ara vermeler yaşanmıştır.

Araştırmanın anket hazırlık safhası toplamda 15 gün sürüştür. Saha uygulaması ise yaşanan duraksamalarla birlikte toplam 65 gün olmuştur. Analiz ve raporlama süreci ise 20 günde tamamlanmıştır.

### 2.1.8. Araştırmanın Kadrosu

#### **Proje Danışmanları**

Doç. Dr. Azad OSMANLI

#### **Proje Koordinatörü:**

Selman Minga

İlhan Altun

#### **Saha Koordinatörleri:**

İbrahim Geysoğlu

Merve Dur

Furkan Cansız

#### **Veri Analiz Ekibi**

Recep Minga Uzman İstatistikçi

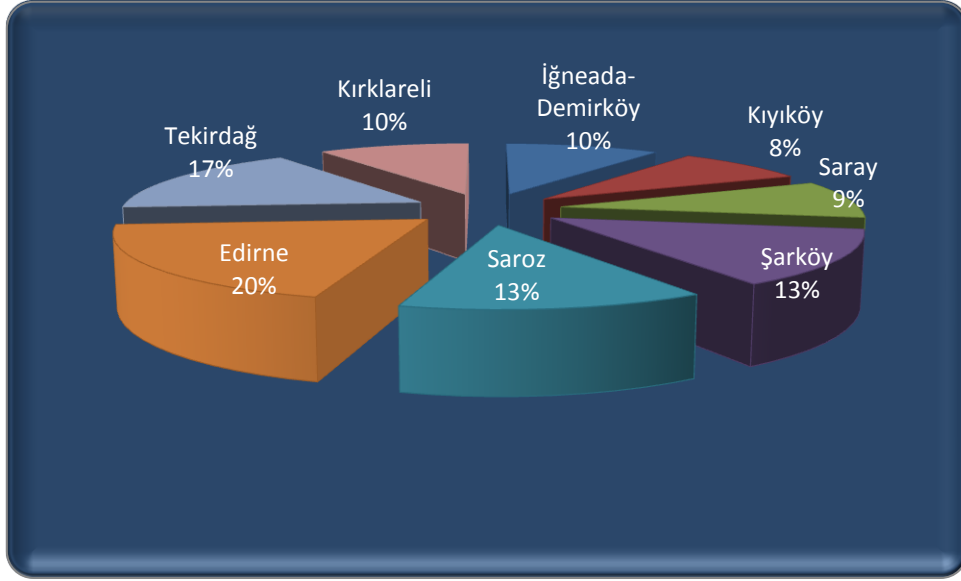
Alp Aydınli Yönetim – Organizasyon Uzmanı

Eda Ermağan Uzman Psikolog

Zeynep Yıldız Analist

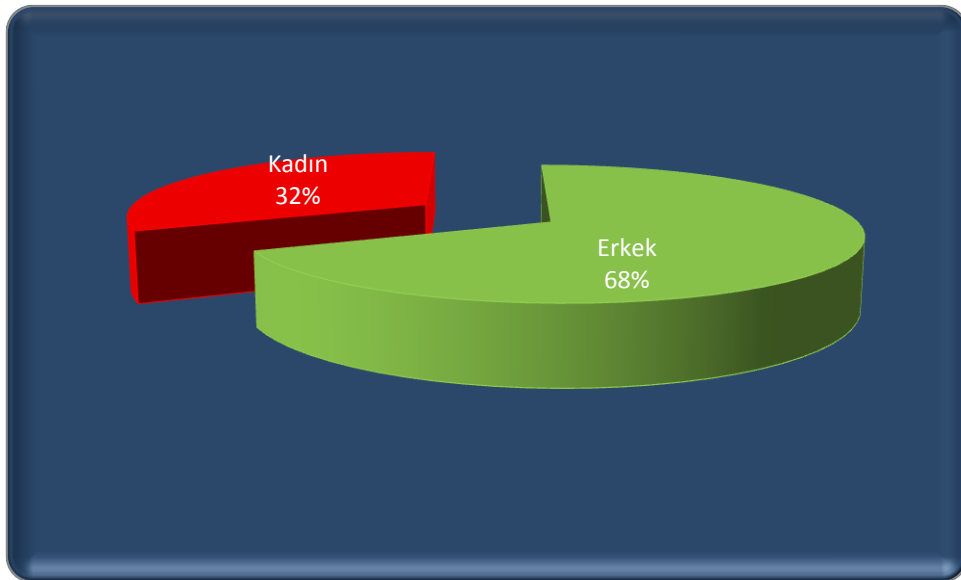
## TRAKYA YÖRE HALKI ANKETİ BULGULARI

### 3.1.Örneklemin Demografik Özellikleri



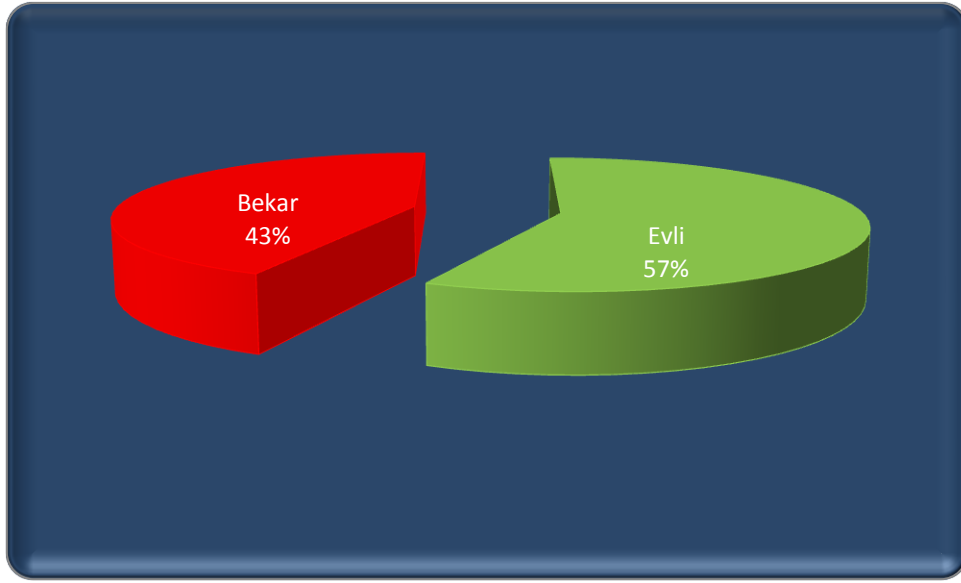
**Şekil 1. Anket Yapılan Lokasyonlar**

Trakya bölgesinde yapılan araştırmamız sekiz ayrı yerleşim biriminde gerçekleştirilmiştir. Anket katılımcıları Edirne (%20), Tekirdağ (%17), Kırklareli (%10), Saroz (%13), Şarköy (%13), İğneada-Demirköy (%10), Saray (%9) ve Kıyıköy (%8)'dendir. Katılımcıların çoğunluğunun %20 oranı ile Edirne'den olduğu görülmektedir.



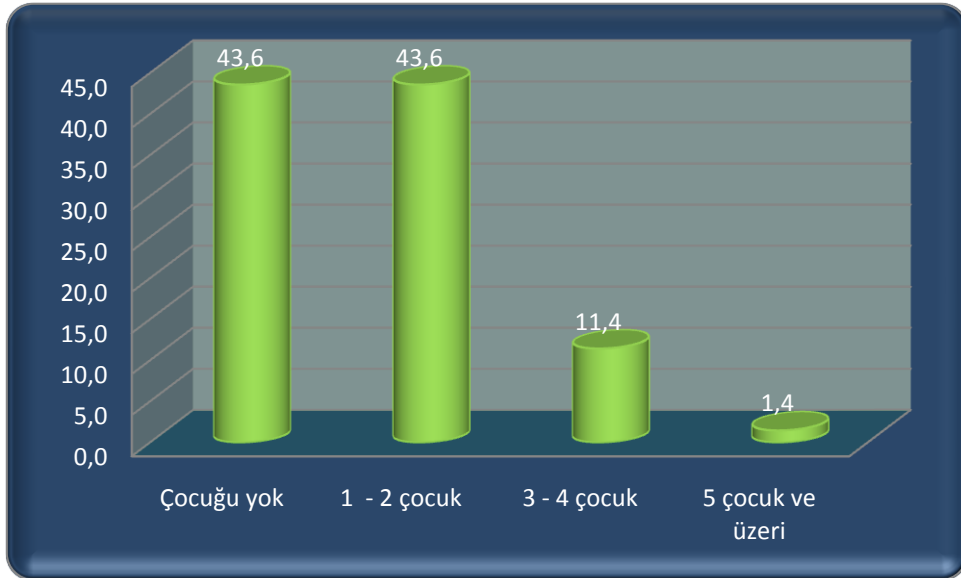
**Şekil 2. Cinsiyet Dağılımları**

Araştırmaya katılanları cinsiyet kategorisinde ele aldığımızda, %68 çoğunluğu erkektir. Katılımcıların %32'sinin ise kadın olduğu görülmektedir.



Şekil 3. Medeni Durumları

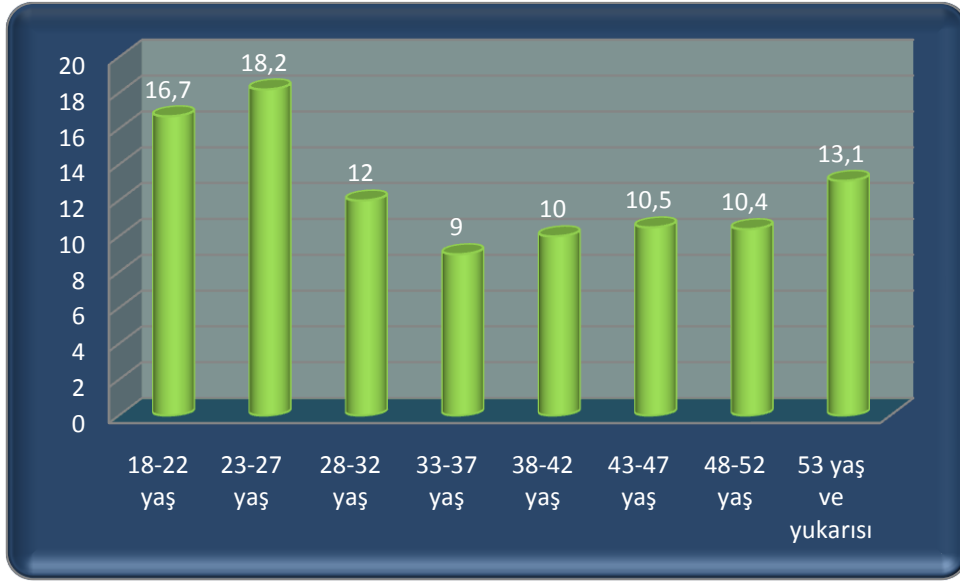
Medeni durumları açısından katılımcı gruba baktığımızda bekar ve evli olanların yaklaşık oranlarda olduğu gözlenmektedir. Ancak evli olduğunu belirten katılımcıların %57 oranı ile bekar katılımcılardan (%43) fazla olduğu da dikkat çekmektedir.



Şekil 4. Evli Ailelerin Çocuk Sayıları

Evli olduğunu belirten katılımcıların sahip oldukları çocuk sayıları sorulmuş ve elde edilen sonuçlara göre çocuğu olmadığını belirtenlerle 1-2 çocuk sahibi olduğunu belirten aynı oranlarda olduğu görülmüştür. Ayrıca bu iki grupta yer alan katılımcıların sayısı %43,6 oranıyla diğer gruplara göre daha fazladır.





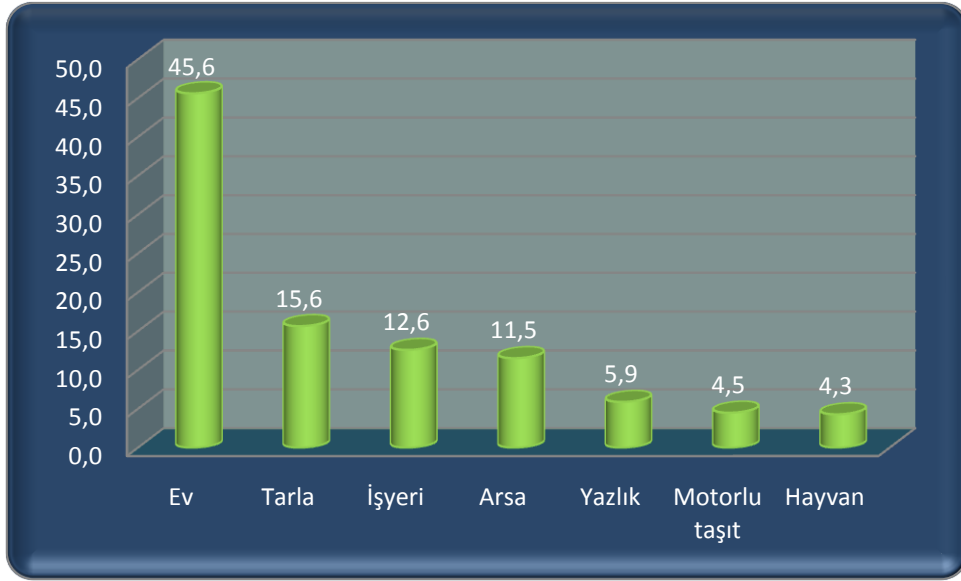
**Şekil 5. Yaş Dağılımları**

Araştırmamıza katılan bireylerin yaş dağılımlarına bakıldığında ise değerlendirmeye alınan yaş kategorilerinin yaklaşık oranlarda olduğu görülmektedir. Bunun beraberinde anket sonuçlarına göre en yüksek oranın %18,2 ile 23-27 yaş grubuna; en düşük oranın ise %9 ile 33-37 yaş grubuna ait olduğu gözle çarpmaktadır.



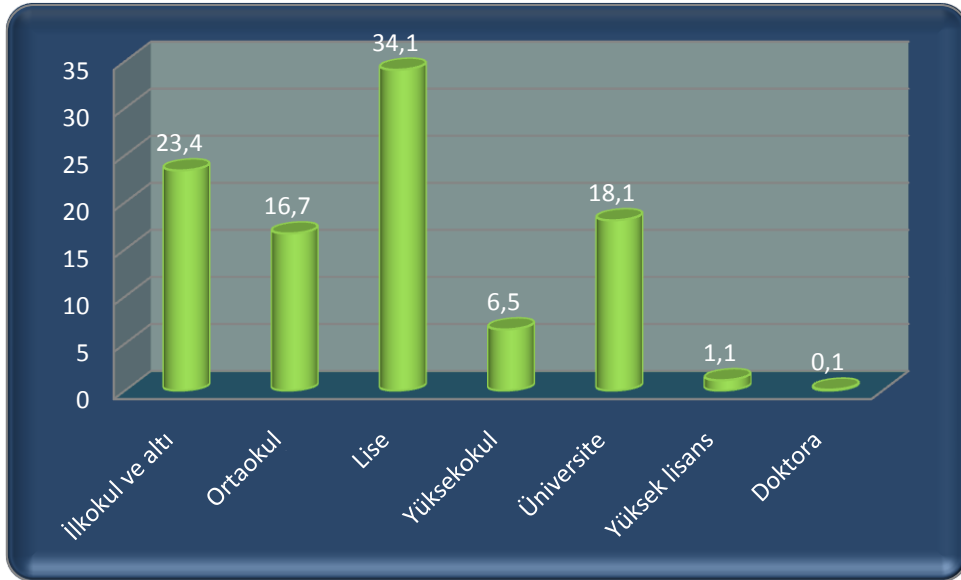
**Şekil 6. Meslek Durumları**

Meslek durumlarına göre katılımcı oranlarına baktığımızda bireylerin çoğunluğunun esnaf (%25,8) ve işçi (%18,4) olduğu görülmüştür. Diğer oranlar ise öğrenci (%11,3), işsiz (%10,3), emekli (%9,1), memur (%6,7), ev hanımı (%4,3) ve çiftçi (%4,2) gruplarında dağılım göstermektedir.



Şekil 7. Mal Varlıkları

Katılımcıların sahip oldukları mal varlıklarına ilişkin verdikleri cevaplara göre oranların ev, tarla, iş yeri, arsa, yazlık, motorlu taşıt ve hayvan olmak üzere gruplara ayrıldıkları görülmektedir. Bu gruplar içinde en düşük oranlar motorlu taşıt ve hayvan gruplarındadır. Yine sonuçlara göre katılımcıların %45,6'sı ev sahibidir.



Şekil 8. Eğitim Durumları

Araştırmaya katılan bireylerin eğitim seviyelerine baktığımızda ise katılımcıların %1,1'inin yüksek lisans ve %0,1'inin doktora mezunu olduğunu görmekteyiz. Bu iki gruptaki katılımcıların oranları bütün gruplar arasında en düşük oranlara sahiptir.

Katılımcıların %23,4'ü ilkokul ve altı; %16,7'si ortaokul; %34,1'i lise; %6,5'i yüksekokul ve %18,1'i üniversite mezunu olduğunu belirtmiştir. Bu sonuçlara göre katılımcıların çoğunun %34,1 ile lise mezunu olduğunu söyleyebilmekteyiz.

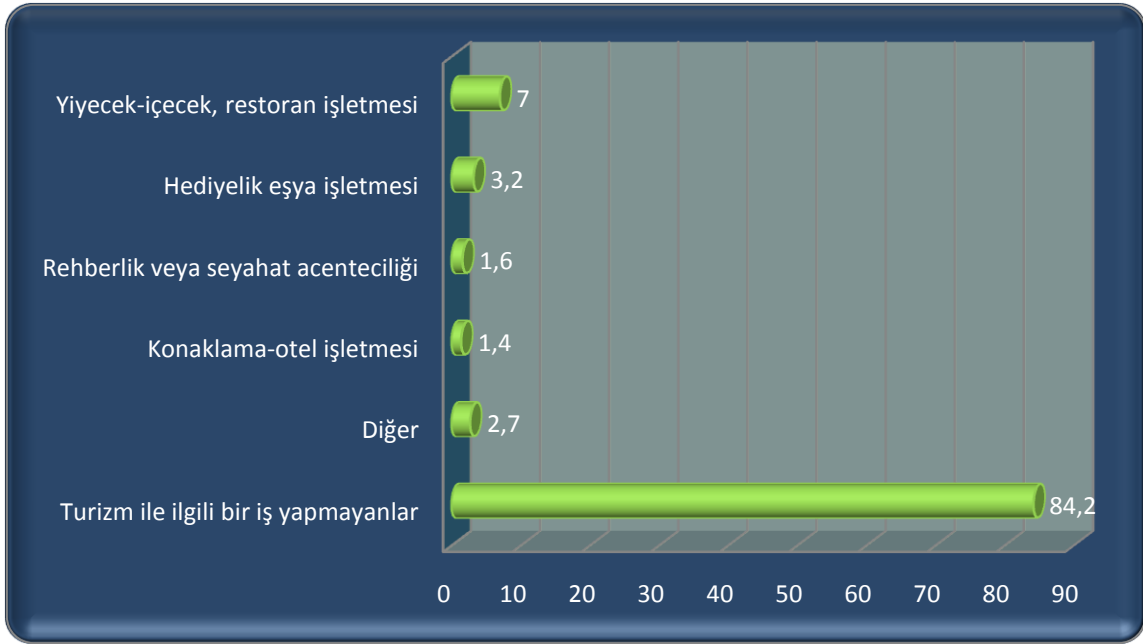


**Şekil 9. Gelir Düzeyleri**

Gelir düzeylerine ilişkin anket cevapları ele alındığında ise katılımcıların yaklaşık yarısının (%47,6) 0-1000 TL aralığında aylık geliri olduğunu görmekteyiz. Bu grubu %34,2 oranında 1001-2000 TL aralığında aylık geliri olduğunu belirten katılımcı grup takip etmektedir.

Sonuçlara göre en düşük oran 4001 TL ve üzeri aylık geliri olduğunu belirten gruba aittir.

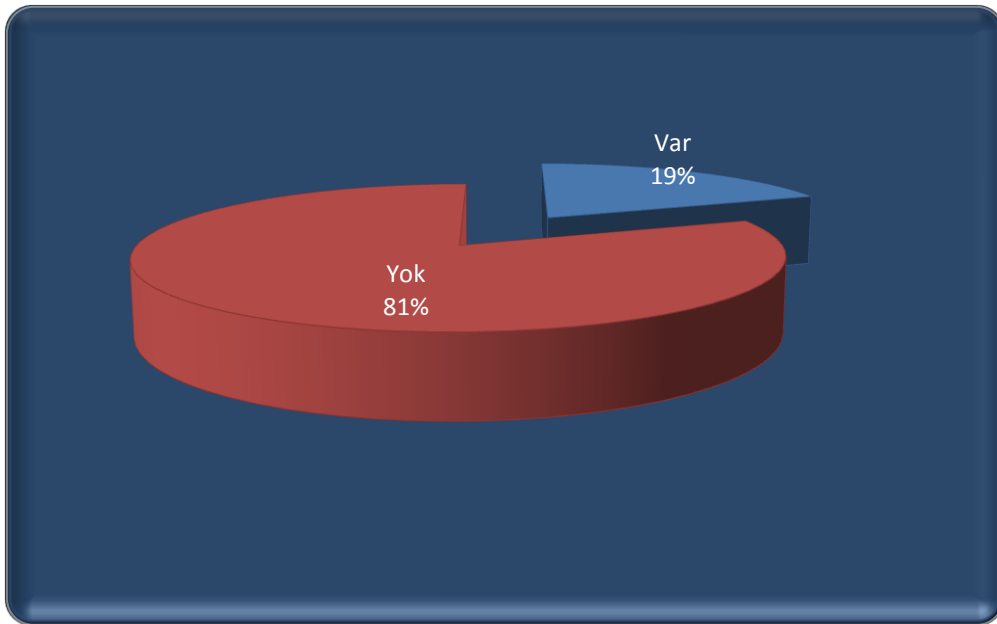
### 3.2. Bölgede Turizme Bakış



Şekil 10. Turizm ile İlgili Yapılan İşler

Araştırma kapsamında Trakya bölgesinde turizm ile ilgili yapılan işlerin hangi alanlarda toplandığı belirlenmek istenmiş ve dikkat çekici sonuçlar elde edilmiştir.

Katılımcıların %84,2'sinin turizmle ilgili herhangi bir işle uğraşmadığı öğrenilmiştir. Turizmle ilgili bir iş yaptığını belirten katılımcıların çoğunun (%7) yiyecek-içecek, restoran işletmesiyle uğraştığı dikkat çekmektedir.



Şekil 11. Ailede Turizm Sektöründe Çalışanlar Var mı?

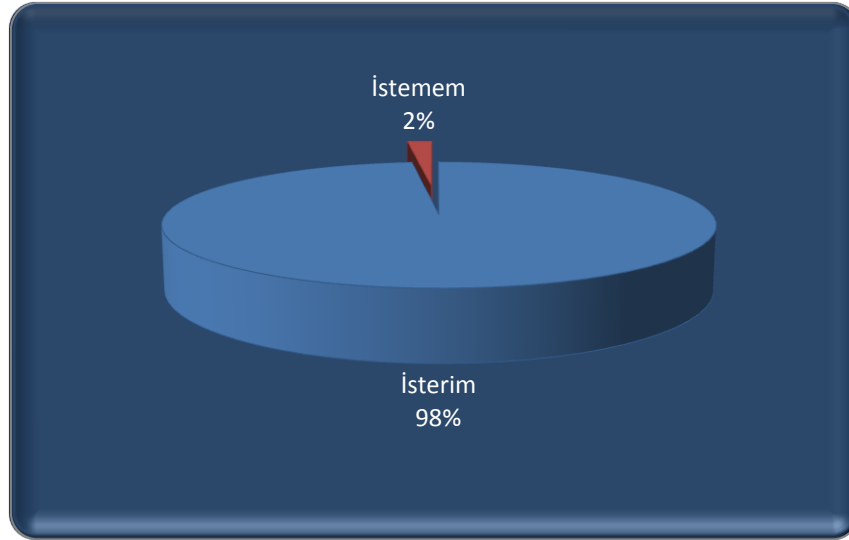
Katılımcı bireylerin %19'u ailesinde turizm sektöründe çalışan bir birey olduğunu belirtirken %81 ile katılımcıların büyük çoğunluğunun ailesinde turizm sektöründe çalışan bir birey olmadığını belirtmiştir.



**Şekil 12. Turistlerle Karşılaşma Durumları ile Turistlere Karşı Tutumları**

Araştırmaya katılan bireylerin %17,5'i turistlerle hiç karşılaşmadıklarını belirtmişlerdir. Turistlerle karşılaştıklarını belirten katılımcılar ise turistlere karşı tutumlarını belirtmişlerdir.

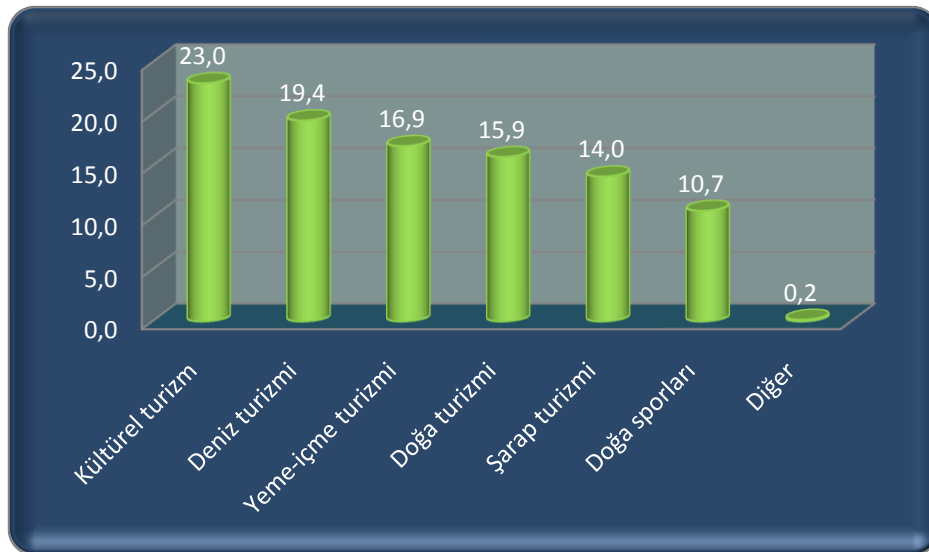
Turistlerle karşılaştıklarını belirtenlerin %30,2'si "turistler adres, yol sorarsa cevaplıyorum" cevabını vermiştir. Şekil 12'de yer aldığı üzere bu gruptaki bireylerin oranı diğer gruplarla karşılaştırıldığında daha yüksektir. Katılımcılar tarafından sergilenen diğer tutumlara baktığımızda ise katılımcıların %23,3'ünün "turistleri görüyorum, ama hiç konuşmuyorum", %19,2'sinin "işim gereği turistlerle iletişim içindeyim", %10'unun "turistlerle sık sık sohbet ediyorum" cevabını verdikleri görülmektedir.



**Şekil 13. Bölgede Turizmin Gelişmesi İsteniyor mu?**

Şekil 13'deki anket sonuçlarına bakıldığında %98 oranında Trakya bölgesindeki bireylerin hemen hemen hepsinin bölgedeki turizmin gelişmesini istediğini görmekteyiz. Ancak belirtilen bu sonuçla yukarıdaki sonuçları birlikte ele aldığımızda çelişkili tutumlar dikkat çekmektedir.

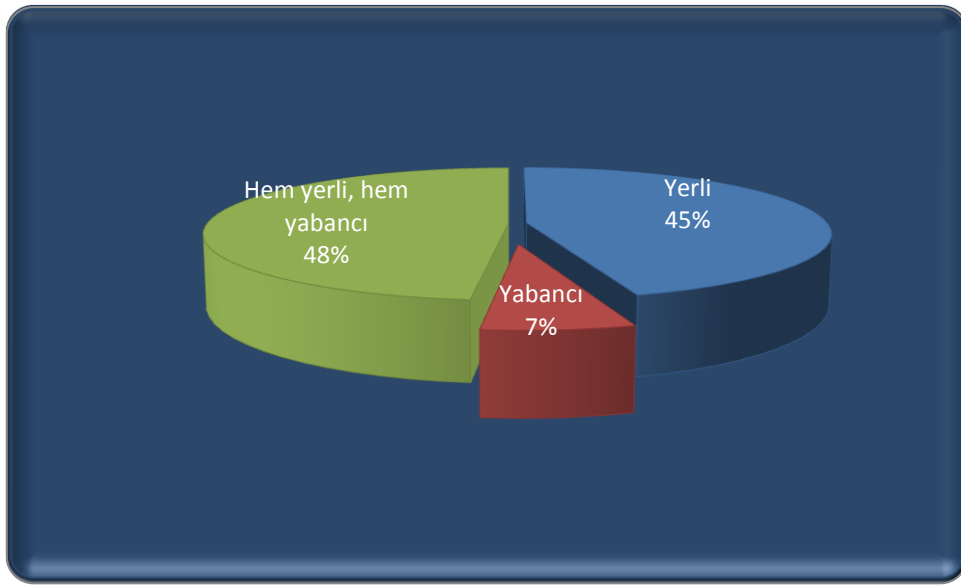
Bölge halkının çoğunluğu turizmle ilgili bir işle uğraşmadığı, az sayıda katılımcının ailesinde turizmle ilgilenen bir bireyin olduğu sonuçlarını elde etmiştik. Bunun beraberinde Şekil 12'de yer aldığı üzere dikkate değer oranda katılımcının turistlerle aktif ilişki kurduğunu görmekteyiz. Bu bağlamda Trakya bölgesindeki bireylerin turizmin gelişmesini istediklerini, ancak bu isteğin gerçekleşmesi için süreçte aktif olarak yer almayı seçmedikleri söylenebilmektedir.



**Şekil 14. Bölgede Ne Tip Turizm Olanakları Olabilir?**

Bir bölgenin ekonomik, turistik ve benzeri kalkınma olanaklarına ilişkin en verimli bilgiler o bölgenin halkından alınabilecek cevaplarla sağlanabilir. Bu doğrultuda araştırmamızda yer verdiğimiz ve Şekil 14'te belirtilen sonuçların önem arz ettiğine inanmaktayız.

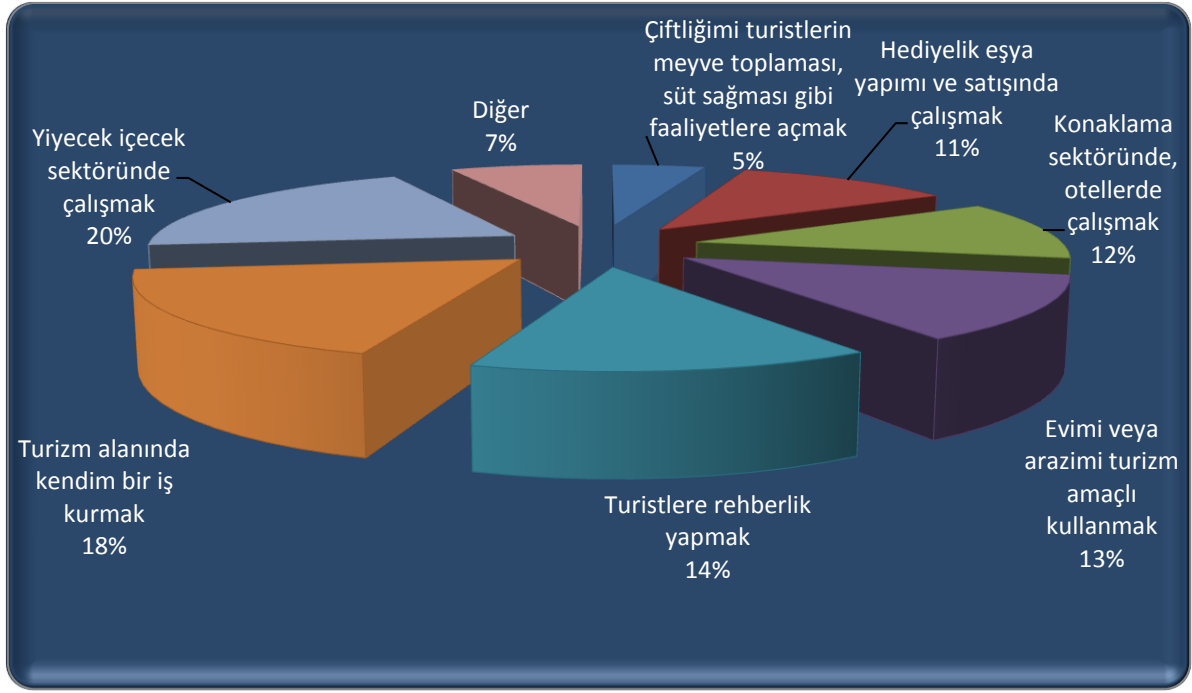
Araştırmamıza katılan bireylerin cevap oranlarına bakıldığında Trakya bölgesinin kültürel, deniz, yeme-içme, doğa, şarap ve doğa sporları turizmi için elverişli olduğu söylenebilmektedir. Ancak bütün bu turizm tipleri arasında kültürel turizmin daha elverişli olduğu sonucuna varılmıştır.



**Şekil 15. Bölgeye Hangi Tür Turist Grupları Gelmelidir?**

Katılımcıların bölgeye gelecek turist gruplarının türlerine yönelik cevaplarına baktığımızda hem yerli hem yabancı turist (%48) ve sadece yerli turist (%45) oranlarının çoğunlukta olduğu, ayrıca birbirlerine yakın oranlarda olduğu göze çarpmaktadır. Ancak sonuçlar arasında en çok dikkat çeken sonuç sadece yabancı turistlerin gelmesine yönelik cevap verenlerin oranıdır. Katılımcıların sadece %7'si sadece yabancı turist gelmelidir cevabını vermiştir.

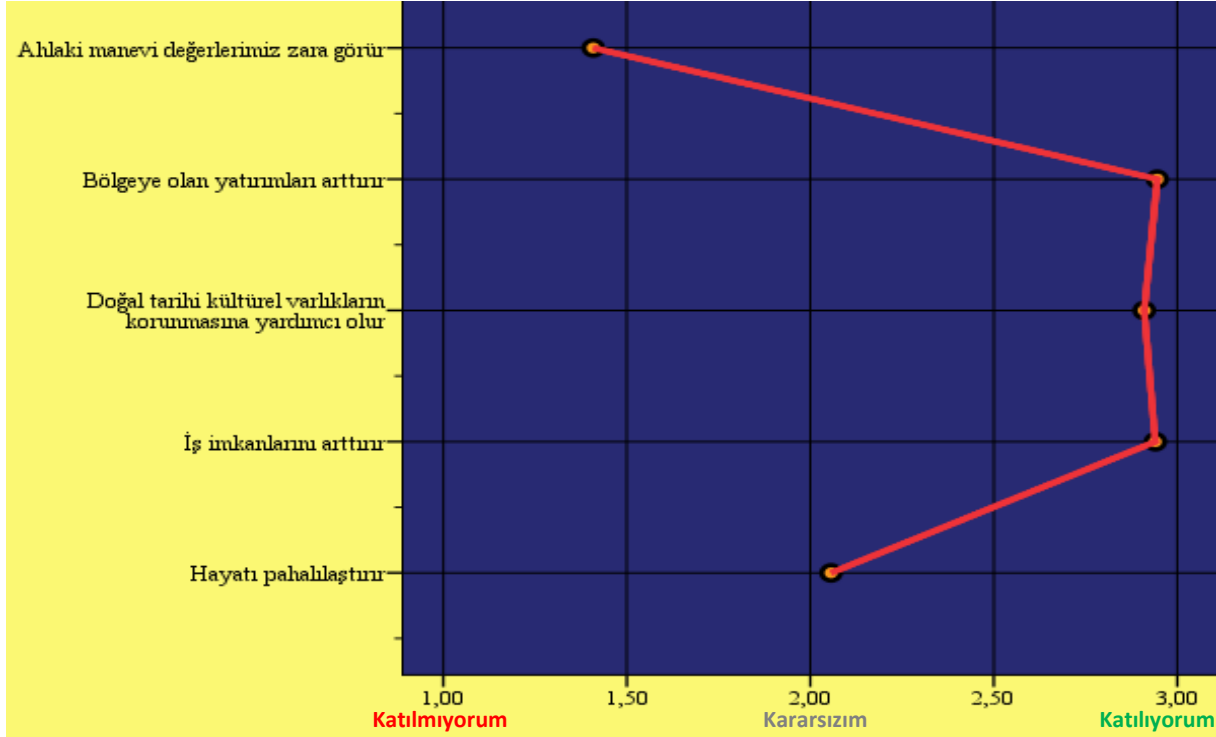
Bu bağlamda, bölge halkının çoğunun turizmin gelişmesine yönelik talebi olmasına rağmen turizm alanında aktif olarak tutum ve davranışların azlığı bölge turizmine ilişkin beklentilerin düşük düzey tutulmasına zemin hazırladığı düşünülmektedir. Diğer bir deyişle bölge halkının büyük çoğunluğu süreçte aktif olarak yer almış olsaydı turizme ilişkin beklentiler daha yüksek tutulacak, yabancı turistlerin gelmesine yönelik istekler daha yüksek olacaktır.



**Şekil 16. Bölgede Turizmin Gelişmesine Bölge Halkı Ne Şekilde Katılmayı Düşünür?**

Yukarıda belirtilenlerin beraberinde bölge halkının turizmin gelişmesine yönelik olarak aktif katılımlarına ilişkin kendilerinden beklentileri olduklarını görmekteyiz. Araştırmamızda yer verdiğimiz katılım alanları içerisinde en yüksek oranın (%20) “yiyecek içecek sektöründe çalışmak” alanında olduğu dikkat çekmektedir. İkinci sırada yer alan alanın %18,1 oranla “turizm alanında kendim bir iş kurmak” olduğu görülmektedir. “Hediyelik eşya yapımı ve satışı”, “konaklama sektörü”, “evimi veya arazimi turizm amaçlı kullanmak” ve “turistlere rehberlik yapmak” alanlarına ilişkin katılımcı tercihlerinin ise yaklaşık oranlarda olduğu saptanmıştır.



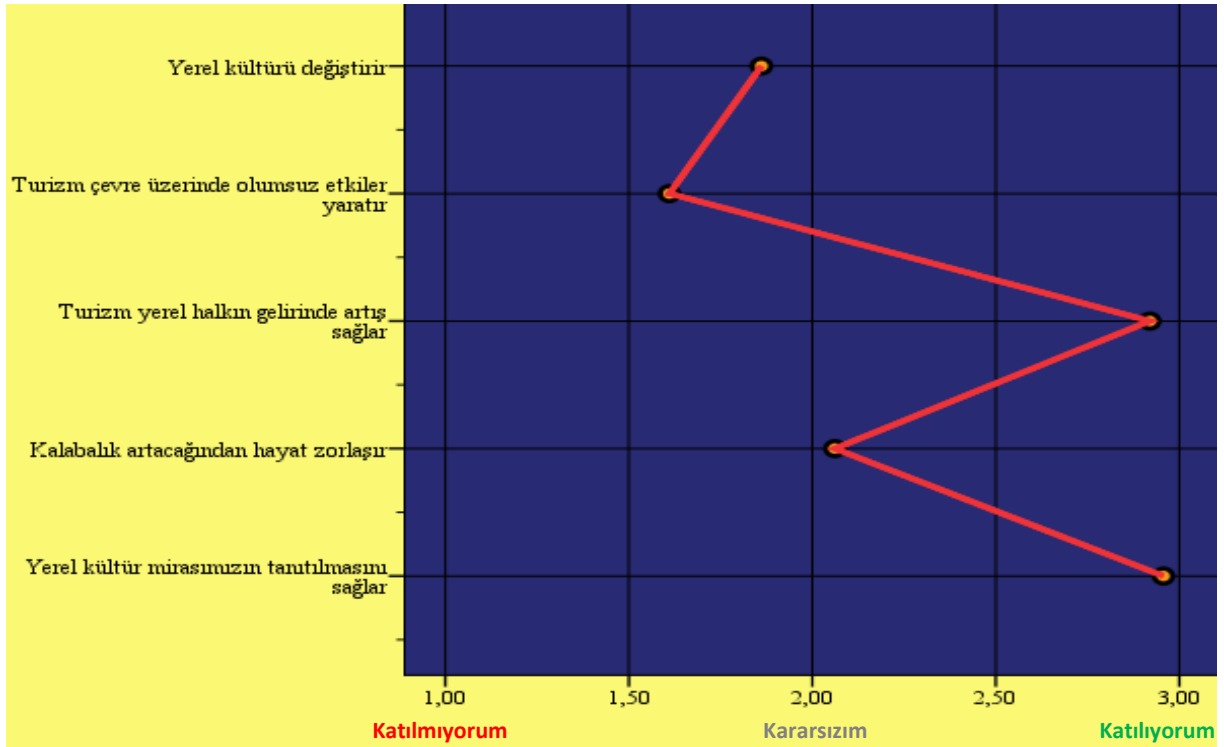


Şekil 17.Trakya'da Turizmin Gelişmesi İle İlgili İfadelere Katılım Dereceleri – 1

Katılımcıların Trakya'da bölge turizminin gelişmesine ilişkin algıları arasında hem olumlu hem de olumsuz düşüncelerinin mevcut olduğu belirlenmiştir. Ancak Şekil 17'de belirtildiği üzere olumlu düşüncelere yönelik katılımın daha çok olduğu görülebilmektedir.

Katılımcıların bölge turizmindeki gelişimin bölgeye olan yatırımı arttıracığına, doğal tarihi ve kültürel varlıkların korunmasına yardımcı olacağına ve iş imkanları arttıracığına inandığı ve buna bağlı olarak da bu ifadeler verilen katılım cevabının daha çok olduğu dikkat çekmektedir. Bunun beraberinde katılımcıların turizmdeki gelişimin ahlaki ve manevi değerlere zarar vereceği düşüncesine katılmadıkları saptanmıştır.

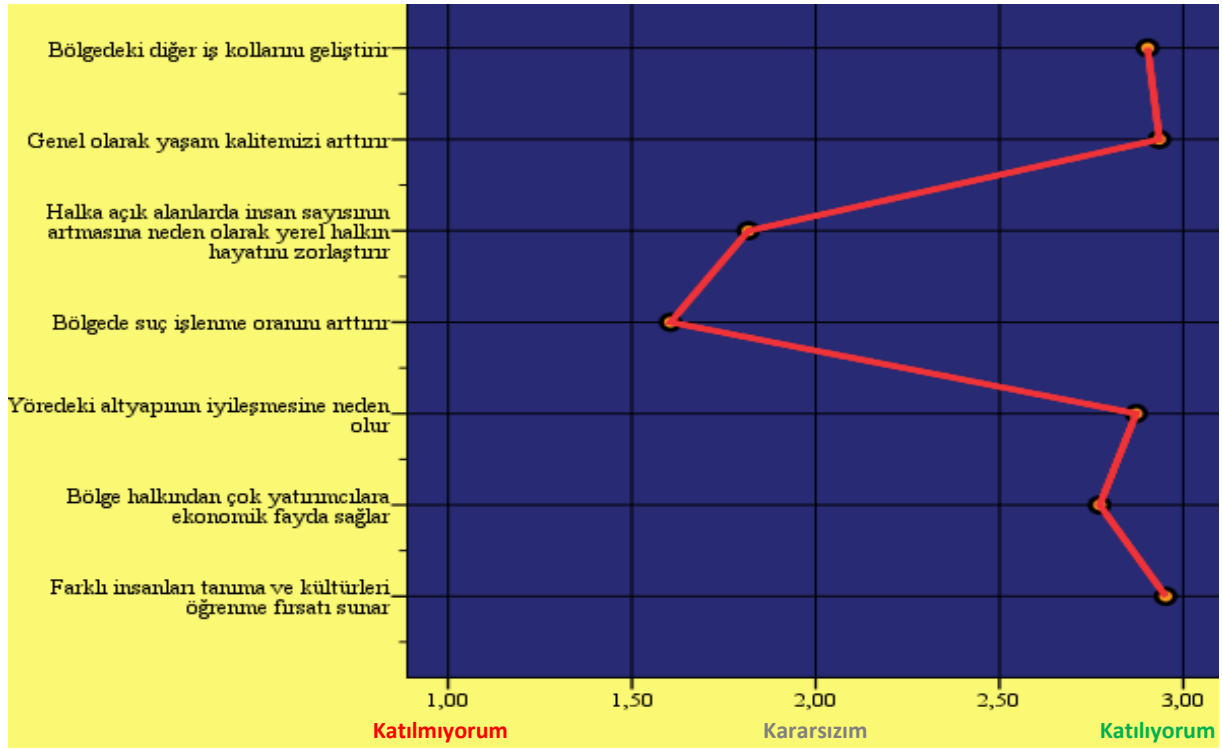
Genel olarak ele alındığında katılımcıların olumlu algılara sahip olmasının bölge turizminin gelişimi için önemli bir adım olduğu düşünülmektedir. Ayrıca bu sonucun önceki tablolarda bahsedildiği üzere bölge halkının turizmin gelişmesine yönelik isteğiyle paralellik gösterdiği ve her iki sonucun bağlamsal olarak birbirini desteklediği düşünülmektedir.



Şekil 18.Trakya'da Turizmin Gelişmesi İle İlgili İfadelere Katılım Dereceleri – 2

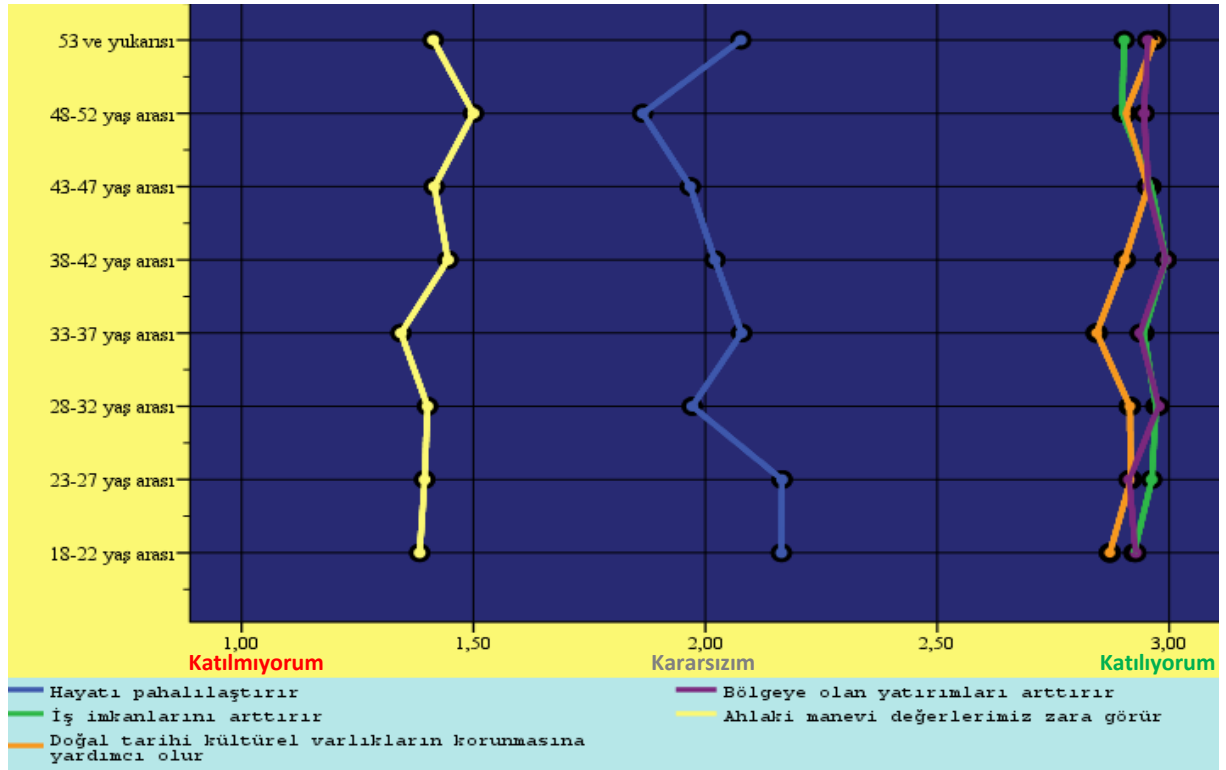
Katılımcıların turizmdeki gelişimin “turizmin yerel halkın gelirinde artış sağlayacağı” ve yerel kültür mirasının tanıtılmasını sağlayacağı” düşüncelerine katıldıkları görülmektedir. Bunun beraberinde, katılımcıların turizmdeki gelişmelerin yerel kültürü değiştireceği, turizmin çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratacağı ve turizme bağlı olarak kalabalık artacağından hayatın zorlaşacağı yönünde kararsız kaldıklarını görmekteyiz. Ancak belirtilen ifadelerle ilişkin kararsızlık hali diğer bir anlamda katılımcıların, istenile düzeyde aktifleşmemiş bölge turizmine karşı herhangi bir olumsuz önyargıya sahip olmadıklarını bize göstermektedir. Bu noktada kararsızlık hallerinin olumlu bir tutum çerçevesinde değerlendirmenin yanlış olmayacağı düşünülmektedir.

Sonuç olarak, Şekil 18’de yer alan kategoriler çerçevesinde Trakya bölge turizminin gelişimi ile ilgili halkın ifadelerine baktığımızda ekonomik ve kültürel gelişim alanlarında olumlu algılara sahip oldukları görülmektedir.



**Şekil 19. Trakya'da Turizmin Gelişmesi İle İlgili İfadelere Katılım Dereceleri – 3**

Anket sonuçlarına göre, Trakya bölge halkının, turizmin bölgedeki diğer iş kollarını geliştireceğine, turizmin genel olarak yaşam kalitesini arttıracığına, yöredeki altyapının iyileşmesine neden olacağına, bölge halkından çok yatırımcılara ekonomik fayda sağlayacağına ve farklı insanları tanıma ve kültürleri öğrenme fırsatı sunacağına inandıkları ve bu yönde katılım gösterdikleri dikkat çekmektedir. Bunun beraberinde, katılımcıların, turizmin bölgedeki suç işleme oranını arttıracığı ve halka açık alanlarda insan sayısının artmasına neden olarak yerel halkı hayatının zorlaşacağı yönündeki olumsuz düşüncelere karşı katılmamakla kararsızlık arasında kalmış oldukları görülmektedir. Sosyal değişimlerin söz konusu olduğu alanlarda, mevcut olmayan, deneyimlenmemiş bir duruma yönelik belirtilen bu tür ifadelerin olumlu tutum olarak ele alınabilmesi de mümkün olacaktır. Bu bağlamda, sonuçta bölge halkının turizmin gelişmesiyle beraber ekonomik ve kültürel refah seviyelerinin de artacağına olan inançlarının yüksek olduğunu söylemek de yanlış olmayacaktır.



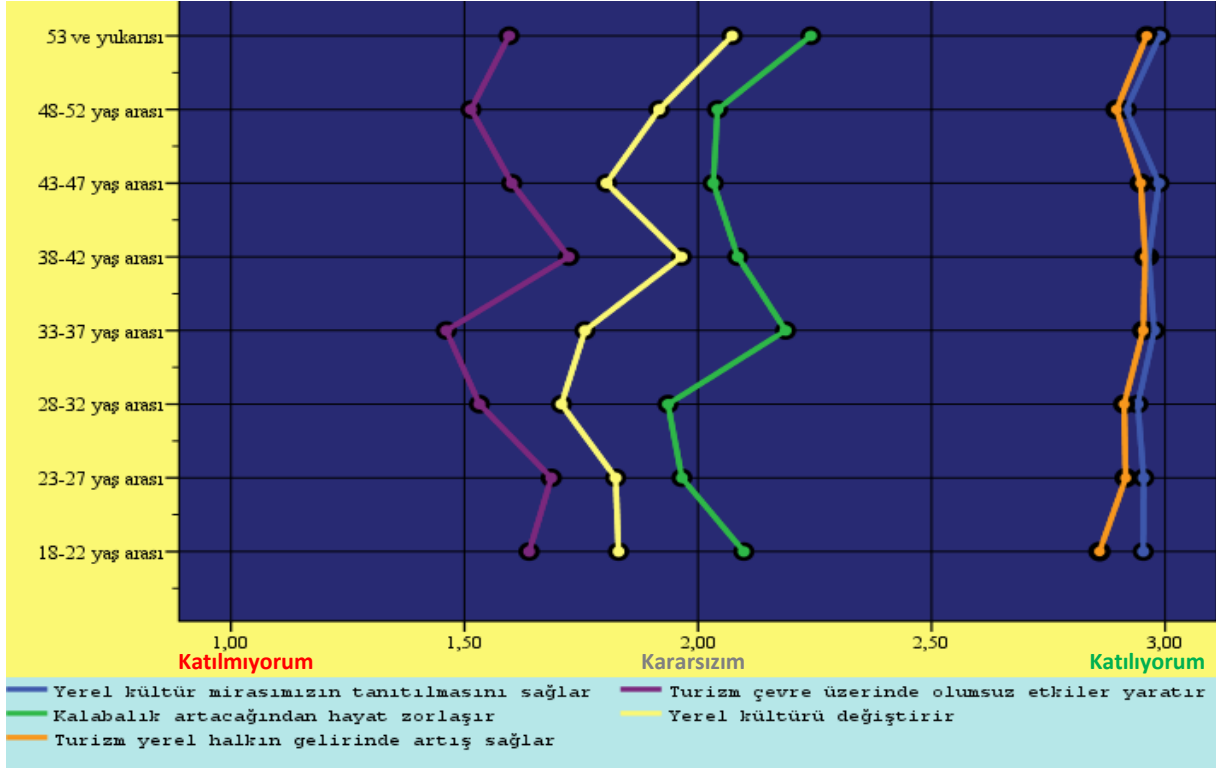
Şekil 20. Yaş Göre Trakya'da Turizmin Gelişmesi İle İlgili İfadelere Katılım Dereceleri - 1

Araştırmaya katılan bireylerin yaş seviyelerinin bölge turizminin gelişmesi ile ilgili düşüncelere katılım dereceleri üzerindeki etkilerine baktığımızda her bir kategorinin yaş gruplarına göre kendi içerisinde belirgin sapmalar göstermediği dikkat çekmektedir.

Turizmdeki gelişimin ahlaki ve manevi değerlere zarar vereceği ifadesine bütün yaş gruplarındaki katılımcılar katılmadığını; hayatı pahalılaştıracağı düşüncesine ise kararsız kaldıklarını ifade etmişlerdir. Bu kategorilere verilen cevaplarda kayda değer sapmalar gözlenmemiştir.

Bölge turizmindeki gelişimin iş imkanlarını arttıracığı, doğal ve tarihi kültürel varlıkların korunmasına yardımcı olacağı ve bölgeye olan yatırımları arttıracığı düşüncelerinde ise bütün yaş gruplarındaki bireylerin hemfikir olduğu ve katılıyorum cevabını verdikleri dikkat çekmektedir.

Bu bağlamda, genel değerlendirmede yaş gruplarındaki farklılığın katılım dereceleri üzerinde belirgin etkileri sahip olmadığı, kategoriler bazında değişiklik gözlenmediği; ancak diğer tablo sonuçlarında yer aldığı üzere turizmdeki gelişime bütün yaş gruplarıncaya olumlu yaklaşıldığı söylenebilmektedir.

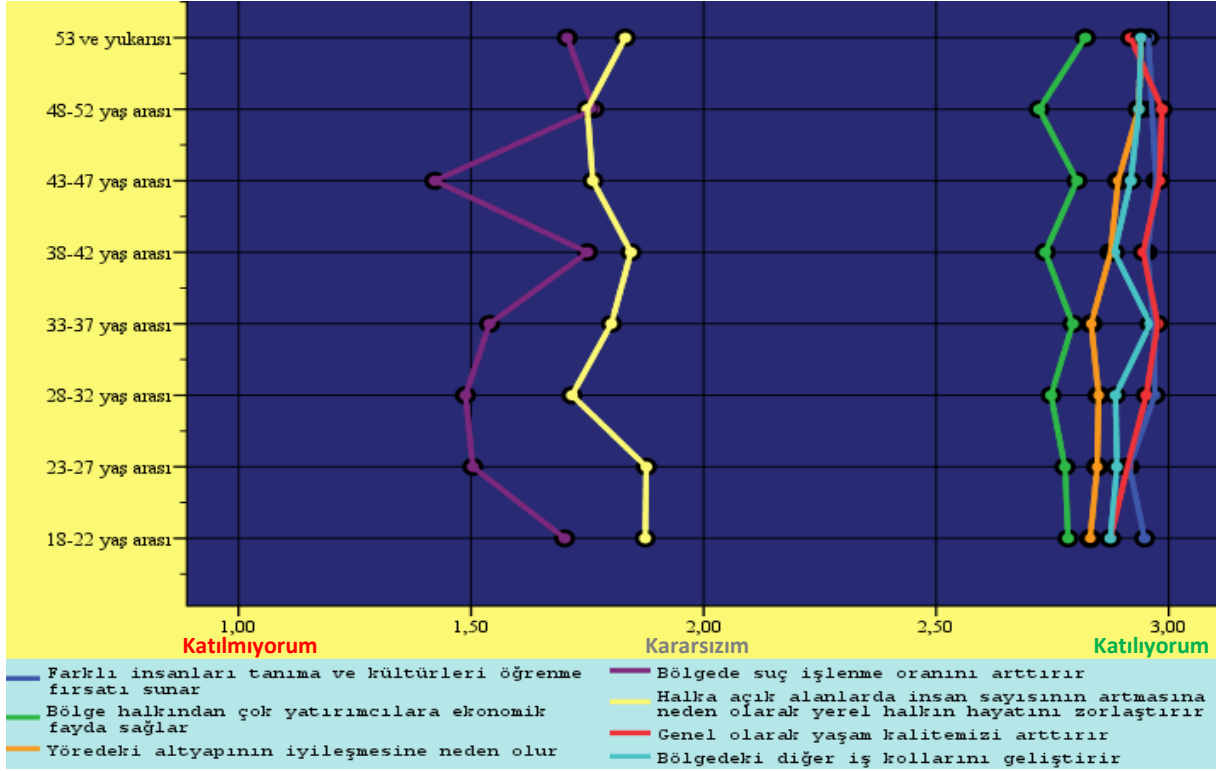


Şekil 21. Yaşa Göre Trakya'da Turizmin Gelişmesi İle İlgili İfadelere Katılım Dereceleri – 2

Katılımcıların yaş gruplarının diğer kategorilere yönelik katılım dereceleri arasındaki ilişkiyi ele aldığımızda bir önceki tabloda yer verilen kategorilere göre daha çok sapma gösterdiği görülmektedir. Turizmdeki gelişimin çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratacağı ve yerel kültürü değiştireceği düşüncelerinde bütün yaş gruplarınca kararsızlık gösterildiği saptanmış olsa da yaş gruplarına göre “katılmıyorum” ile “kararsızım” ifadeleri arasında derece farklılıkları dikkat çekmektedir. Örneğin; yerel kültürün değişeceği yönündeki düşünceye 48 ve üzeri yaş grubundaki katılımcıların diğer gruplara göre kararsızlık ve katılma tutumuna daha yakın olduğu görülmektedir. 38-42 yaş grubundaki katılımcılar da diğer iki gruba benzer cevaplar vermiştir. Ancak 37 ve altı yaş grubundaki bireylerin yerel kültürün değişeceği düşüncesine daha çok “katılmıyorum”a yakın derecede tutum sergiledikleri gözlenmiştir.

Benzer derece sapmalarına “kalabalık artacağından hayat zorlaşır” kategorisinde de rastlanılmıştır. 33-37 yaş grubundaki, 53 ve üzeri yaş grubundaki katılımcıların diğer gruplara oranla daha yüksek derecede “katılıyorum” cevabına yakın tutum sergiledikleri görülmektedir. Ancak diğer yaş grubundaki bireyler kararsızlık durumunda yoğunlaşmıştır. Bu bağlamda belirtilen sapsmalara dayanarak yaştaki artışla beraber turizmdeki gelişimin olumsuz durumlara zemin hazırlayacağı yönündeki algıların da artış gösterdiği söylenebilmektedir.

Turizmin yerel halkın gelirinde artış sağlayacağı ve yerel kültür mirasımızın tanıtılmasında yararlı olacağı düşüncelerine baktığımızda ise bütün yaş gruplarındaki bireylerin aynı düşünceye sahip olduğu ve cevapların “katılıyorum”da yoğunlaştığı saptanmıştır.

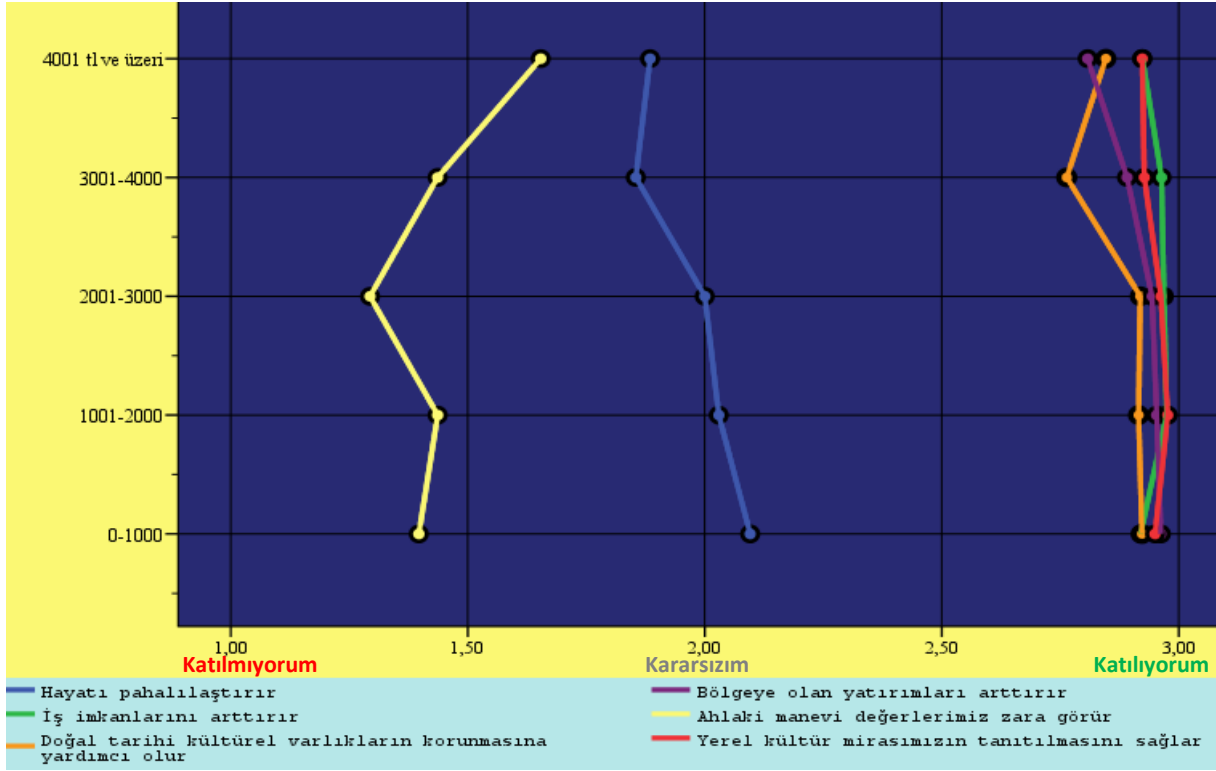


Şekil 22.Yaşa Göre Trakya’da Turizmin Gelişmesi İle İlgili İfadelere Katılım Dereceleri -3

Turizmdeki gelişimin bölge halkından çok yatırımcılara ekonomik fayda sağlayacağı, yöredeki altyapının iyileşmesini sağlayacağı, bölgedeki diğer iş kollarını geliştireceği, farklı insanları tanıma ve kültürleri öğrenme fırsatı sunacağı ve ayrıca genel olarak yaşam kalitesini arttıracığı yönündeki düşünceler kapsamında bütün yaş gruplarının katılım düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Yaş gruplarına göre katılım derecelerinde anlamlı sapmaların olmadığı saptanmıştır. Buna karşılık katılımcı cevaplarının sapma gösterdiği iki kategorinin varlığı da açıkça görülmektedir.

Turizmdeki gelişimle beraber halka açık alanlarda insan sayısının artacağı ve yerel halkın hayatının zorlaşacağı noktasında hemen hemen bütün yaş gruplarıncı kararsız kaldığı saptanmıştır. Ancak 27 ve altı yaş grubundaki katılımcıların kararsızlık derecesi diğer gruplara göre daha yüksektir bu noktada genç katılımcıların diğer gruplara göre belirtilen düşünce üzerinde nispeten daha olumlu yaklaşım gösterdiği söylenebilmektedir.

En belirgin sapmaların olduğu kategori ise bölgede suç işleme oranının artacağı yönündeki düşüncüyü kapsamaktadır. 48-52 yaş, 38-42, 18-22 yaş grubundaki bireylerin kararsızlık dereceleri diğer gruplara göre daha yüksekken, 23-37 yaş aralığında kalan katılımcıların “katılmıyorum” cevabına daha yakın tutum sergiledikleri gözlenmektedir. Ancak, en dikkat çeken sonuç 43-47 yaş grubundaki katılımcıların bütün katılımcılar arasında “katılmıyorum” cevabına en yakın tutum sergileyen grup olmasıdır.

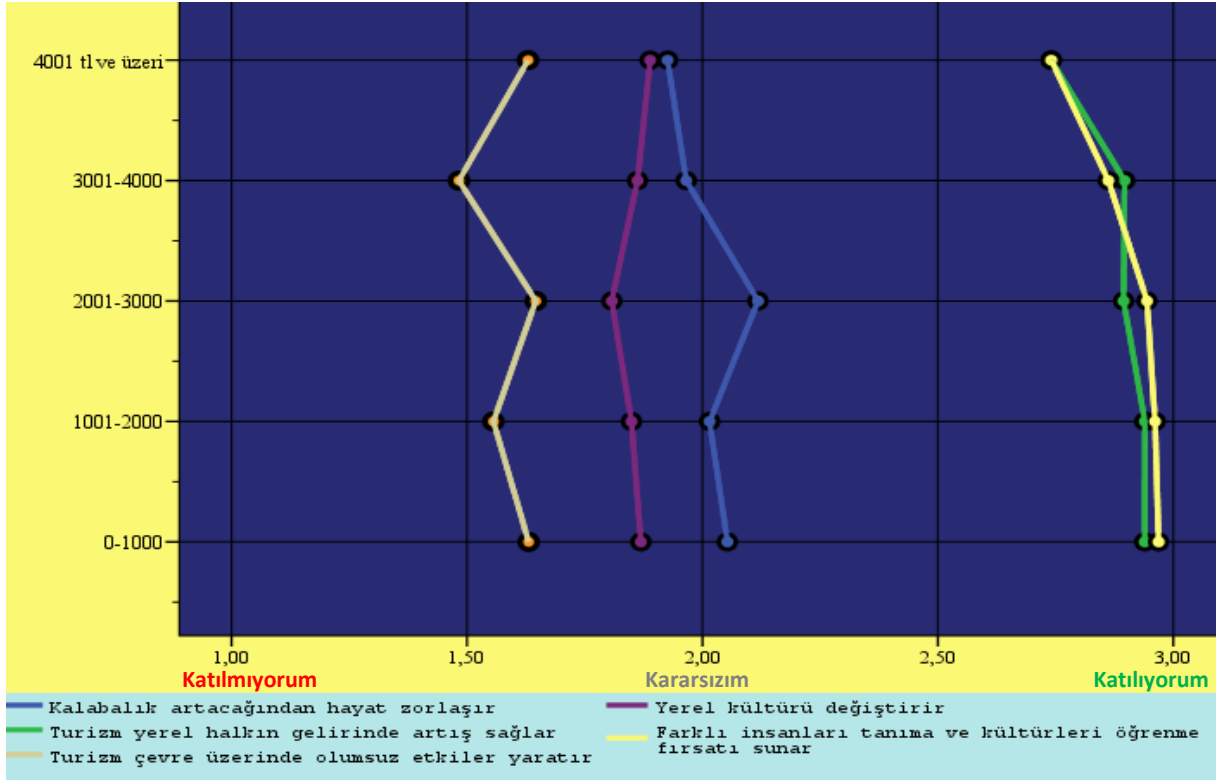


**Şekil 23. Gelir Düzeyine Göre Trakya’da Turizmin Gelişmesi İle İlgili İfadelere Katılım Dereceleri – 1**

Gelir düzeylerindeki farklılığın katılım dereceleri üzerinde herhangi bir farklılık oluşturup oluşturmadığına baktığımızda iki kategori haricinde sapmalara rastlanmamaktadır.

Şekil 23’te görüldüğü üzere turizmdeki gelişimin doğal ve tarihi kültürel varlıkların korunmasına yardımcı olacağı, bölgeye olan yatırımları arttıracığı, yerel kültür mirasımızın tanıtılmasını sağlayacağı ve iş imkanları arttıracığı noktalarında gelir düzeyindeki farklılığın değişikliğe sebep olmadığı ve bütün katılımcı cevaplarının “katılıyorum” cevabı üzerinde yoğunlaştığı sonucuna varılmıştır. Buna karşın hayatın pahalılaşacağı düşüncesinde hemen hemen bütün gelir düzeyindeki bireylerin kararsızlık gösterdiği görülse de 3001 TL ve üzeri aylık geliri olanların diğerlerine göre “katılmıyorum” yönünde daha çok sapma gösterdiği gözlenmiştir.

Ahlaki ve manevi değerlerin zarar göreceği düşüncesinde ise bireylerin çoğunluğunun “katılmıyorum”a yakın tutum sergilediği görülmektedir. Ancak bu kategoride de sapma gösteren grubun 4001 TL ve üzeri aylık geliri olduğunu belirtenlerdedir. Bu gruptaki bireylerin diğer gruplardan farklı olarak “kararsızım” cevabına daha yakın tutumda oldukları söylenebilmektedir.



**Şekil 24. Gelir Düzeyine Göre Trakya’da Turizmin Gelişmesi İle İlgili İfadelere Katılım Dereceleri - 2**

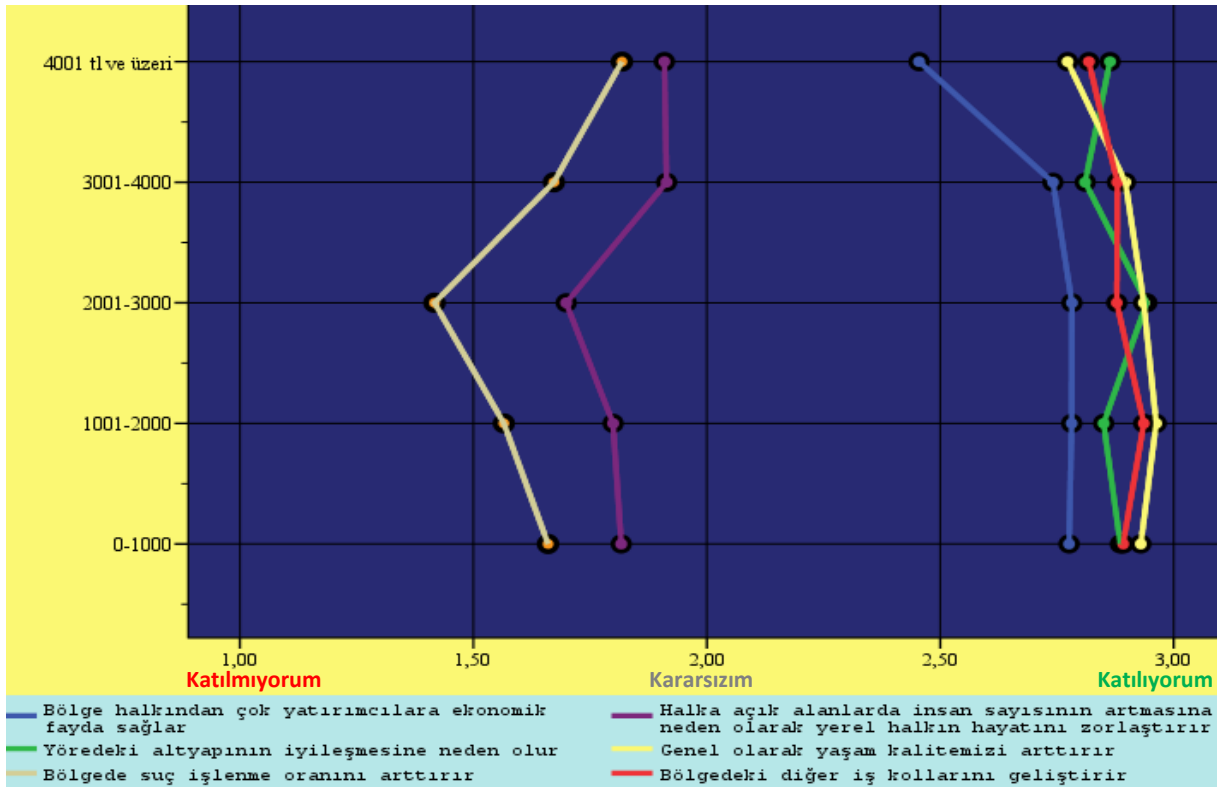
Turizmdeki gelişimin farklı insanları tanıma ve kültürleri öğrenme fırsatı sağlayacağı ve turizmin yerel halkın gelirinde artış sağlayacağı düşüncelerine hemen hemen bütün katılımcılar “katılıyorum” cevabı vermiştir. Sadece her iki kategori için de 3001 TL ve üzeri aylık geliri olan katılımcıların diğerlerine oranlar “kararsızım” yönünde sapma gösterdikleri saptanmıştır.

Gelişimle beraber kalabalık artacağından hayatın zorlaşacağı noktasında bütün katılımcıların kararsız kaldığını görmekteyiz. Ancak 2001-3000 TL aylık geliri olanların diğerlerine göre “katılıyorum” yönünde; 3001-4000 TL üzeri aylık geliri olanların da diğer bireylere oranlar “katılmıyorum” yönünde sapma gösterdikleri belirlenmiştir. Farklı insanları tanıma ve kültürleri öğrenme fırsatı sunar düşüncesine verilen cevaplara baktığımızda ise yoğunluğun “kararsızım”la “katılmıyorum” arasında olduğu dikkat çekmektedir. Özellikle



1001-2000 TL ve 3001-4000 TL aylık geliri olan katılımcıların “katılmıyorum” yönünde tutum sergiledikleri sonucuna varılmıştır. Ancak diğer değişkenleri ele aldığımız sonuçlarda bu düşünceye yönelik tutumların gelir düzeyi değişkenine göre daha olumlu sonuçlar içerdiğini saptamıştık.

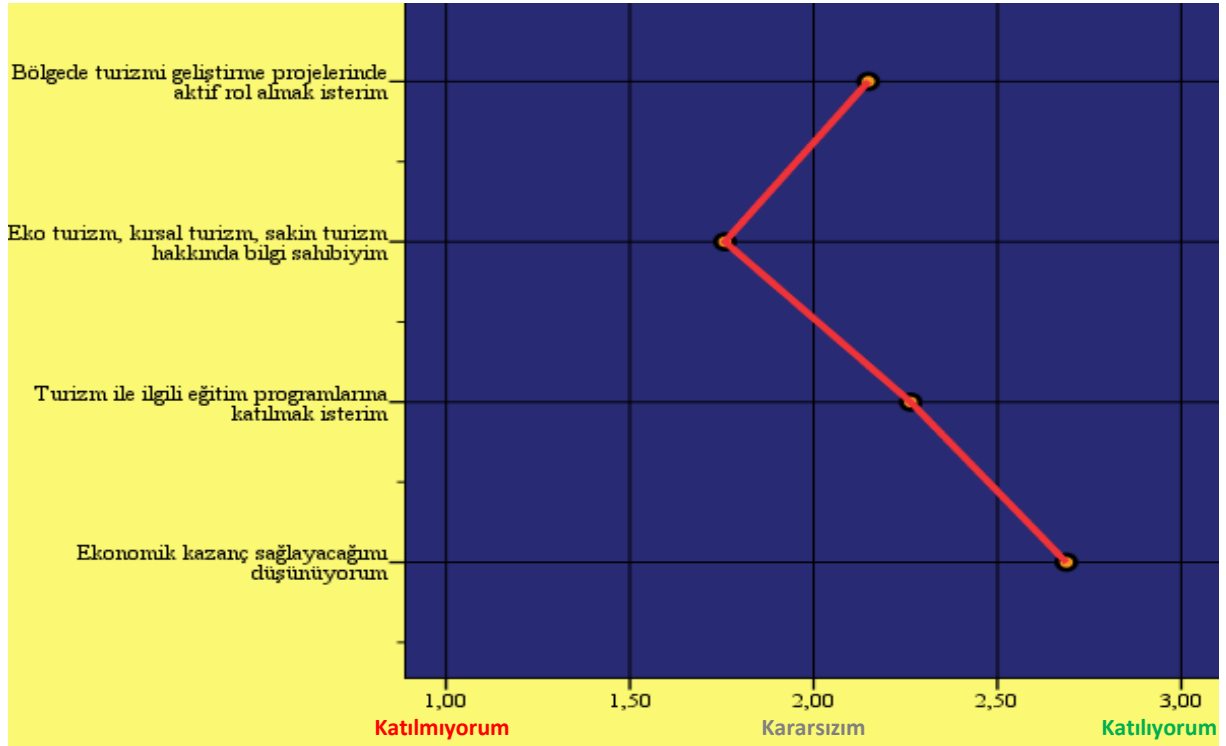
Bütün gelir grupları karşılaştırılarak bakıldığında en istikrarlı derecelerin “yerel kültürü değiştirir” kategorisinde olduğu görülmektedir. Hemen hemen tüm gruplarca aynı derecelerin gözlendiği bu kategori kapsamında katılımcıların turizmdeki gelişimin yerel kültürü değiştireceği konusunda kararsızlık sergiledikleri saptanmıştır.



**Şekil 25. Gelir Düzeyine Göre Trakya’da Turizmin Gelişmesi İle İlgili İfadelere Katılım Dereceleri - 3**

Turizmin gelişmesiyle birlikte Trakya bölgesindeki diğer iş kollarının gelişeceğine, altyapının iyileşeceğine, bölge halkından çok yatırımcılara ekonomik katkı sağlayacağına ve genel olarak yaşam kalitesinin artacağına bütün gelir grubundaki katılımcılar tarafından “katılıyorum” ifadesinin kullanıldığı dikkat çekmektedir. Alınan bu cevaplar arasında sadece 4001 TL ve üzeri aylık geliri olan katılımcıların cevaplarında bölge halkından çok yatırımcılara ekonomik fayda sağlayacağı noktasında “kararsızım” yönünde sapma görüldüğü belirlenmiştir. Buna karşın, bütün bu sonuçlar kapsamında bireylerin belirtilen düşüncelere yönelik olumlu tepkilere sahip olduğu söylenebilmektedir.

Halka açık alanlarda insan sayısının artmasına neden olarak yerel halkın hayatının zorlaşacağı ve bölgede suç işleme oranının artacağı olasılıklarına karşı bütün katılımcılar kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Bu iki kategori arasında bölgede suç işleme oranının artacağı düşüncesine yönelik verilen cevapların derecelendirmede “katılmıyorum” yönünde kayma gösterdiği dikkat çekmektedir. Her iki iteme ait derecelendirmeleri tekrar incelediğimizde ise 2001-3000 TL aylık geliri olanların diğer gelir gruplarına göre farklılık gösterdiği ve “katılmıyorum” a yakın derecelere sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

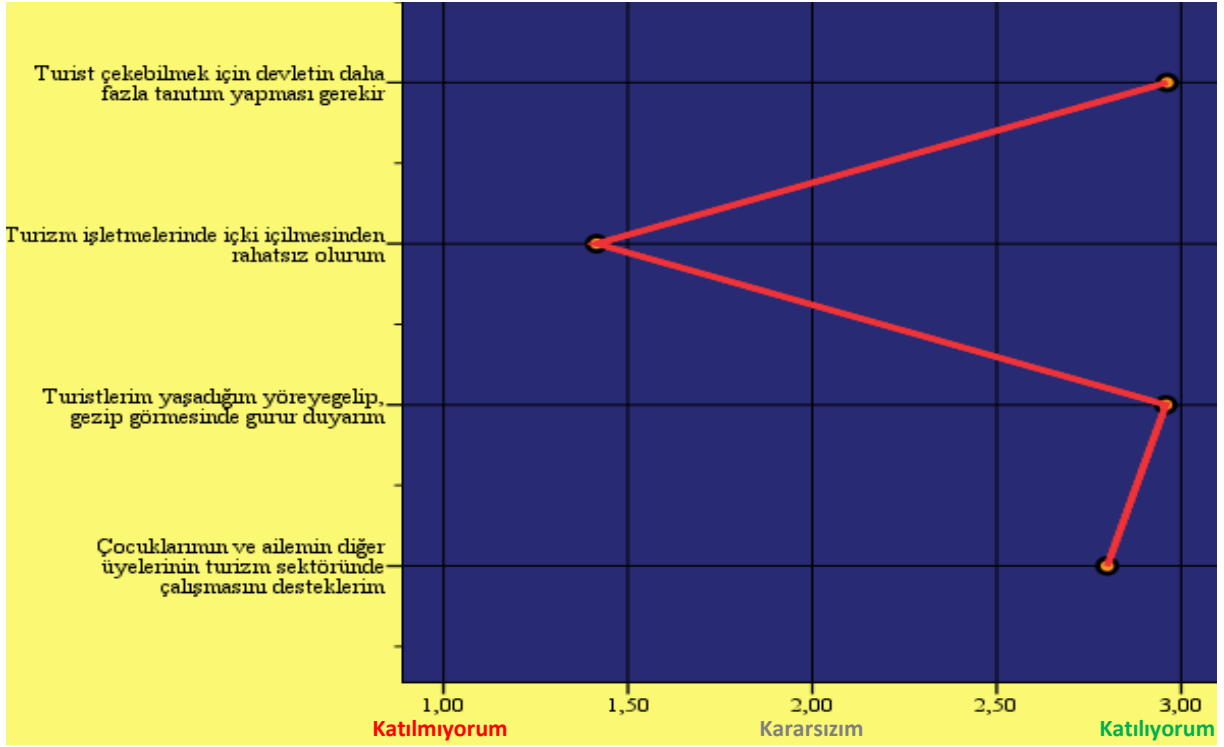


Şekil 26. Trakya'da Turizmin Gelişmesiyle Olabilecek Değişimlere Katılım Dereceleri – 1

Genel olarak bütün katılımcıların bölge turizminin gelişmesiyle ortaya çıkabilecek değişimlere katılım düzeylerini ele aldığımızda bireylerin ekonomik kazanç sağlayacaklarına yönelik inançları olduğu ve bu yönde katılım gösterdikleri belirlenmiştir. Ancak turizmle ilgili eğitim programlarına katılmak istediklerini belirtenlerin oranı da geri kalan kategorilere nispeten yüksek olsa da “eko turizm, kırsal turizm, sakin turizm hakkında bilgi sahibiyim” ve “bölge turizmi geliştirme projelerinde aktif rol almak isterim” oranlarında olduğu gibi katılımcı cevaplarının “kararsızım” ifadesinde yoğunlaştığı dikkat çekmektedir.

Bu bağlamda önceki sonuçlarla karşılaştırdığımızda turizmin gelişmesi adına şu anda bölge halkının az bir kısmının aktif olarak süreçte yer aldığını; ancak bölge turizminin

gelişmesiyle beraber halkın çoğunluğunun proje ve eğitimlere katılmak istediğini, turizme ilişkin bilgilendirilmeye ihtiyaçları olduğunu söyleyebilmekteyiz.

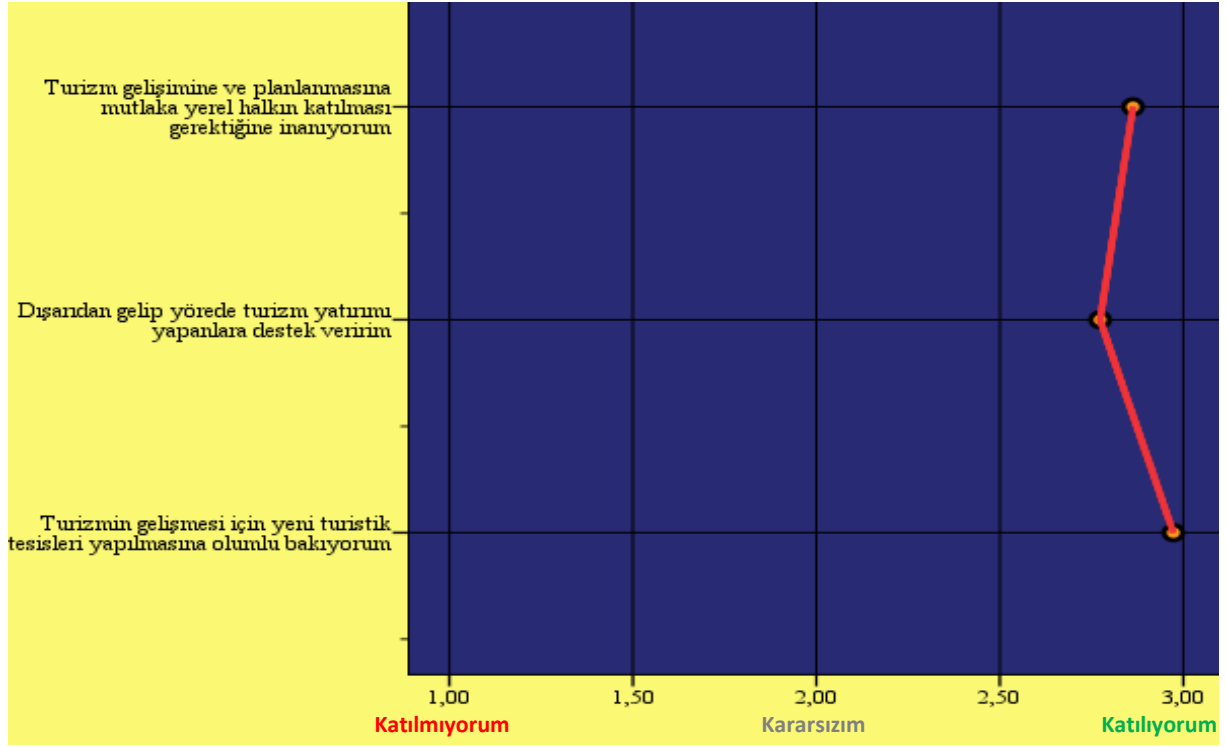


Şekil 27. Trakya'da Turizmin Gelişmesiyle Olabilecek Değişimlere Katılım Dereceleri - 2

Değişimlere katılım derecelerine ilişkin diğer ifadelerle baktığımızda katılımcıların hepsinin turist çekebilmek için devletin daha fazla tanıtım yapması gerektiğine inandıklarını görmekteyiz. Daha önceki sonuçlarımızla birlikte ele aldığımızda bölge halkının turizmin gelişmesini istediğini ve bu konuda aktif olarak sorumluluk almayı kabul ettiklerini; ancak devlet desteğine de ihtiyaç duyduklarını söylemek doğru olacaktır.

Ayrıca elde edilen diğer cevaplar bölge halkının turizmin gelişmesine ilişkin tutumları hakkında bize bilgi vermekte ve yukarıda belirtilen sonucumuzla paralellik göstermektedir. Katılımcılar bölgelerinde olabilecek böyle bir gelişimden memnun olacaklarını, hatta gurur duyacaklarını belirtmişlerdir. Bu sonuç “çocuklarının ve ailenin diğer üyelerinin turizm sektöründe çalışmasını desteklerim” cevabıyla da paralellik sergilemektedir. Gelişimden memnun olan bölge halkı aktif olarak sürece katılmalarının yanı sıra diğer aile üyelerinin de sektörde yer almalarını destekleyeceklerini söylemişlerdir. Bunun beraberinde, katılımcıların turizm işletmelerinde içki içilmesinden rahatsız olmayacaklarını belirtmeleri genel tutumu tamamlayıcı bir sonuç olarak ele alınabilmektedir. Diğer bir deyişle bütün tutum sonuçları

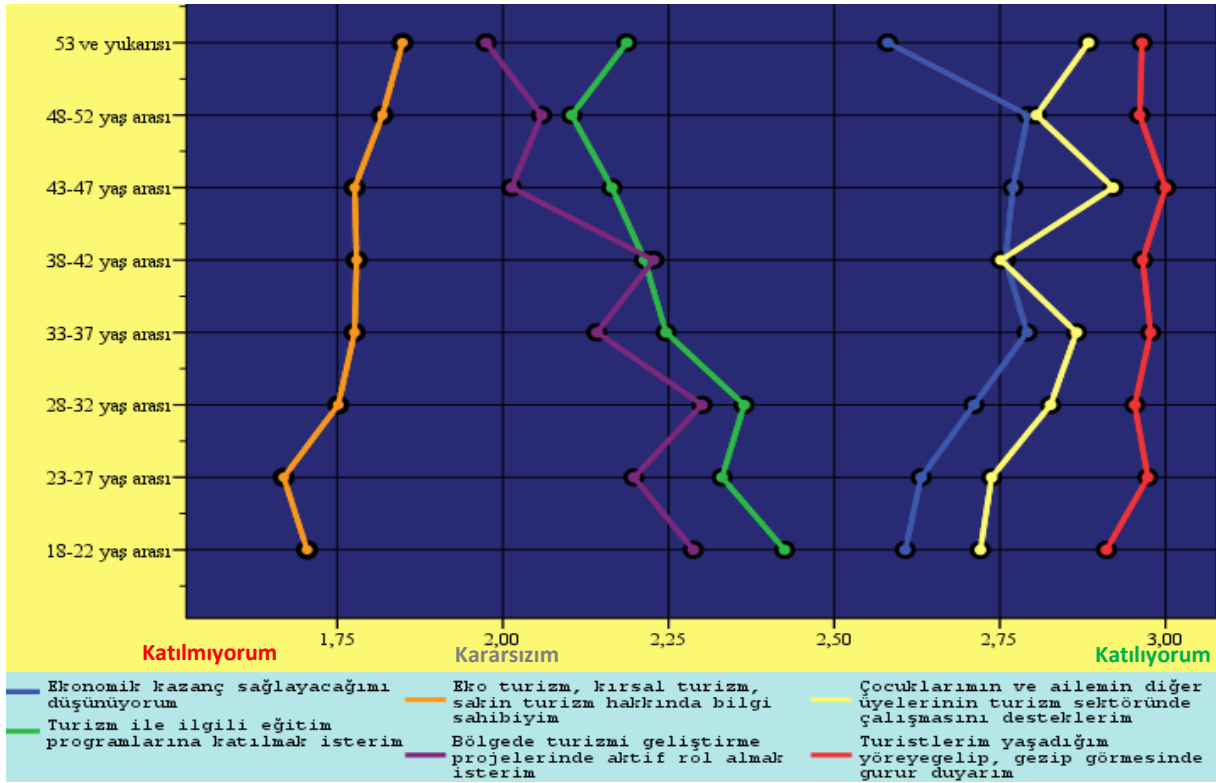
birlikte değerlendirildiğinde bölge halkının turizmdeki gelişime sıcak baktıkları söylemek doğru olacaktır.



Şekil 28. Trakya'da Turizmin Gelişmesiyle Olabilecek Değişimlere Katılım Dereceleri - 3

Şekil 28'de belirtilen ifadelerin tümünün katılımcılar tarafından yaklaşık oranda tercih edilmiş olduğunu ve ifadelere yönelik katılım derecelerinin yüksek oranda olduğunu görmekteyiz.

İfade içerikleri ve katılımcıların verdikleri cevapları göz önünde bulundurduğumuzda bölge halkının turizmin gelişmesi ve planlanmasında mutlaka yerel halkın yer almasının, katılımının gerekliliklerine inandıkları; alandaki gelişim için yeni turistik tesislerin yapılmasını gerekli gördükleri ve bunun için de yerli yatırımcının yanı sıra yabancı yatırımcıların da desteklenmesi taraftarı oldukları söylenebilir.



**Şekil 29. Yaşa Göre Trakya'da Turizmin Gelişmesiyle Yaşanacak Değişimler İle İlgili İfadelere Katılım Dereceleri – 1**

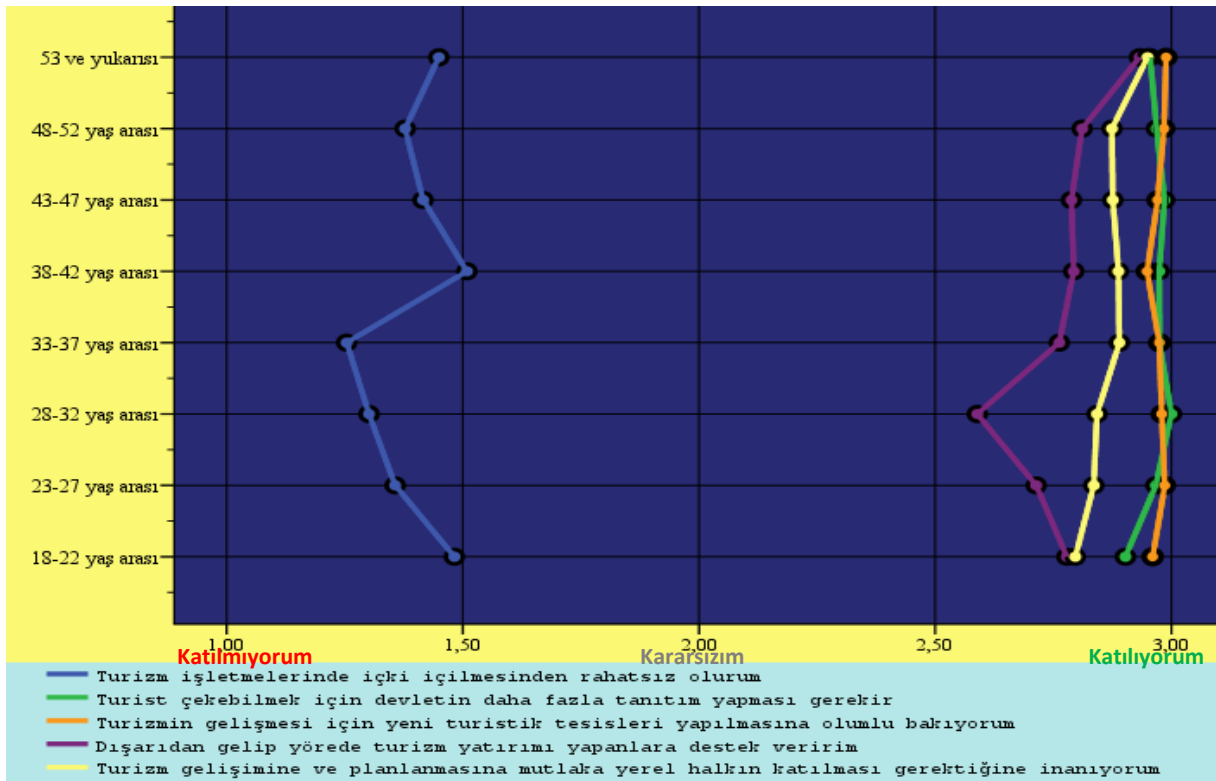
Turizmin gelişmesiyle yaşanacak değişimlere ilişkin olarak turistlerin yaşadığı yere gelmesinden, gezip görmesinden her yaş grubundan katılımcının gurur duyduğunu görmek tabloda yer alan en net sonuçlarımızdan biridir. Sadece bu sonuç üzerinden düşündüğümüzde bile bölge halkının turizmin gelişmesine yönelik olarak 7'den 70'e herkesin güçlü bir motivasyona sahip olduğunu söylemek olasıdır.

Katılımcıların verdikleri diğer cevaplara baktığımızda ekonomik kazanç sağlayacaklarına olan inançla birlikte çocuklarının ve ailenin diğer üyelerinin turizm sektöründe çalışmalarını destekleyeceklerini belirtmeleri diğer motivasyonel sonuçlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak tabloda görüldüğü üzere bu kategorilere verilen cevaplar sapmalar göze çarpmaktadır. 18-22 yaş aralığında ve 53 ve üzeri yaş grubundaki katılımcıların ekonomik kazanç sağlayacakları konusunda kararsızlığa daha yakın tutumlar sergiledikleri dikkat çekmiştir. Her iki yaş grubunun gelişimsel özellikleri göz önünde bulundurulduğunda ise çıkan sonucun beklendiği bir sonuç olduğu söylenebilir.

Turizmle ilgili eğitim programlarına katılmak isterim ve bölgede turizmi geliştirme projelerinde aktif rol almak isterim ifadelerinde ise "kararsızım" cevabının yoğunluk kazandığını görmekteyiz. Ancak yaş aralıkları çerçevesinde baktığımızda her iki ifade için de

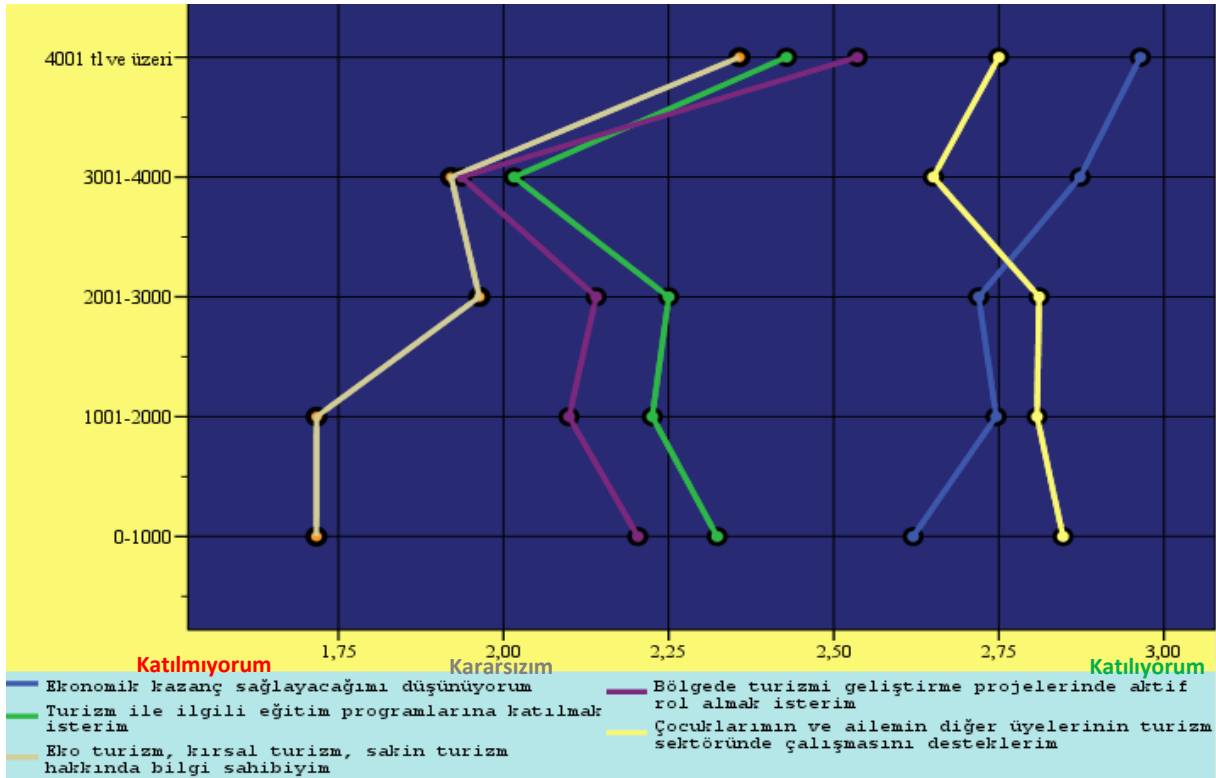
42 ve altı yaş grubunda olan katılımcılara ait derecelendirmelerin “katılıyorum” yönünde kayma gösterdiği dikkat çekmektedir. Bu bağlamda gençlik ve erken yetişkinlik döneminde olan bireylerin eğitim ve projelere katılım isteklerinin diğer gruplara göre daha yoğun olduğunu söyleyebilmekteyiz.

Sonuçlar içinden “katılmıyorum”da yoğunluk gözlenen tek bir kategoriyle karşılaşılmıştır. Hemen hemen bütün yaş grubundaki bireylerin eko turizm, kırsal turizm, sakin turizm hakkında bilgi sahibi olmadıkları noktasında hemfikirdir. Bu sonuca dayanarak bölge halkına yönelik planlanacak ve uygulanacak eğitim ve bilgilendirme çalışmalarına ihtiyaç duyulmaktadır.



**Şekil 30. Yaşa Göre Trakya’da Turizmin Gelişmesiyle Yaşanacak Değişimler İle İlgili İfadelere Katılım Dereceleri – 2**

Şekil 30’da belirtildiği üzere bütün yaş gruplarındaki bireylerin turist çekebilmek için devlet desteğine ihtiyaç duyulduğu ve daha fazla tanıtım yapılması gerektiğine inandığı; turizmin gelişmesi için yeni turistik tesislerin yapılmasına olumlu baktığı; dışarıdan gelip yörede yatırım yapanlara destek verilmesi gerektiğine inandığı ve turizmin gelişiminde, planlanmasında yerel halkın mutlaka katılımı gerektiğini düşündüğü sonucuna varmak mümkündür. Bunun beraberinde gruplar arasında sapmalar olsa da tüm bireylerin turizm işletmelerinde içki içilmesinden rahatsız olmadığını söyleyebilmekteyiz.

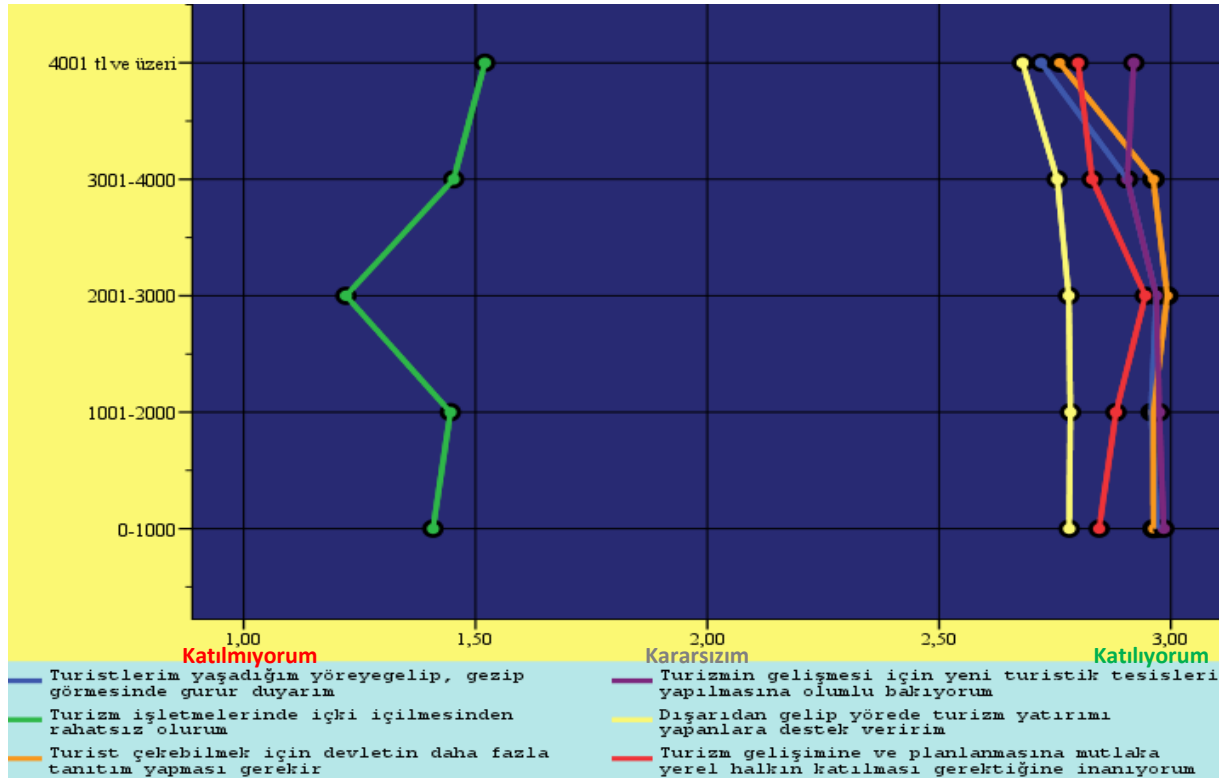


**Şekil 31. Gelir Düzeyine Göre Trakya'da Turizmin Gelişmesiyle Yaşanacak Değişimler İle İlgili İfadelere Katılım Dereceleri – 1**

Tabloda yer alan derecelendirmeler çerçevesinde gelir düzeyinin ele alınan ifadeler üzerinde farklılığa sebep olduğunu söylemek mümkün olacaktır. Örneğin; “turizmle ilgili eğitim programlarına katılmak isterim”, “bölgede turizmi geliştirme projelerinde aktif rol almak isterim”, “eko turizm, kırsal turizm, sakin turizm hakkında bilgi sahibiyim” ifadelerine verilen cevaplar bütün gelir gruplarınınca “kararsızım” etrafında toplanmıştır. Ancak 3001 TL ve üzeri geliri olan bireylerin her üç ifade için katılma derecelerinde diğer gruplara göre artma olduğu dikkat çekmektedir. Bunun beraberinde 2001 TL ve altı gelir grubundakilerin eko turizm ve diğer turizm alanları hakkında bilgi sahibi oldukları noktada kararsızlık derecelerinin arttığı, diğer bir deyişle katılım derecelerinin azaldığı gözlenmektedir. Bu bağlamda, sonuçlar doğrultusunda gelir düzeyindeki artışın turizmdeki gelişime aktif olarak katılma, eğitim sahibi olma isteğini de arttırdığını söylemek doğru olacaktır.

“Çocuklarımla ve ailemin diğer üyelerinin turizm sektöründe çalışmasını desteklerim” ve “ekonomik kazanç sağlayacağımı düşünüyorum” ifadelerinde ise sapsmalara rağmen bütün gelir gruplarının katılım derecelerinin yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Ancak ekonomik kazanç sağlama noktasında 2001 TL ve üzeri geliri olan bireylerin katılım derecelerinin diğer gruplara göre artış gösterdiği belirlenirken; aynı gelir grubundaki bireylerin çocuklarını ve

aile bireylerinin turizm sektöründe çalışmalarını destekleme noktasında diğerlerine göre katılım derecelerinin azaldığı görülmektedir.

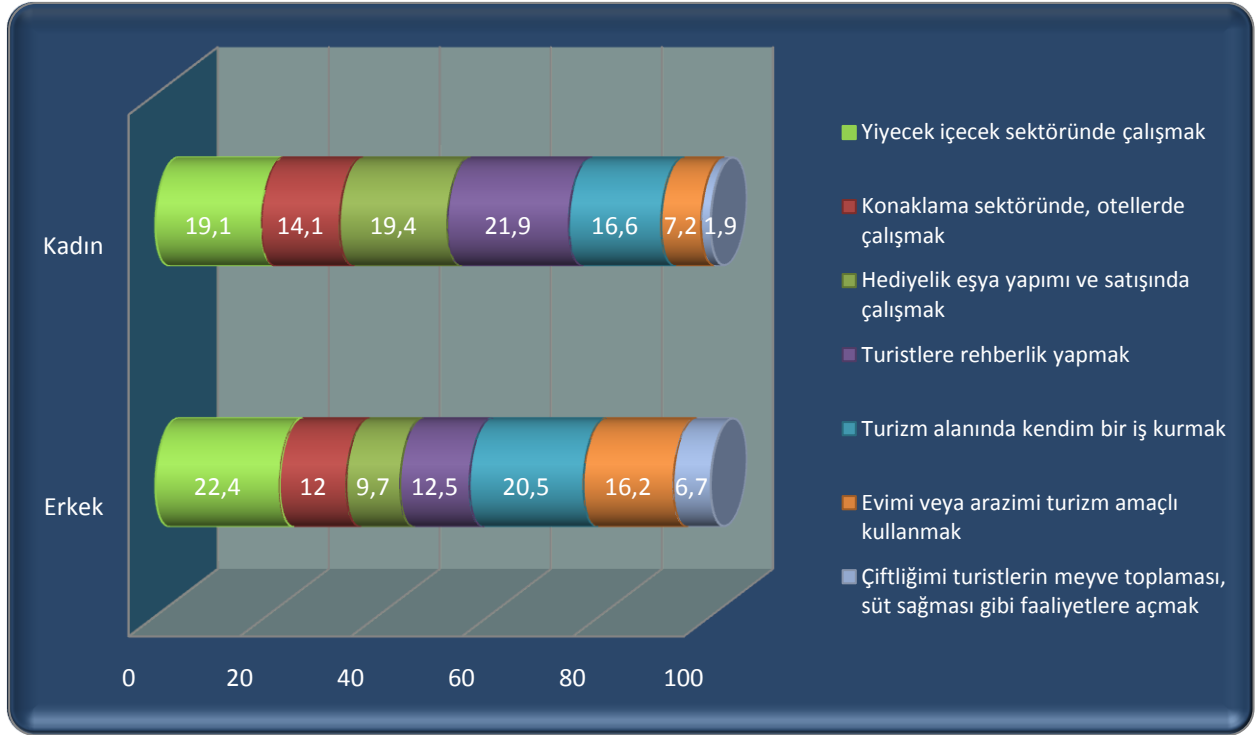


**Şekil 32. Gelir Düzeyine Göre Trakya'da Turizmin Gelişmesiyle Yaşanacak Değişimler İle İlgili İfadelere Katılım Dereceleri - 2**

Şekil 32'den bir madde haricinde diğer tüm maddelere yönelik katılım dereceleri üzerinde bireylerin gelir farklılıklarının etki etmediğini görmekteyiz. Hemen hemen bütün gelir grubundan bireyler turistlerin yaşadığı yere gelmesinden gurur duyduğu; turist çekebilmek için devletin daha fazla tanıtım yapması gerektiği; yeni turistik tesislerin yapılmasına olumlu bakıldığı; dışarıdan gelen yatırımcılara destek verilmesi gerektiği ve turizmin gelişiminde yerel halkın kesinlikle yer alması gerektiği konusunda hemfikir olduğu, bu düşünceleri desteklediği dikkat çekmektedir.

Ancak bütün bireyler turizm işletmelerinde içki içilmesinden rahatsız olmayacağını belirtse de 2001-3000 TL aylık geliri olduğunu belirtenlerin haricindeki diğer grupların "kararsızım" cevabına daha yakın tutumda olduğu görülmektedir.





**Şekil 33. Cinsiyete Göre Trakya’da Turizmin Gelişmesine Ne Şekilde Katılmayı Düşünürler**

Araştırmamızda katılımcıların Trakya’da turizmin gelişmesine katılım şekillerini cinsiyet farklılıkları açısından değerlendirdiğimizde kadın ve erkek katılımcıların katılım şekillerine dair verdikleri cevapların oranlarının farklılık gösterdiğini fark edilmiştir.

Kadın katılımcılar arasında en çok tercih edilen katılım şekli %21,9 ile “turistlere rehberlik yapmak” olarak belirlenirken, erkek katılımcılardaki en yüksek oran %22,4 ile “yiyecek içecek sektöründe çalışmak” olarak belirlenmiştir. Bu oranlara bakıldığında kadınların daha bilişsel aktivitelerde yer almayı tercih ettiği, erkeklerin ise ticari alana yöneldiği söylenebilmektedir.

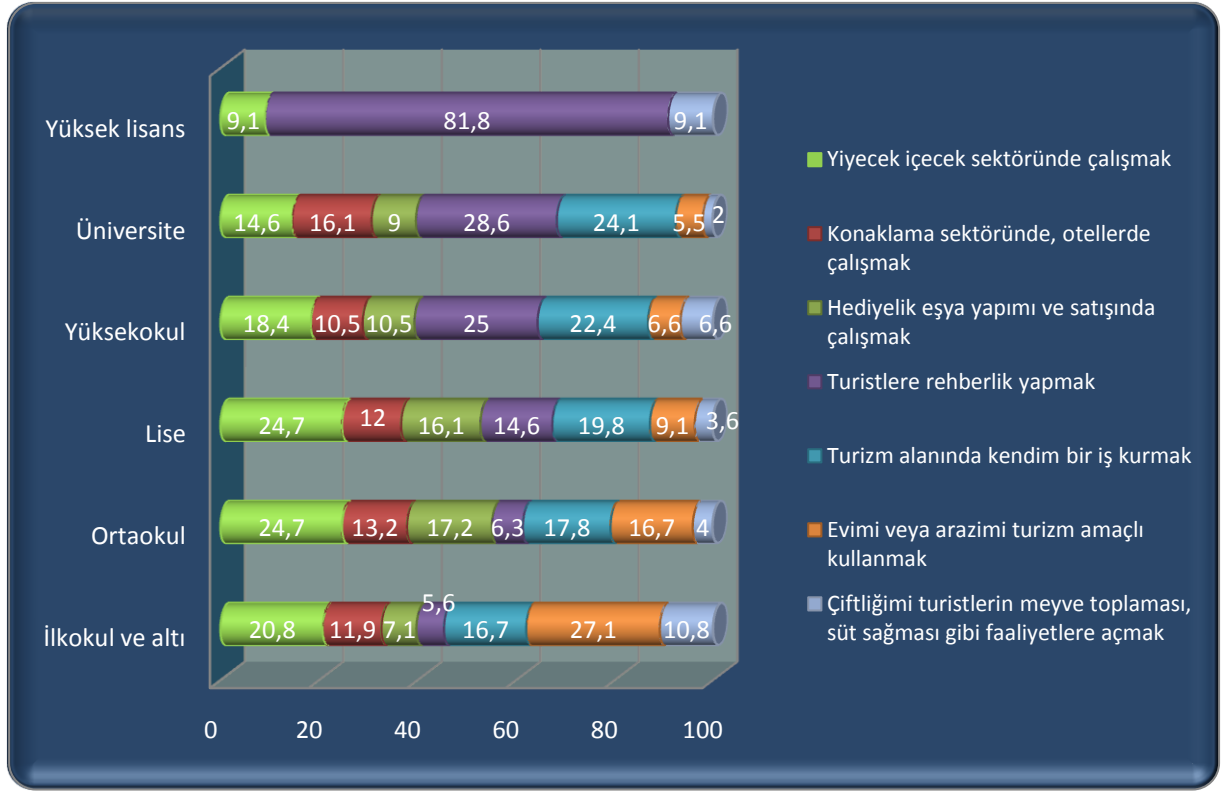
Katılım şekillerine ilişkin diğer oranlar kadınlarda %19,4 “hediyelik eşya yapımı ve satışında çalışmak”, %19,1 “yiyecek içecek sektöründe çalışmak”, %16,6 “turizm alanında kendim bir iş kurmak”, %14,1 “konaklama sektöründe, otellerde çalışmak” olarak saptanmıştır. Kadın katılımcılardaki en düşük oran “evimi veya arazimi turizm amaçlı kullanmak” cevabında gözlenmiştir. Erkek katılımcılardaki diğer oranlar ise %20,5 “turizm alanında kendim bir iş kurmak”, %16,2 “evimi veya arazimi turizm amaçlı kullanmak”, %12,5 “turistlere rehberlik yapmak”, %12 “konaklama sektöründe, otellerde çalışmak” olarak saptanmıştır. Erkeklerin en az tercih ettiği katılım şekli ise %9,7 ile “hediyelik eşya yapımı ve satışında çalışmak” olmuştur. Bu bağlamda, erkeklerin kadınlara oranla kendi işlerini kurmakla daha çok ilgilendikleri söylenebilmektedir.



**Şekil 34. Gelir Düzeyine Göre Trakya’da Turizmin Gelişmesine Ne Şekilde Katılmayı Düşünürler**

Farklı gelir düzeylerinden kişilere, Trakya’da turizmin gelişmesine ne şekilde katkı yapmayı düşüneceklerini sorduğumuzda aldığımız cevapların yiyecek ve içecek sektöründe çalışmak üzerine yoğunlaştığını görmekteyiz. Yalnızca 3001-4000 TL gelir düzeyinde olan katılımcıların çoğunluğu (%27,9) turizm alanında kendilerinin bir iş kurmak isteyeceklerini belirtirken aynı cevap diğer gelir gruplarında ikinci tercih olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca 3000TL ve altı geliri olan kişiler turistlere rehberlik yapmaya daha sıcak bakarken daha yüksek gelirli kişilerin en az (%4,7) tercih ettiği belirttiği alanın bu olduğu sonucuna varılmıştır.

4001 TL ve üzeri yüksek gelir grubunda karşılaşılan en önemli sonuçlardan bir tanesi de diğer gelir gruplarında daha az oranda karşılaşılan “çiftliğimi turistlerin meyve toplaması, süt sağması gibi faaliyetlere açmak” ifadesi burada diğer gruplara göre yüksek sayılabilecek orandadır.

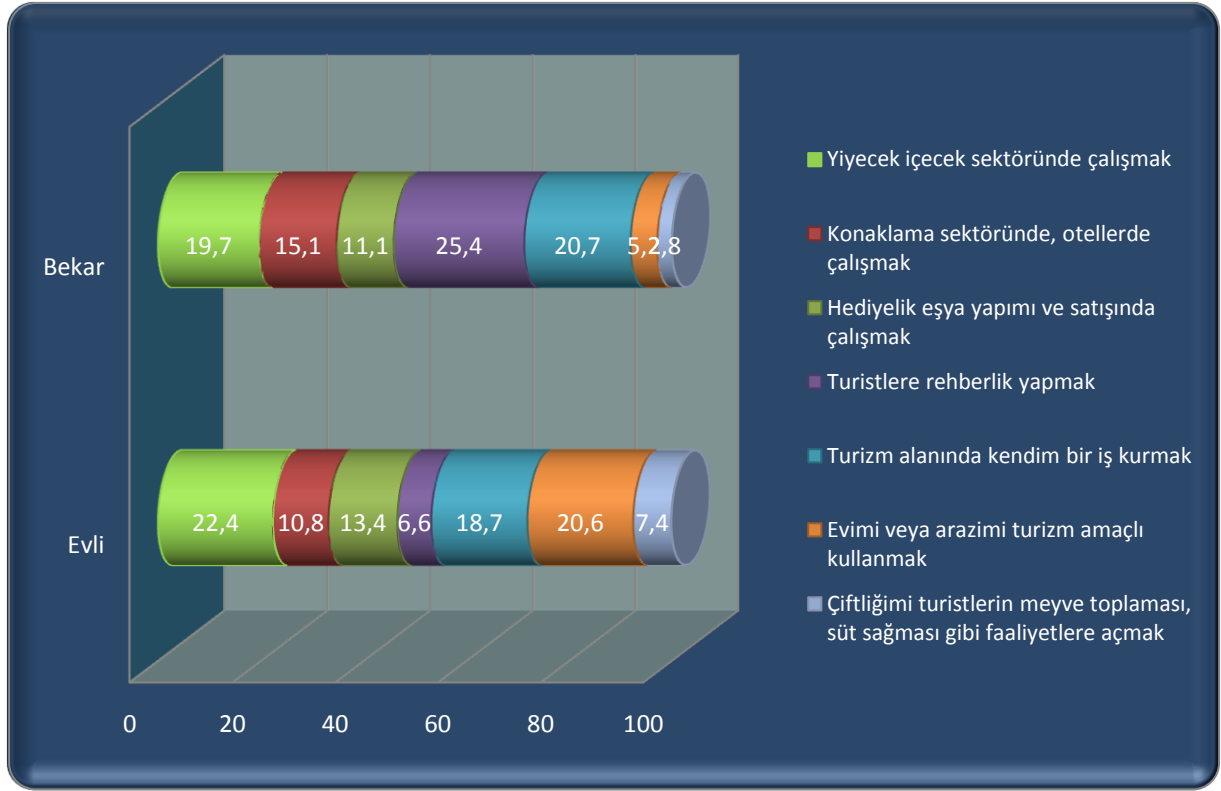


**Şekil 35. Eğitim Seviyesine Göre Trakya’da Turizmin Gelişmesine Ne Şekilde Katılmayı Düşünürler**

Trakya’da turizmin gelişmesine ne şekilde katkıda bulunmayı istedikleri sorusuna katılımcılarımızın verdikleri cevapları eğitim durumlarına göre incelediğimizde eğitim düzeyi yükseldikçe turist rehberliği yapma isteğinin de arttığını gördük. Bu oran ilkokul ve altı eğitim görmüş kişilerde %5,6 iken yüksek lisans yapmış kişilerde %81,8 olarak karşımıza çıkmıştır.

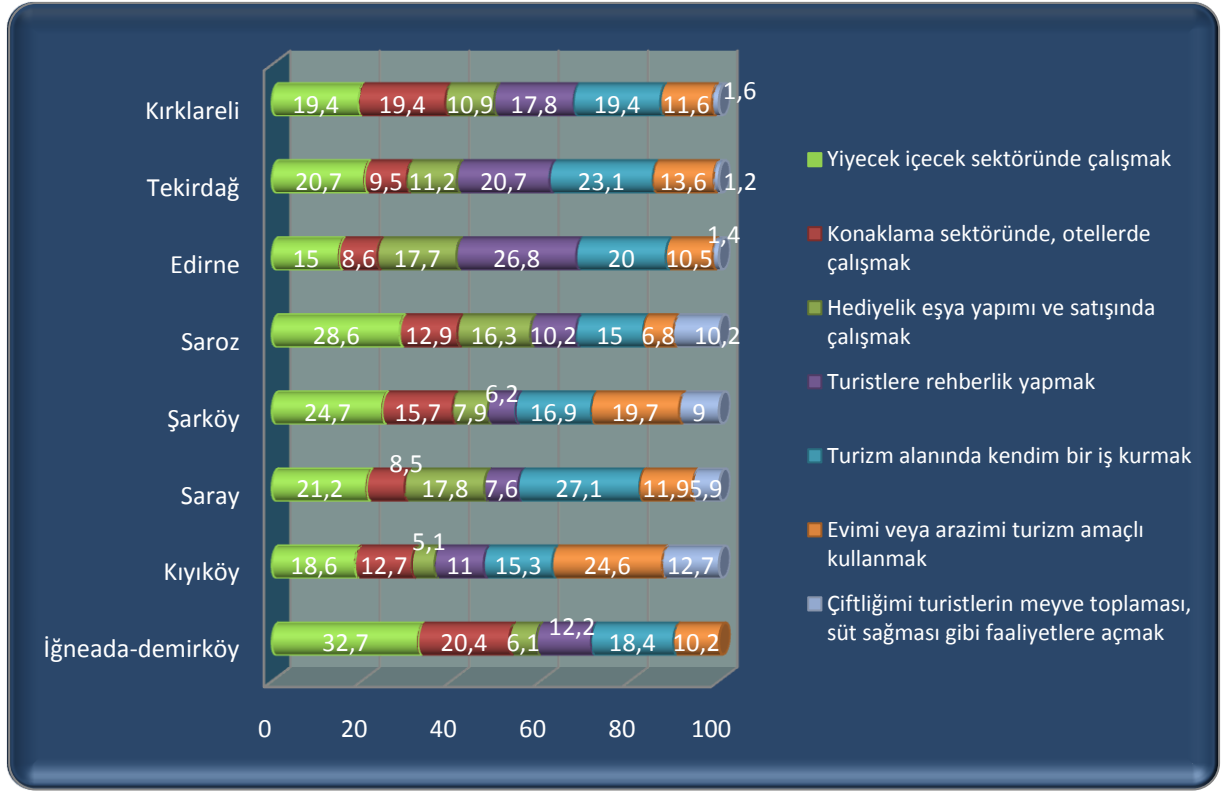
Araştırmada eğitim düzeyi yükseldikçe ev ya da arazisini turizm amaçlı kullanma düşüncesinin azalması da dikkat çeken sonuçlardan biridir. İlkokul ve altı eğitim seviyesindeki kişilerde %27,1 olan oranın üniversite mezunlarında %5,5’e düştüğü, yüksek lisans mezunları arasında ise hiç (%0,0) tercih edilmediği görülmüştür. Aynı şekilde yiyecek ve içecek sektöründe çalışma düşüncesinin de yüksek eğitim düzeyinde daha az tercih edildiği belirlenmiştir.

Yüksek lisans mezunlarınca hiç tercih edilmese de turizm alanında kendi işini kurma fikri, daha yüksek eğitim düzeylerinde olan katılımcıların daha sıcak baktıkları bir tercih olarak karşımıza çıkmıştır. Bu oran ilkokul ve altı eğitim düzeylerinde %16,7 iken üniversite mezunlarında %24,1’e yükseldiği gözlenmiştir.



**Şekil 36. Medeni Duruma Göre Trakya’da Turizmin Gelişmesine Ne Şekilde Katılmayı Düşünürler**

Araştırmamızda yer alan bekar katılımcılarımız Trakya’da turizmin gelişmesine turist rehberliği yapmak (%25,4) veya turizm alanında iş kurmak (%20,7) suretiyle katkıda bulunmayı düşüneceklerini belirtirken, evli katılımcılarımızın daha çok yiyecek ve içecek sektöründe çalışmayı (%22,4) ya da evlerini / arazilerini turizm amaçlı kullanmayı tercih ettikleri saptanmıştır.

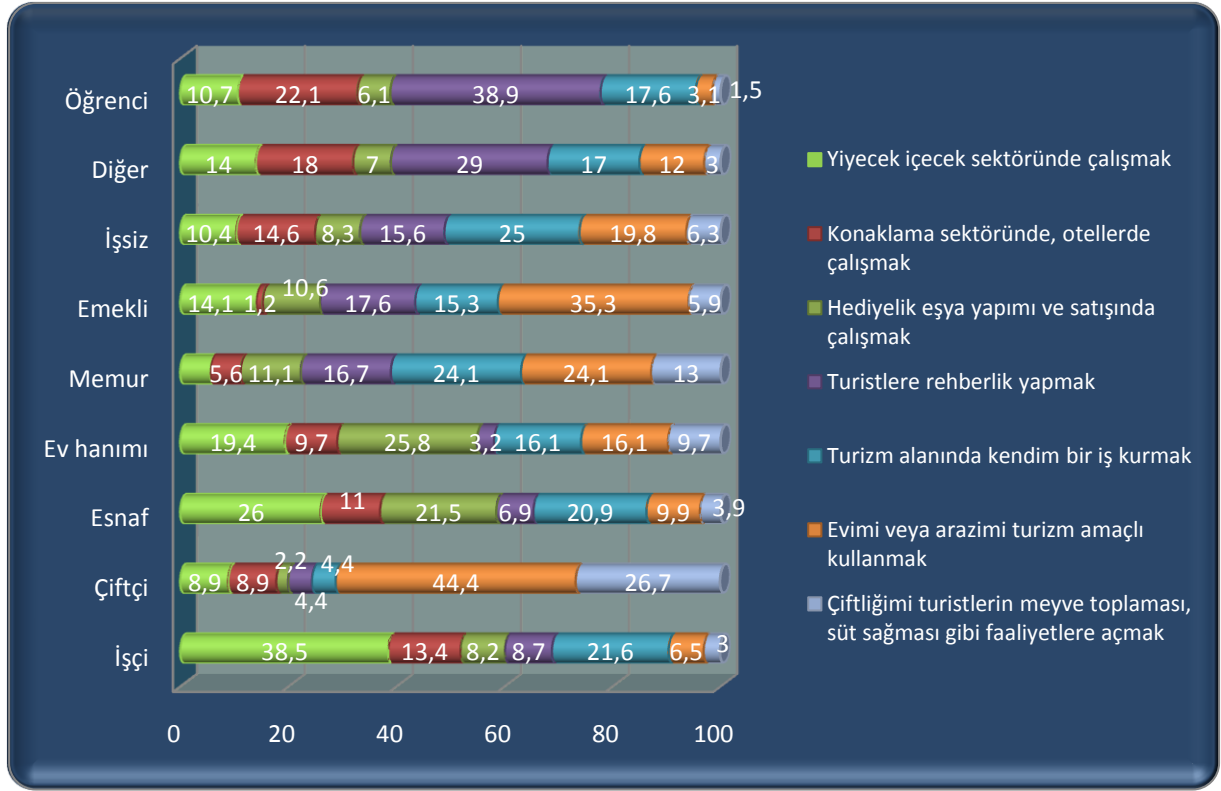


**Şekil 37. Lokasyona Göre Trakya’da Turizmin Gelişmesine Ne Şekilde Katılmayı Düşünürler**

Trakya bölgesinde farklı lokasyonlarda yaşayan katılımcılarımıza Trakya’da turizmin gelişmesine ne şekilde katılmayı düşünecekleri sorduğumuzda farklılık gözlenen sonuçlar elde edilmiştir.

Sonuçlarımıza göre, İğneada-Demirköy (%32,7), Saroz (%28,6) ve Şarköy’de yiyecek içecek sektöründe çalışmak en tercih edilen katılım şekli olmuştur. Diğer yerlerde daha düşük oranlarda karşımıza çıkan evini veya arazisini turizm amaçlı kullanmak, Kıyıköy (%24,6) ve Şarköy’de (%19,7) en çok tercih edilen seçeneklerden biri olarak karşımıza çıkmıştır.

Turizm alanında kendi işini kurmak istediğini söyleyenler ise Saray (%27,1) ve Tekirdağ’da (%23,1) ilk sırayı almıştır.



**Şekil 38. Mesleklere Göre Trakya’da Turizmin Gelişmesine Ne Şekilde Katılmayı Düşünürler**

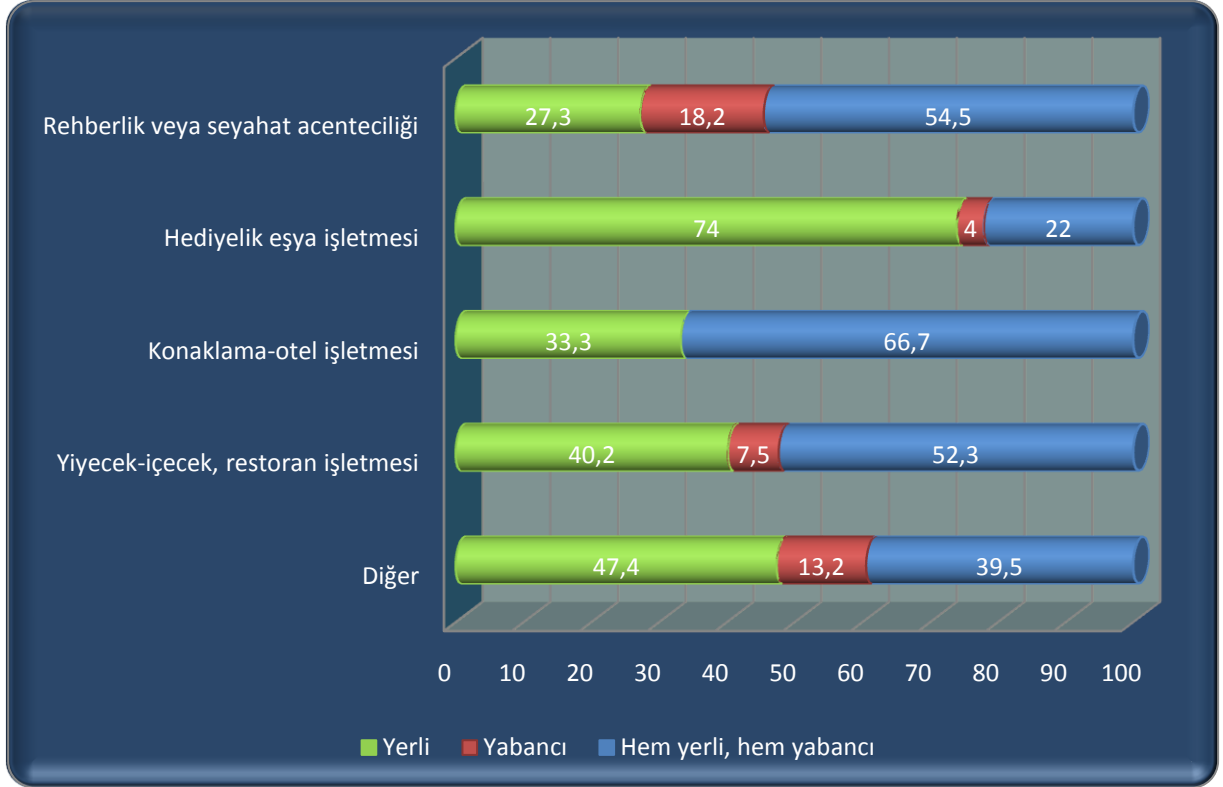
Araştırmamızda, meslek gruplarındaki farklılığın kişilerin Trakya’daki turizmin gelişmesine ne şekilde katkıda bulunmak isteyecekleri üzerinde etkisi olup olmadığına bakıldığında ise değişkenlik arz eden sonuçlara ulaşılmıştır.

Ev ya da arazisini turizm amaçlı kullanmak isteyeceğini belirten (%35,3) emekli bireylerin, diğer öncelik sırası %17,6 ile turistlere rehberlik yapmak; %15,3 ile turizm alanında kendi işini kurmayı tercih etmek olmuştur. Emekli bireylerle benzer olarak memurların da önceliği %24,1 oranında ev ya da arazisini turizm amaçlı kullanmak olduğu görülmektedir. Ancak memur olan katılımcıların yine %24,1’i turizm alanında kendi işlerini kurmak istediklerini belirtmiştir. Bu gruba ait ikinci yüksek oran ise %16,7 ile turistlere rehberlik yapmak yönündedir.

Ev ya da arazisini turizm amaçlı kullanabileceğini söyleyen (%44,4) çiftçilerin turizmin gelişmesine yönelik bir diğer ifadesi de ”çiftliğini turistlerin meyve toplaması, süt sağması gibi faaliyetlere açmasıdır.”(%26,7). Diğer seçenekleri ise kendilerine daha uzak bulmaları sonuçlar arasında en tahmin edilesi sonuç olarak yer almaktadır.

İşçi (%38,5) ve esnafın (%26) tercihinin ise yiyecek içecek sektöründe çalışmak yönünde olduğu görülmüştür. Diğer meslek gruplarınca fazla tercih edilmeyen hediyeelik eşya

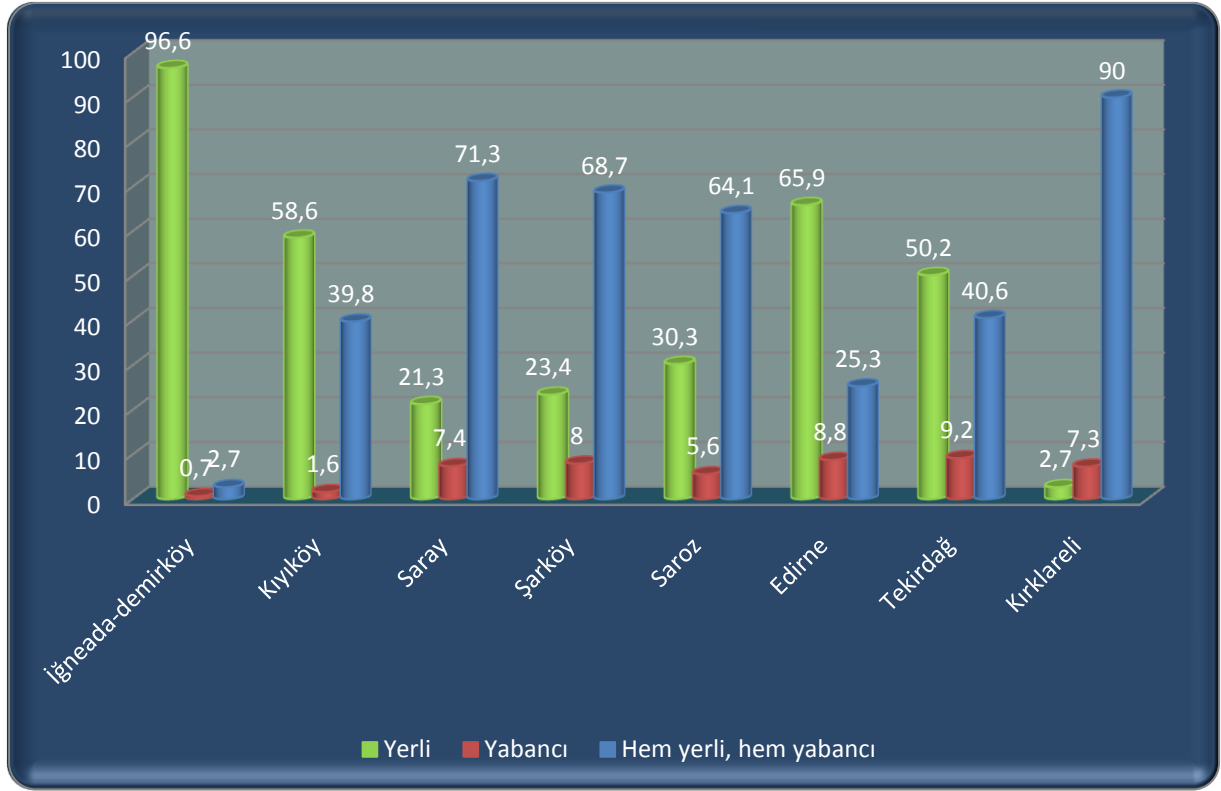
yapımı ve satışında çalışmak ise ev hanımları (%25,8) ve esnaflar (%21,5) tarafından beğenilen bir katkı yöntemi olarak sonuçlarımız arasında yer almaktadır.



**Şekil 39. Turizm İle İlgili İş Yapanlara Göre Trakya'ya Gelmesi İstenilen Turist Grupları Tipi**

Araştırmamızda, sektörde iş yapan kişilere Trakya bölgesinde yerli turist mi yoksa yabancı turist mi görmek isteyeceklerini sorduğumuzda oranlar arasında farklılıklarla karşılaşmıştır.

Hediyelik eşya işletmesi sahiplerinin büyük çoğunluğu (%74) yerli turist tercih ettiklerini belirtirken, konaklama/otel işletmesi alanında tercih %66,7 oranı ile hem yerli hem yabancı turistler yönünde oldu. Sektörün diğer alanlarında daha dengeli bir dağılım gözlenirken ilgi çeken detay ise sadece yabancı turist istediğini söyleyen işletmecilerin azlığı olmuştur. Konaklama/otel işletmesi alanında %0 olan bu oran, rehberlik veya seyahat acenteleri arasında %18,2'ye kadar çıkabilmektedir. Buradan yola çıkarak Trakya bölgesinde turizm alanında faaliyet gösteren kişilerin yabancı turistin gelmesine yönelik isteklerinin az olduğunu söylemek mümkün olacaktır.



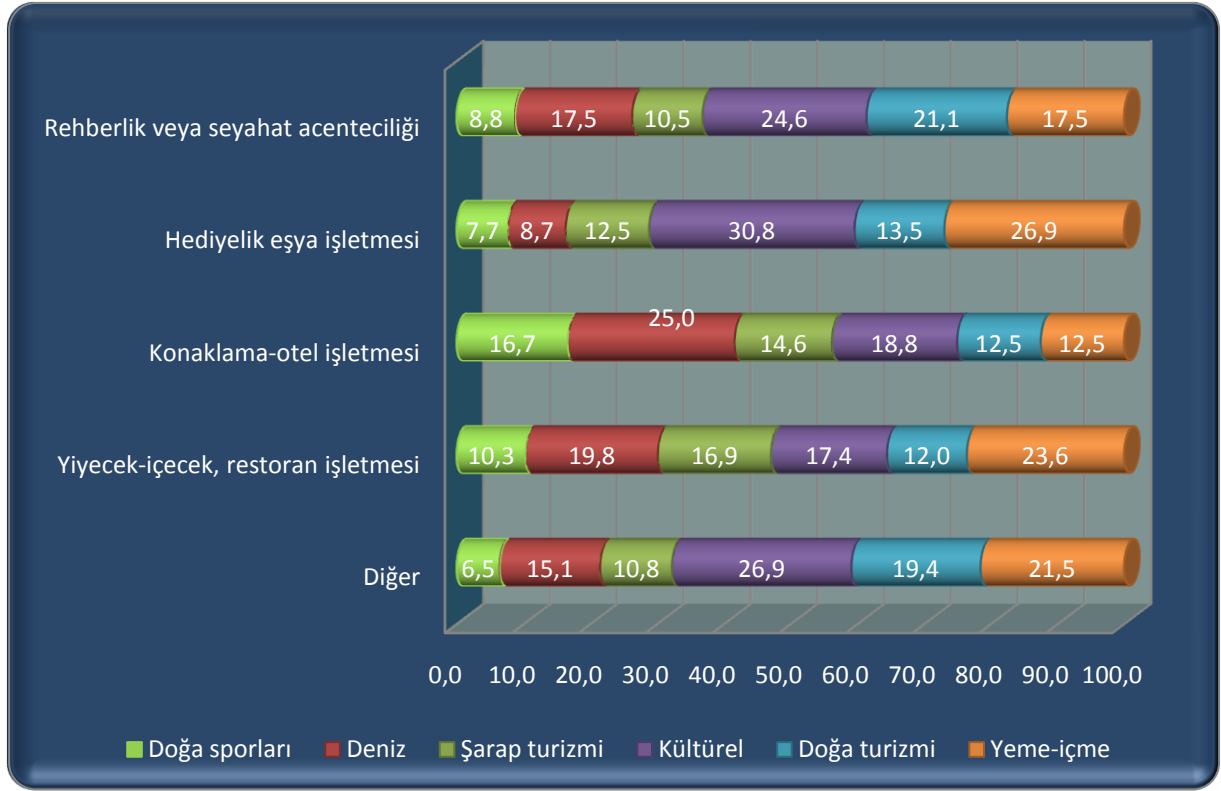
**Şekil 40. Lokasyona Göre Trakya'ya Gelmeye İstenilen Turist Grupları Tipi**

Katılımcılarımızın “Trakya'ya gelmesi istenilen turist grupları” sorumuza verdikleri cevaplar yaşadıkları yere göre farklılıklar göstermektedir.

İğneada-Demirköy'deki katılımcılarımız %96,6 oranında yerli turist görmek istediklerini söylerken, Kırklareli'nde soruyu yönelttiğimiz kişiler %90 oranında hem yerli hem yabancı turist gelmesini istediklerini belirtmişlerdir. Kıyıköy (%58,6), Edirne (%65,9) ve Tekirdağ'da (%50,2) yerli turistten yana olan tercih, Saray (%71,3), Şarköy (%68,7) ve Saroz'da (%64,1) hem yerli hem yabancı turist tercihi olarak karşımıza çıkmıştır. Oranların daha yüksek olduğu bu üç bölgenin diğer bölgelere oranla mevcut turizm oranının daha yoğun olması beklendik bir sonucun karşımıza çıkmasına neden olmuştur.

Ancak, genel sonuçlara baktığımızda sadece yabancı turist tercih ettiğini söyleyen kişilerin sayısının çok az olması dikkat çekmektedir. Yabancı turist görmek istediklerini belirtenlerin oranı, İğneada-Demirköy'de %0,7 ile en düşük durumda iken diğer tüm bölgeler içinde oranın en yüksek olduğu Tekirdağ'da bile sonuç %9,2 olarak karşımıza çıkmıştır. Bu sebeple turizmin gelişmesinde yabancı turistlerin de önemli bir yeri olduğunu belirten bilgilendirme çalışmalarının yapılması; gelişim programlarının yabancı turistleri de bölgeye çekecek şekilde hazırlanması yararlı olacak ve bölge halkının yabancı turistlere olan bakış açısında olumlu değişikliklere sebep olacaktır.

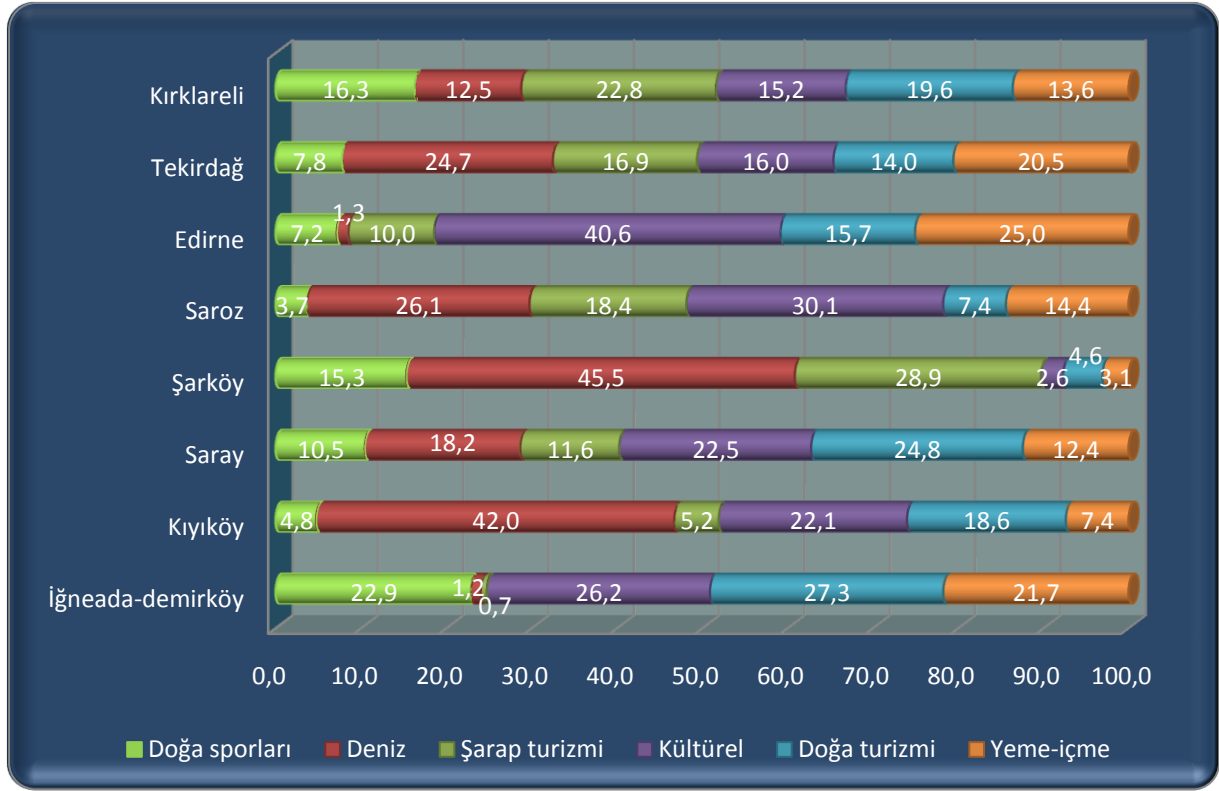




**Şekil 41. Turizm İle İlgili İş Yapanlar Trakya'nın Hangi Tip Turizme Uygun Olduğunu Düşünürler**

Turizm alanında iş yapan kişilere yönelttiğimiz Trakya'nın hangi tip turizme uygun olduğu sorumuza aldığımız yanıtlar beklenebileceği üzere iş yapılan alana göre değişiklik göstermektedir.

Rehberlik/seyahat acenteliği yapanlar (%24,6) ile hediyelik eşya işletmecileri (%30,8) bölgenin kültürel turizme uygun olduğunu söylerken; restoran işletmecileri yeme içme turizmini (%23,6) otel işletmecileri ise deniz turizmini (%25) cevaplarıyla ilk sıraya koymuşlardır. Katılımcıların tümü bölgenin doğa turizmine uygun olduğunu (%12,0 ila %21,1) düşüncelerine rağmen doğa sporları turizmi en az verilen cevap olarak karşımıza çıkmıştır.



**Şekil 42. Hangi Bölgeler Trakya'nın Hangi Tip Turizme Uygun Olduğunu Düşünürler**

Trakya'nın hangi tip turizme uygun olduğu sorumuza verilen cevapları bölgelere göre incelediğimizde karşımıza çıkan sonuçlar çeşitlilik arz etmektedir.

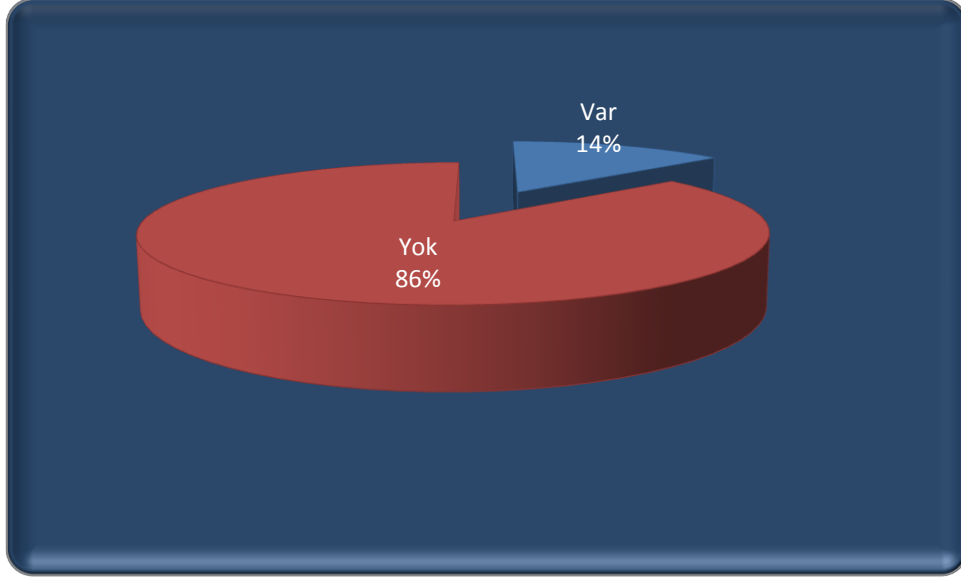
Şarköy (%45,5) ve Kızılköy (%42,0) bölgenin en çok deniz turizmine yatkın olduğunu düşünürken, Edirne (%1,3) ve deniz kenarında yer almasına rağmen İğneada (%1,7) deniz turizmini en son düşünen yerler olmuştur.

Selimiye Camii gibi tarihi ve kültürel pek çok eseri barındıran Edirne'de ise yaygın olan görüş (%40,6), bölgenin kültür turizmine daha uygun olduğu yönündedir. Saroz (%30,1) ve İğneada-Demirköy (%26,2) de kültürel turizmi ön sıralarda gösterirken, Şarköy (%2,6) kültür turizmini son sıraya yerleştiren bölge olmuştur.

Kırklareli'nde ilk sırada olan (%22,8) şarap turizminin, şarabı ünlü olan Şarköy'de (%28,9) de ilk sıralarda yer alması beklendik bir sonuç olarak karşımıza çıkmıştır. Trakya'yı şarap turizmine uygun bulmayan (%0,7) ile doğa sporlarını ilk sıraya koyan (%27,3) bölge ise İğneada – Demirköy olmuştur.

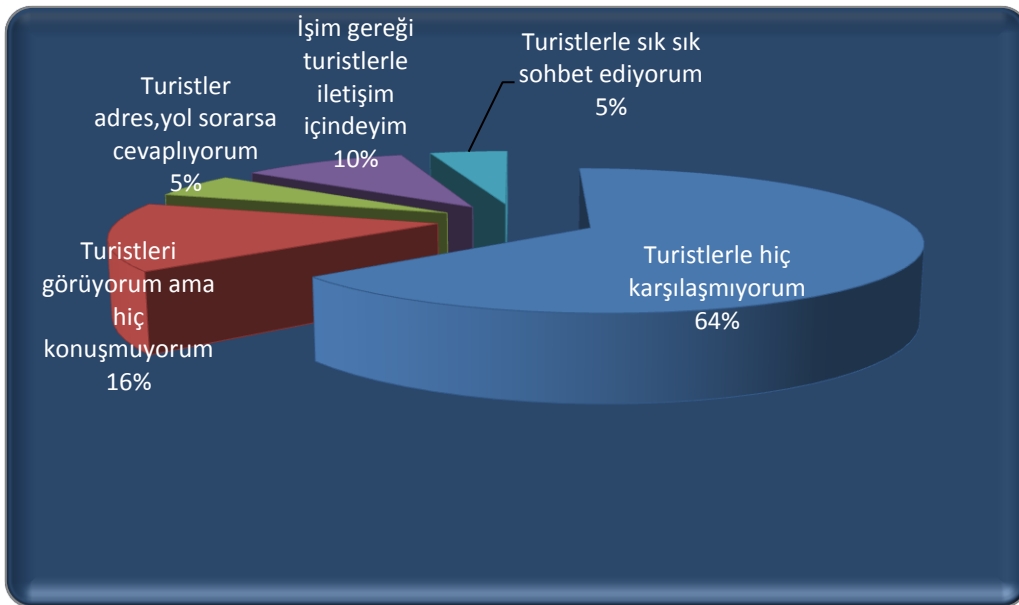
### 3.3. Anket Yapılan Lokasyonların Ayrıntılı Analizleri

#### 3.3.1. İğneada – Demirköy



Şekil 43. Ailede Turizm Sektöründe Çalışan Var mı?

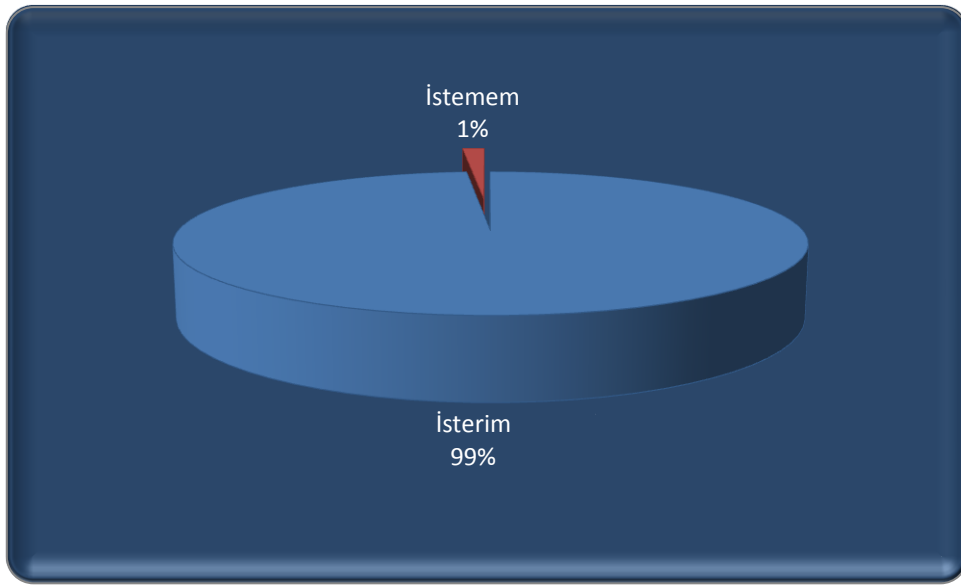
İğneada – Demirköy mevkiilerini kapsayan yörelerde, ailelerinde turizm sektöründe çalışan katılımcılar %14 oranındadır. Ailelerinde turizm sektöründe çalışanı bulunmayanlar fazla orandadır.



Şekil 44. Turistlerle Karşılaşma Durumları ile Turistlere Karşı Tutumları

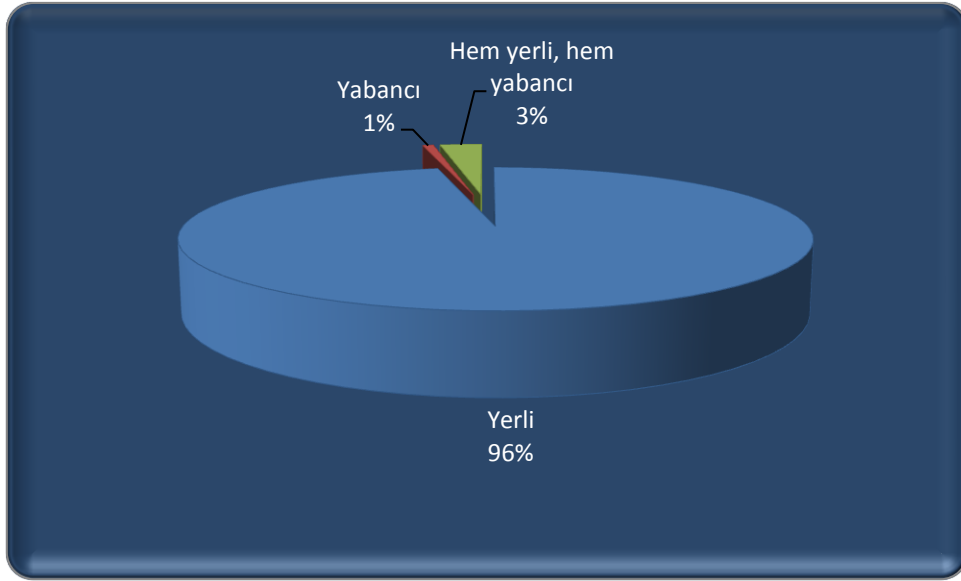
Yörede turistlerle hiç karşılaşmadıklarını belirten katılımcılar yarıdan fazla orandadır. Turistleri görüp onlarla hiç konuşmayanlar ise ikinci olarak en fazladır (%16). Bu yörelerde toplamda %80 gibi bir oranda turistlerle ilgisi olmayan çoğunluk katılımcı olarak yer almıştır.

Olumlu olarak bakabileceğimiz işimin gereği turistlerle iletişim içindeyim görüşünde bulunanlar %10, turistlerle sık sık sohbet ediyorum ve adres, yol sorarsa cevaplıyorum diyenler %5 ile aynı orandadır. Bu yörelere yapılacak olan uygun turizm çalışmaları ile yöre halkının daha çok turistle karşılaşması sağlanabilirse olumlu bakılan sonuçların daha fazla olacağı düşünülebilir.



**Şekil 45. Bölgelerinde Turizmin gelişmesini İsterler mi?**

İğneada – Demirköy lokasyonu katılımcılarının neredeyse tamamı bölgelerinde turizmin gelişmesini istemektedir. Bölgede turizmin gelişmesini istemeyen oran sadece %1'dir. Bu istek de göz önünde bulundurularak bölgeye yapılacak turizm yatırımına yöre halkının da desteği sağlanabilir.



**Şekil 46. Yörelere Görmek İstedikleri Turist Tipleri**

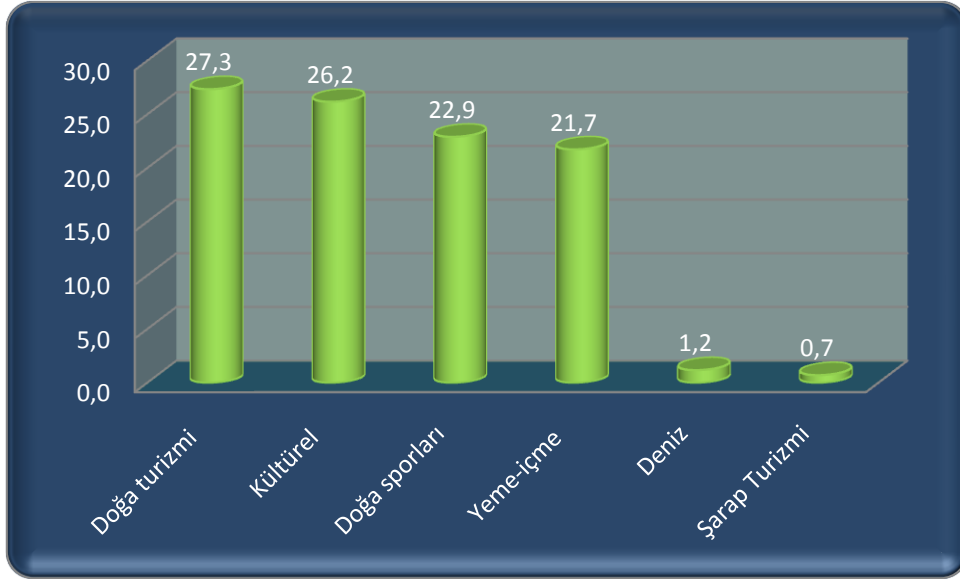
Yerli turist isteği, bu yöredeki katılımcıların %96 gibi büyük bir çoğunluğunun isteği olmuştur. Yabancı turistleri görmek isteyenler ise %1'dir. Her iki tip turiste de sıcak bakımlar %3 oranındadır.



**Şekil 47. Bölgede Turizmin Gelişmesine Nasıl Katkıda Bulunmak İsterler?**

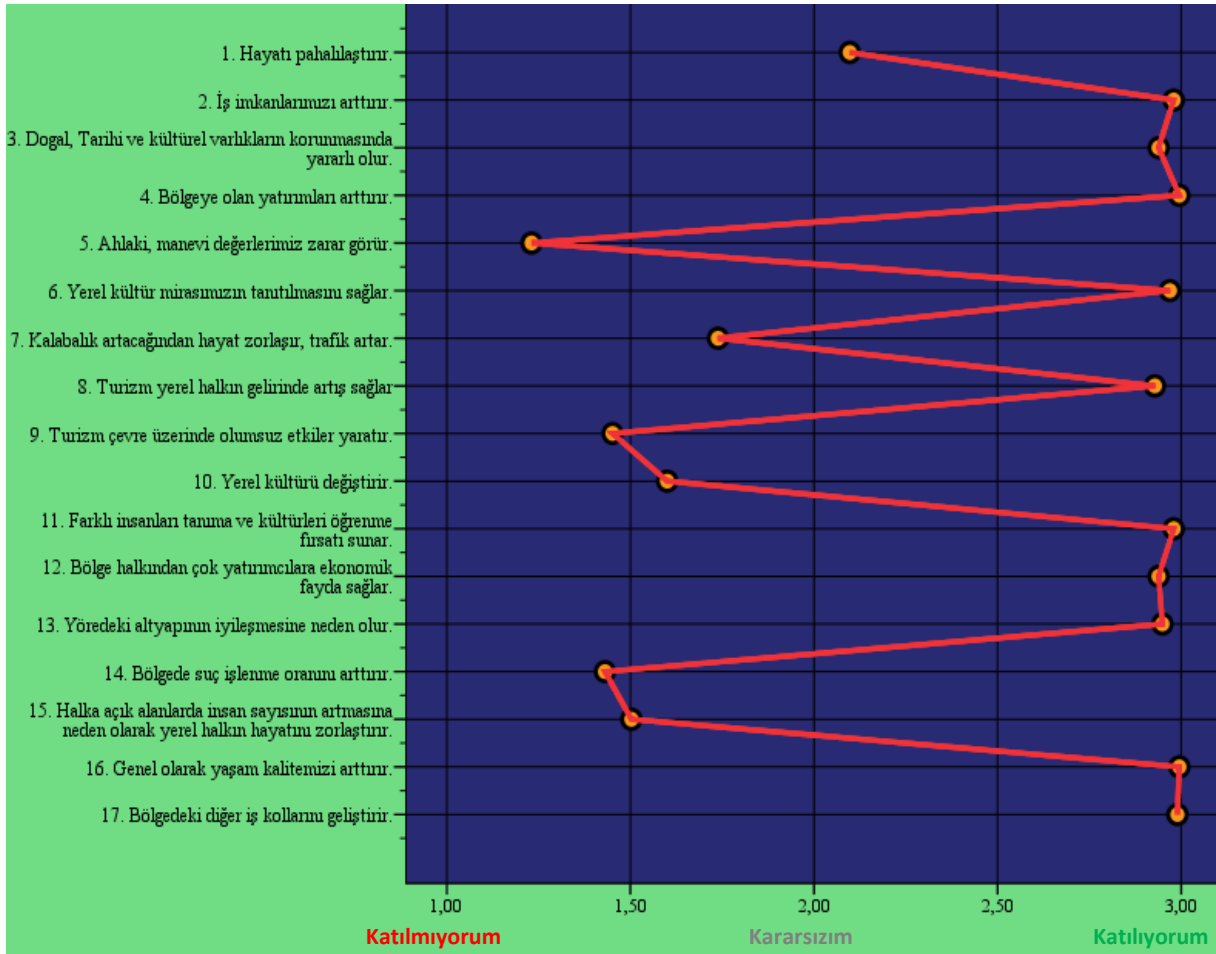
Önceki grafiklerde görüldüğü üzere %99 gibi büyük bir çoğunluğun turizmin gelişmesini istediği yörede; turizme yiyecek içecek sektöründe çalışarak katkı sağlamak isteyenler %33 oranında yer almıştır. Konaklama sektöründe, otellerde çalışmak isteyenler ise %21 oranındadır. Buradan baktığımızda turizmin gelişmesine gösterilen büyük isteklilik

burada birebir karşımıza çıkmamaktadır. Yöre halkının toplamda %54 çoğunluğu turizm ile ilgili bir başka işte çalışmak istemiştir. Bunların dışında da turizm alanında kendisi iş kurmak isteyen çoğunluk %18'dir. Oysa evi ya da arazisini turizm amaçlı kullanmak isteyenlerin oranı %10'dur. Özellikle kırsal olarak nitelendirebileceğimiz ve turistlere cazip gelebilecek bir yöre olan bölgenin turizm özelliklerinin halka anlatılması ve bilinçlendirilmesi daha bölgede turizmin gelişmesini sağlayabilir.



Şekil 48. Yöre Hangi Tip turizme Uygundur?

Yörelere doğa turizmine uygun olduğunu belirten katılımcılar %27,3 ile en fazla orandadır. Türkiye'nin dört koruma bölgesinden biri olan İğneada ve ona benzer diğer yörelerin halkı bu bağlamda bölge turizminin neye uygun olduklarının bilincindedirler. Literatürce bilinen bir diğer turizm ögesi olan kültürel turizme uygunluk halk tarafından da ikinci olarak en fazla oranda belirtilmiştir. Doğa sporları, bölgeye halihazırda yapılması düşünülen yatırımları destekler şekilde üçüncü olarak en fazla orandadır. Yeme – içme turizmi bir diğer fazla söylenen turizm tipidir. Bölgenin bal, yabani meyveler, deniz ürünleri açısından zengin oldukları düşünüldüğünde bu sonuç da beklenen bir şekilde yansımıştır. Deniz ve şarap turizmine uygun olduğunu düşünen katılımcılar diğerlerine göre en az oranlarda katılımcı tarafından önerilmiştir. Burada deniz turizminin bu denli az oranda çıkması dikkat çekilmesi gereken bir husustur ve sebeplerinin araştırılması gerekmektedir.

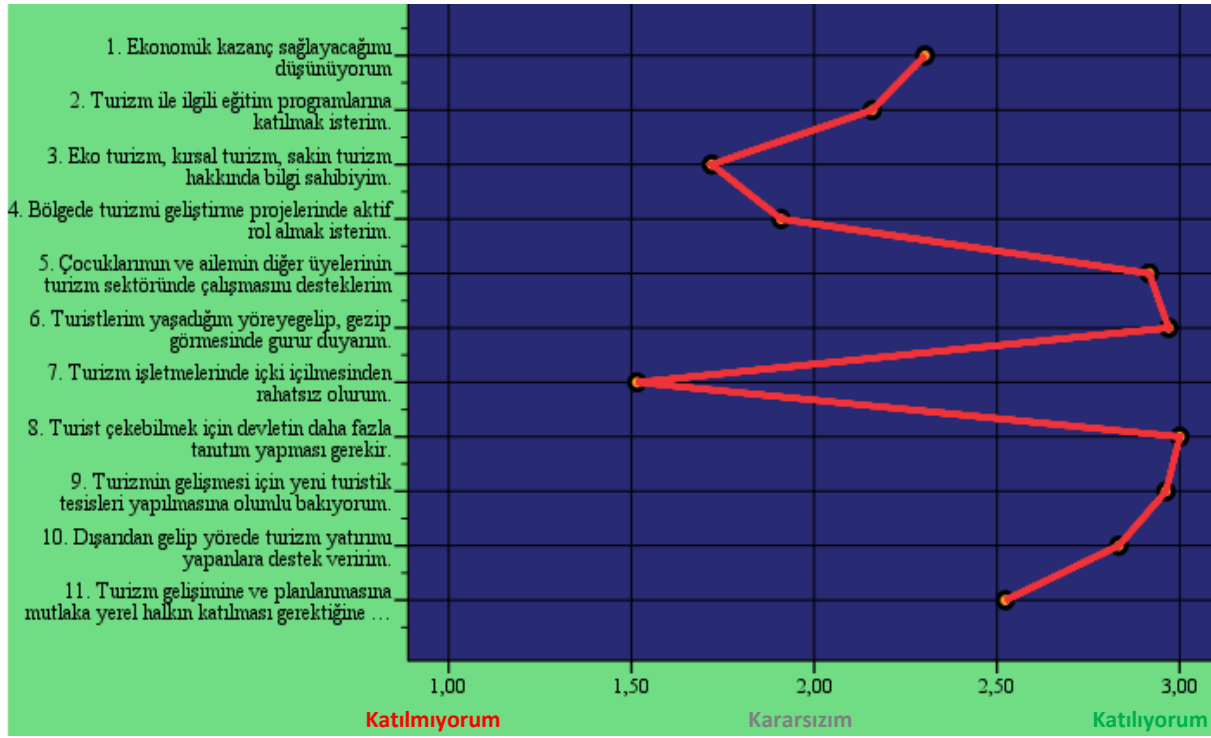


**Şekil 49. Yörede Turizmin Gelişmesi ile İlgili İfadelere Katılım Dereceleri**

Yöre halkı turizmin gelişmesi ile ilgili kendilerine okunan ifadelerle çoğunlukla “katılıyorum” düzeyinde ifade vermiştir. “Bölgedeki diğer iş kollarını geliştirir”, “yerel kültür mirasımızın tanıtılmasını sağlar” ve “iş imkanlarımızı artırır” ifadeleri diğerlerine göre en yüksek katılım puanlarına sahiptir.

“Ahlakî ve manevî değerlerimiz zarar görür” ve “bölgede suç işleme oranını artırır” ifadeleri “katılmıyorum” a çok yakın puanlar almıştır. Bu ifadelerin olumsuz ifadeler olduğu dikkat edilirse halkın turizmle ilgili bu şekilde kaygılarının olmadıkları açıkça görülebilir.

“Kararsızım” düzeyine yakın olan “turizm çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratır” ve “yerel kültürü değiştirir” ifadeleri, bu konularda yöre halkının kaygılı olduğu düşünülebilir.

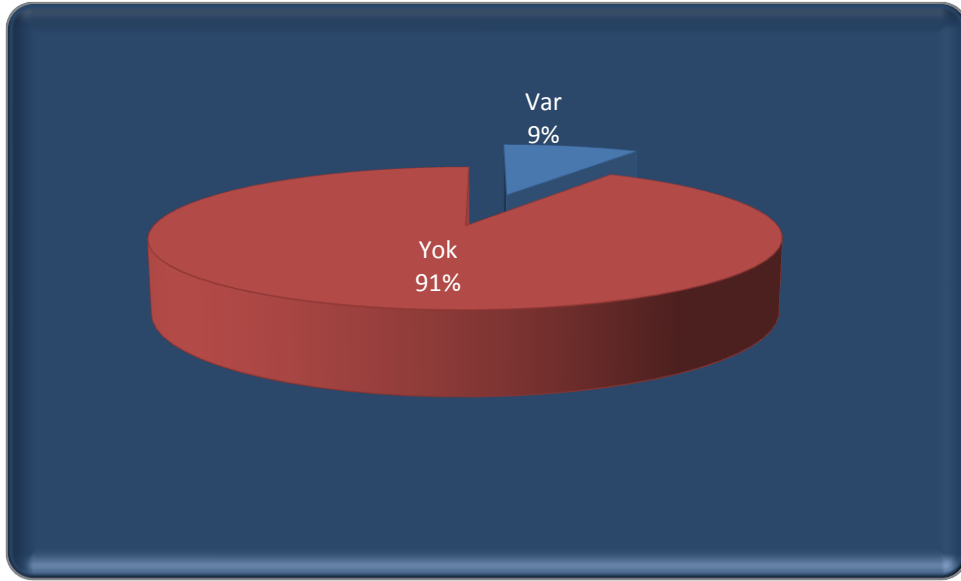


**Şekil 50. Yörede Turizmin Gelişmesiyle Oluşabilecek Değişikliklere Katılım Dereceleri**

Yörede turizmin gelişmesiyle oluşabilecek değişikliklerden “çocuklarımla ve ailemin diğer üyelerinin turizm sektöründe çalışmasını desteklerim”, “turistlerin yaşadığım yöreye gelip, gezip görmesinden gurur duyarım”, “turist çekebilmek için devletin daha fazla tanıtım yapması gerekir” ifadeleri “katılıyorum” düzeyine en yakın ifadelerdir.

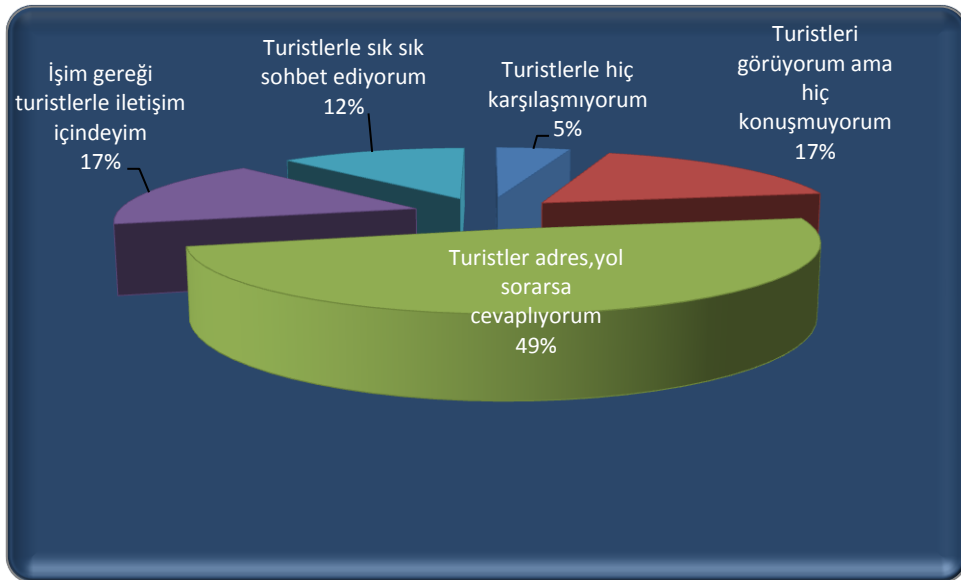
“Eko turizm, kırsal turizm, sakin turizm hakkında bilgi sahibiyim” ifadesi “kararsızım” düzeyine yakın olduğundan halkın bu konuda bilgi ve eğitim almaları görüşünü bizlere göstermektedir. Bu düzeye en yakın puanda olan “bölgede turizmi geliştirme projelerinde aktif rol almak isterim” ifadesi, diğer sonuçlarla birlikte değerlendirildiğinde halkın turizmin gelişmesini yüksek oranda istemesi ancak bu konuda aktif rol alma ifadelerinde düşük oranda katılım olmamasını açıklamaktadır. Bu hususta yapılacak bilgilendirme çalışmaları önem arz etmektedir.





**Şekil 51. Ailede Turizm Sektöründe Çalışan Var mı?**

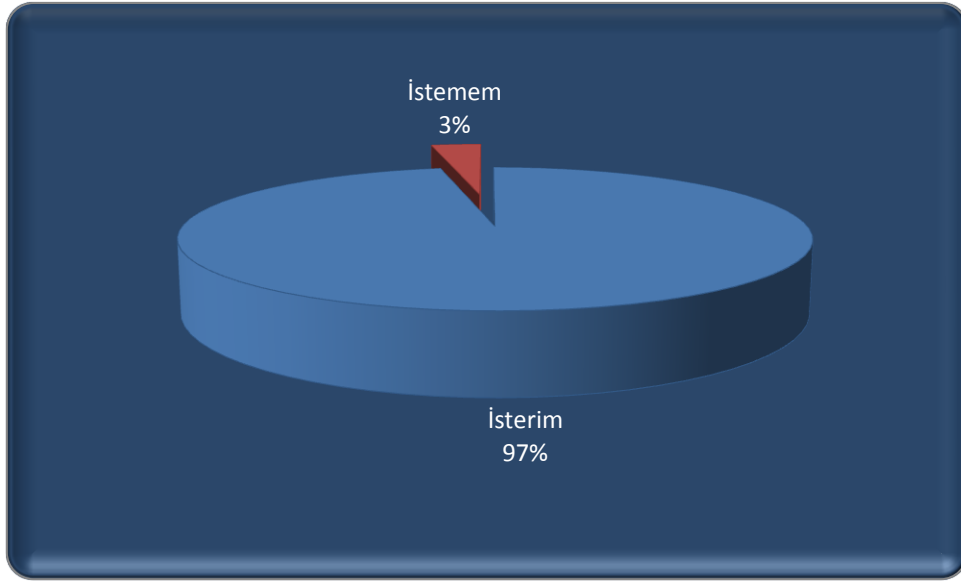
Kıyıköy yöresi katılımcıların ailelerinde turizm sektöründe çalışanlar, %9 oranındadır. Ailelerinde turizm sektöründe çalışan bulunmayanlar ise %91 gibi büyük bir çoğunluktadır.



**Şekil 52. Turistlerle Karşılaşma Durumları ile Turistlere Karşı Tutumları**

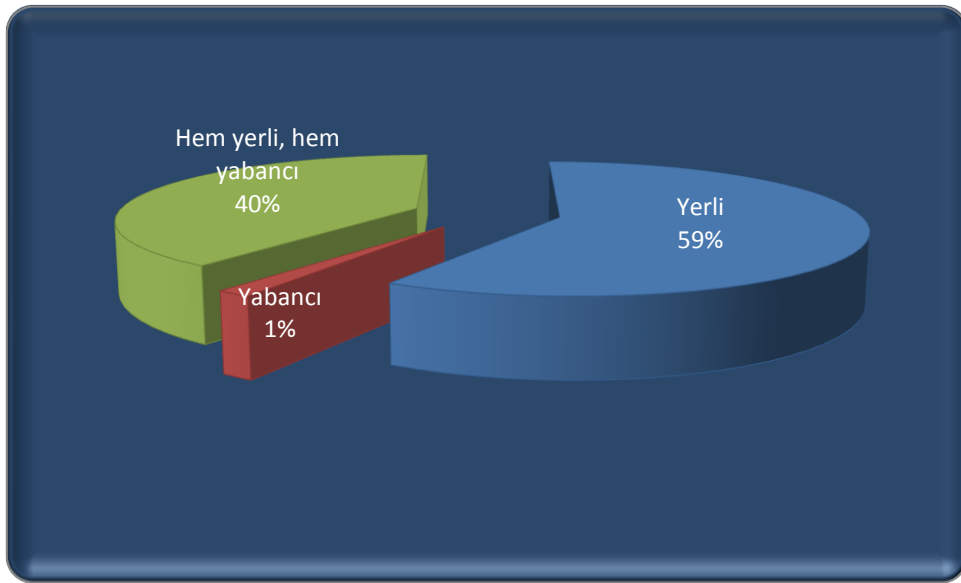
Katılımcıların %49 gibi büyük bir çoğunluğu turistler adres, yol sorarsa cevaplamaktadırlar. İş gereği turistlerle iletişim içinde olanlar ise %17 oranındadır.

Turistlerle hiç karşılaşmayanlar %5 gibi bir oranda ve en azdır. Diğer sonuçların bu ifadeden daha fazla olmaları bölgenin hali hazırda turizm açısından iyi bir seviyede olduğunu göstermektedir.



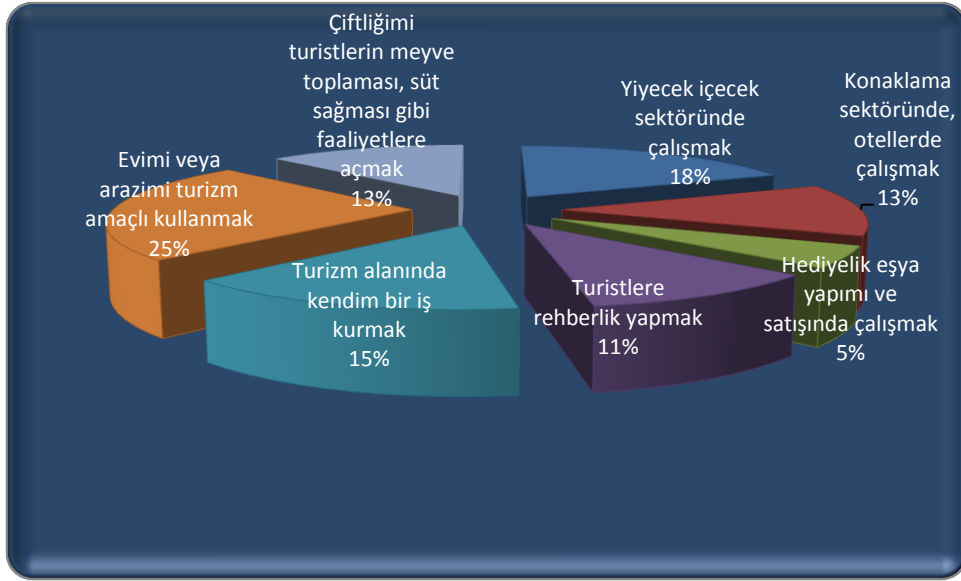
**Şekil 53. Bölgelerinde Turizmin gelişmesini İsterler mi?**

Kıyıköy yöresindeki katılımcıların tamamına yakını diğer yörelerde de olduğu gibi turizmin gelişmesini istemektedir. Turizmin gelişmesini istemeyenler ise %3 oranındadır.



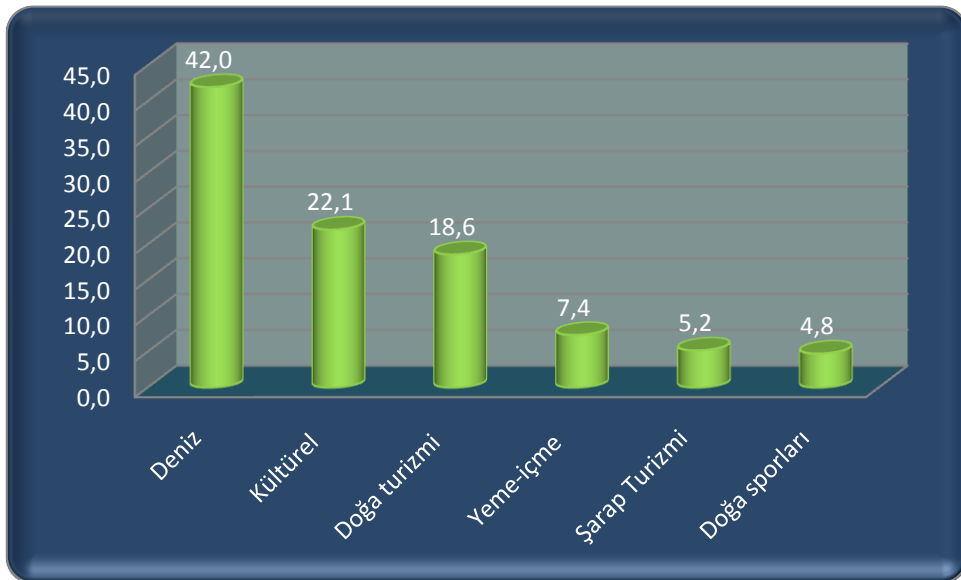
**Şekil 54. Yörelerinde Görmek İstedikleri Turist Tipleri**

Yöre halkının yarısından fazla çoğunluğu yerli turisti benimsemektedir. Hem yerli hem yabancı turisti de görmek isteyenler ise %40 oranındadır. Sadece yabancı turist görmek isteyenlerin oranı da %1'dir.



**Şekil 55. Bölgede Turizmin Gelişmesine Nasıl Katkıda Bulunmak İsterler?**

Evini ya da arazisini turizm amaçlı kullanarak turizmin gelişmesine katkıda bulunmak Kıyıköylüler en fazla orandadır. Bu yörede birebir katkıda bulunmak isteyenlerin varlığı, bölgeye yapılacak yatırımların ne derece önemli ve benimsenecek olduğunun göstermesi açısından sevindiricidir. Buradan hareketle yöre halkının turizm ile birebir ilgilendikleri sonucu ortaya çıkmaktadır. Yine birebir katkı olarak sayılabilecek çiftliğini turistlerin eyve toplaması, süt sağması gibi faaliyetlere açmak isteyenlerin oranı da %13'tür. Diğer yörelerin sonuçlarına göre bu sonuç dikkat ekicidir.



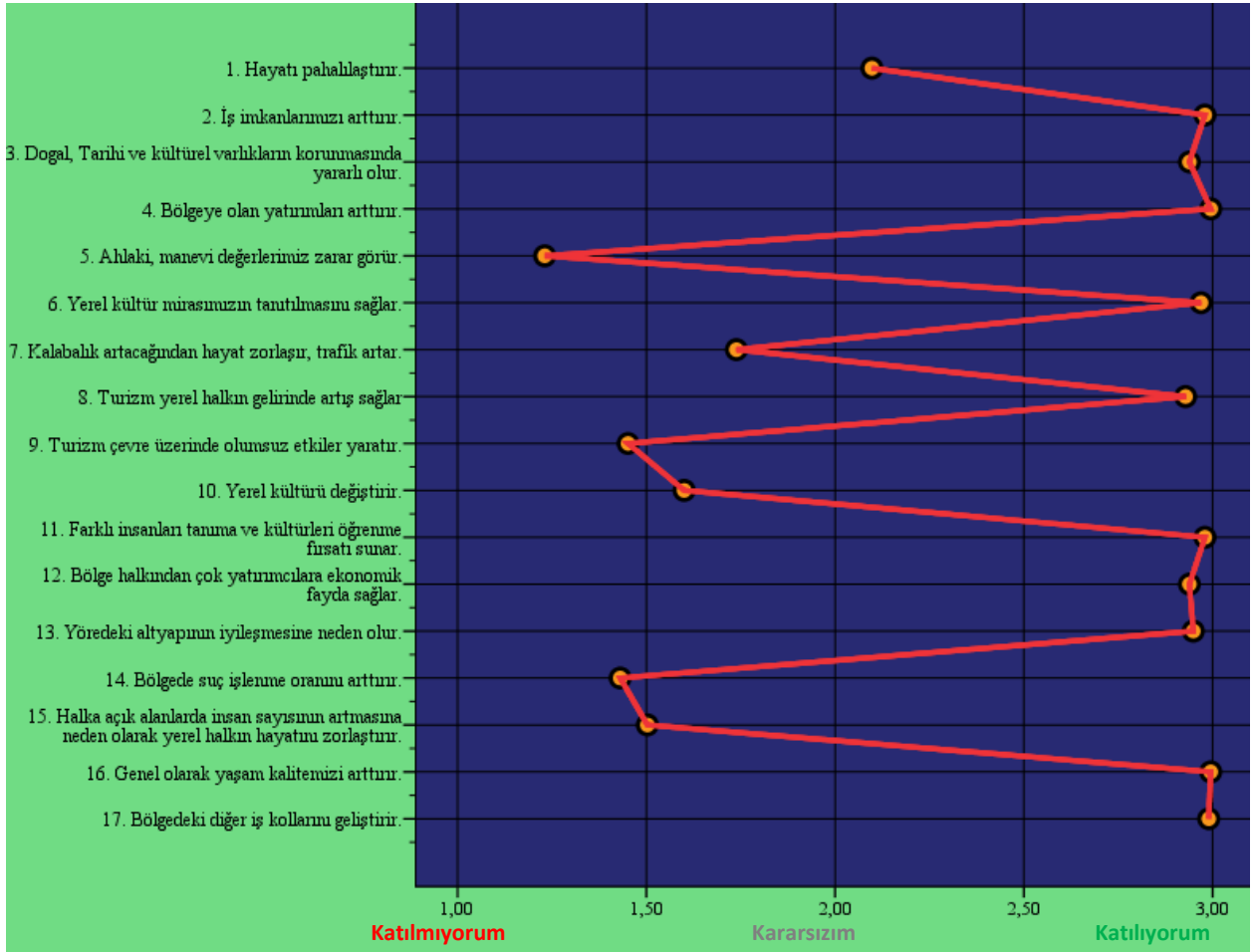
**Şekil 56. Yöre Hangi Tip turizme Uygundur?**

Kıyıköylüler'e göre bölge, en fazla Deniz turizmine uygundur. Eşsiz denizi ve deniz manzarası olan bölgenin bu özelliğinin yöre halkı tarafından da benimsenmesi, halkın

turizmle birebir olduğunun bir başka göstergesidir. Diğer sonuçlara kıyaslandığında deniz turizmi halk tarafından neredeyse iki kat fazla oranda dile getirilmiştir.

Kültürel turizme uygunluk, katılımcıların %22,1'inin görüşüdür. İçerisinde surlar, manastırları barındıran, meşhur bir kalesi olan Kıyıköy bu turizm tipi için de eşsiz bir yerdir.

Diğer Trakya yöreleri gibi Kıyıköy'de de eşsiz bir doğa vardır ve yöre halkının %18,6'sı bu tip turizmin gelişmesine uygun olduğu kanaatindedir.

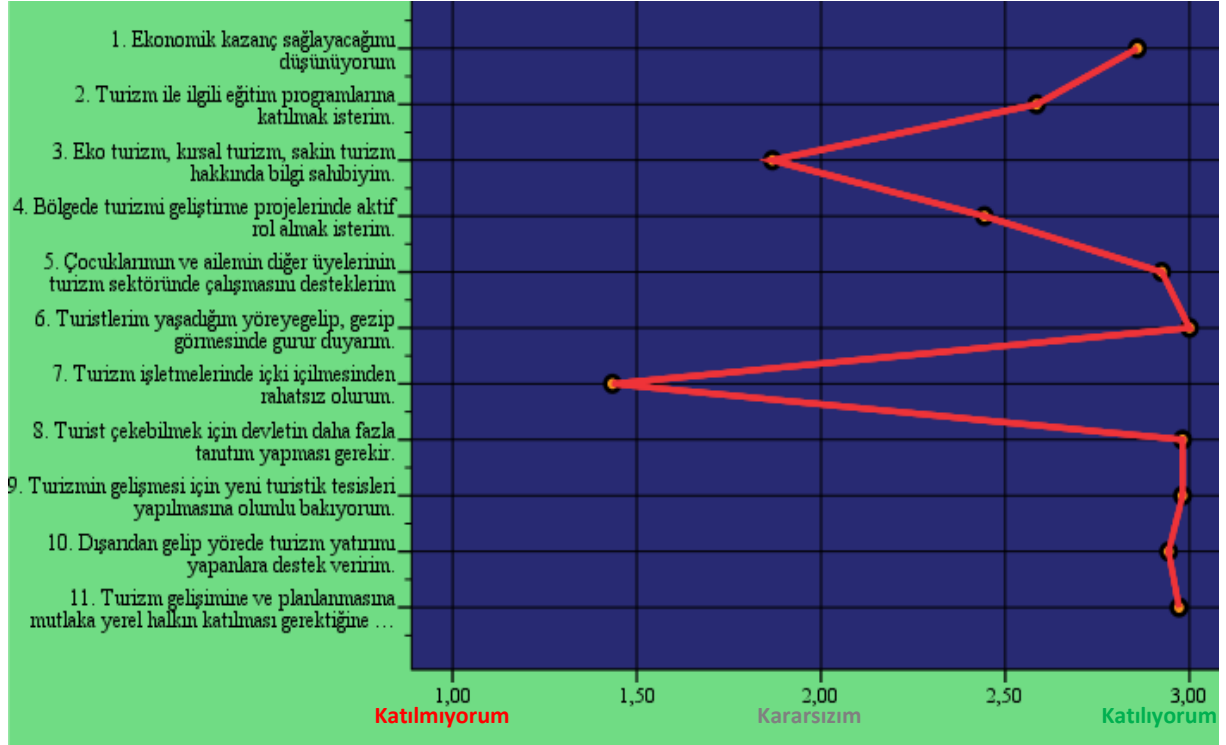


Şekil 57. Yörede Turizmin Gelişmesi ile İlgili İfadelere Katılım Dereceleri

Yörede turizmin gelişmesiyle, sadece “ahlaki ve manevi değerlerin zarar göreceğine” katılmayanlar vardır. Bunun da ters soru mantığıyla sorulmuş olduğu düşünülürse olumlu bir sonuç ortaya çıkmış olacaktır.

“Yerel kültürü değiştirir” ve “hayatı pahalılaştırır” görüşü yöre halkının daha çok “kararsız” kaldıkları ifadeler olmuştur. Bu hususlarda yöre halkının bilgilendirilmesi, turizmi bu denli benimseyen yöre halkı için yararlı olacaktır.

Diğer olumlu ifadelere yöre halkı “katılıyorum” seviyelerinde yanıt vermiştir. Bu sonuçlarla yöre halkının ifadelere tam bilinçli olarak dikkatli bir şekilde cevap verdikleri görülmektedir. Bu sonuç dahi, yöre halkının turizme ciddi olarak baktığının bir göstergesi olarak görülebilir.

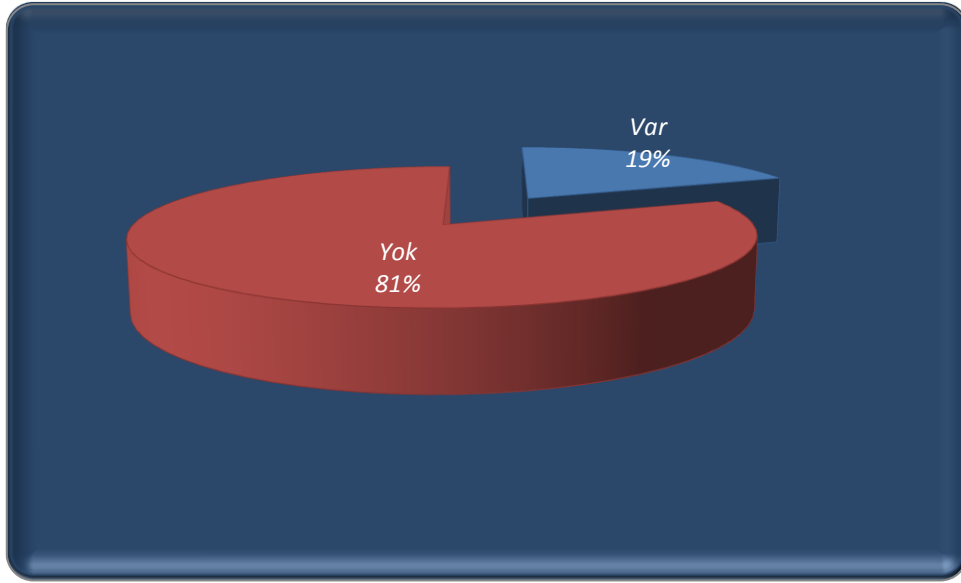


Şekil 58. Yörede Turizmin Gelişmesiyle Oluşabilecek Değişikliklere Katılım Dereceleri

Kıyıköy’de yaşayan katılımcılar “turist çekebilmek için devletin daha fazla tanıtım yapması gerekir”, “turizmin gelişmesi için yeni turizm tesisleri yapılmasına olumlu bakıyorum” ifadeleri ile en önemli bir ifade olan “turistlerin yaşadığım yöreye gelip, gezip görmesinden gurur duyarım” ifadesine tam “katılıyorum” düzeyinde değerlendirmiştir.

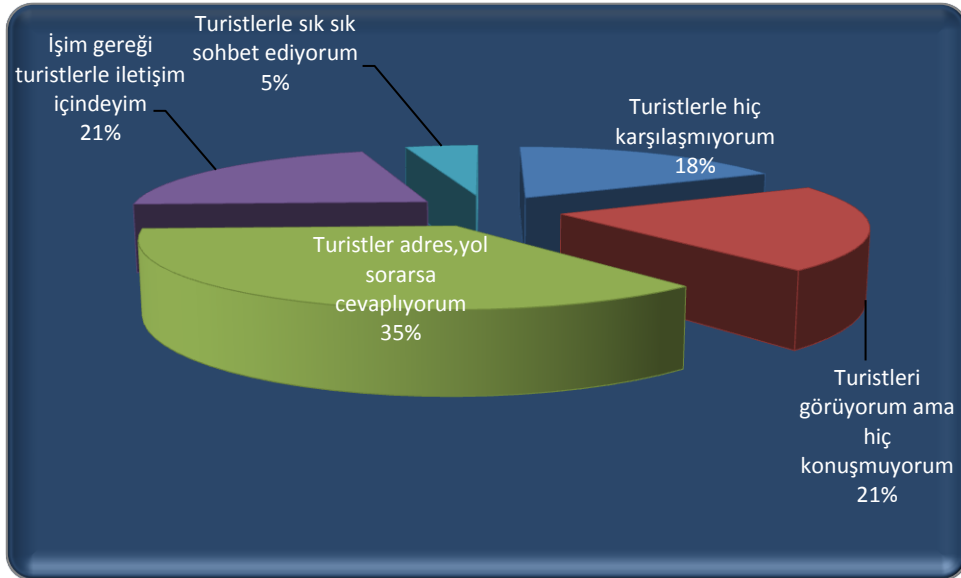
Burada en dikkat çekici olan “eko turizm, kırsal turizm, sakin turizm hakkında bilgi sahibiyim” ifadesine “kararsızım” düzeyinde görüş bildiren katılımcılardır. Bu sonuçla yöre halkı, bu konu hakkında bilgi sahibi olmadıklarını açıkça belirtmiş olmaktadır.

### 3.3.2. Saray



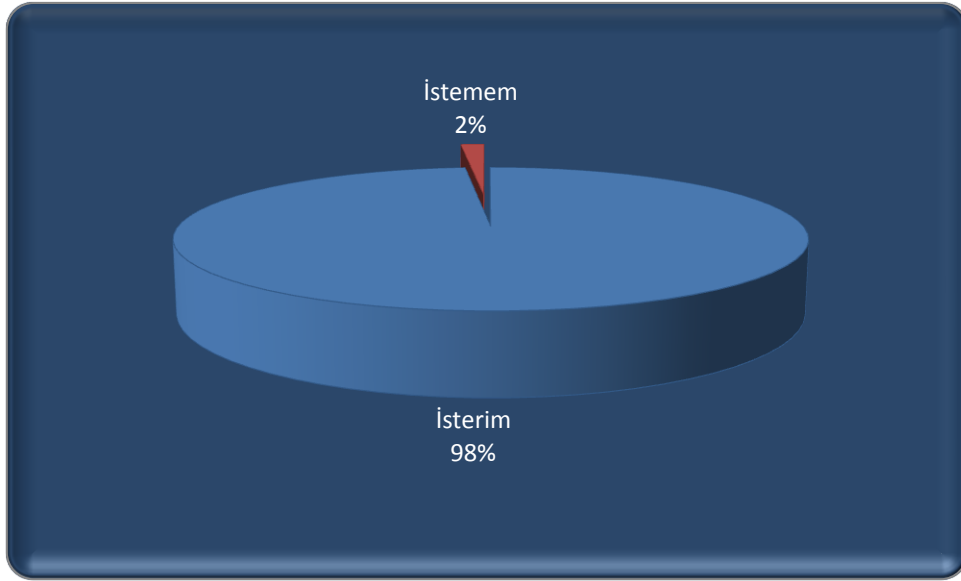
Şekil 59. Ailede Turizm Sektöründe Çalışan Var mı?

Saray bölgesinde katılımcıların %19 çoğunluğunun ailelerinde turizm sektöründe çalışanlar bulunmaktadır. Ailelerinde turizm sektöründe çalışmayanlar ise %81 oranındadır.



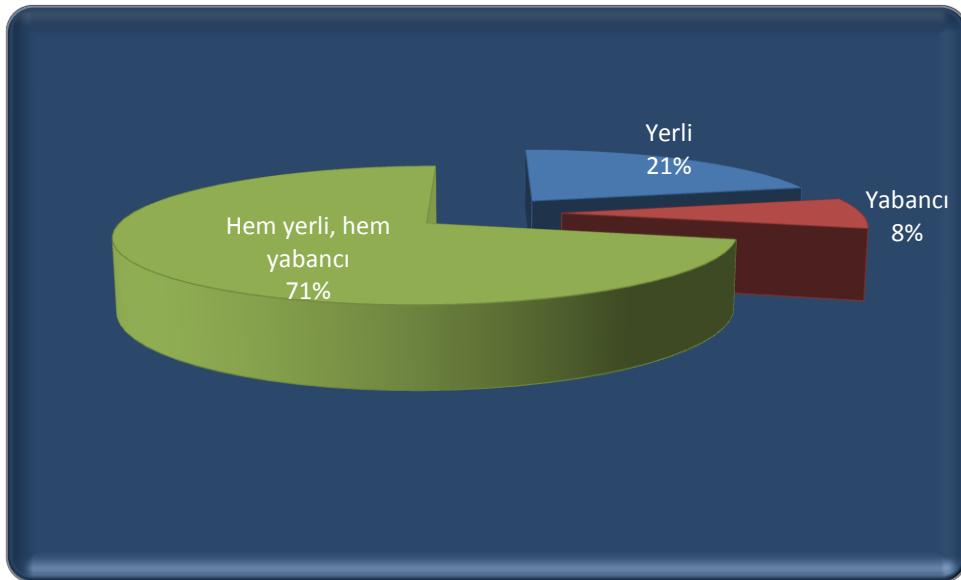
Şekil 60. Turistlerle Karşılaşma Durumları ile Turistlere Karşı Tutumları

Katılımcıların %35 çoğunluğu turistlerle adres, yol sorarsa cevaplayarak az da olsa iletişim içinde olduklarını ifade etmişlerdir. Turistleri görüp onlarla hiç konuşmayanlar ise ikinci olarak en fazla orandadır. Aynı oranda bir diğer çoğunluk da işi gereği turistlerle iletişim içinde olanlardır. Turistlerle hiç karşılaşmadıklarını belirtenler %18 oranında iken turistlerle sık sık sohbet edenlerin oranı %5'dir.



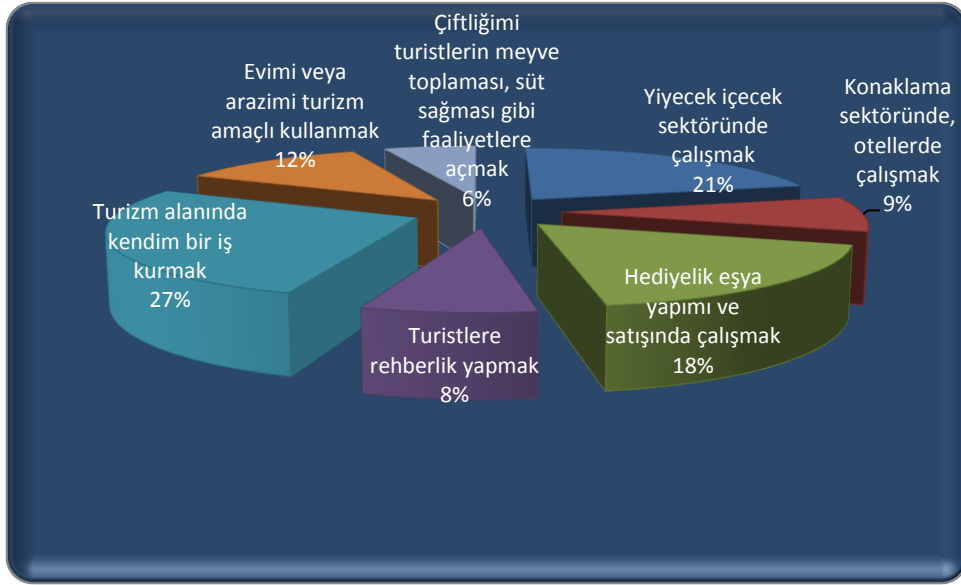
**Şekil 61. Bölgelerinde Turizmin gelişmesini İsterler mi?**

Bölgelerinde turizmin gelişmesine olumlu yanıt verenlerin oranı %98 gibi büyük bir çoğunluktur. Olumsuz görüş bildirenler ise yalnızca %2 oranındadır.



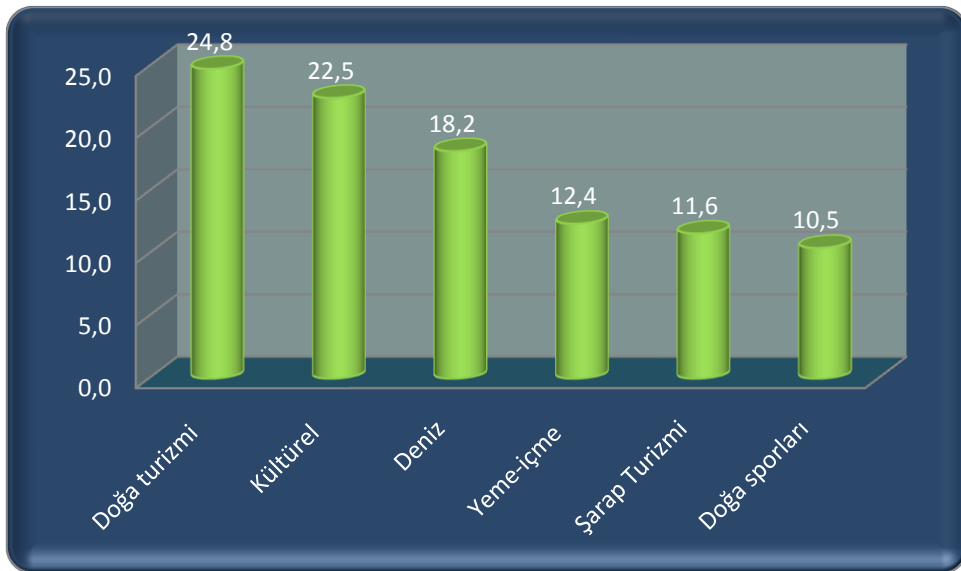
**Şekil 62. Yörelerinde Görmek İstedikleri Turist Tipleri**

Saray bölgesi katılımcılarının %71'i yörelerinde hem yerli hem yabancı turistleri de görmek istemektedirler. Bölge halkı için önemli, olan turistin gelmesidir. Sadece yerli turist görmek isteyenler %21, sadece yabancı turist görmek isteyenler ise %8 oranındadır.



**Şekil 63. Bölgede Turizmin Gelişmesine Nasıl Katkıda Bulunmak İsterler?**

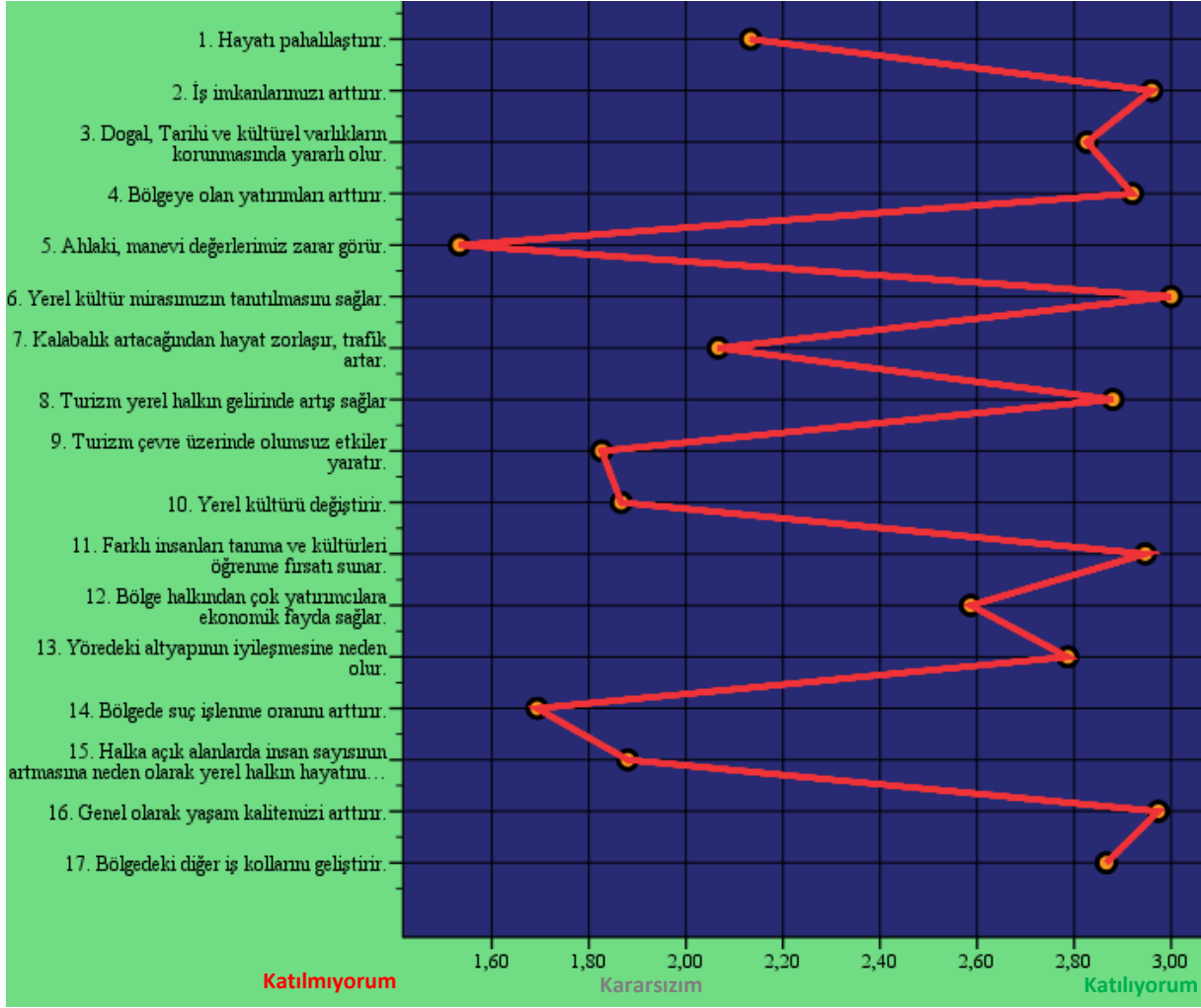
Turizm alanında bir iş kurarak turizme katkıda bulunmak, bölge sakinlerinin %27'sinin görüşüdür. Yiyecek içecek sektöründe çalışmanın kendileri için uygun olacağını düşünenler %21, hediyelik eşya yapımı ve satışında çalışmak isteyenler ise %18 oranındadır. Çiftliklerini turistlerin meyve toplaması, süt sağması gibi faaliyetlere açmak isteyenler ise %6 ile en az orandadır.



**Şekil 64. Yöre Hangi Tip turizme Uygundur?**

Saray bölgesi, ölçekte belirtilen tüm her bir turizm tipinin de %10'un üzerinde olması ile bölge halkına göre her bir turizm tipine uygunluk göstermektedir. İçlerinde en fazla katılımcı tarafından desteklenen turizm tipleri ise doğa turizmi (%24,8), kültürel turizm (%22,5) ve deniz turizmidir (%18,2).

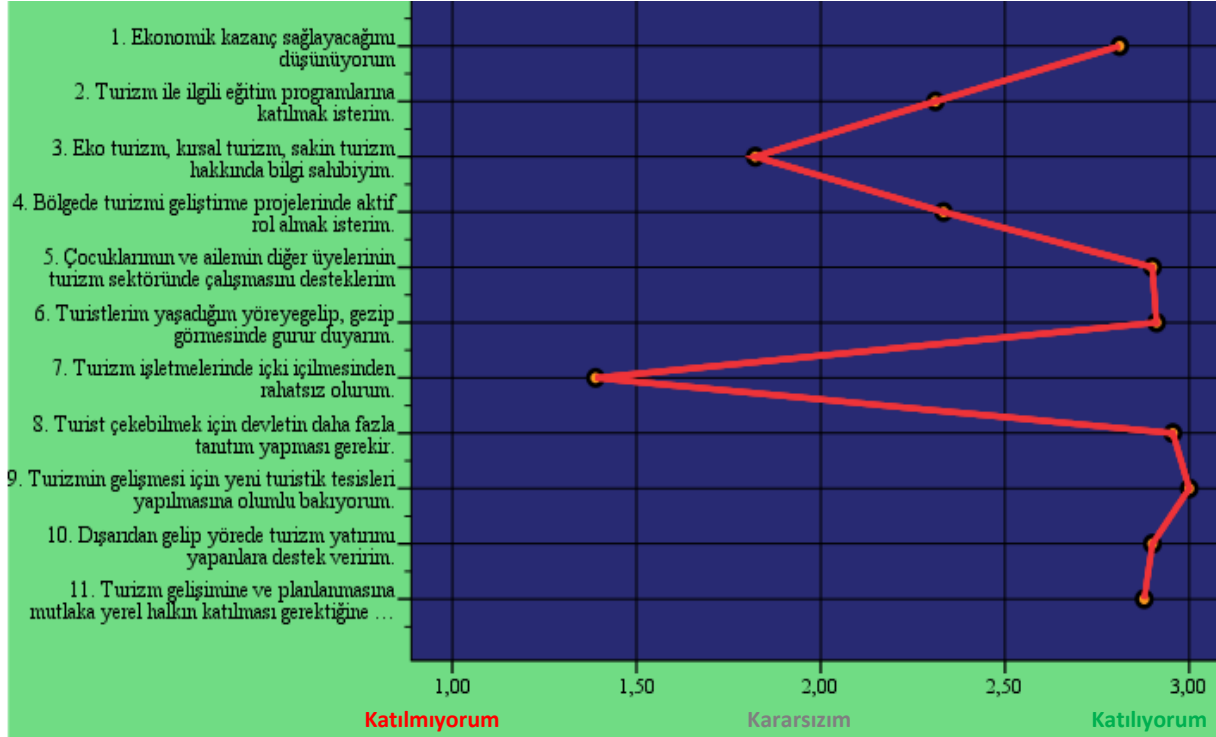




Şekil 65. Yörede Turizmin Gelişmesi ile İlgili İfadelere Katılım Dereceleri

Saray yöresinde turizmin gelişmesi ile ilgili söylenen olumsuz ifadelerle yöre halkı “katılmıyorum” düzeyinde görüş bildirerek, bölgelerinde turizmin gelişmesinin kendileri açısından bir olumsuz yanının olmadığını net bir şekilde ifade etmişlerdir.

Dikkat çekici olarak “bölge halkından daha çok yatırımcılara ekonomik fayda sağlar” ifadesi 2,55 puanı ile “katılıyorum – kararsızım” düzeyi arasında kalmıştır. Bu ifade ile konu hakkında bir soru işaretlerinin olduğunu belirtmiş ve konuya dikkat çekmişlerdir. Diğer olumlu ifadeler çoğunlukla “katılıyorum” düzeyine yakın puanlarda seyretmektedir.

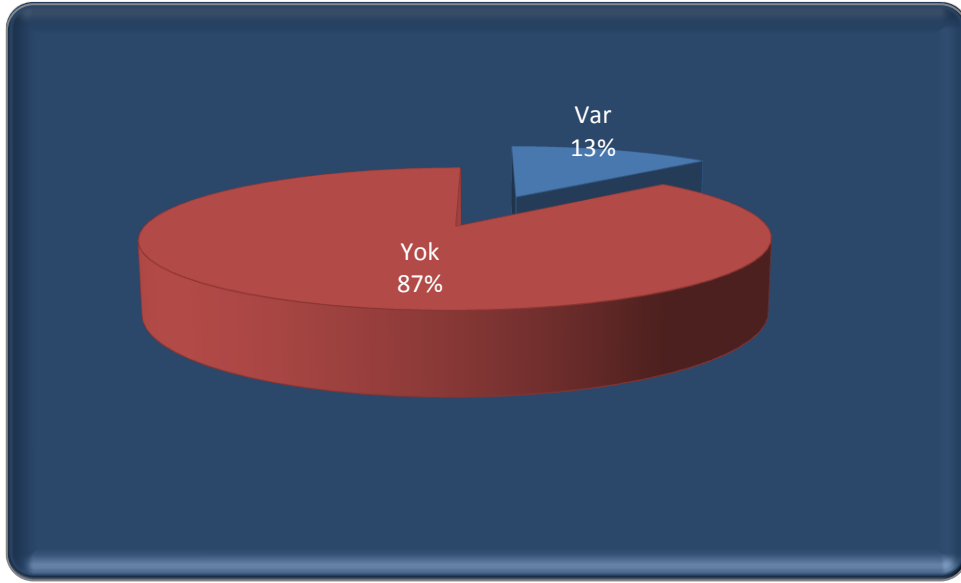


**Şekil 66. Yörede Turizmin Gelişmesiyle Oluşabilecek Değişikliklere Katılım Dereceleri**

“Bölgede turizm geliştirme projelerinde aktif rol almak isterim”, “eko turizm, kırsal turizm, sakin turizm hakkında bilgi sahibiyim” ve “turizm ile ilgili eğitimlere katılmak isterim” ifadelerine yöre halkının “kararsızım” düzeyinde katılmaları dikkat çekicidir. Bu noktada kafa karışıklığının giderilerek yöre halkı ile birlikte çalışma yapmanın önemi ve yararı anlatılırsa fayda turizmin gelişmesine katkı sağlanmış olacaktır.

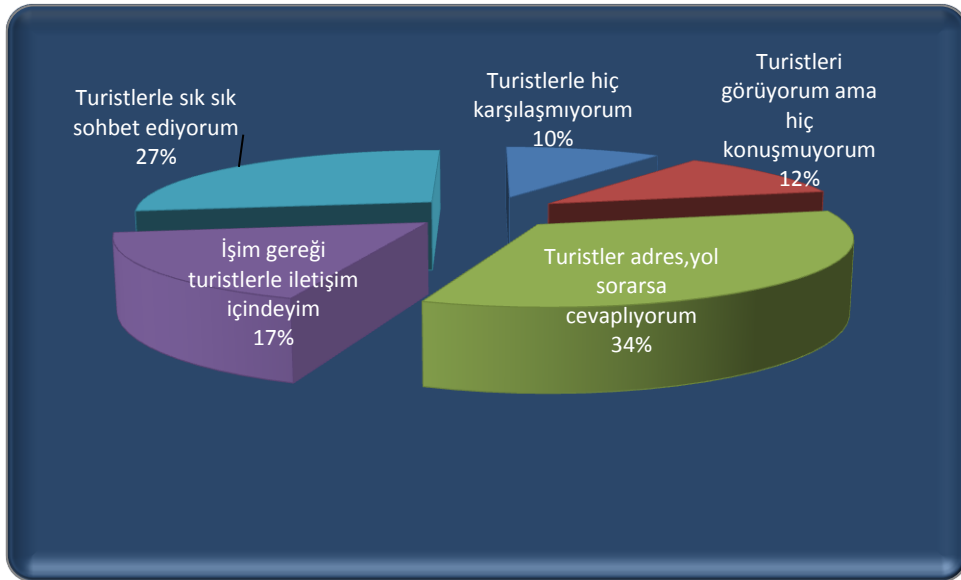
Diğer olumlu ifadeleri yöre halkı büyük çoğunlukta “katılıyorum” düzeyinde görüş bildirerek turizmin gelişmesiyle oluşabilecek değişimlere katılımlarının olumlu olduğunu görüşünü bizlere yansıtmıştır.

### 3.3.2. Şarköy



**Şekil 67. Ailede Turizm Sektöründe Çalışan Var mı?**

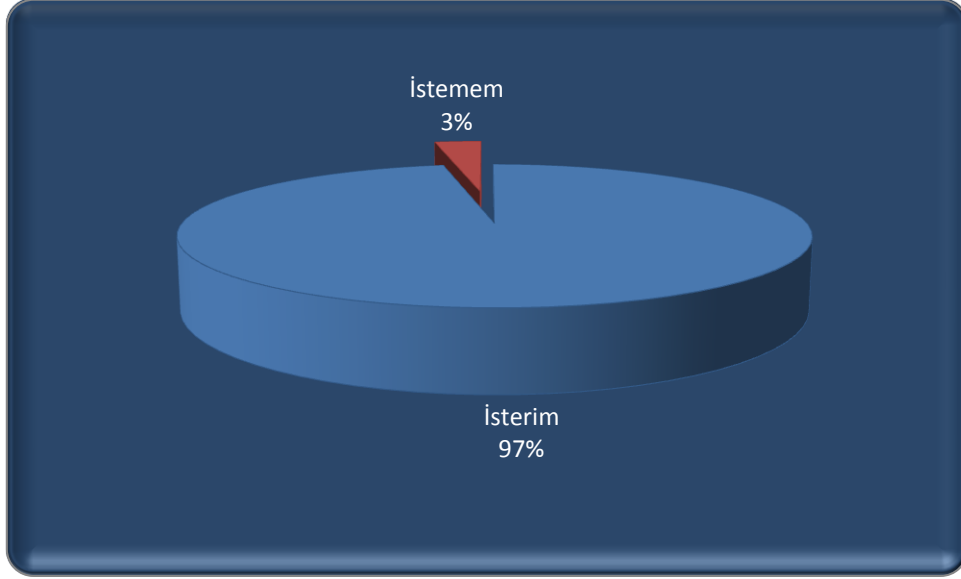
Şarköy’de ailede turizm sektöründe çalışan %13 oranında bir grup söz konusu iken, ailesinde turizm sektöründe çalışmayan %87’lik bir oran söz konusudur. Ancak burada şunu da belirtmek gerekir ki turizm sektöründe direkt olmasa da dolaylı olarak bu sektörde sayılabilecek başka iş kollarında da çalışanlar söz konusudur. Örneğin yerel bakkal ya da manav yerine göre turizm sektöründe sayılabilir.



**Şekil 68. Turistlerle Karşılaşma Durumları ile Turistlere Karşı Tutumları**

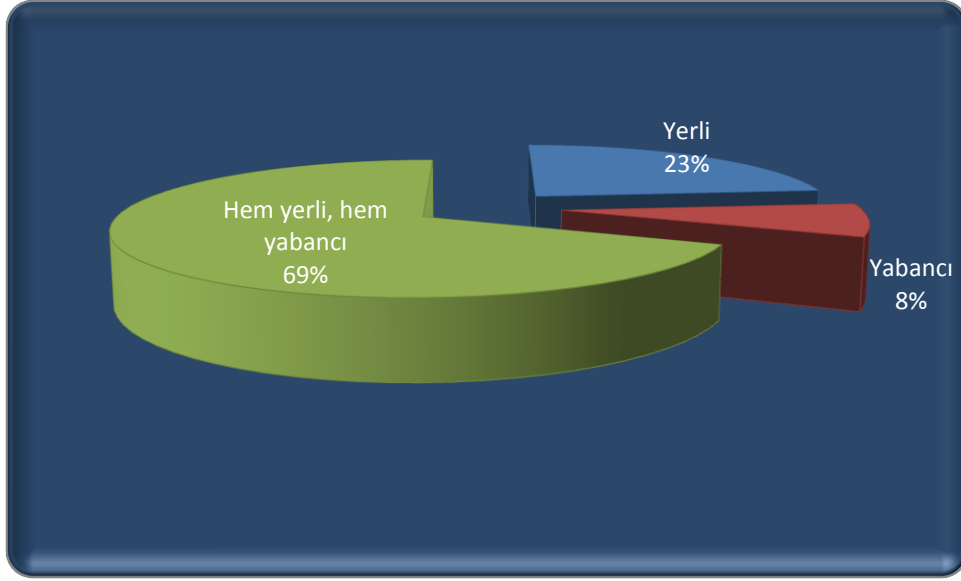
Katılımcıların %34’lik çoğunluğu turistlerle adres, yol sorarsa cevaplayarak az da olsa iletişim kurmaktadır. Turistlerle sık sık sohbet edenler ikinci grup olarak %27 oranı ile karşımıza çıkmaktadır. İşi gereği turistlerle iletişim içerisinde olanlar ise %17 oranı ile temsil

edilmektedir. Turistleri görüp onlarla hiç konuşmayanlar ise %12'lik bir grup oluşturmaktadır. Turistlerle hiç karşılaşmadıklarını belirtenler ise en az oranda %10'luk bir pay ile yerini almıştır. Turistlerle bir şekilde iletişim kurabilenlerin oranı %78 gibi yüksek bir oranda gerçekleştiği görülmektedir. Bu da Şarköy'de turistlerin yerel halk tarafından benimsendiğini ve duyarlı olduğunu göstermesi açısından önemli bir göstergedir.



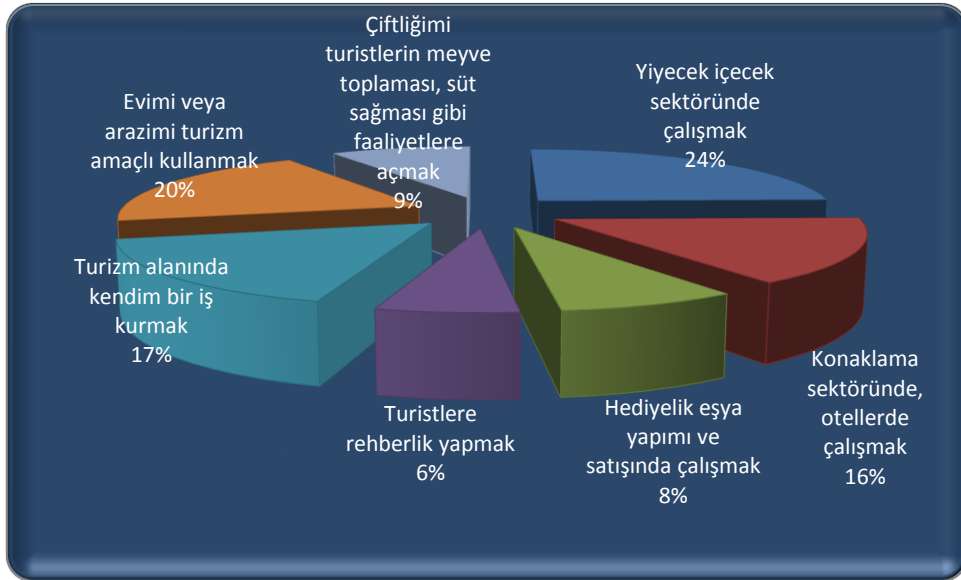
**Şekil 69. Bölgelerinde Turizmin gelişmesini İsterler mi?**

Şarköy sakinlerinden % 3'lük çok küçük bir kesim turizmin yörede gelişmesine karşı çıkarken, % 97 gibi çok büyük bir oranda ise yörede turizmin gelişmesini isteme yönünde görüş bildirmişlerdir. Şarköy'de turizmin gelişmesi adına yapılacak olan olası yatırımların sahiplenilmesi açısından bu sonucu son derece önemli bulmaktayız.



**Şekil 70. Yörelerinde Görmek İstedikleri Turist Tipleri**

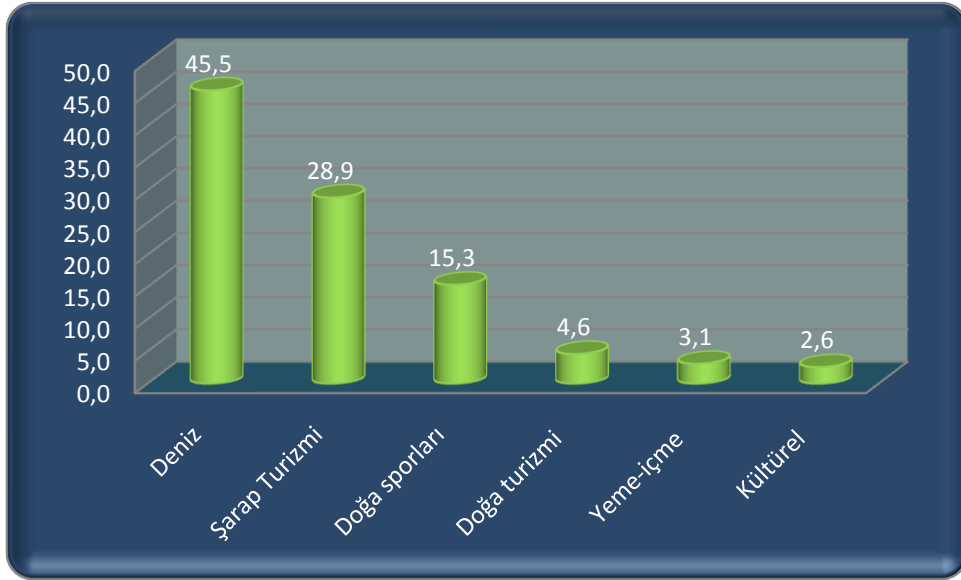
Şarköy halkı turist çeşidi tercihi olarak % 8 yabancı, % 23 yerli , % 69 ise hem erli hem yabancı turist olarak kullanmıştır. Trakya halkında genel eğilimde yerli turist tercihi fazla iken Şarköy’de turist ayrımı çok fazla belirgin değildir. Turizm gelişmesi için yapılacak yatırımlarda hem yerli hem yabancı turistler için yatırım yapılması gereklidir.



**Şekil 71. Bölgede Turizmin Gelişmesine Nasıl Katkıda Bulunmak İsterler?**

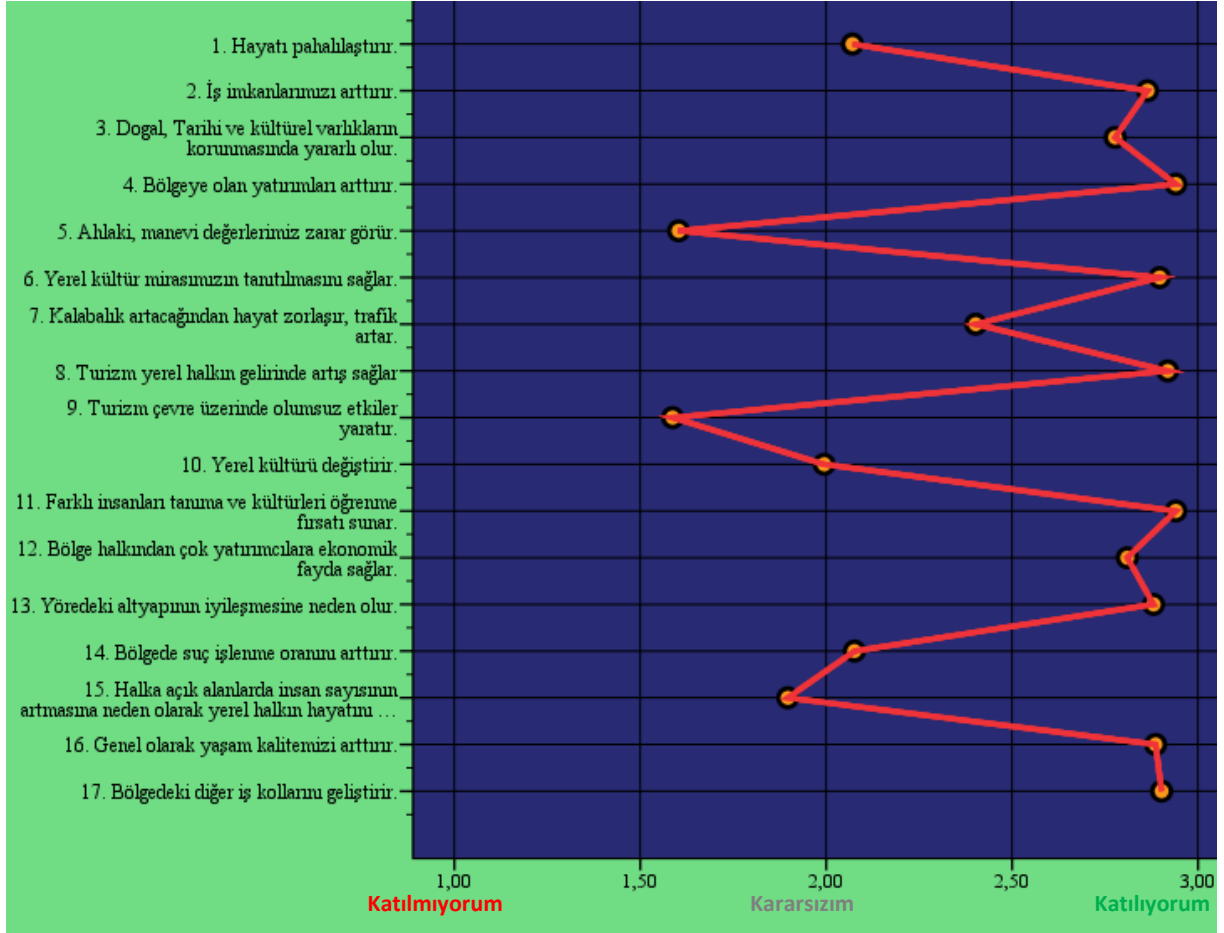
Şarköy’de turizm amaçlı olarak yapılacak faaliyetlere katılım alanı sorulduğunda %24 oranı ile en fazla yiyecek-içecek sektöründe çalışma dikkat çekmektedir. %20 oranında evimi veya arazimi turizm amaçlı kullanma, %17 turizm alanında kendi iş kurma, %16 Konaklama sektöründe otellerde çalışma, %9 çiftliğimi turistlerin meyve toplaması, süt sağması gibi

faaliyetlere açma, %8 oranında hediyelik eşya yapımı ve satışında çalışma ve %6 oranında turistlere rehberlik yapma tercihleri katılımcılarımız tarafından ifade edilmektedir.



**Şekil 72. Yöre Hangi Tip turizme Uygundur?**

Şarköy'den anketimize katılanlar en yüksek oranda olmak üzere %45,5 ile Deniz turizmi tercih edilmektedir. Şarap turizmi ise deniz turizminden sonra %28,9 oranı ile ikinci sırada tercih edilmiştir. Doğa sporları %15,3 ile doğa turizmi %4,6 ile, yeme-içme %3,1 ile tercih edilirken Kültürel turizm sadece %2,6 oranında tercih edilmiştir.



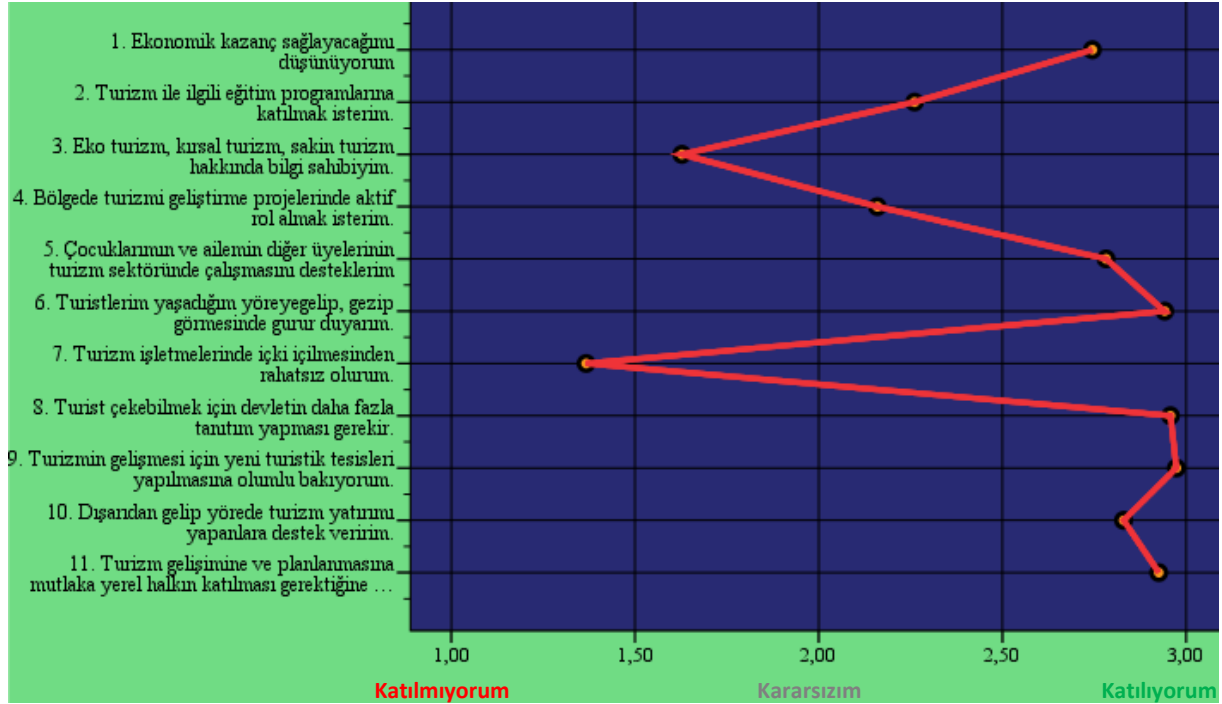
**Şekil 73. Yörede Turizmin Gelişmesi ile İlgili İfadelere Katılım Dereceleri**

Yörede turizmin gelişmesi ile ilgili yöre halkına yansımaları mümkün gelişmelere Şarköy halkının katılım derecesi incelendiğinde; en yüksek katılım puanına sahip maddelerin “Bölgede diğer iş kollarını geliştirir”, “Genel olarak yaşam kalitemizi artırır”, “yörede altyapının iyileşmesine yardımcı olur”, “ farklı insanları tanıma ve kültürleri öğrenme imkânı olur”, “turizm yerel halkın gelirinde artış sağlar”, “ yerel kültür mirasımızın tanıtımını sağlar”, “ bölgeye olan yatırımları artırır”, “İş imkanlarımızı artırır ” maddeleri olduğu görülmektedir.

“Bölge halkından çok yatırımcılara ekonomik fayda sağlar”, “kalabalık olacağından hayat zorlaşır trafik artar” “doğal tarihi ve kültürel varlıkların korunmasını sağlar” maddelerinde ise katılım ikinci yüksek düzeyde gerçekleşmiştir.

“Hayatı pahalılaştırır” , “yerel kültürü değiştirir”, “bölgede suç işleme oranını artırır”, “halka açık alanlarda insan sayısının artmasına neden olarak yerel halkın hayatını zorlaştırır” maddelerinde ise katılım düzeyi kararsız seviyesine çok yakındır.

En düşük katılım seviyesine sahip iki madde ise; “turizm çevre üzerinde olumsuz etki yaratır”, “ahlaki ve manevi değerlerimiz zarar görür” maddeleridir.



Şekil 74. Yörede Turizmin Gelişmesiyle Oluşabilecek Değişikliklere Katılım Dereceleri

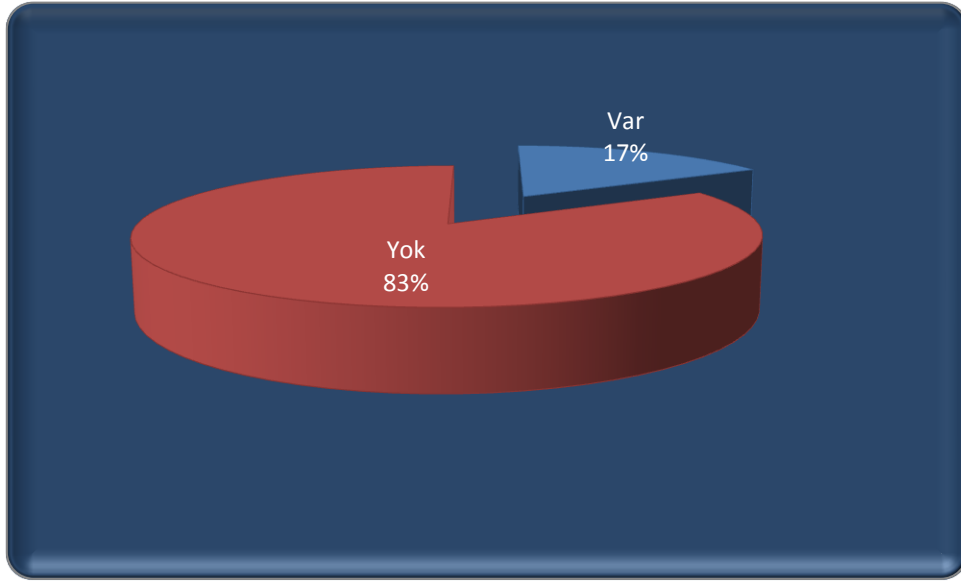
Şarköy'deki katılımcılarımız yörede turizmin gelişmesi ile oluşabilecek değişikliklere katılım derecelerinde en yüksek ortalamaları “ekonomik kazanç sağlayacağımı düşünüyorum”, “çocuklarımla ve diğer aile üyelerimin turizm sektöründe çalışmasını desteklerim”, “turistlerin yaşadığım yöreye gelip gezip görmesinden gurur duyarım”, “turist çekebilmek için devletin daha fazla yatırım yapması gerekir”, “turizmin gelişmesi için yeni turist tesisleri yapılmasına olumlu bakıyorum”, “dışarıdan gelip yörede turizm yatırımı yapanlara destek veririm”, “turizmin gelişimine ve planlanmasına mutlaka yerel halkın katılımı gerektiğine inanıyorum” maddelerinde vermiştir.

“Turizm ile ilgili eğitim programlarına katılmak isterim” ve “bölgede turizmi geliştirme projelerine aktif olarak katılmak isterim” katılım düzeyi ikinci yüksek düzeyde gerçekleşmiştir.

“Eko turizm, kırsal turizm, sakin turizm hakkında bilgi sahibiyim” ve “turizm tesislerinde içki içilmesinden rahatsız olurum” maddelerinde katılım düzeyi en düşük derecede gerçekleşmiştir.

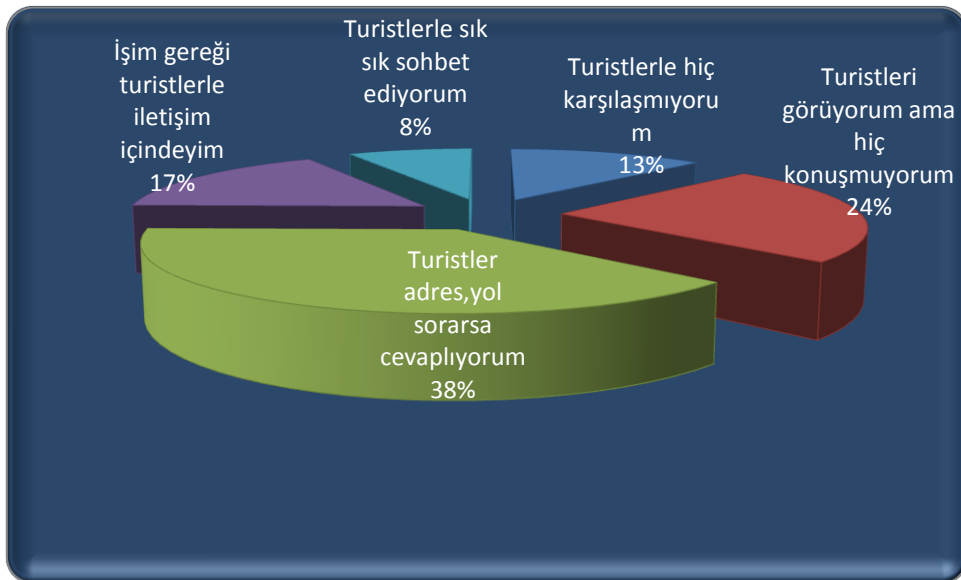


### 3.3.3. Saroz



**Şekil 75. Ailede Turizm Sektöründe Çalışan Var mı?**

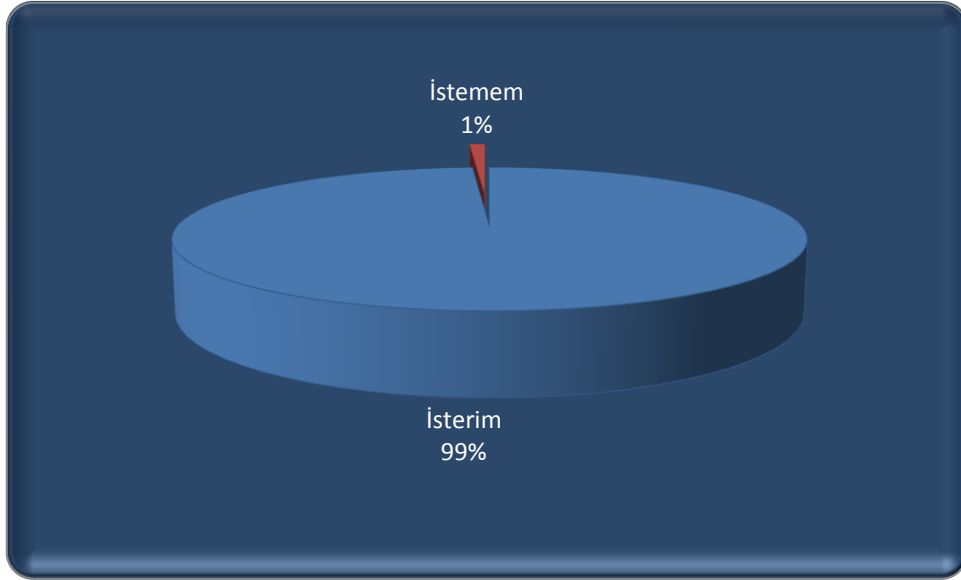
Saroz'da ailede turizm sektöründe çalışan % 17 oranında iken, ailesinde turizm sektöründe çalışmayan % 83'lük bir oran söz konusudur. Şarköy'de ailede turizm sektöründe çalışan % 13 iken Saroz'da bu oran % 17'ye yükselmiştir



**Şekil 76. Turistlerle Karşılaşma Durumları ile Turistlere Karşı Tutumları**

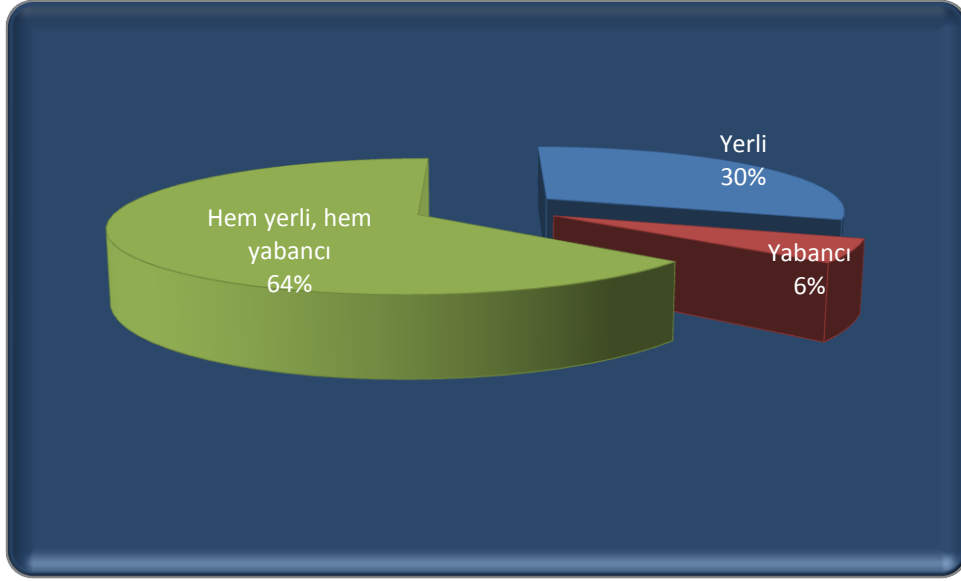
Saroz'da katılımcılar %38'lik oranda turistlerle adres, yol sorarsa cevaplayarak az da olsa iletişim kurmaktadır. Turistleri görüp onlarla hiç konuşmayanlar ise % 24'lük bir grup oluşturmaktadır. İş gereği turistlerle iletişim içerisinde olanlar ise % 17 oranı ile temsil

edilmektedir. Turistlerle hiç karşılaşmadıklarını belirtenler ise %13'lük bir pay ile yerini almıştır. Turistlerle sık sık sohbet edenler ikinci grup olarak %8 oranı ile karşımıza çıkmaktadır. Turistlerle bir şekilde iletişim kurabilenlerin oranı % 63 gibi yüksek bir oranda gerçekleştiği görülmektedir. Saroz'da turistlerle ilgili iletişim Şarköy'e göre az daha geri seviyede kalmıştır.



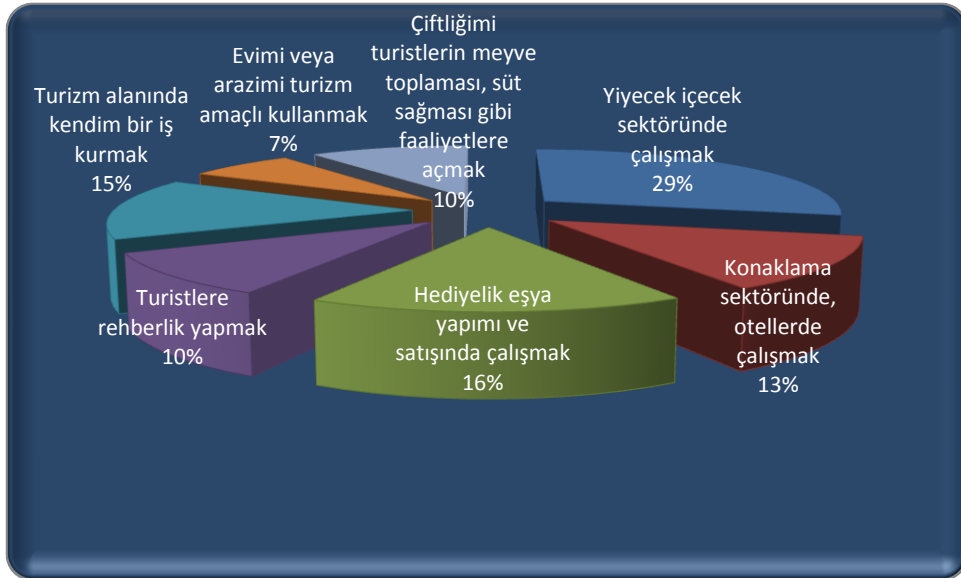
**Şekil 77. Bölgelerinde Turizmin gelişmesini İsterler mi?**

Saroz sakinlerinden %1'lik çok ufak bir kesim turizmin yörede gelişmesine karşı çıkarken, % 99 gibi çok büyük bir oranda ise yörede turizmin gelişmesini isteme yönünde görüş bildirmişlerdir. Saroz'da halkın turizmin gelişmesine olan bakış açısı buraya yapılacak yatırımların başarılı olacağını şimdiden göstermektedir.



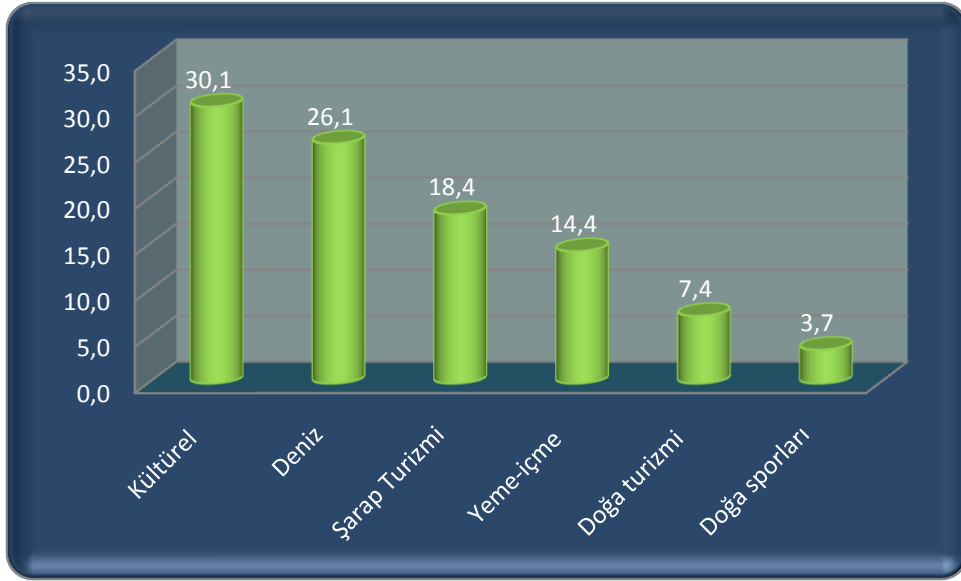
**Şekil 78. Yörelerinde Görmek İstedikleri Turist Tipleri**

Saroz'da katılımcılar turist çeşidi tercihi olarak %6 yabancı, %30 yerli , %64 ise hem erli hem yabancı turist olarak kullanmıştır. Saroz'da da Trakya geneli gibi yerli turist tercih daha fazla yüksek oranda gerçekleşmiştir.



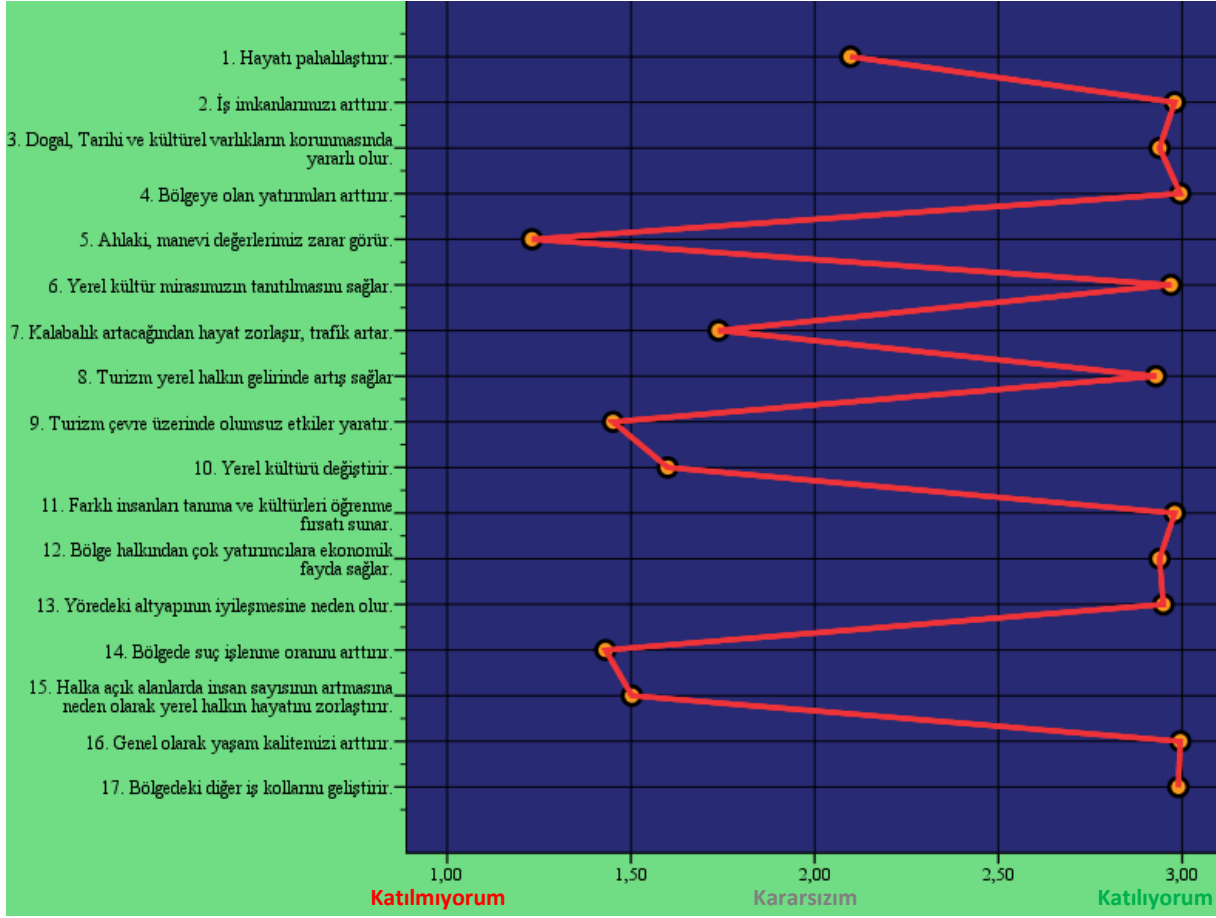
**Şekil 79. Bölgede Turizmin Gelişmesine Nasıl Katkıda Bulunmak İsterler?**

Saroz'da turizm amaçlı olarak yapılacak faaliyetlere katılım alanı sorulduğunda %29 oranı ile en fazla yiyecek-içecek sektöründe çalışma dikkat çekmektedir. %16 oranında hediyelik eşya yapımı ve satışında çalışma, %15 turizm alanında kendi iş kurma, %13 Konaklama sektöründe otellerde çalışma, %6 oranında turistlere rehberlik yapma, %9 çiftliği mi turistlerin meyve toplaması, süt sağması gibi faaliyetlere açma ve %7 oranında evimi veya arazimi turizm amaçlı kullanma tercihleri şeklinde sıralanmaktadır.



**Şekil 80. Yöre Hangi Tip turizme Uygundur?**

Saroz'dan katılımcılarımız en yüksek oranda olmak üzere %30,1 ile kültürel turizm tercih edilmektedir. %26,1 oranı ile deniz turizmi, Şarap turizmi ise deniz turizminden sonra %18,4 oranı ile üçüncü sırada tercih edilmiştir. Yeme-içme %14,4, doğa turizmi %7,4, Doğa sporları, %3,7 oranında tercih edilmiştir.



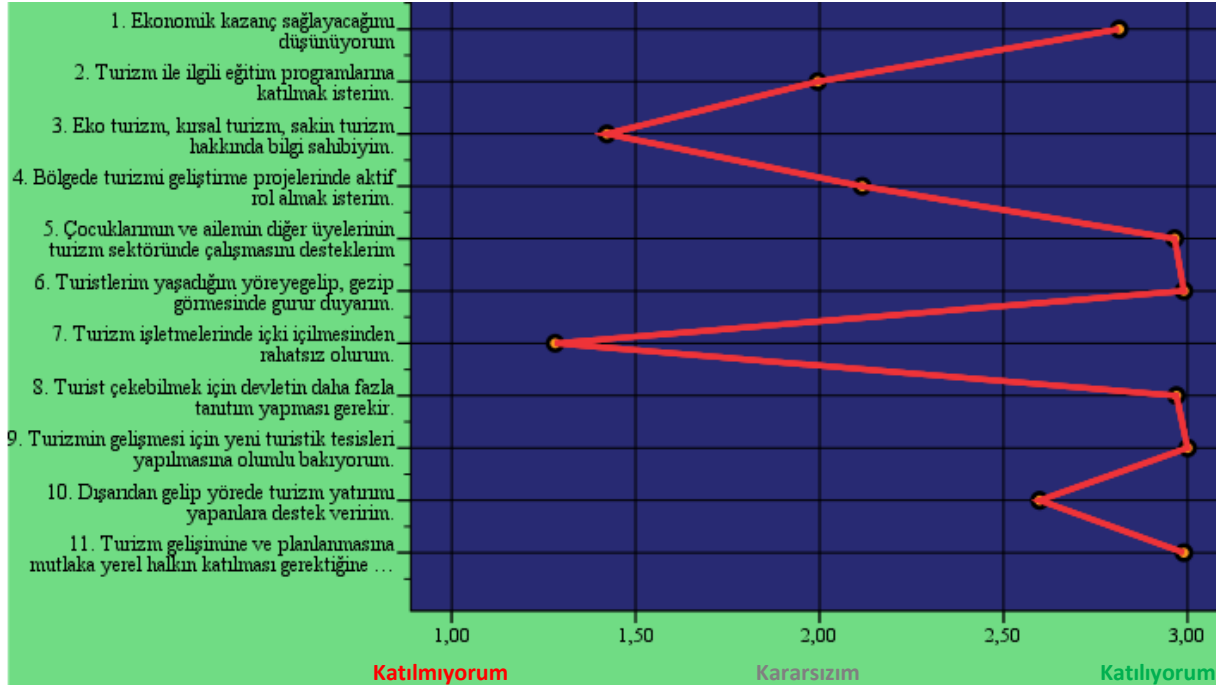
**Şekil 81. Yörede Turizmin Gelişmesi ile İlgili İfadelere Katılım Dereceleri**

Saroz'da turizmin gelişmesi ile ilgili yöre halkına yansımaları mümkün gelişmelere Saroz halkının katılım derecesi incelendiğinde; en yüksek katılım puanına sahip maddelerin “Bölgede diğer iş kollarını geliştirir”, “Genel olarak yaşam kalitemizi artırır”, “bölge halkından çok yatırımcılara ekonomik fayda sağlar”, “yörede altyapının iyileşmesine yardımcı olur”, “ farklı insanları tanıma ve kültürleri öğrenme imkânı olur”, “turizm yerel halkın gelirinde artış sağlar”, “ yerel kültür mirasımızın tanıtımını sağlar”, “ bölgeye olan yatırımları artırır”, “İş imkanlarımızı artırır ” maddeleri olduğu görülmektedir.

“Kalabalık olacağından hayat zorlaşır trafik artar”, “hayatı pahalılaştırır” maddelerinde ise katılım ikinci yüksek düzeyde gerçekleşmiştir.

“Yerel kültürü değiştirir”, “bölgede suç işleme oranını artırır”, “halka açık alanlarda insan sayısının artmasına neden olarak yerel halkın hayatını zorlaştırır” , ”kalabalık artacağından hayat zorlaşır, trafik artar” maddelerinde ise katılım düzeyi “kararsızdan” katılmıyorum seviyesine doğru yaklaşmıştır.

En düşük katılım seviyesine sahip tek madde ise; “ahlaki ve manevi değerlerimiz zarar görür” maddesidir.



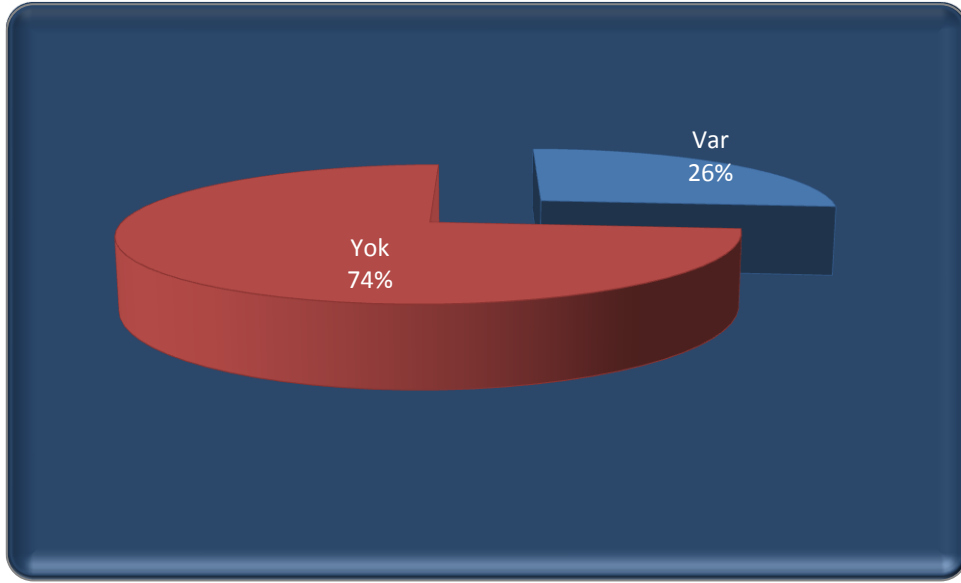
Şekil 82. Yörede Turizmin Gelişmesiyle Oluşabilecek Değişikliklere Katılım Dereceleri

Saroz'da katılımcılarımız yörede turizmin gelişmesi ile oluşabilecek değişikliklere katılım derecelerinde en yüksek ortalamaları “ekonomik kazanç sağlayacağımı düşünüyorum”, “çocuklarımla ve diğer aile üyelerimin turizm sektöründe çalışmasını desteklerim”, “turistlerin yaşadığım yöreye gelip gezip görmesinden gurur duyarım”, “turist çekebilmek için devletin daha fazla yatırım yapması gerekir”, “turizmin gelişmesi için yeni turistik tesisleri yapılmasına olumlu bakıyorum”, “turizmin gelişimine ve planlanmasına mutlaka yerel halkın katılımı gerektiğine inanıyorum” maddelerinde vermiştir.

“Dışarıdan gelip yörede turizm yatırımı yapanlara destek veririm”, “Turizm ile ilgili eğitim programlarına katılmak isterim” ve “bölgede turizmi geliştirme projelerine aktif olarak katılmak isterim” maddelerinde katılım düzeyi ikinci yüksek düzeyde gerçekleşmiştir.

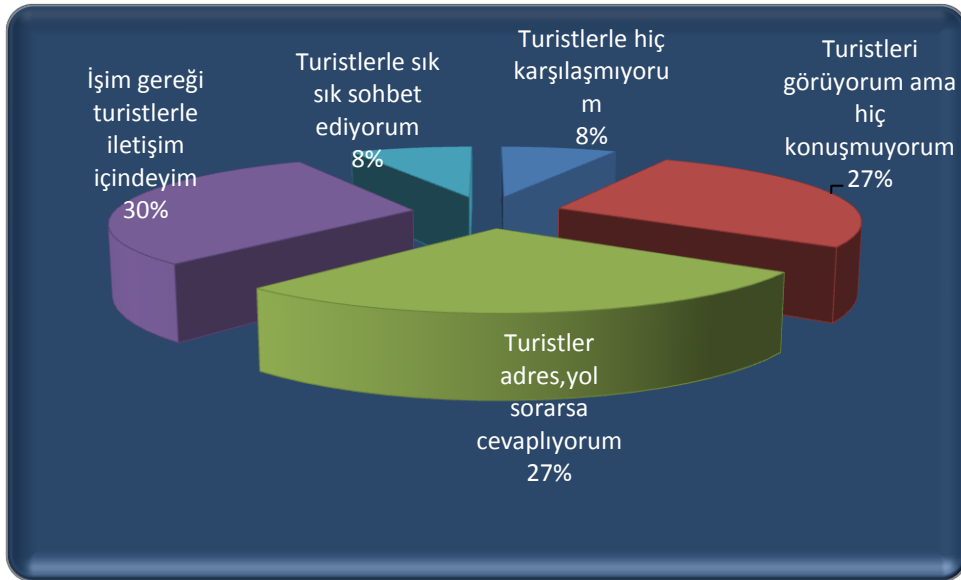
“Eko turizm, kırsal turizm, sakin turizm hakkında bilgi sahibiyim” ve “turizm tesislerinde içki içilmesinden rahatsız olurum” maddelerinde katılım düzeyi en düşük derecede gerçekleşmiştir.

### 3.3.4. Edirne



**Şekil 83. Ailede Turizm Sektöründe Çalışan Var mı?**

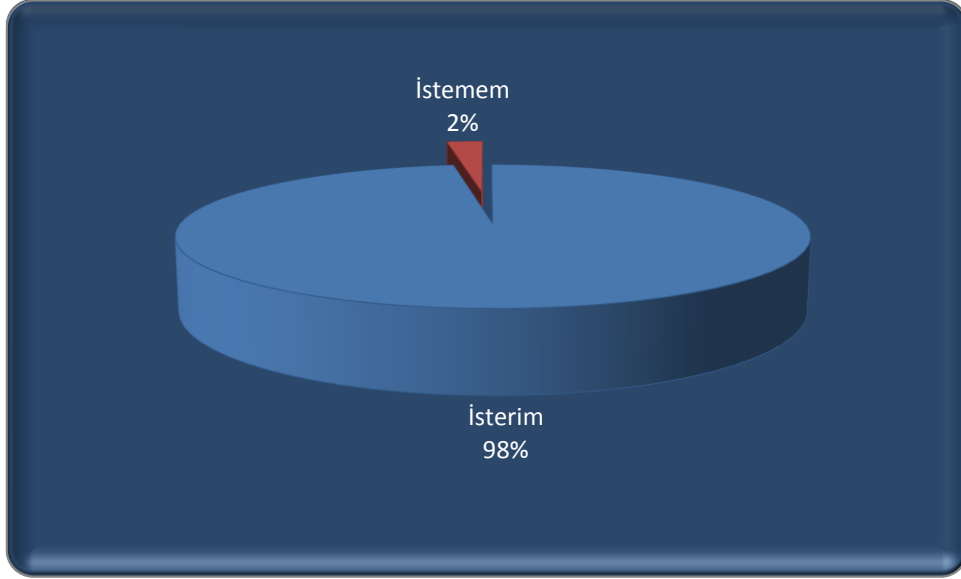
Edirne'de ailede turizm sektöründe çalışan % 26 oranında iken, ailesinde turizm sektöründe çalışmayan % 74'lük bir oran söz konusudur. Genel Trakya ortalamasının üzerinde bir ailede turizm sektöründe çalışan oranı Edirne'de söz konusudur. Şehirlerde ailede turizm sektöründe çalışanların oranı ilçelere ve küçük merkezlere göre daha yüksek seviyededir.



**Şekil 84. Turistlerle Karşılaşma Durumları ile Turistlere Karşı Tutumları**

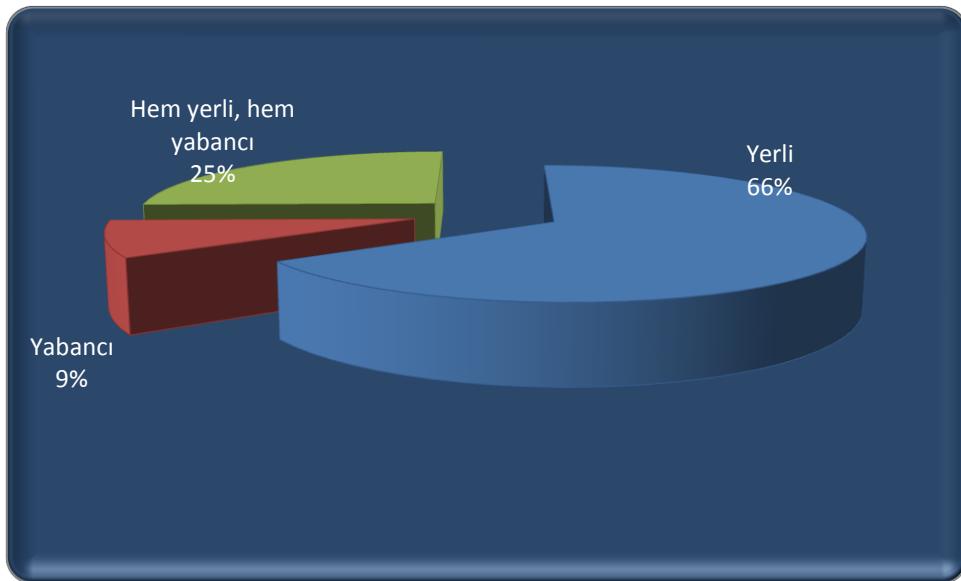
Edirne'de katılımcıların %30'luk kısmı işi gereği turistlerle iletişim içerisinde olduğunu ifade etmiştir. %27'lik oranda katılımcı ise turistlerle adres, yol sorarsa cevaplayarak az da olsa iletişim kurmaktadır. Turistleri görüp onlarla hiç konuşmayanlar ise

%27'lik bir grup oluşturmaktadır. Turistlerle hiç karşılaşmadıklarını belirtenler ise %8'lik bir pay ile yerini almıştır. Turistlerle sık sık sohbet edenler ise grup olarak %8 oran ile karşımıza çıkmaktadır. Turistlerle bir şekilde iletişim kurabilenlerin oranı %65 gibi yüksek bir oranda gerçekleştiği görülmektedir.



Şekil 85. Bölgelerinde Turizmin gelişmesini İsterler mi?

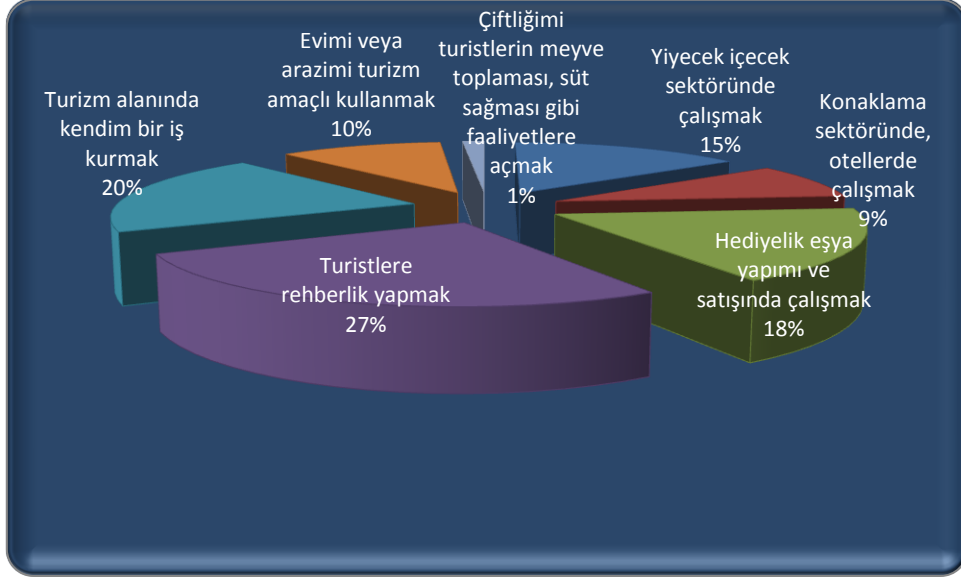
Edirne katılımcılarımızdan %2'lük ufak bir kesim turizmin yörede gelişmesine karşı çıkarken, %98 gibi çok büyük bir oranda ise yörede turizmin gelişmesini istemekte olduğunu ifade etmişlerdir. Edirne'de halkın turizmin gelişmesine olan bakış açısı buraya yapılacak yatırımların halk tarafından sahiplenileceğinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir.



Şekil 86. Yörelere Görmek İstedikleri Turist Tipleri

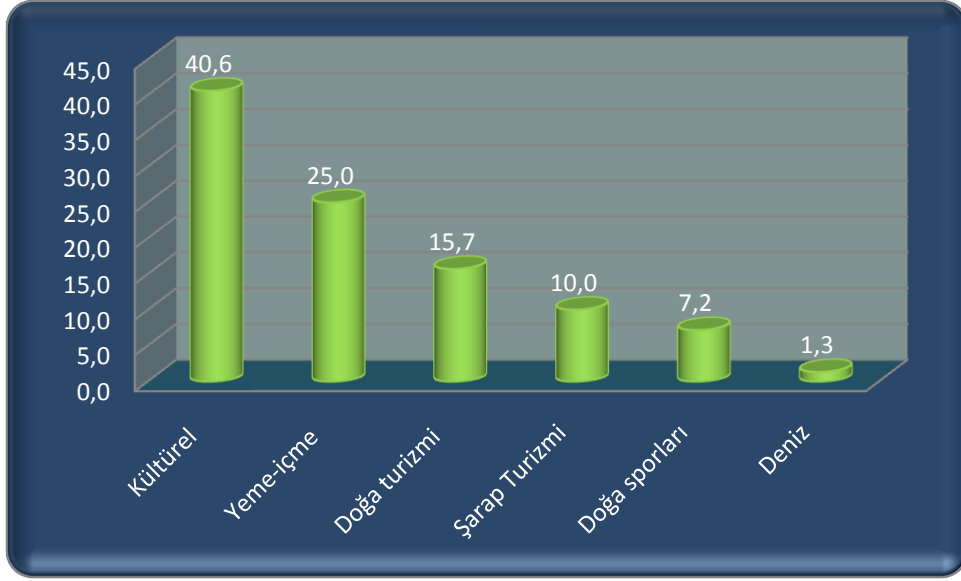


Edirne’de katılımcılar turist çeşidi tercihini %66 yerli, %25 hem yerli hem yabancı, %9 ise sadece yabancı turist şeklinde kullanmıştır. %66 oranında yerli turist istenmesinin altındaki nedenlerin mutlaka irdelenmesi gerekmektedir. Ekonomik getiri olarak bakıldığında yerli ya da yabancı tercihi çok fazla ayırışmaması gerekirken özellikle yerli turiste büyük bir çoğunluğun rağbet etmesi mutlaka önemli parametrelerin sonucudur.



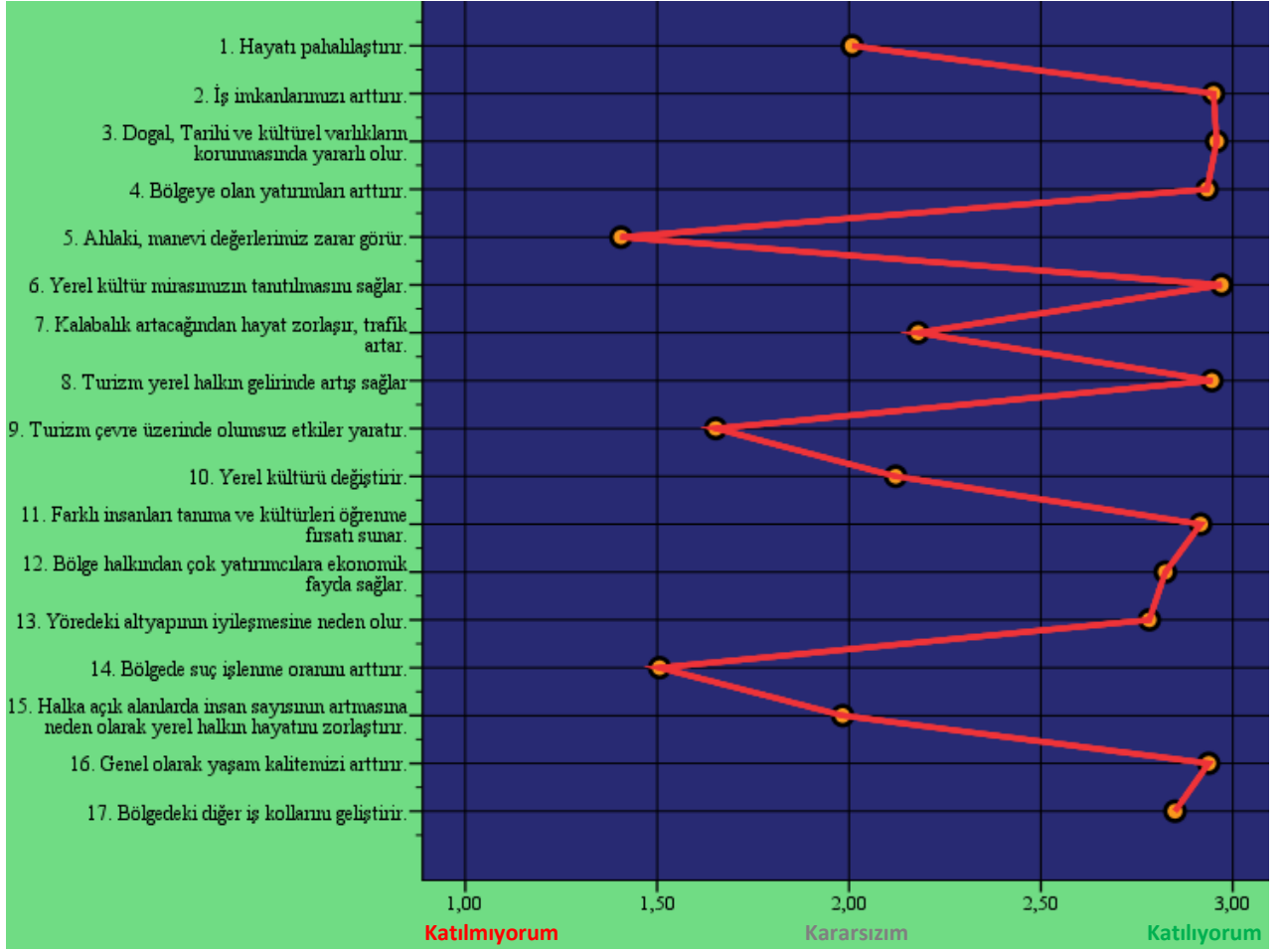
**Şekil 87. Bölgede Turizmin Gelişmesine Nasıl Katkıda Bulunmak İsterler?**

Edirne’de turizm amaçlı olarak yapılacak faaliyetlere katılım alanı sorulduğunda %27 oranında turistlere rehberlik yapma, %20 oranında turizm alanında kendi iş kurma, %18 oranında hediyelik eşya yapımı, %9 oranı ile yiyecek-içecek sektöründe çalışma, %10 oranında evimi veya arazimi turizm amaçlı kullanma, %9 konaklama sektöründe otellerde çalışma, %1 çiftliğimi turistlerin meyve toplaması, süt sağması gibi faaliyetlere açma tercihleri şeklinde sıralanmaktadır.



**Şekil 88. Yöre Hangi Tip turizme Uygundur?**

Edirne’de katılımcılarımız en yüksek oranda olmak üzere % 40,6 ile kültürel turizm tercih edilmektedir. Yeme-içme %14,4 oranı ile, doğa turizmi %15,7 oranı ile, Şarap turizmi doğa turizminden sonra %10 oranı ile, doğa sporları, %7,2 ile ve deniz turizmi en son sırada %1,3 oranı ile tercih edilmektedir.

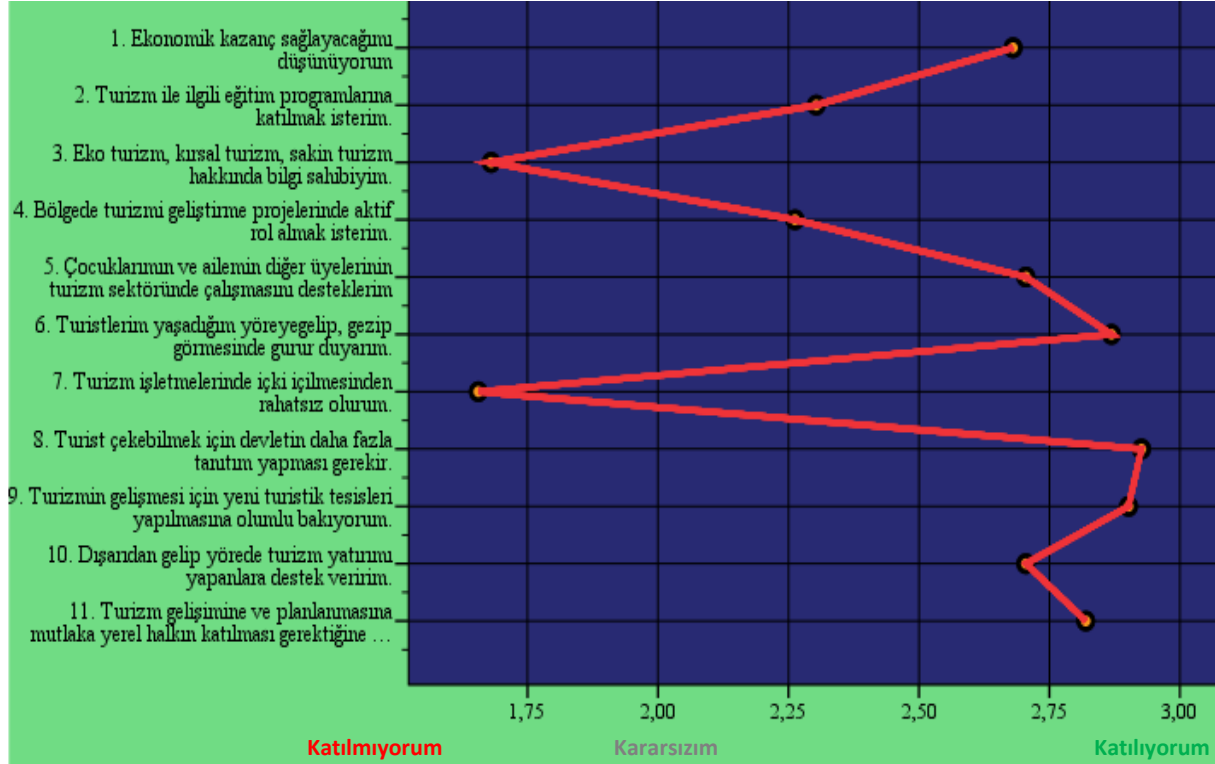


Şekil 89. Yörede Turizmin Gelişmesi ile İlgili İfadelere Katılım Dereceleri

Edirne’de turizmin gelişmesi ile ilgili yöre halkına yansımaları mümkün gelişmelere Saroz halkının katılım derecesi incelendiğinde; en yüksek katılım puanına sahip maddelerin “bölgede diğer iş kollarını geliştirir”, “genel olarak yaşam kalitemizi artırır”, “bölge halkından çok yatırımcılara ekonomik fayda sağlar”, “yörede altyapının iyileşmesine yardımcı olur”, “farklı insanları tanıma ve kültürleri öğrenme imkânı olur”, “turizm yerel halkın gelirinde artış sağlar”, “doğal tarih ve kültürel varlıkların korunmasını sağlar”, “bölgeye olan yatırımları artırır”, “iş imkanlarımızı artırır” maddeleri olduğu görülmektedir.

“Kalabalık olacağından hayat zorlaşır trafik artar”, “hayatı pahalaştırır”, “yerel kültürü değiştirir”, “halka açık alanlarda insan sayısının artmasına neden olarak yerel halkın hayatını zorlaştırır”, maddelerinde ise katılım ikinci yüksek düzeyde gerçekleşmiştir.

“Bölgede suç işleme oranını artırır”, “turizm çevre üzerinde olumsuz etki yaratır”, “ahlaki ve manevi değerlerimiz zarar görür” maddelerinde ise katılım düzeyi en düşük katılım seviyesindedir.



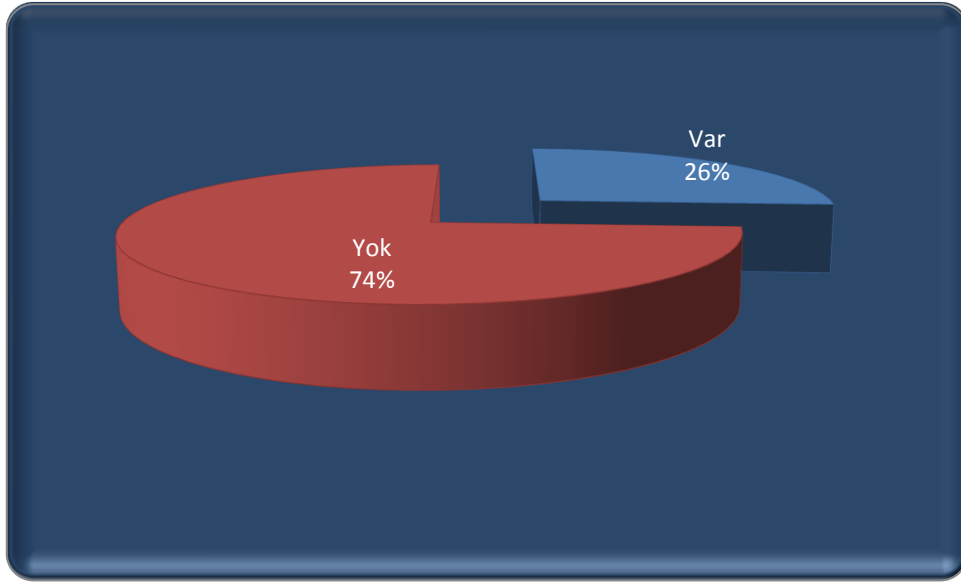
**Şekil 90. Yörede Turizmin Gelişmesiyle Oluşabilecek Değişikliklere Katılım Dereceleri**

Edirne’de katılımcılarımız yörede turizmin gelişmesi ile oluşabilecek değişikliklere katılım derecelerinde en yüksek ortalamaları “ekonomik kazanç sağlayacağımı düşünüyorum”, “çocuklarımla ve diğer aile üyelerimin turizm sektöründe çalışmasını desteklerim”, “turistlerin yaşadığım yöreye gelip gezip görmesinden gurur duyarım, “turist çekebilmek için devletin daha fazla yatırım yapması gerekir”, “turizmin gelişmesi için yeni turist tesisleri yapılmasına olumlu bakıyorum”, “turizmin gelişimine ve planlanmasına mutlaka yerel halkın katılması gerektiğine inanıyorum”, “dışarıdan gelip yörede turizm yatırımı yapanlara destek veririm”, maddelerinde vermiştir.

“Turizm ile ilgili eğitim programlarına katılmak isterim” ve “bölgede turizmi geliştirme projelerine aktif olarak katılmak isterim” maddelerinde katılım düzeyi ikinci yüksek düzeyde gerçekleşmiştir.

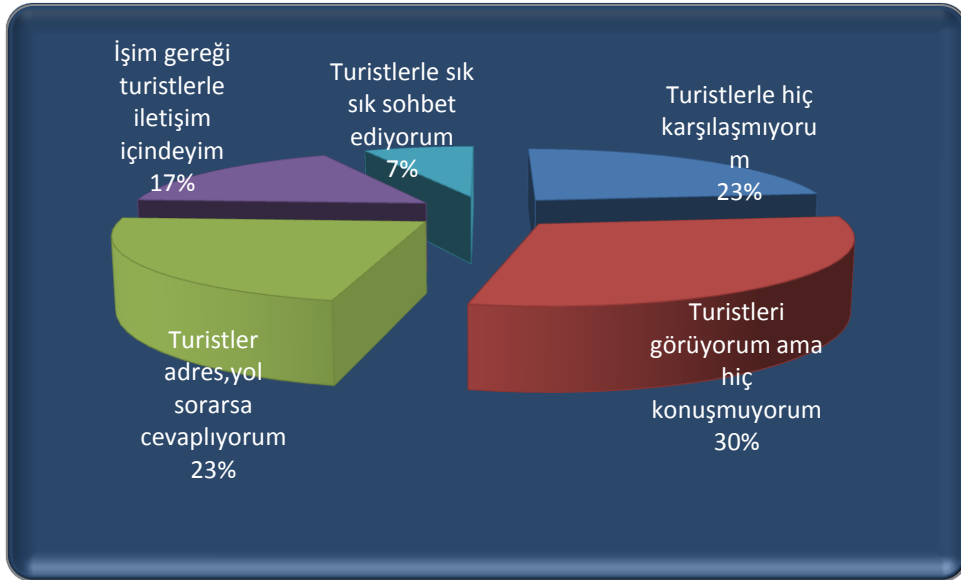
“Eko turizm, kırsal turizm, sakin turizm hakkında bilgi sahibiyim” ve “turizm tesislerinde içki içilmesinden rahatsız olurum” maddelerinde katılım düzeyi en düşük derecede gerçekleşmiştir.

### 3.3.5. Tekirdağ



**Şekil 91. Ailede Turizm Sektöründe Çalışan Var mı?**

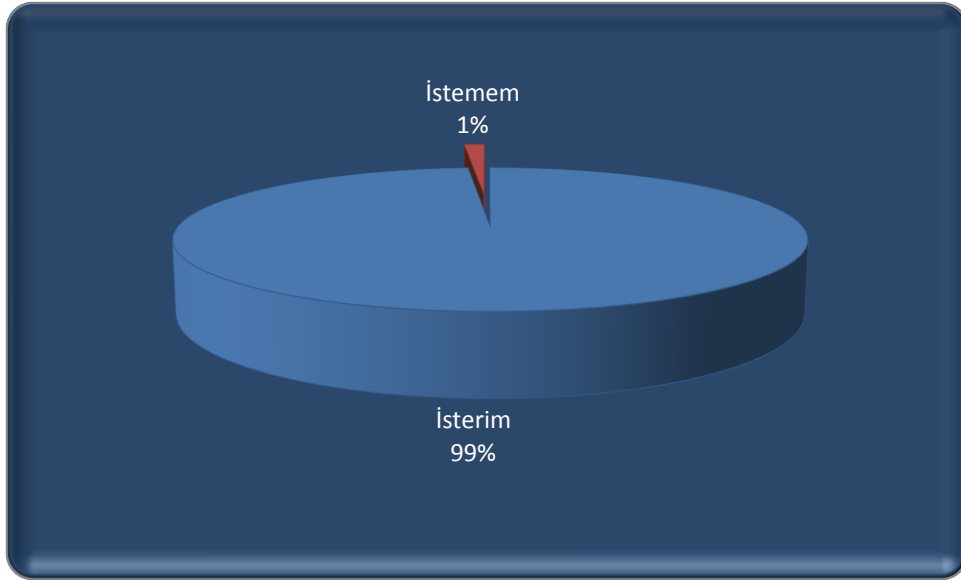
Tekirdağ'da ailede turizm sektöründe çalışan %26 oranında iken, ailesinde turizm sektöründe çalışmayan %74'lük bir oran söz konusudur. Tekirdağ'daki bu oranlar aynen Edirne'de olduğu gibi bulunmuştur.



**Şekil 92. Turistlerle Karşılaşma Durumları ile Turistlere Karşı Tutumları**

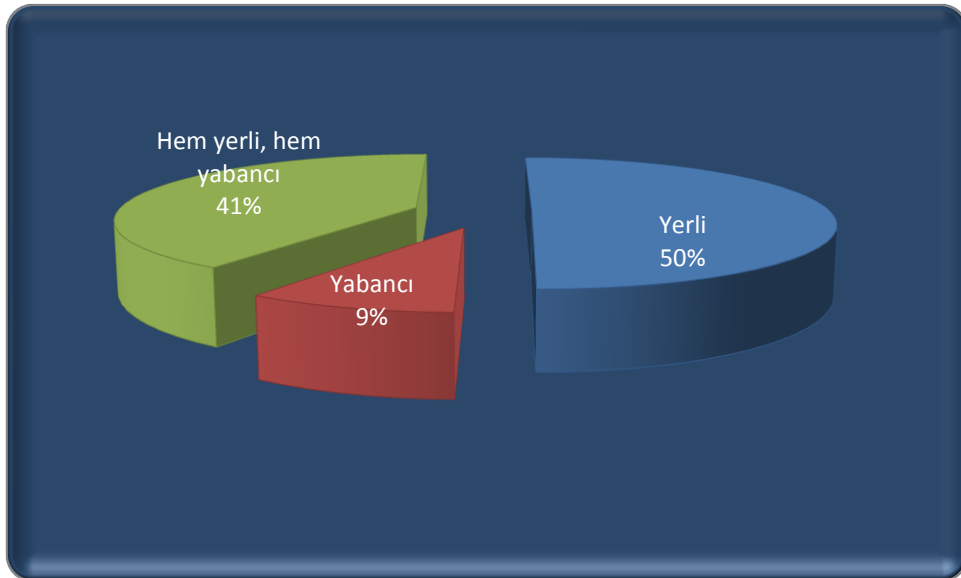
Tekirdağ'da katılımcılarımızın %30'luk kısmı turistleri görüp onlarla hiç konuşmayanlardan oluşmuştur. %23'lük oranda katılımcı ise turistlerle adres, yol sorarsa cevaplayacak kadar iletişim kurmaktadır. Turistlerle hiç karşılaşmadıklarını belirtenler ise %23'lük bir pay ile belirlenmiştir. İş gereği turistlerle iletişim içerisinde olduğunu ifade edenlerin oranı ise %17'dir. Turistlerle sık sık sohbet edenler ise grup olarak %8 oran ile

karşımıza çıkmaktadır. Turistlerle bir şekilde iletişim kurabilenlerin oranı %43 gibi oranda gerçekleştiği görülmektedir. Bu oran diğer yerleşim bölgelerine göre hayli düşük bir orandır.



Şekil 93. Bölgelerinde Turizmin gelişmesini İsterler mi?

Tekirdağ'daki katılımcılarımızdan %1'lik çok ufak bir kesim turizmin yörede gelişmesine karşı çıkarken, %99 gibi çok büyük bir oranda ise yörede turizmin gelişmesini istemekte olduğunu ifade etmişlerdir. Trakya genelinde olduğu gibi Tekirdağ'da da turizmin gelişmesini isteyen neredeyse katılımcılarımızın tamamıdır.



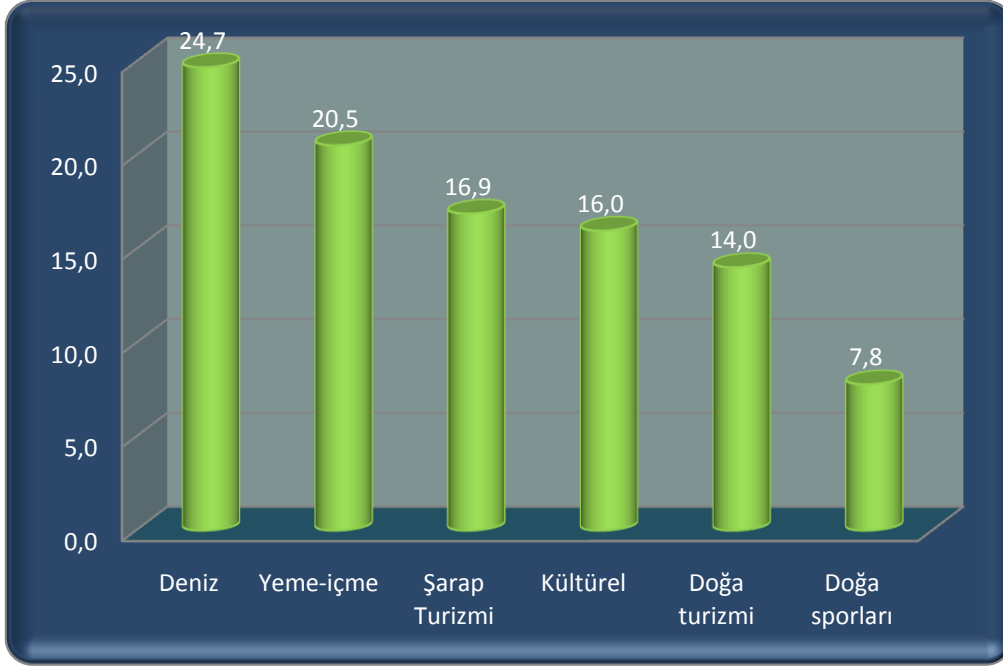
Şekil 94. Yörelerinde Görmek İstedikleri Turist Tipleri

Tekirdağ'da katılımcılar turist çeşidi tercihini %50 yerli, %41 hem yerli hem yabancı, %9 ise sadece yabancı turist şeklinde kullanmıştır. Trakya genelinde olduğu gibi yöre halkı daha çok yerli turist beklemekte olduğunu ifade etmektedir.



**Şekil 95. Bölgede Turizmin Gelişmesine Nasıl Katkıda Bulunmak İsterler?**

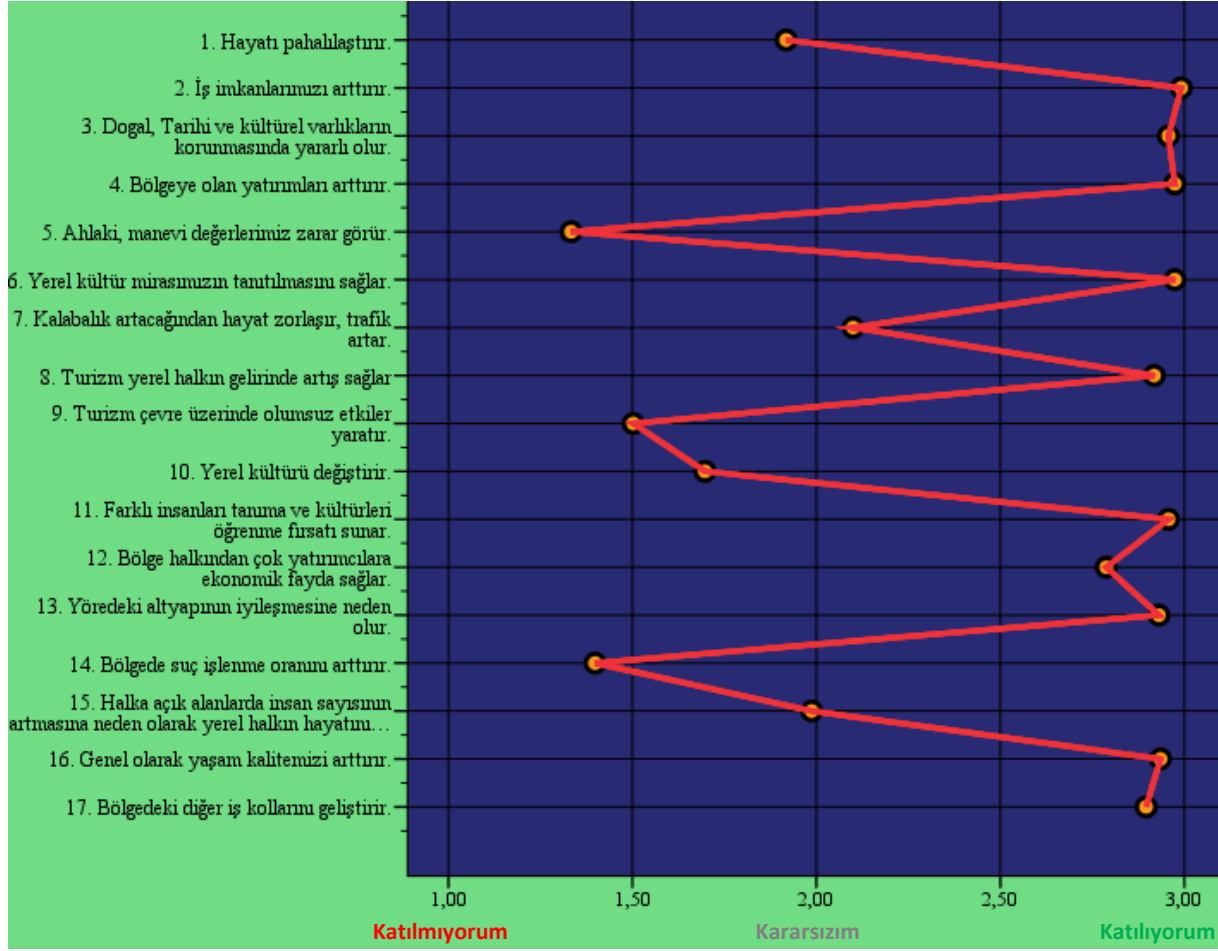
Tekirdağ'da turizm amaçlı olarak yapılacak faaliyetlere katılım alanı sorulduğunda %23 oranında turizm alanında kendi iş kurma, %21 oranında turistlere rehberlik yapma, %21 oranı ile yiyecek-içecek sektöründe çalışma, %14 oranında evimi veya arazimi turizm amaçlı kullanma, %11 oranında hediyelik eşya yapımı, %9 konaklama sektöründe otellerde çalışma, %1 çiftliğimi turistlerin meyve toplaması, süt sağması gibi faaliyetlere açma tercihleri şeklinde sıralanmaktadır.



**Şekil 96. Yöre Hangi Tip turizme Uygundur?**

Tekirdağ'da katılımcılarımız en yüksek oranda olmak üzere %24,7 oranında deniz turizmi, yeme – içme %20,5 oranı ile ve şarap turizmi yeme içme turizminden sonra %16,9 oranı ile yer almaktadır. %16 ile kültürel turizm, %14 ile doğa turizmi, %7,8 oranı ile doğa sporları yöreye uygun turizm faaliyet alanları içerisinde gösterilmektedir.



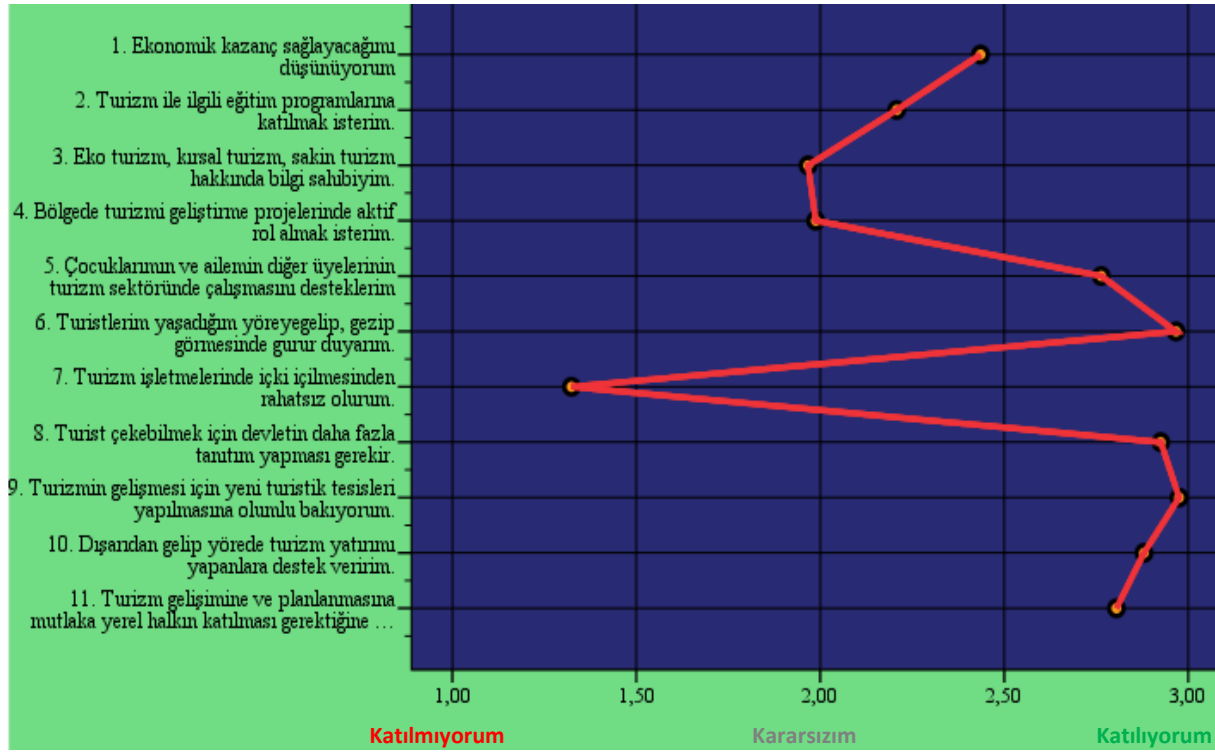


**Şekil 97. Yörede Turizmin Gelişmesi ile İlgili İfadelere Katılım Dereceleri**

Tekirdağ'da turizmin gelişmesi ile ilgili yöre halkına yansımaları mümkün gelişmelere katılımcıların yanıtları incelendiğinde; en yüksek katılım puanına sahip maddelerin “bölgede diğer iş kollarını geliştirir”, “genel olarak yaşam kalitemizi artırır”, “bölge halkından çok yatırımcılara ekonomik fayda sağlar”, “yörede altyapının iyileşmesine yardımcı olur”, “farklı insanları tanıma ve kültürleri öğrenme imkânı olur”, “turizm yerel halkın gelirinde artış sağlar”, “yerel kültür mirasımızın tanıtımını sağlar” “doğal tarih ve kültürel varlıkların korunmasını sağlar”, “bölgeye olan yatırımları artırır”, “iş imkanlarımızı artırır ” maddeleri olduğu görülmektedir.

“Kalabalık olacağından hayat zorlaşır trafik artar”, “hayatı pahalaştırır”, “halka açık alanlarda insan sayısının artmasına neden olarak yerel halkın hayatını zorlaştırır” maddelerinde ise katılım ikinci yüksek düzeyde gerçekleşmiştir.

“Bölgede suç işleme oranını artırır”, “turizm çevre üzerinde olumsuz etki yaratır”, “ahlakî ve manevî değerlerimiz zarar görür”, “yerel kültürü değiştirir” maddelerinde ise katılım düzeyi en düşük katılım seviyesindedir.



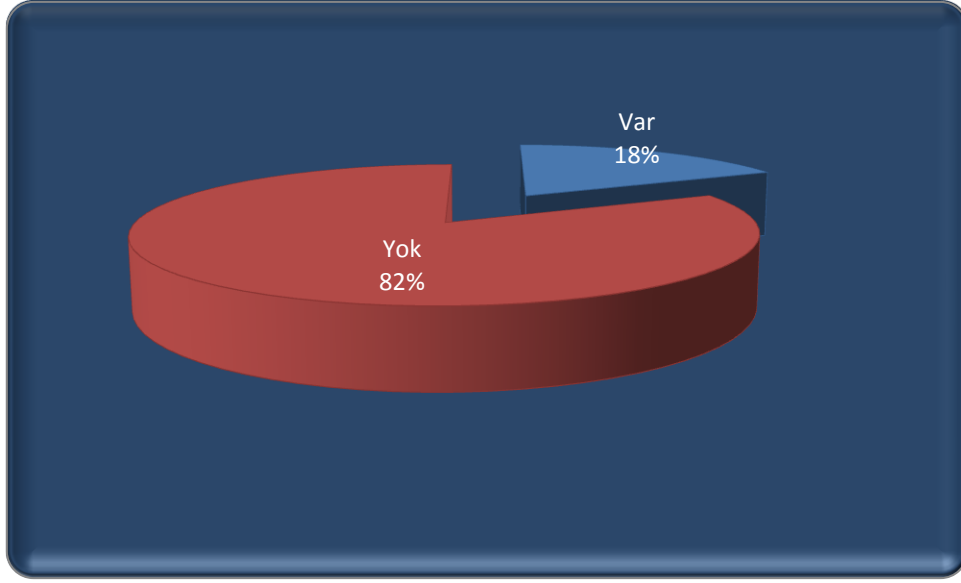
**Şekil 98. Yörede Turizmin Gelişmesiyle Oluşabilecek Değişikliklere Katılım Dereceleri**

Tekirdağ’da katılımcılarımız yörede turizmin gelişmesi ile oluşabilecek değişikliklere katılım derecelerinde en yüksek ortalamaları “çocuklarımla ve diğer aile üyelerimin turizm sektöründe çalışmasını desteklerim”, “turistlerin yaşadığım yöreye gelip gezip görmesinden gurur duyarım”, “turist çekebilmek için devletin daha fazla yatırım yapması gerekir”, “turizmin gelişmesi için yeni turistik tesisleri yapılmasına olumlu bakıyorum”, “turizmin gelişimine ve planlanmasına mutlaka yerel halkın katılımı gerektiğine inanıyorum”, “dışarıdan gelip yörede turizm yatırımı yapanlara destek veririm” maddelerinde vermiştir.

“Eko turizm, kırsal turizm, sakin turizm hakkında bilgi sahibiyim”, “ekonomik kazanç sağlayacağımı düşünüyorum”, “turizm ile ilgili eğitim programlarına katılmak isterim” ve “bölgede turizmi geliştirme projelerine aktif olarak katılmak isterim” maddelerinde katılım düzeyi ikinci yüksek düzeyde gerçekleşmiştir.

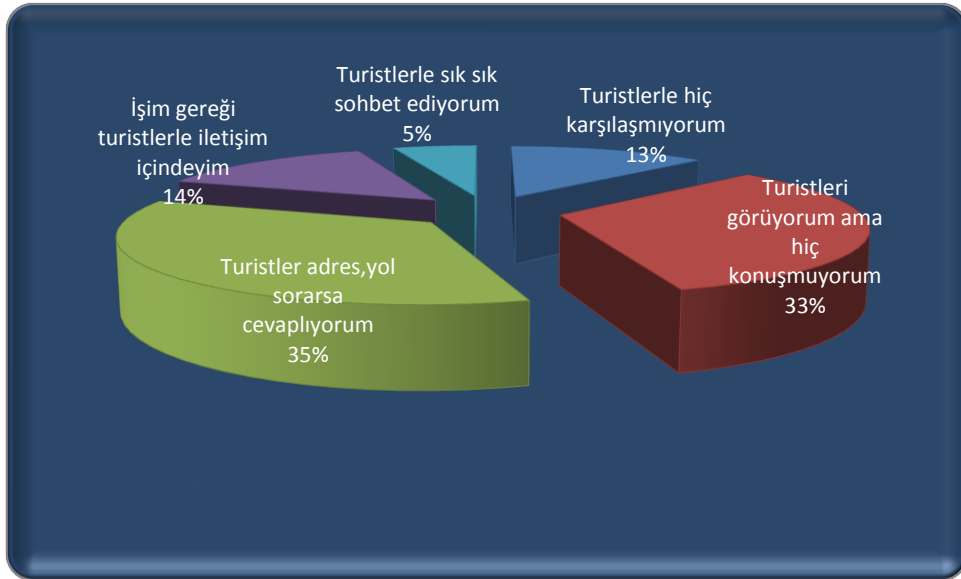
“Turizm tesislerinde içki içilmesinden rahatsız olurum” maddelerinde katılım düzeyi en düşük derecede gerçekleşmiştir.

### 3.3.6. Kırklareli



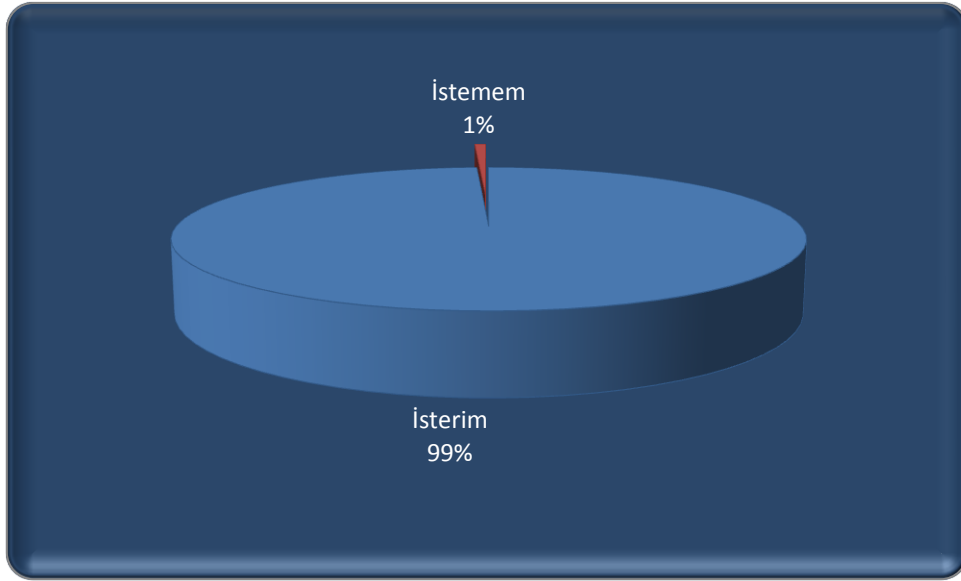
**Şekil 99. Ailede Turizm Sektöründe Çalışan Var mı?**

Kırklareli bölgesinde yaşayan katılımcıların %82 çoğunluğunun ailelerinde turizm sektöründe çalışan bulunmazken, %18 çoğunluğun ailelerinde bu sektörde çalışanlar vardır.



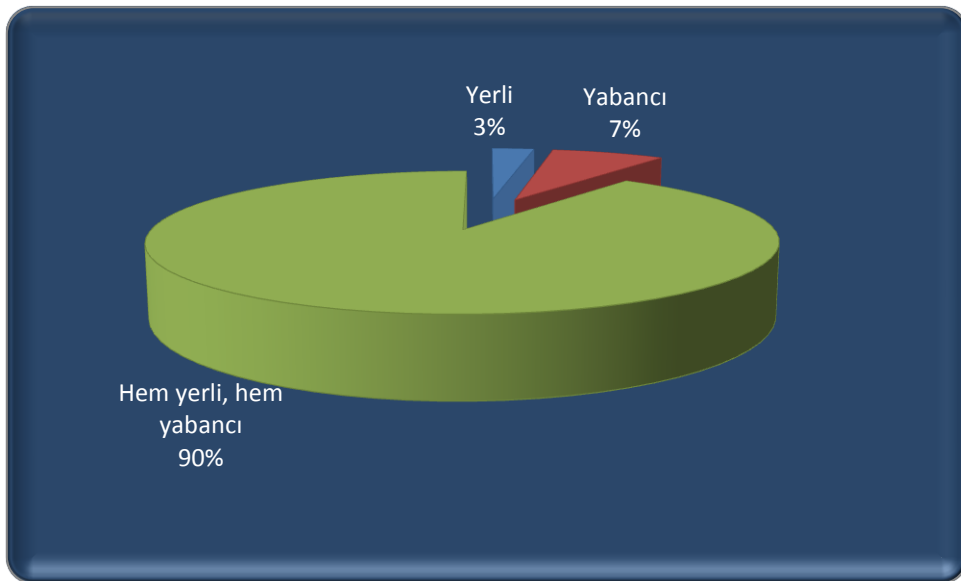
**Şekil 100. Turistlerle Karşılaşma Durumları ile Turistlere Karşı Tutumları**

Turistler adres, yol sorarsa cevaplıyorum ifadesi %35 oranında Kırklareli yöresi katılımcının turistlere karşı olan tutumudur. Turistleri görüp onlarla hiç konuşmayan çoğunluk %33, turistlerle hiç karşılaşmayan da %13'lük bir çoğunluk bulunmaktadır. Olumlu sonuçlardan sayabileceğimiz işi gereği turistlerle iletişim içinde olanlar %14 orandadır.



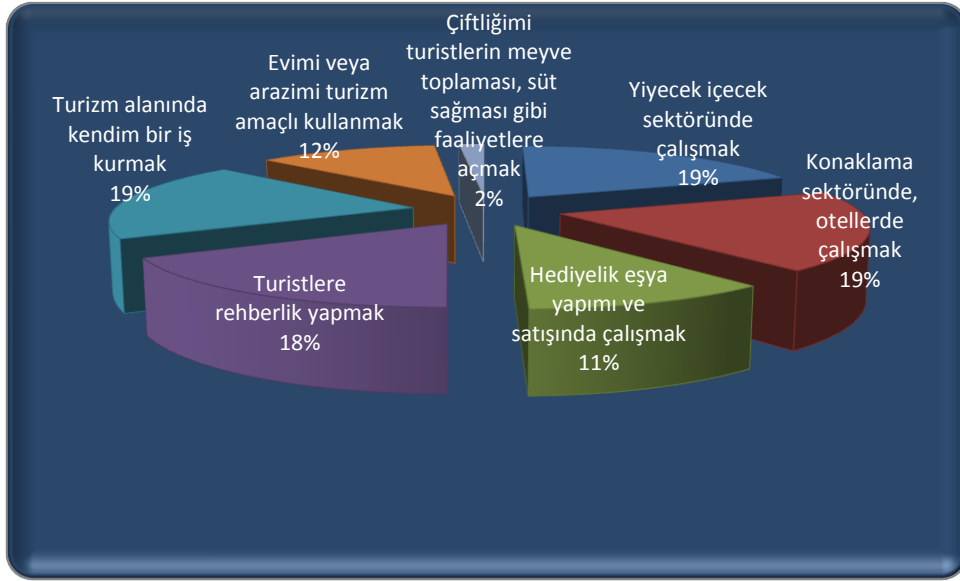
**Şekil 101. Bölgelerinde Turizmin gelişmesini İsterler mi?**

Bölgede turizmin gelişme isteğine büyük bir teveccüh olduğu bu sonuçla görülmektedir. Turizmin gelişmesine olumlu bakmayanlar sadece %1 oranındadır.



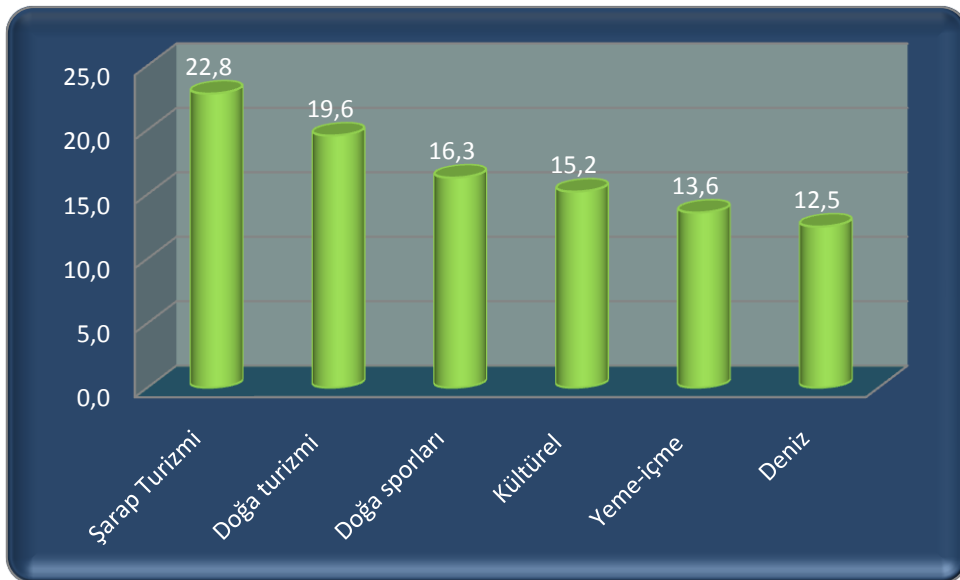
**Şekil 102. Yörelere Görmek İstedikleri Turist Tipleri**

Kırklareli yöresi katılımcıları %90 gibi büyük bir çoğunlukla hem yerli hem de yabancı turistleri bölgelerinde görmek istediklerini dile getirmişlerdir. Bu sonuca bakılarak Kırklareli yöresine her tip turistin gelmesini halk desteklemektedir denilebilir. Sadece yabancı turistin gelmesini isteyenler %7 ve sadece yerli turist gelmeli diyenler de %3'tür.



**Şekil 103. Bölgede Turizmin Gelişmesine Nasıl Katkıda Bulunmak İsterler?**

Bölgede turizmin gelişmesine yöre halkının ne şekilde katkıda bulunabileceğine toplu olarak bakıldığında hemen hemen her ifadeyi bölge halkı desteklemektedir diyebiliriz. En fazla oranda turizm alanında kendileri bir iş kurmak istemektedirler. Bu katkıyla aynı oranda konaklama sektöründe, otellerde çalışmak isteyen katılımcılar yer almaktadır. Yine aynı oranda yiyecek içecek sektöründe çalışmak isteyen katılımcılar vardır. Turistlere rehberlik yapmak isteyenler ise bir sonraki gelen çoğunluğun ifadesidir. Çiftliğini turistlere açarak katkıda bulunmak isteyen katılımcılar en az orandadır.

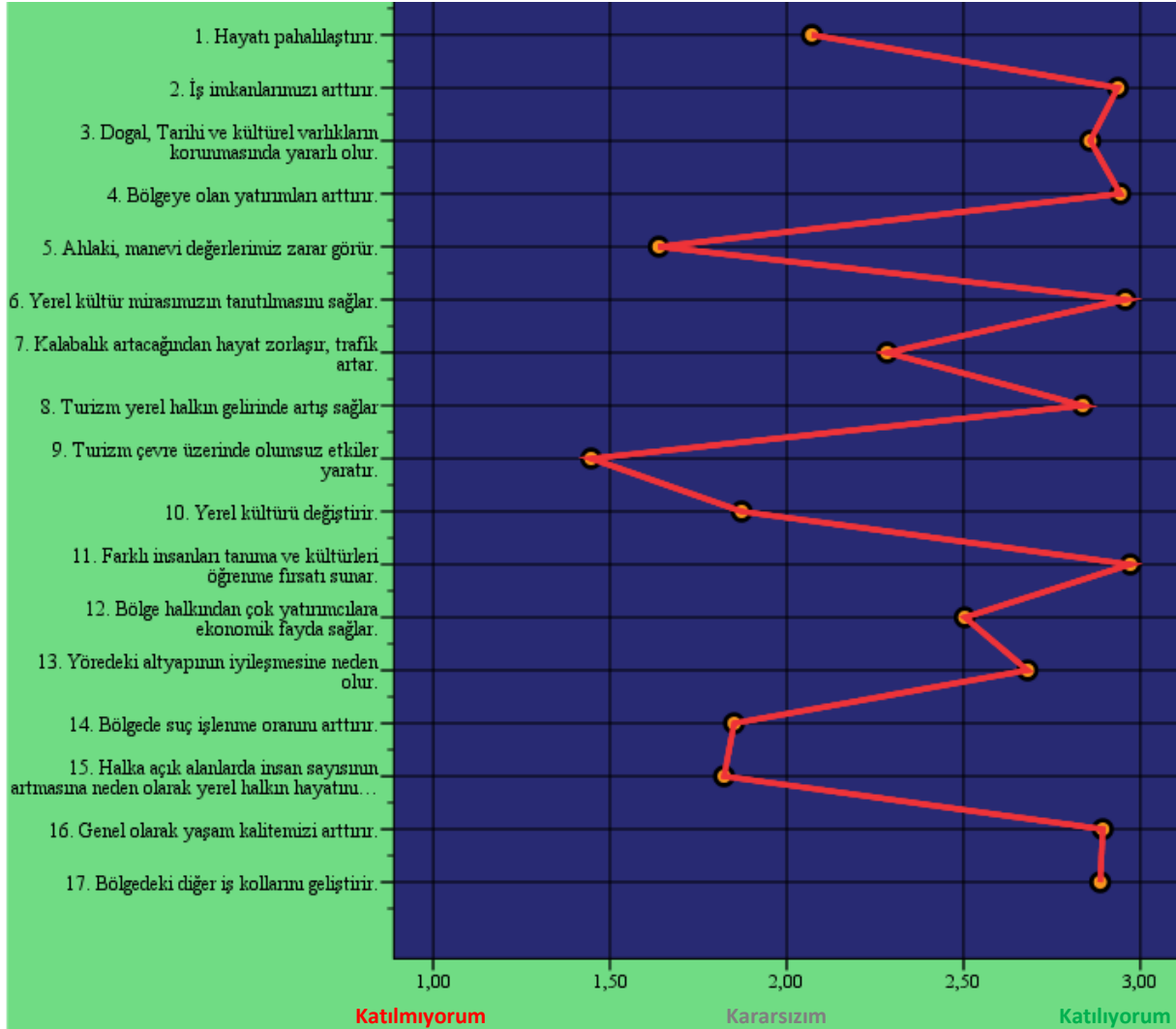


**Şekil 104. Yöre Hangi Tip turizme Uygundur?**

Kırklareli, tarih boyunca bağları ve şarapları ile anılmış bir yöredir. Hatta Kıyıköy'e şarap taşımak için yapılmış çok eski yollarının olduğu bilinmektedir. Eskisine nazaran

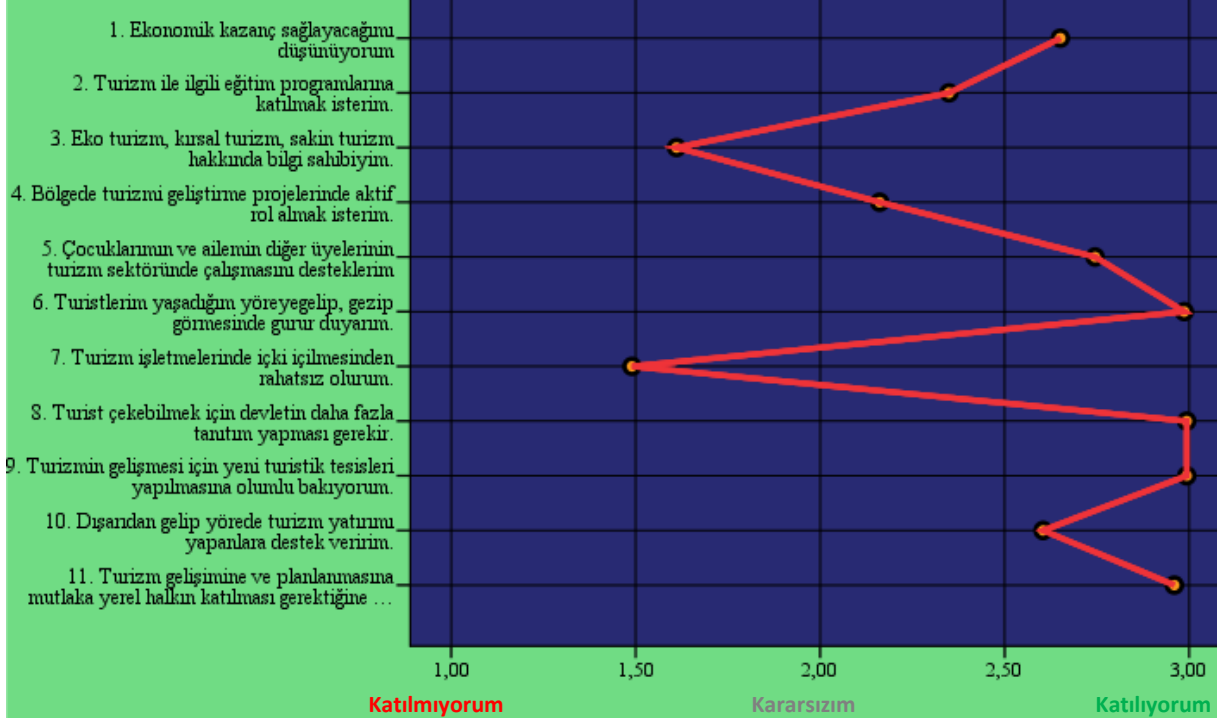
günümüzde şarap ve bağları azalsa da, yöre halkı Kırklareli'nin en fazla şarap turizmine uygun olduğunu düşünmektedir.

Doğa turizmi şarap turizminin hemen ardından yöre halkı tarafından en fazla dile getirilen bir turizm tipidir. Diğer turizm olanakları Doğa sporları, Kültürel turizm, yeme – içme turizmi ve deniz turizmi olarak sıralanmıştır.



Şekil 105. Yörede Turizmin Gelişmesi ile İlgili İfadelere Katılım Dereceleri

“Turizm çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratır” ve “Ahlaki manevi değerlerimiz zarar görür” gibi turizmin gelişmesi ile ilgili ifadeler katılımcılar “katılmıyorum” düzeyinde yanıt vermiştir. Bu şekilde olumsuzlukların olacağını düşünmemektedirler. Katılım düzeyi olumlu yönde en fazla olan ifadeler “Yerel kültür mirasımızın tanıtılmasını sağlar” ve “Farklı insanları tanıma ve kültürleri öğrenme fırsatı sunar” ifadeleridir. Turizmden bu denli olumlu beklentileri olan halkın “kararsız” oldukları ifadeler dikkat edilerek turizm çalışmaları yürütülmesinin olumlu sonuçlar doğuracağı kanaatindeyiz.

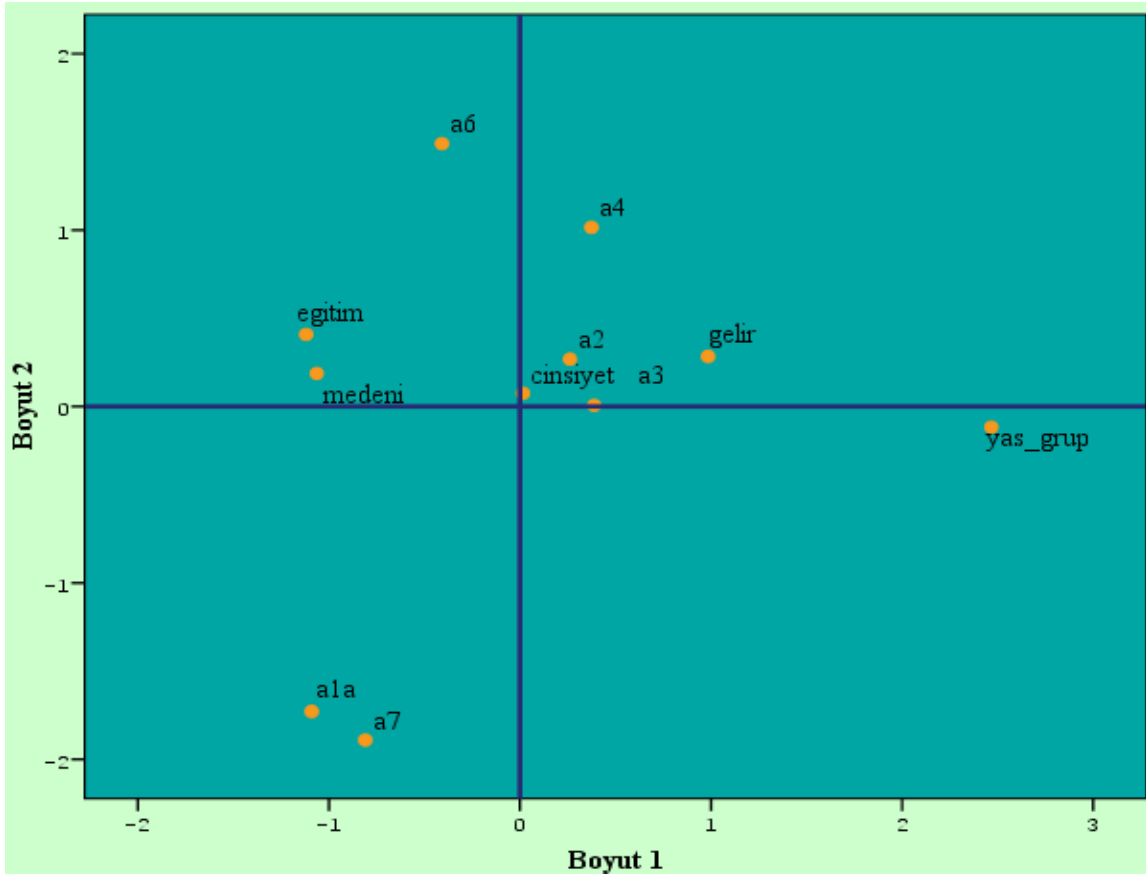


**Şekil 106. Yörede Turizmin Gelişmesiyle Oluşabilecek Değişikliklere Katılım Dereceleri**

Yörede turizmin gelişmesiyle oluşabilecek değişimlerden olumlu sayılabilecek tüm ifadeler katılımcılar “katılıyorum” düzeyinde görüş bildirmiştir. En fazla puanı olan ifadeler “turizmin gelişmesi için yeni turizm tesisleri yapılmasına olumlu bakıyorum”, “turist çekebilmek için devletin daha fazla tanıtım yapması gerekir” ve “turistlerin yaşadığım yöreye gelip, gezip görmesinden gurur duyarım” ifadeleridir. Dolayısıyla turizm ile ilgili tüm olumlu değişimleri yöre halkı desteklemektedir.

Yöre halkının birebir katılımını gerektiren “bölgede turizmi geliştirme projelerinde aktif rol almak isterim”, ve “turizm ile ilgili eğitim programlarına katılmak isterim” ifadeleri “kararsızım” düzeyinde olduğundan bu konularda halkı bilinçlendirme toplantıları yapılması uygun olacaktır.

### 3.4. Çok Boyutlu Ölçekleme Bulguları



**Şekil 106. Demografik Sorular ile Genel Turizm Değerlendirmesi Sorularının Çok Boyutlu Ölçekleme Grafiği**

Kurulan çok boyutlu ölçekleme modelinin Kruskall Stres Katsayısı 0,15 ve uzaklıklara ait ilişkilerin karesi RSQ değeri 0,88 olarak bulunmuştur. Modelin uzaklıkları doğrusal bir model ile yaklaşık %89 doğru konumlandırılması güçlü bir konumlandırmanın mümkün olduğunu göstermektedir.

4 ayrı çeyreğe düşen değişkenler birlikte değerlendirildiğinde

#### 1. Çeyrekte;

*Katılımcının gelir ve cinsiyeti ile birlikte değerlendirilmesi gerekli değişkenlerin, ailede turizm sektöründe çalışan olup olmaması durumu (a2), yörede turizmin gelişmesini isteyip istememe durumu (a4) ve turistlerle karşılaşmanın ifade biçimi (a3) değişkenleri olduğu belirlenmiştir.*

#### 2. Çeyrekte;



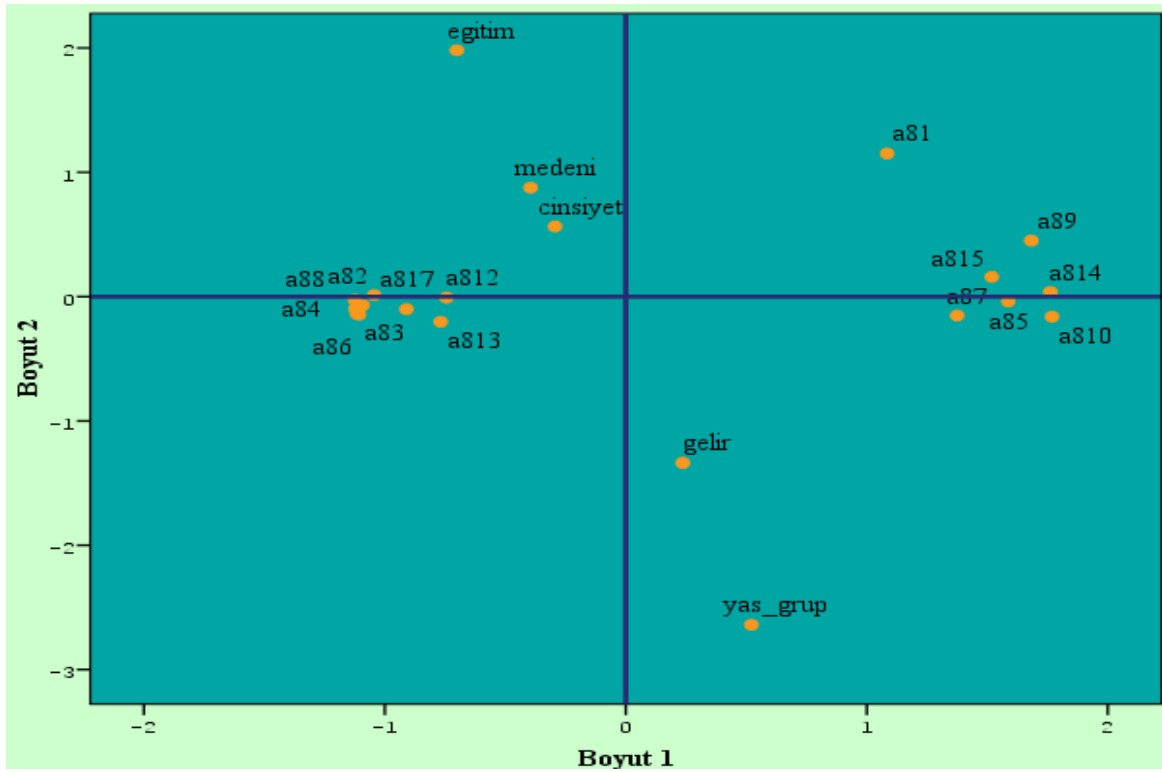
İkinci çeyrekte sadece yaş grubu tüm sorulardan ayrı olarak yer almaktadır. Yaş grubu değişkenini burada yer alan diğer değişkenlerden ayrı olarak değerlendirmek gereklidir.

### 3. Çeyrekte;

Turizm ile ilgili çalışılan iş konusu (a1a) ve yörede turizmin gelişmesine katkıda bulunma şekli (a7) değişkenlerinin birlikte değerlendirilmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır.

### 4. Çeyrekte;

Eğitim durumu ve medeni durumu değişkenlerinin yöreye gelmesi istenen turist tipleri değişkeni ile aynı çeyrekte yer almış olması bu değişkenlerin birlikte değerlendirilmesinin daha faydalı olacağı anlamına gelmektedir.



**Şekil 107. Demografik Sorular ile Trakya'da Turizmin Gelişmesi ile İlgili Soruların Çok Boyutlu Ölçkleme Grafiği**

Kurulan çok boyutlu ölçkleme modelinin Kruskall Stres Katsayısı 0,0199 ve uzaklıklara ait ilişkilerin karesi RSQ değeri 0,99907 olarak bulunmuştur. Modelin uzaklıkları doğrusal bir model ile yaklaşık %99 doğru konumlandırılması güçlü bir konumlandırmanın mümkün olduğunu göstermektedir.

4 ayrı çeyreğe düşen değişkenler birlikte değerlendirildiğinde

**1. Çeyrekte;**

Hayatı pahalılaştırır (a81), Turizm çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratır (a89). Bölgede suç işleme oranını artırır (a814). Halka açık alanlarda insan sayısının artmasına neden olarak yerel halkın hayatını zorlaştırır (a815) değişkenleri bir arada bulunduğundan birlikte değerlendirmeleri önerilir.

**2. Çeyrekte;**

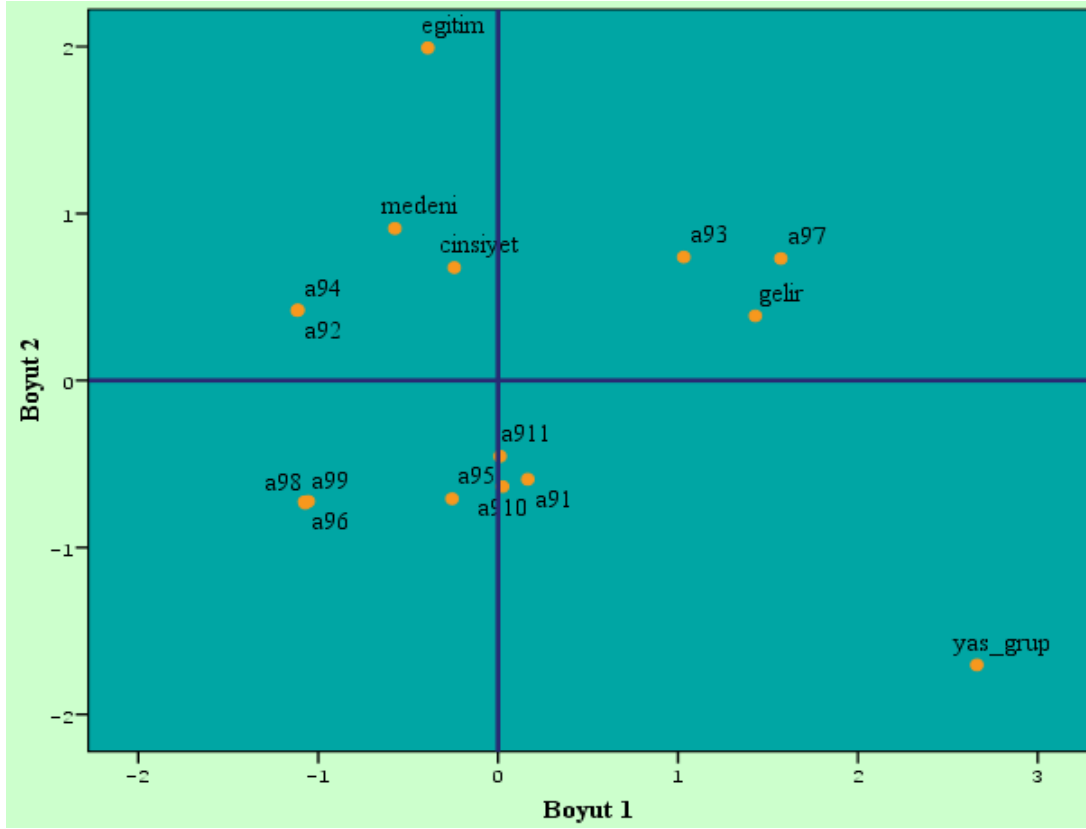
Gelir durumu ve yaş grupları değişkenleri ile birlikte değerlendirilmesi gerekli maddeler; Ahlaki, manevi değerlerimiz zarar görür (a85), Kalabalık artacağından hayat zorlaşır, trafik artar (a87), Yerel kültürü değiştirir(a810) maddeleridir.

**3. Çeyrekte;**

Demografik özelliklerle birlikte değişim göstermeyip sadece birlikte değerlendirilmesi gerekli değişkenler yer almaktadır. Bu maddeler; İş imkanlarımızı artırır (a82), Doğal, Tarihi ve kültürel varlıkların korunmasında yararlı olur (a83) Bölgeye olan yatırımları artırır (a84), 6. Yerel kültür mirasımızın tanıtılmasını sağlar (a86) , Turizm yerel halkın gelirinde artış sağlar (a88) , Yöredeki altyapının iyileşmesine neden olur ( 813) maddeleridir.

**4. Çeyrekte;**

Eğitim durumu, medeni durumu ve cinsiyet değişkenleri ile birlikte değerlendirilmesi gerekli maddeler; Bölge halkından çok yatırımcılara ekonomik fayda sağlar (a812) Bölgedeki diğer iş kollarını geliştirir (a817) maddeleridir.



**Şekil 108. Demografik Sorular ile Trakya'da Turizmin Gelişmesiyle Oluşabilecek Değişimler ile İlgili Soruların Çok Boyutlu Ölçekleme Grafiği**

Kurulan çok boyutlu ölçekleme modelinin Kruskal Stres Katsayısı 0,022 ve uzaklıklara ait ilişkilerin karesi RSQ değeri 0,99 olarak bulunmuştur. Modelin uzaklıkları doğrusal bir model ile yaklaşık %99 doğru konumlandırılması güçlü bir konumlandırmanın mümkün olduğunu göstermektedir.

4 ayrı çeyreğe düşen değişkenler birlikte değerlendirildiğinde

### 1. Çeyrekte;

Katılımcının gelir durumu ile birlikte değerlendirilmesi gerekli değişkenlerin, 3. Eko turizm, kırsal turizm, sakin turizm hakkında bilgi sahibiyim (a93) Turizm işletmelerinde içki içilmesinden rahatsız olurum (a97) değişkenleri olduğu belirlenmiştir.

### 2. Çeyrekte;

Yaş grubu değişkeni ile birlikte ele alınıp değerlendirilmesi gerekli değişkenlerin; 1. Ekonomik kazanç sağlayacağımı düşünüyorum (a91), Dışarıdan gelip yörede turizm yatırımı yapanlara destek veririm (a910) Turizm gelişimine ve planlanmasına mutlaka yerel halkın katılması gerektiğine inanıyorum (a911) değişkenleri olduğu görülmektedir.

### **3. eyrekte;**

Demografik değişkenlere göre değişim göstermeyip kendi arasında değerlendirilmesi gerekli değişkenlerin; çocuklarımın ve ailemin diğer üyelerinin turizm sektöründe çalışmasını desteklerim (a95) Turistlerim yaşadığım yöreye gelip, gezip görmesinde gurur duyarım (a96) Turist çekebilmek için devletin daha fazla tanıtım yapması gerekir (a98) Turizmin gelişmesi için yeni turistik tesisleri yapılmasına olumlu bakıyorum (a99) maddeleri olduğu anlaşılmaktadır.

### **4. eyrekte;**

Medeni durum, cinsiyet ve eğitim durumu demografik özellikleri ile birlikte değerlendirilmesi gerekli olan değişkenlerin Turizm ile ilgili eğitim programlarına katılmak isterim (a92) Bölgede turizmi geliştirme projelerinde aktif rol almak isterim (a94) maddeleri olduğu görülmüştür.

## POTANSİYEL TATİLCİ ANKETİ İSTANBUL BÖLGESİ

### 4.1.Araştırmanın Metodolojisi

#### 4.1.1. Araştırmanın Modeli

İstanbul Bölgesi'ndeki mevcut turizm potansiyelinin etkinliğinin ölçülmesi, İstanbul halkının turizm alışkanlıkları ve Trakya yöresi turizm olanaklarına bakış açısının irdelendiği bir anket uygulaması yapılmıştır. İstanbul'da tatil alışkanlıkları farklılık arz edebilecek 5 bölgede yüz yüze anket uygulaması yapılmıştır. Araştırmadan elde edilen veriler "Turizm Master Planı Mevcut Durum Analizi" çalışmasına bir girdi olarak kullanılması beklenmektedir. Ayrıca bu sonuçların konu ile ilgili kurum ve kuruluşlara geniş ölçekli bir bilgi kaynağı oluşturacağını düşünmekteyiz.

### 4.2. Çalışma Evreni ve Örneklem

Örnekleme, bir araştırmanın konusunu oluşturan evrenin bütün özelliklerini yansıtan bir parçasının seçilmesi işlemi belirtir. Örneklem, seçildiği bütünü küçük bir örneğidir. Örneklemin seçildiği grubun tümü ise evreni oluşturur. Örneklem seçilirken, örneklemin temsil yeteneği taşımaya ve yeterli büyüklükte olmasına dikkat etmek gerekir. Örneklem seçilerek yapılan araştırmalar zaman ve maliyet yönünden ekonomik olduğu gibi, çoğu zaman da bütün evrenin incelenmesiyle elde edilen sonuçlar kadar geçerli, sağlıklı ve güvenilir olabilir (Gökçe, 1988, s.77-78).

Bu araştırmada kullanılan yöntem olasılıksız örnekleme yöntemlerinden olan "Kota Örnekleme"dir. Kota örneklemede sınırlı bir evren, araştırmanın amacına uygun olarak araştırmacının öngördüğü belirli değişkenlere göre sınıflandırılır. Bu değişkenler yaş, cinsiyet, eğitim durumu, meslek, hastalık olabileceği gibi, etnik köken, kırsal ve kentsel değişkenler de olabilir (Gökçe, 1988, s.83).

İstanbul bölgesi birbirinden farklılık arz edebileceği düşünülen 5 bölgeye ayrılmış bu bölgelerden yargısal olarak örneklem adetleri belirlenmiştir. Burada farklı kültürel altyapıların bir kota oluşturacağı ihtimali göz önüne alınmıştır.

Araştırmacılara bir kolaylık olması bakımından  $\alpha = 0.05$  için  $\pm 0.03$ ,  $\pm 0.05$  ve  $\pm 0.10$  örnekleme hataları için farklı evren büyüklüklerinden çekilmesi gereken örneklem büyüklükleri hesaplanarak aşağıda Tablo 3'de verilmiştir. Bu çizelge sadece araştırmacılara

bir yol göstermek amacıyla hazırlanmıştır. Araştırmacı kendi özel durumuna göre örneklem büyüklüğünü hesaplarken gerekli formüllerden yararlanmalıdır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s.49-50).

**Tablo 3.  $\alpha=0.05$  İçin Örneklem Büyüklükleri**

Evren Büyük- lüğü	$\pm 0.03$ örnekleme hatası (d)			$\pm 0.05$ örnekleme hatası (d)			$\pm 0.10$ örnekleme hatası (d)		
	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q=0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q=0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q=0.2	p=0.3 q=0.7
100	92	87	90	80	71	77	49	38	45
500	341	289	321	217	165	196	81	55	70
750	441	358	409	254	185	226	85	57	73
1000	516	406	473	278	198	244	88	58	75
2500	748	537	660	333	224	286	93	60	78
5000	880	601	760	357	234	303	94	61	79
10000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
50000	1045	674	881	381	245	321	96	61	81
100000	1056	678	888	383	245	322	96	61	81
1000000	1066	682	896	384	246	323	96	61	81
100 milyon	1067	683	896	384	245	323	96	61	81

Kaynak: Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s.50

Araştırmanın evrenini yukarıda zikredilen 5 bölgede ikamet eden, geliri 1500 TL ve üzerinde olan ve 18 yaş üstü olan bireyler oluşturmaktadır. ADNKS verilerinden hareketle evrenin toplam nüfusu 4.200.000 olarak tahmin edilmiştir.. Yukarıdaki tabloda örneklem büyüklükleri ile ilgili olarak  $\pm 0,03$  hata payı sınır olarak alındığında 1000 rakamının yeterli olacağına karar verilmiştir.

#### 4.3. Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi ve Uygulanması (GPS/GPRS)

Benzer araştırmalardan elde edilen sorulardan ve bu araştırmanın danışmanlığının yapan Boğaziçi Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü öğretim üyelerinden **Sayın Maria ALVAREZ** ve çalışma arkadaşlarının sağladığı anket formları yardımıyla oluşturulmuştur.

Uygulama süresi 30-35 dakika olan anket formunda;

1.Kota soruları: 2 adet

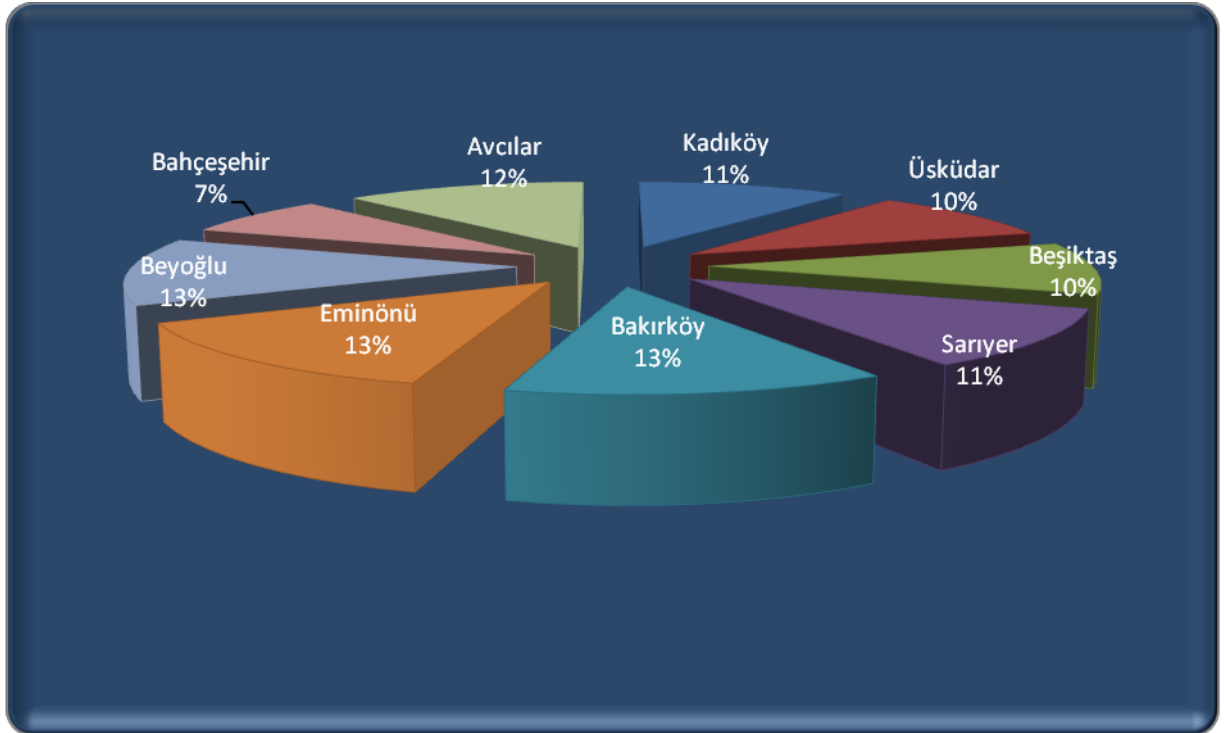
1-Kişisel-Demografik Bilgiler: 5 adet

2- Tatil alışkanlıkları ve Trakya turizmine bakış açısı soruları: 16 adet ana soru, dallanma soruları ile birlikte ise toplam 47 soru şeklinde yer almıştır.

Bu araştırmada deneklerle yüz yüze görüşerek anket uygulanması sağlanmıştır. Trakya Bölgesi uygulaması gibi İstanbul'daki anket uygulaması da IPADII tablet bilgisayarlar yardımıyla yapılmıştır. Anket yaptıran ajans yetkililerinin verilen web adresi ile GPS kodundan anketörlerin harita üzerinde hangi konumda anket yaptıkları online olarak izlenmesi sağlanmıştır. Uygulamada IPADII tablet bilgisayarların kullanılması sahanın firmamız tarafından ilgili kriterlerin sağlanabilmesinin kontrolü için son derece önemlidir. Araştırmanın yanlışsız olarak data editi-girişi de bu sistemle mümkün olmaktadır. Ayrıca araştırma süresinin kısılması da, raporun erken teslim edilmesini sağlamakta böylece verilerde tespit edilen bilgilerin stratejik değeri de korunmuş olmaktadır.

#### 4.4. Potansiyel Tatilci Anketi İstanbul Bölgesi Sonuçları

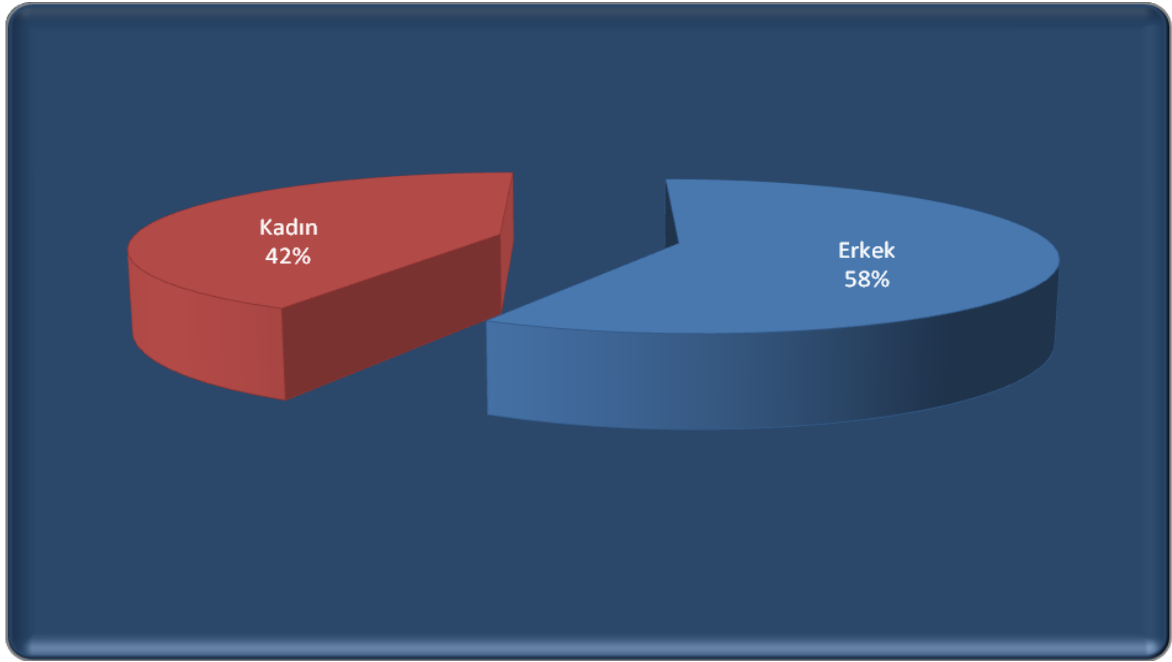
##### 4.4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri



Şekil 1. Lokasyon Dağılımı

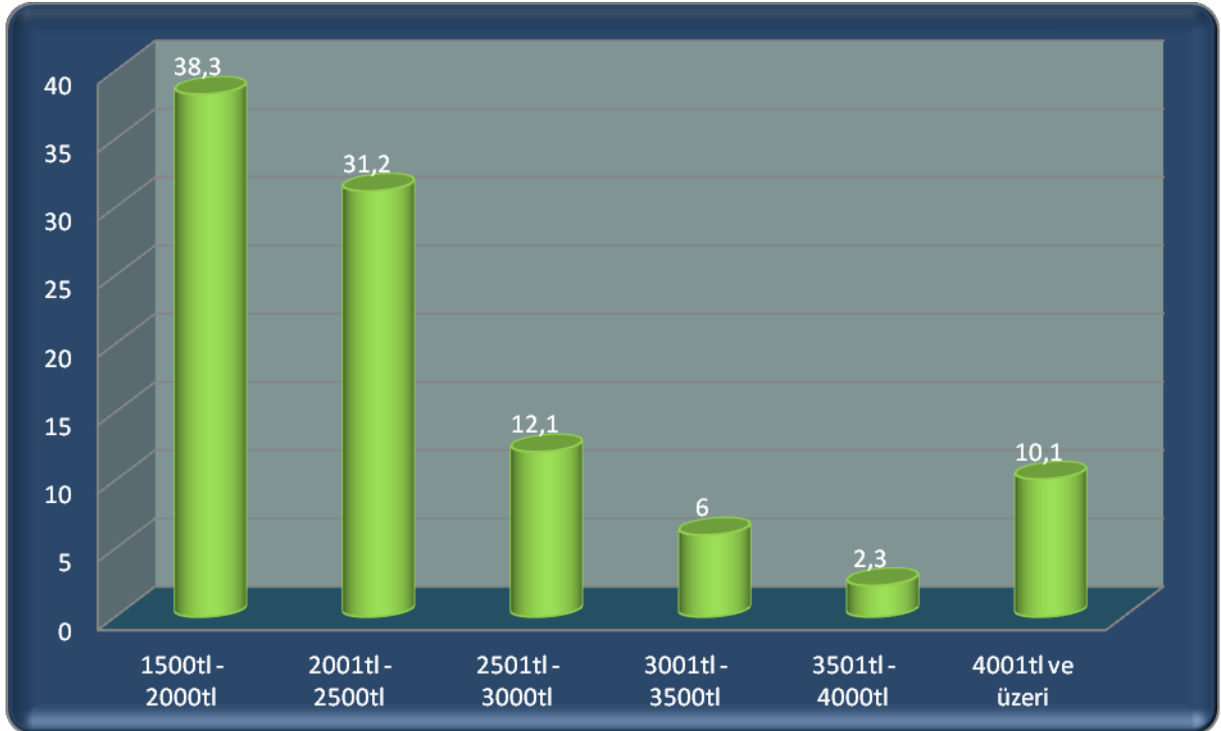
Araştırmaya katılan bireylerin %13'ü Beyoğlu, %7'si Bahçeşehir, %12'si Avcılar, %13'ü Eminönü, %11'i Kadıköy, %10'u Üsküdar, %10'u Beşiktaş, %11'i Sarıyer, %13'ü

Bakırköy'dendir. En çok katılımın Eminönü, Beyoğlu ve Bakırköy ilçelerinden olduğu görülmektedir. En az katılım ise Bahçeşehir'dendir.



Şekil 2. Cinsiyet Dağılımı

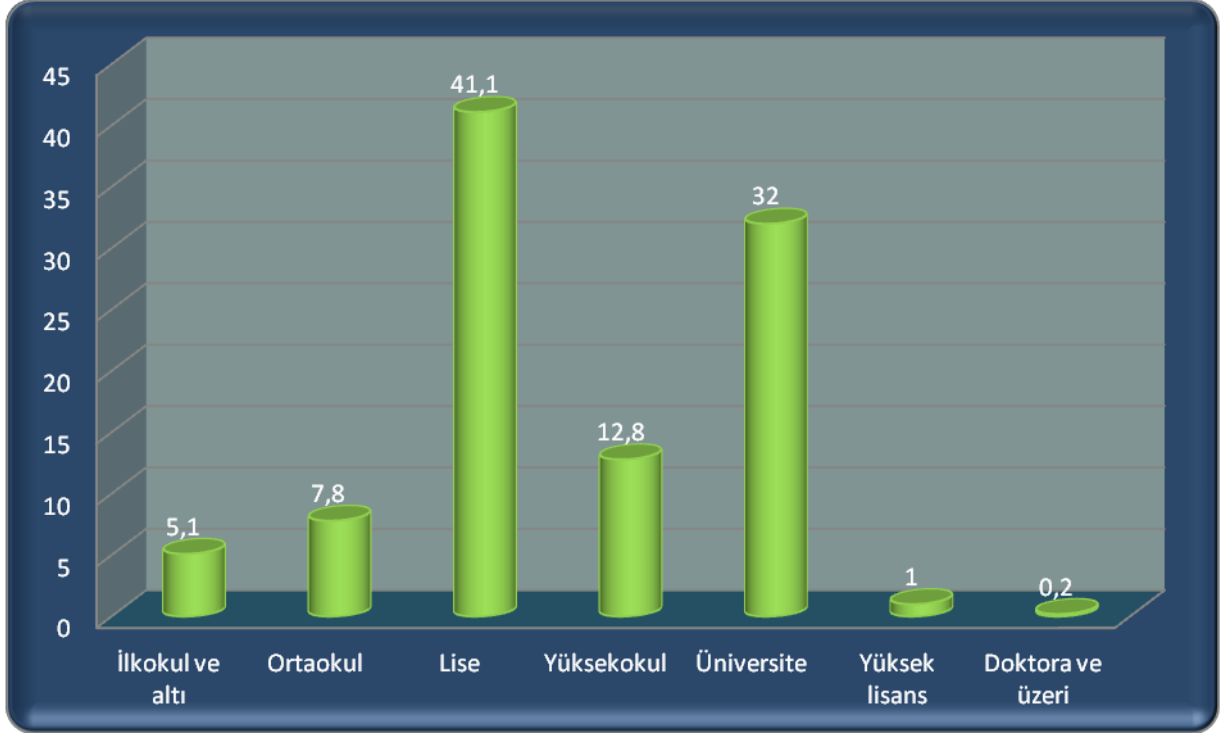
Katılımcıların cinsiyet dağılımlarına baktığımızda yarısından fazlasının (%58) erkek olduğu; katılımcıların %42'sinin de kadın olduğu saptanmıştır.



Şekil 3. Gelir Düzeyleri



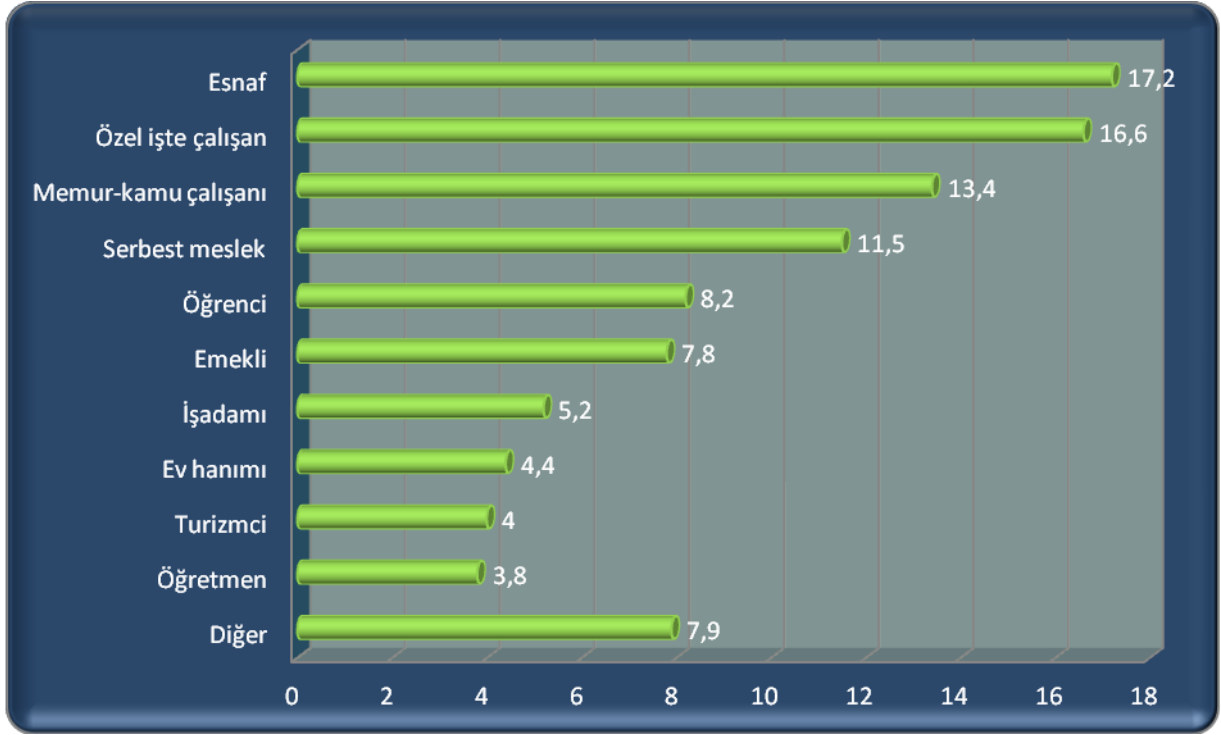
Katılımcı profilini gelir dağılımları açısından ele aldığımızda %38,3 ile çoğunluğun 1500-2000 TL aylık geliri olduğunu görmekteyiz. İkinci sırada yer alan grup %31,2 ile 2001-2500 TL aylık geliri olduğunu belirtmiştir. 2501-3000 TL aylık geliri olanların oranı %12,1; 3001-3500 TL aylık geliri olanların oranı %6; 3501-4000 TL kazancı olanların oranı %2,3 ve 4001 TL ve üzeri kazananları %10,1'dir. sonuçlara göre en düşük oran 3501-4000 TL aylık geliri olduğunu belirtenlere aittir.



**Şekil 4. Eğitim Seviyeleri**

Eğitim seviyelerindeki dağılımlara baktığımızda katılımcıların büyük çoğunluğunun (%41,1) lise mezunu olduğunu görmekteyiz. Bunu %32 ile üniversite mezunu olduğunu belirten grup takip etmektedir. Diğer oranlar ise %5,1 ile ilkokul ve altı; %7,8 ile ortaokul; %12,8 ile yüksekokul; %1 ile yüksek lisans gruplarındadır.

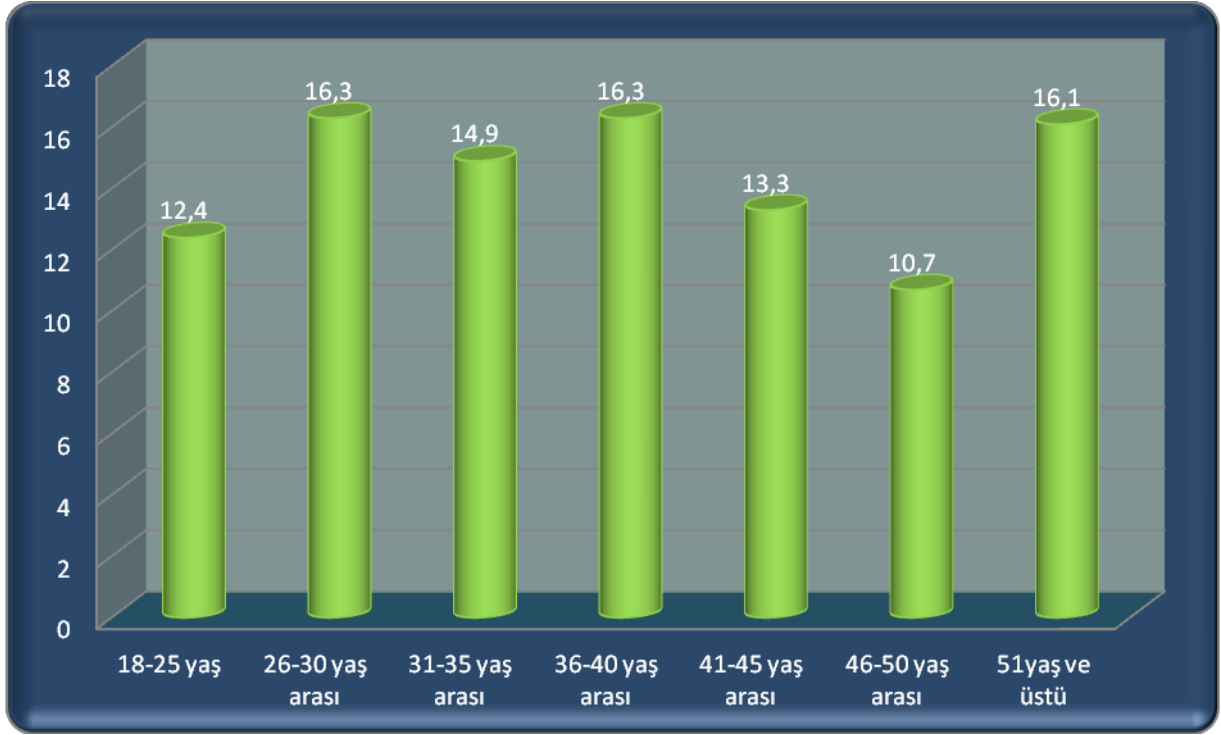
Bütün gruplar arasında en düşük oran %0,2 ile doktora ve üzeri eğitim seviyesinde olan katılımcılara ait bulunmuştur.



Şekil 5. Meslek Durumları

Araştırmaya destek veren bireylerin sahip oldukları meslekler açısından dağılımına baktığımızda ise ilk sıralarda esnaf (%17,2), özel işte çalışan (%16,6) ve memur-kamu çalışanı (%13,4) olduğunu görüyoruz. En son sırada ise %3,8 ile öğretmen olduğunu belirtenler yer almaktadır.

Diğer gruplar ise sırasıyla öğrenci (%8,2), emekli (%7,8), işadamı (%5,2), ev hanımı (%4,4) ve turizmci %4'tür. Katılımcıların %7,9'u diğer meslek gruplarından birine ait olduklarını belirtmiştir.

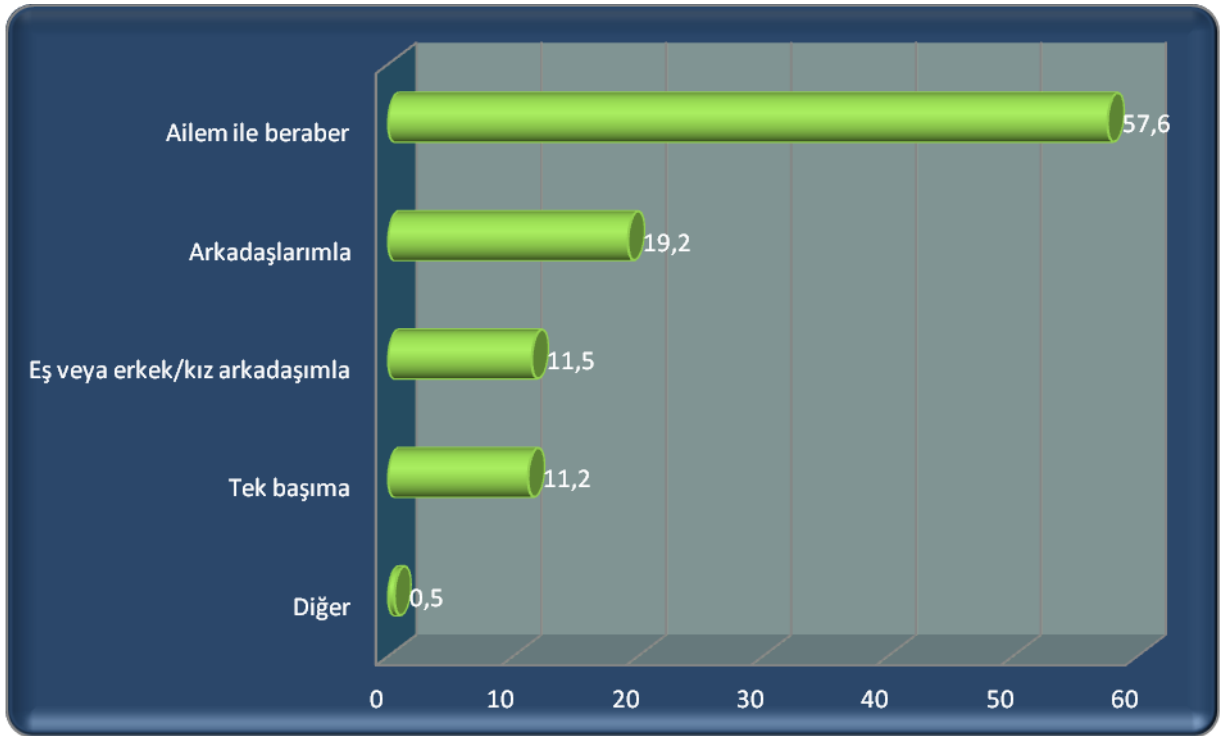


**Şekil 6. Yaş Dağılımları**

Şekil 6'da yaş dağılımlarına ait oranların birbirine yakın sayılarda olduğu görülmektedir. Gruplara ait oranlar arasında çok az fark yer almaktadır. Buna karşın %16,3'erlik oranlarla ilk sırayı 26-30 ve 36-40 yaş grupları paylaşmaktadır. İkinci sırada %16,1 ile 51 yaş ve üzeri grup yer almaktadır. En düşük oran (%10,7) ise 46-50 yaş grubuna aittir.

Diğer yaş gruplarındaki dağılım ise 18-25 yaş grubunda %12,4, 31-35 yaş grubunda %14,9, 41-45 yaş grubunda %13,3 şeklindedir.

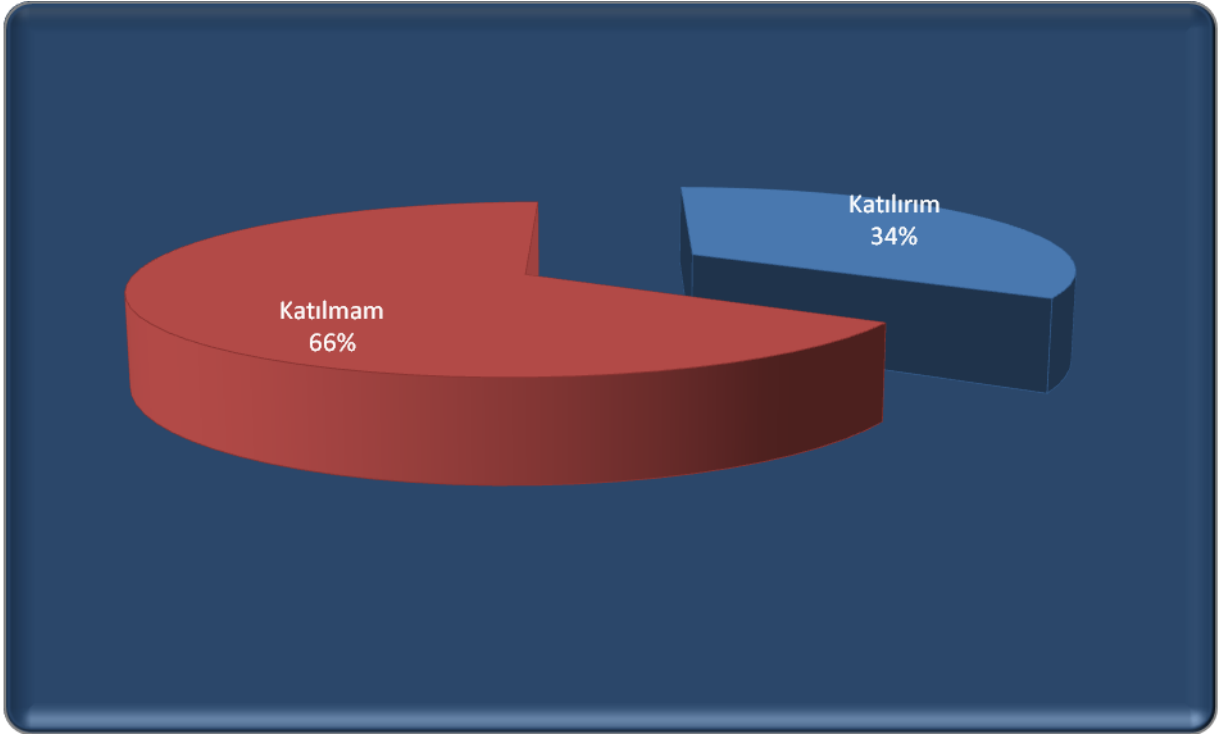
#### 4.4.2. Tatil Alışkanlıkları ile İlgili Sorulara Verilen Yanıtlar



**Şekil 7. Tatile Kimlerle Birlikte Çıkarlar?**

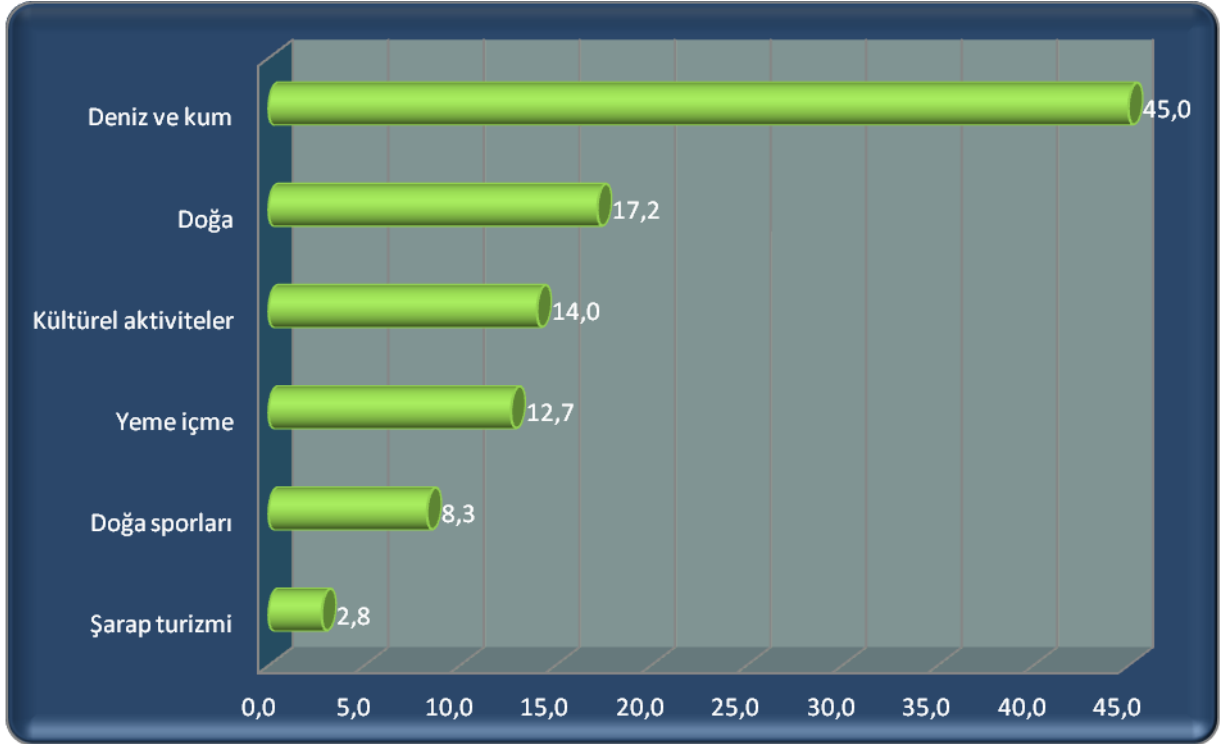
Katılımcılara tatile kimlerle çıktıklarını sorduğumuzda sonuçlar arasında dikkat çekici farklılıklara rastladık. Bireylerin büyük bir çoğunluğu (%57,6) tatile aileleriyle çıkmak istediklerini belirtmişlerdir. Arkadaşlarıyla çıkmak isteyenlerin oranı %19,2, eş veya erkek/kız arkadaşıyla çıkmak isteyenlerin oranı %11,5 iken tek başına çıkmak isteyenlerin oranı (%11,2) hiç de azımsanmayacak şekilde karşımıza çıkmaktadır.

Sonuçları katılımcıların yaş dağılımlarıyla birlikte ele aldığımızda dağılımlar beklenmedik şekillerde olmamaktadır. Katılımcıların küçük bir kısmı (%12,4) ergenlik ve erken yetişkinlik dönemindedir. Diğer katılımcılar ise yetişkinlik ve sonrası gelişim dönemlerindedir. Diğer bir deyişle %87,6'lık bir katılımcı grubu ergenlik dönemindeki bireylere oranla daha çok aile ilişkilerine öncelik bir gruptur. Bu da tatilini ailesiyle geçirmek isteyen çoğunluğun popülasyonu ve seçim nedeni hakkında bize bilgi vermektedir.



**Şekil 8. Tatile Çıktıklarında Gruplara Katılırlar mı?**

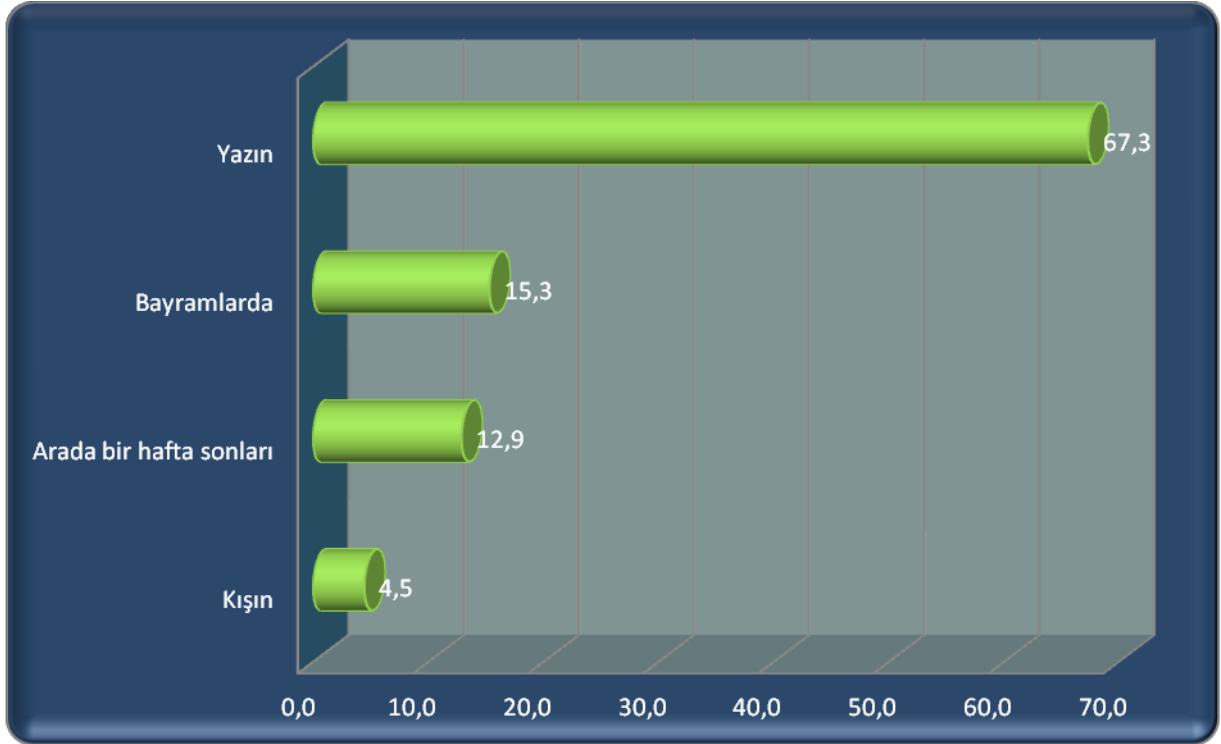
Araştırmaya destek veren bireylere tatile çıktıklarında gruplara katılıp katılmayacaklarını sorduğumuzda bireylerin %66'sı katılmadıklarını, geriye kalan %38'i ise katıldıklarını belirtmiştir. Ancak bu sonuçlar da bir önceki araştırma sonuçlarıyla paralellik göstermektedir. Aile ve/veya eşi, sevgilisiyle tatile çıkan bireylerin tatil sürelerini tercih ettikleri kişilerle geçirdiklerini, diğer başka gruplara katılım ihtiyacı duymadıklarını gözlemlemekteyiz. Bu noktada katılmadığını belirtenlerin yoğunluk göstermesi beklendik bir sonuç olmaktadır.



**Şekil 9. Hangi Tatil Türlerini Tercih Ederler?**

Deniz ve kum, doğa, kültürel aktiviteler, yeme-içme, doğa sporları ve şarap turizmi bazı tatil türleridir. Araştırma kapsamında bireylere bu tatil türlerinden hangisini tercih ettiklerini sorduğumuzda katılımcıların %45'inin deniz ve kum tatilini istediklerini görmekteyiz. Bireylerin %17,2'si doğa tatilini, %14'ü kültürel aktiviteleri, %12,7'si yeme-içmeyi, %8,3'ü doğa sporlarını ve %2,8'i şarap turizmini tercih ettiklerini belirtmiştir.

Bu noktada net bir şekilde çoğunluğun deniz ve kum tatilini tercih ettiğini söyleyebilmekteyiz.

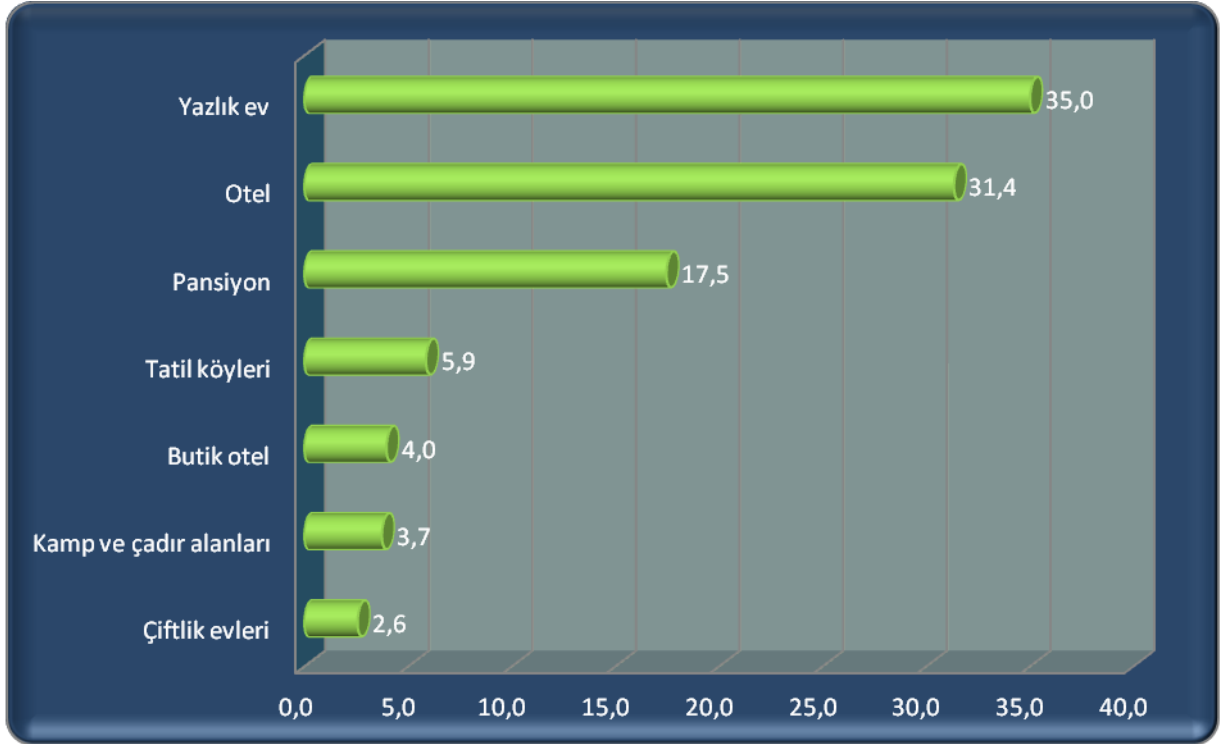


**Şekil 10. Ne Zamanlar Tatile Çıkarlar?**

Şekil 9’da katılımcıların yaklaşık yarısının deniz ve kum tatilini tercih ettiğini görmüştük. Bu bağlamda Şekil 10’da yer alan sonuçlar şaşırtıcı olmamaktadır.

Katılımcılara ne zamanlar tatil çıktıklarını sorulduğunda alınan cevapların %67,3’ünün yazın olduğu saptanmıştır. Deniz ve kum tatilini tercih eden bir kesimin tatil için tercih ettiği zamanın yaz mevsimi olması beklenmedik bir sonuç değildir. Bunun beraberinde katılımcıların büyük bir çoğunluğu çalışan kesimden olduğu için tatil zamanları olarak bayramları (%15,3) tercih etmesi de olağan bir sonuç olmaktadır.

Diğer oranlara baktığımızda ise arada bir hafta sonları diyenlerin oranı %12,9; kış mevsimi diyenlerin oranı ise %4,5 olarak elde edilmiştir.

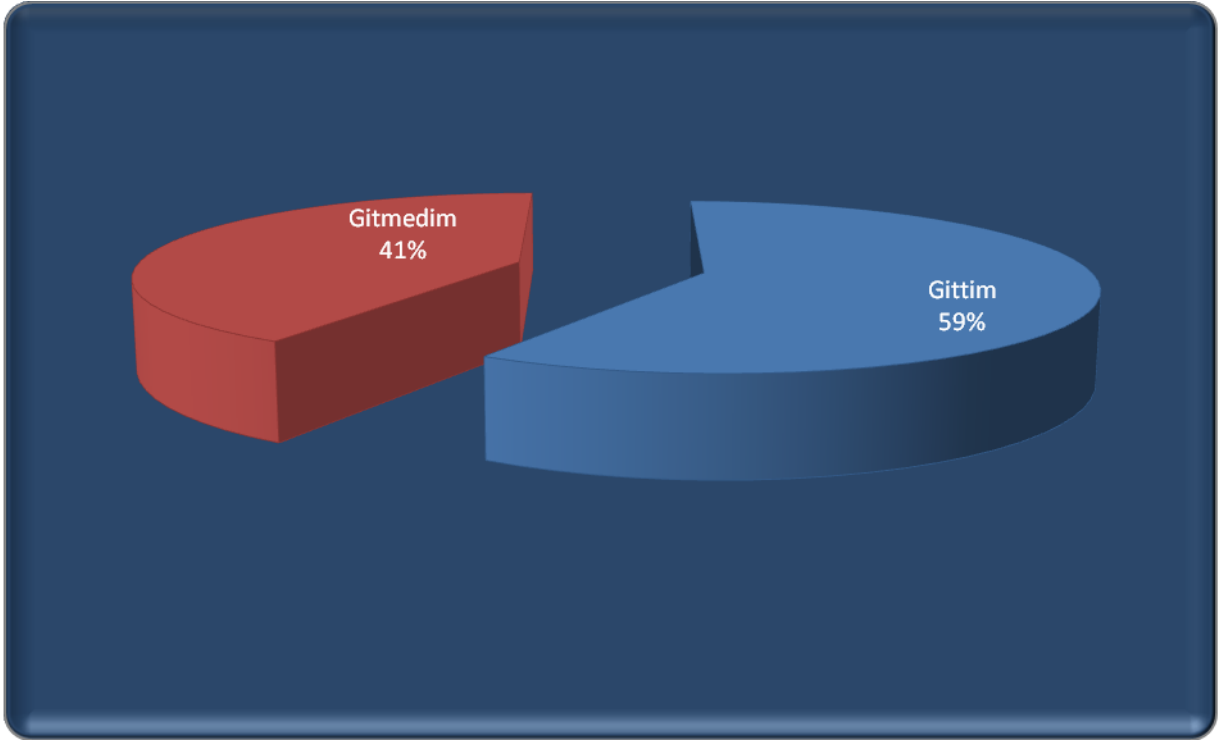


**Şekil 11. Tatilde Hangi Konaklama Tiplerini Tercih Ederler?**

Katılımcıların %35'i konaklama tipi olarak yazlık evi tercih ettiklerini belirtmiştir. Bu sonuç da son iki tablo sonuçlarıyla birbirlerini destekler niteliktedir. Yazlık evi %31,4 ile oteller izlemekte ve sözü edilen diğer sonuçlarla bağlantılı olduğu söylenebilmektedir.

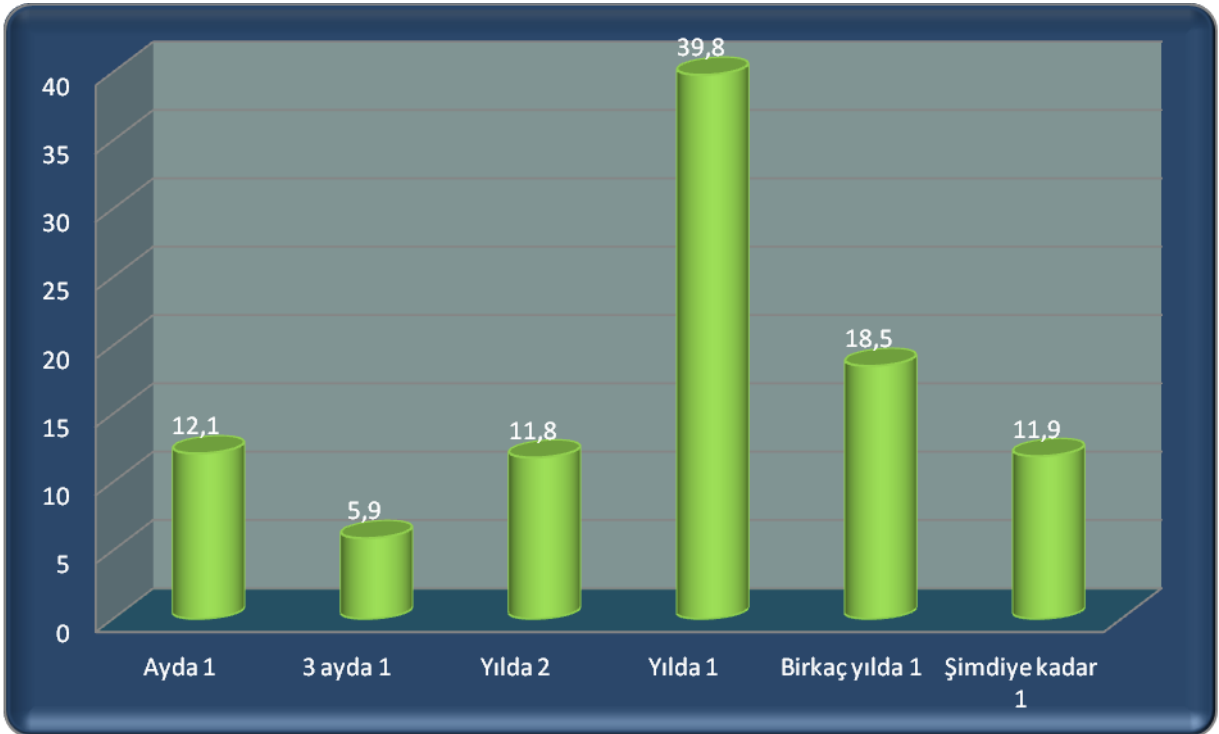
Katılımcıların tercih ettiği diğer konaklama tipleri ise %17,5 oranında pansiyon, %5,9 oranında tatil köyleri, %4 oranında butik otel, %3,7 oranında kamp ve çadır alanları ve %2,6 oranında çiftlik evleridir.





**Şekil 12. Trakya Bölgesi'ne Gitme Durumları**

İstanbul'daki katılımcılar arasında Trakya bölgesine daha önce gidip gitmedikleri sorulmuş ve katılımcıların %59'unun Trakya bölgesine gitmiş oldukları öğrenilmiştir. Katılımcıların %41'lik kesimi ise Trakya'ya hiç gitmediklerini belirtmiştir.

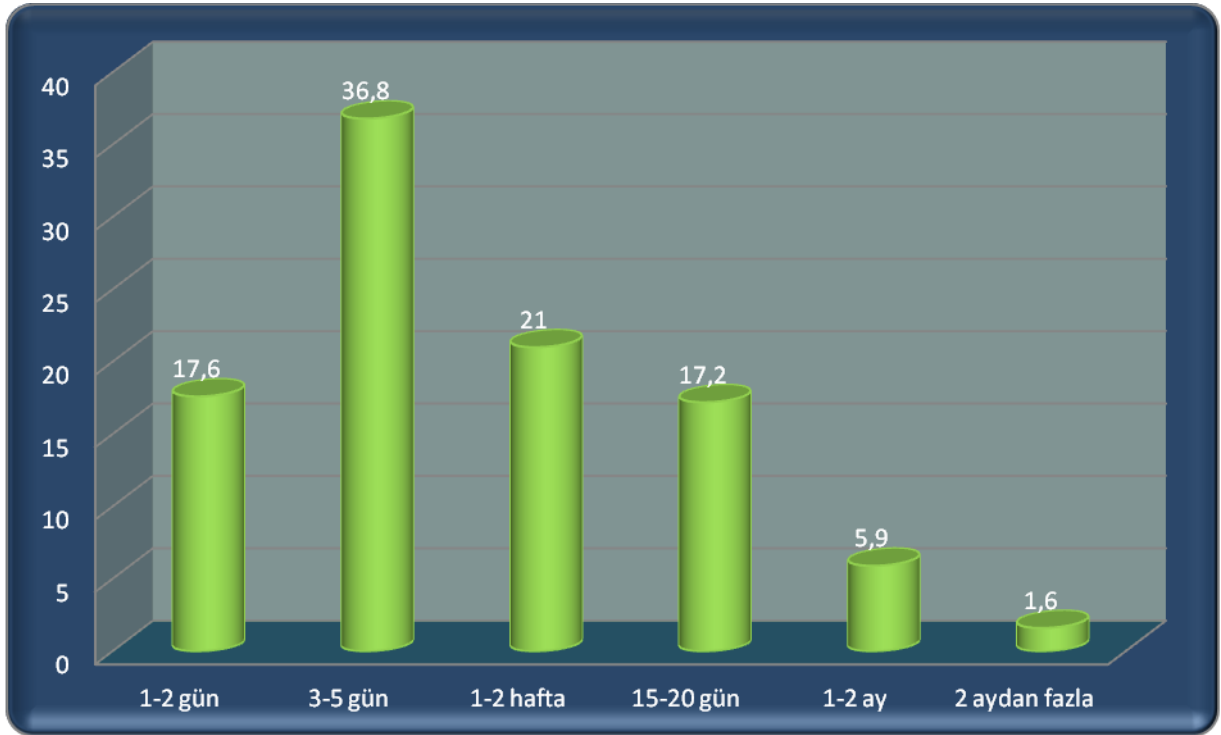


**Şekil 13. Turizm Amaçlı Trakya'ya Gitme Sıklıkları**

Araştırmaya katılan bireylerin yarısından fazlasının (%59) Trakya'ya gittiklerini bir önceki tablo sonuçlarında görmüştük. Katılımcıların ne kadar sıklıkla Trakya bölgesine gittiklerini sorduğumuzda ise sonuçların yılda bir ve daha az sıklığı içeren itemlerde yoğunlaştığını saptadık.

Katılımcıların %39,8 oranla çoğunluğunun yılda bir Trakya'ya gittikleri görülmüştür. Birkaç yılda bir gittiğini belirtenler %18,5 oranındadır. Şimdiye kadar bir kez gittiğini söyleyenlerin oranı ise %11,9'dur. Buna karşın katılımcıların sadece %12,1'i ayda bir Trakya'ya gittiğini belirtmiştir. Tabloda gözlenen en düşük oran (%5,9) ise üç ayda bir bölgeye gittiğini söylemiştir.

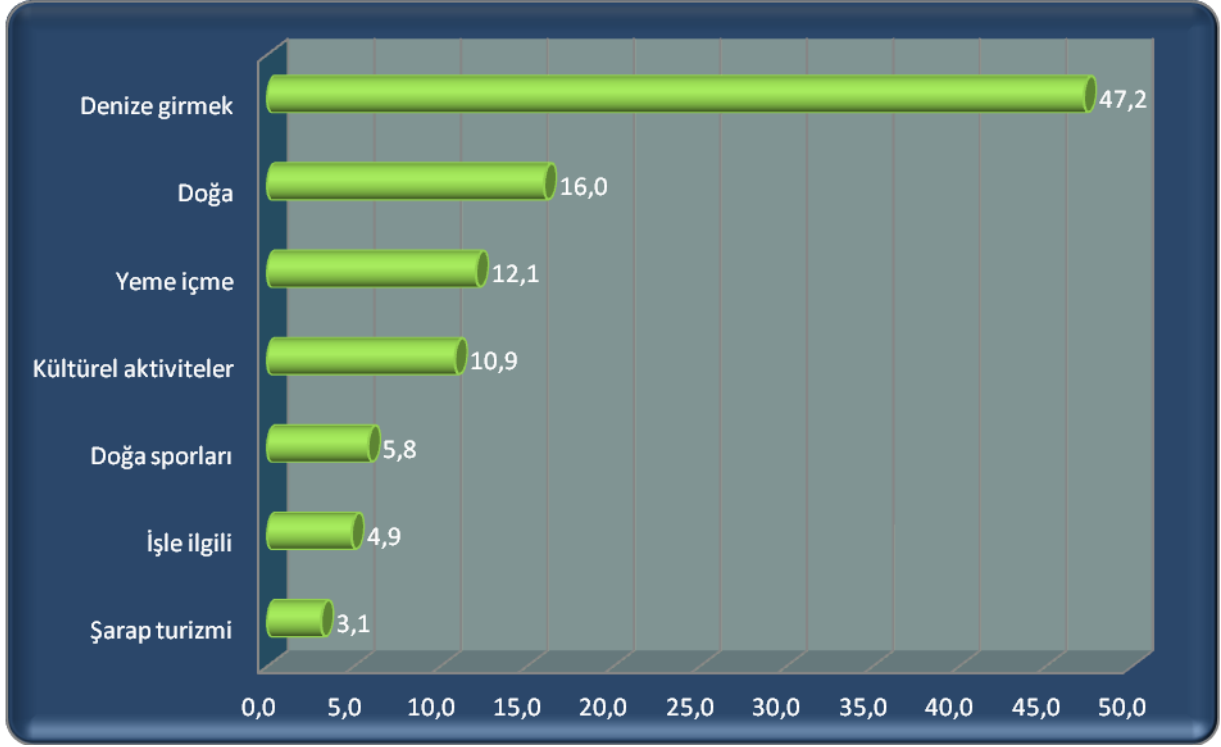
Bu bağlamda, sonuçlar çerçevesinde Trakya'ya gittiğini belirten katılımcıların gitme sıklıklarının az olduğu (yılda bir, birkaç yılda bir, şimdiye kadar bir) sonucuna varılmıştır.



Şekil 14. Turizm Amaçlı Trakya'ya Gidildiğinde Bölgede Kalış Süreleri

Turizm amaçlı olarak Trakya'ya giden katılımcıların kalış sürelerini ele aldığımızda ise yoğunluğun 3-5 gün kaldığını belirten grupta olduğu dikkat çekmektedir. Bireylerin %36,8'i turizm amaçlı gidişlerinde Trakya'da 3-5 gün kaldığını belirtmişlerdir. İkinci sırada %21 oranla 1-2 hafta kaldığını belirten katılımcı grup yer almaktadır. Diğer oranlar ise 1-2 gün kaldığını belirtenlerde %17,6, 15-20 gün kaldığını belirtenlerde %17,2, 1-2 ay kaldığını belirtenlerde %5,9 ve 2 aydan fazla kaldığını belirtenlerde %1,6'dır.

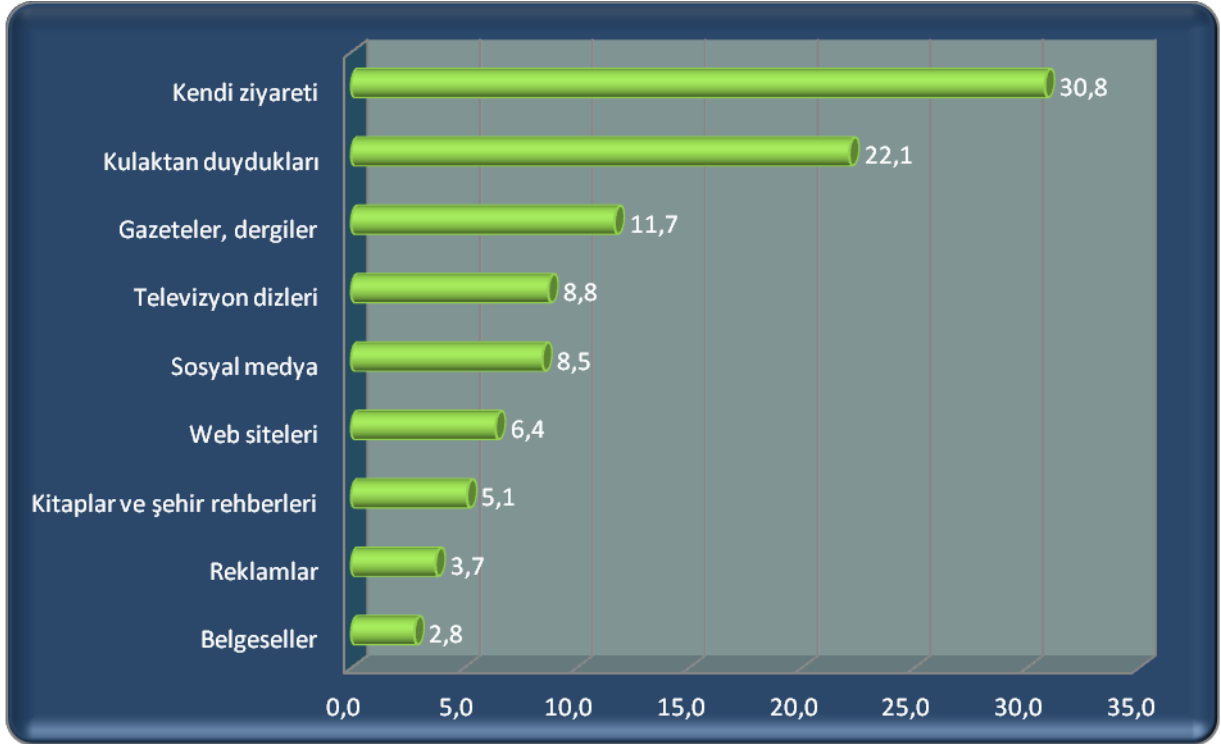
Daha önceki oranlarla birlikte ele aldığımızda bireylerin Trakya bölgesini turizm amacıyla seçme oranlarının düşük ve gittiklerinde kalma sürelerinin az olduğu dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, bölge turizminin yerli turist için çok ilgi çekici olduğunu söylemek mümkün değildir. Bu sebeple bölge turizmini geliştirmek amacıyla yapılabilecek her türlü çalışma ve proje büyük önem taşımaktadır.



**Şekil 15. Hangi Nedenlerle Trakya'yı Ziyaret Ederler?**

Trakya'yı ziyaret etme amacı olarak belirlediğimiz denize girmek, doğa, yeme-içme, kültürel aktiviteler, doğa sporları, iş ve şarap turizmi seçenekleri arasında katılımcıların %47,2 oranla yaklaşık yarısının “denize girmek” seçeneğini tercih ettiği sonucuna varılmıştır. İkinci sırada yer alan doğa seçeneğini %16’lık bir kesimin seçtiğini görmekteyiz. Diğerlerinin ise sırasıyla %12,1 ile yeme-içme, %10,9 ile kültürel aktiviteler, %5,8 ile doğa sporları, %4,9 ile iş ve %3,1 ile şarap turizmi olduğu belirlenmiştir.

Sonuçlara baktığımızda Trakya bölge turizminin tanıtımında çalışmalar yapılması gerektiği görülmektedir. Trakya bölgesi coğrafik ve kültürel özellikleri bakımından çeşitli doğal ve kültürel aktivitelere, doğa sporlarına imkan sağlayan bir bölgedir. Ayrıca dünyaca ünlü şarap markalarının da bu bölgemizden çıktığı bilinmektedir. Ancak bütün bu olanaklara karşın yerli turistlerin bile bu seçenekleri tercih etme oranlarının azlığı tanıtımın yetersizliğini ortaya koymaktadır.

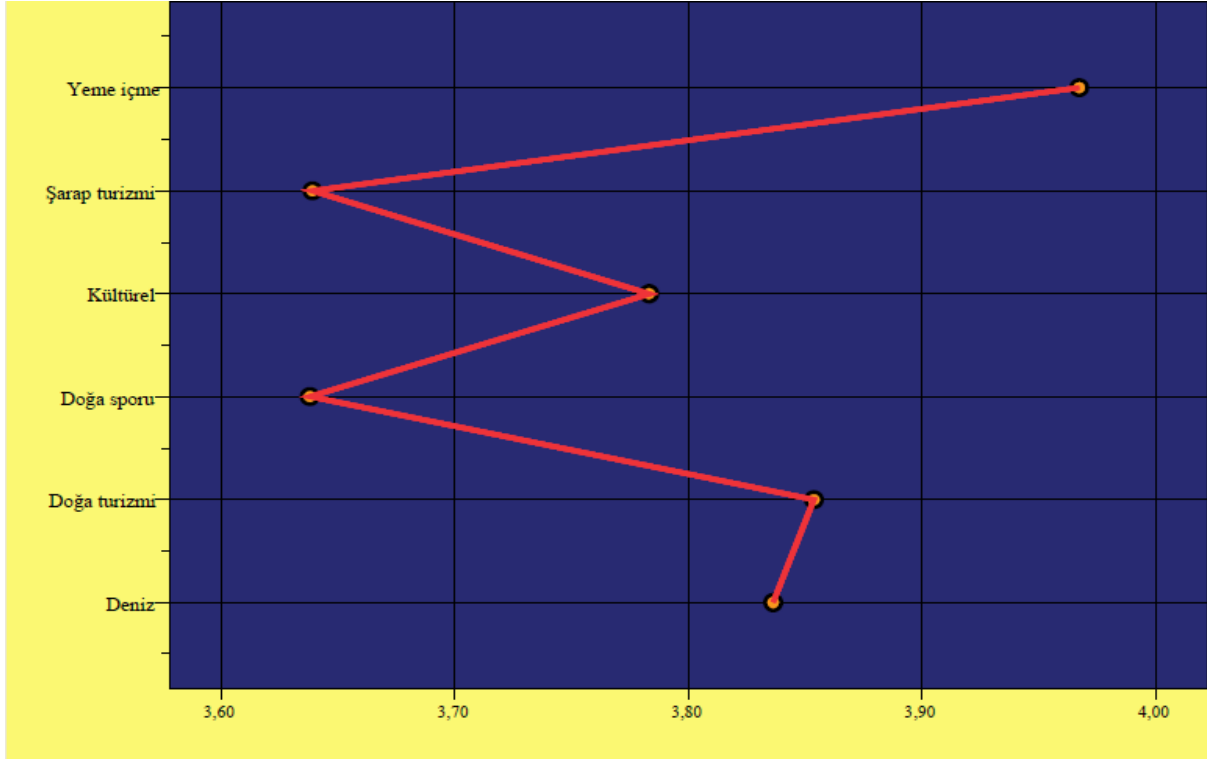


**Şekil 16.Trakya İle İlgili Hangi Kaynaklardan Bilgi Edinirler?**

Şekil 16’da yer verdiğimiz sonuçlar kapsamında Trakya bölgesinin turizm gelişimi için gerekli olan tanıtım kaynakları hakkında önemli bilgiler edinmekteyiz.

Katılımcıların %30,8’i kendi ziyaretleri sonucunda bölge hakkında bilgi edindiklerini belirtmişlerdir. Diğer bir deyişle buradan çıkacak sonuç katılımcıların herhangi bir yazılı ya da görsel kaynaktan faydalanmadığı; tesadüfi bir şekilde bölge hakkında bilgi sahibi olma fırsatı yakaladığıdır. Gazete ve dergi (%11,7), televizyon (%8,8), sosyal medya (%8,5), kitap ve şehir rehberleri (%5,1), reklamlar (%3,7) ve belgeselle (%2,8) gibi yazılı ve görsel kaynaklardan faydalananların oranlarının önemli derecede düşük olduğunu görmekteyiz. Bu sonuçlar daha önceki tablolardan çıkan sonuçlarla paralellik göstermekte ve bölge turizminin tanıtımı noktasında çalışmalar yapılması gerektiğine dikkat çekmektedir.

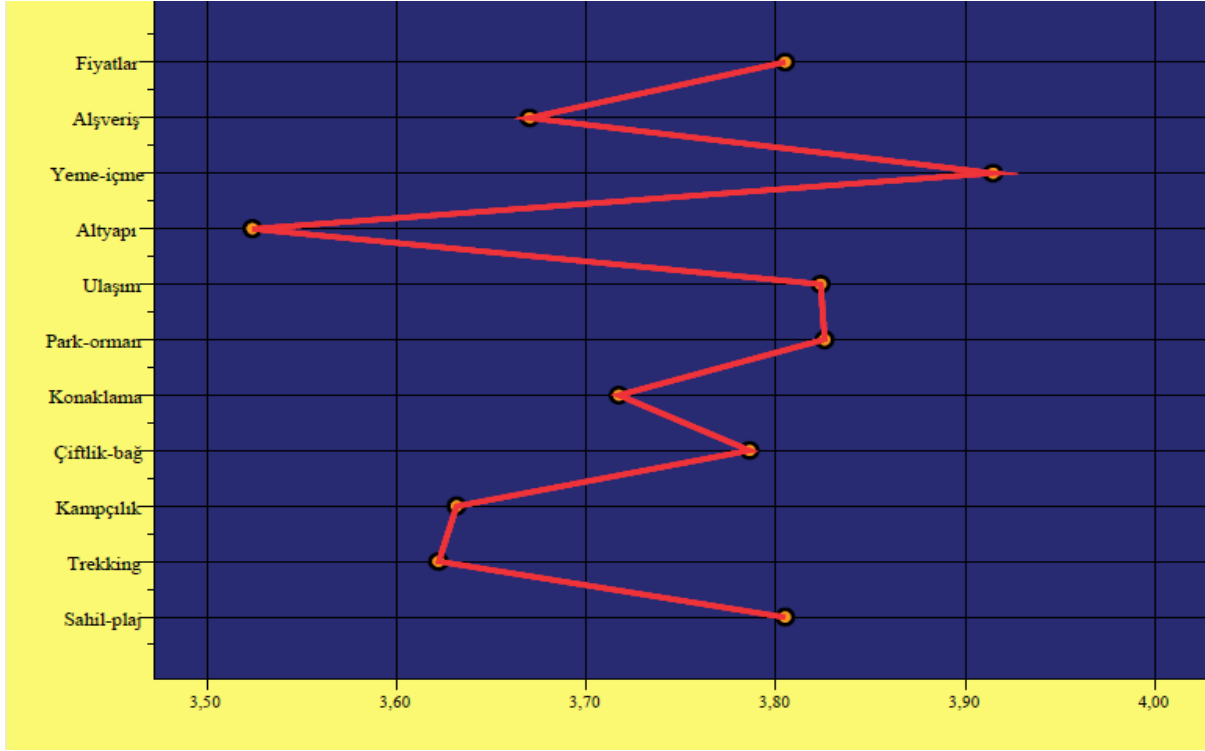
Bireylerin çoğunluğu bölge hakkında sınırlı bilgiye sahip ve bu bilgiler kendi deneyimleri sonucu ede edenlerin oranları diğerlerine göre daha yüksek. Turizm için bölgeyi tercih edenlerin sayısı az ve bu azınlık grubun tercih sebebi de deniz turizmidir. Bu durum da bütün bu sonuçlara ve tanıtım konusundaki yetersizliğe bir kez daha değinmektedir.



**Şekil 17. Trakya Bölgesi'nin Belirli Aktiviteler Yönünden Değerlendirilmesi**

Katılımcı bireylerin bölgede gerçekleştirilen aktivitelere yönelik tercihlerine baktığımızda ise yeme-içmeye katılımın diğer aktivitelere göre daha yüksek olduğunu görmekteyiz. Kültürel, doğa turizmi ve deniz aktivitelerinde ise çoğunluğun kararsız kaldığı görülmektedir. Ancak yamaç paraşütü, doğa yürüyüşleri, kamp ve benzeri doğa sporlarına olanak tanıyan ve ünlü şaraplara sahip bir bölge olan Trakya'nın bu aktiviteler çerçevesinde pek tercih edilmediği de göze çarpmaktadır.

Diğer bir dikkat çekici sonuç ise bireylerin çoğunluğu deniz turizmi için bölgeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Buna karşın aktiviteler açısından yapılan değerlendirmede "deniz" seçeneğinde kararsız kalanların oranları daha yüksektir.

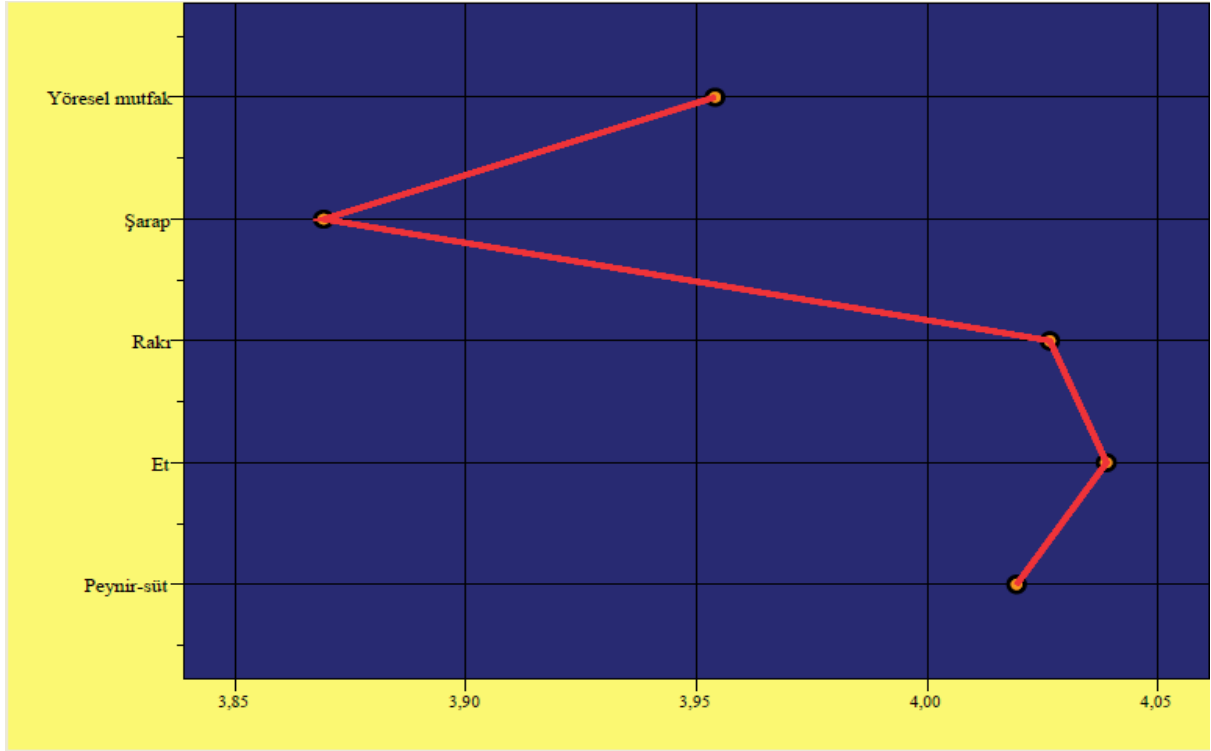


**Şekil 18. Trakya Bölgesi'nin Genel Turizm İmkanlarının Değerlendirilmesi**

Trakya bölgesinin turizm imkanlarının değerlendirme oranlarını ele aldığımızda katılımcıların yeme-içme olanaklarına öncelik verdiği dikkat çekmektedir. Yeme-içmenin sonrasında fiyatlar, ulaşım, park-orman, çiftlik-bağ ve sahil-plaj imkanları konusunda olumlu yaklaşım sergiledikleri gözlenmektedir.

Alışveriş, konaklama, kampçılık, trekking imkanlarına ise diğerlerine göre daha az olumlu baktıkları saptanmıştır. Özellikle altyapı imkanlarından memnun olmadıkları söylenebilmektedir.

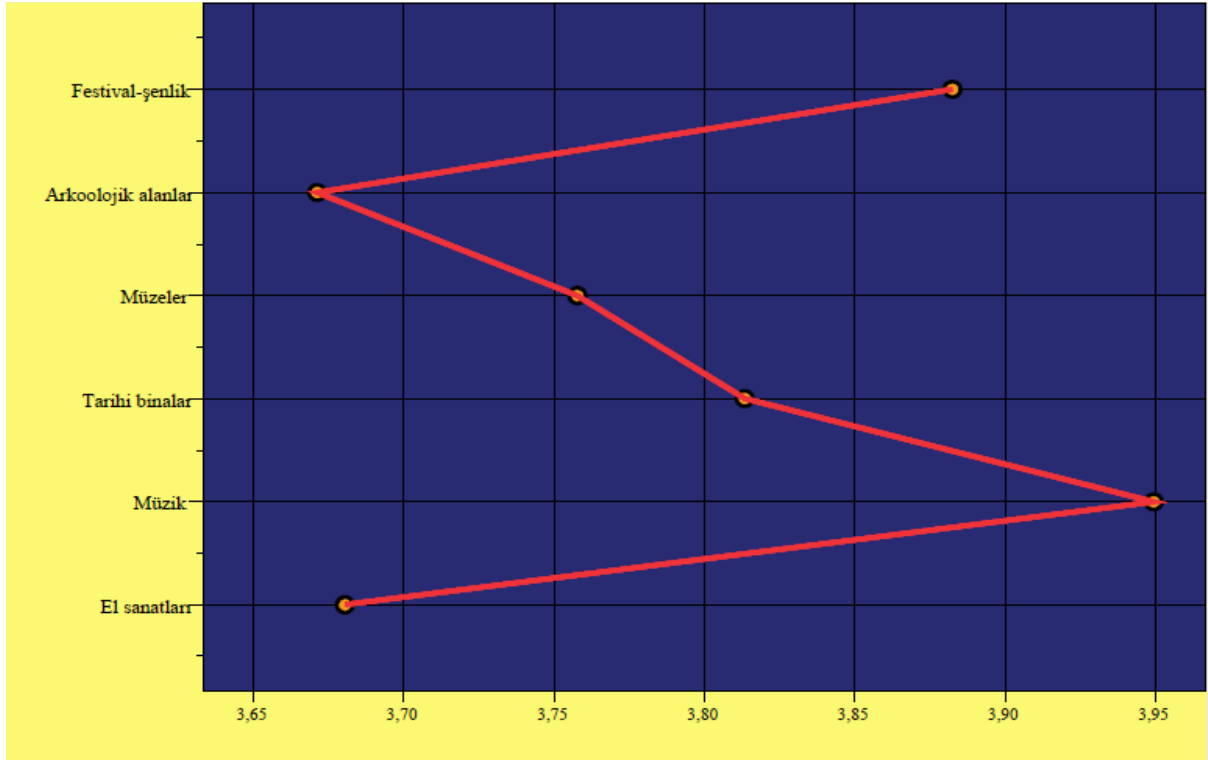
Bu bağlamda katılımcıların olumluluk düzeylerinin daha düşük olduğu alanlarda tanıtımın yanı sıra iyileştirme ve geliştirme çalışmalarının yapılması önemli görülmektedir.



**Şekil 19. Trakya Bölgesi'nin Yöresel Mutfak Özelliklerinin Değerlendirilmesi**

Katılımcılardan Trakya bölgesinin yöresel mutfak özelliklerini değerlendirmelerini istediğimizde rakı, et ve peynir-sütün daha çok tercih edildiği sonucuna vardık. Bu üç grubun sonrasında ise yöresel mutfak tercih edilmektedir. Ancak şarabın en az tercih edilmesi bölge imkanları bakımından şaşırtıcı bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Şarap turizmine imkan veren bir bölge olmasına karşılık bölgenin bu yönde tanınmamış olduğu sonucuna varabilmekteyiz.

Katılımcılardan Trakya bölgesinin yöresel mutfak özelliklerini değerlendirmelerini istediğimizde rakı, et ve peynir-sütün daha çok tercih edildiği sonucuna vardık. Bu üç grubun sonrasında ise yöresel mutfak tercih edilmektedir. Ancak şarabın en az tercih edilmesi bölge imkanları bakımından şaşırtıcı bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Şarap turizmine imkan veren bir bölge olmasına karşılık bölgenin bu yönde tanınmamış olduğu sonucuna varabilmekteyiz.

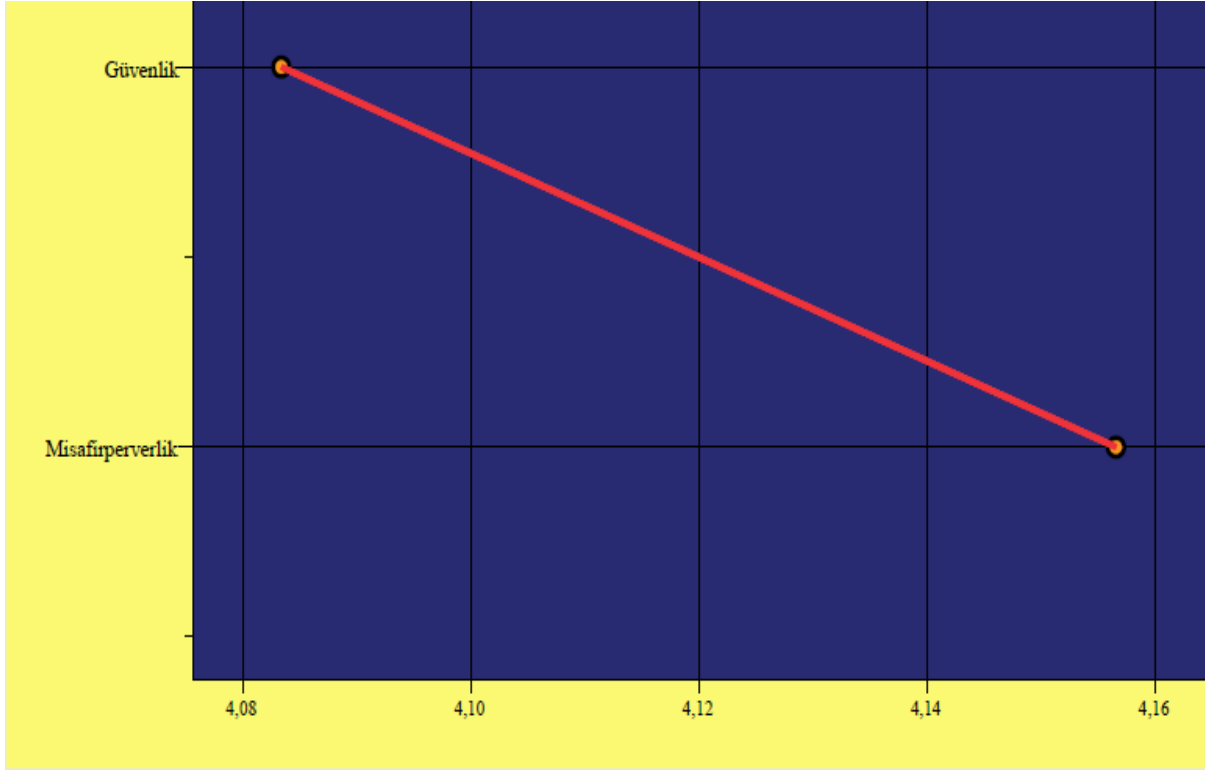


Şekil 20. Trakya Bölgesi'nin Tarihi Kültür Özellikleri'nin Değerlendirilmesi

Şekil 20'de bölgenin tarihi ve kültürel özelliklerinin katılımcılar tarafından yapılan değerlendirme sonuçları yer almaktadır. Seçenekler arasından en çok katılım gösterilenlerin müzik ve festival-şenlik olduğu sonucuna varılmıştır. Böylece, son yıllarda balkan müziklerine ve festivallere yönelik yapılan tanıtımların verimlilik gösterdiği söylenebilir.

Seçenekler arasından en az katılım gösterilenler ise el sanatları ve arkeolojik alanlardır. Yukarıda belirtilen avantajın yoksunluğu bölgenin bu iki özelliği için dezavantaj arz etmektedir. Bölgede birçok arkeolojik alan ve kendine özgü çeşitli el sanatları mevcuttur. Ancak eksik olan turistik tanıtımın bireylerin bu alanlardaki katılım azlığını etkilediğini düşündürmektedir. Benzer durumun müzeler ve tarihi binalar için de söz konusu olduğu görülmekte ve bireyler tarafından bu alanlarda kararsız kaldığı belirtilmektedir.

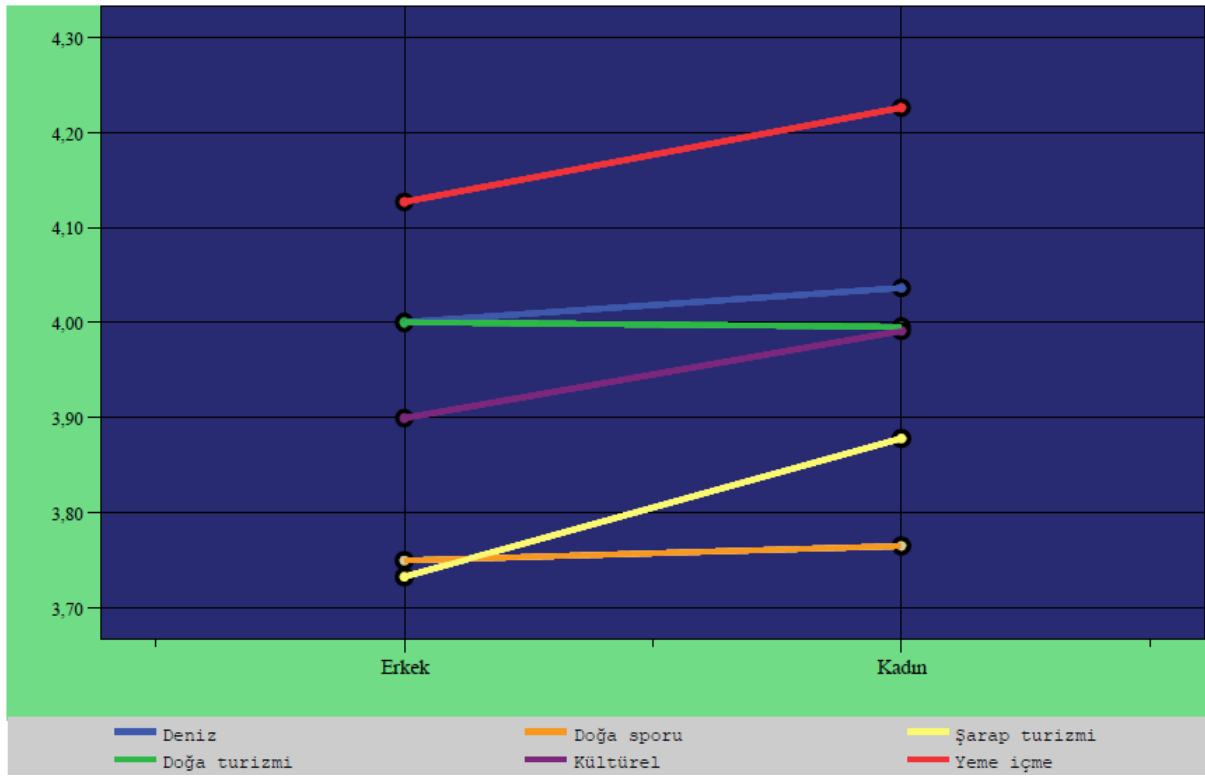




**Şekil 21. Trakya Bölgesi'nin Güvenlik-Sosyal Hayat Özelliklerinin Değerlendirilmesi**

Bölgenin güvenlik ve sosyal hayat özelliklerini değerlendirdiğimizde güvenlik ve misafirperverlik olmak üzere her iki özelliğe de gösterilen tepkilerin olumlu olduğunu görmekteyiz. Ancak, bireylerin çoğunun da misafirperverlik seçeneğini tercih etmiş olması ayrıca dikkat çekmektedir.

#### 4.4.3. Demografik Özelliklere Göre Çapraz Değerlendirmeler

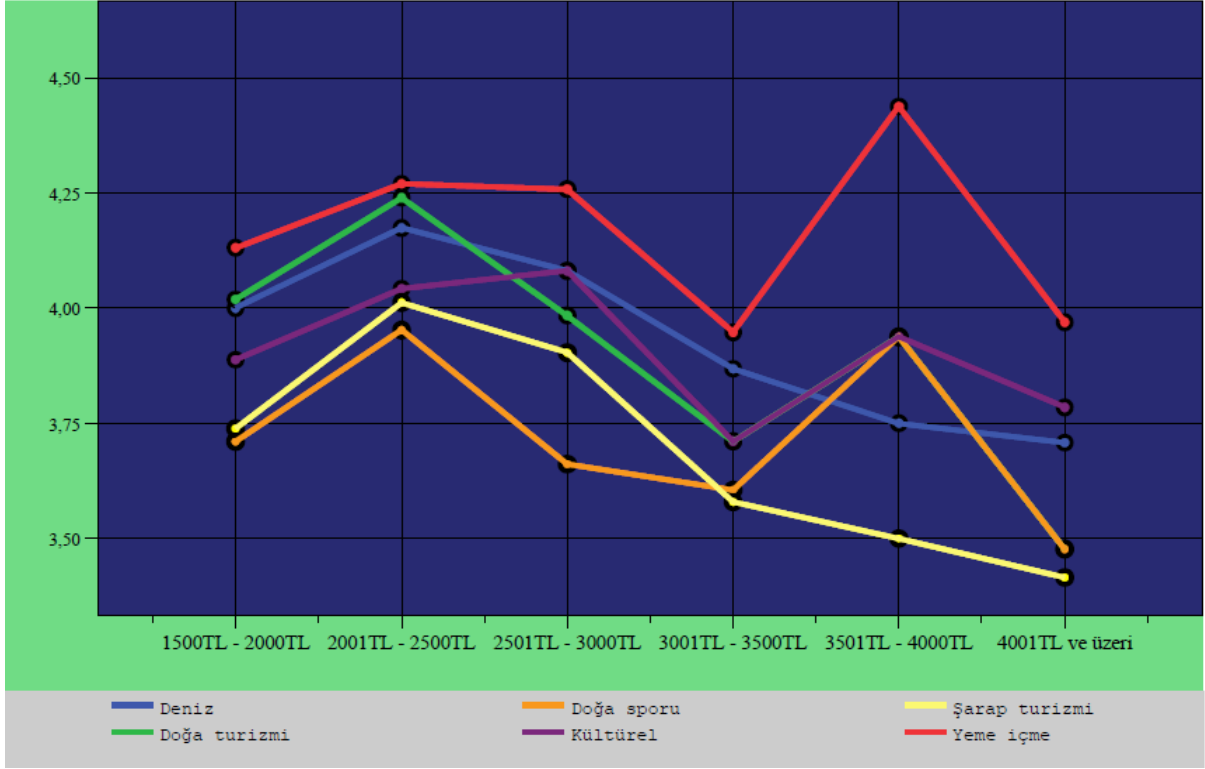


**Şekil 22. Trakya Bölgesi'nin Turizm Aktivitelerinin Cinsiyete Göre Önerilme Dereceleri**

Bölgeye özgü turizm aktivitelerinin cinsiyetlere göre önerilme derecelerini ele aldığımızda kadınlarda daha yüksek olduğu gözlenmiştir de her iki cinsiyet grubu tarafından en çok tercih edilen aktivitenin yeme-içme olduğu dikkat çekmektedir. Diğer önerilme oranları yüksek olan aktiviteler ise doğa turizmi ve deniz olarak karşımıza çıkmaktadır. Doğa turizmi her iki grup tarafından eşit önerilme derecesine sahipken, deniz için kadınlara ait oranın erkeklere göre daha yüksek olduğunu görmekteyiz.

Diğerlerine göre en az önerilme derecesine sahip aktiviteler ise doğa sporu ve şarap turizmi olmaktadır. Ancak şarap turizmine ait önerilme oranı yine kadınlarda erkeklere göre daha yüksektir. Genel olarak baktığımızda ise iki aktiviteye ilişkin oranlar önceki tablo sonuçlarıyla paralellik göstermektedir.

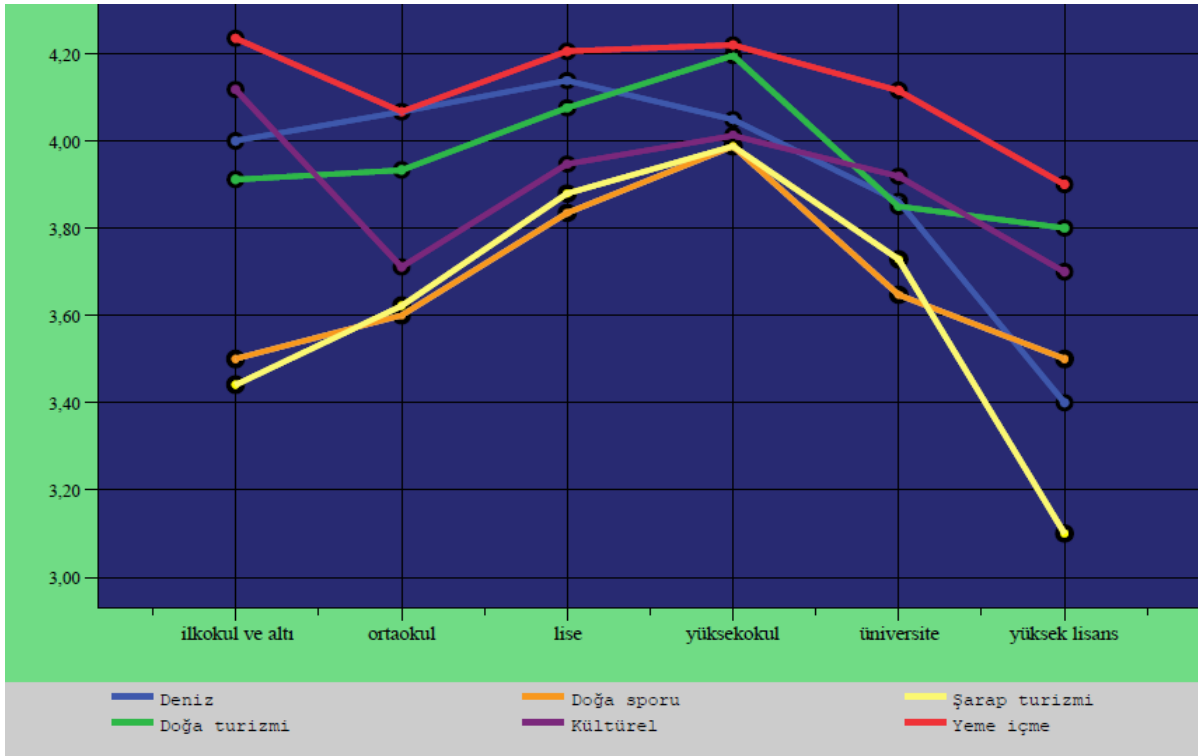
Kültürel aktiviteler de yine iki grup için yaklaşık oranlarda önerilmiş, ancak diğerlerine göre orta derecelerde yer almıştır. Ayrıca erkeklerin kültürel aktiviteleri kadınlara göre daha az önerdiği gözlenmiştir.



**Şekil 23. Trakya Bölgesi'nin Turizm Aktivitelerinin Gelir Durumuna Göre Önerilme Dereceleri**

Tablodaki dalgalanmalara baktığımızda 3001-3500 TL gelir grubunun altındaki gruplarda değerlendirmeye alınan bütün turizm aktivitelerinin önerilme derecelerinin diğer gruplara göre yüksek olduğunu görmekteyiz. Ancak belirtilen alt gelir gruplarının kendi aralarında da derece sapmaları olduğu göz önünde bulundurulmalıdır.

Bunun beraberinde doğa sporu ve yeme-içme aktivitelerinin en yüksek önerilme derecesine sahip olduğu grubun 3501-4000 TL gelir grubu olduğu dikkat çekmektedir. Şarap turizmi, deniz ve doğa turizmi için bakıldığında ise en yüksek önerilme derecelerinin 2001-2500 TL gelir grubunda olduğu görülmektedir. Kültürel aktivitelerdeki en yüksek önerilme derecesi 2501-3000 TL geliri olduğunu belirten gruptadır.

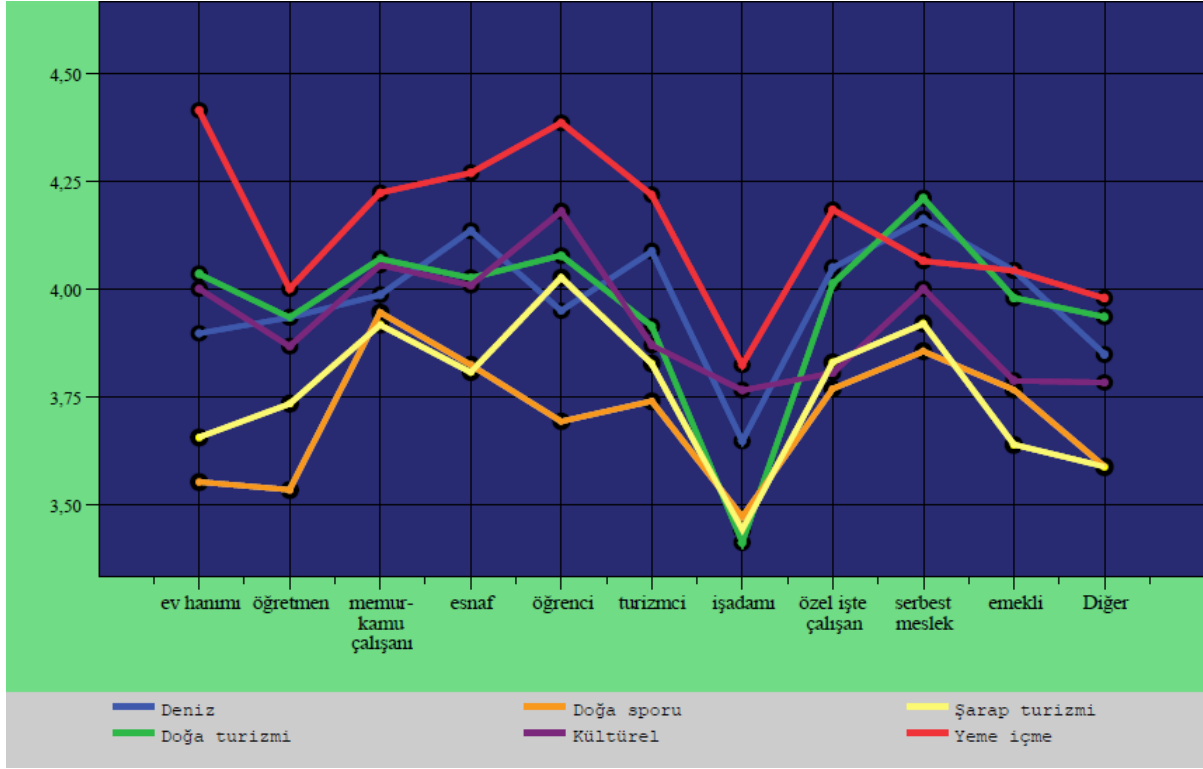


**Şekil 24. Trakya Bölgesi'nin Turizm Aktivitelerinin Eğitim Düzeyine Göre Önerilme Dereceleri**

Eğitim düzeyleri açısından değerlendirdiğimizde eğitim düzeyleri ne olursa olsun turizm aktivitelerinin tümünde önerilme derecelerinin yüksek olduğunu görmekteyiz. Ancak bazı mezuniyet gruplarında diğerlerine oranlar düşmeler görülmektedir.

Örneğin; şarap turizmi genel olarak bütün gruplarca önerilse de en yüksek önerilme derecesi yüksekokul mezunlarında; en düşük önerilme derecesi de yüksek lisans mezunlarında görülmektedir. Her iki grup arasındaki derece farkının fazlalığı da ayrıca dikkat çeken bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca yüksek lisans grubunda benzer derece azalmaları deniz, doğa sporu, kültürel aktiviteler, doğa turizmi ve yeme-içme aktiviteleri için de görülmektedir.

Bu bağlamda eğitim seviyesindeki artışla beraber bireylerin turizm bölgelerinden olan beklentilerinin arttığı ve diğer gruplar için yeterlilik arz eden aktivitelerin eğitim seviyesi yüksek olan bireylerce yetersiz görülebildiği söylenebilir.

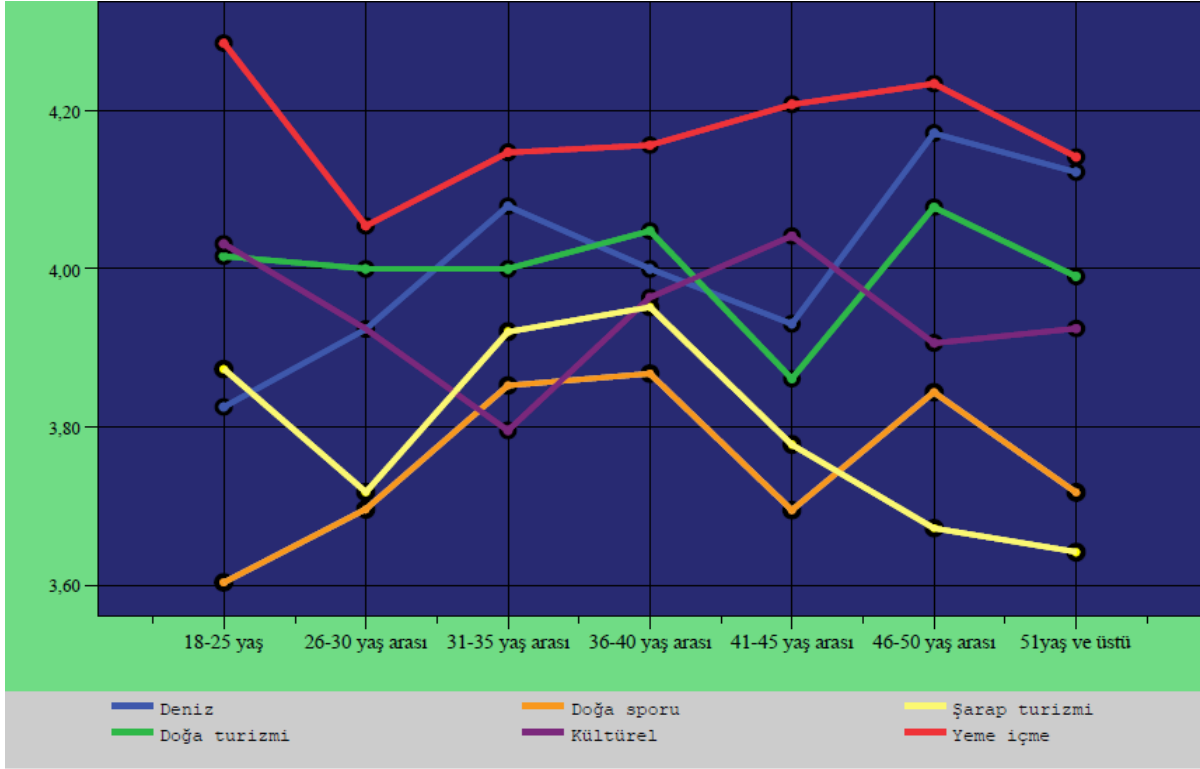


**Şekil 25. Trakya Bölgesi'nin Turizm Aktivitelerinin Mesleklere Göre Önerilme Dereceleri**

Aktivite önerilme dereceleri meslek gruplarına göre kayda değer sapmalar görülmektedir. Her bir aktivite için her bir meslek grubunun derecelendirme düzeyi çeşitlilik göstermiştir. Ancak iş adamı grubundaki sonuçlar diğerlerine göre daha dikkat çekici bulunmuştur.

İş adamı grubundaki bireylerin kültürel aktivite haricindeki diğer tüm aktiviteler için diğer gruplara oranla öneri düzeylerini düşük tuttuğu görülmektedir. Ayrıca tam olarak örtüşmese de benzer düşüş oranları ev hanımı ve öğretmen grubunda da karşımıza çıkmaktadır.

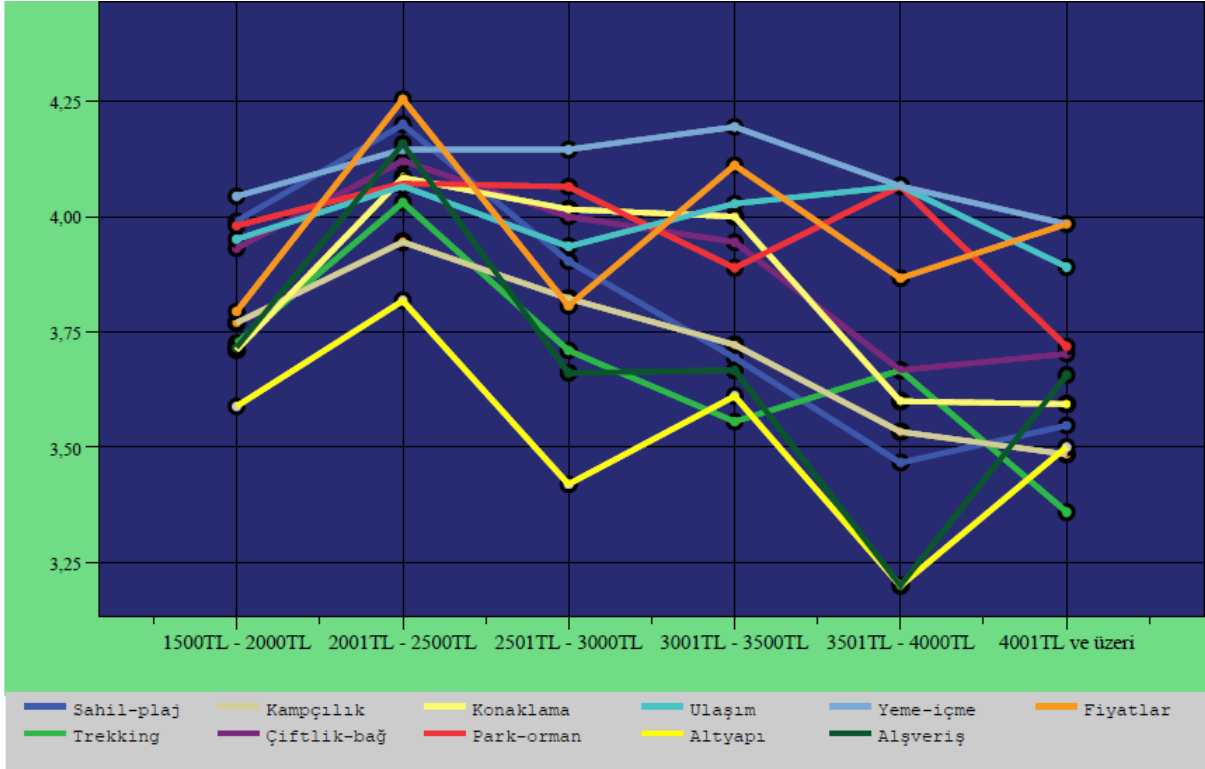
Diğer meslek gruplarının ise hemen hemen bütün aktiviteler için öneri düzeylerini yüksek tuttuğu görülmektedir.



**Şekil 26. Trakya Bölgesi'nin Turizm Aktivitelerinin Yaşa Göre Önerilme Dereceleri**

Yaş değişkeni açısından bakıldığında 18-25 yaş, 41-45 yaş ve 51 yaş ve üzeri grubundakilerin benzer öneri derecelerini sergilemeleri; diğer gruplara göre daha düşük derecelendirmeler de bulunmaları dikkat çekicidir.

Belirtilen gruplar arasından sadece 18-25 yaş grubundaki bireylerin şarap turizmi, kültürel aktiviteler ve yeme-içme alanlarında yüksek düzey derecelendirme yaptıkları görülmekte ve yukarıda belirtilen genellenmeyi bu noktada etkilemektedir. Ancak yine de bu üç yaş grubuna ait ortak algısal özelliklerin göz önünde bulundurulması – hatta belirlenmesi- ve buna yönelik çalışmalarla öneri derecelerinin artırılmasının sağlanması genel popülasyon açısından önemli görülmektedir.

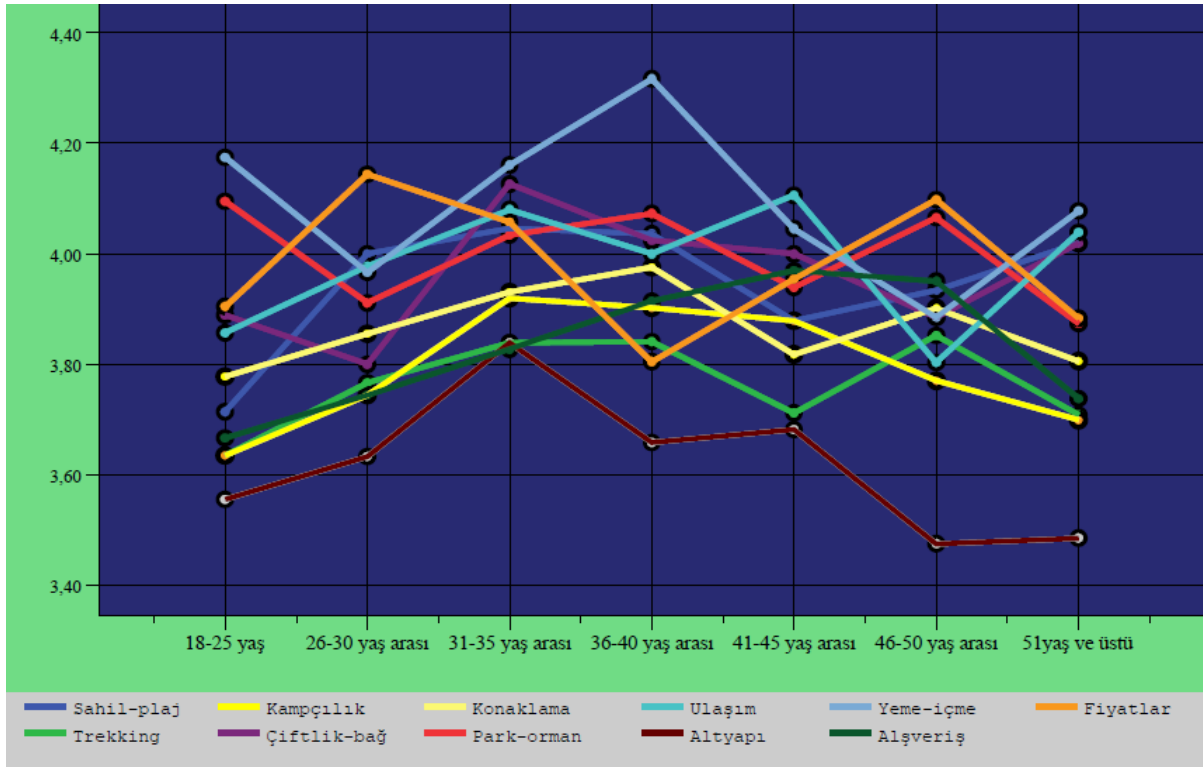


**Şekil 27.Trakya Bölgesinin Doğal -Turizm –Genel Gelir Düzeyine Göre Değerlendirilmesi**

Ele alınan seçenekler arasında altyapı seçeneğinin genel olarak katılımcılar tarafından diğer seçeneklere oranla daha düşük düzey derecelerde değerlendirildiği görülmektedir. Ancak 2001-2500 TL gelir grubundakiler tarafından yapılan değerlendirme sonucu bu seçeneğe ilişkin yorumları daha olumlu hale getirmiştir.

Altyapı seçeneğine dair diğer gelir gruplarına göre en olumsuz düşünen grubun ise 3501-4000 TL gelir grubu olduğu sonucuna varılmıştır. Aynı gelir grubundaki bireylerin benzer olarak alışveriş seçeneğine de nispeten daha olumsuz baktığı görülmüştür. Belirtilen grupta olduğu kadar düşük derecelendirmeler söz konusu olmasa da 4001 TL ve üzeri gelir grubunda olan bireylerin bütün seçenekler için diğer gruplara oranla daha düşük derecelendirmeler de bulunmuş olması ayrıca ilgi çekmektedir. Ancak her iki grubu birlikte göz önünde bulundurduğumuzda gelir seviyesindeki artışın beklentileri de arttırdığı, tatmin eşiklerinin yükseldiği ve bu sebeple diğer gruplara göre daha olumsuz yaklaşabildiği sonucuna varılabilmektedir.

Yeme-içme seçeneğine baktığımızda ise gruplar tarafından en istikrarlı ele alınan seçenek olduğu dikkatimizi çekmiştir. Hemen hemen bütün grupların bu seçeneğe dair yaptıkları derecelendirme düzeyleri yüksek bulunmuştur.



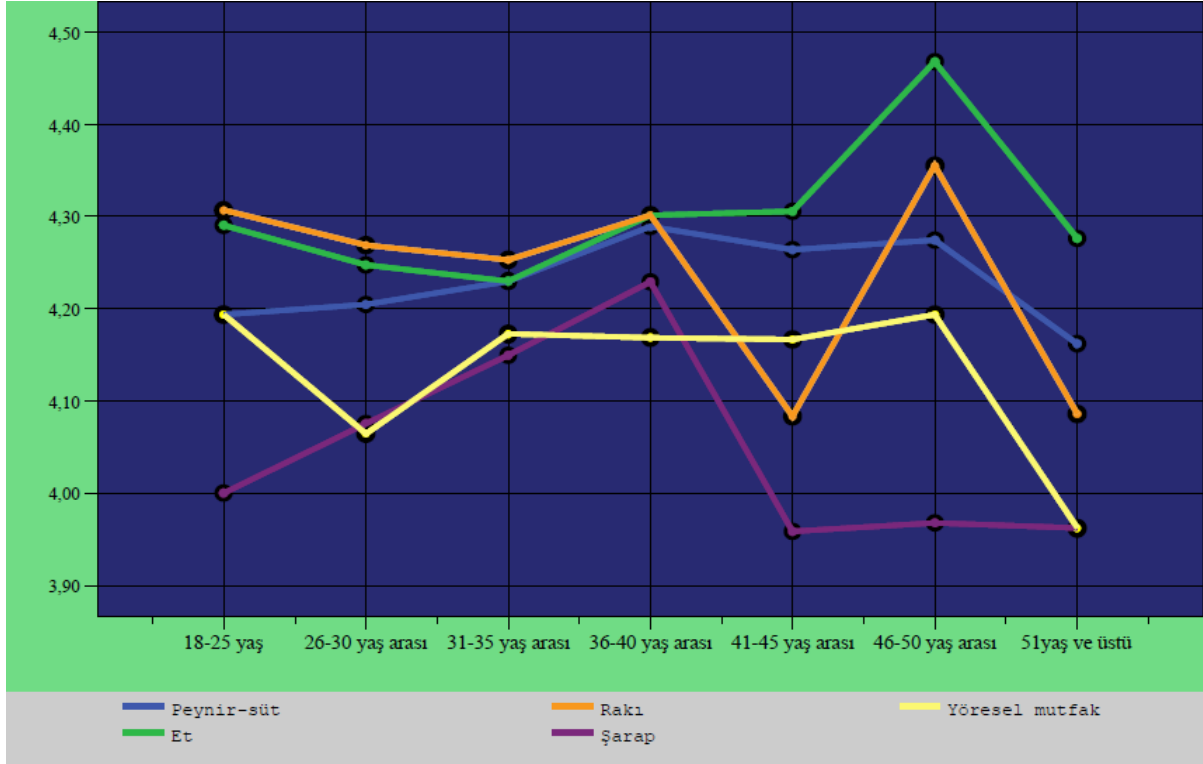
**Şekil 28. Trakya Bölgesinin Doğal -Turizm –Genel Yaşa Göre Değerlendirilmesi**

Yaş kriterini göz önünde bulundurduğumuzda genel olarak 36-40 yaş grubundaki bireylerin seçeneklere dair daha olumlu yaklaştıklarını görmekteyiz. Özellikle yeme-içme konusunda verdikleri cevaplar diğer gruplardaki bireylerin derecelendirmelerine göre daha yüksek bulunmuştur.

Katılımcılardaki en genç (18-25 yaş) ve en yaşlı (51 yaş ve üstü) grupları karşılaştırdığımızda ise hemen hemen bütün seçeneklerde genç olan grubun diğer gruba oranla daha olumlu yaklaşım gösterdikleri dikkat çekmiştir.

Seçenekler bazında ele aldığımızda ise park-orman, konaklama, kampçılık, sahil-plaj seçeneklerine olan yaklaşım hemen hemen bütün gruplarca olumlu olmuştur.



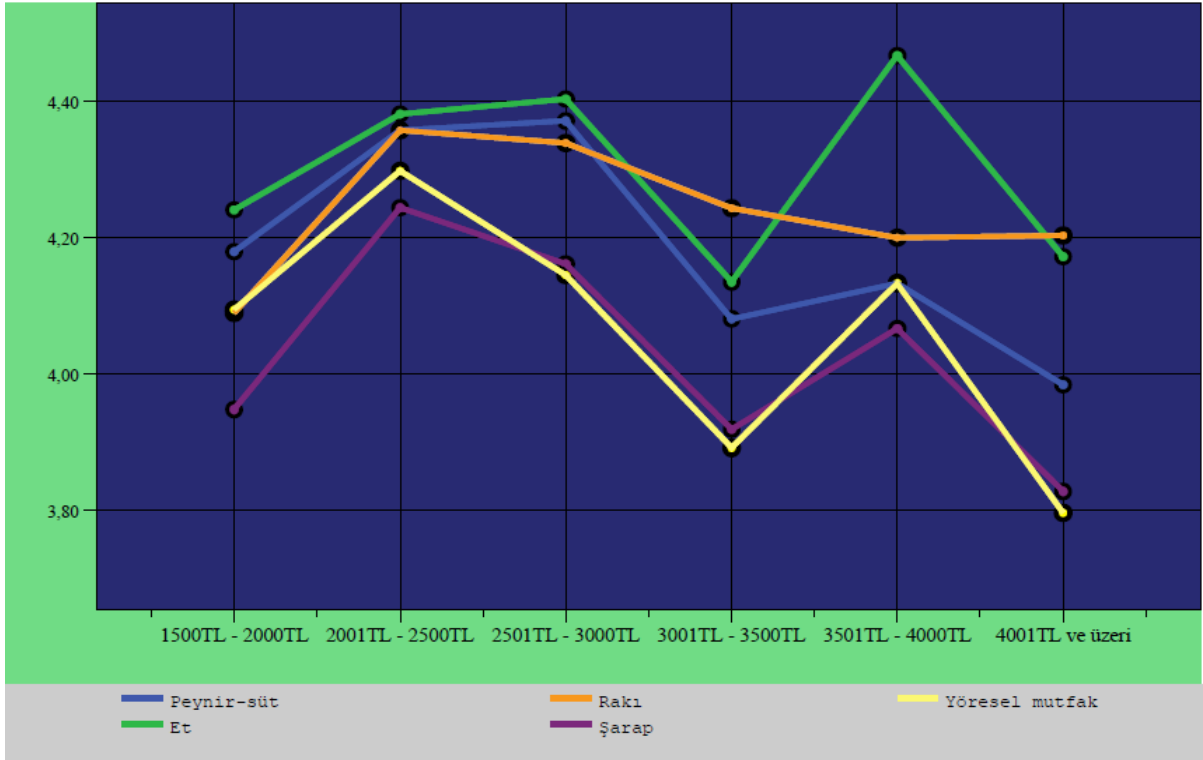


**Şekil 29. Trakya Bölgesi'nin Yöresel Mutfak Özelliklerinin Yaşa Göre Değerlendirilmesi**

Trakya bölgesinin yerel mutfak özelliklerini ele alırken peynir-süt, et, rakı, şarap ve yöresel mutfak seçeneklerine yer verdik. Bu seçeneklere yönelik yapılan derecelendirmelerde yaş kriterinin etkisine baktığımızda 36-40 yaş sonrasında ortaya çıkan değişiklikler dikkatimizi çekti.

Bütün seçenekler için 36-40 yaş grubu orta derecelerde yaklaşım sergilemişken yöresel mutfak ve et seçenekleri haricindeki oranların 41-45 yaş grubunda düşüş gösterdiğini; şarap dışındaki diğer oranlar için ise 46-50 yaş grubunda ciddi bir yükselme gösterdiği görülmektedir. 51 yaş ve üstü grupta ise oranlar bir önceki yaş grubuyla karşılaştırıldığında kayda değer düşüşler göstermektedir.

36-40 yaş öncesi yaş gruplarında ise en keskin değişiklikler yöresel mutfak ve şarap seçenekleri için olmuştur. 31-35 yaş grubunda eş değerlere rastlanırken 26-30 yaş grubundakilerin daha düşük değerler verdiği görülmüştür. 18-25 yaş grubu ise bir önceki yaş grubuna göre yöresel mutfağa daha yüksek değerler, şarap seçeneğine ise daha düşük değerler vermiştir.

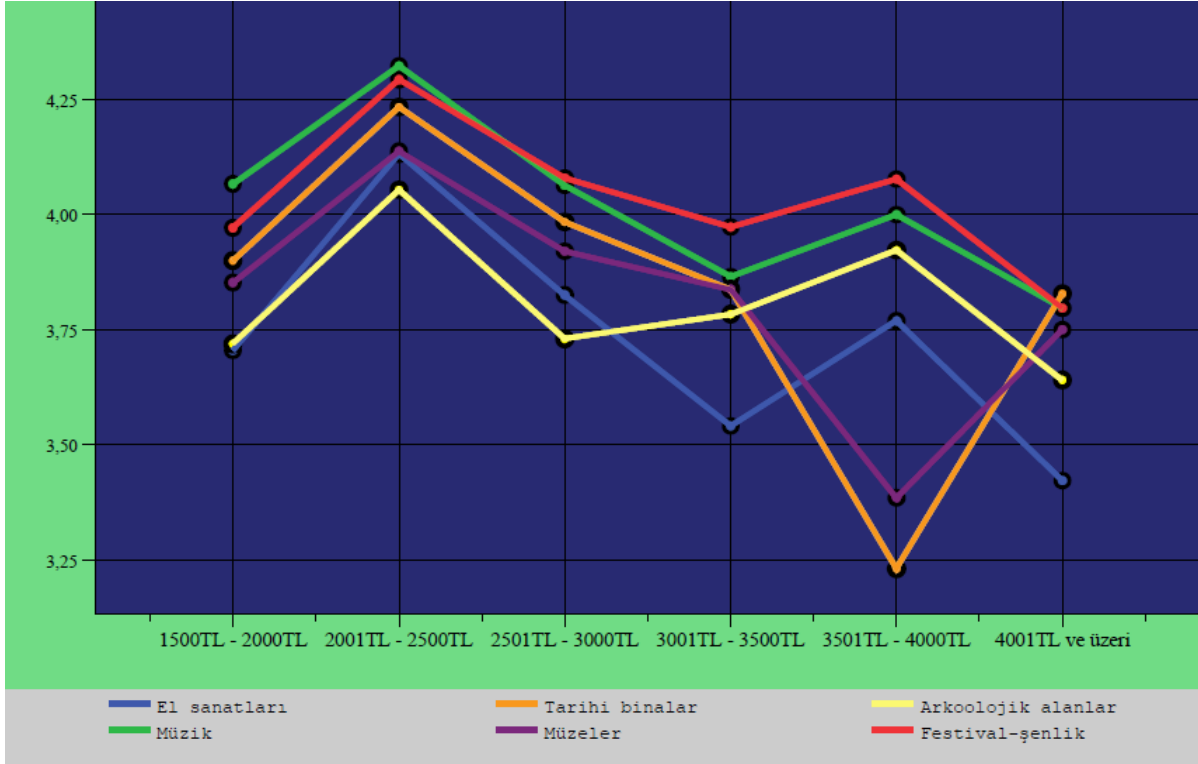


**Şekil 30. Trakya Bölgesi'nin Yöresel Mutfak Özelliklerinin Gelir Düzeyine Göre Değerlendirilmesi**

Gelir düzeyleri açısından bakıldığında 1500-2000 TL, 3001-3500 TL ve 4001 TL ve üstü gelir beyan eden bireyler haricinde diğer gruplardaki bireylerin seçeneklere yönelik daha olumlu yaklaşımlar sergilemiş oldukları görülmektedir.

2001-2500 TL ve 3501-4000 TL geliri olduğunu ifade eden bireylerin ise bütün seçenekler için en yüksek dereceye sahip gruplar olduğu dikkat çekmektedir.

Ancak oranlardaki değişimin gelir düzeyindeki artış ve azalışla betimlenemeyecek derecede değişken bulunduğu ifade edilebilir.

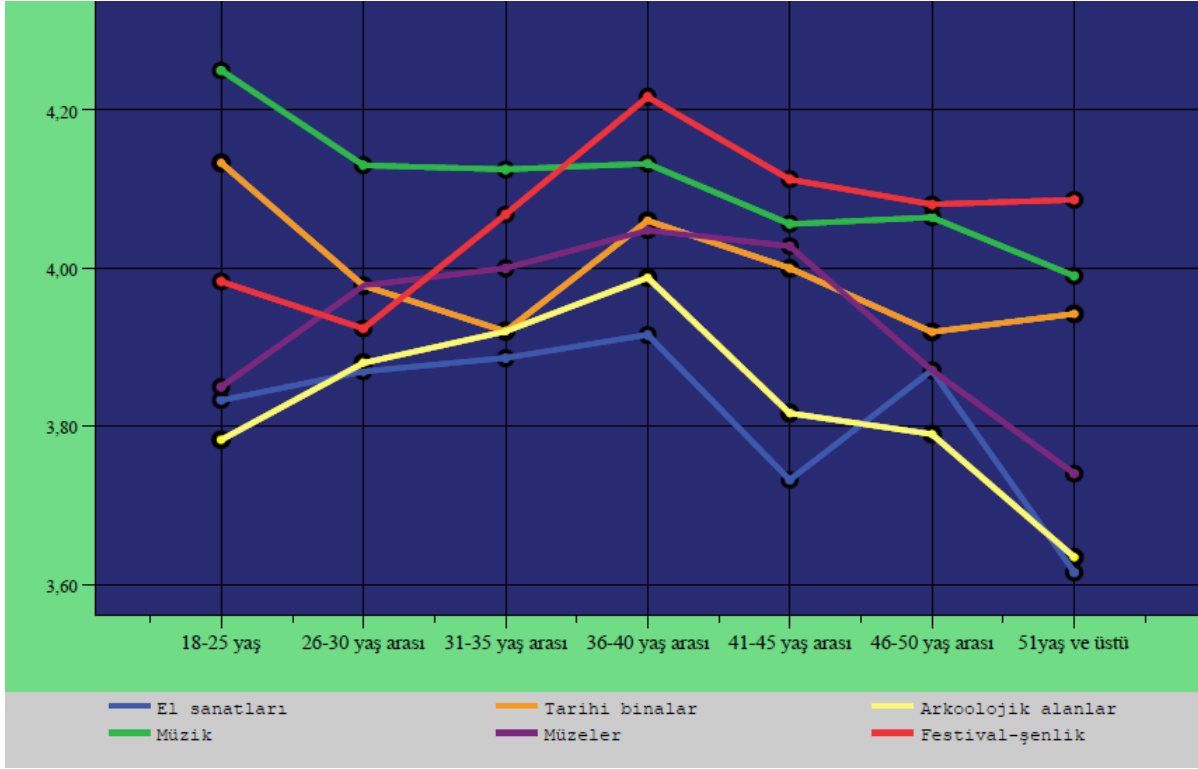


**Şekil 31. Trakya Bölgesi'nin Tarihi-Kültürel Özelliklerinin Gelir Düzeyine Göre Değerlendirilmesi**

Tabloya göre en göze çarpan sapmaların 3501-4000 TL gelir beyan eden grupta olduğu söylenebilir. Bu gruptaki oranlara bakıldığında müzeler ve tarihi binalara olan ilginin diğer gruplara göre net bir şekilde düşük olduğu görülmektedir. Bunun beraberinde el sanatları, arkeolojik alanlar, müzik ve festival-şenliğe ait derecelendirmelerin bir önceki ve bir sonraki gelir gruplarıyla karşılaştırıldığında daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir.

2001-2500 TL gelir beyan eden grupta ise bölgenin bütün tarihi ve kültürel özelliklerine yönelik olumlu bir tutum sergilendiği ve bu tutum derecesinin diğer gruplara arasında en yüksek dereceler olduğu göze çarpmaktadır. Buna karşın belirtilen bu oranların bir önceki ve bir sonraki gelir gruplarında düşmeler yaşadığı görülmektedir.

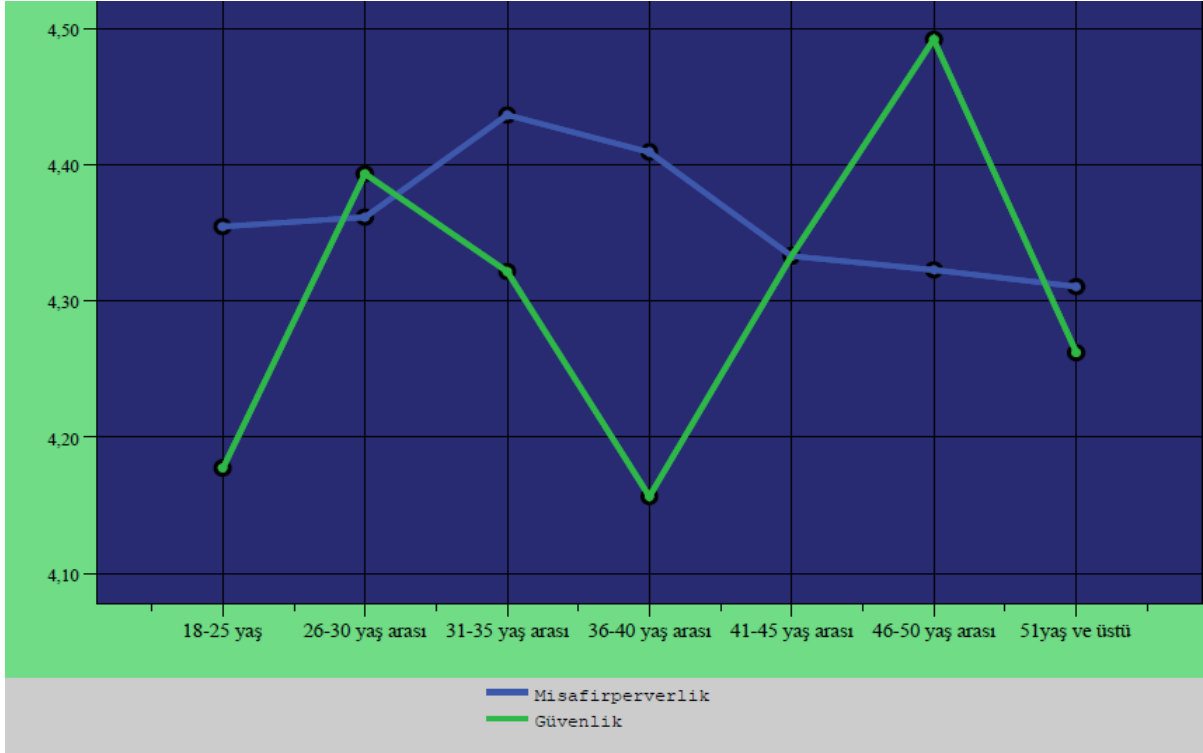
Ancak, genel olarak ele alındığında katılımcıların müzik, festival-şenlik, arkeolojik alanlar seçeneklerine bölge adına daha sıcak baktıkları söylenebilmektedir.



**Şekil 32. Trakya Bölgesi'nin Tarihi-Kültürel Özelliklerinin Yaşa Göre Değerlendirilmesi**

Tarihi-kültürel özelliklerin değerlendirilmesinde yaşı ne kadar etkili olduğuna baktığımızda ise seçeneklere en olumlu yaklaşan grubun 36-40 yaş grubu olduğu görülmektedir. Bu grubun yanı sıra 18-25 yaş grubundaki bireylerin el sanatları ve arkeolojik alanlar haricindeki seçeneklerde diğer gruplara nazaran daha yüksek derecelendirmeler yaptığı görülmüştür. Belirtilen sonuçlar bu iki yaş grubunun bölgeye olan olumlu bakış açısını bir kez daha desteklemektedir.

Bütün seçenekler ele alındığında ise 36-40 yaş sonrasındaki gruplarda oranların ciddi bir şekilde azaldığı dikkat çekmektedir. Bu sebeple daha ileri yaşlardaki bireyleri hedef alan tanıtım planı ve çalışmaları önem arz etmektedir.

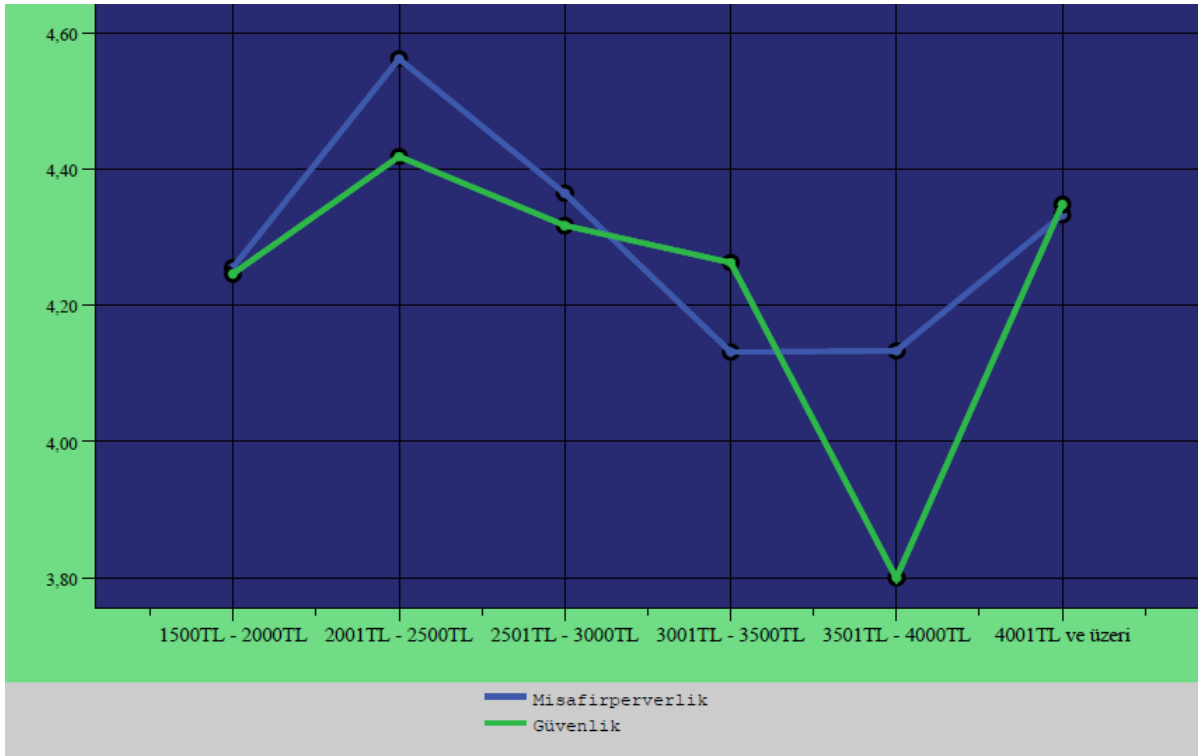


**Şekil 33. Trakya Bölgesi'nin Güvenlik-Sosyal Hayat Özelliklerinin Yaşa Göre Değerlendirilmesi**

Bölgenin güvenlik ve misafirperverlik özelliklerinin değerlendirilmesinde yaş gruplarındaki değişikliğin ne kadar etkili olduğunu görmek istediğimizde en yoğun sapmaların güvenlik algısına ait olduğunu gördük.

18-25 ve 36-40 yaş grubundaki bireylerin bölgeye yönelik güvenlik algıları diğer yaş gruplarına göre daha düşük bulunurken, en yüksek oranın 46-50 yaş grubundaki bireylere ait olduğu saptanmıştır. Diğer yaş gruplarına ait güvenlik algı dereceleri ise yaklaşık düzeydedir.

Misafirperverlik algı derecelerinde ciddi sapmalar olduğu gözlenirken yine de bölgeyi en çok misafirperver bulan yaş grubunun 31-35 yaş arasındaki bireyler olduğu sonucuna varılmıştır. Bölgeyi diğer gruplara oranla daha az misafirperver bulanlar ise 51 yaş ve üzeri grubundaki bireylerdir.

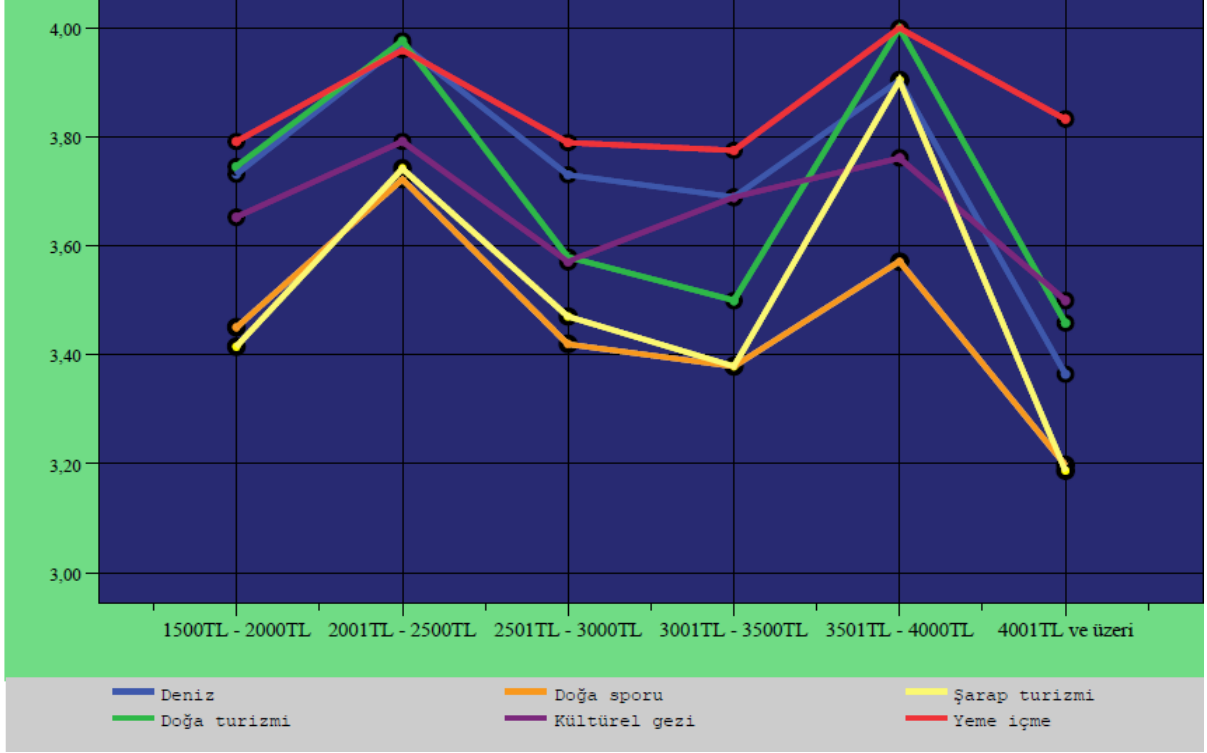


**Şekil 34. Trakya Bölgesi'nin Güvenlik-Sosyal Hayat Özelliklerinin Gelir Düzeyine Göre Değerlendirilmesi**

Güvenlik ve misafirperverlik algılarının gelir düzeyindeki farklılıklardan etkilendiğini Şekil 34'teki sapmalarla görebilmekteyiz. Yine bir önceki tabloda olduğu gibi misafirperverlik algısında güvenlik algısına göre daha az sapmalar gözlenirse de kendi için yoğunluk arz ettiği dikkat çekmektedir.

Bölgeye özgü misafirperverlik algısının 2001-2500 TL gelir beyan eden grupta en yüksek olduğu görülürken en düşük dereceler 3001-3500 TL ve 3501-4000 TL gelir beyan eden grupta saptanmıştır. Ancak diğer üç gelir grubundaki değerlendirme dereceleri bu iki gelir grubuna göre daha yüksek bulunmuştur. Bu noktada gelir düzeyindeki farklılığın misafirperverlik algısında farklılıklara neden olduğu söylenebilse de anlamlı bir bağlantıdan bahsedilememektedir.

Güvenlik algısında ise en düşük oran 3501-4000 TL gelire sahip olanlarda iken en yüksek orana 2001-2500 TL gelire sahip olanlarda rastlamaktayız. İkinci en yüksek oran 4001 TL ve üzeri geliri olanlarda görmekteyiz. Diğer gelir gruplarının güvenlik algılarının olumlu olduğunu söyleyebilmekteyiz. Ancak belirtilenler çerçevesinde daha orta derecede olduğu söylenebilmektedir.



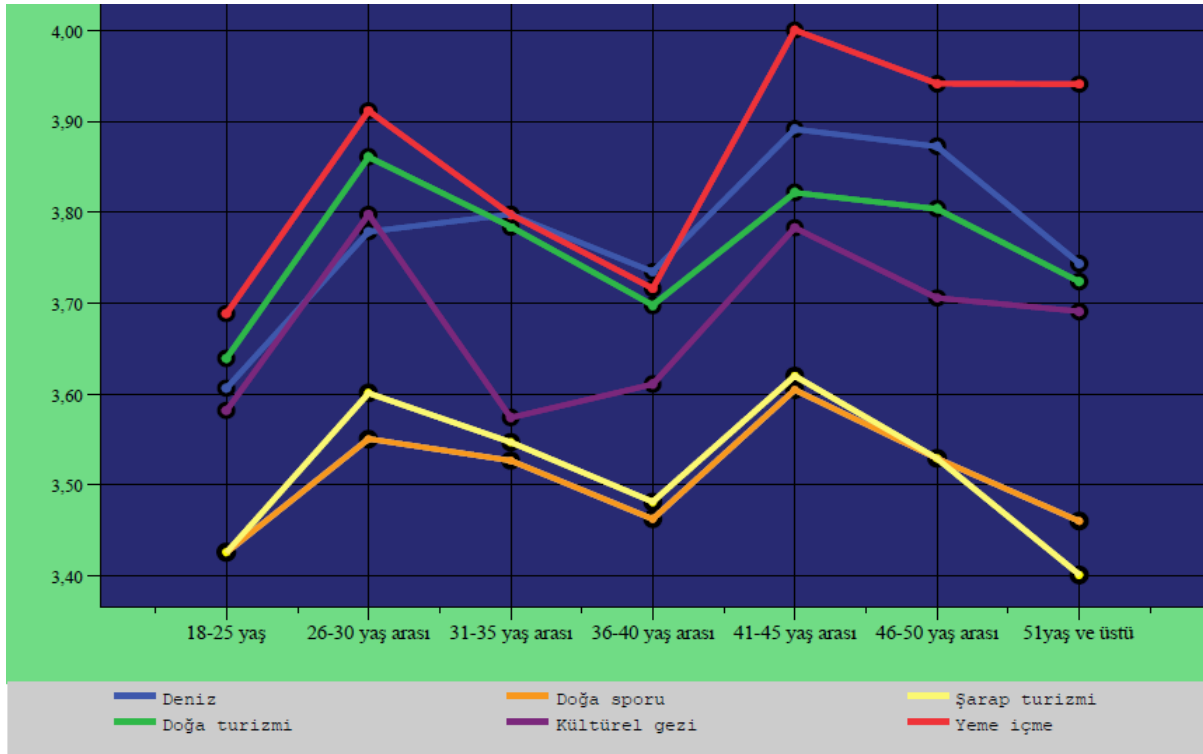
**Şekil 35. Gelir Düzeyine Göre Trakya'yı Önümüzdeki 1 Sene İçinde Tekrar Ziyaret Etme İsteklerinin Değerlendirilmesi**

Gelir düzeylerine göre bakıldığında 4001 TL ve üstü geliri olan bireylerin önümüzdeki bir sene içinde Trakya'yı tekrar ziyaret etme isteklerinin diğer gruplara göre belirgin bir şekilde daha düşük olduğunu görmekteyiz. Bu durumu diğer tablolardaki sonuçlarla bağlantılı olarak gelir seviyesindeki artışla beklentilerin artması ve memnuniyet oranının düşmesiyle açıklayabiliriz.

2500-3000 TL ve 3001-3500 TL gelir beyan edenlerde ise yaklaşık oranlar gözlenmiş olup 3001-3500 TL gelir grubunun kültürel gezi alanında diğer gruba göre daha yüksek oranlara; doğa turizmi alanında ise daha düşük oranlara sahip olduğu dikkat çekmiştir.

2001-2500 TL gelir grubundaki bireyler ise bütün aktivite alanlarını kapsayacak şekilde diğer gruplara nazaran daha olumlu cevaplar beyan etmiştir. Ancak bu oranların bir önceki ve bir sonraki gelir gruplarında düşme yaşadığı da göze çarpmaktadır.

Sonuç olarak, 2001-2500 TL ve 3501-4000 TL gelir grubundaki bireylerin hemen bütün alanlara yönelik olarak bölgeyi bir kez daha ziyaret etme isteklerinin diğer gruplara oranla yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.



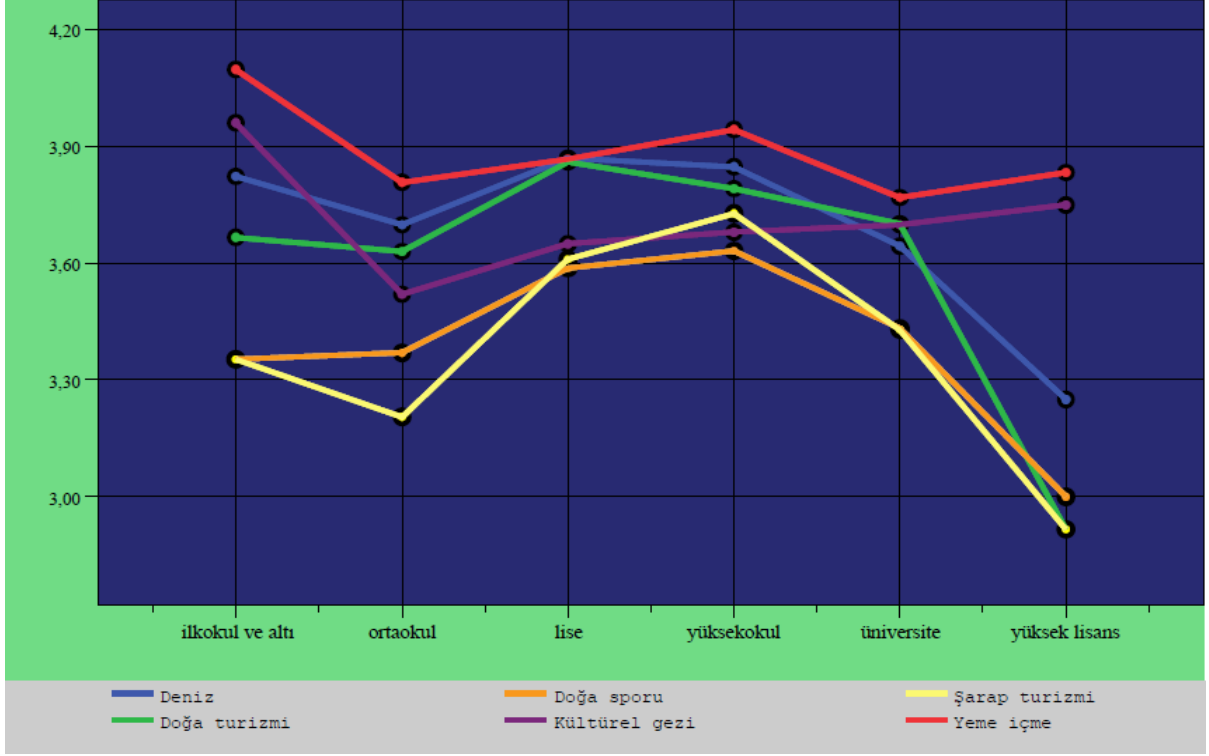
**Şekil 36. Yaşa Göre Trakya'yı Önümüzdeki 1 Sene İçinde Tekrar Ziyaret Etme İsteklerinin Değerlendirilmesi**

Bölgeyi önümüzdeki bir sene içinde tekrar ziyaret etmek istediğini belirten 26-30 yaş ve 41-45 yaş grubundaki katılımcıların bütün aktivite alanlarını içerecek şekilde diğer gruplara göre daha istekli oldukları görülmektedir. Her iki sonuç kapsamında bu iki yaş grubundaki bireylerin bölgeye ve bölgedeki aktivitelere karşı daha olumlu bir bakış açısına sahip olduklarını söylemek mümkün olacaktır.

36-40 yaş ve 51 yaş ve üstü gruba baktığımızda ise oranların bütün aktivitelere yönelik olarak düşüş gösterdiği görülmektedir. Bu noktada ileriki yaşlardaki bireylerin bölgeyi tercih etme oranlarının düşük olduğu söylenebilmektedir.

Diğer yaş gruplarına baktığımızda ise belirgin derecede oranlar yer almasa da kültürel gezi aktivitesi dışındaki alanlarda yüksek oranların sergilenmiş olduğunu söyleyebiliriz. Bu sonuç bağlı olarak kültürel gezilere yönelik yapılacak her türlü turistik çalışma önem kazanmaktadır.



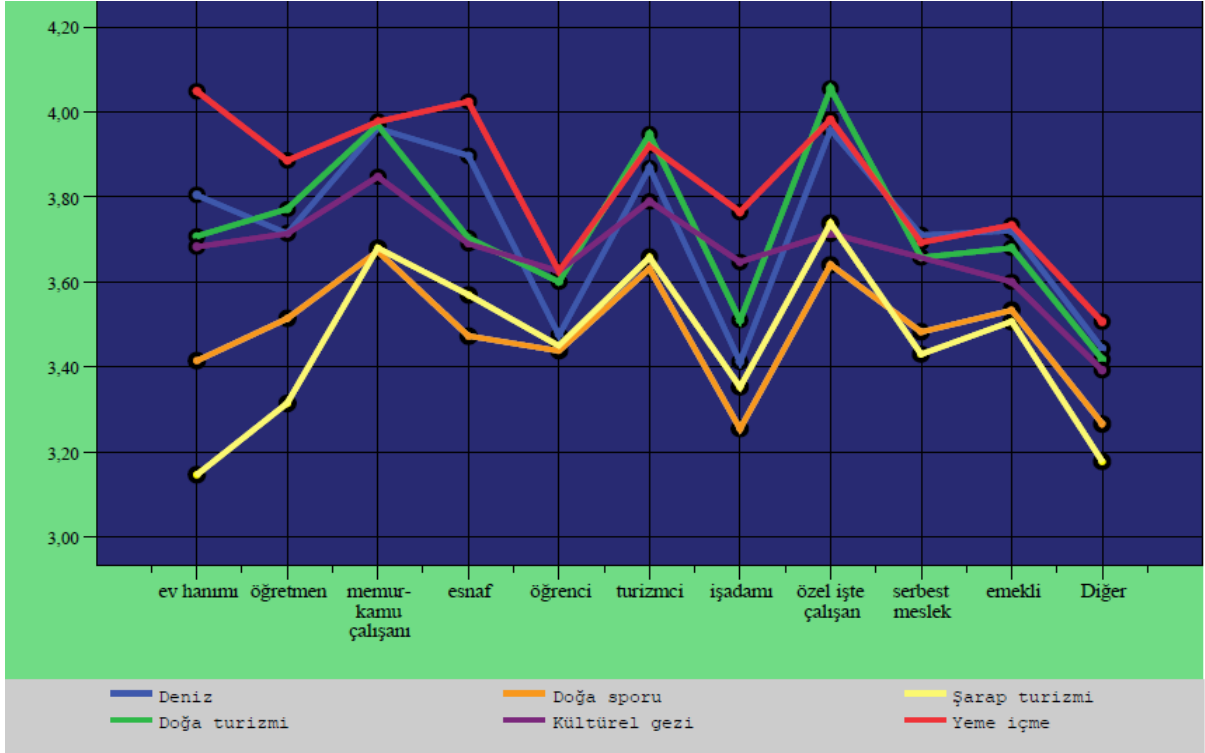


**Şekil 37. Eğitim Düzeyine Göre Trakya'yı Önümüzdeki 1 Sene İçinde Tekrar Ziyaret Etme İsteklerinin Değerlendirilmesi**

Eğitim düzeyindeki artışlar birlikte bireylerin bölgeyi ziyaret etme oranlarının da düştüğü görülmektedir. Özellikle üniversite ve yüksek lisans mezunu bireylerin daha önceki eğitim gruplarına nazaran daha düşük sonuçlar içerdiği dikkat çekmektedir. Bu sonuçlar gelir düzeyindeki artışla beraber ortaya çıkan düşüşlerle benzerlik göstermektedir. Bu bağlamda gelir düzeyindeki ve eğitim seviyesindeki artışın beklentileri arttırmasıyla beraber bölgeyi ziyaret etme isteklerinde düşmeye sebep olduğu söylenebilmektedir.

Bölgeyi tekrar ziyaret edeceğini belirten ve en yüksek oranlara sahip olan grup ise ilkokul ve altı eğitim seviyesinde olduğunu belirten gruptur. Bu grubun oranlarında sadece şarap ve doğa turizmi alanlarında düşük oranlara rastlanılmaktadır.

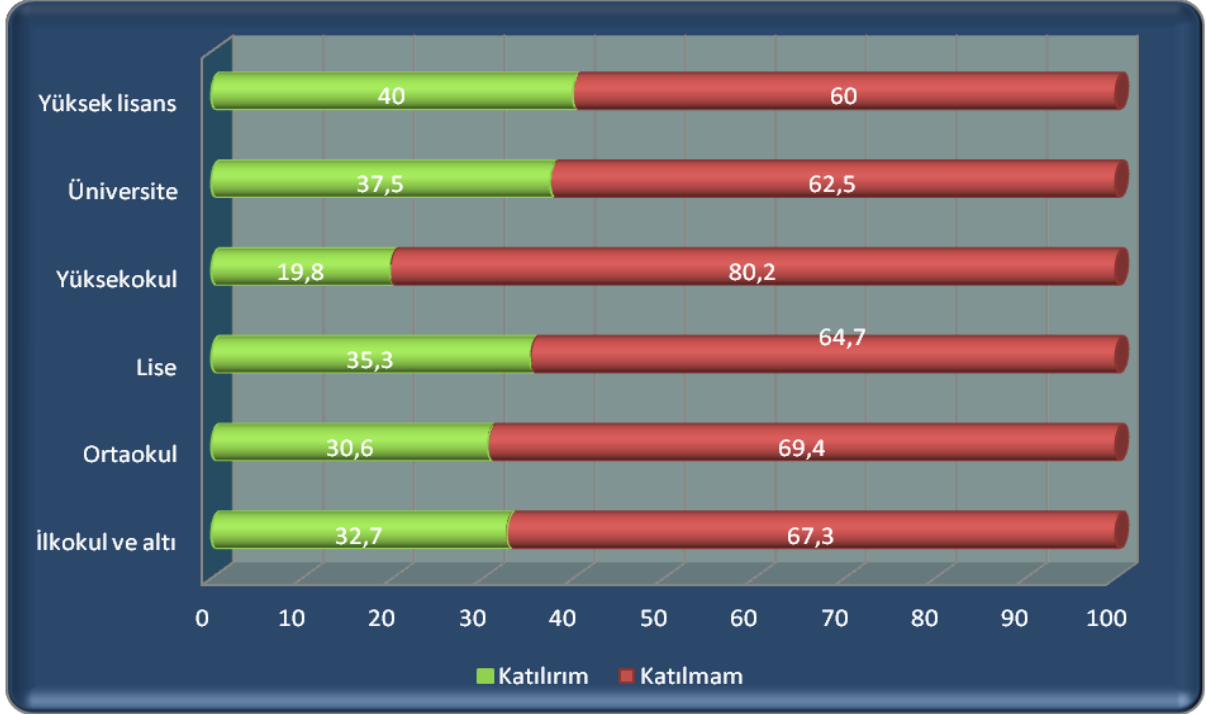
Ortaokul mezunlarında görülen düşme ise lise grubunda ciddi bir artış göstermektedir.



**Şekil 38. Mesleklere Göre Trakya'yı Önümüzdeki 1 Sene İçinde Tekrar Ziyaret Etme İsteklerinin Değerlendirilmesi**

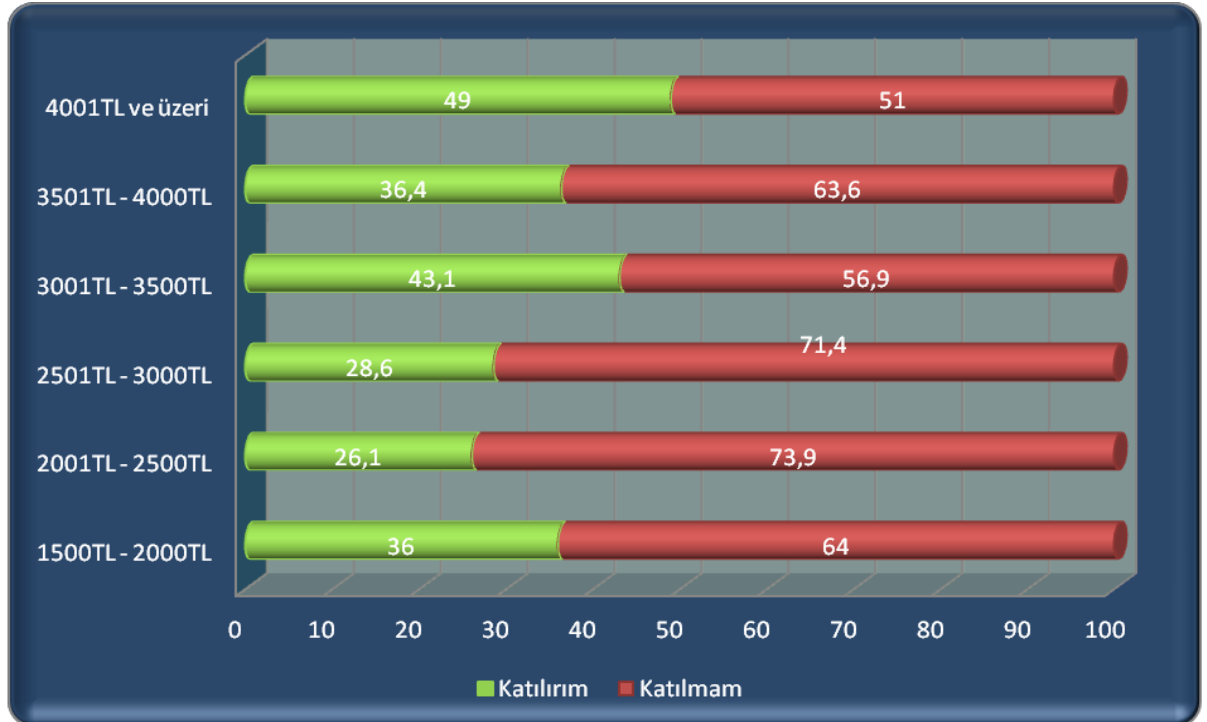
Ev hanımları, Trakya Bölgesi'ni önümüzdeki bir sene içerisinde yeme – içme için ziyaret etmek istedikleri yönünde görüş bildirmişlerdir. Hatta bu sebepten dolayı bölgeyi tercih edecek olanlarda en fazla katılım puanlarını ev hanımları vermiştir.

Doğa turizmi için bölgeye gitmeyi düşünenlerden en yüksek katılım puanı veren katılımcılar özel işte çalışanlardır.



Şekil 39. Eğitim Seviyesine Göre Tura Katılma Oranları

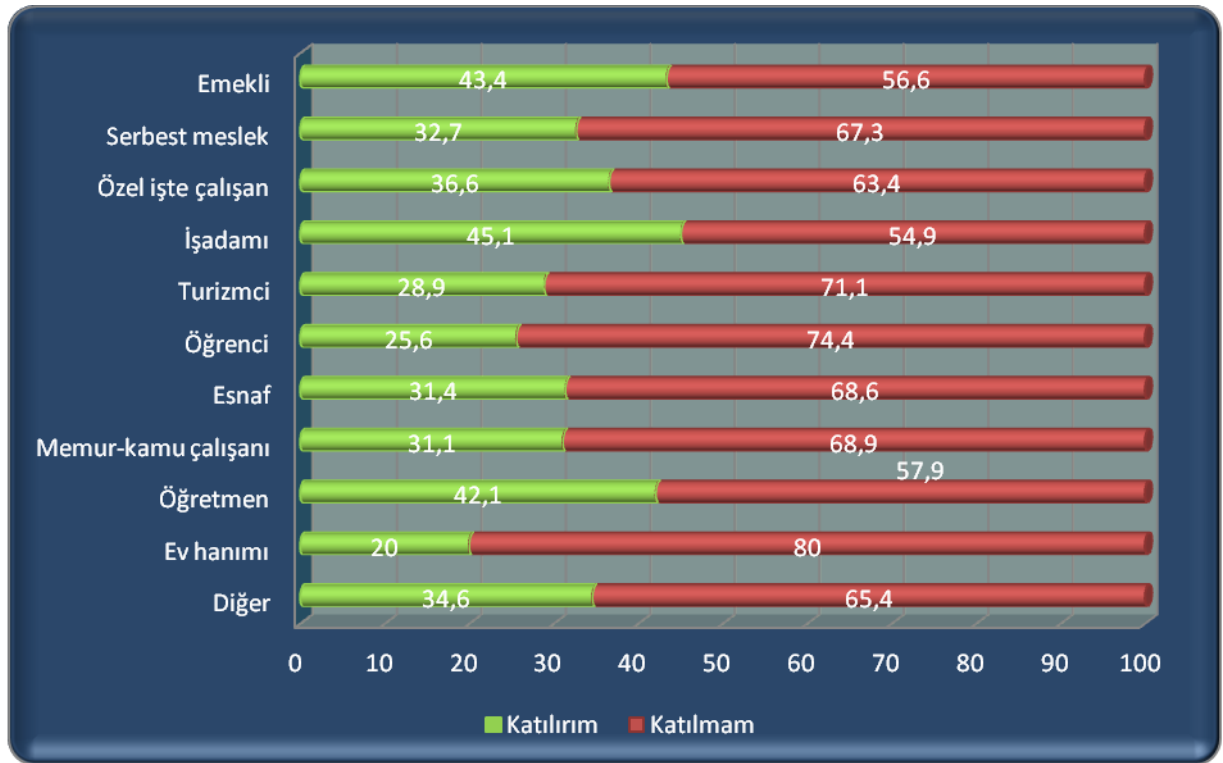
Araştırmamızda katılımcılarımıza tatillerinde tura katılıp katılmayacaklarını sorduk. Ulaştığımız sonuç bize çoğunluğun tura katılmayacağını göstermişlerdir. Tura katılmaya en yakın duran grup (%40) yüksek lisans mezunları olurken, yüksekokul mezunları (%19,8) tura katılmamayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir.



Şekil 40. Gelir Düzeyine Göre Tatilde Tura Katılma Oranları

Gelir düzeyinin tatilde tura katılma oranlarına etkisi olup olmadığına baktığımızda oranlar farklılık gösterse de bütün gruplarda çoğunluğun tura katılmama yönünde olduğunu görmekteyiz. Özellikle 2001-2500 TL geliri olduğunu beyan edenlerde bu oran %73,9'a kadar çıkmıştır. Katılmayı tercih etmeyenlerdeki en düşük oran ise 4001 TL ve üzeri geliri beyan edenlerdedir. Ancak bu gruptaki oran %51'dir ve buna karşılık tura katılmayı tercih ettiğini belirtenlere oranla daha yüksektir.

Sonuç olarak gelir düzeyi ne olursa olsun katılımcıların tatilde tura katılmaya sıcak bakmadıkları düşünülmektedir.

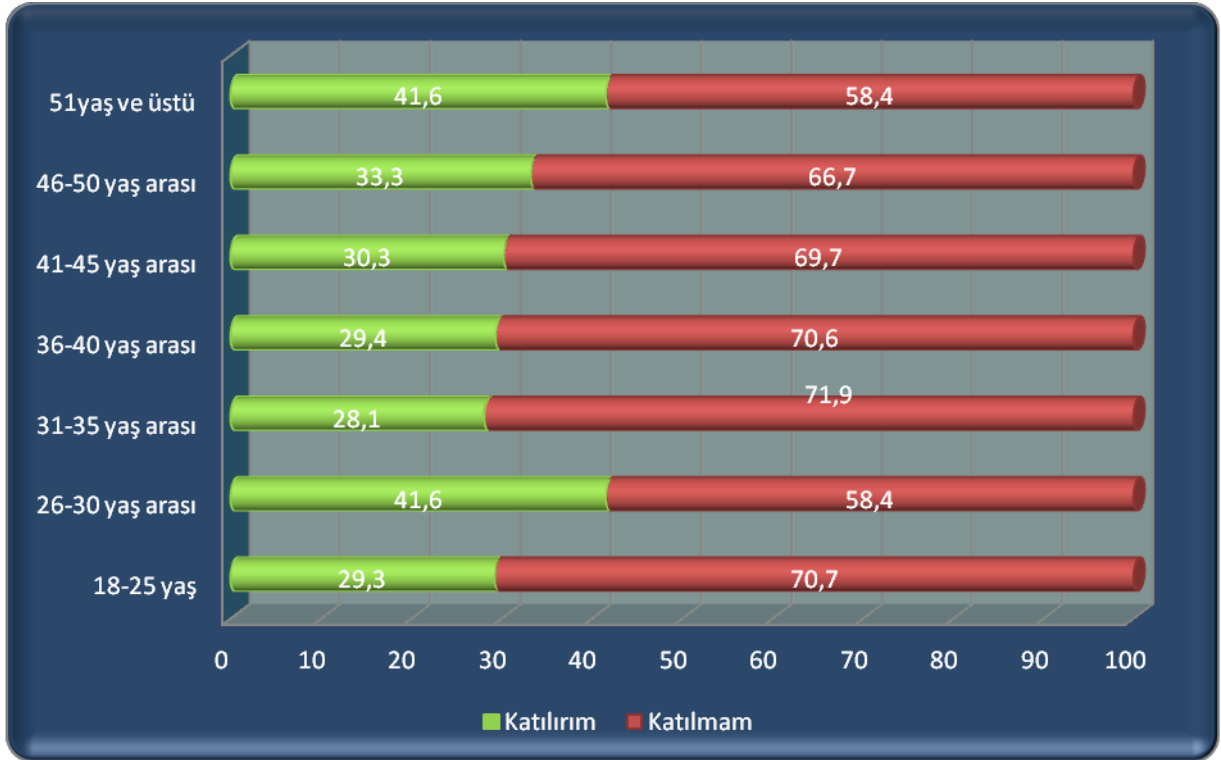


Şekil 41. Meslek Durumuna Göre Tatilde Tura Katılma Oranları

Tatilde tura katılma oranlarının meslek durumlarıyla olan ilişkisine baktığımızda hangi meslekten olursa olsun bireylerin çoğunluğunun yine katılmamayı tercih ettiği sonucu elde edilmiştir.

Tura katılıma en sıcak bakan meslek grubunun iş adamı olduğu görülmekte, ancak bu gruptaki tura katılım oranı %45,1 olarak karşımıza çıkmaktadır. Tura katılmayı tercih edenlerde iş adamı olduğunu belirten bireyler sonrasındaki diğer meslek gruplarının sırasıyla emekli (%43,4), öğretmen (%42,1), özel işte çalışan (%36,6), diğer (%34,6), serbest meslek (%32,7), esnaf (%31,4), memur-kamu çalışanı (%31,1), turizmci (%28,9), öğrenci (%25,6) ve

ev hanımı (%20) olduğu görülmektedir. Buna paralel olarak tura katılmayı tercih etmeyenlerde en yüksek oranın %80 ile ev hanımlarında olması şaşırtıcı bir sonuçtur.

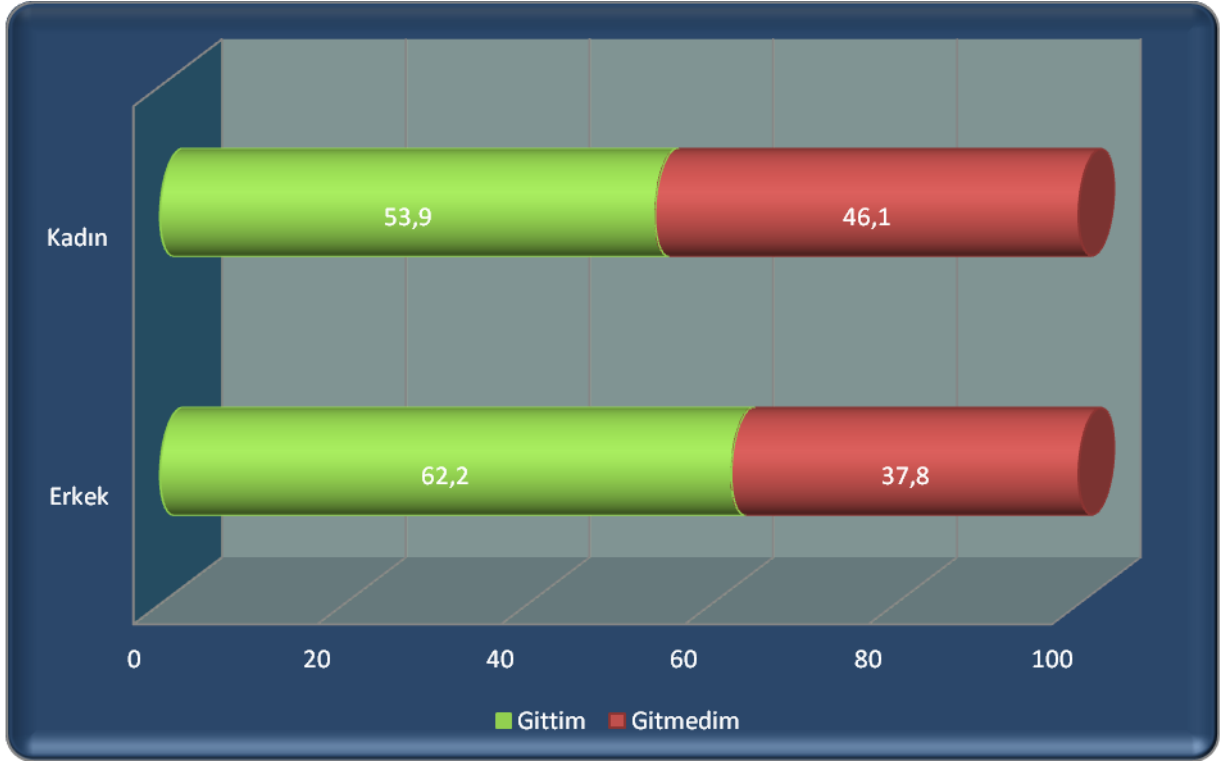


**Şekil 42. Yaşa Göre Tatilde Tura Katılma Oranları**

Araştırmamızda bireylerin yaşa göre tatilde tura katılım tercihlerini değerlendirmek istedik. Elde edilen sonuçlarda diğer değişkenlerle benzer dağılımlar gördük. Önceki tablolarda olduğu gibi bu tablomuzda da “katılmam” seçeneğinin daha fazla tercih edildiği dikkat çekmektedir.

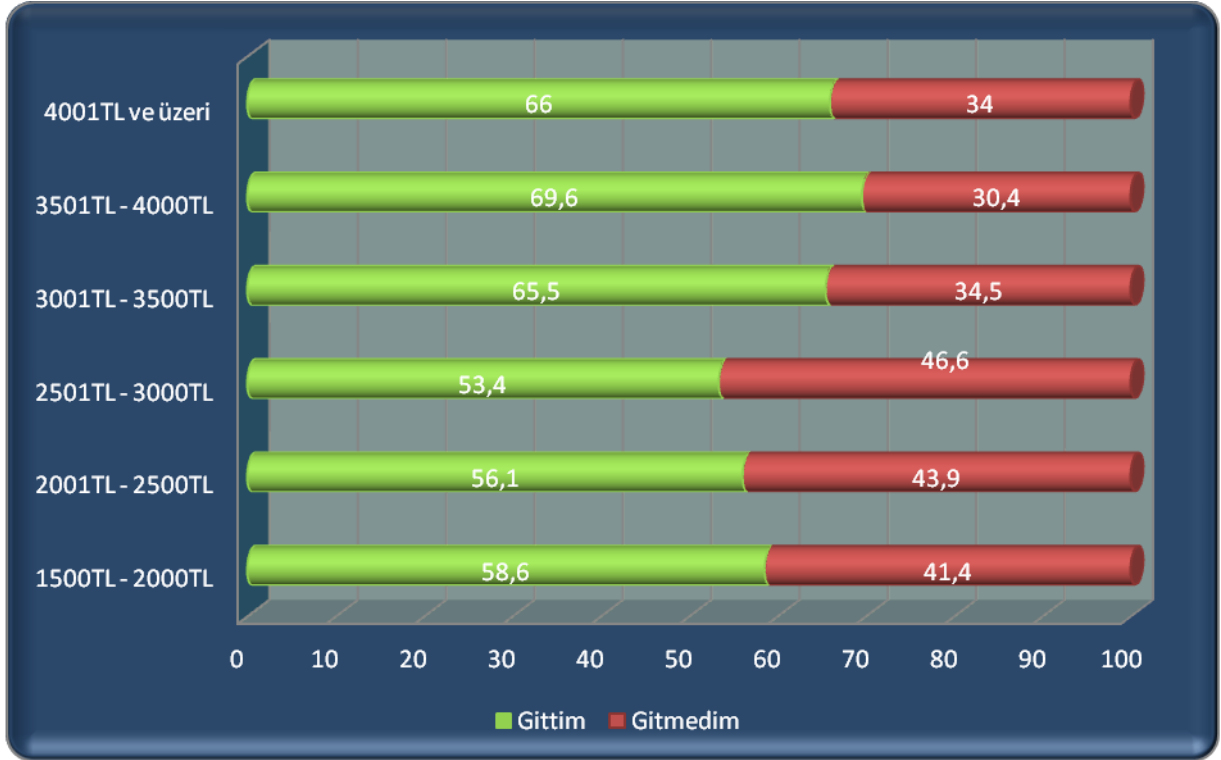
Yaş gruplarıyla olan ilişkisini göz önünde bulundurduğumuzda ise en çok (%71,9) 31-35 yaş grubundaki kişilerin tura katılmayı tercih etmediklerini görmekteyiz. Tura katılmayı en çok tercih eden grup ise %41,6 ile hem 26-30 yaş grubu hem de 51 yaş ve üstü gruptur.

Yaş dağılımlarındaki artış ya da azalış birlikte katılım ve/veya katılmama tercihleri sistemli bir değişim göstermediği için yaş grubunun etkisine dair net bir ilişki bahsedilememektedir. Buna rağmen orta yaş grubundaki bireylerin gençlik ve yaşlılık dönemindeki bireylere nazaran daha çok tura katılmamayı tercih ettikleri söylenebilmektedir.



**Şekil 43. Cinsiyete Göre Tatilde Tura Katılma Oranları**

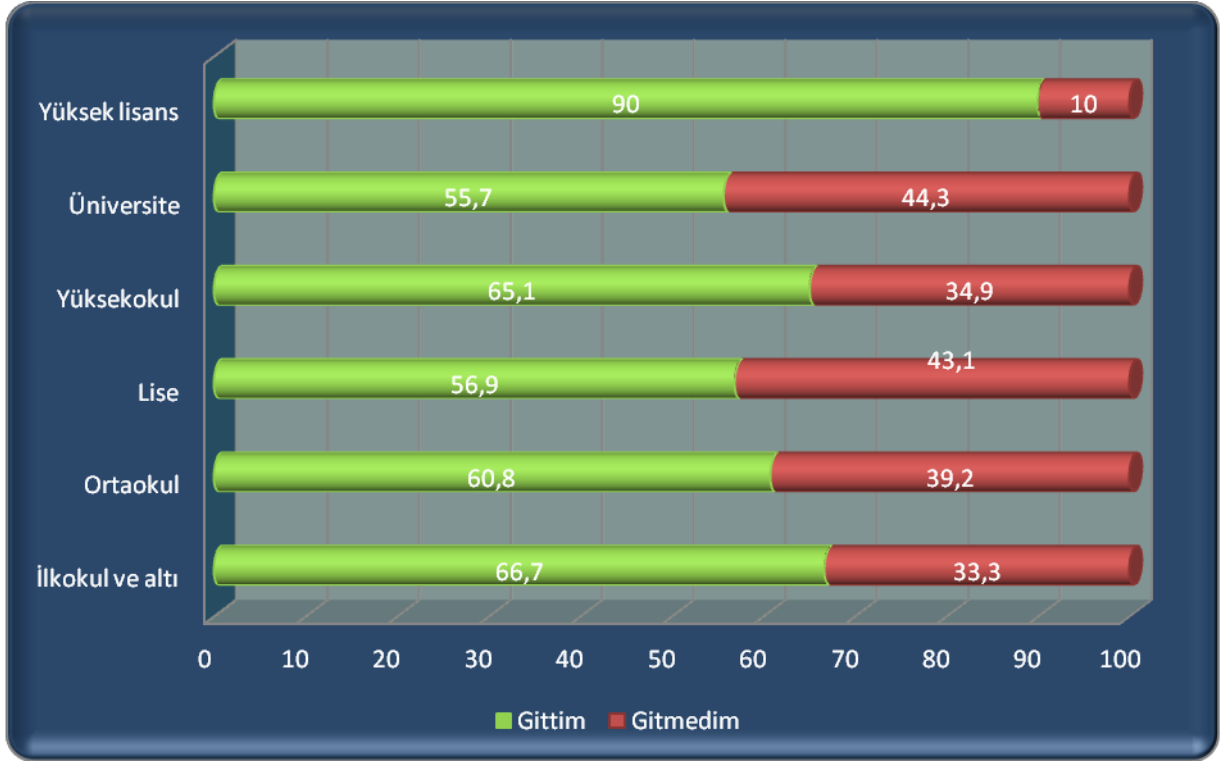
Kadın ve erkek katılımcıları tatilde tura katılma oranları açısından karşılaştırdığımızda kadın katılımcıların erkek katılımcılara oranla daha az oranda tura katılmayı tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Kadın katılımcılar %53,9 oranında tura katıldığını belirtirken erkek katılımcılarda bu oran %62,2'dir. Bu bağlamda tur düzenlemelerinin kadın popülasyonu çekecek şekilde yapılması kadın katılımcı oranını da arttıracığı söylenebilmektedir.



**Şekil 44. Gelir Düzeyine Göre Trakya'ya Daha Önce Gitme Durumları**

Bireylerin daha önce Trakya'ya gitme durumlarını gelir düzeylerine göre değerlendirdik. Gelir düzeylerindeki farklılığın oranlar üzerindeki etkisine bakmadan önce genel olarak bütün gelir gruplarından bireyler arasında Trakya'ya gidenlerin sayısının gitmeyenlere göre daha fazla olduğunu gördük.

Gelir farklılıkları açısından ise 3501-4000 TL geliri olan bireylerin %69,6'sının daha önce Trakya'ya gittikleri görülmüştür. Bu oran diğer gittiğini belirten gruplar arasında en yüksek olanıdır. Trakya'ya daha önce gitmediğini belirten ve bu kategoride en yüksek orana (%46,6) sahip olan gelir grubu ise 2501-3000 TL gelir grubudur.



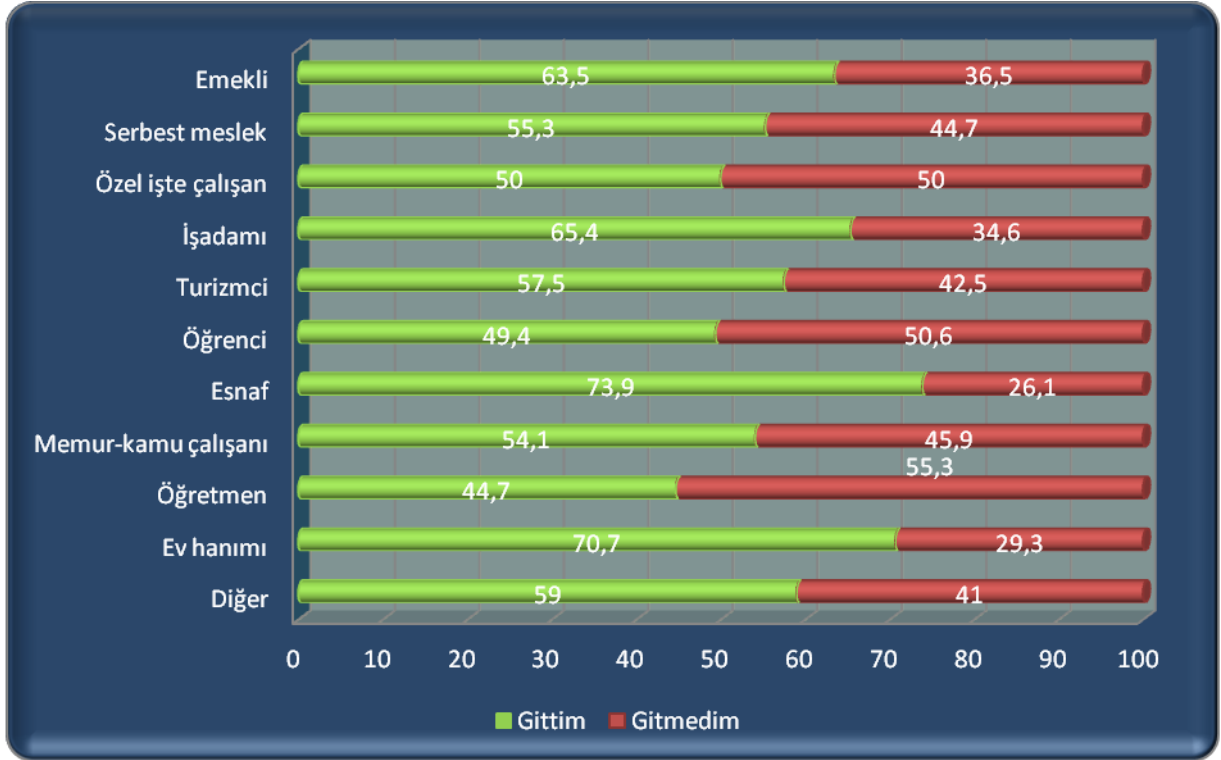
**Şekil 45.Eğitim Seviyesine Göre Trakya'ya Daha Önce Gitme Durumları**

Trakya'ya daha önce gittiğini ve gitmediğini belirten bireylerin eğitim seviyelerine göre farklılık olup olmadığına baktığımızda yüksek lisans mezunu olan bireylere ait sonuçlar dikkat çekmektedir. Yüksek lisans mezunu olduğunu belirten bireylerin %90'u Trakya'ya daha önce gittiğini belirtmiş; geriye kalan %10 ise gitmediğini belirtmiştir. Belirtilen bu oranlar diğer gruplara göre dikkat çekici niteliktedir.

Diğer gruplara bakıldığında daha önce Trakya'ya gidenler arasında ikinci sırada %66,7 ile ilkokul ve altı mezunu grup gelmektedir. Sırasıyla %65,1 oranında yüksekokul; %60,8 oranında ortaokul; %56,9 oranında lise ve %55,7 oranında üniversite mezunu grup takip etmektedir.

Daha önce gitmeyenlerde ise en yüksek oran %44,3 ile üniversite mezunu grup karşımıza çıkmaktadır. Bu grubu sırasıyla en yüksekten en düşük orana doğru lise, ortaokul, yüksekokul, ilkokul ve altı ve yüksek lisans mezunu grup takip etmektedir.



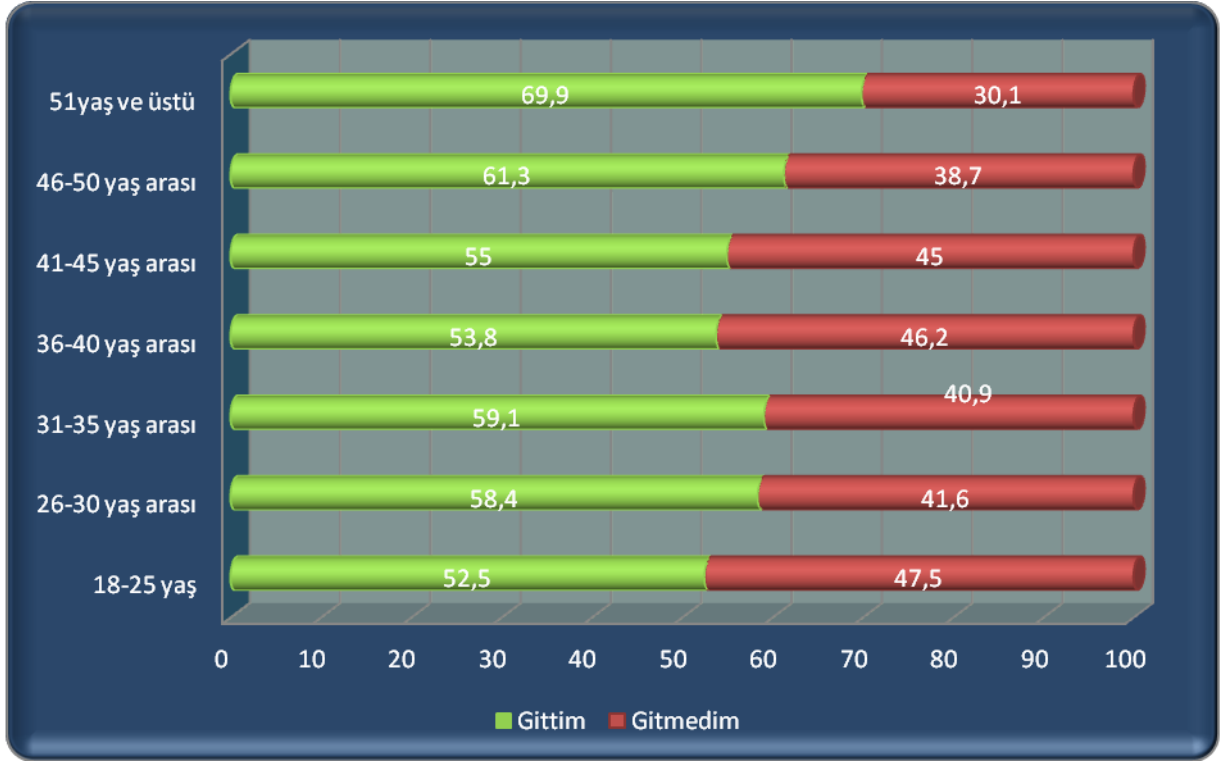


**Şekil 46. Mesleklere Göre Trakya'ya Daha Önce Gitme Durumları**

Meslek grupları açısından değerlendirdiğimizde esnaf olduğunu belirten bireylerin yarısından fazlasının (%73,9) daha önce Trakya'ya gittiğini görmekteyiz. Bu oran Trakya'ya daha önce gittiğini belirtenler arasında en yüksek orana sahip olan meslek grubudur. Esnaf grubunu bu kategoride en yüksekten en düşüğe doğru sırasıyla ev hanımı, iş adamı, emekli, diğer, turizmci, serbest meslek, memur-kamu çalışanı, özel işte çalışan, öğrenci ve öğretmen grupları takip etmektedir.

Daha önce Trakya'ya gitmediğini belirtenler arasında ise en yüksek oran %55,3 ile öğretmen olduğunu belirten grup iken, en düşük orana sahip olan grup %26,1 ile esnaf grubudur.

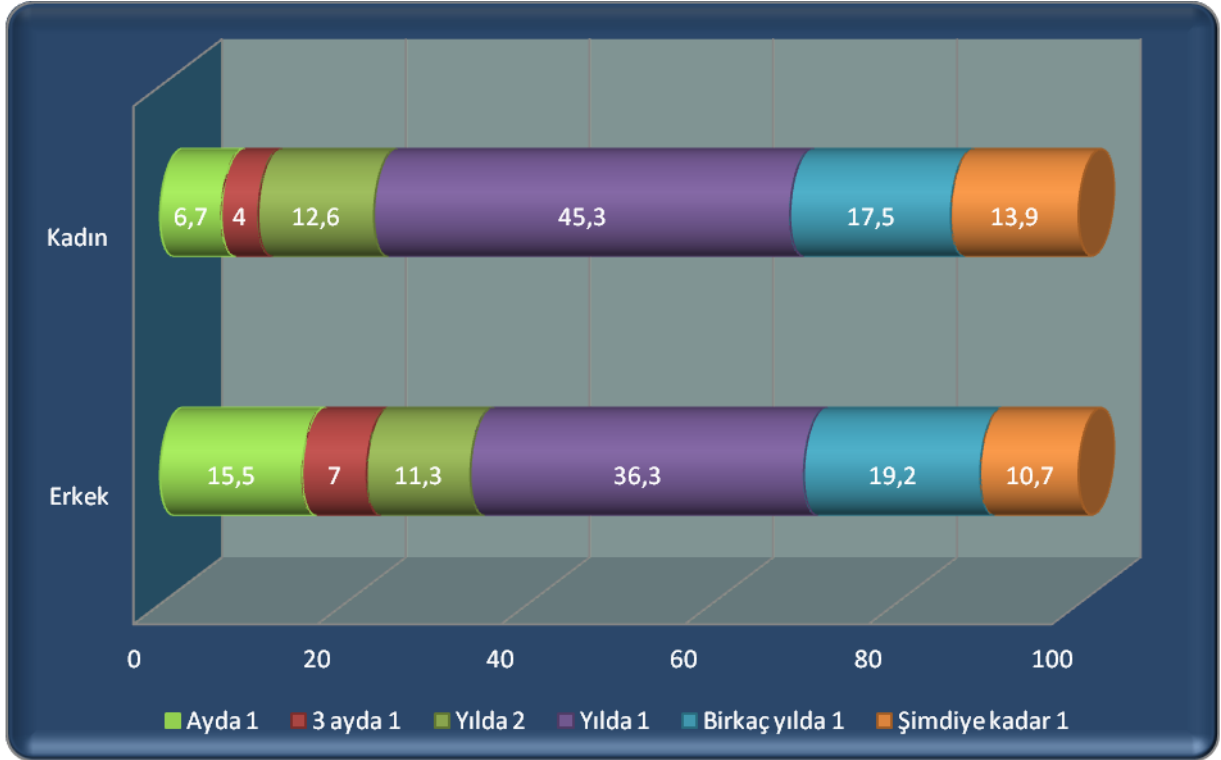
Ancak genel olarak ele aldığımızda bütün meslek gruplarına ait olan bireyler daha önce Trakya'ya gittiğini belirtmişlerdir. Diğer bir deyişle ele alınan meslek gruplarından hiçbirinde gitmeme oranı yüksek çıkmamıştır.



**Şekil 47. Yaşa Göre Trakya'ya Daha Önce Gitme Durumları**

Yaş gruplarına bağlı olarak düzenli bir artış veya azalış göze çarpmasa da 45 yaş ve üzeri bireylerin diğer gruplara göre daha yüksek oranda daha önce Trakya'ya gittikleri sonucuna varılmıştır. 46-50 yaş grubundaki bireylerin %61,3'ü; 51 yaş ve üzeri bireylerin %69,9'u daha önce Trakya'ya gittiklerini belirtmiştir. Ancak diğer yaş gruplarındaki oranların belirtilenlerin altındadır.

Bu bağlamda yukarıda verilen sonuçlar doğrultusunda 45 yaş ve üzeri bireylerin genç gruplara göre daha çok Trakya'yı tercih etmiş oldukları söylenebilir.

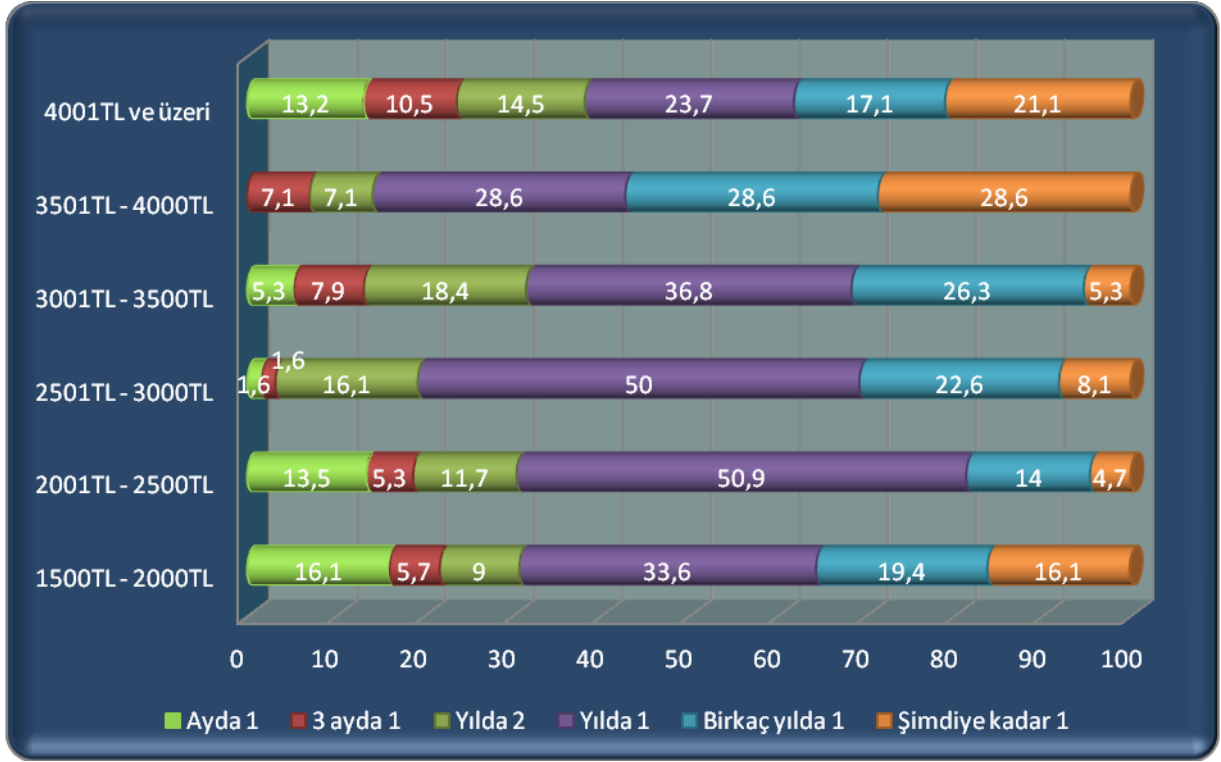


**Şekil 48. Cinsiyete Göre Trakya'ya Daha Önce Gitme Durumları**

Şekil 48'de yer alan sonuçlara göre erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre daha çok sıklıkla Trakya'ya gitmiş oldukları görülmektedir. Erkek katılımcıların %15,5'i ayda bir gittiklerini belirtirken, kadın katılımcıların sadece %6,7'si ayda bir Trakya'ya gittiklerini belirtmiştir.

Her iki cinsiyette gözlenen en yüksek oranlar ise yılda bir seçeneğinde yer almaktadır. Kadın katılımcıların %45,3 ile yaklaşık yarısı yılda bir Trakya'ya gittiğini belirtmiştir. Erkek katılımcılarda bu oran %36,3 olarak karşımıza çıkmıştır.

Diğer sıklık seçeneklerine ele aldığımızda kadınların %4'ü üç ayda bir; %12,6'sı yılda iki; %17,5'i birkaç yılda bir ve %13,9'u şimdiye kadar bir kez Trakya'ya gittiğini belirtmiştir. Erkek katılımcıların ise %7'si üç ayda bir; %11,3'ü yılda iki; %19,2'si birkaç yılda bir ve %10,7'si şimdiye kadar bir kez Trakya'ya gittiğini belirtmiştir.

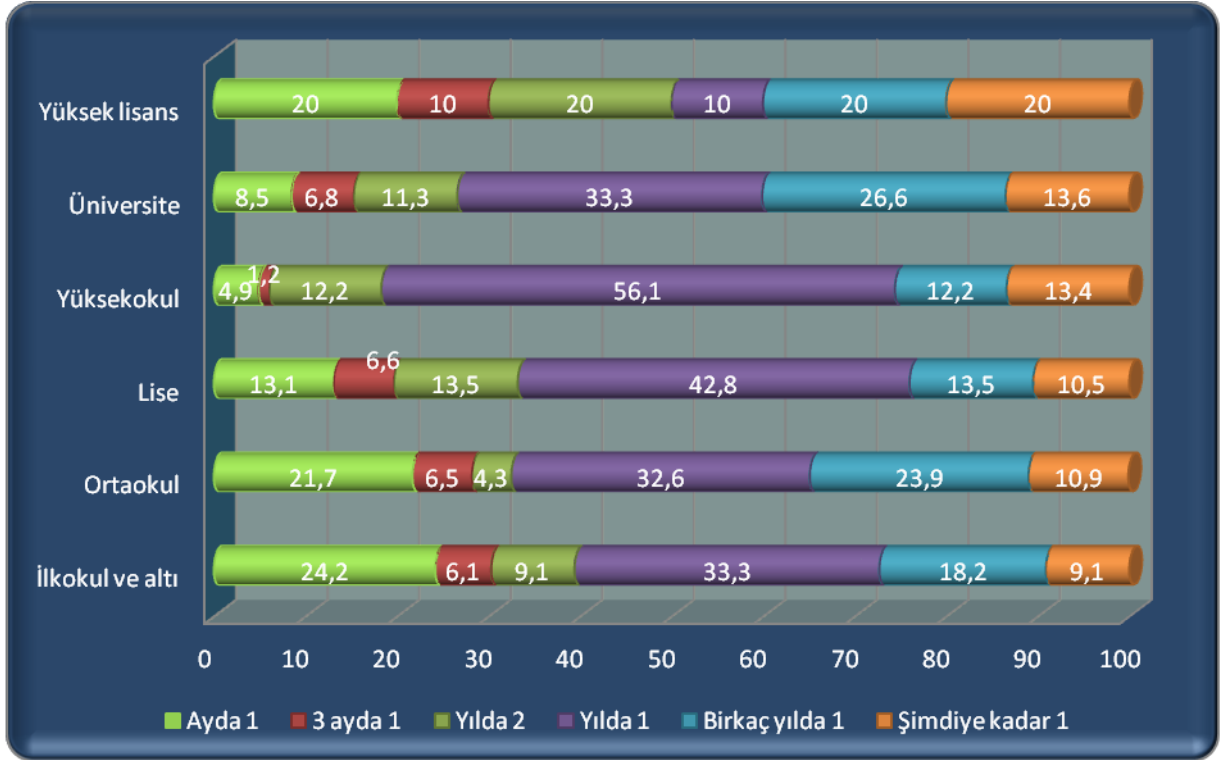


**Şekil 49. Gelir Düzeyine Göre Trakya'ya Bölgesine Gitme Sıklıkları**

Trakya'ya gitme sıklıkları üzerinde gelir düzeyindeki farklılıkların ne kadar etkili olduğunu gösteren bu tabloda en yüksek oranlar 2001-2500 TL ve 2501-3000 TL aylık geliri olan gruplarda görülmektedir. Bu gruplardaki bireylerin çoğunluğunun yılda bir kez Trakya'ya gittiği göze çarpmaktadır. Oranlar 2001-2500 TL geliri olanlar için %50,9 ve 2501-3000 TL geliri olanlar için %50 olarak saptanmıştır.

Ayda bir olmak üzere diğer gruplara göre en sık bölgeye gidenlerin oranı ise 1500-2000 TL aylık geliri grubu olanlardır. Bu gelir grubundaki bireylerin yaklaşık yarısının (%33,6) yılda bir kez gittiği görülmüştür.

Ancak en dikkat çeken sonuçlara 3501-4000 TL gelir grubunda rastlanmaktadır. Bu gruptaki en yüksek oranlar birkaç yılda bir kez ve şimdiye kadar bir kez seçeneklerindedir. Bu sonuçlara paralel olarak bu gruptaki bireylerden hiç kimse ayda bir seçeneğini işaretlememiştir.



**Şekil 50. Eğitim Seviyesine Göre Trakya'ya Bölgesine Gitme Sıklıkları**

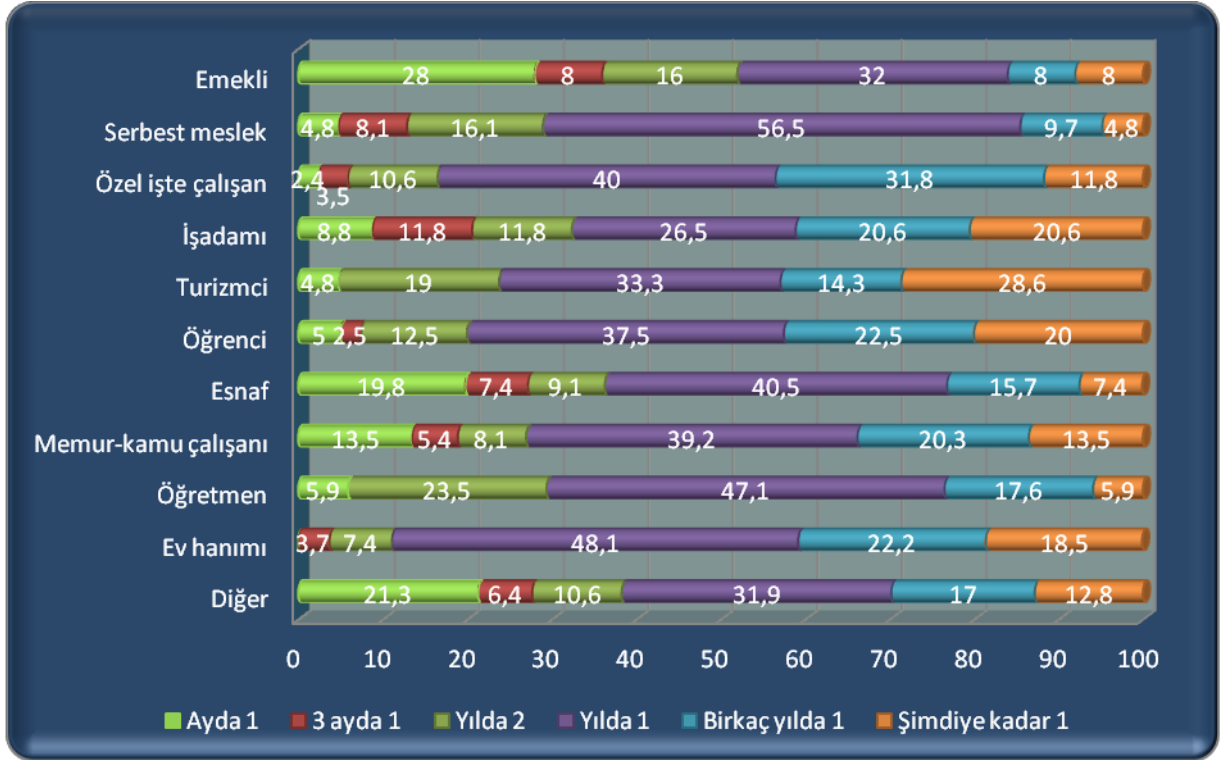
Şekil 50'ye baktığımızda eğitim düzeyi ilkököl ve altı olan bireylerin %24,2'sinin ayda bir kez Trakya'ya gittiklerini görmekteyiz. Ayda bir kez seçeneğini işaretleyenler arasında bu eğitim grubunun oranı diğer gruplara göre daha fazladır. Bu kategorideki en düşük oran ise %4,9 ile yüksekokul mezunu olan gruptadır.

Sıklıkla bölgeye gittiğini belirten bireyler ilkököl ve altı eğitim düzeyindeki grup sonrasında sırasıyla ortaokul (%21,7), yüksek lisans (%20), lise (%13,1), üniversite (%8,5) ve yüksek okul (%4,9)'dur.

Şimdiye kadar bir kez gittiğini belirtenler ise en düşük orandan en yükseğe doğru ilkököl ve altı (%9,1), lise (%10,5), ortaokul (%10,9), yüksek okul (%13,4), üniversite (%13,6) ve yüksek lisans (%20)tır.

Ayrıca yüksek okul mezunlarındaki en yüksek oranın %56,1 ile yılda bir kez seçeneğinde olduğu görülmektedir. Diğer grupların aynı seçeneğe ait oranlar ilkököl ve altı %33,3, ortaokul %32,6, lise %42,8, üniversite %33,3, yüksek lisans %10'dur.

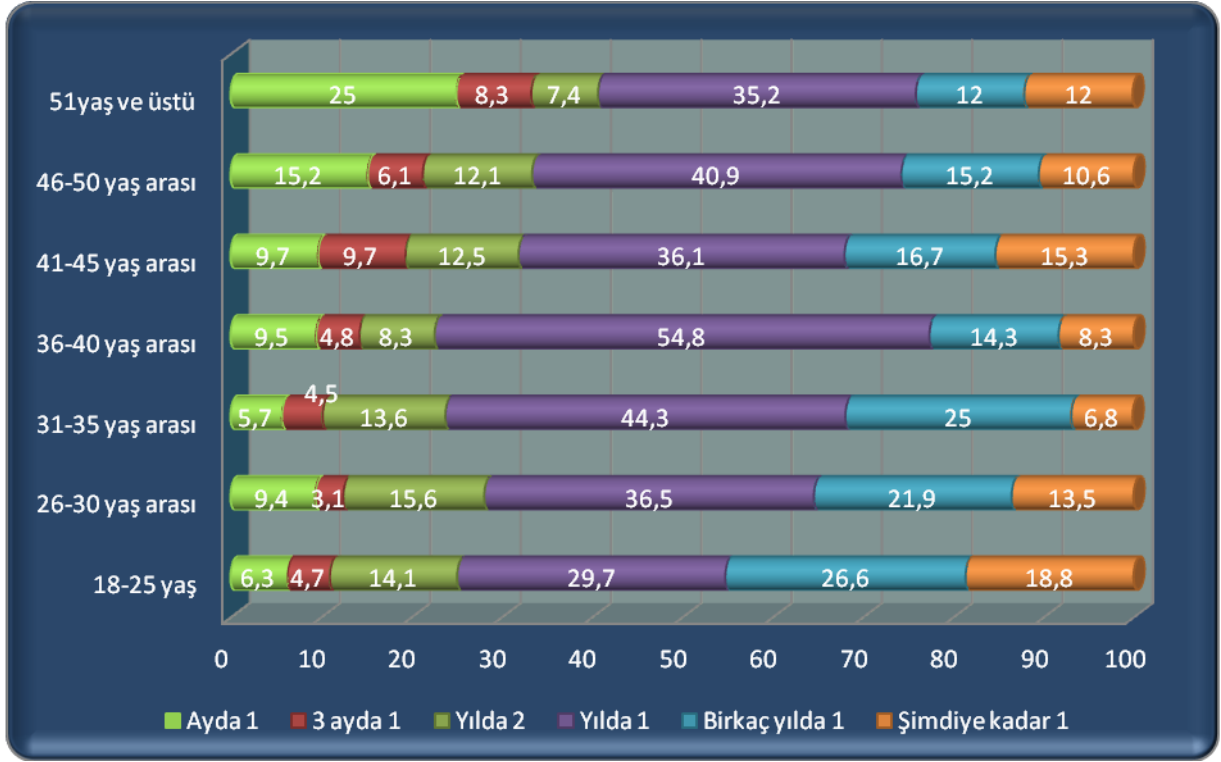
Genel olarak sonuçlara baktığımızda iki değişkene ilişkin paralel bir durumdan bahsedilemez de ilkököl ve altı ve ortaokul eğitim düzeyinde olduğunu belirten bireylerin diğer gruplara göre daha çok sıklıkla Trakya'ya gittiklerini söylemek mümkündür.



**Şekil 51. Mesleklere Göre Trakya Bölgesine Gitme Sıklıkları**

Mesleklere göre Trakya bölgesine gitme sıklıklarına baktığımızda diğer gruplara göre ayda bir olmak üzere bölgeye en sık giden grubun %28 ile emekli bireyler olduğu dikkat çekmektedir. Buna karşın şimdiye kadar bir kez seçeneğinde en yüksek orana (%28,6) sahip olan meslek grubu turizmci olan gruptur.

Bu bağlamda diğer gruplara nazaran en sık bölgeye giden bireylerin emekli olan bireyler; en az sıklıkla bölgeye giden bireylerin ise turizmle uğraşan bireyler olduğu söylenebilmektedir.



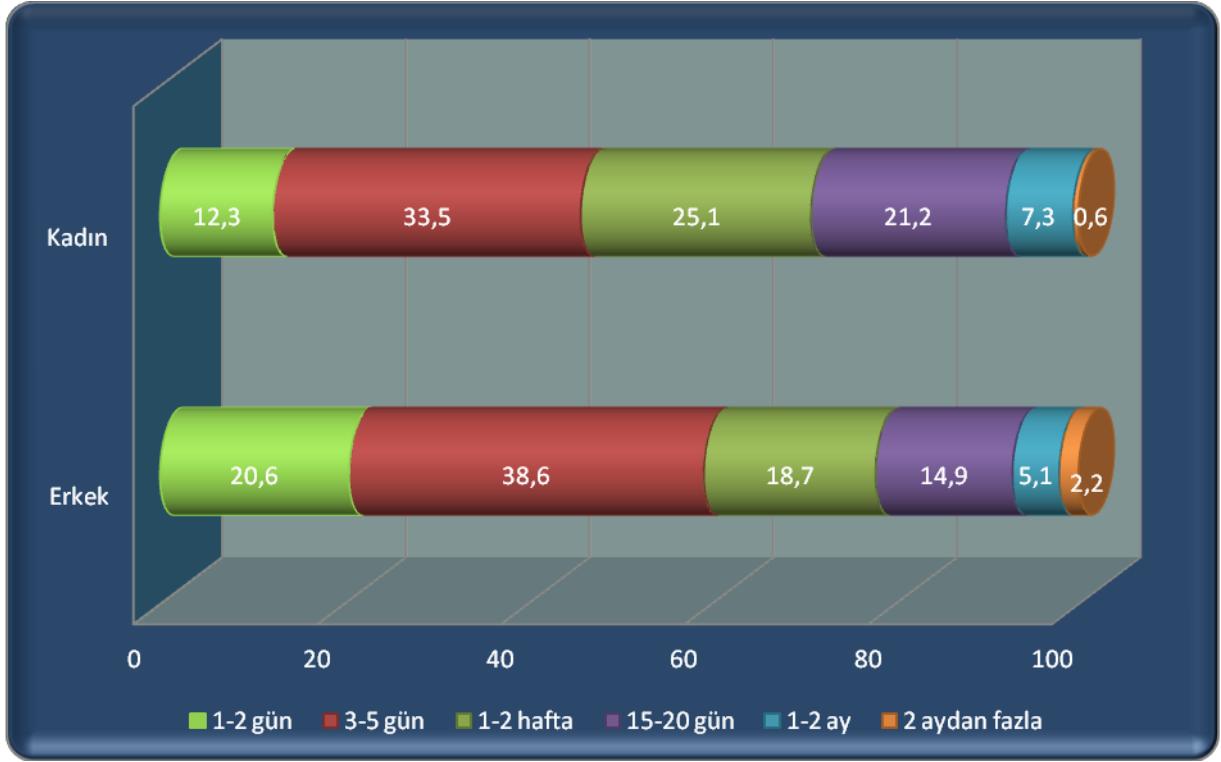
**Şekil 52. Yaşa Göre Trakya Bölgesine Gitme Sıklıkları**

Yaş grupları karşılaştırıldığında ayda bir olmak üzere bölgeye en sık giden bireylerin 51 yaş ve üzerinde olduğu sonucuna varılmıştır. aynı kategoride bu grubu %15,2 ile 46-50 yaş grubundaki bireyler takip etmektedir. Diğer gruplar ise sırasıyla 41-45 yaş, 36-40 yaş, 26-30 yaş, 18-25 yaş ve 31-35 yaş grubudur.

Şimdiye kadar bir kez olmak üzere bölgeye en düşük sıklıkla gidenlerde ise en yüksek oran (%18,8) 18-25 yaş grubuna aittir. İkinci sırada ise %15,3 ile 41-45 yaş grubu yer almaktadır.

Trakya'ya nadiren gidenler (yılda bir kez) arasında ise en yüksek orana %54,8 ile 36-40 yaş grubunda rastlanmaktadır. Sırasıyla %44,3 ile 31-35 yaş grubu; %40,9 ile 46-50 yaş grubu; %36,5 ile 26-30 yaş grubu; %36,1 ile 41-45 yaş grubu; %35,2 ile 51 yaş ve üzeri grup; %29,7 ile 18-25 yaş grubu gelmektedir.

Sonuç olarak Trakya'ya en sık gidenlerin 51 yaş ve üzerindeki bireyler ve en az gidenlerin ise 18-25 yaş aralığındaki bireyler olduğunu söyleyebiliriz.



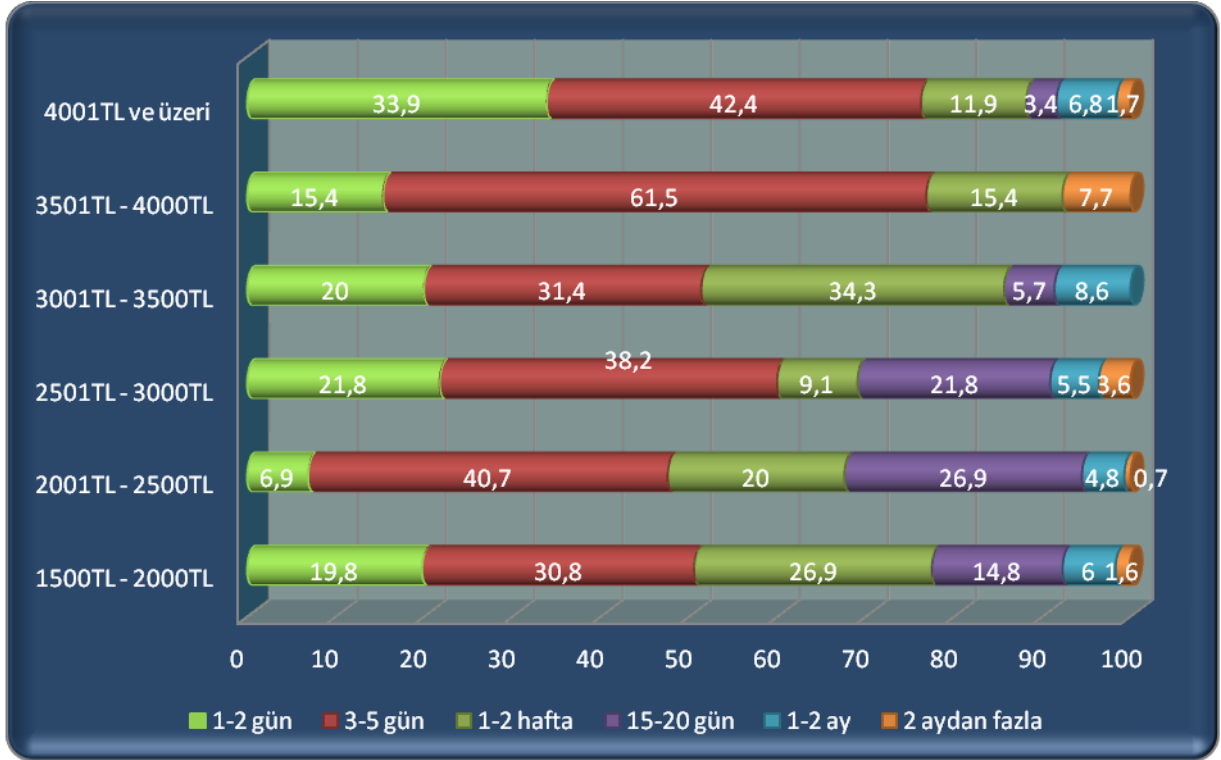
**Şekil 53. Cinsiyete Göre Trakya Bölgesine Gitme Sıklıkları**

Kadın ve erkek katılımcıları karşılaştırdığımızda erkek katılımcıların %20,6'sının kadın katılımcılara (%12,3) göre 1-2 gün olmak üzere daha az süre bölgede kaldığı tespit edilmiştir.

İki aydan fazla olmak üzere bölgede kalma süresi uzun olan katılımcıların erkeklerde (%2,2) kadınlara göre (%0,6) daha fazladır. Bunun beraberinde ikinci sıklık birimi olan 1-2 aylık kalma süresi oranlarına bakıldığında kadınlar %7,3, erkeklerde %5,1'dir.

Bu nedenle çok net olarak ifade edilemese de bölgede kalma süresi uzun olanların erkek katılımcılarda yoğunluk kazandığı görülmektedir.



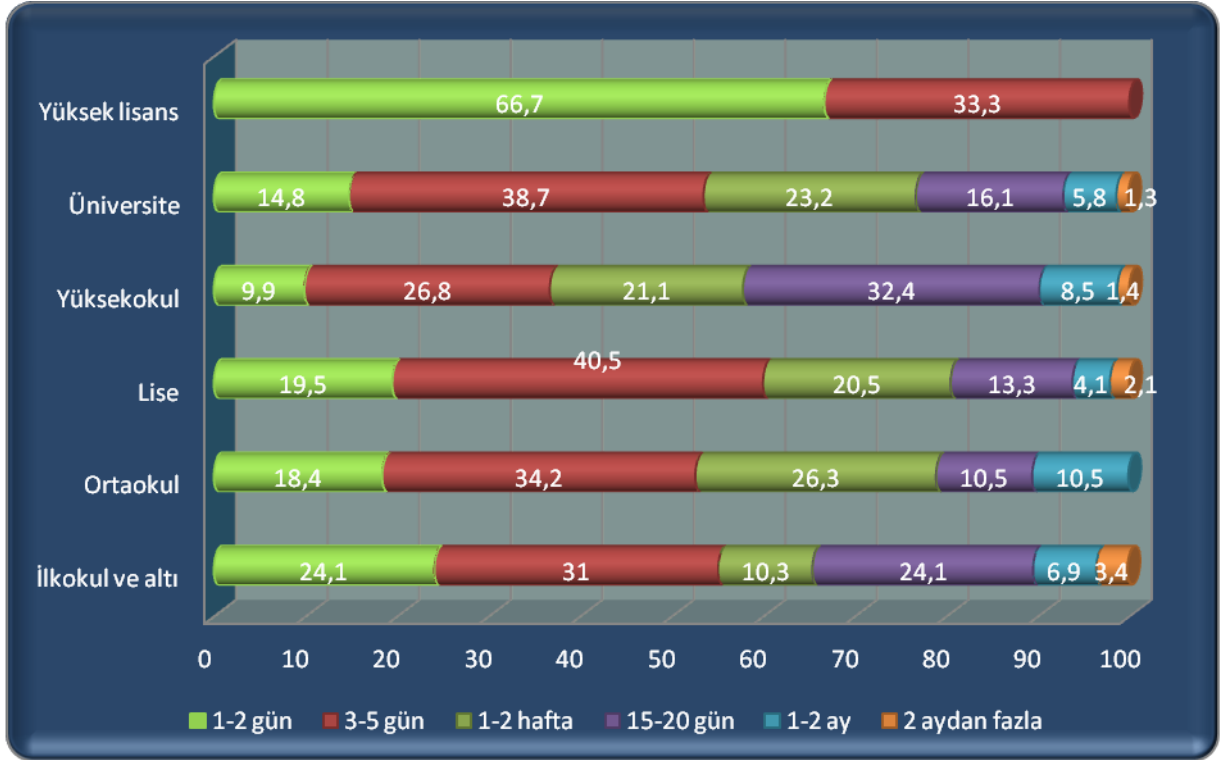


**Şekil 54. Gelir Düzeyine Göre Trakya Bölgesi'nde Turizm Amaçlı Kalış Süreleri**

Gelir düzeylerine göre Trakya bölgesinde turizm amaçlı kalış sürelerine baktığımızda iki aydan fazla olmak üzere en uzun kalan bireylerin 3501-4000 TL geliri olan grupta fazla olduğu görülmektedir. Bu gruptaki bireylerin %7,7'si iki aydan fazla bölgede kaldığını belirtmiştir. 1-2 gün olmak üzere en kısa süre kalış gösterenler ise %33,9 ile 4001 TL ve üzeri geliri olan grupta yoğunlaşmıştır.

Bölgede 3-5 gün kaldığını belirtenler %61,5 ile 3501-4000 TL geliri olan grupta diğerlerine göre daha yüksek oranlara sahiptir. Bu grubu sırasıyla %42,4 ile 4001 TL ve üzeri geliri olan; %40,7 ile 2001-2500 TL geliri olan, %38,2 ile 2501-3000 TL geliri olan; %31,4 ile 3001-3500 TL geliri olan; %30,8 ile 1500-2000 TL geliri olan grup takip etmektedir.

Genel olarak bütün oranlara bakıldığında ise sistemli bir ilişki olmasa da gelir düzeyindeki artışla beraber bireylerin bölgede kalma sürelerinin de arttığını söyleyebilmekteyiz.

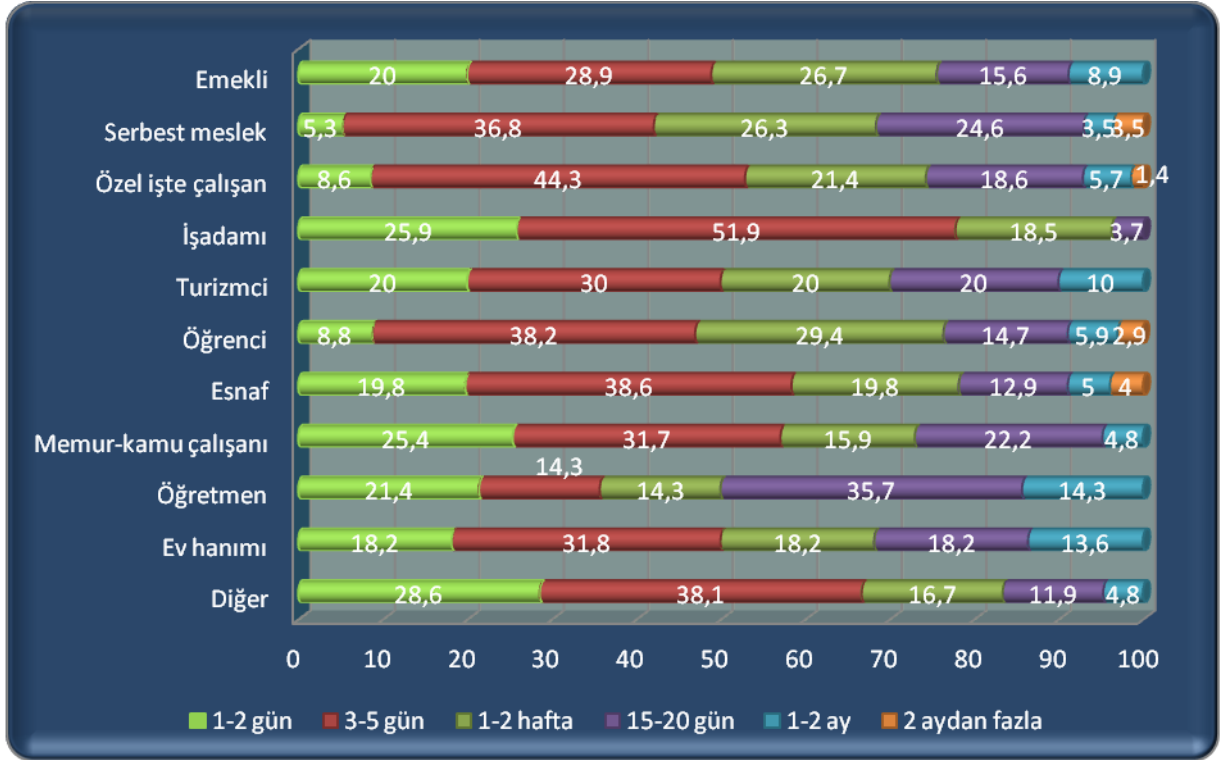


**Şekil 54. Eğitim Seviyesine Göre Trakya Bölgesi'nde Turizm Amaçlı Kalış Süreleri**

Şekil 54'teki sonuçlara göre yüksek lisans mezunu olduğunu belirtenlerin %66,7'si turizm amaçlı olarak sadece 1-2 gün bölgede kaldığını belirtmiştir. Grubun geri kalan %33,3'lük kesimi ise 3-5 gün kaldığını söylemiştir.

Yüksek lisans mezunu grup dışındaki diğer gruplar arasında ise ilkokul ve altı eğitim seviyesindeki bireylerin %24,1'i bölgede 1-2 gün kaldığını belirtirken grubun %3,4'ü iki aydan fazla kaldığını belirtmiştir. İki aydan fazla kalma seçeneğine bakıldığında en yüksek oranın ilkokul ve altı grubuna ait olduğu görülmektedir. Bu da bize bölgede kalış süresi en uzun olan bireylerin bu grupta yoğunlaştığını göstermektedir.

Diğer bir dikkat çekici sonuç ise ortaokul mezunu olan bireylerden hiç kimsenin “iki aydan fazla” seçeneğini seçmemiş olmasıdır.

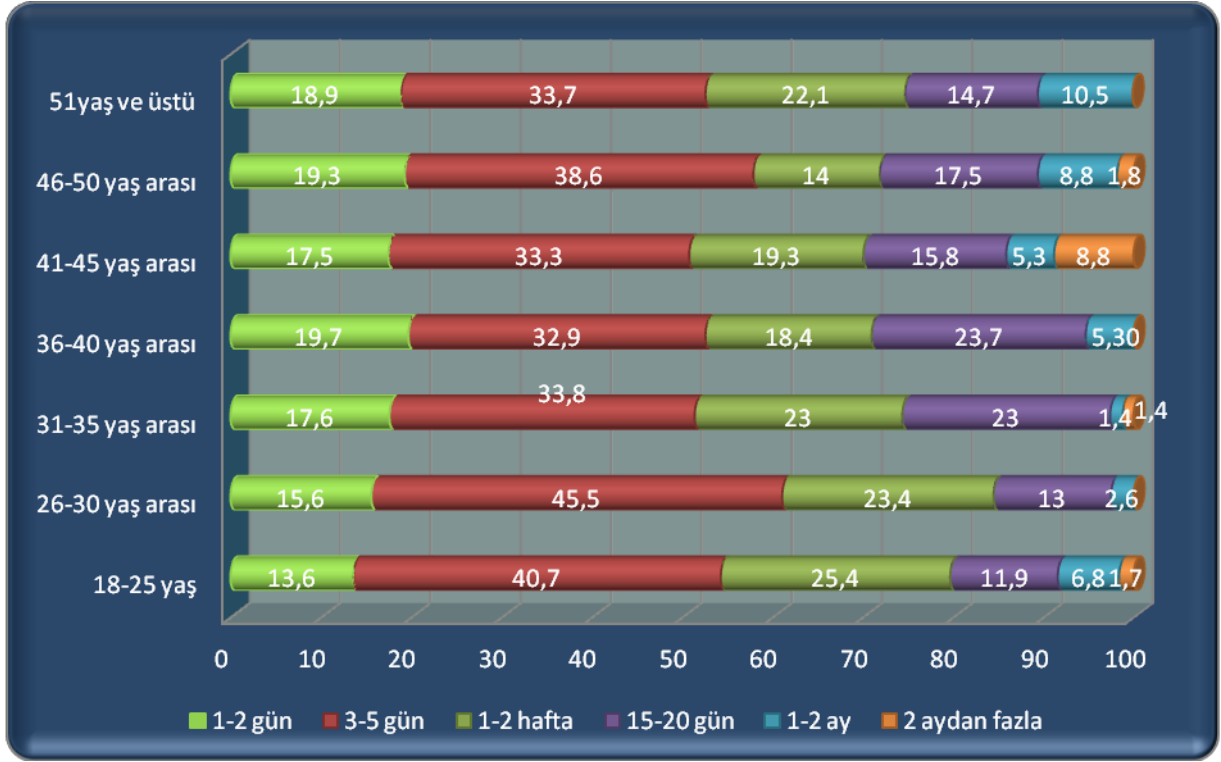


**Şekil 55. Mesleklere Göre Trakya Bölgesi'nde Turizm Amaçlı Kalış Süreleri**

Şekil 55'te yer alan sonuçlarda esnafın %4'ünün ve serbest meslek sahiplerinin %3,5'inin iki aydan fazla süre turizm amaçlı kaldıklarını görmekteyiz. Özel işte çalışan ve öğrenci grubu dışındaki diğer meslek gruplarından hiç kimsenin bu seçeneği seçmediğini hesap edersek esnaf ve serbest meslek sahiplerinin diğer meslek gruplarına göre çok daha uzun süre turizm amaçlı bölgede kalmayı tercih ettiklerini söyleyebiliriz.

1-2 gün olmak üzere bölgede en az kalan bireylerin ise %28,6 ile meslek grubu olarak "diğer" seçeneğini işaretleyenler arasında yoğunluk kazandığı görülmektedir. Bu grubu takip eden meslekler ise sırasıyla %25,9 ile iş adamı; %25,4 ile memur-kamu çalışanı; %21,4 ile öğretmen; %20 ile emekli ve turizmci; %19,8 ile esnaf; %18,2 ile ev hanımı; %8,8 ile öğrenci; %8,6 ile özel işte çalışan ve %5,3 ile serbest meslektir.

Diğer olasılıkların öncesinde kalış sürelerindeki dağılımın çalışan bireylerin izin alma hakları ve izin sürelerine bağlı olduğu düşünülebilir. Çünkü daha az süre kaldığı belirlenen özel iş çalışanı, memur-kamu çalışanı, öğretmen gibi meslek sahiplerinin senelik veya dönemli olarak sınırlı sürede izin alma hakları bulunmaktadır. Ancak serbest meslek çalışanı ve esnaf grubundaki bireylerin kendi kalış süreleri için inisiyatif kullanma hakları bulunmaktadır.

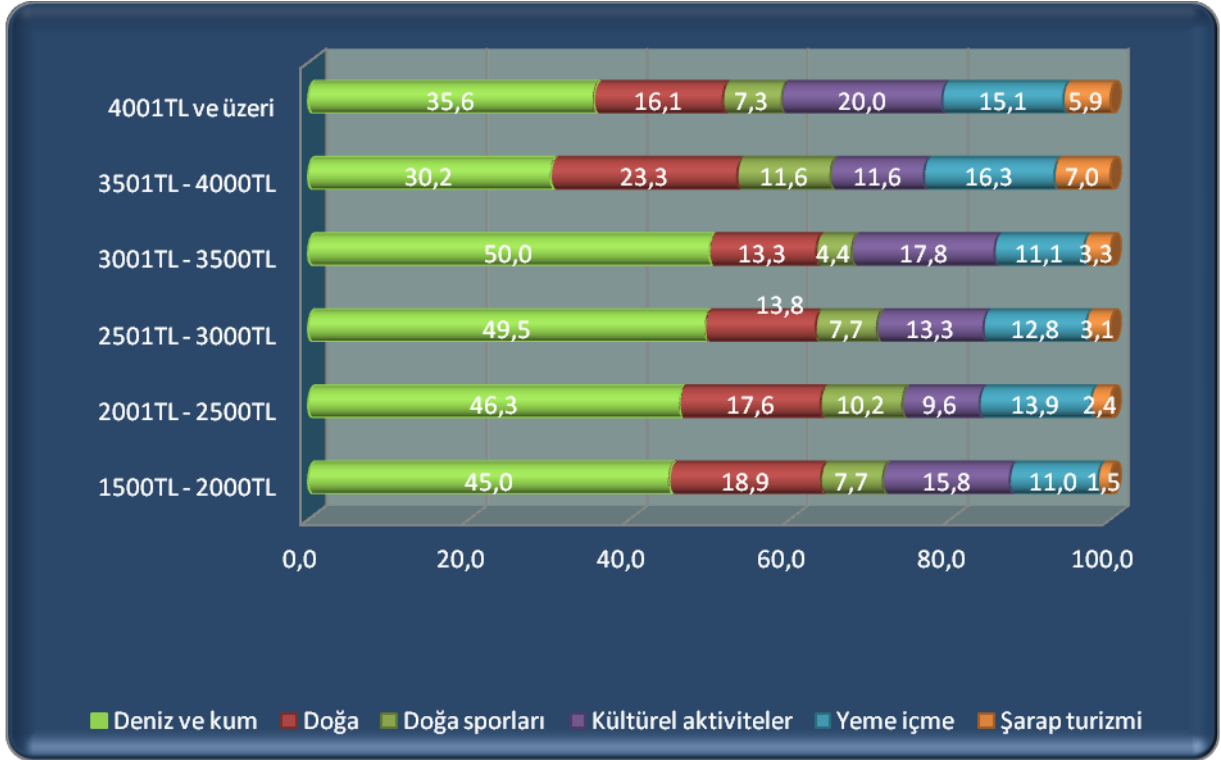


**Şekil 56. Yaşa Göre Trakya Bölgesi'nde Turizm Amaçlı Kalış Süreleri**

1-2 gün ve 3-5 gün kalış süresine verilen cevap oranlarına bakıldığında bütün yaş gruplarındaki oranların yaklaşık olduğu dikkat çekmektedir. Ancak, 1-2 ay ve 2 aydan fazla seçeneklerine verilen cevaplarda yaş gruplarına göre belirgin derecede sapmalar gözlenmektedir.

Tabloda yer alan sonuçlara göre 41 yaş ve üzeri grubundaki bireylerin diğer yaş gruplarına göre daha uzun süre bölgede kalabildikleri açıkça yer almaktadır. 41 yaş ve altındaki bireylerin ise 1-2 gün ve 3-5 gün seçeneklerinde yoğunluk kazandığı görülmektedir. Bu bağlamda yaştaki artışla beraber Trakya'da turizm amaçlı kalış süresinin de arttığı söylenebilmektedir.

Ayrıca bu duruma emeklilik ihtimali göz önünde bulundurularak da yorum yapılabilir. 41 yaş ve üzerindeki bireylerin çoğunlukla emekli olduğu ve/veya çalışma hayatında dair daha az sorumluluk alabildikleri, bu nedenle tatil amaçlı daha çok vakte sahip oldukları söylenebilir. Bu noktada turizm amaçlı kalış sürelerinde de diğer yaş gruplarına göre artış olması şaşırtıcı olmayacaktır.

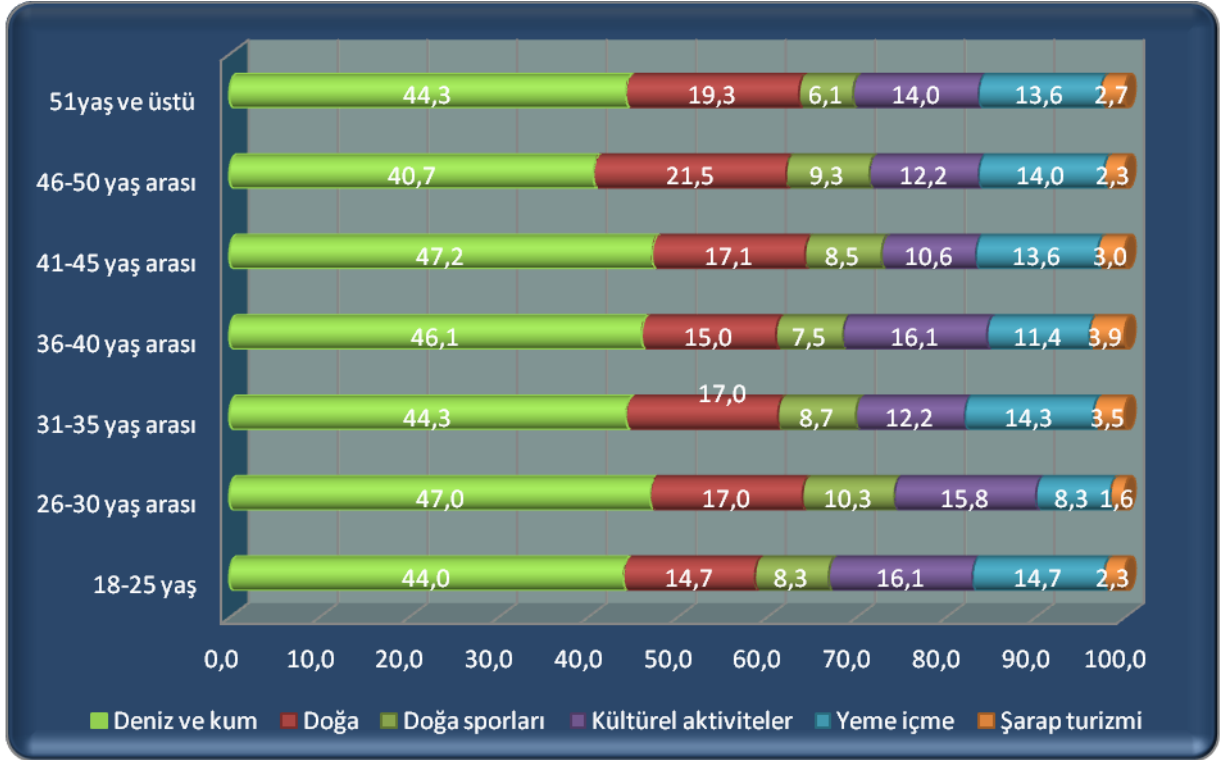


**Şekil 57. Gelir Düzeyine Göre Tercih Edilen Tatil Olanakları**

Görüldüğü üzere yaklaşık olarak bütün gelir gruplarındaki bireylerin bölge için tercih ettikleri tatil olanağı “deniz ve kum” seçeneğinde yoğunlaşmıştır. İstisnasız olarak bütün gelir gruplarındaki bireylerin yaklaşık yarısı Trakya için deniz ve kumu tercih etmiştir.

Yine hemen hemen bütün gelir gruplarıncı en çok tercih edilen tatil olanakları arasında doğa, kültürel aktiviteler ve yeme-içme öncelik kazanmıştır.

Bunlara karşılık olarak bireylerin en az tercih ettikleri tatil olanakları doğa sporları ve şarap turizmi olmaktadır.

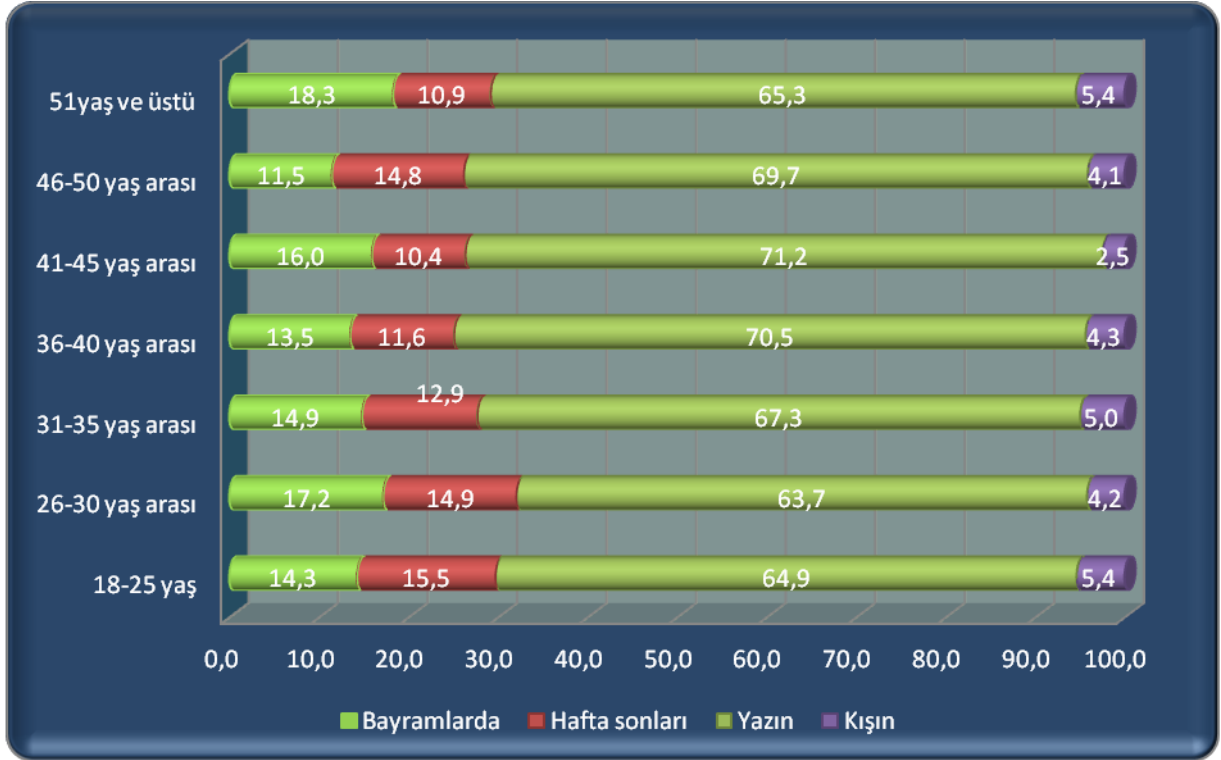


**Şekil 58. Yaşa Göre Tercih Edilen Tatil Olanakları**

Şekilde de görüldüğü üzere bütün yaş gruplarınca en çok tercih edilen tatil olanığı deniz ve kumdur. Bu olanağa ilişkin tercih oranları bütün gruplarda benzer durumda olması da dikkat çekicidir.

Gelir düzeyi grubunda olduğu gibi bireyler tarafından en çok tercih edilen tatil olanakları doğa, kültürel aktiviteler ve yeme-içme; en az tercih edilen tatil olanakları ise doğa sporları ve şarap turizmi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yaş dağılımlarının tercihler üzerindeki etkisine baktığımızda ise belirgin farklılıklar görülmemekte; bütün grupların yaklaşık oranlara sahip olduğu dikkat çekmektedir.

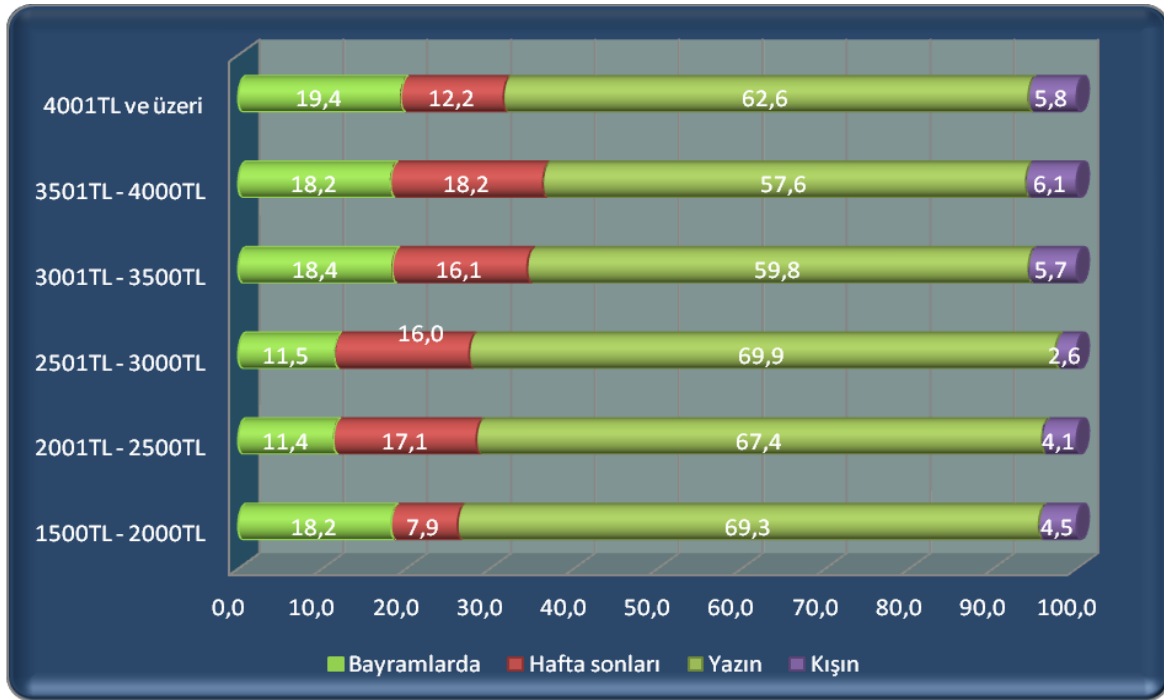


**Şekil 59. Yaşa Göre Tercih Edilen Tatil Zamanları**

Yaşa göre tercih edilen tatil zamanlarını ele aldığımızda ise hangi yaş grubunda olursa olsun bireylerin yarısından fazlasının yaz mevsimini tercih ettiği karşımıza çıkmaktadır. Ancak yukarıda yer verildiği üzere bireylerin büyük bir çoğunluğu deniz ve kum tatilini tercih ettiği sonucu, yine bireylerin büyük bir çoğunluğunun tatil zamanı olarak yaz mevsimini tercih ettiği sonucunu beklenir kılmaktadır.

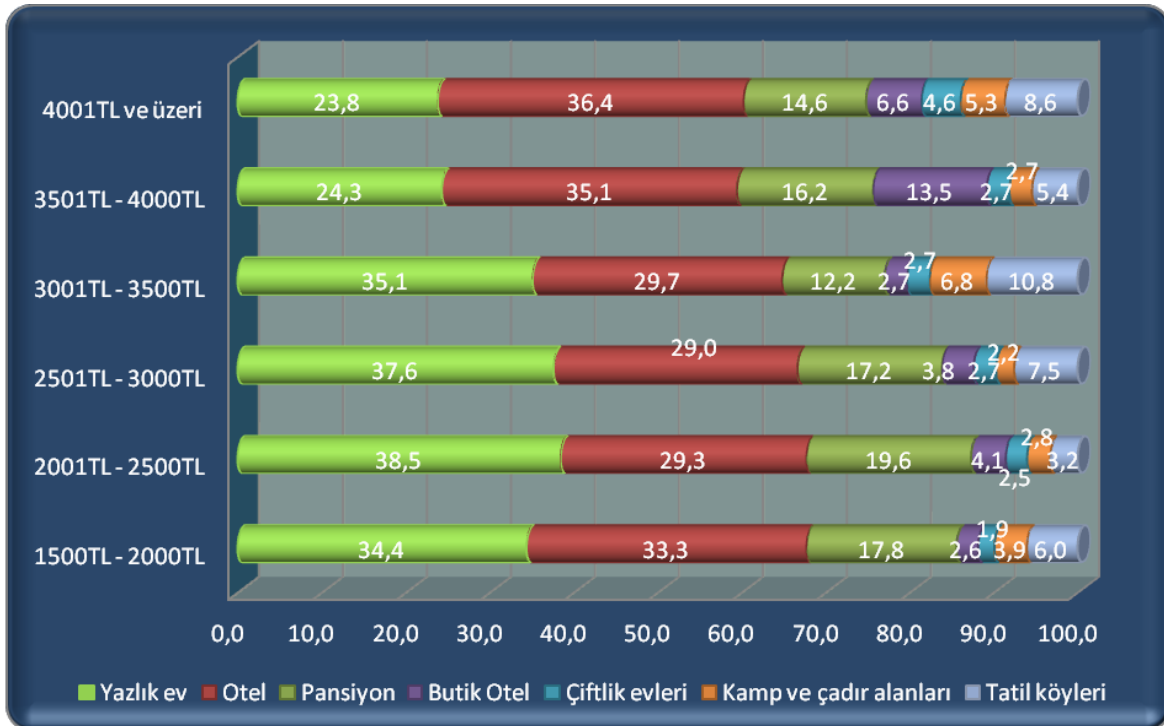
Yaş gruplarının etkisinin görülmediği ve sapmalara rastlanılmadığı diğer oranlara göre ise katılımcıların ikinci sırasında bayram tatilleri, üçüncü sırasında hafta sonları ve son olarak da kış mevsimi gelmektedir.

Katılımcıların bayram tatillerini ve hafta sonlarını seçme oranlarına dikkat ettiğimizde ise daha önceki tablolarda yer verilen 1-2 gün ve 3-5 gün kalış sürelerinin oranlarıyla paralellik gösterdiği dikkat çekecektir.



Şekil 60. Gelir Düzeyine Göre Tercih Edilen Tatil Zamanları

Yaş değişkeninde olduğu gibi gelir gruplarına ilişkin değerlendirmede de farklılık gözlenmemiş tatil zamanlarına ilişkin tercih sırası değişmemiştir. Oranlara bakıldığında gruplar arasında sapma olmaksızın tercih sırasının yaz mevsimi, bayram tatilleri, hafta sonları ve kış mevsimi olduğu görülmektedir.



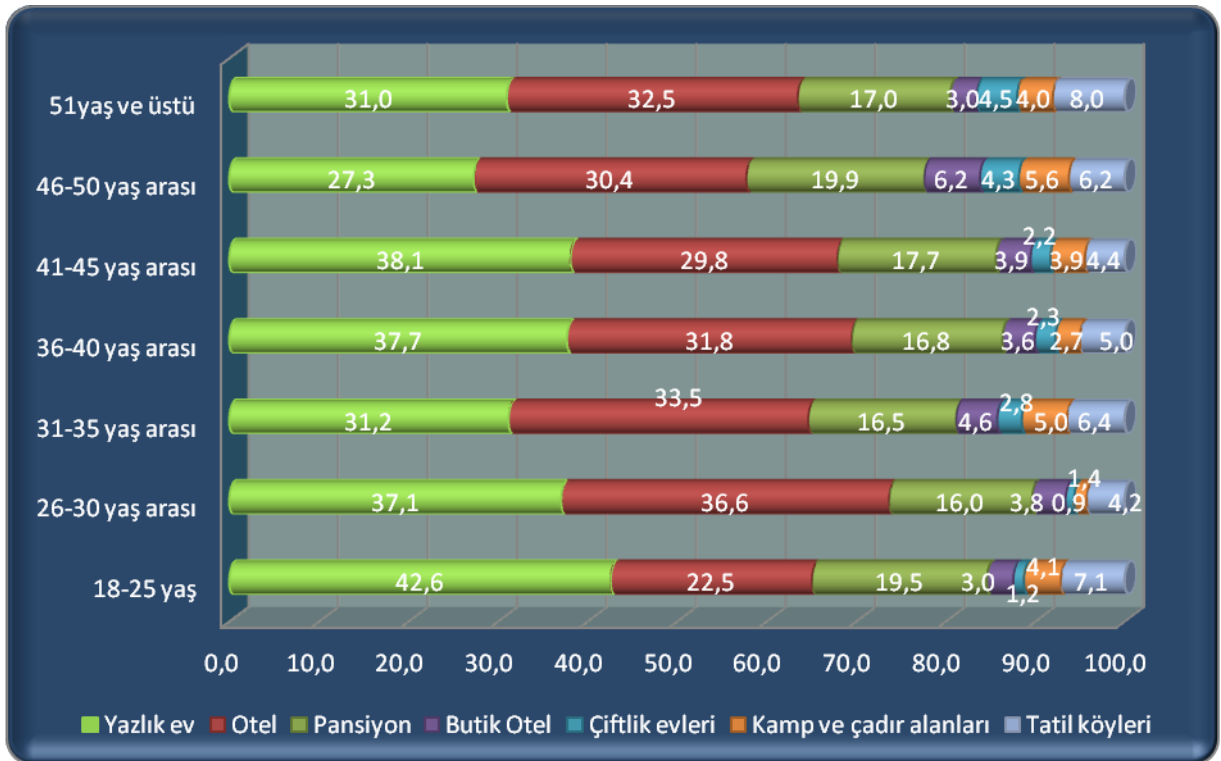
Şekil 61. Gelir Düzeyine Göre Tercih Edilen Konaklama Tipleri



Gelir düzeyinin tercih edilen konaklama tipleri üzerindeki etkisine baktığımızda beklendik sonuçlara ortaya çıkmıştır.

Değişken oranlar söz konusu olsa da bütün grupların öncelik sırasında birinci yazlık ev ve ikinci sırada otel olmaktadır. Ancak 3500 TL üzeri gelir grubundakilerde otel tercih oranları diğer gruplara göre daha fazladır. Çünkü bu gelir düzeyindeki bireylerin daha önceki sonuçlara göre bölgede kalış süresinin daha az olarak tercih ettiğini bilmekteyiz. Kısa sürelik kalışlar gösterdiği bir bölgede kalıcı ikametgahı simgeleyen yazlık ev yerine otelleri tercih etmeleri beklendik ve normal bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Yine bu gelir grubundaki bireylerce diğer bireylere göre pansiyonları tercih etme oranları daha düşüktür. Bu durumun ise tamamıyla gelir düzeylerinin diğerlerine göre daha yüksek olması pansiyona nazaran lüks ola otelleri tercih etmeleriyle açıklanabilir.

Diğer taraftan bütün gelir gruplarınca en az tercih edilen konaklama tiplerinin butik otel, çiftlik evleri, kamp ve çadır alanları ve tatil köyleri olduğu görülmektedir. Bu durum ise bireylerin bölgeyi doğa, doğa sporları için uygun görme oranlarının düşük olmasıyla açıklanabilir.



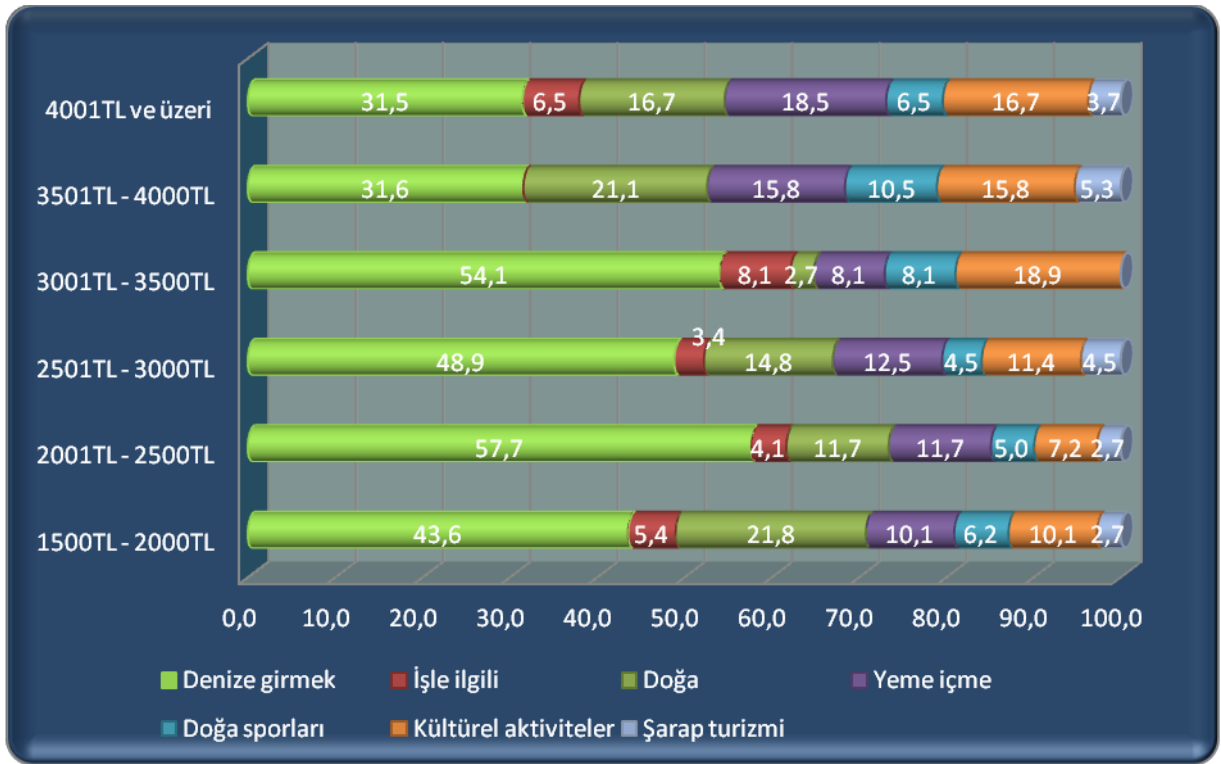
Şekil 62. Yaşa Göre Tercih Edilen Konaklama Tipleri

Şekil 62’de ise beklendik sonuçlar karşımıza çıkmaktadır. Oranlara baktığımızda 41 yaş ve altı grubundaki bireylerin diğer yaş gruplarına göre daha yüksek oranda yazlık evleri

tercih ettiği görülmektedir. Özellikle ergenlik ve gençlik dönemindeki bireylerin daha rahat ve özgür olabilmeye isteğiyle kuralları kendilerinin belirleyebileceği yazlık evleri tercih etmesi normal karşılanabilmektedir.

Otel tercih oranları yine bütün yaş grupları için yaklaşık oranlarda karşımıza çıkmaktadır. Ancak 26-35 yaş aralığındaki bireylerin diğerlerine göre daha çok oteli tercih ettikleri de söylenebilmektedir.

Yine benzer bir sonuç bu tabloda da görülmekte ve butik otel, çiftlik evleri, kamp ve çadır alanları ve tatil köyleri belirgin sapmalar olmaksızın tüm gruplarca en az tercih edilen konaklama tipleri olarak karşımıza çıkmaktadır.



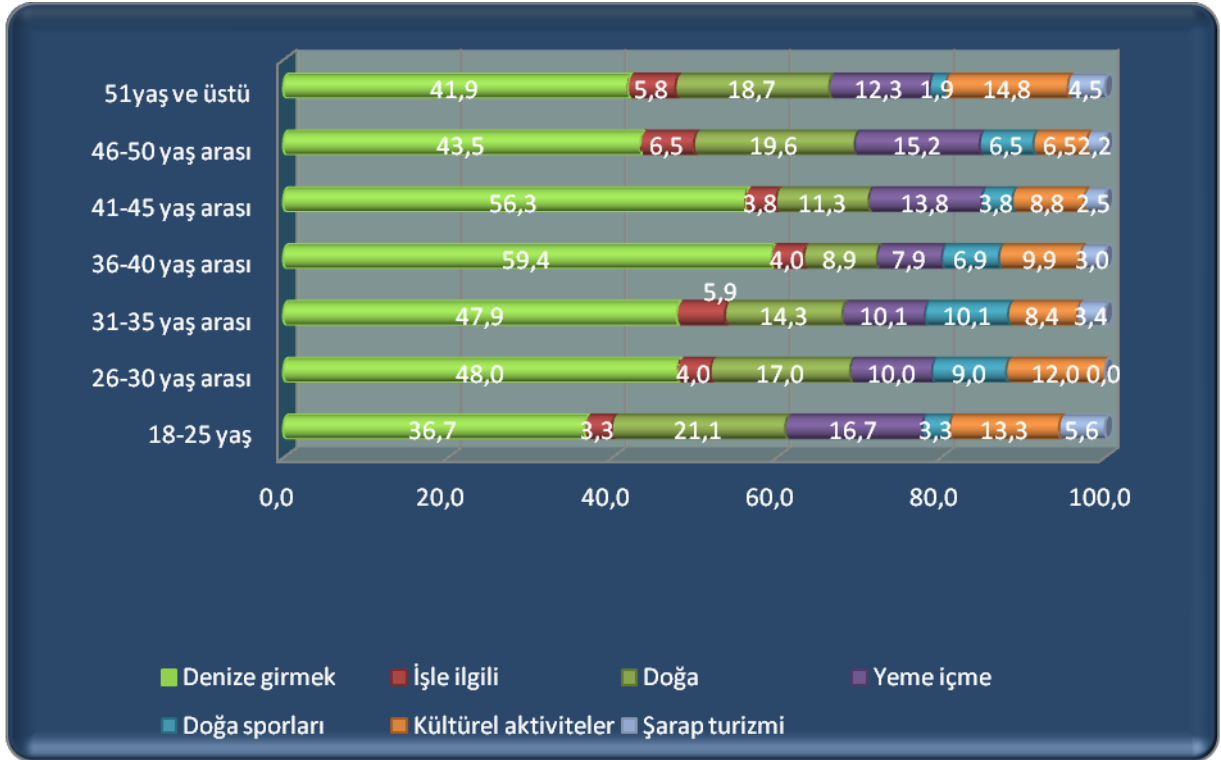
Şekil 63. Gelir Düzeyine Göre Trakya Bölgesi'ne Daha Önce Gitme Nedenleri

Sonuçlara göre, bütün gelir grupları için Trakya bölgesine gitmedeki öncelikli neden denize girmek olarak karşımıza çıkmaktadır. Buna karşın, gelir düzeyi 3001 TL ve altı olan bireylerin diğer bireylere göre daha çok denizi tercih ettiği sonucuna varılabilmektedir.

Oranların dağılımlarına dikkat edildiğinde diğer öncelikli nedenlerin doğa, yeme-içme, kültürel aktiviteler olduğu görülmektedir. Bu nedenler arasında diğer gruplara oranla doğa cevabını verenlerin 1500-2000 TL gelir grubunda (%21,8); yeme-içme cevabını verenlerin

4001 TL ve üzeri gelir grubunda (%18,5); kültürel aktiviteler cevabını verenlerin 3001-3500 TL gelir grubunda (%18,9) yoğunlaştığı dikkat çekmektedir.

Diğer sonuçlarla paralel olarak da yine bütün gruplarca en az tercih edilen nedenler ise doğa, doğa sporları ve şarap turizmidir. Önceki sonuçlara ek olarak konulan “işe ilgili” seçeneği de bireylerce en az tercih edilen seçenekler arasında yer almaktadır.



Şekil 64. Yaşa Göre Trakya Bölgesi'ne Daha Önce Gitme Nedenleri

Katılımcılarımıza Trakya Bölgesi'ne daha önce hangi amaçla seyahat ettikleri soruldu. Her yaştan katılımcının Trakya bölgesine birincil seyahat sebebinin (%36,7 ila %56,3) denize girmek olduğunu ortaya koyan araştırmamızda, Trakya'yı ziyaret etme sebepleri arasında en son sırada şarap turizmi (%0 ila %5,6) ve iş seyahatlerinin bulunduğunu gördük (%3,3 ila %6,5). Ayrıca araştırmamız 18-25 yaş arası gençler ve 51 yaş üzerinde kişilerin Trakya Bölgesini doğası (%21,1 - %18,7), yemekleri (%13,3 - %14,8) ve kültür turizmi (%13,3 - %14,8) için tercih etme oranlarının birbirine yakın olduğunu ortaya koydu.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Trakya anketi sonuçları göre genel olarak her yaş grubundan bölge halkının Trakya’da turizmin gelişmesini istedikleri ve hatta dışarıdan gelen bireylerce yaşadıkları yerlerin gezilip görülmesinden gurur duyacaklarını gördük. Bunun bölge turizminin gelişmesi için eğitim ve projelerde yer almaktan turizm sektörlerinde çalışmaya kadar birçok alanda aktif olarak yer alabileceklerini belirtmeleri de isteklerinin derecesini destekler niteliktedir.

Halkın eğitim ve gelir seviyesi yüksek olan kesimi eğitim programları ve projelerde aktif olarak yer alıp hem gelişime katkı sağlamak istediklerini hem de turizm alanları hakkında bilgi sahibi olmak istediklerini belirtmiştir. Eğitim ve gelir seviyesi nispeten daha düşük olan kesimin ise iş kolları ve diğer sektörel alanlarda yer almayı tercih etmişlerdir. Bu sonuçlar da bize, yukarıdaki görüşümüzü destekler derecede, yöre halkının eğitim, gelir seviyesi gibi farklı değişkenlerin etkisiyle farklı düşünce ve yöntemlere taraf olsalar da nihayetinde ortak amaçta buluştuklarını göstermektedir.

Ancak bütün bu sonuçların beraberinde dikkat çekici ve haklı bir diğer sonuç da bölge halkının turizmin gelişmesi için devlet desteğine ihtiyaç duyduğunu belirtmesidir. Trakya’dan katılımcıların ve İstanbul’dan olan katılımcıların bölge turizmini değerlendirmek amaçlı vermiş oldukları cevaplar da devlet desteğinin gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Bir bölgeye özgü kültürel, tarihsel, ekolojik ve coğrafi özelliklerin, turistik imkanların tamamıyla tanıtılması sadece o yöre halkının çabalarıyla sağlanabilecek düzeyde bir sorumluluk değildir. Ciddi bir işbirliği ve planlamaya, yazılı ve görsel medyanın desteğine, eğitim ve proje uygulamamasına ve bütün bu tanıtım çalışmaları için kayda değer bir maddi desteğe ihtiyaç vardır. Bu makro düzey ihtiyaçların karşılanmaması halinde bölge imkanlarının hem yerli hem de –özellikle- yabancı turistlerce bilinmesi beklemek gerçekdışı bir beklenti olacaktır. Zira bölge özelliklerinin de değerlendirildiği İstanbul anketinden alınan sonuçlar da bu tezimizi desteklemektedir.

Trakya Bölgesi gerek coğrafi özellikleriyle yamaç paraşütü, trekking, doğa yürüyüşler, yüzme ve diğer deniz sporları gibi birçok doğa sporuna imkan tanımakta; gerek kültürel ve tarihi geçmişiyle birçok tarihsel yapı ve arkeolojik alanlara ev sahipliği yapmakta; gerek iklimin sundukları çerçevesinde önemli bir şarap turizmine zemin hazırlamaktadır. Bunların beraberinde kendine özgü birçok yöresel tada sahiptir. Bir tarafıyla dünyaca tanınmış Balkan müziğinin vatanı olmuştur. Yıl içerisinde çeşitli festival ve şenliklerle eğlenceli bir bölge

olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak İstanbul anketinden elde ettiğimiz sonuçlar göstermiştir ki Trakya bölgesinin bütün bu imkanları bilinmemektedir. Çünkü İstanbul katılımcılarının önemli bir oranı kendi deneyimleri neticesinde bölgeyi tanıma imkanı bulduğunu belirtmiş; yazılı ve görsel medyayı seçenlerin oranını çok düşük bulunmuştur. Burada dikkat çeken ve tedirgin edici asıl sonuç ise bu oranların Trakya bölgesine sadece birkaç saat uzaklıktaki İstanbul katılımcılarının verdikleri cevaplara ait olmasıdır. Bu doğrultuda mevcut olanaklarla yerli turiste bölgeyi tanıtmak söz konusu olamazken yabancı turistlerin bölgeyi tercih etmesinin sağlanması bir bakıma olanaksız olmaktadır.

Bütün bu sonuçlar neticesinde bölgenin hak ettiği turistik gelişimi yakalayabilmesi için gelişime bu kadar açık olan bölge halkının desteklenmesi, devletin bölge halkına maddi ve manevi olanaklar sağlaması, her yaş, gelir ve eğitim grubunu ayrı ayrı hedef alan tanıtım çalışmalarına ağırlık verilmesi ciddiye ve önem arz etmektedir.

*Trakya bölgeleri ayrıntılı değerlendirildiğinde;*

#### **İğneada – Demirköy mevki için;**

- Bölgede halkın turistlerle karşılaşma ve azda olsa iletişim kurma durumu yaklaşık %36 civarındadır. Bu oran diğer bölgelerin haliyle altında kalmaktadır. Bu bölgeye yapılacak turizm yatırımlarında halkın turizmi ve turistleri çok yakından tanımadığı dikkate alınmalıdır.
- Turizmin gelişmesine olan istekleri %99 olduğundan bölgede yapılacak turizm yatırımlarına katkıda bulunacaklarını söyleyebiliriz
- Turizm konusunda yatırım yapmak kendi işini kurmak isteyenler %18 kitleye imkan sağlanmalı, gerekli eğitimler ve teşvikler sağlanarak verimli yatırımların zemini hazırlanmalıdır. Turizm rehberliği yapmak isteyen %12'lik grubun rehberlik ve turizm konusunda yetiştirilmesi yaşı ve yeteneği müsait olanların bu sektöre kazandırılmasına çalışılmalıdır. Evini ve arazisini turizm amaçlı kullanıma açmak isteyen %10'luk kitle de bu konuda çalışma yapılabilmesi için gönüllü grubunu oluşturabilir. İsteklilerden yapılacak seçimler sonucunda pilot uygulamalarla ev ve arazilerin turizm amaçlı nasıl kullanılabileceği ortaya konmalı ve gerekli kolaylıklar yetkili makamlarca sağlanmalıdır.
- Bölgede turizm konusunda yapılabilecek yatırımların öncelik sırası yörenin turizme elverişli kategorileri ile paralel olmalıdır. Bu bölgede öncelik sırası doğa turizmi, kültürel turizm, doğa sporları ve yeme içme turizmi şeklinde olmalıdır
- Bu bölgede turizmin gelişmesi konusunda çok olumlu düşünceler söz konusudur, Yalnızca turizm yatırımlarının bölge halkından çok yatırımcılara ekonomik yarar sağlayacağı

düşüncesi olumsuz bir görüş olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir bölgeye yapılacak yatırımlarda o bölgeyi yatırımcılara öncelik tanınarak ve teşvikler sağlanarak yatırımların önü açılması gerekir. Böylece yatırımdan elde edilecek gelirin yine bu bölgeye girdi olarak geri dönmesi yerinde olacaktır. Bu durum yatırımların kalıcılığını ve daha uzun ömürlü olmasını da sağlayacaktır. Bölgede yaşayan sakinlerin çoğu eko tarım konusunda bilgili olmadıklarını ifade etmişlerdir, ayrıca turizmden kazanç sağlayacaklarını da yeterince düşünmemektedirler. Bölgede turizmin gelişmesi için yapılacak eğitimlere katılımın sağlanması mutlaka gereklidir. Düzenlenecek eğitimlerde turizmin yöre halkı için nasıl kazanç sağlayacağı herkesin imkanları ölçüsünde bundan nasıl faydalanabileceği de uzmanlar tarafından ortaya konmalıdır. Eğitimler sonunda kursiyerler takip edilmeli belirli periyotlarla bilgileri tazelenmeli, gerekli ekonomik destekler sağlanarak bu desteklerin yatırıma dönüşmesi için danışmanlık hizmetleri de kolaylaştırılmalıdır.

#### **Kıyıköy mevki için;**

- Bölgede sadece ailelerde %9 oranında turizm çalışanı vardır. Bölgede halkın turistlerle karşılaşma ve azda olsa iletişim kurma durumu yaklaşık %78 civarındadır. Bu oran Trakya yöresinin toplamının üzerindedir. Bu bölgeye yapılacak turizm yatırımlarında halkın turistlerle yakın iletişim içinde olduğu göz önüne alınmalıdır.
- Turizmin gelişmesine olan istekleri tüm Trakya da olduğu %97 gibi yüksek bir oranda olduğundan halkın bölgede yapılacak turizm yatırımlarına katkıda bulunacaklarını söyleyebiliriz. Ayrıca bölgede görmek istedikleri turist tiplerinde yerli turist öncelikli olduğundan yerli turistler için özel bir çalışma yapılması gereklidir.
- Bölgede evini ve arazisini turizm amaçlı kullanıma açmak isteyen %25'lik kitle de bu konuda çalışma yapılabilmesi için gerekli yoğunluğu oluşturmaktadır. Turizm konusunda yatırım yapmak kendi işini kurmak isteyenler %15'lik kitle ile özel olarak ilgilenilmeli, gerekli eğitimler ve teşvikler sağlanarak verimli yatırımların zemini hazırlanmalıdır. Turizm rehberliği yapmak isteyen %11'lik grubun rehberlik konusunda eğitim alması sağlanmalı, yeteneği müsait olanların bu sektöre kazandırılmasına çalışılmalıdır. Çiftliğini turistlerin meyve toplaması, süt sağması gibi faaliyetlere açmak isteyen %13'lük bir kesim ise yöre için iyi bir örnek oluşturmaktadır. Çiftliklerin turizm amaçlı nasıl kullanılabileceği ortaya konmalı ve gerekli kolaylıklar yetkili makamlarca sağlanmalıdır.

- Bölgede turizm konusunda yapılabilecek yatırımların öncelik sırası yörenin turizme elverişli kategorileri ile paralel olacağı varsayılarak deniz turizmi, kültürel turizm, doğa turizmi, yeme-içme turizmi şeklinde olmalıdır
- Bölgede turizmin gelişmesi konusunda çok olumlu düşünceler söz konusudur, Yalnızca turizm yatırımlarının bölge halkından çok yatırımcılara ekonomik yarar sağlayacağı düşüncesi olumsuz bir görüş olarak karşımıza çıkmaktadır. Bölgede turizm yatırımlarından elde edilecek gelirin bu bölgeye geri dönmesi için bölge halkının kendi bölgelerine yatırım yapmaya teşvik edilmeleri yerinde olacaktır. Bölgede yaşayan sakinlerin çoğu eko tarım konusunda bilgili olmadıklarını ifade etmişlerdir, düzenlenecek eğitimlerle bu konuda yöre halkı aydınlatılmalı ve geniş ölçüde turizmin yöre halkı için nasıl kazanç sağlayacağı ortaya konmalıdır.

#### **Saray mevkii için;**

- Saray Bölgesi'nde ailelerde %19 oranında turizm çalışanı mevcuttur. Turizm sektöründe çalışan sayısı açısından genel Trakya ortalamasının üzerinde bir orandır. Bölgede halkın turistlerle karşılaşma ve azda olsa iletişim kurma durumu yaklaşık %61 civarındadır. Bu oran yöre halkının turistlerle içli dışlı bir yaşam sürdürdüğünü göstermesi açısından önemlidir.
- Turizmin gelişmesine olan istekleri tüm Trakya Bölgesi'nde görüldüğü gibi oldukça yüksek bir orandadır (%98). Yöre halkının turizmin gelişmesi yönünde istekli olması güçlü bir yön olarak değerlendirilmelidir. Bölgede hem yerli hem yabancı turist görmek isteyenlerin oranının %71 olması, yabancı turistlerin de bu bölgede istendiğinin ve beklendiğinin göstergesi olarak önemli bir noktadır. Hem yerli, hem yabancı turistleri buraya çekebilecek turizm tipleri üzerinde ayrıntılı çalışmalar yapılmalıdır.
- Turizm konusunda yatırım yapmak kendi işini kurmak isteyenler %27'lik kesim ile özel olarak ilgilenilmelidir. Gerekli danışmanlık hizmetleri ve ekonomik imkanların sağlanması yönünde adımlar atılmalıdır. Turizm rehberliği yapmak isteyen %8'lik grubun rehberlik konusunda yetiştirilmesi sağlanmalı, evini ve arazisini turizm amaçlı kullanıma açmak isteyen %12'lik kitleye de gerekli imkanlar sağlanmalıdır. Turistik hediyelik eşya yapımı ve satımı da hem kültürel bir faaliyet olarak ele alınıp desteklenmeli hem de yörenin tanıtımı için bir araç olarak görülmelidir. Yöreye özel hediyelik eşyaların neler olabileceği konusunda araştırmalar yapılmalı gerekirse Kültür bakanlığı imkanları da kullanılmalıdır.

- Bölgede turizm konusunda yapılabilecek yatırımların öncelik sırası doğa turizmi, kültürel turizm, deniz turizmi, doğa sporları, yeme içme turizmi ve şarap turizmi şeklinde olmalıdır.
- Bu bölgede turizmin gelişmesi konusunda çok olumlu düşünceler söz konusudur, Bölgede yaşayan sakinlerin çoğu eko tarım konusunda bilgili olmadıklarını ifade etmişlerdir, Bölgede turizm konusunda verilecek eğitimler sonunda kursiyerler takip edilmeli belirli periyotlarla bilgileri tazelenmeli, gerekli ekonomik destekler sağlanarak bu desteklerin yatırıma dönüşmesi için danışmanlık hizmetleri de kolay ulaşılabilir hale getirilmelidir.

### **Şarköy mevki için;**

- Şarköy Bölgesi'nde ailelerde %13 oranında turizm çalışanı mevcuttur. Bölgede halkın turistlerle karşılaşma ve azda olsa iletişim kurma durumu yaklaşık %78 civarındadır. Turistlerle direkt iletişim halinde olan ise %44'lük bir kesim söz konusudur. Bu da yöre halkını yarısının turistlerle doğrudan iletişim halinde olduğunu gösterir. Turistlerle iç içe yaşanan bu bölgede turizm yatırımlarının da son derece verimli olacağını söylemek gerekir.
- Turizmin gelişmesine olan istekleri %97 olduğundan yöre halkının yapılacak turizm yatırımlarını sahipleneceğini ifade etmek gerekir.
- Bölge halkı %69 oranında hem yerli hem yabancı turist beklemekte, ancak yerli turist beklentisinin daha yüksek olduğu da %28 sadece yerli turist bekleyenlerden anlaşılmaktadır.
- Çiftliğini turistlere açmak isteyen %9'luk kesim ile evini ve arazisini turizm amaçlı kullanıma açmak isteyen %20'luk kitle bu konuda çalışma yapılabilmesi için önemli bir örnek olabilir. Çiftliği, evi ve arazisi turizme açılabilir nitelikte olan yöre halkına bu varlıklarını turizm amaçlı nasıl kullanılabileceği ortaya konmalı ve gerekli kolaylıklar yetkili makamlarca sağlanmalıdır. Turizm konusunda yatırım yapmak kendi işini kurmak isteyenler %17'lik kitleye imkan sağlanmalı, gerekli eğitimler ve teşvikler sağlanarak verimli yatırımların zemini hazırlanmalıdır. Turizm rehberliği yapmak isteyen %8'lik grubun rehberlik ve turizm konusunda yetiştirilmesi bu sektöre kazandırılmasına çalışılmalıdır.
- Bölgede turizm konusunda yapılabilecek yatırımların öncelik sırası deniz turizmi, şarap turizmi, doğa sporları, doğa turizmi ve yeme içme turizmi şeklinde olmalıdır
- Bu bölgede turizmin gelişmesi konusunda çok olumlu düşünceler söz konusudur, ancak yerel kültürü değiştirebileceği konusunda, suç işleme oranının artabileceği konusunda kalabalıktan dolayı hayatın zorlaşabileceği ve trafiğin artabileceği konusundaki tereddütlerin



giderilmesi gereklidir. Turizmin gelişmesinin yöre halkından çok yatırımcılara yarayacağı endişesi tüm yörelerde olduğu gibi Şarköy’de da bu endişe mevcuttur. Şarköy halkının eko turizm, kırsal turizm ve sakin turizm konusundaki bilgi eksikliğinin giderilmesi de bölgede yapılması gerekli faaliyetler içine alınmalıdır.

### **Saroz mevkii için;**

- Saroz Bölgesi’nde ailelerde %17 oranında turizm çalışanı vardır. Turistlerle direkt iletişimde olan %25’lik oran söz konusudur. Bölgede halkın turistlerle karşılaşma ve azda olsa iletişim kurma durumu yaklaşık %63 civarındadır. Bu bölgede halkın turizmi ve turistleri çok yakından tanımadığı dikkate alınmalıdır.
- Turizmin gelişmesine olan istekleri %99 olduğundan bölgede yapılacak turizm yatırımlarının sahiplenme oranının çok yüksek olacağını söyleyebiliriz.
- Bölge halkı tarafından beklenen turist tiplerinde hem yerli hem yabancı %64 oranında olması sevindiricidir, ancak sadece yerli turist isteyenlerin oranının %30 olması yerli turiste ilginin daha yüksek olacağını göstermektedir.
- Hediyelik eşya yapımı ve satımında faaliyet göstermek isteyen %16’lık kesime ve turizm konusunda yatırım yapmak kendi işini kurmak isteyenler %15’lik kitleye imkan sağlanmalı, gerekli eğitimler ve teşvikler sağlanarak verimli yatırımların zemini hazırlanmalıdır. Turizm rehberliği yapmak isteyen %10’luk grubun rehberlik konusunda yetiştirilmesi bu sektöre kazandırılmasına çalışılmalıdır. Evini ve arazisini turizm amaçlı kullanıma açmak isteyen %10’luk kitle ve çiftliğini turistlerin meyve toplaması ve süt sağması gibi faaliyetlere açmak isteyen %10’luk kesime de ev ve arazilerin turizm amaçlı nasıl kullanılabileceği öğretilmeli ve gerekli kolaylıklar yetkili makamlarca sağlanmalıdır.
- Saroz’da turizm konusunda yapılabilecek yatırımların öncelik sırası öncelik sırası kültürel turizm, deniz turizmi, şarap turizmi, yeme içme turizmi , , doğa turizmi, ve doğa sporları şeklinde olmalıdır
- Bu bölgede turizmin gelişmesi konusunda son derece olumlu düşünceler söz konusudur, Yalnızca turizm yatırımlarının bölge halkından çok yatırımcılara ekonomik yarar sağlayacağı düşüncesi olumsuz bir görüş olarak değerlendirilebilir. Düzenlenecek eğitimlerde turizmin yöre halkı için nasıl kazanç sağlayacağı herkesin imkanları ölçüsünde bundan nasıl faydalanabileceği ortaya konmalı ve mümkünse yöre halkının yine kendi bölgesine yatırım yapmasına çalışılmalıdır. Dışarıdan gelip bölgede yatırım yapacak olanlara destek verme

maddesindeki katılım düzeyinin istenen seviyede olmayışı da bu durumun önemini göstermektedir. Saroz halkının eko turizm, kırsal turizm ve sakin turizm konusunda bilgi düzeyleri de yeterli hale getirilmeli, farklı turizm tiplerine yönelim sağlanmalıdır.

### **Edirne mevki için;**

- Edirne Bölgesi'nde ailelerde %26 oranında turizm çalışanı vardır. Edirne'de ailelerde turizm çalışan oranının küçük yerleşim alanlarına göre daha yüksek olması dikkat çekmektedir. Bölgede turistlerle direkt iletişimde olan %38'lik oran söz konusudur. Bölgede halkın turistlerle karşılaşma ve azda olsa iletişim kurma durumu yaklaşık %70 civarındadır. Bölge halkının turist görmeye alışkın olduğu bu oranlardan açıkça anlaşılmaktadır.
- Turizmin gelişmesine olan istekleri %98 olduğundan Edirne halkının tüm Trakya'da olduğu gibi turizm yatırımlarını sahipleneceğini ifade edebiliriz.
- Bölge halkı tarafından beklenen turist tiplerinde %66 oranında sadece yerli turist olması ilginç bulunmuştur. Bunu nedeni yabancı turistlerin çok harcama yapmayan ve ekonomik seviyesi düşük kesimlerden oluşması olabilir.
- Edirne'de turizm rehberliği yapmak isteyen %27'lik grubun rehberlik konusunda yetiştirilmesi bu sektöre kazandırılmasına çalışılmalıdır. Turizm konusunda yatırım yapmak kendi işini kurmak isteyenler %20'lik kitleye ve hediyelik eşya yapımı ve satımında faaliyet göstermek isteyen %18'lik kesime imkan sağlanmalı, gerekli eğitimler ve teşvikler sağlanarak verimli yatırımların yapılmasına çalışılmalıdır. Evini ve arazisini turizm amaçlı kullanıma açmak isteyen %10'luk gruba da ev ve arazilerin turizm amaçlı nasıl kullanılabileceği öğretilmeli ve gerekli kolaylıklar yetkili makamlarca sağlanmalıdır.
- Edirne'de turizm konusunda yapılabilecek yatırımların öncelik sırası öncelik sırası kültürel turizm, yeme içme turizmi, deniz turizmi, doğa turizmi, şarap turizmi ve doğa sporları şeklinde olmalıdır.
- Edirne'de turizmin yaygınlaşması ve gelişmesi durumunda olabilecek değişimler ile ilgili çoğu olumlu görüşlerin yanında bazı tereddütlerde vardır. Özellikle turizmle birlikte kalabalığın artacağı, hayatın zorlaşacağı ve trafiğin fazlalaşacağı endişesini, yerel kültürün değişebileceği endişesini ortadan kaldıracı çalışma ve etkili yayınlar yapılmalıdır. Turizm yatırımlarının bölge halkından çok yatırımcılara ekonomik yarar sağlayacağı düşüncesi de yöre halkının yine kendi bölgesine yatırım yapması sağlanarak ortadan kaldırılabilir. Edirne halkının eko turizm, kırsal turizm ve sakin turizm konusunda bilgi düzeyleri de yeterli hale

getirilmeli, farklı turizm olanakları anlatılarak bu konuda ilgili kurumlarca öncülük edilmelidir.

### **Tekirdağ mevki için;**

- Tekirdağ Bölgesi'nde, aynı Edirne'de olduğu gibi ailelerde %26 oranında turizm çalışanı vardır. Edirne ve Tekirdağ'da ailelerde turizm çalışan oranının küçük yerleşim alanlarına göre daha yüksek olması dikkat çekmektedir. Bölgede turistlerle direkt iletişimde olan %24'lük oran, Edirne'ye göre düşük kalmıştır. Bölgede halkın turistlerle karşılaşma ve azda olsa iletişim kurma durumu yaklaşık %47 civarındadır. Bölge halkının turistler ile iletişime geçme ve turistlerle muhatap olma konusunda eksikliklerinin olduğu anlaşılmaktadır.
- Turizmin gelişmesine olan istekleri %99 olduğundan Tekirdağ halkının tüm Trakya'da olduğu gibi turizm yatırımlarını destekleyeceği ve heyecanla karşılayacağını söyleyebiliriz.
- Tekirdağ halkı tarafından beklenen turist tiplerinde %50 oranında sadece yerli turist olması ilginç bulunmuştur. Küçük yerleşim birimlerinde hem yerli hem yabancı yanıtı daha yüksek bir oran da iken Edirne ve Tekirdağ'da sadece yerli turist tercihinin hayli yüksek olmasının nedenleri üzerinde mutlak surette araştırma yapılması gereği vardır.
- Tekirdağ'da turizm konusunda yatırım yapmak kendi işini kurmak isteyenler %23'lük kitleye, turizm rehberliği yapmak isteyen %2'lik gruba ve hediyelik eşya yapımı ve satımında faaliyet göstermek isteyen %1'lik kesime imkan sağlanmalı, gerekli eğitimler ve teşvikler sağlanarak bu istek ve niyetleri bir turizm yatırımına dönüştürülmesi sağlanmalıdır. Evini ve arazisini turizm amaçlı kullanıma açmak isteyen %14'lük gruba da ev ve arazilerin turizm amaçlı nasıl kullanılabileceğinin bilgisi verimli ve gerekli kolaylıklar yetkili makamlarca sağlanmalıdır.
- Tekirdağ'da turizm konusunda yapılabilecek yatırımların öncelik sırası öncelik sırası deniz turizmi, yeme içme turizmi, şarap turizmi, kültürel turizm, doğa turizmi ve doğa sporları şeklinde olmalıdır.
- Tekirdağ'da turizmin gelişmesi durumunda oluşabilecek değişimler ile ilgili çoğu olumlu görüşlerin yanında bazı çekinceler de söz konusu olmaktadır. Özellikle turizmle birlikte kalabalığın artacağı, hayatın zorlaşacağı ve trafiğin fazlalaşacağı endişesini, yerel kültürün değişebileceği endişesini ortadan kaldıracı etkili faaliyetler yapılmalıdır. Turizm yatırımlarının bölge halkından çok yatırımcılara ekonomik yarar sağlayacağı endişesi de yöre

halkının kendi bölgesine yatırım yapması sağlanarak ortadan kaldırılabilir. Tekirdağ halkının eko turizm, kırsal turizm ve sakin turizm konusunda bilgi düzeyleri de yeterli hale getirilmeli, farklı turizm olanakları ilgili kurumlarca anlatılmalıdır.

### **Kırklareli mevki için;**

- Kırklareli Bölgesi'nde, ailelerde %18 oranında turizm çalışanı vardır. Bölgede turistlerle direkt iletişimde olan %19'luk oran söz konusudur. Bölgede halkın turistlerle karşılaşma ve azda olsa iletişim kurma durumu yaklaşık %64 civarındadır.
- Turizmin gelişmesine olan istekleri %99 olduğundan Kırklareli halkının tüm Trakya'da olduğu gibi turizm yatırımlarını destekleyeceği olacağını söyleyebiliriz.
- Kırklareli halkı tarafından beklenen turist tiplerinde %90 oranında hem yerli hem yabancı yanıtı daha diğer tüm Trakya bölgesine göre son derece tutarlı ve anlamlı bir yanıt olarak değerlendirilmelidir. Kırklareli halkı için yerli ve yabancı turist ayırımı söz konusu değildir.
- Kırklareli'nde turizm konusunda yatırım yapmak kendi işini kurmak isteyen %19'luk kitleye, turizm rehberliği yapmak isteyen %18'lik gruba ve hediyelik eşya yapımı ve satımında faaliyet göstermek isteyen %11'lik kesime imkan sağlanmalı, gerekli donanımlar ve teşvikler sağlanarak turizm lehine kullanılmalıdır. Evini ve arazisini turizm amaçlı kullanıma açmak isteyen %12'lik gruba da ev ve arazilerin turizm amaçlı nasıl kullanılabileceğinin pratiği verilmeli ve gerekli kolaylıklar yetkili kurumlarca sağlanmalıdır.
- Kırklareli'nde turizm konusunda yapılabilecek yatırımların öncelik sırası öncelik sırası şarap turizmi, doğa turizmi, doğa sporları, kültürel turizm, yeme içme turizmi, şeklinde olmalıdır.
- Kırklareli'nde turizmin gelişmesi durumunda yaşanabilecek değişimler ile ilgili çoğu olumlu görüşlerin yanında bazı çekinceler de söz konusu olmaktadır. Turizmle birlikte kalabalığın artacağı ve trafiğin fazlalaşacağı endişesini ortadan kaldıracı etkili faaliyetler yapılmalıdır. Turizm yatırımlarının bölge halkından çok yatırımcılara ekonomik yarar sağlayacağı endişesi de yöre halkının kendi bölgesine yatırım yapması sağlanarak ortadan kaldırılabilir. Tekirdağ halkının eko turizm, kırsal turizm ve sakin turizm konusunda bilgi düzeyleri de yeterli hale getirilmeli, farklı turizm olanakları ilgili kurumlarca anlatılmalıdır. Turizm faaliyetlerine katılım konusunda beklenen isteği Kırklareli'nde görememekteyiz. Ayrıca turizmden kazanç sağlayacağını düşünme konusunda da yeterli katılım dercesine

ulaşılamadığı görülmektedir. Yöre halkının turizmin gelişmesi ile daha fazla kazanç sağlayabileceği ancak turizmin gelişmesi içinde mutlaka yöre halkının destek ve katılımına ihtiyaç duyulduğu etkin biçimde anlatılmalıdır.

## KAYNAKÇA

- Arkan, R. (2004). *Araştırma Teknikleri ve Rapor Hazırlama*. Ankara: Asil Yayın.
- Arlı, M. ve Nazik, H. (2001). *Bilimsel Araştırmaya Giriş*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Balcı, A. (2005). *Sosyal Bilimlerde Araştırma*. Ankara: Pegema Yayıncılık.
- Baykul, Y. (1999). *İstatistik Metotlar ve Uygulamalar*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Çömlekçi, N. (2001). *Bilimsel Araştırma Yöntemi Ve İstatistiksel Anlamlılık Sınamaları*. Ankara: Bilim Teknik Yayınevi.
- Gökçe, B. (1988). *Toplumsal Bilimlerde Araştırma*. Ankara: Savaş Yayınları.
- İslamoğlu, H. (2003). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Beta Basım.
- Kaptan, S. (1983). *Bilimsel Araştırma Teknikleri ve İstatistik Yöntemleri*.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Özçelik, D. A. (1981). *Araştırma Teknikleri Düzenleme ve Analiz*. Ankara: ÖSYM Yayınları.
- Özdamar, K. (2003). *Modern Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Sencer, M. (1989). *Toplumbilimlerinde Yöntem*. İstanbul: Beta Basım.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldırım, A. ve şimşek, H. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Young, P. V. (1968). *Bilimsel Sosyal İncelemeler ve Araştırma* (Çev. G. Bingöl ve N. İşçil). Ankara: Ege Matbaası.