

## Destinasyon Tercihinde Pazarlama Karması Bileşenlerinin Rolü: Dalyan Örneği\*

*The Role of Marketing Mix Components in Destination Choices of  
Visitors and the Case of Dalyan*

**Özgür ÖZER**

Muğla Üniversitesi

[oozgur@mu.edu.tr](mailto:oozgur@mu.edu.tr)

### Özet

Bu çalışmada, pazarlama karması bileşeni içinde yer alan ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma, birey, ortak çalışma, program ve paketin, destinasyon tercihi üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bu amaçla, Dalyan yöresini ziyaret eden 260 yabancı turistten yüz yüze görüşme yöntemi ve anket tekniği ile veri toplanmıştır. Öncelikle, pazarlama karması bileşenleri önem derecelerine göre aritmetik ortalamalar dikkate alınarak sınıflandırılmıştır. Daha sonra, pazarlama karması bileşenlerinin destinasyon tercihi üzerinde etkisi olup olmadığını belirlemek için çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonucu, ürün ve birey değişkeninin Dalyan destinasyonu için tercih üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, eko turizm kapsamında ön plana çıkan Dalyan yöresinin turistler tarafından da tercihinde ürün faktörünün beklendiği gibi ön planda olduğunu göstermektedir. Ayrıca, Dalyan yöresi için birey faktörü de yörenin tercihinde oldukça önemli rol oynamaktadır.

**Anahtar Kelimeler;** Destinasyon tercihi, Pazarlama Karması, Dalyan.

### Abstract

*This study investigated the impact of the eight components of the marketing mix, as being product, price, distribution, promotion, person, partnership, program and package, upon choice of a destination. For this research purpose, data was collected by face-to-face interviews and survey from 260 foreign tourists visiting the region of Dalyan. First, the marketing mix components were classified according to their importance determined by the arithmetic averages. Then, multiple regression analysis was performed to determine whether the marketing mix components had an effect on the destination choice. The analysis found that the variables of 'product' and 'person' had an effect on the Dalyan destination choice. This result shows that the 'product' is an influential factor, as expected, on the choice of the Dalyan destination, within the scope of ecotourism, visited by the tourists. In addition, 'person' is also important factor on the destination choice for the Dalyan region.*

**Keywords:** Destination Choices, Marketing Mix, Dalyan.

\* Bu çalışma 10. Ulusal Turizm Kongresinde sunulan bildirinin geliştirilmiş şeklidir.