

Azerbaycan'da İç Turizmin Yerel Turistler Tarafından Değerlendirilmesi

Yrd. Doç. Dr. Şahin EKBER
Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi/UNEC
Türk Dünyası İşletme Fakültesi, İktisat ve İşletme Bölümü
sahinekber@gmail.com

Öğr. Gör. Gülnar MİRZAEVA
Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi/UNEC
Türk Dünyası İşletme Fakültesi, İktisat ve İşletme Bölümü
gulnarmirzayeva8@gmail.com

Özet

İç turizm hem ekonominin hareketliliği, hem de genel olarak turizm sektörünün gelişmesi açısından önemli bir unsurdur. Azerbaycan, özellikle petrol fiyatlarında yaşanan düşüşten sonra ekonomik kalkınmasını sürdürebilmek için ekonomide çeşitlendirme yolunu tutmuştur. Turizmin gelişmesi de ülkenin bu bakımdan öncelikli hedefidir. İç turizmi geliştirme yolunda mevcut ve potansiyel müşterileri sektöre çekmek gerekmektedir. Bunun için insanların iç turizmden beklentilerinin ne olduğu, hangi sorunlarla karşılaştıkları, çözümü hangi alanda gördüklerinin araştırılması önem arz etmektedir. Araştırmanın amacı, bu sorulara yanıtların aranmasıdır. Bunun için başkent Bakü'de bir araştırma yürütülmüştür. Veriler anket yöntemiyle toplanmıştır. Bulgulara göre, katılımcıların iç turizm hizmetlerini pahalı olarak gördükleri ve bu konuda çeşitli sorunlar olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir. Bununla birlikte katılımcıların Azerbaycan'da iç turizmden memnun oldukları saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: İç turizm, Turizm Sorunları, Azerbaycan.

Evaluation of Internal Tourism by Local Tourists in Azerbaijan

Abstract

Domestic tourism is an important element in terms of both the mobility of the economy and the development of the tourism sector generally. Azerbaijan has kept its path to diversification in the economy in order to be able to sustain its economic development, especially after the fall in oil prices. The development of tourism is also the primary goal of the country in this respect. In order to develop domestic tourism, it is necessary to attract the existing and potential customers. For this reason, it is important to investigate what does people expect from domestic tourism, what problems they encounter, and in which area they see the solution. The aim of this research is to search for answers to these questions. For this, a survey was conducted in Baku. Research findings reveal that people see domestic tourism services expensive and have various problems relating to tourism. Participants, however, also expressed their satisfaction with domestic tourism.

Keywords: Domestic Tourism, Tourism Problems, Azerbaijan.

Giriş

Son on yılda özellikle gelişmekte olan ülkelerde turizm araştırmacıları iç turizm olgusunu keşfetmeye başlamışlardır (Skanavis ve Sakellari, 2011:234). Turizmin gelişme süreci

incelendiğinde; gerek kamu gerek özel sektör çabalarının çoğunlukla dış turizme yönelik olarak gerçekleştirildiği görülmektedir. Geçmişte turizm yatırımları genellikle dış talebe yanıt verecek biçimde yapılmıştır. Bugüne kadar dış turizmi esas alan ülkelerde iç turizm hep bir can simidi ve kriz dönemlerinde kurtarıcı olarak görülmüştür (Gökdeniz ve diğerleri, 2009: 216).

Bir ülkenin vatandaşlarının kendi ülke sınırları içinde yapmış oldukları seyahat ve konaklamalar ve bunların karşılanması amacıyla sağlanan hizmetler bütününe iç turizm denilmektedir. Pasaport, vize, yabancı dil bilgisi ve döviz işlemleri gerektirmeyen iç turizmin, ekonomiye döviz getirici etkisi yoktur (Silahşör, 2011:8; Kozak ve diğerleri, 2014:12). İç turizm, ulusal gelirin yeniden bölüşülmesini sağlayarak ulusal ekonominin daha dengeli bir duruma gelmesine katkı sağlar. İç turizm kamu bilincini de yükselterek ülkenin genel ekonomisi için elverişli olan etkinliklerin gelişmesine yardımcı olur. Bir ülkenin turizm gelişme sürecinde sadece dış turizme bağlı kalmaması, birçok ekonomist tarafından önerilmektedir. Her ekonomik faaliyette olduğu gibi, turizmde de kendi iç dinamiğine dayanmayan bir gelişmenin sağlıklı olmayacağı düşünülmektedir (Özdemir, 1999:159; Mustafa, 2011: 50).

İç turizmin döviz kazandırıcı etkisi olmadığı için bir çok ülkede devlet tarafından teşvik edilmemektedir. Fakat iç turizm ülkelerin turizm sektöründe rekabet olgusu yaratarak dış turizmin desteklenmesinde yardımcı bir güç olarak kabul edilmektedir. Bu olguyu dikkate alan ülkeler dış turizmin yanısıra iç turizme de önem vermekte ve özellikle kriz dönemlerinde iç turizmi bir araç olarak kullanmakta ve çoğu zaman krizi yerli turistler aracılığıyla aşmaktadırlar. Turizm bilincinin gelişmesine olumlu etkisi olan iç turizm aynı zamanda sosyal faydası yüksek olan turizm şeklidir.

İç turizmin özellikleri açısından özellikle uluslararası turizmle kıyaslandığında uluslararası turistlerin aksine yerli turistler, destinasyonu, ülkenin dilini, geleneklerini, yasalarını, iklimini ve kültürünü tanımaktadır. Bunun iki sonucu ortaya çıkmaktadır (Pierret, 2011:1-2):

- Genel bir kural olarak, özellikle ürünlerin kalitesi ve tüketici koruma hakları konusunda yerli turistler daha talepkardır.
- Turistlerin dört temel motivasyonundan (keşif, başkaları ile karşılaşmak, benzersiz bir şey yaşamak, dinlenmek) son ikisi yerli turistler arasında kesinlikle daha belirgindir.

İç turizmde ziyaretler daha siktir ve tekrarlar daha fazladır. İç turizmde kara taşımacılığı ağırlıklı olarak kullanılmaktadır. İç turizmin diğer özelliği ise destinasyonlar yakın olduğu için ve kara taşımacılığı ağırlıklı olarak kullanıldığı için gezilerin maliyeti daha düşük olmaktadır. İç turizm krizlere karşı (ekonomik, siyasi, sağlık vb.) daha az hassastır ve sosyal gerilimleri azaltmak için mükemmel bir araçtır.

Demunter ve Dimitrakopoulou tarafından yapılan araştırmaya (2011:1) göre Avrupalıların %77'si tatillerini kendi ülkelerinde geçirmektedir. İç turizmin turizm sektörü için önemini gösteren Eurostat yayınları yerli turistler tarafından yapılan harcamaların yabancı turistlerin harcamalarının iki katı olduğunu açıklamıştır (Demunter ve Dimitrakopoulou, 2011:1). ABD'li turistlerin çoğu ülke dışına çıkmaz ve örneğin, sayıları Almanlardan daha fazladır. Çin'deki yerli turist sayısı tüm uluslararası gelen turistlerin sayısını aşmakta ve daha da büyük bir büyüme göstermektedir. Bununla birlikte, dünya çapındaki iç turizme ilişkin tutarlı veriler o kadar kolay bulunmamaktadır. Uluslararası turizm hareketlerini ölçmek zor olsa da, yerli turist hareketlerini izlemek daha da zor olmaktadır (Eijgelaar ve diğerleri, 2008: 2).

Japonyada yapılan araştırmada turistlerin iç turizme katılma nedenlerinden biri olarak doğayı belirtmişler. Doğanın ruhsal ve bedensel olarak arınmak için bir yol gibi görmeleri burada etkili olmuştur. Bundan başka etkileşim, öğrenme ve paylaşma da tatilin kendi ülkelerinde değerlendirilmesinde önemli faktörler olmuştur (Krag ve Prebensen, 2016).

Diğer grup üyelerinin turistlerin seyahat deneyimleri üzerindeki etkisini araştıran Yin ve Pun (2016), düşüncesi alınan 253 turistin 54'nun seyahat deneyiminin gruptan olumlu etkilendiğini, diğerlerinin ise olumsuz etkilendiğini ortaya koymuşlar. Araştırmada, grupla seyahata çıkmada diğer grup üyelerinin etkisi ile ilgili 3 kategori (grup üyelerinin görünüşü, davranışı ve sözlü iletişim tarzı) ve 17 alt kategori belirlenmiştir.

Magableh ve Kharabsheh (2013) Ürdün'de iç turizm için talebin öncellerini araştırmışlar. İç turizme katılmanın öncelleri ve iç turizmde para harcamanın öncelleri olarak iki aşamada ele alınan araştırmanın sonuçlarına göre, cevaplayıcının özellikleri (yaş (+), eğitim düzeyi (+), çalışma alanı (-), konut sahipliği (+), çalışma statüsü (+), günlük çalışma saatleri (+)), hanenin özellikleri (yıllık gelir (+), yıllık harcama (-), aile büyüklüğü (-), bölge (-), aile arabasının varlığı (+), aile üyelerinden çalışanların sayısı (+) ve turistik yerlere gitme sayısı (+)) ve diğer faktörler (giriş ücreti (-), dış turizm talebi (-), milli görev duygusu (+), politik endişe (-), yerel festivaller (+), mesafe (+) ve yerel teklifler (+)) ailelerin iç turizme katılma eğilimine etki etmektedir. Ailelerin iç turizmde para harcamasının öncelleri olarak da cevaplayıcının özellikleri (cinsiyet (+), yaş (+), eğitim düzeyi (+), medeni durum (-), gelir (+)), hanenin özellikleri (aile büyüklüğü (-), yıllık harcama (-), yıllık tasarruf (+), aile arabasının varlığı (-), gelir (+)) ve diğer faktörler (dış turizm talebi (-), milli görev duygusu (+), fiyatlar (+), borç durumu (-), turistik teklifler (-)) belirtilmiştir.

Çin'de yapılan araştırmada yerel turistlerin güvendikleri bilgi kaynakları olarak geleneksel mecraların öne çıktığı görülmektedir (gazete %35, TV/Broadcast %34.6, dergi 13.3). İnterneti güvenilir bilgi kaynağı olarak katılımcıların sadece %4.7'si belirtmiştir. Buna karşın en popüler bilgi kaynağı olarak dost, aile ve meslektaşlar, daha sonra internet, gazete ve direk iletişim olmuştur. Aynı araştırma, iç turizmde ulaşım aracı olarak en çok halk otobüsleri, tren ve uçak kullanıldığını, daha çok kısa dönemli seyahat edildiğini (1-2 günlük), seyahat amacının doğada bulunmak ve tarihsel yerleri gezmek olduğunu ortaya koymuştur (Wang ve Qu, 2004).

Çin'de yapılmış olan başka bir araştırmada kişisel gelirin, ikame fiyatlarının iç turizm talebi üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu, iç turizm fiyatlarının talep üzerinde negatif etkiye sahip olmadığı sonucuna varılmıştır (Yang vd., 2014).

1. Azerbaycan'da Turizm Sektörüne Genel Bakış

1.1. Azerbaycan'da Turizm Sektörü

Azerbaycan gerek doğal ve iklim koşulları, gerekse tarihi zenginlikler açısından çok zengin bir potansiyele sahiptir. Turizm ile ilgili "Azerbaycan Cumhuriyetinde 2002-2005 yıllarında turizmin gelişmesi üzerine Devlet Programı" ve aynı zamanda "Bölgelerin sosyo-ekonomik gelişmesi üzerine Devlet Programı" turizm açısından büyük önem taşımış ve turizm altyapısının oluşmasına ve Azerbaycan'ın uluslararası turizm pazarına entegrasyonuna olanak sağlamıştır. Bu zaman diliminde kazanılmış turizm deneyimi turizm sektörünün çokyönlü gelişmesine imkan vermiştir. Bakü'de bulunan "İçeri Şehir", "Şirvanşahlar Sarayı", "Kız Kulesi" ve "Gobustan"ın "UNESCO Dünya Miras Listesi'ne alınması sağlanmıştır (www.mct.gov.az, 03.02.2017). Azerbaycan Cumhurbaşkanı'nın 2011 yılını Turizm Yılı ilan etmesi ve "Eurovision-2012" şarkı yarışmasının Azerbaycan'ın başkenti Bakü'de gerçekleştirilmesi tüm dünyadan turistlerin ülkemize gelmesine fırsat yaratmıştır ve turizm sanayisinin gelişmesine yardımcı olmuştur. Örneğin, turizm yılı kapsamında turistik destinasyonlarda birçok yeni konaklama işletmeleri açılmış, tarihi ve kültürel varlıklara ulaşımı kolaylaştırmak için yollar tamir edilmiş, turist yol işaretleri temin edilmiş, Şahdağ turizm merkezinin inşası hızlandırılmış, Şabran ve Lahıc tarihi-kültürel sit alanlarında turist altyapısının oluşturulmasına başlanmıştır. Bunun yanı sıra, içinde turistik bölgeleri, abideleri, ülkenin diğer yönlerini barındıran GoMap navigasyon sistemi projesi gerçekleştirilmiştir (www.mct.gov.az, 03.02.2017).

Devlet faaliyetleri sonucunda ülkemizde otel-hizmet altyapısı oluşturulmuş, turizm sektörü için elemanlar yetiştirilmiş, çok yönlü seyahat acenteleri ağı kurulmuş (200'den çok turizm şirketi), enformasyon-reklam faaliyetleri başarıyla çalışmaya başlamış ve Azerbaycan genelinde doğal manzaraya sahip bölgelerden geçen turist güzergahları oluşturulmuştur.

Her yıl Azerbaycan'da çeşitli konularda (turizmin güncel sorunları ve çözüm yolları, turizm alanında hizmet düzeyinin iyileştirilmesi, turizm altyapısının oluşturulması vb.) ülke genelinde iç turizm konferansları gerçekleştirilmektedir. Bunun yanısıra, turizm işletmeleri belli periyotlarda iç turizm fuarı da gerçekleştirmektedirler (www.azerbaijan.az).

1.2. Azerbaycan'da Turizm Çeşitliliği

Zengin tarihe ve kültürel mirasa sahip olan Azerbaycan dünyanın her yerinden turist çekmeye başlamıştır. Azerbaycan'ın sahip olduğu doğal kaynaklar, coğrafi değerler, dünyada yalnızca burada bulunan tedavi amaçlı Naftalan petrolü, eski mimari anıtlar, kendine özgü kültürü, yerel mutfağı ve birçok diğer değerler ülkede turizmin çeşitlenmesine olanak sağlamıştır. Azerbaycan sahip olduğu zengin kaynaklarla iş turizmi, spor turizmi, termal turizm, av turizmi, deniz turizmi, kongre turizmi, dağ ve kış turizmi, inanç turizmi, gastronomi turizmi vb. turizm çeşitlerinin geliştirilmesi için potansiyele sahiptir.

Son yıllarda Azerbaycan'ın sadece başkentinde değil diğer bölgelerinde de turizm altyapısı oluşturulmaya başlanmıştır. Diğer turizm bölgelerinde de konaklama işletmelerinin yanısıra tatil köyleri, rekreasyon işletmeleri faaliyet göstermektedir. Gafgaz zincir oteli, Gebele şehrindeki Gabaland parkı, "Tufandağ" kış turizm kompleksi, Gusar ilindeki "Şahdağ" turizm merkezi bunlara örnek gösterilebilir.

1.3. Azerbaycan'da Konaklama Altyapısı

Azerbaycan'da iç turizm hacmini, değer ve özelliklerini belirlemek ve ülkenin turistik değerlerine ilişkin bilgileri bireysel olarak elde etmek için iç turizm ölçümü gerekmektedir (Erdoğan, 1995). Tarihsel olarak iç turizm istatistikleri için en yaygın kullanılan ve gerek gelişmiş gerekse de birçok gelişmekte olan ülkelerde en kolay ulaşılabilen kaynak konaklama kayıtlarıdır. Bu istatistikler zamanla geliştirilerek, hem bireysel turistik yerler hem de bütün ülke için gerekli bilgilerin saptanması açısından uygun ana kaynak haline getirilmiştir.

Bu çalışmada Azerbaycan Devlet İstatistik Kurumunun yayınladığı iç turizm istatistiklerinden yararlanılmıştır. Azerbaycan Devlet İstatistik Kurulunun 2015 yılı verilerine göre konaklama tesis sayısı 536'dır. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2015 yılı verilerine göre ise Azerbaycan'daki turizm işletme belgeli konaklama tesislerinin sayısı 340'tur. Turizm işletme belgeli tesislerin 149'u Bakü-Abşeron bölgesindedir. Azerbaycan'daki konaklama tesis sayısı, oda ve yatak sayısı Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Azerbaycan'da Konaklama Tesis, Oda ve Yatak Sayıları

Yıl	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
2011	508	14815	1504312
2012	514	15898	1640863
2013	530	16559	1674065
2014	535	17363	1687457
2015	536	17953	1644056

Kaynak: Azerbaycan Devlet İstatistik Kurumu (www.stat.gov.az)

Konaklama tesislerine geliş sayılarında yerli turistler önemli bir paya sahiptir. Yerli turistlerin sayısı 2015 yılında en yüksek rakama ulaşmıştır. 2016 rakamlarının daha yüksek olması

beklenmektedir. Tablo 2’de 2011-2015 yılları arasında yabancı ve yerli turistlerin konaklama tesislerine geliş sayıları yer almaktadır.

Tablo 2. Azerbaycan’da Konaklama Tesislerine Geliş Sayıları (Kişi)

Yıl	Yerli	Yabancı	Toplam
2011	252175	257987	510162
2012	252807	372117	624924
2013	270887	395461	666348
2014	279555	392790	672345
2015	342497	495648	838145

Kaynak: Azerbaycan Devlet İstatistik Kurumu (www.stat.gov.az)

Azerbaycan’da iç turizm hareketlerine yönelik yürütülen faaliyetlerden biri de tatil paketlerinin satılmasıdır. 2013 verilerine göre, 6544 tatil paketi, 2014 verilerine göre ise 66233 tatil paketi satılmıştır. 2013 yılında satılan tatil paketinden 7078’i, 2014 yılında satılan tatil paketinin ise 6990’ı yerli turistlere ülke içinde seyahat etmeleri amacıyla satılmıştır.

Tablo 3. Azerbaycan’da Satılan Tatil Paketi Sayısı

Gösterge	2013	2014
Satılmış tatil paketlerinin sayısı	65448	66233
Yerli turistlere ülke içinde seyahat etmeleri için satılan tatil paketleri (sayı)	7078	6990

Kaynak: Azerbaycan Kültür ve Turizm Bakanlığı (www.mct.gov.az)

2. Metodoloji

2.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı Azerbaycan iç turizminin yerel turistler tarafından nasıl değerlendirildiğini belirlemektir. Bu amaç kapsamında yerli turistlerin iç turizmden memnuniyet düzeyi, turistik ürünlerin ucuzluk-pahalılık açısından nasıl değerlendirildiği, Azerbaycan iç turizmindeki sorunların neler olduğu ve bu sorunların ortadan kaldırılması için neler yapılması gerektiği saptanmaya çalışılmıştır.

2.2. Araştırma Evreni ve Örneklem

Araştırmanın evreni Bakü’de yaşayan 18 yaş üzeri ve ülke dahilinde en az 1 kez tatil deneyimi yaşamış insanlardan oluşmaktadır. Örneklem yöntemi olarak kolayda örneklem yöntemi seçilmiştir. Bu yöntemin seçilmesinin nedeni anketin online olarak yürütülmesi ve anketi gören kişilerin anketi doldurabilmesidir. Ankette ilk soru olarak "ülke dahilinde tatilde bulundunuz mu" sorusu sorulmuş, "hayır" cevabı verenlerden anketi bitirmeleri istenmiştir.

2.3. Veri Toplama Aracı

Veriler online anket yöntemiyle toplanmıştır. Toplam 181 anket elde edilmiştir. Anket soruları bu konuda daha önce yapılmış araştırmalardan uyarlanmıştır (Yaşar, 1996, Gökdeniz vd. 2009). Veri toplama süreci Nisan-Mayıs 2016’da gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler SPSS 16 istatistik paket programı yardımıyla çözümlenmiştir.

3. Bulgular

Tablo 4. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	88	48,6
	Bayan	93	51,4
Yaş	18-25	131	72,4
	26-34	25	13,8
	35-49	16	8,8
	50-64	8	4,4
	65+	1	0,6
Eğitim Durumu	Lise	12	6,6
	Meslek lisesi	5	2,8
	Yüksek okul	7	3,9
	Lisans ve lisansüstü	157	86,7
Aylık gelir	500 ve alt	128	70,7
	501-1000	34	18,8
	1001-2000	12	6,6
	2001+	7	3,9
Medeni hal	Bekar	132	72,9
	Evli	46	25,4
	Diğer	3	1,7
Toplam		181	100

Araştırmaya katılanların büyük çoğunluğu 18-25 yaş arası (%72.4), lisans ve lisansüstü (%86.7), aylık geliri 500 Manat (1 Manat = 2 TL) ve altında (%70.7) ve bekar (%72.9) olan kişilerdir.

Katılımcıların iç turizm hareketlerine katılım durumuna yönelik olarak yaptıkları değerlendirmelere bakıldığında ülke dahilinde 5'ten fazla sayıda tatilde bulunanların oranının %64,1, ekseren 15 günden fazla tatilde kalanların oranının %30,9, tatili ailesiyle birlikte yapanların oranının ise % 71,3 olduğu tespit edilmiştir. Ülke dahilinde tatili seçme nedenleri arasında en yüksek değer alan faktör eğlence-dinlenme olmuştur (%49,2). Tatil boyunca yapılan ortalama harcama miktarının ise çoğunlukla 500 manattan daha aşağı olduğu belirlenmiştir (%48,6).

Anketi cevaplayanların %50,3'nün ülke dahilinde yaptıkları tatilden memnun olduğu ve %12,2'i ise çok memnun olduğu tespit edilmiştir. Ortalamaya bakıldığında 5 üzerinden 3,6 gibi bir memnuniyet düzeyinin olduğu görülmektedir. Buna karşılık memnun olmayanların oranının %12,7, hiç memnun olmayanların oranının ise %1,1 olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlara göre ülke insanının Azerbaycan'da yaptıkları tatilden memnun olduğu söylenebilir. "Yeniden ülke dahilinde tatil düşünüyor musunuz?" sorusuna kesinlikle hayır cevabı veren olmamıştır. Evet ve kesinlikle evet cevabını verenler ise toplamda %66,2 gerçekleşmiştir. Bu soruya verilen cevapların ortalama değeri 5 üzerinden 3,69 olmuştur. Bu sonuç yerel turistlerin ülke dahilinde tekrar tatil yapma isteklerinin bulunduğu anlamına gelmektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Azerbaycan'da İç Turizm Hareketlerine Katılım Durumu

		Frekans	Yüzde
Azerbaycan'da Kaç Kez İç Turizm Hareketlerine Katıldınız?	1 kez	15	8,3
	2 kez	15	8,3
	3 kez	17	9,4
	4 kez	18	9,9
	5 ve üstü	116	64,1
Azerbaycan'da Katıldığınız İç Turizm Hareketlerinin Gün Sayısı?	1-3	43	23,8
	4-6	25	13,8
	7-10	35	19,3
	11-15	22	12,2
	15+	56	30,9
Azerbaycan'da İç Turizm Hareketlerine Kiminle Katıldınız?	Ailemle	129	71,3
	Dostarımla	40	22,1
	Hem dostlarım, hem ailemle	3	1,8
	Yalnız	9	5,0
Azerbaycan'da İç Turizm Hareketlerine Katılma Nedeniniz?	Eğlence-dinlenme	89	49,2
	Ziyaret	46	25,4
	İş	17	9,4
	Sağlık	7	3,9
	Diğer	22	12,2
Azerbaycan'da İç Turizm Hareketlerinde Yaptığınız Ortalama Harcama?	500 ve aşağı	88	48,6
	501-1000	58	32,0
	1001-2000	27	14,9
	2001-3000	4	2,2
	3001+	4	2,2
Toplam		181	100

Tablo 6. İç Turizmden Memnuniyet Durumu

1-hiç memnun değilim.....5-çok memnunum		Frekans	Yüzde	Ortalama
Ülke dahilinde yaptığınız tatilden memnuniyet durumunuz?	Hic memnun değilim	2	1,1	3,6
	Memnun değilim	23	12,7	
	Kararsızım	43	23,8	
	Memnunum	91	50,3	
	Çok memnunum	22	12,2	
Yeniden ülke dahilinde tatil düşünüyor musunuz?	Kesinlikle hayır	0	0,0	3,69
	Hayır	16	8,8	
	Kararsızım	45	24,9	
	Evet	99	54,7	
	Kesinlikle evet	21	11,6	

Tablo 7. Turistik Ürünlerin Ucuzluk-Pahalılık Açısından Değerlendirilmesi

1-çok pahalı.....5-çok ucuz	Ortalama
Bölgelerde yer alan konaklama tesisleri	1,71
Bölgelerde yer alan eğlence tesisleri	1,99
Bölgelerdeki yiyecek içecek tesisleri	2,34
Bölgelere düzenlenen turlar	2,5
Bölgelerdeki alışveriş imkanları	2,51
Ülke dahilindeki ulaştırma imkanları	2,73
Genel Ortalama	2.3

Azerbaycan'da iç turizme yönelik sunulan ürünler katılımcılar tarafından ucuzluk-pahalılık açısından değerlendirildiğinde 2,3 genel ortalama bulunmuştur ki, bu da iç turistlerin turistik hizmetleri pahalı olarak görmesi anlamına gelmektedir. En pahalı hizmetin ise konaklama tesisleri olduğu dikkati çekmektedir. Nispeten daha ucuz olarak görülen hizmet ise ulaştırma imkanlarıdır.

Tablo 8. Azerbaycan İç Turizminin Sorunlarıyla İlgili Değerlendirmeler

1-hiç katılmıyorum.....5-tamamen katılıyorum	Ortalama
Genel olarak fiyatlar yüksektir	4,09
Kaliteli turistik işletmelerin sayısı azdır	3,92
Yerleştirme tesislerindeki hizmet kalitesi yetersizdir	3,80
Yetersiz konuşma ve halkla ilişki kurma sorunu vardır	3,71
Çevre kirliliği sorunu vardır	3,69
Altyapı sorunu vardır	3,65
Sağlık hizmetleri ile ilgili sorun vardır	3,64
Ulaşım sorunu vardır	3,55
Gürültü kirliliği sorunu vardır	3,50
Hiç bir sorun yoktur	1,69

Araştırmaya katılanlar iç turizmle ilgili çeşitli sorunların olduğunu belirtmişler. En büyük sorunun fiyat ve kalite olduğu belirlenmiştir. Sorunlarla ilgili genel ortalama 3,73 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 9. İç turizmin gelişmesine yönelik önerilerin değerlendirilmesi

1-hiç katılmıyorum.....5-tamamen katılıyorum	Ortalama
Doğal ve medeni değerlerin korunması, turizme kazandırılması gerekir	4,65
Turizme yönelik tesislerin artırılması gerekmektedir	4,64
Yerel yönetimlerin işletmelerin hijyen ve fiyat kontrolü etmesi gerekmektedir	4,56
İnsanlarda turizm düşüncesinin geliştirilmesi gerekmektedir	4,51

Altyapının en kısa zamanda iyileştirilmesi gerekmektedir	4,46
Ulaşım imkanlarının artırılması gerekmektedir	4,36
Yöneticilerin kitlesel katılımı sağlayacak faaliyetlere ağırlık vermesi gerekmektedir	4,33

Katılımcıların Azerbaycan'da iç turizmin geliştirilmesine yönelik önerilerinde en yüksek ortalama (4,65) alan doğal ve medeni değerlerin turizme kazandırılması gerektiği yönündedir. Bunu, turizm tesislerinin artırılması önerisi takip etmektedir (4,64).

Tablo 10. Ülke dahilinde tatil kararı alırken (veya tatil bölgesini seçerken) önem verilen faktörlerin değerlendirilmesi

1-hiç önemli değil.....5-çok önemli	Ortalama
Doğal güzellik	4,71
Kültürel faktörler	4,38
Ucuzluk	4,34
Ulaşım kolaylığı	4,16

Katılımcılar ülke dahilinde tatil kararı alırken en fazla doğal güzeleğe önem vermektedirler (4,71). Ulaşım kolaylığı ise göreceli olarak daha az önem verilen bir unsurdur. Dikkat çeken bir diğer durum, ucuzluğun üçüncü önemli faktör olmasıdır.

Tablo 11. Ülke İçinde Tatil Kararı Almaya Etki Eden Bilgi Kaynakları

Bilgi kaynağı	Sayı	Yüzde
Dost-tanıdık tavsiyesi	121	32%
Daha önceki deneyimler	93	25%
İnternet	84	23%
Seyahat acentası	33	9%
Basın	22	6%
Fuar	20	5%

Ülke içinde tatil kararının alınmasında en büyük bilgi kaynağı dost-tanıdıklardır. Çoktan seçmeli olarak sorulan soruda en fazla seçilen cevap dost-tanıdık tavsiyesi olmuştur. Bunu, daha önceki deneyimler cevabı takip etmiştir (%25).

Tablo 12. Ülke Dahilinde Yapılan Tatilden Duyulan Memnuniyet Düzeyi İle Yeniden Azerbaycan'da Tatili Tercih Etme Arasındaki Korelasyon

		Yeniden ülke dahilinde tatil düşünüyor musunuz
Ülke dahilinde yaptığınız tatilden memnunluk düzeyiniz	Pearson Korelasyon	,698**
	2 kuyruklu p	,000

**P<0.01

Ülke dahilinde yapılan tatilden duyulan memnuniyet ile yeniden ülke dahilinde tatil yapmayı tercih etme arasında yüksek düzeyde bir korelasyon bulunmuştur. Bu sonuca göre kişiler yapmış oldukları tatilden memnun kaldıkları halde, söz konusu destinasyonu yeniden tercih edecektir.

Tablo 13. İç Turizmin Pahalılık-Ucuzluk Düzeyi İle Ülke Dahilinde Yapılan Tatilden Duyulan Memnuniyet Düzeyi ve Yeniden Ülke İçinde Tatil Yapmayı Tercih Etme Arasındaki Korelasyon

		Bölgelerde yer alan konaklama tesisleri	Bölgelerde yer alan eğlence tesisleri	Bölgelerde ki alışveriş imkanları	Ülke dahilinde ki ulaştırma imkanları	Bölgelerde ki yiyecek içecek tesisleri	Bölgelere düzenlenen turlar
Ülke dahilinde yaptığınız tatilden memnunluk düzeyiniz?	Pearson Korelasyon	,231**	,327**	,222**	,151*	,237**	,229**
	2 kuyruklu p	0,002	0,000	0,003	0,042	0,001	0,002
Yeniden ülke dahilinde tatil düşünüyor musunuz?	Pearson Korelasyon	,221**	,412**	,216**	,160*	0,118	,306**
	2 kuyruklu p	0,003	0,000	0,003	0,031	0,113	0,000

** P<0.01

* P<0.05

Tablo 12'deki korelasyon sonuçlarına baktığımızda, memnuniyet düzeyi ve yeniden ülke dahilinde tatil yapmayı düşünme ile ucuzluk-pahalılık arasında anlamlı olmakla birlikte düşük korelasyonların olduğu görülmektedir. Bu sonucu ülke dahilinde alternatiflerin az olması ve yurtdışında tatil yapmanın daha pahalı olması ile açıklamak mümkündür. Bunun yanısıra kişilerin ülke dahilinde tatil yaparken fiyat dışı etkenleri daha fazla göz önünde bulundurdıkları sonucuna varılabilir. Elde edilen bulgularda dikkat çeken bir diğer husus, eğlence tesislerinin ucuzluk-pahalılık algısının memnuniyet ve yeniden tercih etmede diğerlerine göre daha etkili olması ile ilgilidir.

Tablo 14. İç Turizmde Görülen Sorunlar İle Ülke İçinde Yapılan Tatilden Duyulan Memnuniyet Düzeyi ve Yeniden Ülke İçinde Tatili Tercih Etme Arasındaki Korelasyon

		Konaklama tesislerindeki hizmet kalitesi yetersizdir	Ulaşım sorunu vardır	Gürültü kirliliği sorunu vardır	Genel olarak fiyatlar yüksektir	Çevre kirliliği sorunu vardır	Altyapı sorunu vardır	Sağlık hizmetleri ile ilgili sorun vardır	Kaliteli turistik işletmelerin sayısı azdır	Yetersiz konuşma ve halkla ilişki kurma sorunu vardır
Ülke dahilinde yaptığımız tatilden memnunluk düzeyiniz	Pearson Korelasyon	-,183*	-,160*	-0,14	-,233**	-,203**	-,157*	-,149*	-,178*	-,305**
	2 kuyruklu p	0,014	0,031	0,061	0,002	0,006	0,035	0,045	0,017	0
Yeniden ülke dahilinde tatil düşünüyor musunuz	Pearson Korelasyon	-,231**	-,159*	-,174*	-,152*	-,178*	-,178*	-0,137	-,185*	-,228**
	2 kuyruklu p	0,002	0,032	0,019	0,041	0,017	0,016	0,067	0,013	0,002

** P<0.01

* P<0.05

İç turizmde sorun görülmesi düzeyi ile ülke dahilinde yapılan tatilden memnuniyet düzeyi ve yeniden ülke dahilini tercih etme arasında anlamlı, düşük ve eksi yönde bir korelasyon bulunmuştur. Gürültü kirliliği sorunu ile memnuniyet düzeyi ve sağlık hizmetleri sorunu ile yeniden ülke dahilinde tatil yapma düşüncesi arasında 0.05'lik anlamlılık düzeyinde anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Analiz bulgularına dayanarak, iç turizmde algılanan sorunların iç turizmden memnuniyet düzeyini ve destinasyonu yeniden tercih etme düzeyini olumsuz yönde etkileyeceği yargısına varmak mümkündür. Bununla birlikte, sözkonusu etkinin zayıf olması, daha önceki analizin yorumunda da belirtildiği üzere, ülke dahilinde alternatiflerin azlığı ve ülke dahilindeki turizm hizmetlerinden beklentilerin düşük düzeyde olması ile açıklanabilir. Bu sonucu, aynı zamanda Azerbaycan insanının toleranslı olmasına bağlamak mümkündür.

Sonuç

İç turizm ulusal gelirin yeniden dağılımı ile ekonomik dengenin sağlanması, ülke içinde ekonomik hareketliliğin sağlanması, bölgelerin kalkınması, ilgili sanayilerin gelişmesi açısından oldukça önemli olmaktadır. Bu çerçevede Azerbaycan da, özellikle de petrol fiyatlarında düşüş sonrası alternatif gelir kaynağı olarak turizme yönelmiştir. İç turizm hareketleri her ne kadar ülkeye döviz kazandırmasa da, genel olarak ülkenin turizm deneyiminin ve imkanlarının gelişmesinde etkili olmaktadır.

Azerbaycan iç turizminin yerel turistler tarafından değerlendirilmesini amaçlayan bu araştırmaya, çoğunluğu 18-25 yaş aralığında olan ve gelir düzeyi de 500 manat civarında olan toplamda 181 kişi katılmıştır.

Katılımcıların büyük çoğunluğunu gençler oluşturmasına rağmen, ülke dahilinde 5 kezden fazla tatilde olduklarını belirtenlerin oranı yüksek çıkmıştır. Tatillerini aileleriyle yapanlar daha çoğunluktadırlar. Yalnız tatil yapanlar yok denilecek kadar azdır. Bu sonuç Wang ve Qu'nun (2004) Çin'de yaptıkları araştırmada taticilerin esasen tek veya iki kişi olarak tatil yaptıkları bulgusuyla örtüşmemektedir. Bu farklılığın iki ülke arasındaki kültürel farklılıklardan kaynaklandığı söylenilebilir.

Eğlence-dinlenme ve ziyaret amaçlı tatil yapanlar çoğunluk teşkil etmektedir. Tatil boyunca ortalama harcama miktarı 500 manat civarında belirtilmiştir.

Araştırmaya katılanlar tatillerinden genellikle memnun kalmışlar ve yeniden ülke dahilinde tatil yapmayı düşündüklerini belirtmişlerdir. Buna rağmen turizm hizmetlerinin pahalı olduğu ve turizmde birçok sorunların olduğu vurgulanmıştır. Katılımcıların önerilerle ilgili en fazla vurguladıkları husus, doğal ve medeni değerlerin korunması ve turizme kazandırılması gerekliliği, turizme yönelik tesislerin artırılması, yerel yönetimlerin fiyat ve hijyen konusunda düzenlemeler yapmasıdır. Buradan, ülke dahilinde tatil kararı verirken doğal güzellik ve kültürel faktörlerin öne çıktığını görmekteyiz. Doğanın tatil kararında önemli etken olması sonucu Krag ve Prebensen'in (2016) Japonya'da ve Wang ve Qu'nun (2004) Çin'de yaptıkları araştırmanın bulgularıyla örtüşmektedir.

İnsanların turizm hizmetlerini pahalı olarak görmesi ve sorunlar olduğunu belirtmesine rağmen yaptıkları tatilden memnun olmaları ve yeniden ülke dahilinde tatil yapmayı düşünmelerini ülke dahilinde alternatiflerin az olması ve yurtdışında tatil yapmanın da daha pahalı olması ile açıklamak mümkündür. Ayrıca, insanların ülke dahilindeki turizm hizmetinden beklentilerinin düşük olması da memnuniyet düzeyinin artmasına neden olabilir. İç turizm fiyatlarının talep üzerinde negatif etkiye sahip olmadığı Yang ve diğerlerinin (2014) Çin'de yaptıkları araştırmada ortaya konulmuştur.

Katılımcılar dost-tanıdık tavsiyesini ve daha önceki deneyimlerini tatil kararı almalarında önemli bilgi kaynağı olarak belirtmişlerdir. Bu sonucu tatil kararının alınmasında güvenin ve deneyimin önemli olduğu şeklinde yorumlamak mümkündür. Dolayısıyla turizm işletmeleri müşterilerini memnun ederek hem onların yeniden bu işletmeleri tercih etmesini, hem de başkalarına bu işletme hakkında olumlu tavsiyelerde bulunmasını sağlayabilirler. Dost- tanıdık tavsiyesinin etkili olması Wang ve Qu'nun (2004) Çin'de yaptıkları araştırmada da ortaya konulmuştur.

Kaynakça

- Azerbaycan Turizm Kültür ve Turizm Bakanlığı, www.mct.gov.az, erişim tarihi: 03.02.2017.
- Cheng-Yue Yin, Patrick Poon, (2016). "The impact of other group members on tourists' travel experiences: A study of domestic package tours in China", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 28 Issue: 3, pp.640-658. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2014-0340>.
- Demunter, Christophe. Dimitrakopoulou, Chryssanthi. (2011). Industry, trade and services Population and social conditions, Eurostat European Commission, http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/files/ONT_2011-09-28_02721.pdf erişim tarihi: 07.02.2017.
- Eijgelaar, Eke. Peeters, Paul. Piket, Pieter. (2008). Domestic and International Tourism in a Globalized World, India, erişim tarihi: 03.02.2017. http://www.tourism-master.com/theses/Domestic_and_International_Tourism_in_a_Globalized_World.PDF.
- Erdoğan, H. (1995), Ekonomik Sosyal Kültürel Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm. Bursa: Uludağ Üniversitesi Yayınları.
- Gökdeniz, Ayhan. Dinç, Yakup. Aşık, A. Nuran. Münger, Levent. Taşkı, Hayri. (2009), Türkiye’de İç Turizm Kavramı ve İç Turizmde Önemli Bir Destinasyon Olan Ayvalık’ta Müşteri Arz ve Talebine Yönelik Ampirik Bir Araştırma Işığında Geliştirme Stratejileri, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 12 Sayı 22, ss.216-231, erişim tarihi: 15.05.2017.
- Gökdeniz, Ayhan. Yakup, Dinç. Nuran, Akşit Aşık. Levent, Münger. Hayri, Taşkı. (2009), Türkiye’de İç Turizm Kavramı ve İç Turizmde Önemli Bir Destinasyon Olan Ayvalık’ta Müşteri arz ve Talebine Yönelik Ampirik Bir Araştırma Işığında Geliştirme Stratejileri, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 12, Sayı 22, ss.216-231.
- Haydar Aliyev Fondu, www.azerbaijan.az , erişim tarihi: 03.02.2017
- Ihab Khaled Magableh, Radwan Kharabsheh, (2013) "Antecedents of local demand for domestic tourism in Jordan", *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol. 7 Issue: 1, pp.78-92. <https://doi.org/10.1108/17506181311301372>
- Kozak, Nazmi. Kozak, Meryem. Kozak, Metin. (2014), Genel Turizm, Detay Yayıncılık.
- Krag Christoffer Wanga, Nina K. Prebensen (2016), "Domestic Nature-Based Tourism in Japan: Spirituality, Novelty and Communing" In *Advances in Hospitality and Leisure*. Published online: 09 Dec 2016; 51-64. <https://doi.org/10.1108/S1745-354220160000012003>.
- Mustafa, Mairna, (2012), Improving the Contribution of Domestic Tourism to the Economy of Jordan, *Asian Social Science*, Vol 8, No 2, Erişim Tarihi: 15.05.2017.
- Özdemir, Pınar. (1999), Türkiye’de İç Turizm, D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt:14, Sayı:2.
- Pierret, Frederic. (2011), Some Points On Domestic Tourism, http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/elements_on_domestic_tourism.pdf, erişim tarihi: 07.02.2017.
- Silahşör, Önder. (2011), Türkiye’nin Tanıtımında İç Turizme Önem Verilmesi: Yurtdışı Örneklerinin Analizi, Uzmanlık Tezi, Ankara.

- Skanavis, Constantina. Sakellari, Maria. (2011), International Tourism, Domestic Tourism And Environmental Change: Environmental Education Can Find The Balance, *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal Of Tourism* Volume 6, Number 1, Pp. 233-249, erişim tarihi: 25.01.2017.
- Wang Suosheng, Hailin Qu, (2004), "A comparison study of Chinese domestic tourism: China vs the USA", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 16, Issue: 2, pp.108-115. <https://doi.org/10.1108/09596110410519991>
- Yang Yang, Ze-Hua Liu, Qiuyin Qi, (2014), "Domestic tourism demand of urban and rural residents in China: Does relative income matter?", *Tourism Management* Vol. 40, pp. 193-202. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2013.05.005>
- Yaşar, İrfan. (1996), İç Turizmin Geliştirilmesine Yönelik Ayvalık Yöresinde Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erişim Tarihi: 01.03.2016.