

SOSYAL TURİZM UNUTULUYOR, TURİZMİN TEK AMACI DÖVİZ KAZANMAK MIDİR?

SOCIAL TOURISM IS FORGOTTEN, IS THE ONLY PURPOSE OF TOURISM TO EARN FOREIGN EXCHANGE?

Prof. Dr. Cemali SARI

Akdeniz Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, csari@akdeniz.edu.tr,
Antalya/Türkiye. ORCID: 0000-0001-8377-2337.

Gamze ÇAKIR

Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi.
gamzeckrr01@gmail.com, Antalya/ Türkiye. ORCID: 0000-0003-2060-1711.

Berke DOĞAN

Akdeniz Üniversitesi Akdeniz Uygarlıkları Araştırma Enstitüsü, Akdeniz Havzası
Coğrafyası Araştırmaları Yüksek Lisans Öğrencisi. berkedogan_07@hotmail.com, Antalya/
Türkiye. ORCID: 0000-0002-9144-4509.

ÖZ

Turizm sektörü, ülkelerin kalkınmasında ekonomik sebepler başta olmak üzere önemli bir yere sahiptir. Dezavantajlı grup olarak ifade edebileceğimiz ekonomik gücü zayıf olan kesimin turizm faaliyetlerinden mahrum kalması sosyal entegrasyonun güçleşmesine sebep olmaktadır. Bu nedenle turizm faaliyetlerine herkesin katılımının sağlanabilmesi için sosyal turizme ağırlık verilmesi gerekir. Bu çalışma, Antalya ilinin Konyaaltı ilçesinde yaşayan şehrsel ve kırsal mahallelerdeki yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımlarını ve katılmalarına engel olan unsurlar varsa ortaya konulmasını amaçlanmaktadır. Bu çalışmada nicel araştırma yöntemine başvurulmuştur. Çalışmada 43 sorudan oluşan anket formundan veriler elde edilmiştir. Saha çalışmaları 2022 yılı Nisan- Ekim aylarında görüşmeyi kabul eden 117 kişiye anket uygulanmıştır. 45 adet anket formu ön kabul koşulları sağlamadığı gerekçesiyle toplamda 72 katılımcının veri analize dâhil edilmiştir. Görüşmelerden elde edilen veriler istatistik paket programında analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre turizmin başkenti olarak ifade edilen Antalya ilinin önemli destinasyon noktalarından olan Konyaaltı ilçesinin şehrsel ve kırsal mahallelerinde yaşayan halkın %72,8'i tatil yapmak amacıyla Konyaaltı turizm bölgesine gelmediği ve ekonomik sebepler başta olmak üzere çeşitli sebeplerden dolayı bu zamana kadar tatil yapmak amacıyla ilçenin turizm potansiyelinden yerel halkın faydalanamadığı ortaya çıkmıştır. Bu nedenle yerel halkın turizm faaliyetlerine katılım oranlarının artmasının sağlanabilmesi için çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından bireylerin desteklenmesi gerekmektedir.

Anahtar kelimeler: Sosyal Turizm, Konyaaltı, Antalya.

ABSTRACT

The tourism sector has an important place in the development of countries, especially for economic reasons. However, the deprivation of tourism activities of those with weak economic power, which we can characterize as the disadvantaged group, makes social integration even more difficult. For this reason, it is very important to focus on social tourism activities in order to ensure the participation of everyone in tourism activities. The aim of this study is to reveal whether there are factors that prevent people from participating and participating in tourism activities in urban and rural neighborhoods living in Konyaaltı district of Antalya province. In this study, a questionnaire was applied to 117 participants who agreed to be interviewed. Data from total of 72 participants were included in the analysis. The data obtained from the interviews were analyzed in the SSPS package program. According to the findings, 72.8% of the people living in the urban and rural neighborhoods of Konyaaltı, one of the important destinations of Antalya, could not come to the Konyaaltı tourism region for a holiday. It was observed that the local people participating in the research could not benefit from the tourism potential of the district, especially due to economic reasons.

Keywords: Social Tourism, Konyaalti, Antalya.

1. GİRİŞ

İnsanlar yüzyıllar boyunca çeşitli neden ve amaçlarla buldukları yerin dışındaki başka bir coğrafi mekâna hareket etmişlerdir. Dinamik bir yapıya sahip olan bu hareket, çeşitli dillerde değişik kavramlarla ifade edilmektedir. Bu dinamik olayların gelişimi ve birçok terimin doğurduğu karışıklık sonucu, tüm dikkatler tek bir sözcük üzerinde toplanmıştır; bu sözcük turizmdir (Sarı, 2007; 18). Turizm kavramı gittikçe artan hava değişimi, dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi, ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmalarına olanak veren modern çağa özgü bir olay olarak ifade edilmektedir (Kozak, N. ve diğerleri, 2001; 1). Bununla beraber Birinci Dünya Savaşı'na kadar turizm lüks bir ihtiyaç olarak kabul edilmektedir. 20.yüzyılın ikinci yarısından itibaren ise dünya ekonomisinde en hızlı gelişen ve genişleyen sektörlerden biri haline gelmiştir.

Tüm dünyada hizmet ticaretinin yaklaşık %30'unu turizm sektörü tek başına karşılaması sebebiyle diğer birçok endüstri gibi çoğu zaman bölgesel veya ulusal kalkınma için bir araç olarak kullanılmaktadır (Hepaktan vd.,2010;135 ve Bahar,2006;137). Bunun nedeni turizmin sosyal ihtiyaçlardan doğan bir sektör olması sebebiyle ekonomik faktörler, sınıf farklılıkları, sağlık sorunları, iş yükü ve çalışma saatleri gibi birçok faktörden hem etkilenmekte hem de etkilemekte olması önemli bir rol oynamaktadır. Bu faktörlerden dolayı turizm faaliyetlerini gerçekleştirenler veyahut gerçekleştirmeyi hedefleyenler genel olarak imtiyazlı ve satın alma gücü yüksek olan varlıklı bireylerden oluşmaktadır. Günümüzde ise turistik hareketler, sınıf-farkı gözetilen toplumlardan, imtiyazlı ve satın alma gücü yüksek olan varlıklı bireylerin, turizm hareketlerine katılmaları şeklinde tanımlanan aristokratik yapıdan sıyrılarak başka bir niteliğe geçiş yapmıştır (Özgökçeler ve Bıçkı,2013; 549). Geçişin yaşanmasında toplumdaki herkesin günlük, haftalık ve yıllık sürede dinlenme ve kişiliğini geliştireceği, sosyal entegrasyonun güçlenmesini sağlayacak tatil hakkının bulunması ve şüphesiz, herkes kendini geliştirebilmek için bu hakkını da kullanabilmesinin gerekliliği etkili olmuştur. Bu nedenle turizm, gün geçtikçe yüksek gelir düzeyindeki bireylerden, geniş ve ekonomik güçleri sınırlı olan toplumsal gruplara doğru genişleme özelliği göstermesi nedeniyle sosyal turizm kavramı önem kazanmaya başlamıştır (Kızılırmak ve Ertuğral, 2012; 34,35).

Sosyal turizm kavramı, iktisadi güçleri nispeten zayıf olan kitlelerin birtakım kolaylaştırıcılar yoluyla turizm hareketine katılmaları ve bundan doğan ilişkilerin bütünü olarak ifade edilmektedir (Usta, 1982; 7). Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi ise sosyal turizmi bir hak olarak görmektedir ve Avrupa ülkelerinde sosyal turizm, dezavantajlı grupları sosyal aktivitelere dâhil ederek daha iyi bir yaşam sağlamak için uygulanan bir turizm stratejisidir (EESC, 2006). Bu dezavantajlı gruplar düşük gelirliler, gençler, yaşlılar, işçiler, bağımlılar veya kronik hastalıkları olan insanlar ve engelli olan bireyleri içermektedir (McCabe, 2015; 12). Örneğin dünyada 1 milyardan fazla engelli insan bulunmaktadır ve bunlardan çok azı tatillerini geçirebilecekleri uygun ortamları bulabilmektedir (Bas,1993; 13). Bu nedenle sosyal turizmin toplum grupları arasındaki eşitliği arttırdığı gerekçesiyle sağlanması gerekmektedir. Fakat sosyal turizm kavramı içerisinde yer alan bireylerin ekonomik getirilerinin turizm payı içerisindeki yüzdeleri dilim olarak yetersiz görülmesi, sektör içerisinde sosyal turizmin yıllar içerisinde göz ardı edilmesine bu nedenle de dezavantajlı kesimin yok sayılmasına sebep olmuştur. Mitrani de sosyal turizm kavramını tanımlarken tatile çıkmayan çok fazla sayıda insan bulunduğunu ve birçok kişinin de bir kaynakla desteklenmediği takdirde tatile çıkamayacak durumda olduğunu ifade etmesi sosyal turizm faaliyetlerine yapılan veya yapılacak olan yatırımların ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Yapılan araştırmalarda bazı bireylerin sırf yazın birkaç ayı çadırda geçirebilmek için askere yazılmakta olduğu ve birçok işçi ailesinin ise yazları tarım işlerinde çalıştığı görülmüştür (Gülersoy,1962; 11). Bu nedenle 1950 ile 1980 yılları arasında Avrupa'nın anakarasında bulunan birçok ülkede geleneksel sosyal turizm alt yapısı "tatil merkezleri" temelinde kurulmuş ve geleneksel olarak bu tatil merkezleri tam pansiyon

tüm aktivite ve eğlenceyi kapsayan bir konaklama sunması nedeniyle dezavantajlı kesimin katılımını kolaylaştırmıştır (Oral,2016; 53). Bununla beraber yapılan araştırmalar sonucunda tatile çıkan bireylerin döndükten sonra işlerini daha iyi odaklandıkları, sosyal ilişkilerinin geliştiği, suç oranlarının azaldığı görülmüştür.

Türkiye’de ise kalkınma planları içerisinde ‘‘Sosyal Turizm’’ kavramı ilk defa Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977) dâhilinde yer almıştır. Kalkınma Planı’nda ‘Turizm faaliyetlerinin bütünü içinde sosyal turizmin gelişmesine önem verileceği’ belirtilmiştir. Bu gelişim tatillerin yayılması tedbirleriyle birlikte temin edilerek sosyal turizm faaliyetlerine iştirak eden kamu turistik konaklama tesislerinin dış turizme de hizmet etmek suretiyle kamu personelinin bu tesislerde geçirecekleri tatillerin maliyetlerinin düşürülmesi olanaklarını geliştirecektir. Ayrıca iç turizmin milli bütünlüğe katkısını sağlamak amacıyla ülke içi turizm teşvik edilecektir.’’ maddesi bulunmaktadır (Kalkınma Planları, 1985). Bu madde doğrultusunda Türkiye, sosyal turizme dair gelişmelerin yaşanacağını bildirmiştir. Fakat Türkiye’de sosyal turizme dair günümüze kadar yapılan çalışmaların oldukça az olduğu görülmektedir. Bu nedenle bu çalışmada turizmin başkenti olarak ifade edilen 2021 yılında 9 milyonu aşkın turist ağırlayan Antalya ilinin önemli destinasyon noktalarından birisini oluşturan Konyaaltı ilçesi araştırma sahası olarak belirlenmiştir. İlçede yaşayan şehrsel ve kırsal mahallelerdeki yerel halkın turizm faaliyetlerine katılım durumlarının ve katılmalarına engel olan unsurlar varsa onların belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu çalışma ile Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Belgesi’nde de söz edildiği üzere, toplumun farklı kesimlerinin daha fazla turizm faaliyetine katılımlarının sağlanabilmesi ve paydaşlara yön göstermesi açısından Konyaaltı ilçesinin şehrsel ve kırsal mahallerinde yaşayan yerel halkın turizm faaliyetlerine katılım durumlarının ortaya konulması turizmin sadece döviz getirisi algısının yanında sosyal turizm açısından farkındalığın oluşturabilmesi açısından oldukça önemlidir.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Ülkemizde turizmin etkileri ile ilgili yapılan çalışmalar genel olarak ekonomik açıdan ele alınmıştır (Turgut, E., Uçan, O. & Başaran, N. 2021, Berberoğlu, B. 2020, Çakmak, F. & Yılmaz, Ö. 2018, Topallı, N. 2015, Kızılgöl, A. & Erbaykal, E., 2008, Akış, A. 2007, Bahar, O.,2006, Çakır, P.,2001 vb.). Bu bağlamda çalışmamızın amacı, turizmin başkenti olarak ifade edilen Antalya ilinin önemli destinasyon noktalarından olan Konyaaltı İlçesinde yaşayan şehrsel ve kırsal mahallelerdeki yerel halkın turizm faaliyetlerine katılım durumları ile katılmalarına engel olan unsurlar varsa belirlenmesini amaçlanmaktadır. Bu nedenle çalışmada nicel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan anket veri toplama aracı kullanılmıştır.

2.1. Araştırma Deseni

Bu çalışmada, nicel araştırma yöntemine başvurulmuştur. Nicel araştırma, sayısal olarak ölçülebilen verilerin istatistiksel çözümlenmeleri aracılığıyla sosyal olguları inceleyen ve bu olgular arasındaki neden sonuç ilişkilerini ortaya koyarak sosyal düzenin kanunlarını keşfetmeyi amaçlayan araştırmalardır (<https://www.bingol.edu.tr/media/204988/sayt-bolum8-Sosyolojide-Nicel-ve-Nitel-Arastirma-Yontemleri.pdf>). Bu açıdan araştırma kapsamında en yaygın veri toplama aracı olan ankette faydalanılmıştır.

2.2. Katılımcılar

Bu çalışmada katılımcıların seçiminde öncelikle gayeli örneklem metodu uygulanmıştır. Araştırmanın daha sonraki sürecinde yerel halkın tavırlarına bağlı olarak basit tesadüfi örneklem metoduna geçilmiştir. Katılımcılar tüm yıl Konyaaltı ilçesinde yaşayan, 2022 yılı Nisan-Ekim aylarında görüşmeyi kabul eden toplamda 117 yerel halktan oluşturmaktadır. 45 adet anket formu ön kabul koşullarını sağlamadığı için çıkarılmış, toplamda 72 katılımcı veri analize dâhil edilmiştir.

2.3. Veri Toplama Araçları (Geçerlilik/Güvenirlilik) ve Analizi

Bu çalışmanın verileri öncelikle katılımcılarla yapılan anketlerden elde edilmiştir. Anket formları oluşturulmadan öncelikle alanyazısı taranmış olup daha önce sosyal turizm konusunda yapılan çalışmalar detaylı olarak incelenmiştir. Daha sonra ulusal ve uluslararası ölçekte insanların turizm faaliyetlerine katılmalarını sağlayan kurum ve kuruluşların uygulamaları ile destek verdikleri kişileri hangi kriterlere bağlı olarak belirledikleri üzerine veriler taranmıştır. Araştırmanın konusu ve içeriği ile ilgili güvenilir bilgilere ulaşma, araştırmanın sağlıklı bir şekilde gerçekleştirilmesi açısından oldukça önemlidir (Altunışık vd., 2010). Bu nedenle gerek araştırmanın kavramsal çerçevesinin oluşturulması gerekse verilerin toplanması, analiz edilmesi, yorumlanması ve bulguların sunulması aşamalarının tümünü ilgilendiren geçerlik ve güvenilirlik önemli kaygıları içerisinde barındırmaktadır. Bu nedenle çalışmada kapsamında 2022 yılı Ağustos-Ekim aylarında görüşmeyi kabul eden toplamda 117 katılımcıdan veriler toplanmış olup 45 adet anket formu ön kabul koşullarını sağlamadığı için toplamda 72 veri analize dâhil edilmiştir. Uygun olan anket formları SPSS analiz programında kodlanmıştır. SPSS programına aktarılan verilerin hatalı olup olmadığı incelenmiş ve hatalı olan girişler veri setinde düzeltilmiştir. Veri setine normallik testi (test of normality) uygulanmış olup, basıklık ve çarpıklık (skewness ve curtosis) değerlerinin -1,5 ile +1,5 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Tabachnick ve Fidell'e göre bu durumda parametrik testlerin yapılması uygun olduğu ifade edilmektedir (Tabachnick and Fidell, 2013 B.G. Tabachnick, L.S. Fidell Using Multivariate Statistics (sixth ed.) Pearson, Boston (2013)).

3. ARAŞTIRMA SAHASININ YERİ VE SINIRLARI

Araştırma sahası, Akdeniz Bölgesinin Antalya Bölümü içerisinde yer alan Konyaaltı ilçesinin idari sınırlarını kapsamaktadır. İlçenin batısında Kumluca ve Korkuteli ilçeleri, kuzeyde Döşemealtı ve Kepez ilçeleri, doğuda ise Muratpaşa ilçesi yer almaktadır. Konyaaltı ilçesinin sınırları, Muratpaşa ilçe sınırından başlayarak Kemer İlçesine kadar kıyı boyunca uzanan ilçe toprakları kuzey ve batıdan Toroslarla sınırlandırılır. Harita Genel Müdürlüğü verilerine göre Konyaaltı İlçesi 546 km²'lik yüzölçümü ile Antalya il topraklarının %2,7'sini oluşturur. Konyaaltı, 2008 yılına kadar Antalya Büyükşehir Belediyesi sınırları içerisinde 24 mahallesi bulunan İlk Kademe Belediyesi iken, 06.03.2008 tarih ve 5747 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Sınırları İçerisinde İlçe Kurulması ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun ile merkez ilçe olmuştur. 30 Mart 2014 tarihinde yapılan mahalli idareler genel seçimi ile ilçeye bağlı köyler, mahalle olarak değişmiştir (Resmî gazete, 5747 Büyükşehir Yasası).

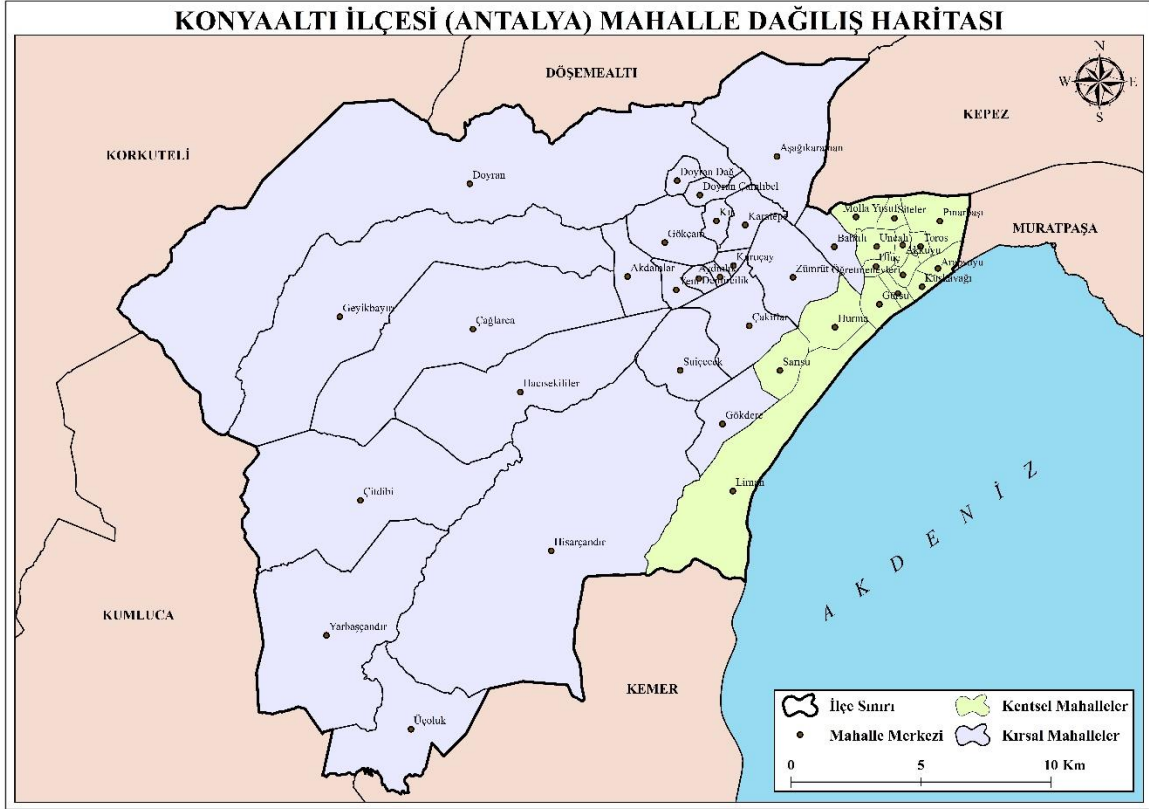
Tablo 1: Konyaaltı İlçesinin Kentsel Mahallelerinin Konyaaltı Sahiline Uzaklıkları

KONYAALTI İLÇESİNİN KENTSEL MAHALLELERİ					
Akkuyu	2,7 km	Kuşkavağı	1,3 km	Hurma	6,0 km
Toros	2,1 km	Öğretmenevleri	2,6 km	Sarısu	7,1 km
Uluç	3,0 km	Arapsuyu	750 m	Liman	5,6 km
Uncalı	4,0 km	Pınarbaşı	3,7 km	Altunkum	2,4 km
Molla Yusuf	4,7 km	Siteler	3,9 km	Gürsu	3,6 km

Tablo 2: Konyaaltı İlçesinin Kırsal Mahallelerinin Konyaaltı Sahiline Uzaklıkları

KONYAALTI İLÇESİNİN KIRSAL MAHALLELERİ							
Doyran	14,0 km	Geyikbayırı	20,4 km	Çağlarca	23,1 km	Hacısekiler	13,0 km
Demircilik	11,8 km	Kır	12,6 km	Gökçam	12,5 km	Akdamlar	13,3 km
Yeni	11,5 km	Aydınlık	10,6 km	Demircilik	11,8 km	Kuruçay	10 km
Çitdibi	27,9 km	Suiçecek	10,7 km	Çamlıbel	13,9 km	Gökdere	9,4 km
Bahtılı	9,7 km	Aşağıkaraman	10,2 km	Çakırlar	9,2 km	Kartepe	11,3 km
Hisarçandır	27,5 km	Yarbaşı	22,2 km	Üçoluk	38,0 km	Zümrüt	8 km

Bugün ilçenin 24 tane kırsal, 15 tane şehirsal mahallesi olmak üzere toplam 39 mahallesi bulunmaktadır (Harita 1 Bkz.).



Harita 1: Konyaaltı İlçesi (Antalya) Mahalle Dağılım Haritası

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Bu araştırmanın örneklemini, 2022 yılının Nisan - Ekim aylarında Antalya ilinin Konyaaltı ilçesindeki görüşmeyi kabul eden şehirsal ve kırsal mahallelerinde yaşayan yerel halk (72 katılımcı) oluşturmaktadır. Örneklemin demografik özellikleri ile ilgili betimsel veriler aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

Tablo 3: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Demografik Özellikleri

CİNSİYET	F	%	YAŞ	F	%	MEDENİ DURUM	F	%
Erkek	51	70,8	18-23	6	8,3	Evli	49	68,1
Kadın	21	29,2	24-29	7	9,7	Bekar	14	19,4
EĞİTİM	F	%	30-35	6	8,3	Boşanmış	9	12,5
İlköğretim	19	26,4	36-41	5	6,9	COCUK SAYISI	F	%
Ortaöğretim	16	22,2	42-46	11	15,3	Çocuğu yok	21	29,2
Lise	19	26,4	47-52	5	6,9	1	13	18,1
Ön Lisans	9	12,5	53-58	7	9,7	2	19	26,4
Lisans	9	12,5	59-64	14	19,4	3	17	23,6
DOĞUM YERİ	F	%	65+	11	15,3	4+	2	2,8
Antalya	50	69,4	MESLEK	F	%	AYLIK GELİR	F	%
Diğer	22	30,6	Çiftçi	14	19,4	3.500-5.000	19	26,4
İ.B.S*	F	%	Esnaf	9	12,5	5.001-7.500	26	36,1
1-10	22	30,6	Memur	6	8,3	7.501-10.000	13	18,1
11-20	11	15,3	Ev Hanımı	5	6,9	10.001-12.000	9	12,5
21-30	12	16,7	Emekli	16	22,2	12.001-15.000	4	5,6
31-40	5	6,9	İşçi	7	9,7	15.001+	1	1,4
41-50	6	8,3	Diğer	15	20,8	ARAŞTIRMADAKİ TOPLAM KATILIMCI SAYISI	%	
51-60	6	8,3				72	100	
61+	10	13,9						

Araştırmaya katılan yerel halkın, cinsiyet özellikleri Tablo 3'te görüldüğü üzere 51'i (%70,8) erkek katılımcılardan, 21'i (%29,2) ise kadın katılımcılardan oluşan toplam 72 kişiye uygulanmıştır.

Araştırmaya katılan yerel halkın yaş özellikleri Tablo 3'te görüldüğü üzere 18-23 yaş aralığındaki kişi sayısı 6 (%8,3), 24-29 yaş aralığındaki kişi sayısı 7 (%9,7), 30-35 yaş aralığındaki kişi sayısı 6 (%8,3), 36-41 yaş aralığındaki kişi sayısı 5 (%6,9), 42-46 yaş aralığındaki kişi sayısı 11 (%15,3), 47-52 yaş aralığındaki kişi sayısı 5 (%6,9), 53-58 yaş aralığındaki kişi sayısı 7 (%9,7), 59-64 yaş aralığındaki kişi sayısı 14 (%19,4), 65 ve üstü yaş aralığındaki kişi sayısı ise 11 (%15,3)'dir. 59-64 yaş arasındaki bulunan kişi sayısı en fazla kişinin bulunduğu yaş aralığıdır. En az kişinin bulunduğu yaş aralığı ise 31-40 yaş aralığıdır.

Araştırma katılan yerel halkın, eğitim durumu özellikleri Tablo 3'te görüldüğü üzere ilköğretim mezunu olan kişilerin sayısı 19 (%26,4), ortaöğretim mezunu olan kişilerin sayısı 16 (%22,2), lise mezunu olan kişilerin sayısı 19 (%26,4), ön lisans mezunu olan kişilerin sayısı 9 (%12,5), lisans mezunu olan kişilerin sayısı 9 (%12,5)'dur.

Araştırmaya katılan yerel halkın, medeni durum özellikleri Tablo 3'te görüldüğü üzere, 49 (%68,1) kişinin evli, 14 (%19,4) kişinin bekâr, 9 (12,5) kişinin ise boşanmış olduğu görülmüştür.

Araştırmaya katılan yerel halkın sahip oldukları çocuk sayıları Tablo 3'te görüldüğü üzere çocuğu olmayan kişi sayısı 21 (%29,2), 1 çocuğa sahip kişi sayısı 13 (%18,1), 2 çocuğa sahip kişi sayısı 19 (%26,4), 3 çocuğa sahip kişi sayısı 17 (23,6), 4 ve üzeri çocuğa sahip kişi sayısı 2 (%2,8)'dir. Araştırmaya göre yerel halkın çoğunluğunun çocuğu olmadığı görülmektedir.

Araştırmaya katılan yerel halkın doğum yerleri Tablo 3'te görüldüğü üzere Antalya olan kişi sayısı 50 (%69,4), diğer illerde doğan kişi sayısı ise 22 (%30,6)'dir. Diğer illerde doğan kişiler ise genellikle Antalya ilinin yakın çevresinde bulunan illerden (Isparta, Mersin, Burdur, Adana gibi) gelip yerleşmişlerdir.

Araştırmaya katılan yerel halkın Konyaaltı'nda ne kadar süredir yaşadıkları Tablo 3'te görüldüğü üzere 1-10 yıl arasında yaşayan kişi sayısı 22 (%30,6), 11-20 yıl arasında yaşayan kişi sayısı 11 (%15,3), 21-30 yıl arasında yaşayan kişi sayısı 12 (%16,7), 31-40 yıl arasında yaşayan kişi sayısı 5 (%6,9), 41-50 yıl arasında yaşayan kişi sayısı 6 (%8,3), 51-60 yıl arasında yaşayan kişi sayısı 6 (%8,3), 61 yıl ve üzerinde yaşayan kişi sayısı ise 10 (%13,9)'dur. 1-10 yıl arasında Konyaaltı'nda yaşayan kişi sayısı en fazla kişinin bulunduğu aralıktır. 31-40 yıl arasında Konyaaltı'nda yaşayan kişi sayısı ise en az kişinin bulunduğu aralıktır.

Araştırmaya katılan yerel halkın meslek durumları Tablo 3'te görüldüğü üzere emekli olan kişi sayısı 16 (%22,2), çiftçi olan kişi sayısı 15 (%19,4), esnaf olan kişi sayısı 9 (%12,5), işçi olan kişi sayısı 7 (%9,7), memur olan kişi sayısı 6 (%8,3), ev hanımı olan kişi sayısı 5 (%6,9), diğer meslek gruplarından olan kişi sayısı ise 15 (%20,8)'tir. Araştırmaya göre yerel halkın en fazla emekli olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan yerel halkın gelir durumu Tablo 3'te görüldüğü üzere 3.500-5000 TL arası olan 19 (%26,4) kişi, 5001-7500 TL arası olan kişi sayısı 26 (%36,1), 7501-10.000 TL arası olan kişi sayısı 13 (%18,1), 10.001-12.000 TL arası olan kişi sayısı 9 (%12,5), 12.001-15.000 TL arası olan kişi sayısı 4 (%5,6), 15.001 TL ve üstü olan kişi sayısı ise 1 (%1,4)'dir. 5001-7500 TL arası gelire sahip bulunan kişi sayısının en fazla olduğu görülmektedir. 15.001 TL ve üstü gelire sahip bulunan kişi sayısının ise en az olduğu görülmektedir.

Tablo 4 : Araştırmaya Katılan Yerel Halkın 2022 yılı ve daha öncesinde tatile çıkma fırsatı bulma durumu

	Kişi	Yüzde
Evet	39	54,2
Hayır	33	45,8
Toplam	72	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın 2022 yılı ve daha öncesinde tatile çıkma fırsatı bulma durumu Tablo 4'te görüldüğü üzere 39 (%54,2) kişinin tatil yapma fırsatı bulduğu, 33 (%45,8) kişinin ise 2022 yılı ve daha öncesinde tatile çıkma fırsatı bulamadığını göstermektedir.

Tablo 5: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Yılda Kaç Kez Tatile Çıkma Fırsatı Bulma Durumu

	Kişi	Yüzde
1	25	64,0
2	10	25,6
3	2	5,2
4+	2	5,2
Toplam	39	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın yılda kaç kez tatile çıkma fırsatı bulabildiğinin durumu Tablo 5’te görüldüğü üzere yılda 1 kez tatile çıkma fırsatı bulan kişi sayısı 25 (% 64), yılda 2 kez tatile çıkma fırsatı bulan kişi sayısı 10 (%25,6), yılda 3 kez tatile çıkma fırsatı bulan kişi sayısı 2 (%5,2), yılda 4 ve üzeri tatile çıkma fırsatı bulan kişi sayısı 2 (%5,2) olduğu göstermektedir.

Tablo 6 : Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Yılda Ortalama Tatil Yapma Süresi

	Kişi	Yüzde
1 haftadan az	15	38,5
1 hafta	19	48,7
2 hafta	5	12,8
Toplam	39	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın yılda ortalama tatil yapma süresi Tablo 6’da görüldüğü üzere 1 haftadan az tatil yapan kişi sayısı 15 (%38,5), 1 hafta tatil yapan kişi sayısı 19 (%48,7), en fazla 2 hafta tatil yapan kişi sayısının 5 (%12,8) olduğu görülmektedir.

Tablo 7 :Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Tatil Yapma Nedenleri

	Kişi	Yüzde
Eğlence	12	31,2
Sağlık	1	2,6
Macera	3	7,9
Kültür	8	21,1
İş	1	2,6
Dost ve akraba ziyareti	8	21,1
Deniz turizmi	3	7,9
Spor	1	2,6
Diğer	2	5,1
Toplam	39	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın tatil yapma nedenleri Tablo 7’de görüldüğü üzere eğlence amaçlı tatil yapan kişi sayısı 12 (%31,2), dost ve akraba ziyareti gerçekleştirmek amacıyla tatil yapan kişi sayısı 8 (% 21,1), kültür amaçlı tatil yapan kişi sayısı 8 (%21,1), deniz turizmi amacıyla tatil yapan kişi sayısı 3 (% 7,9), macera amaçlı tatil yapan kişi sayısı 3 (%7,9), sağlık amaçlı tatil yapan kişi sayısı 1 (%2,6), iş amaçlı tatil yapan kişi sayısı (%2,6) 1, spor faaliyetlerine katılmak amacıyla tatil yapan kişi sayısı 1 (%2,6), farklı amaçlarla tatil yapan kişi sayısının 2 (% 5,1) olduğu görülmektedir.

Tablo 8: Araştırmaya katılan yerel halkın tatili kiminle birlikte geçirdikleri

	Kişi	Yüzde
Yalnız	6	15,4
Eş	4	10,3

Aile	15	38,5
Arkadaş	6	15,4
Akraba	4	10,3
Diğer	4	10,3
Toplam	39	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın tatillerini kiminle geçirdikleri Tablo 8’de görüldüğü üzere ailesiyle tatilini geçiren toplam kişi sayısı 15 (% 38,5), yalnız tatilini geçiren toplam kişi sayısı 6 (%15,4), arkadaşlarıyla tatilini geçiren kişi sayısı 6 (%15,4), eşiyile tatilini geçiren kişi sayısı 4 (%10,3), akrabalarıyla tatilini geçiren kişi sayısı 4 (%10,3), diğer kişiler ile tatilini geçiren kişi sayısının 4 (%10,3) olduğu görülmektedir.

Tablo 9: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile giderken tercih ettikleri ulaşım araçları

	Kişi	Yüzde
Otobüs	11	28,2
Uçak	5	12,8
Özel Araç	23	59,0
Toplam	39	54,2

Araştırmaya katılan yerel halkın tatile giderken tercih ettikleri ulaşım araçları Tablo 9’da görüldüğü üzere özel araç tercih eden kişi sayısı 23 (%59), otobüs tercih eden kişi sayısı 11 (%28,2), uçak tercih eden kişi sayısı ise 5 (%12,8) olduğu görülmektedir.

Tablo 10: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil için mekan tercihleri

	Kişi	Yüzde
Akraba	14	35,9
Otel	11	28,2
Kamp	6	15,4
Arkadaş	4	10,3
Yazlık	3	7,7
Misafirhane	1	2,6
Toplam	39	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın tatil için hangi mekânı tercih ettikleri Tablo 10’da görüldüğü üzere akrabalarında konaklamayı tercih eden kişi sayısı 14 (%35,9), otelde konaklamayı tercih eden kişi sayısı 11 (%28,2), kamp alanlarında konaklamayı tercih eden kişi sayısı 6 (%15,4), arkadaşlarında konaklamayı tercih eden kişi sayısı 4 (%10,3), yazlıkta konaklamayı tercih eden kişi sayısı 3 (%7,7), misafirhanelerde konaklamayı tercih eden kişi sayısı ise 1(%2,6) olduğu görülmektedir.

Tablo 11: Araştırmaya katılan yerel halkın Mekân tercihiniz üzerinde etkili olan faktörler

	Kişi	Yüzde
Uygun Fiyat	11	28,4
Konum	5	13,0
Ücretsiz Konaklama	14	36,2
Kaliteli Hizmet	7	18,2
Diğer	2	5,2
Toplam	39	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın mekân tercihlerinde etkili olan faktörler Tablo 11’de görüldüğü üzere mekân tercihinde ücretsiz konaklama etkili olan kişi sayı 14 (%36,2), uygun fiyat etkili olan kişi sayısı 11 (%28,4), kaliteli hizmet etkili olan kişi sayısı 7 (%18,2), konum etkili olan kişi sayısı 5 (%13,0), diğer faktörlerin etkili olduğu kişi sayısı 2 (%5,2) olduğu görülmektedir.

Tablo 12: Araştırmaya katılan yerel halkın 1 haftalık tatil için sizce bir ailenin ne kadar bütçe ayırması gerektiğine dair görüşleri

	Kişi	Yüzde
3000 ve altı	2	2,8
3.001-5.000	3	4,2
5.001-7.000	16	22,2
7001-10.000	7	9,7
10.001 +	44	60,1
Toplam	72	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın 1 haftalık tatil için sizce bir ailenin ne kadar bütçe ayırması gerektiğine dair görüşleri Tablo 12’de görüldüğü üzere 10.000 TL ve üzeri bütçe ayrılması gerektiğini düşünen kişi sayısı 44 (%60,1), 5.001-7.000 TL arası bütçe ayrılması gerektiğini düşünen kişi sayısı 16 (% 22,2), 7.001-10.000 TL arası bütçe ayrılması gerektiğini düşünen kişi sayısı 7 (%9,7), 3.001-5.000 arası bütçe ayrılması gerektiğini düşünen kişi sayı 3 (%4,2), 3000 TL ve altı bütçe ayrılması gerektiğini düşünen kişi sayısı ise 2 (%2,8) olduğu görülmektedir. Elde edilen verilere göre araştırmaya katılan yerel halkın büyük bir bölümü 1 haftalık tatil için 10.001 TL ve üzeri para ayrılması gerektiğini düşünmekte olduğu görülmüştür.

Tablo 13: Araştırmaya katılan yerel halkın bir haftalık tatil için ne kadar bütçe ayırabilme durumları

	Kişi	Yüzde
Ayıramıyorum	39	54,2
3000 TL ve altı	7	9,7
3001-5000	14	19,4
5001-7000	5	6,9
7001-10.000	2	2,8
10.001+	5	6,9
Toplam	72	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın bir haftalık tatil için ne kadar bütçe ayırabildiklerini gösteren durumu Tablo 13’de görüldüğü üzere bütçe ayıramayan kişi sayısının 39 (% 54,2), 3000 TL ve altı bütçe ayıran kişi sayısının 7 (% 9,7), 3001-5000 TL arası bütçe ayıran kişi sayısının 14 (%19,4), 5001-7000 TL arası bütçe ayıran kişi sayısının 5 (%6,9), 10.001 TL ve üzeri bütçe ayıran kişi sayısının 5, 7001-10.000 TL arası bütçe sayı kişi sayısı 2 (%2,8), 10.001 TL ve üzeri bütçe ayıran kişi sayısı ise 5 (%6,9) olduğu görülmektedir.

Elde edilen verilere göre araştırmaya katılan yerel halkın büyük bir bölümü 1 haftalık tatil için 10.001 TL ve üzeri para ayrılması gerektiğini düşünmektedir. Fakat tatil için 10.001 TL ve üzeri para ayıran kesimin oldukça az olduğu hatta 39 kişinin tatil için para ayıramadığı görülmüştür.

Tablo 14: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil için mevsim tercihleri

	Kişi	Yüzde
Yaz	22	56,6
Kış	4	10,4
İlkbahar	9	21,6
Sonbahar	4	10,4
Toplam	39	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın tatile çıkmak için hangi mevsimi tercih ettikleri Tablo 14’te görüldüğü üzere yaz mevsimini tercih eden kişi sayısı 22 (%56,6), ilkbahar mevsimini tercih eden kişi sayısı 9 (%21,6), kış mevsimini tercihini eden kişi sayısı 4 (%10,4), sonbahar mevsimini tercih eden kişi sayısı 4 (%10,4) olduğu görülmektedir.

Tablo 15: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile gideceği mevsimi hangi kriterlere bağlı olarak tercih ettikleri

	Kişi	Yüzde
İzin durumu	11	28,5
İş yoğunluğunun azalması	8	20,7
Turizm sezonunun bitiş tarihine göre	7	18,1
Bütçe durumuna göre	3	7,5
İlgi alanlarınıza göre	1	2,5
Aile bireylerinin isteklerine göre	6	15,6
Diğer	3	7,5
Toplam	39	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın tatile çıkma mevsimini hangi kriterlere bağlı olarak tercih ettikleri Tablo 15’de görüldüğü üzere izin durumuna bağlı olarak tercih eden kişi sayısının 11 (%28,5), iş yoğunluğuna göre tercih eden kişi sayısı 8 (% 20,7), turizm sezonunun bitiş tarihine göre tercih eden kişi sayısı 7 (% 18,1), aile bireylerinin isteklerine göre tercih eden kişi sayısı 6 (% 15,6), bütçe durumuna göre tercih eden kişi sayısı 3 (%7,5), diğer faktörlere bağlı olarak tercih eden kişi sayısı ise 3 (%7,5) olduğu görülmektedir.

Tablo 16: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil deneyimlerinde veya tatile çıkma fikirlerinde onlarda en çok endişe uyandıran faktörler

	Kişi	Yüzde
Ulaşım Sorunları	5	6,9
Çanta Paketleme	1	1,4
Finansal Endişeler	53	74,2
Destinasyon Bilmemek	3	4,2
Ne Yapılması Gerektiğini Bilememek	9	12,6
Diğer	6	8,3
Toplam	72	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın tatil deneyimlerinde veya tatile çıkma fikirlerinde onlarda en çok endişe uyandıran faktörler Tablo 16’da görüldüğü üzere finansal endişelere bağlı olan kişi sayısının 53 (%74,2), ne yapılması gerektiğinin bilinmemesine bağlı olan kişi sayısının 9 (% 12,6), ulaşım sorunlarına bağlı olan kişi sayısının 5 (%6,9), destinasyon bilmeme faktörüne bağlı olan kişi sayısının 3 (%4,2), çanta paketleme faktörüne bağlı olan kişi sayısının 1 (% 1,4), diğer faktörlere bağlı olan kişi sayısının ise 3 (%8,3) olduğu görülmektedir.

Tablo 17: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile gitmesine engel olan faktörler

	Kişi	Yüzde
Sağlık	4	5,6
İş	19	26,4
Maddi imkânlar	43	60,2
Tatil alışkanlığının olmaması	3	4,2
Diğer	3	4,2
Toplam	72	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın tatile gitmesine engel olan faktörler Tablo 17’de görüldüğü üzere maddi imkânlarla bağlı olan kişi sayısı 43 (% 60,2), iş faktörüne bağlı olan kişi sayısı 19 (% 26,4), sağlık koşullarına bağlı olan kişi sayısı 4 (%5,6), tatil alışkanlığının olmaması faktörüne bağlı olan kişi sayısı 3 (%4,2), diğer faktörlere bağlı olan kişi sayısının ise 3 (%4,2) olduğu görülmektedir.

Tablo 18: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil tercihlerinde öncelikleri

	Kişi	Yüzde
--	------	-------

Uygun Fiyat	14	35,0
Kaliteli Hizmet	7	17,5
Mesafenin yakın olması	2	5,00
Bulunduğu yerin doğal güzellikleri	17	42,5
Toplam	39	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın tatil tercihlerinde öncelikli olarak dikkat ettikleri faktörler Tablo 18’de görüldüğü üzere bulunduğu yerin doğal güzelliklerine bağlı olan kişi sayısının 17 (% 42,5), uygun fiyata bağlı olan kişi sayısının 14 (% 35,0), kaliteli hizmete bağlı olan kişi sayısının 7 (% 17,5), mesafenin yakın olma koşuluna bağlı olan kişi sayısının ise 2 (% 5,0) olduğu görülmektedir. **Tablo 19: Araştırmaya katılan yerel halkın yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapabildiğini düşünme durumu**

	Kişi	Yüzde
Düşünüyorum	4	5,6
Düşünmüyorum	68	94,4
Toplam	72	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapabildiğini düşünme durumu Tablo 19’da görüldüğü üzere 68 (% 94,4) kişinin aynı düzeyde tatil yapamadığını, 4 (% 5,6) kişinin ise aynı düzeyde tatil yapabildiğini düşündüğü görülmektedir.

Tablo 20: Araştırmaya katılan yerel halkın yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapamadığını düşünmesinde etkili olan faktörler

	Kişi	Yüzde
Yabancı turistlere göre daha fazla düzenlemelerin olması	17	24,5
Finansal farklılıkların olması	51	75,5
Toplam	68	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın yabancı turistler ile aynı düzeyde tatil yapamadığını düşünmesinde etkili olan faktörler Tablo 20’de görüldüğü üzere finansal farklılıklara bağlı olduğunu düşünen kişi sayısının 55 (%75,5), yabancı turistlere göre daha fazla düzenlemelerin olduğunu düşünen kişi sayısının ise 17 (%24,5) olduğu görülmektedir.

Tablo 21: Araştırmaya katılan yerel halkın tatil yapmak amacıyla daha önce Konyaaltı’na gelme fırsatı bulma durumu

	Kişi	Yüzde
Oldu	20	27,2
Olmadı	52	72,8
Toplam	72	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın tatil yapmak amacıyla daha önce Konyaaltı’na gelme fırsatı bulma durumu Tablo 21’de görüldüğü üzere 20 (%27,7) kişinin tatil yapmak amacıyla gelme fırsatı olduğunu, 52 (%72,8) kişinin ise tatil yapmak amacıyla Konyaaltı turizm bölgesine gelme fırsatı olmadığını göstermektedir.

Tablo 22 : Araştırmaya katılan yerel halkın Konyaaltı’nda bir işletmede konaklama durumu

	Kişi	Yüzde
Evet	20	23,0
Hayır	52	77,0
Toplam	72	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın Konyaaltı'nda bir işletmede konaklama durumu Tablo 22'de görüldüğü üzere 20 (%23,0) kişinin konaklama yaptığını, 52 (%77,0) kişinin ise konaklama yapmadığını göstermektedir.

Tablo 23: Araştırmaya katılan yerel halkın Konyaaltı'nda tercih ettiği konaklama türü

	Kişi	Yüzde
Otel	9	45,0
Pansiyon	4	20,0
Apart	3	15,0
Misafirhane	1	5,0
Diğer	3	15,0
Toplam	20	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın Konyaaltı'nda tercih ettiği konaklama türü Tablo 23'te görüldüğü üzere otelde konaklayan kişi sayısı 9 (%45,0), pansiyonda konaklayan kişi sayısı 4 (%20,0), apart da konaklayan kişi sayısı 3 (%15,0), misafirhanede konaklayan kişi sayısı 1 (%5,0), diğer işletmelerde konaklayan kişi sayısının ise 3 (%15,0) olduğu görülmektedir.

Tablo 24: Araştırmaya katılan yerel halkın konaklama tercihinde etkili olan faktörler

	Kişi	Yüzde
Uygun Fiyat	10	50,0
Kaliteli Hizmet	7	35,0
Deniz Manzarası	2	10,0
Diğer	1	5,0
Toplam	20	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın konaklama tercihinde etkili olan faktörleri Tablo 24'te görüldüğü üzere uygun fiyata bağlı olan kişi sayısı 10 (%50,0), kaliteli hizmete bağlı olan kişi sayısı 7 (%35,0), deniz manzarasına bağlı olan kişi sayısı 2 (%10,0), diğer faktörlere bağlı olan kişi sayısının ise 1 (%5,0) olduğu görülmektedir.

Tablo 25: Araştırmaya katılan yerel halkın Konyaaltı'ndaki bir işletlemede konaklama süresi

	Kişi	Yüzde
1-3 gün	7	35,0
3-5 gün	4	20,0
7 gün	3	15,0
15 gün	2	10,0
30 gün	1	5,0
Diğer	3	15,0
Toplam	20	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın Konyaaltı'ndaki bir işletlemede konaklama süresi Tablo 25'te görüldüğü üzere 1-3 gün arası konaklayan kişi sayısı 7, 3-5 gün konaklayan kişi sayısı 4, 7 gün konaklayan kişi sayısı 3, 15 gün konaklayan kişi sayısı 2, 30 gün konaklayan kişi sayısı 1, diğer işletmelerde konaklayan kişi sayısı ise 3 olduğu görülmektedir. 1-3 gün arası konaklama yapan kişi sayısı toplam rakamın %35'ine, 3-5 gün konaklama yapan kişi sayısı toplam rakamın %20'sine, 7 gün konaklama yapan kişi sayısı toplam rakamın %15'ine, 15 gün konaklama yapan kişi sayısı toplam rakamın %10'nuna, daha fazla konaklama yapan kişi sayısı toplam rakamın %15'ine denk gelmektedir.

Tablo 26: Araştırmaya katılan yerel halkın Konyaaltı sahiline gelme sıklığı durumu

	Kişi	Yüzde
Her gün	7	9,7

Haftada 1	12	16,7
15 günde 1	10	13,9
30 günde 1	14	19,4
Yılda 1	12	16,7
Hiç gelmedim	17	23,6
Toplam	72	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın Konyaaltı sahiline gelme sıklığı durumu Tablo 26’da görüldüğü üzere her gün gelen kişi sayısı 7 (% 9,7), haftada 1 kez gelen kişi sayısı 12 (% 16,7), 15 günde 1 gelen kişi sayısı 10 (%13,9), 30 günde 1 gelen kişi sayısı 14 (%19,4), yılda 1 gelen kişi sayısı 12 (%16,7), hiç gelmeyen kişi sayısı ise 17 (% 23,6) olduğu görülmektedir. Konyaaltı sahiline günümüze kadar gelmeyen katılımcıların çoğu “Antalya’nın yerlisi sahile gitmez. Biz yaylaya çıkarız...” ifadesini kullandıkları görülmüştür.

Tablo 27: Araştırmaya katılan yerel halkın Konyaaltı sahiline gelirken yanında eşyalarını getirme durumu

	Kişi	Yüzde
Evet	31	43,4
Hayır	24	33,6
Toplam	55	69,9

Araştırmaya katılan yerel halkın Konyaaltı sahiline gelirken yanında eşyalarını getirme durumu Tablo 27’de görüldüğü üzere yanında eşyalarını getiren kişi sayısı 31 (%43,4), getirmeyen kişi sayısının ise 24 (%33,6) olduğu görülmektedir. Eşyalarını yanlarında getirmelerinde sırasıyla kafe vb. yerlerin pahalı olması, maddi imkansızlıklar, fiyat skalasının durmadan değişmesi ve yabancı turistlerin alım gücüne göre fiyatların belirlenmesi etkili olmuştur.

Tablo 28: Araştırmaya katılan yerel halkın tatile çıkmak için çeşitli kurum ve kuruluşlardan destek alma durumu

	Kişi	Yüzde
Evet	1	1,4
Hayır	71	98,6
Toplam	72	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın tatile çıkmak için çeşitli kurum ve kuruluşlardan destek alma durumu Tablo 28’de görüldüğü üzere 1 (% 1,4) kişinin destek aldığı, 71 (%98,6) kişinin ise almadığını göstermektedir. Destek alan katılımcı ise Gençlik ve Spor Bakanlığından destek aldığını ifade etmiştir.

Tablo 29: Araştırmaya katılan yerel halkın sosyal turizmi destekleyen kurum ve kuruluşları yeterli bulma durumları

	Kişi	Yüzde
Evet	1	1,4
Hayır	71	98,6
Toplam	72	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın sosyal turizmi destekleyen kurum ve kuruluşları yeterli bulma durumları Tablo 29’da görüldüğü üzere 1 (%1,4) kişinin yeterli bulduğu 71(%98,6) kişinin ise yeterli bulmadığı görülmektedir.

Tablo 30: Araştırmaya katılan yerel halkın bireylerin tatile çıkabilmesi için hangi kurum ve kuruluşların kimlere destek vermesine dair görüşleri

	Kişi	Yüzde
Engelli bireylere	8	11,1

Boşanmış ve maddi durumu iyi olmayan bireylere	1	1,4
Boşanmış ve çocuğu olan bireylere	1	1,4
Kimsesizlere	5	6,9
65yaş ve üzeri yaşlılara	5	6,9
Gençlere	28	38,9
Çocuklara	3	4,2
Aktif (Çalışan) Nüfusa	3	4,2
Maddi durumu olmayan bireylere	18	25,0
Toplam	72	100,0

Aştırmaya katılan yerel halkın sosyal turizm faaliyetlerine bireylerin katılım sağlayabilmesi için kurum ve kuruluşların hangi kitleye destek vermesi gerektiği Tablo 30'da görüldüğü üzere gençlere destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı 28 (%38,9), maddi durumu olmayan bireylere destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı 18 (% 25,0), engelli bireylere destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı 8 (% 11,1), kimsesizlere destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı 5 (%6,9), 65 ve üzeri yaşlılara destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı 5 (%6,9), çocuklara destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı 3 (%4,2), aktif (çalışan) nüfusa destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı 3 (%4,2), boşanmış ve maddi durumu iyi olmayan bireylere destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı 1 (%1,4), boşanmış ve çocuğu olan bireylere destek verilmesini gerektiğini ifade eden kişi sayısı ise 1 (%1,4) olduğu görülmektedir.

Elde edilen verilere göre en fazla gençlere destek verilmesi gerektiği düşüncesinin hâkim olduğu görülmüştür. En az ise boşanmış ve maddi durumu iyi olmayan bireylerle, boşanmış ve çocuğu olan bireylere verilmesi gerektiği düşüncesinin olduğu görülmüştür.

Tablo 31: Araştırmaya katılan yerel halkın sosyal turizm faaliyetlerine katılım oranının artırılabilmesi için hangi kurum ve kuruluşlarının destek ve teşvik politikaları uygulaması gerektiğine dair görüşleri

	Kişi	Yüzde
Kültür ve Turizm Bakanlığı	29	40,3
Belediyeler	22	30,6
Muhtarlıklar	12	16,7
Çevre ve Şehircilik Bakanlığı	3	4,2
Sivil Toplum Örgütleri	3	4,2
Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı	2	2,8
Diğer	1	1,4
Toplam	72	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın sosyal turizm faaliyetlerine katılım oranının artırılabilmesi için hangi kurum ve kuruluşların destek ve teşvik politikaları uygulaması gerektiğine dair görüşleri Tablo 31'de görüldüğü üzere Kültür ve Turizm Bakanlığının uygulaması gerektiğini düşünen kişi sayısı 29 (%40,3), Belediyelerin uygulaması gerektiğini düşünen kişi sayısı 22 (%30,6), Muhtarların uygulaması gerektiğini düşünen kişi sayısı 12 (%16,7), Çevre ve Şehircilik Bakanlığının uygulaması gerektiğini düşünen kişi sayısı 3 (%4,2), Sivil Toplum Örgütlerinin uygulaması gerektiğini düşünen kişi sayısı 3 (%4,2), Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığının uygulaması gerektiğini düşünen kişi sayısı 2 (%2,8), diğer kurum ve kuruluşların uygulaması gerektiğini düşünen kişi sayısı ise 1 (%1,4) olduğu görülmektedir.

Tablo 32: Araştırmaya katılan yerel halkın sosyal turizm faaliyetlerine katılımlarının sağlanabilmesi için hangi kurum ve kuruluşların nasıl destek verilmesi gerektiğine dair görüşleri

	Kişi	Yüzde
Nakit Desteği	14	19,4
Ulaşım Masraflarının Karşlanması	15	20,8
Tatil Katılım Merkezlerinin Kurulması	9	12,6

Konaklama İmkânının Sağlanması	19	26,4
Belirli bir köy vb. yerlerin tatil amacıyla devlet tarafından masrafların karşılanacak şekilde ayrılması	11	15,3
Otellerin %5-10 arasında dezavantajlı kesime ücretsiz tatil fırsatı sunması	4	5,6
Diğer	0	0
Toplam	72	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın sosyal turizm faaliyetlerine bireylerin katılım sağlayabilmesi için kurum ve kuruluşların nasıl destek vermesi gerektiği konusunda görüşleri Tablo 32’de görüldüğü üzere konaklama imkânının sağlanması gerektiğini ifade eden kişi sayısı 19 (%26,4), ulaşım masraflarının karşılanması 15 (%20,8), nakit desteği verilmesi gerektiğini ifade eden kişi sayısı 14 (%19,4), belirli bir köy vb. yerlerin tatil amacıyla devlet tarafından masrafların karşılanacak şekilde ayrılması gerektiğini ifade eden kişi sayısı 11 (%15,3), tatil katılım merkezlerinin kurulmasını ifade eden kişi sayısı 9 (%12,6), otellerin %5-10 arasında dezavantajlı kesime ücretsiz tatil fırsatı sunması gerektiğini ifade eden kişi sayısının ise 4 (%5,6) olduğu görülmektedir.

Tablo 33: Araştırmaya katılan yerel halkın ülkemizde devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşları tatil yapılması amacıyla destek verirse başvurma durumu

	Kişi	Yüzde
Başvururum	48	66,7
Başvurmam	24	33,3
Toplam	72	100,0

Araştırmaya katılan yerel halkın ülkemizde devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşları tatil yapılması amacıyla destek verirse başvurma durumu Tablo 33’te görüldüğü üzere 48 (%66,7) kişinin başvuracağını, 24 (%33,3) kişinin ise başvurmayacağı görülmektedir.

Tablo 34: Araştırmaya katılan yerel halkın ülkemizde devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşları tatil yapılması amacıyla destek verirse başvurmamaları üzerinde rol oynayan faktörler

	Kişi	Yüzde
Devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşlarının destek vermesini doğru bulmuyorum	2	2,8
İşten tatil yapmak amacıyla belirli süre izin aldıktan sonra geri işe dönememe veya yeni iş bulamama endişesi	1	1,4
Maddi imkânlarımın iyi olması	5	6,9
Destek aldığımın duyulduğunda insanlardan gelecek tepkilerden çekinme	3	4,2
Utandırma duygusu	5	6,9
İşlerine kendisi yokken bakacak birinin olmaması	5	6,9
Tatile çıkma alışkanlığımın olmaması	1	1,4
Diğer	2	2,8
Toplam	24	33,3

Araştırmaya katılan yerel halkın ülkemizde devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşları tatil yapılması amacıyla destek verirse başvurmamaları üzerinde rol oynayan faktörler Tablo 34’de görüldüğü üzere utanma duygusuna bağlı olan kişi sayısı 5 (%6,9), işlerine kendisi yokken bakacak birinin olmaması durumuna bağlı olan kişi sayısı 5 (%6,9), maddi imkânları iyi olan kişi sayısı 5 (%6,9), destek aldığımın duyulduğunda insanlardan gelecek tepkilerden çekinme durumuna bağlı olan kişi sayısı 3 (%4,2), işten tatil yapmak amacıyla belirli süre izin aldıktan sonra geri işe dönememe veya yeni iş bulamama endişesine bağlı olan kişi sayısı 1 (%1,4), tatile çıkma alışkanlığımın olmaması faktörüne bağlı olan kişi sayısı 1 (%1,4), diğer faktörlere bağlı olan kişi sayısı ise 2 (%2,8) olduğu görülmektedir. Fakat araştırmaya katılan yerel halkın devlet ya da sosyal kurum ve

kuruluşlarının destek vermesini doğru bulmuyorum düşüncesine sahip olan kişi sayısı ise 2 (%2,8)'dir.

5. SONUÇ

Turizmin başkenti olarak ifade edilen Antalya ili Türkiye'de özellikle yabancı turistlerin en fazla tercih ettiği ildir. Antalya'ya olan talebin bu kadar fazla olmasında; tarihi turistik çekicilikleri, doğal güzellikleri, temiz kumsalları, güneşlenme süresinin uzun olması gibi birçok faktör etkili olmaktadır. İlin önemli destinasyon noktalarından birini oluşturan Konyaaltı ilçesi zengin bir turizm potansiyeline sahiptir. Bu nedenle her yıl milyonlarca yabancı turisti ağırlamaktadır. Konyaaltı ilçesinin şehirsal ve kırsal mahallerinde yaşayan yerel halkın turizm faaliyetlerine katılım durumları ile katılmalarına engel olan unsurlar varsa onların belirlenmesi turizmin sahadaki gelişimi ve sonrasında planlama çalışmalarına katkısı açısından oldukça önemlidir. Bu nedenle araştırmanın örneklemini, 2022 yılının Nisan - Ekim aylarında Antalya ilinin Konyaaltı ilçesinin şehirsal ve kırsal mahallerinde yaşayan yerel halktan görüşmeyi kabul eden 72 katılımcı oluşturmaktadır.

2022 yılı ve daha öncesinde katılımcıların %45,8'inin tatile çıkma fırsatı bulamadıkları görülmüştür. Tatile çıkan katılımcıların ise %64,0'ü yılda 1 kere tatile çıkabildiklerini ifade etmişlerdir. Tatile çıkan katılımcıların %56,6'sı tatile yazın çıkmayı tercih ettiklerini ve diğer mevsimlerde genel olarak tatile çıkıp ne yapacağız algısının katılımcılarda hâkim olduğu gözlenmiştir. 2009 yılında Türkiye'de yapılan bir çalışmaya göre tatil sürecinde konaklama faaliyetlerini gerçekleştirmek için bireylerin genelde akrabalarında konakladıkları ifade edilmiştir. Yapılan bu çalışmada da katılımcıların en fazla konaklama için akrabalarını (%35,9) tercih ettikleri görülmüştür ve tercihleri üzerinde en fazla ücretsiz konaklama faktörünün etkili olduğu ifade edilmiştir. Sosyal turizm faaliyetlerine katılımlarının sağlanabilmesi için kurum ve kuruluşların nasıl destek verilmesi gerektiğine dair bireylerin görüşlerinde de en fazla ücretsiz konaklama imkanının sağlanması gerektiği ardından ulaşım masraflarının karşılanması ve onu nakit desteklediğinin sağlanması gerektiği takip etmiştir. Katılımcıların tatil deneyimlerinde veya tatile çıkma fikirlerinde %74,2 oranında en çok endişe uyandıran faktörün finansal faktörler olduğu görülmüştür. Bu nedenle çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından dezavantajlı kesiminin tatile çıkabilmesi için desteklenmesi sosyal entegrasyonun sağlanabilmesi için oldukça önemlidir.

Antalya'da turizm faaliyetlerinin başlamasının üzerinden yarım asıra yakın bir süre geçmesine rağmen Antalya merkez ilçelerinden olan, Türkiye'nin en uzun plajlarından birine sahip Konyaaltı ilçesinin şehirsal ve kırsal mahallerinde yaşayan katılımcıların %72,8'i tatil yapmak amacıyla Konyaaltı turizm bölgesine gelemedikleri görülmüştür. Konyaaltı'nın en uzak kırsal mahallesi olan Üçoluk sahile 38,0 km uzaklıkta, en uzak kentsel mahallesi olan Sarısu ise 7,1 km uzaklıkta yer almaktadır. Yabancı turistler tarafından oldukça çok tercih edilen Konyaaltı turizm bölgesinde katılımcıların %94,4'ü yabancılar ile aynı düzeyde tatil yapamadıklarını bu durumun %75,5 oranında finansal farklılıklara bağlı olduğu, %24,5 oranında ise yabancı turistlere göre daha fazla düzenlemelerin olduğu görüşünün hâkim oldukları görülmüştür.

Şehrin en önemli iki sahilinden birisi olan ve Türkiye'nin önemli turizm ve rekreasyon alanları içerisinde yer alan Konyaaltı sahiline katılımcıların % 23,6'sının daha hiç gelme fırsatının olmadığı görülmüştür. Konyaaltı sahiline gelen katılımcıların ise % 43,4'ü eşyalarını yanlarında getirdiklerini ifade etmişlerdir. Bu durumun en önemli nedeninin ekonomik faktörler (kafe vb. yerlerin pahalı olması, maddi imkansızlıklar vb.) olduğu görülmüştür. Katılımcıların tatile çıkabilmek amacıyla çeşitli kurum ve kuruluşlardan % 98,6 oranında destek almadıkları ve %98,6 oranında da sosyal turizmi destekleyen kurum ve kuruluşları yeterli bulmadıkları görülmüştür. Katılımcılar destek ve teşvik politikalarını en fazla uygulaması gerektiğini düşündüğü kurum ve kuruluşlar sırasıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı, Belediyeler, Muhtarlar, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Sivil Toplum Örgütleri, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığıdır. Ülkemizde devlet ya da sosyal kurum ve kuruluşları tatil yapılması amacıyla destek verirse %66,7'sinin başvuracağını ifade etmiştir. Katılımcıların %33,3'ü ise başvuramaları üzerinde utanma duygusu, işlerine kendisi yokken bakacak birinin olmaması, maddi imkânları iyi olması, destek aldığı için duyulduğunda insanlardan gelecek tepkilerden çekinme

durumuna bağılı olması, işten tatil yapmak amacıyla belirli süre izin aldıktan sonra geri işe dönememe veya yeni iş bulamama endişesi, tatile çıkma alışkanlığının olmaması gibi faktörlerin etkili olduğu ifade etmişlerdir. Bu araştırma göstermiştir ki Konyaaltı ilçesinin şehirselle ve kırsal mahallerinde yaşayan yerel halkın yabancı turistlerle aynı mekânı paylaşmalarına karşın tatil yapanları yani yeli ve yabancı turistleri izlediklerini, aynı düzeyde tatil yapamadığını, sosyal turizm faaliyetlerini yeterli bulmadıklarını, çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından eğer katılımcıların çoğunun desteklenmediği takdirde ise tatil yapamayacağı ortaya çıkarmaktadır.

BİBLİYOGRAFYA

- Akdemir, H. (2020). Sosyal Turizme Yeni Bir Bakış: Türkiye'nin Alternatif Kamp İncelemesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2):1328-1343.
- Akış, A. (2007). Alanya'da Turizm Ve Turizmin Alanya Ekonomisine Etkisi . Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , (17) , 15-32 .
- Bahar, O. (2006). Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı . *Yönetim ve Ekonomi Dergisi* , 13 (2) , 137-150 .
- Bas, D. (1993). Sosyal ve Kültürel Turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (4) , 13-14 .
- Berberoğlu, B. (2020). Akdeniz Ülkeleri'nde Turizmin Ekonomiye Katkısı ve Türkiye'nin Konumu . *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi* , 4 (2) , 200-221.
- Bıçkı, D., Ak, D. ve Özgökçeler, S. (2013). Avrupa'da ve Türkiye'de Sosyal Turizm. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31; 49-73.
- Çakır, P. (2001). Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Genel Bir Yaklaşım . *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 17 (1) , 377-393 .
- Çakmak, F. & Yılmaz, Ö. (2018). Turizmin İktisadi Sürdürülebilirliği Açısından Kış Turizmi . *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 11 (1) , 267-286.
- European Economic and Social Committee (2006). Opinion of European Economic and Social Committee on Social Tourism and Europe, Official Journal of the European Union, 2006/C, 318/12.
- Gülersoy, Ç. (1962). "Sosyal Turizm". Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu Yayını, İstanbul.
- Haulot, A. (1981). Social tourism: Current dimensions and future developments. *International Journal of Tourism Management*, 2(3), 207-212.
- Hepaktan, E. ve Çınar, S. (2010). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri. 8 (2), 135-154.
- Kalkınma Planları, 1985. a.g.e.
- Kızılgöl, . A. & Erbaykal, E. (2008). Türkiye'de Turizm Gelirleri İle Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi . *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 13 (2) , 351-360 .
- Kızıllırmak, İ., Ertuğral, S. M. (2012). Sosyal Turizmin Gelişiminde Yerel Yönetimlerin Rolü ve Yapılan Uygulamalar. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1 (2), 33-53.
- Kızılirmak, İ. & Mugan Ertuğral, S. (2012). Sosyal Turizmin Gelişiminde Yerli Yönetimlerin Rolü Ve Yapılan Uygulamalar. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1 (2), 33-53.
- Kozak, N. ve diğerleri, (2001), Genel Turizm İlkeler-Kavramlar, Detay Yayınları :28, 5. Baskı, Ankara.
- Lanquar, R. ve Raynouard, Y. (1978). *Le Tourisme Social, Que sais-je?* Birinci Basım. France: Presses Universitaires de France.
- McCabe, S. (2009). Who needs a holiday? Evaluating social tourism. *Annals of Tourism Research*, 36(4), 667-688.
- McCabe, S. (2015). Is the UK being left behind? Current trends in social tourism in Europe and beyond, commissioned by Family Holiday Association. UK: Laurance Paper Co.

Özgökçeler, S. ve Bıçkı, D. “Bir Turizm Hakkı Olarak Sosyal Turizm ve Engelliler”. Uluslararası Katılımlı VII. Ulusal Sosyoloji Kongresi. Yeni Toplumsal Yapılanmalar: Geçişler, Kesmeler, Sapmalar Bildiri Kitabı I. 2-5 Ekim 2013, Muğla.

Polat, S. (2018). A Social Tourism Proposal For Municipalities 4t: Twin Towns Twin Tourists. ICSEER- International Center of Social Science & Education Research.

Resmî gazete, 5747 Büyükşehir Yasası.

Sarı, C. (2007). Antalya'nın Alternatif Turizm Kaynakları ve Geleceği. Yayınlanmış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Topallı, N. (2015). Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: 1963-2011 . Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi , (14) , .

Turgut, E. , Uçan, O. & Başaran, N. (2021). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisine Etkisi: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı . Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , (45) , 144-159.

Usta, Ö. (1982). “Sosyal Turizm”, İstiklal Matbaası, İzmir.

İnternet Kaynakları

<https://www.harita.gov.tr/il-ve-ilce-yuzolcumleri> (14.07.2022)

<https://www.bingol.edu.tr/media/204988/sayt-bolum8-Sosyolojide-Nicel-ve-Nitel-Arastirma-Yontemleri.pdf> (14.07.2022)