

T.C.
KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

YEREL HALKIN TURİZM ALGISININ TURİZME
VERİLEN DESTEĞE ETKİSİNİN BELİRLENMESİ:
TR21 BÖLGESİ ÖRNEĞİ

Baturhan BAŞ

HAZİRAN-2021

T.C.
KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**YEREL HALKIN TURİZM ALGISININ TURİZME
VERİLEN DESTEĞE ETKİSİNİN BELİRLENMESİ:
TR21 BÖLGESİ ÖRNEĞİ**

Baturhan BAŞ

Tez Danışmanı
Doç. Dr. Bilal DEVECİ

HAZİRAN-2021

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde bizzat elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada özgün olmayan tüm kaynaklara eksiksiz atıf yapıldığını, aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonucu kabul ettiğimi beyan ediyorum.

Baturhan BAŞ

Haziran, 2021

ÖZ
YEREL HALKIN TURİZM ALGISININ TURİZME VERİLEN
DESTEĞE ETKİSİNİN BELİRLENMESİ:
TR21 BÖLGESİ ÖRNEĞİ

Baş, Baturhan

Yüksek Lisans, Turizm İşletmeciliği

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Bilal Deveci

Haziran, 2021

Bir bölgede turizmin gelişebilmesi için öncelikle önemli bir turizm paydaşı olan bölge yerel halkının duygularının, düşüncelerinin, görüşlerinin araştırılması ve incelenmesi gerekmektedir. Sağlıklı ve doğru bir turizm ortamından söz edebilmek için yerel halkın turizm kavramına karşı yaklaşımının öğrenilmesi ve turizme karşı oluşan algılarının ölçülmesi son derece önemlidir. Yerel halkın desteğinin olmadığı turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir olması beklenmemektedir.

Bu çalışmanın amacı TR21 Bölgesi sınırları içerisinde yaşayan yerel halkın turizm algısının belirlenmesi ve bu algının turizme verilen desteğe etkisinin olup olmadığının ortaya çıkarılmasıdır. Belirlenen amaç doğrultusunda nicel araştırma yöntemlerinden yararlanılarak ve anket uygulaması yapılarak, TR21 Bölgesi olarak adlandırılan bölgede veri toplanması ve analiz edilerek sonuca varılması hedeflenmiştir. Araştırma; turizmin ekonomik, kültürel, sosyal, çevresel ve toplam etkileri ile birlikte oluşan turizm algısının, turizme verilen destek üzerinde etkisinin olup olmadığını test etmektedir. Çalışmanın bir diğer amaç ve hedefi ise turizm algısı ve turizm desteği konularında literatüre katkı sağlamak, TR21 Bölgesi yerel halkının hangi şartlarda turizme destek verdiğini belirlemek ve bu şartların oluşmasında nelerin rol oynadığını ortaya koymaktır. Çalışma sonucunda bölgede bulunan şehirlerde, turizmin gelişmesine katkı sağlanması ve akademik literatüre fayda sağlanması beklenmektedir.

Araştırma; TR21 Bölgesi (Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli) içerisinde bulunan yerel halka uygulanmıştır. Araştırmanın saha ve anket çalışması 2020 yılının Ekim-Aralık aylarında 450 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Örneklem yöntemi olarak “kolayda örneklem” yöntemi tercih edilmiştir. Araştırma için TR21 Bölgesi yerel halkından 450 anket toplanmış ve elde edilen 450 veri analiz edilmiştir. Araştırma verilerinin analizi SPSS (Statistical Packages for the Social Sciences) 20.0 analiz programı kullanılarak yapılmıştır. Araştırmada demografik özelliklere ait frekans ve yüzde dağılım istatistikleri dışında, güvenilirlik ve geçerlilik analizleri (Reliability and Validity Analysis), normallik testi (Test of Normality), açıklayıcı faktör analizi (AFA), basit korelasyon analizi (Pearson Correlation Analysis), basit doğrusal regresyon analizi, bağımsız örneklem t-testi (Independent Sample t-Test), iki ve üzeri kategorik değişkenlerin karşılaştırması için tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA) ve aralarında anlamlı ilişki bulunan grupların tespit edilebilmesi adına Tukey HSD (Post-Hoc Analysis) ikinci seviye testi yapılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre hem turizm algısı hem de turizm desteği konularında yapılan hipotez testlerinde yerel halkın demografik özellikleri açısından anlamlı farklılıklar görülmüştür. Çalışma bulgularına göre TR21 Bölgesi yerel halkının turizm algısının, turizm desteği üzerinde pozitif yönde ve zayıf düzeyde anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Çalışmanın sonunda TR21 Bölgesindeki turizm algısı değişkeninin, turizm desteği değişkeni üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca araştırma bulgularına göre TR21 Bölgesi yerel halkının turizm algısını en çok etkileyen unsurların ekonomik ve kültürel etkiler olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm Algısı, Turizm Desteği, TR21 Bölgesi, Yerel Halk, Turizm

ABSTRACT
DETERMINING THE IMPACT OF LOCAL PEOPLE'S
PERCEPTION OF TOURISM ON TOURISM SUPPORT:
EXAMPLE OF THE TR21 REGION

Baş, Baturhan

Master's Thesis, Department of Tourism Management

Thesis Advisor: Assoc. Prof. Dr. Bilal Deveci

June, 2021

In order for tourism to develop in a region, first of all, the feelings, thoughts and opinions of the local people of the region, which are an important tourism stakeholder, should be investigated and analyzed. In order to be able to talk about a healthy and correct tourism environment, it is extremely important to learn the approach of the local people towards the concept of tourism and to measure their perceptions towards tourism. Tourism activities without the support of local people are not expected to be sustainable.

The purpose of this study is to determine the tourism perception of the local people living within the borders of the TR21 Region and to reveal whether this perception has an effect on the support given to tourism. It is aimed to collect and analyze data in the region called TR21 Region by making use of quantitative research methods and conducting surveys in line with the determined purpose. The research tests whether the perception of tourism, which is formed with the economic, cultural, social, environmental and total effects of tourism, has an effect on the support given to tourism. Another aim and goal of the study is to contribute to the literature on tourism perception and tourism support, to determine the conditions under which the local people of the TR21 Region support tourism and to reveal what plays a role in the formation of these conditions. As a result of the study, it is expected to contribute to the development of tourism in the cities in the region and to benefit the academic literature.

The research was applied to local people in the TR21 Region (Tekirdağ, Edirne and Kırklareli). The field and survey study of the research was carried

out in October-December 2020 with 450 participants. Convenience sampling method was preferred as the sampling method. For the research, 450 questionnaires were collected from the local people of TR21 Region and 450 data obtained were analyzed. Analysis of the research data was made using the SPSS (Static Packages for the Social Sciences) 20.0 analysis program. Apart from the frequency and percentage distribution statistics of demographic features in the study, reliability and validity analysis (Reliability and Validity Analysis), Test of Normality, explanatory factor analysis (EFA), simple correlation analysis (Pearson Correlation Analysis), simple linear regression analysis, Independent Sample t-Test, one-way analysis of variance (One Way ANOVA) to compare two and above categorical variables, and Tukey HSD (Post-Hoc Analysis) second-level test to detect groups with significant relationships between them has been made.

According to the results of the research, there were significant differences in terms of demographic characteristics of the local people in the hypothesis tests on both tourism perception and tourism support. According to the findings of the study, it was determined that the tourism perception of the local people of the TR21 Region has a positive and weak significant effect on tourism support. At the end of the study, it was seen that the tourism perception variable in the TR21 Region has a significant effect on the tourism support variable. In addition, according to the research findings, it has been revealed that the factors that most affect the tourism perception of the local people of TR21 Region are economic and cultural effects.

Keywords: Tourism Perception, Tourism Support, TR21 Region, Local People, Tourism

ÖNSÖZ

Tez çalışması sürecinde başından beri desteğini, vaktini, bilimsel bilgi ve tecrübesini benden esirgemeyen gerek akademik gerekse sosyal açıdan bana vermiş olduğu değerli öğretilerden ve hayata karşı farklı bakış açıları kazanmamda büyük katkısı olan danışman hocam Sayın Doç. Dr. Bilal DEVECİ'ye sonsuz teşekkürü bir borç bilmekteyim. Yüksek lisans ders dönemi içerisinde dersini aldığım ve bana katkıda bulunmuş diğer tüm hocalarıma da teşekkür ederim.

Akademik kariyer yapmam için beni cesaretlendiren, eğitim ve öğretim hayatım boyunca yardımını gördüğüm ve her zaman yanımda olan sevgili hocam Sayın Dr. Öğr. Üyesi Hamide SALHA'ya teşekkür ederim.

Yükseköğretim aldığım ve akademik gelişimime katkıda bulunmuş olan Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesini ve hocalarını, Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulunu ve hocalarını, Kırklareli Üniversitesi Turizm Fakültesini ve hocalarını saygı ile anıyorum.

Tez çalışması esnasında beni destekleyen ve yanımda olan tüm arkadaşlarıma, dostlarıma ve sevdiklerime şükranlarımı sunuyorum.

Son olarak varlığıyla kendimi her daim güvende hissettiğim, maddi ve manevi üzerimde büyük hakkı olan ve gerek meslek gerek sosyal yaşantısıyla gurur duyduğum canım babam Veli BAŞ'a, büyük bir sabır ve özveri göstererek bugünlere gelmemde büyük bir katkısı olan canım annem Deniz BAŞ'a, hayatım boyunca her zaman arkamda duran ve iyi kalbiyle desteğini hiç esirgemeyen canım ağabeyim Onurhan BAŞ'a teşekkürlerimi sunarım.

Baturhan BAŞ

Haziran, 2021

Kırklareli

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	iv
ABSTRACT.....	vi
ÖNSÖZ.....	viii
KISALTMALAR	xi
TABLolar	xii
ŞEKİLLER	xv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

YEREL HALK PERSPEKTİFİNDEN TURİZM.....	4
1.1. Turizm Kavramı ve Gelişimi.....	4
1.2. Turizmin Etkileri	6
1.2.1. Ekonomik Etkiler.....	8
1.2.2. Çevresel Etkiler.....	10
1.2.3. Sosyal ve Kültürel Etkiler.....	12
1.3. Yerel Halk Kavramı ve Unsurları.....	15
1.3.1. Turizmde Yerel Halk ve Turist İlişkisi.....	16
1.3.2. Yerel Halk ve Yerel Halkın Turizmde Önemi.....	18
1.3.3. Yerel Halkın Turizme Katılım Süreci.....	20
1.3.4. Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı ve Tutumu.....	25
1.4. Yerel Halkın Turizm Algısı ile İlgili Modeller ve Teoriler.....	27
1.4.1. Sosyal Değişim (Mübadele) Teorisi	27
1.4.2. Bütünleşik Tehdit Teorisi	28
1.4.3. Sosyal Temas Hipotezi	30
1.4.4. Doxey Irridex (Tolerans) Modeli.....	31
1.4.5. Butler Turizm Yaşam Eğrisi (Turizm Yaşam Döngü Modeli)...	33
1.4.6. Taşıma Kapasitesi	35

İKİNCİ BÖLÜM

TR21 BÖLGESİ VE TURİZM	38
2.1. TR21 Bölgesi ve Tarihsel Gelişimi	38
2.1.1. TR21 Bölgesinin Demografik ve Coğrafi Yapısı	39
2.1.2. TR21 Bölgesinin Ekonomik Yapısı.....	41

2.1.3. TR21 Bölgesinin Tarihi, Kültürel ve Doğal Varlıkları.....	43
2.2. Turizmin TR21 Bölgesinde Bölgesel Kalkınmaya Katkısı.....	45
2.2.1. Trakya Kalkınma Ajansı ve Diğer Kuruluşlar.....	46
2.2.2. TR21 Bölgesinde Turizmin Önemi, Bölge Planları ve Stratejileri	48
2.2.3. TR21 Bölgesinde Ulusal ve Uluslararası Turizm Faaliyetleri....	50
2.2.4. TR21 Bölgesinde Turizm İstatistikleri	55
2.3. Yerel Halkın Turizme Dönük Algısı ve Desteği Üzerine İlgili Çalışmalar.....	57

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YEREL HALKIN TURİZM ALGISININ TURİZME VERİLEN DESTEĞE ETKİSİNİN BELİRLENMESİ: TR21 BÖLGESİ ÖRNEĞİ

.....	62
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	62
3.2. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları	63
3.3. Araştırmanın Yöntemi	63
3.3.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklem Seçimi.....	63
3.3.2. Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli	64
3.3.3. Veri Toplama Aracı	66
3.3.4. Verilerin Analizi	67
3.4. Araştırma Ölçeklerinin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri.....	70
3.5. Araştırma Bulguları	76
3.5.1. Demografik Özellikler	76
3.5.2. Ölçek Değişkenlerine Ait Farklılık Analizi ve İlişki Testi Bulguları	78
3.6. Araştırmanın Hipotez Sonuçlarının Değerlendirilmesi	96
SONUÇ ve ÖNERİLER.....	98
KAYNAKÇA	110
EKLER.....	129
EK 1: ANKET FORMU.....	129
EK 2: ETİK KURUL KARARI	131

KISALTMALAR

AIEST	: Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği
EUROSTAT	: Avrupa Birliği İstatistik BÜrosu
GSKD	: Bölgesel Gayrisafi Katma Değer
GSYH	: Gayrisafi Yurt İçi Hasıla
İBBS	: İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması
NUTS	: İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İş Birliği Örgütü
SPSS	: Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı
STK	: Sivil Toplum Kuruluşları
TDK	: Türk Dil Kurumu
TRAKYAKA	: Trakya Kalkınma Ajansı
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TVA	: Tennessee Vadisi Yönetimi
UNESCO	: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
UNTWO	: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü

TABLolar

Tablo 1: Turizmin Ekonomik Etkilerinin Pozitif ve Negatif Sonuçları	10
Tablo 2: Turizmin Çevresel Etkilerinin Pozitif ve Negatif Sonuçları.....	12
Tablo 3: Turizmin Sosyal ve Kültürel Etkilerinin Pozitif ve Negatif Sonuçları	15
Tablo 4: Yerel Halkın Turizme Katılım Sürecinin Sekiz Aşaması.....	21
Tablo 5: Yerel Halkın Turizme Katılım Sürecinin Yedi Evresi.....	22
Tablo 6: Basitleştirilmiş Toplumsal Katılım Modeli	23
Tablo 7: Doxey Irridex (Tolerans) Modeli Aşamaları	32
Tablo 8: Butler Turizm Yaşam Döngü Yaklaşımı ve Dönemleri	33
Tablo 9: TR21 Bölgesinin Nüfus Gösterimi	40
Tablo 10: TR21 Bölgesinin Türkiye GSYH Büyümesine Katkısı.....	41
Tablo 11: TR21 Bölgesinde Kişi Başına Düşen Gayrisafi Yurt İçi Hasıla.	42
Tablo 12: TR21 Bölgesinin Başlıca Doğal Kaynakları.....	43
Tablo 13: TR21 Bölgesinin Başlıca Beşeri ve Kültürel Kaynakları	44
Tablo 14: Trakya Kalkınma Ajansının Faaliyet Raporu (2009-2020)	49
Tablo 15: TR21 Bölgesi 2020 Yılı Tesis ve Yatak Sayıları.....	55
Tablo 16: TR21 Bölgesi 2015-2019 Yılı Yabancı Ziyaretçi Sayıları	56
Tablo 17: TR21 Bölgesi 2015-2019 Yılı Otel Doluluk Oranları	56
Tablo 18: TR21 Bölgesinde Müze ve Ziyaretçi Sayıları.....	57
Tablo 19: Güvenilirlik Analizi	68
Tablo 20: Turizm Algısı ve Turizm Desteği Ölçeklerinin Normallik Dağılımı	69
Tablo 21: Turizm Algısı Ölçeğine Ait Faktör Analizi Sonuçları.....	71
Tablo 22: Turizm Algısı Ölçeğine Ait İfadelerin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Dağılımları	73
Tablo 23: Turizm Desteği Ölçeğine Ait Faktör Analizi Sonuçları	75
Tablo 24: Turizm Desteği Ölçeğine Ait İfadelerin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Dağılımları	76
Tablo 25: Çalışmanın Demografik Özellikleri.....	76
Tablo 26: Turizm Algısı Ölçek Boyutlarının Cinsiyete Göre İncelenmesine Ait T-Testi Sonuçları.....	78

Tablo 27: Turizm Desteği Ölçek Boyutunun Cinsiyete Göre İncelenmesine Ait T-Testi Sonuçları.....	79
Tablo 28: Turizm Algısı Ölçek Boyutlarının Medeni Duruma Göre İncelenmesine Ait T-Testi Sonuçları	79
Tablo 29: Turizm Desteği Ölçek Boyutunun Medeni Duruma Göre İncelenmesine Ait T-Testi Sonuçları	80
Tablo 30: Turizm Algısı Ölçek Boyutlarının Turizm Sektöründe Çalışma Durumuna Göre İncelenmesine Ait T-Testi Sonuçları	80
Tablo 31: Turizm Desteği Ölçek Boyutunun Turizm Sektöründe Çalışma Durumuna Göre İncelenmesine Ait T-Testi Sonuçları	81
Tablo 32: Turizm Algısı Ölçek Boyutlarının Gelir Durumuna Göre İncelenmesine Ait ANOVA Sonuçları.....	81
Tablo 33: Turizm Desteği Ölçek Boyutunun Gelir Durumuna Göre İncelenmesine Ait ANOVA Sonuçları.....	82
Tablo 34: Turizm Algısı Ölçek Boyutlarının Yaş Durumuna Göre İncelenmesine Ait ANOVA Sonuçları.....	83
Tablo 35: Turizm Desteği Ölçek Boyutunun Yaş Durumuna Göre İncelenmesine Ait ANOVA Sonuçları.....	84
Tablo 36: Turizm Algısı Ölçek Boyutlarının Eğitim Durumuna Göre İncelenmesine Ait ANOVA Sonuçları.....	85
Tablo 37: Turizm Desteği Ölçek Boyutunun Eğitim Durumuna Göre İncelenmesine Ait ANOVA Sonuçları.....	86
Tablo 38: Turizm Algısı Ölçek Boyutlarının Meslek Gruplarına Göre İncelenmesine Ait ANOVA Sonuçları.....	87
Tablo 39: Turizm Desteği Ölçek Boyutunun Meslek Gruplarına Göre İncelenmesine Ait ANOVA Sonuçları.....	88
Tablo 40: Turizm Algısı Ölçek Boyutlarının Bölgedeki Yaşam Sürelerine Göre İncelenmesine Ait ANOVA Sonuçları.....	88
Tablo 41: Turizm Desteği Ölçek Boyutunun Bölgedeki Yaşam Sürelerine Göre İncelenmesine Ait ANOVA Sonuçları.....	90
Tablo 42: Ölçekler Arasında İlişki Seviyelerinin Ölçülmesine Ait Korelasyon Analizi Sonuçları	90

Tablo 43: Turizm Algısı Ölçeği ile Ölçek Boyutları Arasında İlişki Seviyelerinin Ölçülmesine Ait Korelasyon Analizi Sonuçları.....	91
Tablo 44: Turizm Desteği ile Turizm Algısına İlişkin Regresyon Analizi .	92
Tablo 45: Ekonomik Etkiler ile Turizm Algısına İlişkin Regresyon Analizi	92
Tablo 46: Kültürel Etkiler ile Turizm Algısına İlişkin Regresyon Analizi .	93
Tablo 47: Sosyal Etkiler ile Turizm Algısına İlişkin Regresyon Analizi ...	94
Tablo 48: Çevresel Etkiler ile Turizm Algısına İlişkin Regresyon Analizi	94
Tablo 49: Toplam Turizm Etkisi ile Turizm Algısına İlişkin Regresyon Analizi	95
Tablo 50: Araştırmanın Hipotez Sonuçları	97

ŞEKİLLER

Şekil 1: Türkiye'nin İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflamasına Göre Düzey-2 Bölgeleri.....	39
Şekil 2: İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflamasına Göre Kalkınma Ajansları Haritası	47
Şekil 3: TR21 Bölgesinde Edirne'nin Konumu.....	51
Şekil 4: TR21 Bölgesinde Tekirdağ'ın Konumu	53
Şekil 5: TR21 Bölgesinde Kırklareli'nin Konumu.....	54
Şekil 6: Araştırma Modeli	66
Şekil 7: Araştırmanın Sonuç Modeli	96

GİRİŞ

Günümüzde toplumların gelişiminde aktif bir rol üstlenen turizm kavramı, pozitif etkileri göz önüne alındığında çoğu ülke, kurum, topluluk ve kuruluş tarafından desteklenmektedir. Bu destekler ışığında ülkelerde veya bölgelerde turizm gelişiminin sürdürülebilir kılınması niyeti ile girişimler ve planlamalar gerçekleştirilmektedir (Karakaş ve Şengün, 2017: 183). Bu süreç sonunda turizmin geliştiği ülke veya bölgelerde yaşayan toplumlarda pozitif yönde gelişeceği düşünülmektedir. Fakat turizmin pozitif olduğu kadar negatif etkileri de olduğu bilinmektedir. Yanlış ve kontrol dışı turizm girişimleri sonucu toplumların hem turizm hem de yaşam standartları açısından olumsuzluklarla karşılaştığı bilinmektedir. Yanlış yönetilen bir turizm gelişiminin, yerel halkın turizme karşı algısını ve desteğini de etkileyeceği düşünülmektedir. Bu aşamada kritik noktanın yerel halkın turizmden elde edeceği faydanın, meydana gelecek olan zarardan daha fazla olması gerektiğidir. Bunun tersinde gerçekleşecek turizm hareketlilikleri negatif sonuçlar doğurabilmektedir (Kim, 2002).

Turizmin gerçekleştiği ülke veya bölgelerde yerel halkın bu sürece doğrudan eklenmesi; yerel halkın turizm özelinde duygularının, düşüncülerinin, görüşlerinin ve önerilerinin tespit edilmesi ve turizm açısından destekleyici bir fikir birliği yaratılması yerel halkın turizmin gelişimi sürecinde kendilerini önemli hissetmelerine ve karar verici konumda olduklarını düşünmelerini sağlayacaktır (Aas ve öte., 2005; Gunn, 1988). Turizm bölgelerinde yerel halkın yaşanacak olan turizm süreçlerine dahil edilmesinin aynı zamanda sağlıklı ve doğru bir turizm gelişiminin sağlanabilmesi adına önemli olduğu düşünülmektedir.

Bir bölgede turizm ve turizm gelişiminin kalıcı olması arzulanıyorsa bu süreçte ortaya çıkacak olan tüm faktörlerde yerel halkın onayı gerekmektedir. Bu durumun tersinde oluşacak bir tutum sonucunda başta turizmden elde edilecek faydaların ve turizm gelişimi ile yaşanacak bölgesel kalkınmanın gerçekleşmesi zor görülmektedir. Yerel halkın kabul etmediği veya benimsemediği bir bölgesel olgunun başarılı olması beklenmemektedir. Yerel

halktan bağımsız gerçekleştirilecek turizm girişimi ve çabaları sonuç vermeyecektir (Bramwell ve Sharman, 1999). Aynı zamanda bölgede yaşanacak bir turizm hareketliliğinde yerel halk, başta kültürel ve sosyal olmak üzere birçok turistik değerın korunabilmesi adına bir öz denetim mekanizması olarak kabul edilmektedir (Bilgin ve Çetinkaya, 2016: 128).

Yerel halkın tutum ve algılarının belirlenmesi turizm açısından önem taşımaktadır. Tutum kavramı, insanların çevresinde olanlara karşı belli bir amaç ile beraber yaptığı değerlendirmeler sonucu ortaya çıkardığı tepkiler olarak tanımlanmaktadır (Wang, 2007: 5). Tutum ile ilgili araştırmalara ve çalışmalara bakıldığında ise tutum kavramının turizme doğrudan etkisi bulunduğu görülmektedir. Yerel halkın kendi yaşadığı bölgeye gelen turistlere karşı ortaya koyduğu tutumlar, turizmin gelişimini pozitif yönde ya da negatif yönde etkileyebilmektedir (Akova, 2006: 6). Algı veya diğer bir adı ile idrak kavramı; “bireyin nesnel dünyasını duyu organları aracılığı ile öznel bilince iletmesi” olarak tanımlanmaktadır (Özer, 2014: 148). İlgili araştırmalara ve çalışmalara bakıldığında algı kavramının yerel halk açısından farklı seviyelerde turizme etkisi olduğu düşünülmektedir. Bu algısal etki bölgeden bölgeye, eğitim düzeyinden veya benzeri faktörler nedeni ile değişim gösterebilmektedir. Yerel halkın turizme ait algılamaları çeşitli durumlarda pozitif ya da negatif sonuçlanabilmektedir.

Yukarıda bahsedilen konular kapsamında, çalışmanın evrenini oluşturan TR21 Bölgesinde 2017 yılında toplam 3.187.198; 2018 yılında 3.463.624 ve 2019 yılında ise 3.579.232 kişilik turist sayılarına ulaşıldığı görülmektedir (Bkz. Tablo 16). Bölgede turizmin gelişimi ve sürdürülebilirliği açısından önem arz eden bu rakamlardan yola çıkarak, TR21 Bölgesinde yerel halk tarafından var olan turizm algısının ölçülmesi ve turizme verilen desteğin tespit edilebilmesi için bu çalışma tasarlanmıştır.

Yukarıda verilen görüşler doğrultusunda bu araştırmanın amacı TR21 Bölgesi sınırları içerisinde yaşayan yerel halkın turizm algısının belirlenmesi ve bu algının turizme verilen desteğe etkisinin olup olmadığının ortaya çıkarılması olarak belirlenmiştir. Araştırma turizmin ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel ve toplam etkileri ile birlikte oluşan turizm algısının üzerinden, bu algının yerel halkın turizme olan desteği üzerinde etkisinin olup

olmadığını test etmek hedeflenmiştir. Çalışmanın diğer bir amacı ise turizm algısı ve turizm desteği konularında alan yazına katkı sağlamaktır. Aynı zamanda araştırmanın hedeflerinden biri de TR21 Bölgesi içerisinde yaşayan yerel halkın hangi şartlarda turizme destek verdiğini belirlemek ve bu şartların oluşmasında nelerin rol oynadığını ortaya koymaktır.

Çalışmanın ilk bölümünde turizm kavramının tanımlanması, geçmişten günümüze turizmin tarihsel olarak gelişiminin özeti ve turizmin etkileri ele alınmaktadır. Turizm kavramı, yerel halk çerçevesinde değerlendirilmektedir. Turizmin ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel etkilerinden bahsedilerek turizmin olumlu ve olumsuz etkileri aktarılmaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümünde TR21 Bölgesinin tarihsel gelişimi ile birlikte demografik, ekonomik ve coğrafi yapısı ele alınmaktadır. Bu kısımda istatistikî bölge birimleri sınıflamasının ortaya çıkışı ve tanımı hakkında bilgiler verilmektedir. TR21 Bölgesinin kültürel ve doğal varlıklarından bahsedilerek bölge turizmi değerlendirilmektedir.

Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde ise TR21 Bölgesi kapsamında yerel halkın turizm algısının, turizme verilen desteğe etkisinin belirlenmesine yönelik araştırmanın amacına, evrenine, örnekleme, veri toplama tekniklerine, veri analiz yöntemlerine ve ortaya çıkan verilerin analizleri ile çalışma sonuçlarına yer verilmiştir.

1. BÖLÜM

YEREL HALK PERSPEKTİFİNDEN TURİZM

Çalışmanın bu bölümünde turizm kavramının tanımlanması, geçmişten günümüze turizmin tarihsel olarak gelişiminin özeti ve turizmin etkileri ele alınmaktadır. Turizm kavramı, yerel halk çerçevesinde değerlendirilmektedir. Turizmin ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel etkilerinden bahsedilerek turizmin olumlu ve olumsuz etkileri aktarılmaktadır.

1.1. Turizm Kavramı ve Gelişimi

Turizm kavramını tanımlayabilmek için yapılan araştırma ve çalışmalar, bu kavramın 19. yüzyılın sonlarına doğru uzandığını göstermektedir (Evliyaoğlu, 1989: 44). Tarihsel gelişimde turizm kavramı birden fazla kez tanımlanmaya çalışılmış fakat insan öznesinin ön planda olmasından dolayı tanımlamaların zorlaştığı düşünülmektedir (Araboğa, 2018: 4).

Turizm kavramının tek bir tanımının yapılamamasının bir başka sebebi ise farklı alanlarda uzmanlaşan araştırmacıların turizmi kendi uzmanlık alanlarına özgü niteliklerini dikkate alarak tanımlamalarından kaynaklanmaktadır (İlkin ve Dinçer, 1991: 79). Tarihsel olarak bakıldığında ilk turizm kavramının tanımlanması, Guyer-Feuler tarafından 1905 yılında gerçekleştirilmiştir (Boz, 2004: 5; Esen ve Uyar, 2010: 2; Sönmez, 2018: 4).

Guyer-Freuler'in tanımına göre: "Turizm, gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hâle gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren modern çağa özgü bir olgu" olarak tanımlanmaktadır (Kozak ve öte., 2015: 1).

Türk Dil Kurumuna göre turizm, dil bakımından Fransızca olan "tourisme" kelimesinden türeyen "dinlenme, eğlenme, görme amacıyla yapılan gezi ve bir bölgeye turist çekebilmek için yapılan ekonomik, kültürel çalışmalar" olarak ifade edilmektedir (Türk Dil Kurumu, 2020).

Turizm kelime olarak Latince kökenli olması ile beraber Latince “tornus” diye adlandırılan ve “dönme hareketi” anlamında olan kelimedenden türediği düşünülmektedir. “Tornus” kelimesinden üretilen “Tour” sözcüğü Yunancada bir daireyi anlatan araç iken Fransızca da dönmek anlamında ve İbranicede “tora” (araştırma, öğrenme) anlamında kullanılmaktadır. Bu sözcük diğer Batı dillerine ve diğer dillere etki ederek kullanılmıştır (Bayer, 1992: 3; Dinçer, 1993: 5; Yıldız ve Kalağan, 2008: 35).

Turizm kavramı olarak “kültür, macera, merak, spor, sağlık, iş, din vb. nedenlerden dolayı insanların ikamet değiştirme ve konaklama ilişkisini” ifade etmektedir (Hussein ve Saç, 2008: 6). Ulusal anlamda turizm kavramı bakanlık tarafından hazırlanan turizm terimleri sözlüğünde, “Asıl ikametgâhı dışındaki başka bir yere, akraba veya arkadaş ziyareti, spor, toplantı, sağlık, öğrenim, tatil, görev vb. amaçlarla yapılan seyahatler” olarak tanımlanmaktadır (Turizm Bakanlığı, 1999).

Uluslararası anlamda turizm kavramı ise Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü’nün (UNWTO) yaptığı tanıma göre: “İnsanların devamlı yaşadıkları bölgelerin dışına iş, din, sağlık, dinlenme, eğlence ve kültür gibi çeşitli amaçlarla bireysel veya toplu bir şekilde yaptıkları yirmi dört saati aşan veya geçici konaklama yapılan seyahatler” olarak açıklanmaktadır (Ak ve öte., 2014: 50; Kılıçbey, 2017: 5).

Bir başka tanımlamaya göre: “Turizm, insanların boş vakitlerini geçirmek amacı ile yaşamlarını sürdürdükleri yerden başka destinasyonlara yolculuk yapması ile beraber yolculuk sırasında konaklamalardan doğan ihtiyaçlarını inceleyen ekonomik, sosyal ve kültürel bir hizmet sanayisidir” (Ürger, 1992: 10).

1981’de AIEST (Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği) tarafından düzenlenen tanımlamalar ile beraber bakıldığında (Balıyev, 2018: 4) Hermann Von Schullar turizmi; “yaşanılan yer dışında bir ülke, şehir veya bölgeden gelerek insanların bir süreliğine ve bir zaman dilimini kapsayacak şekilde kalmalarıyla var olan ilişkilerin ekonomik yönünü ele alan olayların tümü” olarak açıklarken, Edmood Picard, “turizmin temel amacının ülkelere döviz getirisi sağlamak ve ekonomilere katkı sağlamak” olduğunu söylemektedir. M. Meyer ise turizmi, “psikolojik olarak kafa dağıtmak ve

dinlenmek amaçlı yer değiştirme” olarak vurgulamıştır (Güçer, 2004: 5; Sarı, 2007: 4; Kozak ve Bahçe, 2012: 3; Cunha, 2014: 101; Kozak ve öte., 2015: 2).

1963 yılında Roma’da düzenlenen Uluslararası Turizm ve Seyahat Konferansı sırasında turizmin oluşması için ihtiyaç duyulan koşullar belirlenmeye çalışılmıştır. Buna göre bir olgunun turizm sayılabilmesi için aşağıda bulunan şartların oluşması beklenmektedir (Kervankıran, 2011: 27):

- İnsanların gittikleri turizm destinasyonlarında sürekli olacak şekilde ikamet etmemek,
- Gelir elde etme, politik yahut askeri amaçların olmaması,
- Dinlenme, eğlenme, kültürel ve sosyal, dini, sportif vb. nedenlerle bireysel veya toplu olarak yapılan bir gezi yahut ziyaret olması,
- Gidilen destinasyonlarda yapılacak konaklamalarının 24 saati geçmesi ve en az bir gece konaklamalarından doğan tüketim hareketliliğinin gerçekleşmesi gerekmektedir.

1.2. Turizmin Etkileri

Turizm genel anlamda yaşandığı ülke ya da bölgelerde ziyaretçileri, ziyaretçi kabul eden yerel halkı ve turizm işletmelerinde bulunan işgörenleri etkileyen bir olay olarak değerlendirilmektedir (Altunel, 2009: 11). Dünyada milyonlarca kişi, devamlı ikamet ettikleri yerlerden geçici olarak ayrılarak başka ülkelere veya bölgelere gitmektedirler (Bertan, 2010: 84).

Turizm maksatlı yer değişimi sırasında birden fazla unsurdan fayda sağlanmaktadır. Bu hareketlerin tamamı turizm faaliyetlerini ortaya çıkartmaktadır. Belli bir sosyal ve kültürel statüye sahip kişiler, turizm hareketliliği sayesinde birliktelik sağlayıp etkileşimde bulunabilmektedir. Bu sebep ile turizmin etkisi, bulunduğu çevreyi tam anlamıyla düzenleyen faaliyetler bütünü olarak ifade edilmektedir (Altıntaş, 2010: 16).

Turizm, ülke veya bölge ekonomilerin düzelmesini ve gelişmesini sağlayacak bir araç olarak değerlendirilmektedir. Turizmin sadece yerel ekonomiler için değil, ulusal ve uluslararası gelir dengesi ve kazanç sağlaması açısından yeni fırsatlar yaratacağı düşünülmektedir (Tunçsiper ve Yılmaz, 2009: 56).

Turizm temelli aktiviteler, ürünler, hizmetler ya da turistik alanların kalitesinin seviyesi fark etmeksizin turizm, yerel topluluklara ve çevresine sosyal, ekonomik ve çevresel açıdan önemli katkılar sağlamaktadır. Bu etkiler topluluktan topluluğa değişiklik göstermektedir. Turizm çeşitliliği arttıkça sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkiler daha önemli hale gelmektedir. Turizm olgusunun değişken ve karmaşık yapısı, turizm gelişiminin toplam etkisini ölçmeyi zorlaştırmaktadır. Bu neden ile sosyal, ekonomik ve çevresel etkiler birbirine bağlıdır ve birbirinden etkilenmektedir (Doğan ve Üngüren, 2010: 397; Altıntaş, 2010: 16).

Turizm faaliyetlerinin istihdam sağlama, ülke ve bölge ekonomilerinde iyileşme meydana getirme, destinasyonlar arasında yaşanan dengesizlikleri giderici bir rol oynama gibi etkilerinin yanında; toplumun sosyal yapısı üzerinde de önemli etkileri mevcuttur. Turizmin sosyal alanda yaşanan etkileri; turizmin var olan toplumsal değerlerinde, bireysel davranışlarda, aile içi ilişkilerde, ahlaki kurallarda, değer sistemlerinde, örf ve adetlerde ve toplumun sosyal düzeninde ortaya çıkan etkileri ifade etmektedir (Baykan, 2007: 118; Uçar, 2010: 9; GÜDÜ, 2011: 56).

Turizmin toplumsal yapı üzerinde meydana getirdiği temel etkilerin anlaşılabilmesi için turizmin birey, sosyal yapı ve kültür üzerindeki etkilerinin bilinmesi gereklidir. Bu da turizme sosyolojik bir yaklaşımı gerekli kılmaktadır. Bunun için turist, turizm çalışanı ve yerel halkın bir arada yaşamasından kaynaklanan ilişkilerin yapısının ele alınması, bu ilişkiler neticesinde gelişen bireysel davranışların incelenmesi, böylece grup ilişkilerinin yapısı ve bu ilişkilerdeki değişimlerin bilinmesi gerekmektedir (Avcıkurt, 2017: 9).

Değişik sosyal düzenleri olan topluluklar, turizm sayesinde birliktelik sağlamakta ve kaynaşmaktadırlar. Bu kaynaşma sayesinde birbirinden farklı bilgi, görgü, gelenek ve göreneği benimsemiş toplulukların etkileşimi söz konusu olmaktadır. Sonuç olarak turizm sayesinde varış noktalarında karşılaşılan yerel toplum ve turistlerin etkileşimi, sosyal yapıları karşılıklı olarak etkilenmektedir (Baykan, 2007: 118; Uçar, 2010: 9; GÜDÜ, 2011: 56).

1.2.1. Ekonomik Etkiler

Turizmin hem pozitif hem negatif ekonomik etkileri bulunmaktadır. Turizmin ekonomik açıdan pozitif sayılacak etkileri; “dış ödemeler dengesine verdiği katkı, iş ve işsizlik açısından faydaları, gelir sağlama durumu, destinasyonlar arası gelişmişlik düzeylerinin dengelenmesi, yatırım olanağı tanınması ve farklı sektörler için yarattığı pozitif etkiler” olarak sıralanabilmektedir. Turizmin ekonomik açıdan negatif sayılacak etkileri ise; “fırsat maliyeti zorlukları, bölgesel enflasyon oluşturma, mevsimlik veya sezonluk dalgalanmalar ve ithalat üzerinde negatif etkisi” olarak sıralanabilmektedir (Filiz, 2017: 3).

Turizmin etkileri bakımından öne çıkan ve dikkate alınan ilk faktör ekonomik bir olay olmasıdır. Ekonomik etkinin öne çıkmasının başlıca iki ana nedeni bulunmaktadır. İlk neden olarak ekonominin sosyal bilim alanında elle tutulabilir somut, fazla geniş olmayan ve en eski disiplinlerden biri olması; ikinci neden ise turizmin var olduğu yerlere ekonomik fayda sağlaması ve döviz girişine olanak sağlamasıdır (Özdemir ve öte., 2000: 79).

Turizmin yoğun olarak varlığını sürdürdüğü destinasyonlarda yeni istihdam ortamlarına sebep olması, bölgenin veya destinasyonun ekonomik anlamda kalkınmasına yardımcı olması ve diğer ekonomik sektörler içinde destek sağlaması gibi pozitif ekonomik faydaları ile turizm, o bölgede pozitif izlenimler bırakmaktadır (Kozak ve öte., 2015: 110).

Herhangi bir bölgede turizmin gelişmesi ile birden fazla sektörün bu gelişimden etkilendiği düşünüldüğünde turizm ile beraber diğer sektörlerin bölgede başta mal ve hizmet tüketimi olmak üzere pozitif açıdan etkilendiği düşünülmektedir. Bu yaratılan pozitif etki sebebi ile gelir artışı gözlenmekte ve yeni iş fırsatlarının artmasına neden olmaktadır. Aynı zamanda yerel halkın bu sayede turizme katılımı sağlanmakta ve turizmden fayda elde etme noktasına getirmektedir (Altıntaş, 2010: 20).

Emeğin yoğun yaşandığı turizmde sağlanan ekonomik faydalar başta yerel halk olmak üzere refah seviyesinde pozitif etkiler oluşturmakta ve düzenli gelir ortamı yaratmaktadır. Turizm, kendisinin direkt olarak istihdama katkı sağlaması ve turizmle bağlantılı farklı sektörlerle de dolaylı

yoldan istihdam yaratması nedeni ile de ülkelerde oluşan total istihdamı ve işsizlik oranlarını doğrudan etkilemektedir (Korzay, 1992: 289).

Turizmin ekonomik etkilerinin bir diğer olumlu yanı ise turizmin geliştiği bölge ya da ülkede yeni yatırım olanakları sağlamasıdır. Turist miktarının yoğunlaşacağı düşünülen destinasyonların ekonomik getirisinden yarar sağlamak isteyen yatırımcılar bu destinasyonlara yatırım planı yapmaktadır. Turizmin gelişeceği alanlarda oluşacak yatırımların hızlı bir şekilde kar sağlayacağı düşünülmektedir. Yatırımlar sebebi ile turistik alanlarda bulunan alt yapıların da iyileştirilmesi söz konusu olmaktadır. Bunun sonucunda yatırımların artacağı ve turizm açısından gelişimin hızlanacağı düşünülmektedir (Phillips ve Faulkner, 2009: 22).

Turizmin ekonomik etkilerinin olumlu yanlarının yanı sıra olumsuz yanları da vardır. Bu olumsuzluklardan biri olan mevsimlik dalgalanma hem işverenleri hem işgörenleri hem de yerel halkı negatif yönde etkilemektedir. Turizmden sağlanan kazanç yılın her ayı için eşit olmayabilmektedir. Bu durum bölgede yaşam kalitesini düşürürken, refah düzeyinde de olumsuz bir sonuç doğurmaktadır. İşsizliğin ve iş olanaklarının yılın belli dönemlerine yayılması ve belli dönemlerde azalması söz konusu olmaktadır. Bu tür olumsuz durumların yaşanmaması için turizmin mutlak suretle yılın 12 ayına eşit şekilde dağıtılmasını hedeflemek ve bunun için yeterli önlemleri almak gerekli görülmüştür. Mevsimlik dalgalanmaların ekonomik, sosyal, doğa kaynaklı, sektör kaynaklı vb. birden fazla sebebi olabilmektedir (Şahbaz, 2015: 239).

Ekonomik açıdan bir başka olumsuz etki ise turizmin ithalatı artırıcı özellik taşımasıdır. Turizmin geliştiği bölgelerde daha iyi ve daha kaliteli hizmet anlayışı ile yabancı uyruklu işgörenler istihdam edilebilmektedir. Bu tip istihdamlarda yabancı personele verilen maaşlar dolaylı bir şekilde ülke dışına çıkmaktadır. Turizm açısından gelişmekte olan ülkelerin politikalarında gelen turistlere daha iyi hizmet verebilmek ve ülkelerinden mutlu ayrılmalarını arzu ettiklerinden dolayı ithal mallara ağırlık verilebilmektedir. Yine aynı şekilde yabancı sermayeli yatırımcılar üzerinden ülke dışına çıkan bir ekonomik hareketlilikten söz edilebilmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda dışa bağımlılık düzeyi artmaktadır. Turizme yönelik

bu şekilde oluşan fazla bağıllık ile turist nezdinde ortaya çıkabilecek küçük farklılıklar sonucunda ekonominin de negatif anlamda etkilenmesi söz konusu olabilecektir (Hernandez, 2007: 16-19).

Tablo 1: Turizmin Ekonomik Etkilerinin Pozitif ve Negatif Sonuçları

Pozitif Ekonomik Etkiler	Negatif Ekonomik Etkiler
<ul style="list-style-type: none">➤ İstihdam ortamı yaratır,➤ Döviz girdisi sağlar,➤ Geliri artışına katkı yapar,➤ Gayrisafi Milli Hasılayı yükseltir,➤ Altyapıyı iyileştirir,➤ Devlete ek vergi geliri sağlar,➤ Ekonomiyi çeşitlendirir.	<ul style="list-style-type: none">➤ Enflasyon oluşur,➤ Yerel ürünlere talep artar, malların fiyatlarında yükselme olur,➤ İthalatta boşluklara sebep olur,➤ Geleneksel iş düzenini tanımaz,➤ Altyapının iyileştirilmesinde maliyet riski oluşturur.

Kaynak: Kim, K. (2002), “The Effects of Tourism Impacts Upon Quality of Life of Residents in The Community”, Phd Thesis, The Virginia Polytechnic Institute and State University, USA, s.8.

1.2.2. Çevresel Etkiler

Turizmin çevresel etkileri çoğunlukla turizm hizmetlerinin fiziksel ve biyolojik faktörlerine değinmektedir. Turizm açısından çevresel konular genellikle doğal kaynakların kullanımında yapılan hatalar, çevresel kirlenme, başta orman vb. alanlara zarar verme, doğaya karşı duyarsızlık ve çevreye karşı oluşan bilinçsizliği kapsamaktadır (Altıntaş, 2010: 21).

Çevresel etkilerin de ekonomik etkiler gibi hem pozitif hem negatif yönleri bulunmaktadır. Çevre anlamında pozitif etkiler; “tarihi veya doğal bölgelerin korunması, çevrenin iyileştirilmesi, çevreye değer katmak, altyapının iyileştirilmesi, çevresel faktörlerin daha çok önemsenmesi” olarak sıralanabilmektedir. Çevre anlamında negatif etkiler ise; “su, hava ve gürültü kirlilikleri, görsellik açısından kirlenme, atıkların planlanmaması, ekolojik anlamda dengesizlikler ve biyolojik çeşitliliğin bozulması, arkeolojik ve

tarihi yerlerin zarar görmesi sorunları” olarak sıralanabilmektedir (Mansuroğlu, 2006: 36).

Turizm ile çevre birbirlerine karşı negatif bir durum yaratmayacak şekilde, birlikte ve eş zamanlı olarak fayda sağlama amacına odaklanan bir ilişki çerçevesinde gelişme göstermelidirler. Turizmin geliştiği sırada çevresel dengenin oluşmaması sonucunda çevresel kaynaklı negatif unsurlar ortaya çıkmaktadır. Doğal ve kültürel öğelerin ileri kuşaklara bırakılabilmesi sebebi ile bu negatif unsurların tespit edilip yok edilmesi ya da etkilerinin iyileştirilerek minimum seviyeye indirilmesi için çalışmalar yapılmalıdır (Kaya ve öte., 2011: 264).

Yerel halk tarafından turizmin çevre üzerindeki etkilerinin ne şekilde algılandığını araştıran çalışmalarda, yerel halkın bir bölümünün turizmin doğayı ve doğal kaynakları koruması noktasında bir bilinç kazandığı görülmektedir (Büyükkuru, 2019: 43). Aynı zamanda yerel halk turizm sayesinde yaşadıkları ve ikamet ettikleri yerlerin daha yaşanabilir bir yer haline geldiğini düşünmektedirler (Perdue ve öte., 1987).

Yerel halkın bir diğer bölümü ise; turizmin çevreye ve doğal yaşama zarar verdiğini, başta su ve hava olmak üzere kirliliğe sebep olduğunu, ormanları tahrip ettiğini, bitki örtüsünde bozulmalar meydana getirdiğini ve yaban hayatını tehdit ettiğini düşünmektedir (Andereck, 1995).

Swarbrooke (2000) birden fazla faktörden oluşan çevrenin bileşenlerinden söz etmektedir. Çevreyi var eden bütün bileşenlerin turistlerin taleplerini ve isteklerini yerine getirmede, turizm bağlamında sürdürülebilir bir ekonomik refah düzeyine ulaşmada önemli bir etken olduğu vurgulanmaktadır. Bu düşünce ve planların yerine getirilebilmesi için en önemli unsurun yerel halkın sorumluluk duygusu olduğu ve çevreyi koruyup daha iyi koşullar sağlamada en etkin gücün yerel halk olduğu düşünülmektedir (Büyükkuru, 2019: 44).

Turizmin çevresel etkileri açısından doğru sürdürülebilirlik politikalarının uygulanması ve koruma kullanma dengesinin korunmasının yaşanacak olan etkilerin pozitif ya da negatif olması ile bağlantılı olduğu düşünülmektedir. Turizmin pozitif çevresel etkilerinde ortaya çıkan bazı

konular, negatif çevresel etkilere ya da negatif etkiler içinde ortaya çıkan bazı gelişmeler de pozitif sonuçlara dönüşebilmektedir (Şahbaz, 2015: 247).

Günümüzde turizm çerçevesinde karşılaşılabilecek negatif çevresel etkiler için önlemler alınmaktadır. Bu önlemler aynı zamanda turizmde sürdürülebilirlik ve gelişim adına katkılar sağlamakla beraber aynı zamanda sağlıklı bir turizm hizmetinin de oluşmasında rol oynamaktadır. Bu önlemler; “kaynakların devamlı ve ihtiyaç dahilinde kullanımını sağlamak, gereğinden fazla tüketimin önüne geçilmesini sağlamak, turizmin gelişimi için planlar üretmek, doğal ve çevresel çeşitliliği korumak, yerel halk ile diyalog geliştirmek, araştırma ve inceleme çalışmalarında bulunmak” olarak sıralanabilmektedir (Meydan, 1998: 85).

Turizm ve çevre bir bütün olarak düşünüldüğünde koruma ve kullanma dengesi politikalarının hem turizmi hem de çevreyi koruması gerekmektedir. Turizm en çok yapılanma aşamasında doğal çevreye pozitif ve negatif etkilerde bulunmaktadır (Durgun, 2006: 35). Turizmin kültürel, sosyal, ekonomik ve çevresel etkileri (pozitif/negatif) şu şekildedir;

Tablo 2: Turizmin Çevresel Etkilerinin Pozitif ve Negatif Sonuçları

Pozitif Çevresel Etkiler	Negatif Çevresel Etkiler
<ul style="list-style-type: none">➤ Çevre koruma ve iyileştirmesinde denge sağlar,➤ Doğal yaşamı korur,➤ Doğa temelli eğitimi destekler.	<ul style="list-style-type: none">➤ Hava, su ve toprak kirliliğine neden olur,➤ Gürültü vb. sorunları meydana getirir,➤ Doğal hayatın kötü etkilenmesine sebep olur,➤ Çarpık yapılaşma vb. sorunlar ortaya çıkar.

Kaynak: Kim, K. (2002), “The Effects of Tourism Impacts Upon Quality of Life of Residents in The Community”, Phd Thesis, The Virginia Polytechnic Institute and State University, USA, s.8.

1.2.3. Sosyal ve Kültürel Etkiler

Turizmin gelişimi ile beraber birbirinden değişik sosyal ve kültürel öğeleri olan grupların bir araya geldiği görülmektedir. Bu birliktelik sağlandığında değişik düzeyde bulunan bilgi ve kültürün yanında gelenek ve

görgü kuralları arasında bir alışveriş yaşanmaktadır. Bu sürecin sonucunda bölgede bulunan sosyal yapının hem ahlak yönünden hem de toplumsal davranış açısından farklılaşmasına yol açan sosyal olaylar görülmektedir. Turizm kavramı birbirinden değişik sosyo-kültürel temele sahip gruplar arasında etkileşim yaratmakla beraber bu etkileşim sosyal yapıda bazı değişimlere yol açmaktadır. Turizm açısından sosyal çevre unsuru fazla önem arz etmektedir. Bir sosyal yapının kabul etmeyeceği ve ödün vermeyeceği gelişimlerin sonucunda işletme veya bölge turizminin sürdürülebilirliği son bulabilmektedir (Berber, 2003: 207).

Turizm, turist kabul eden ülke insanları ile turist gönderen ülke insanlarını sosyo-kültürel anlamda etkilemektedir. Bazı insanlara göre bu yaşanan etkileşim sayesinde gelen bireyler ile iletişim kurmak, anlaşmak ve gelir sağlamak amacı taşırken, bazı insanlara göre ise başta kültür olmak üzere bölgede var olan sosyal düzeni negatif yönde değiştirecek bir etkileşimdir. Bunun sebebinin ise karşılıklı gerçekleştirilen etkileşim ve ilişkilerde yerel halk ve turistlerin tavırlarında, tarzlarında çeşitli farklılıkların olmasına imkan vermesidir (Ersoy, 2017: 21).

Bir ilişkiye sosyal ilişki diyebilmek için en az iki kişinin arasında olması gerekmektedir Sosyal ilişki çok değişik konumlarda ve çok farklı tecrübelerle gerçekleşmektedir. Birden fazla farklı statüde bulunan insanlar arasında gerçekleşebilmektedir. Sosyal ilişkiler hem kısa hem de uzun süreli olabilmektedir. Bu bilgiler ışığında sosyal yapıyı tanımlamak gerekirse; “düzenlenmiş insan ilişkilerinin olduğu ve birlikte yaşam davranışı gösteren insanların oluşturduğu unsura sosyal yapı” denmektedir (Güdü, 2011: 22).

Sosyal açıdan turizmin önemi ise turizm kavramının merkezinde insan faktörünün yer alması ve bu insanlardan oluşan grupların var olması ile ilişkilendirilmektedir. Sosyal bir olay olarak tanımlanan turizm kavramı bireyden bireye, gruptan gruba doğru değişim göstermektedir. Turistler hayatlarını devam ettirdikleri yerlerden farklı ve geçici bir süre ayrılarak başka yerlere hareket ederek yeni bireyler ile tanışmakta, bağ kurmakta ve kendi açısından farklı sosyal ilişkilere dahil olmaktadır (Usta, 2011: 85). Turistin gittiği bölgede var olan yerel halk ise kendilerine ait olan kültürü ve davranışları bölgeye gelen insanlara tanıtmaya şansı yakalamakta ve bu sayede

onlar için mutluluk verici bir duruma dönüşebilmektedir (Avcıkurt, 2017: 57).

Kültür öğelerini ve kültürün temelini toplumdaki bireylerin birlikte meydana getirdikleri hayat görüşleri, yaşam biçimleri, tutum ve davranışları oluşturmaktadır (Kocacık, 2003: 86). Toplumun kültürel yapısı turizmin gelişimi ile beraber değişim gösterebilmektedir. Bu değişimin nedeni ise turizm ile kültür arasındaki etkileşimdir. Yerel halkın kullandığı dilde değişimlerin oluşmasından, dini açıdan zarar görme korkusundan, yabancı taklitçiliğinin artacağı endişesinden ve ahlaki açıdan değer kaybı yaşanmasından kaynaklanan olumsuz düşünceler bu etkileşimlere örnek olarak gösterilebilmektedir (Baykan, 2007: 118).

Kültür; “bir toplumun sahip olduğu maddi manevi değerlerden oluşan ve kendi kimliğini taşıyan yaşam tarzı ve gelenekleridir.” Bu bağlamda bir toplumun oluşturduğu gelenekler, adetler, eğitimler, sanatsal durumlar, dil, din, felsefe, ahlak vb. gibi öğelerin tamamıdır. Kültürü oluşturan bu öğeler aynı zamanda turizm için bir zenginliktir. Farklı öğelerden oluşan kültürler o toplum için bir hafıza niteliği taşımakta ve ulusal kültürün mirasını da oluşturmaktadır. Bu miras turizmin temel taşlarından biri olduğu için korunması ve geliştirilmesi gereklidir (Ersoy, 2017: 58).

Turizm gelişimi ile turistik destinasyonlarda yerel halka ait kültürel öğelerin yok edilmesi veya korunup geliştirilmesi turizmin kültür üzerinde pozitif ya da negatif etkileri olarak görülmektedir. Bu noktada yerel halk kültürel mirasını korumak ve gelecek kuşaklara devredebilmek düşüncesi ile turizme yaklaşırken bir taraftan turizmin yerel kültürlerini yok ettiği düşüncesine kapılabilmektedir. Bu durum kültür ve turizm ilişkisinde olumsuz sonuçları da beraberinde getirmektedir (Altıntaş, 2010: 19).

Çalışmanın bu kısmında yerel halk kavramı, yerel halkın unsurları, yerel halkın turizm ve turist ilişkileri ele alınmaktadır. Yerel halkın turizme yönelik algısı, tutumu ve desteği incelenmektedir. Yerel halkın turizme katılım süreci ve aşamaları aktarılmaktadır. Turizmin gelişiminde yerel halkın rolü değerlendirilmektedir.

Tablo 3: Turizmin Sosyal ve Kültürel Etkilerinin Pozitif ve Negatif Sonuçları

Pozitif Sosyal ve Kültürel Etkiler	Negatif Sosyal ve Kültürel Etkiler
<ul style="list-style-type: none">➤ Ülke için pozitif bir imaj oluşturur,➤ Hem turistlere hem yerli halka rekreasyon anlamında imkanlar sağlar,➤ Modernleşme ve gelişmeye yardımcı olur,➤ Eğitim olanağı sağlar,➤ Kültürel ifadeler topluma gurur ve özgüven verir,➤ Kültürel mirasa sahip çıkar.	<ul style="list-style-type: none">➤ Gelir farklılıkları insan ilişkilerinde zarara neden olur,➤ Trafik, park, lokanta vb. alanlarda kalabalıklaşmaya ve zorluğa neden olur,➤ Suç oranları artar,➤ Geleneklere karşı tehdit oluşturur,➤ Yerli halk turistlerden etkilenecek kültürel değerlerinden uzaklaşır,➤ El sanatlarının gelişimini engeller,➤ Kültürel kimlik arayışları başlar.

Kaynak: Kim, K. (2002), “The Effects of Tourism Impacts Upon Quality of Life of Residents in The Community”, Phd Thesis, The Virginia Polytechnic Institute and State University, USA, s.8.

1.3. Yerel Halk Kavramı ve Unsurları

Bölge, yöre veya bir turist pazarı üzerinde beraber yaşayan toplumların başta din, dil, gelenek, görenek, ahlaki değerleri, tarihsel geçmişleri, yeme alışkanları vb. gibi ögeler ortak değerleri olarak kabul edilmektedir. Birlikte hayatlarını devam ettiren ve bahsedilen değerlere sahip olan insanlar, adı geçen bölgenin yerel halkını meydana getirmektedirler (Çelikkanat, 2015: 28). Bölgesel olarak varlıklarını sürdüren yerel halklar kendilerine özgü bu ögeler ile diğer yerel halk olarak adlandırılan topluluklardan ayrılmaktadır. Her yerel halkın oluşturduğu ve geliştirdiği değerler aynı zamanda o bölgenin özelliği olmaktadır (Bostanzi, 2008: 15).

Yerel halk kavramı aynı zamanda sahiplik duygusunu oluşturmaktadır. Bütünleşik olarak dillendirilen yerel halk kavramını daha iyi anlayabilmek adına “yerel” ve “halk” kelimesi olarak tek tek incelendiğinde, “yerel” kelimesi belirli bir yere ait olma veya bağlı olma olarak açıklanmaktadır (Şentürk, 2019: 25; Uzun, 2020: 17). Türk Dil Kurumu ise “yerel” kelimesini; “yöresel olan veya bir bölgeye ait olan” olarak anlamlandırmakta ve “halk” kelimesini; “belirli sınırlar içinde, beraber yaşayan ve belirli özellikler ile kurallara sahip insan topluluğu” şeklinde tanımlamaktadır (Türk Dil Kurumu, 2020).

Yerel halkın en önemli unsuru yaşattığı ve koruduğu kültürel dokusudur. Bu yerel kültür oluşumu birden fazla bileşenden meydana gelmektedir. Başlıca kültür unsurlarını; “din, dil, edebiyat anlayışı, ahlaki değerler, tarihsel geçmiş, gelenekler, sanatsal yön, sportif faaliyetler, eğlence anlayışı, eğitim, yeme alışkanlıkları vb.” şeklinde sıralamak mümkündür. Bu tip unsurlar her yerel halkın ortak ama değişen değerleri olarak görülmektedir (Çağlı, 2012: 10; Çelikkanat, 2015: 29).

1.3.1. Turizmde Yerel Halk ve Turist İlişkisi

Yerel halk ve turist ilişkisi bölgede yaşanacak turizm hareketlerinin en kritik durumlarından biri sayılmaktadır. Yerel halk ile turist topluluğu arasında gelişmesi beklenen tüm olumsuz (düşmanlık, kin vb.) durumların önceden iyi tespit edilmesi gerekmektedir. Yerel halk ile turist ilişkisinin bir diğer önemli unsuru ise yerli halkın turizmin gelişiminden elde etmek istediği yararları elde edip edememesi durumudur. Bu durum yerel halk-turist ilişkilerini etkileyebilmektedir (Avcıkurt, 2017: 109).

Yerel halk ve turist arasında yaşanacak ilişkilerin destekleyici (olumlu) ya da engelleyici (olumsuz) bir davranışa dönüşmesi birden fazla faktöre bağlıdır. Bu faktörler; “yerel toplumun yapısı, yerel halkın turistlere karşı tutumları, turistlerin yerel halka karşı tutumları, turistlerin yerel halka uygun olmayan davranışları, çıkar çatışmaları, iletişim bozuklukları, doğal yaşama aykırılıklar ve yerel halkın kendi öz benliğini kaybetmesi” olarak sıralanabilmektedir (Doğan, 2004: 93).

Günümüzde toplumların çoğunluğu kendi yaşam alanlarına gelen insanlara karşı misafirperver bir tutum sergilemektedir. Genellikle yerel halk-

turist ilişkisinde fayda ve memnuniyete dayalı bir ilişki vardır. Bu ilişkiler turiste karşı ilgi, yardımseverlik güdüsü ve arkadaşlık temelli olabilmektedir. Yöreyle gelen turistlerin burada yerel halk ile kurdukları iletişim sayesinde farklı kültürlerarası bilgi alışverişi sağlanabilmekte ve dostluk bağları kurulabilmektedir (Özdamar, 2019: 91; Doğan, 2004: 93).

Turistleri ağırlayan ve karşılayan yerel halk, gelen insanları daha iyi anlayabilmek adına araştırma yapabilmekte veya iletişim kurabilme çabaları adına incelemelerde bulunabilmektedir. Örneğin bu durum yerel halkın yabancı dil öğrenme arzusunu maksimum düzeylere çıkarabilmektedir. Böylece yerel halk bilinçlenmekte ve dünyayı tanıma fırsatı yakalamaktadır. Yaşanan bu olumlu gelişmeler turizme ve turizmin gelişimine de doğrudan etki etmektedir (Çalışkan ve Tütüncü, 2008: 132; Özdamar, 2019: 94).

Yerel halk-turist ilişkilerinde gelişen olumlu etkiler aynı zamanda yörenin algısını ve tutumunu da değiştirebilmektedir. Yeni bakış açıları geliştiren her iki topluluk, kıtalararası bir köprü inşa etmektedirler. Yerel halk kendisini tanıtmaya fırsatı yakalamak dışında gelir elde etme ve yeni bakış açıları geliştirebilmektedir (Çelikkanat, 2015: 34).

Yerel halk ile turist arasında yaşanan ilişkilerin içinde birden fazla boyut bulunmaktadır. Yerel halk ile turistler bir araya geldiklerinde oluşan etkileşimler, bazı durumlarda zarar verici olabilmektedir. Bu durum iki grubun arasında anlaşmazlıkların çıkmasına ve birlikteliğin bozulmasına sebebiyet vermektedir. Yaşanacak olumsuz durumlar sonucu her iki grubun da istek ve memnuniyet seviyesini düşürecektir. Dolayısıyla ile turizm ve turizmin gelişimi de bu olumsuz durumlardan zarar görebilecektir (Doğan, 2004: 89).

Bölgeye gelen turistlerle ilgili karşılaşılan bazı durumlarda, turizm aktiviteleri esnasında yerel halkın erişemediği hizmetlerden yararlanabilmeleridir. Bu nedenle birey ve gruplar arasında sorunlar çıkabilmektedir. Bazen yerel halk kendisini turistle kıyaslamakta, bunun sonucu kendisini “aşağıda” görebilmekte ve turiste hizmet noktasında olumsuz tutum sergileyebilmektedir. Bu davranışlar sonucunda yerel halk tarafından turistlere karşı “düşmanlık, ayrımcılık, kıskançlık” vb. duygular ortaya çıkabilmektedir (Avcıkurt, 2017: 110).

Yerel halk, algısal olarak turizme karşı kötü bir tutum içinde ise bu durum aynı zamanda bölgeye gelecek turistlere de yansiyacaktır. Günlük yaşantılarında oluşan sorunların nedeni olarak turizmi gören yerel halklar, turistlere karşı da olumsuz davranışlar sergilemektedir. Bu sebeple bölgenin turizm gelişimi sekteye uğrayacak ve turizmin gelişimi görülemeyecektir. Yörede veya bölgede sağlıklı bir turizm gelişiminin var olabilmesi adına bölge halkının desteğinin alınması gerekmektedir. Bu tip olumsuz durumların yaşanmaması için önceden gerekli önlemlerin alınması şartı ile sağlıklı bir turizm hareketliliği gerçekleştirilebilir (Türker ve Türker, 2014: 83).

1.3.2 Yerel Halk ve Yerel Halkın Turizmde Önemi

Sosyal ve kültürel bir olay olarak tanımlanan turizm, hem turist ile yerel halk ilişkisini meydana getirmekte hem de bu iki grubun karşılıklı bireysel ilişkilerini ve etkileşimlerini ortaya çıkarmaktadır (Özkul, 2001: 19).

Turist olarak adlandırılan kişiler; hareket ettikleri yerlerde en az yirmi dört saat konaklayan, bu süreci değerlendiren ve temel olarak tatil amacı ile hareket eden bireylerdir (Güngördü, 2003: 6). Yerel halk adı ile tanımlanan topluluk ise bahsi geçen yerde ikamet eden, direkt veya endirekt olarak yaşam alanlarına gelen turistleri karşılayan bireylerdir (Tayfun, 2002: 2). Farklı ve değişik kimliklere sahip bu iki topluluğun bir araya gelmesi ile beraber bir iletişim ortamı oluşmaktadır. Bunun en önemli sebebi ise ev sahibi konumunda bulunan yerel halk, destinasyona gelen turist grupları ile aynı yaşam alanlarını paylaşmaktadır (Baykan, 2007: 88).

Turist olarak tanımlanan bireylerin seyahatlerine çıkarken hedef olarak belirledikleri bir turizm destinasyonunda yaşayan yerel halk tarafından farklı davranış, inanç, tutum, kültür ve alışkanlıklara sahip birer yabancılarıdır. Yaşanacak olan etkileşim belli yansımalara dönüşerek yerel halk açısından gözlemlenebilen ve ölçülebilen sonuçlar ortaya çıkarmaktadır (Tayfun ve Kılıçlar, 2004: 4).

Yerel halkın bölgelerine gelen turistlerin davranış, inanç, tutum, kültür ve alışkanlıklarına karşı verdikleri tepkilerin dikkate alınmaması sonucu doğru bir turizm gelişimi sağlanamamaktadır. Yerel halkın turizme ve turiste karşı oluşturduğu tepkimelerin bölgede bulunan turizm gelişim politikalarına

yön verdiği ve sürdürülebilirlik bağlamında önem arz ettiği düşünölmektedir (Dal ve Baysan, 2007: 85).

Yapılan araştırmalar ve çalışmalar göstermektedir ki belli bölgelerde bulunan yerel halk için turizm yeni insanlarla tanışma, gelir sağlama, kültürel alışveriş yapma fırsatı olarak görülürken; bazı bölgelerde yaşayan yerel halk için çevreye zarar veren, huzuru bozan, gelenek ve görenekleri tehdit eden bir unsur olarak algılanmaktadır (Korkmaz, 1996: 405). Bu sebeplerden dolayı yaşadıkları bölgede turizmin gelişmesi sonucunda yaşam standartları ve kaliteleri düşen yerel halk, bu duygu ve düşünceler ile turizmin varlığına tepki gösterebilmektedir (Kozak ve öte., 2015: 133).

Yerel halk, turizmin gelişmesine katkı vermeden önce kendi içinde turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkileri üzerinde belli düşünce ve algılara kapılmaktadır. Bu nedenle öncelikle turizmin sağlıklı gelişebilmesi açısından bir destinasyonda bulunan yerel halkın görüş ve düşünceleri araştırılmalıdır (Özgüç, 1998: 125).

Turizm farklı sosyal yapıları bir araya getirmekte ve bu birliktelik sayesinde hem ekonomik hem de toplumsal olgular ve olaylar meydana gelmektedir. Bu ekonomik ve toplumsal etkiler birden fazla olumlu veya olumsuz duruma sebebiyet verebilmektedir (Tuna, 2007: 5).

Turizm gelişiminin bir bölgede sağlanabilmesinde yerel halkın turizm kavramına karşı yaklaşımı son derece önemlidir (Türker ve Türker, 2014: 82). Turizm hareketliliğinden doğan olumsuz durumların önüne geçebilmek adına öncelikle yerel halkın bilinçlendirilmesi ve turizm planlarına doğrudan eklenmesi gerekmektedir. Yerel halkın turizm planlarında rol alabilmesi için de yerel halkın desteği kazanılmalıdır. Bu sayede turizmden elde edilecek fayda maksimum düzeye ulaşabilecektir (Çelikkanat ve Güçer, 2014: 273).

Turizmin gelişimi için turist, yerel halk ve ilgili tüm diğer paydaşların sürece dahil edilerek yapılacak planlama çalışmalarına katılmaları önemli görölmektedir (Mansuroğlu, 2006: 45). Yerel halkın turizme karşı olan negatif tutum ve davranışları, gelen turistlere de negatif yansıyabilmektedir. Bu nedenler ile yerel halk bilinçlendirilmeli, turizme karşı pozitif düşünceler aşılmalı, yerel halkın duygu ve düşünceleri turizmin gelişimi açısından dikkate alınmalıdır (Türker ve Türker, 2014: 83).

Yerel halkın turizme karşı geliştirdikleri pozitif veya negatif tutumlar turizm destinasyonuna gelme motivasyonu bulunan turistlerin bölgeyi tercih edip etmeme, tekrar ziyaret edip etmeme veya diğer insanlara önerip önermeme noktasında oldukça önemlidir. Bu tür sonuçların yaşanmaması adına yerel halkın sosyolojik ve psikolojik açıdan incelenerek, tahmin edilebilen tüm negatif sonuçların minimum düzeyde yaşanması için yerel halkın turizme karşı oluşturduğu tutum ve davranış kalıplarının ortaya çıkarılması ile mümkün olabilecektir (Cengiz ve Kırkbir, 2007: 33; Alaeddinoğlu, 2008: 4).

1.3.3. Yerel Halkın Turizme Katılım Süreci

Yerel halkın turizme katılımıyla ilgili birbirinden farklı birden fazla modelin geliştirildiği görülmektedir. Yerel halkın turizme katılım süreci sadece belli bir bölge nezdinde değil birden fazla bölgenin incelenmesine dayandığı için tek bir katılım modeli bu talebi karşılamayacaktır. Bunun sebebi ise bahsi geçen her bölgenin kendine has bir çevresel faktörlerinin, ekonomik durumunun, sosyal ve kültürel öğelerinin bulunmasıdır. Bundan dolayı her bölge için tek bir model kullanımı doğru olmamaktadır. Bu problemin önüne geçebilmek adına incelenecek ve araştırılacak her bir turizm bölgesinin önceden demografik unsurlarının bilinmesi ve sosyolojik alt yapısının çıkarılması gerekmektedir (Tosun, 1999: 126).

Yerel halkın turizm sürecine katılımı birden fazla farklı koşullarda gerçekleştirilebilmektedir. Bu katılımlara örnek olarak; anket uygulamaları, kamuya ait müzakere süreçleri, paneller, açık oturumlar, kamu komisyonları, görüş ve istek formları gösterilebilir. Bahsi geçen bu süreçlerde eşit bir katılım sağlamanın son derece zor olduğu düşünülmektedir. Kimi örneklerde yerel halk doğrudan katılım sağlayabilirken bazı süreçlerde yerel halk dolaylı yoldan katılım sağlayabilmektedir. Bu problemin önüne geçebilmek adına tüm paydaşların yer aldığı ve yerel halk katılımının merkezde konumlandırıldığı katılım süreçleri geliştirilmelidir (Baltacı, 2019: 92).

Yerel halkın turizme katılım süreci adına birden fazla model geliştirilmiştir. Bu modellerde tüm şart ve koşullar dikkate alınarak yerel halkın katılımı gözetilmeye çalışılmaktadır. 1969 yılında Arnstein yerel halkın turizme katılımını sekiz boyut ile açıklamaya çalışmıştır. Bu boyutlar;

“yerel halkın denetimi, yetki devri ve gücü, ortaklık, yatırma, danışma, bilgi verme, iyileştirme ve manipölasyon” olarak sıralanmıştır. Modelde sekiz boyut üç ayrı bölüme ayrılmıştır. Bu bölümler ise; “yerel halkın gücü, göstermelik katılım ve katılmama” olarak düzenlenmiştir (Arnstein, 1969: 271).

Tablo 4: Yerel Halkın Turizme Katılım Sürecinin Sekiz Aşaması

8. Yerel Halkın Denetimi	YEREL HALKIN GÜCÜ
7. Yetki Devri ve Gücü	
6. Ortaklık	
5. Yatırma	GÖSTERMELİK KATILIM
4. Danışma	
3. Bilgi Verme	
2. İyileştirme veya Terapi	KATILMAMA
1. Manipölasyon	

Kaynak: Arnstein, R. S. (1969). A Ladder of Citizen Participation, Journal of the American Institute of Planners, 35, 216-224.

Modelin ilk iki aşamasını oluşturan manipölasyon ve terapi (iyileştirme) süreçlerinde yerel halk turizme katılım anlamında yer almamaktadır. Bunun nedeni ise güçlü sınıfın (siyasi iktidar, sivil toplum önderleri vb.) yerel halkın katılımını dikkate almaması ve tüm yetkinin kendilerinde olmasını istemesinden kaynaklanmaktadır. Bu iki aşama “katılım sağlamama” bölümü altında yer almaktadır (Connor, 1988).

Modelin ilk iki aşamasından sonra bilgi verme, danışma ve yatırma aşamaları ise “göstermelik katılım” bölümünde yer almaktadır. Güç sahiplerinin (siyasi iktidar, sivil toplum önderleri vb.) duygu ve düşüncelerini yerel halk bu aşamada öğrenmiştir. Fakat yerel halkın geçerli bir katılımı ve söz söyleme imkanı bulunmamaktadır. Yerel halk yine de bu aşamada katılım göstererek sürece dahil olma gayretindedir (Choguill, 1996).

Ortaklık, yetki devri ve gücü ile yerel halkın denetimi aşamaları ise yerel halkın turizme ve turizmin gelişimi süreçlerine doğrudan katıldığı kısımdır. Bu aşama “yerel halkın gücü” bölümü altında yer almaktadır. Yerel halk katılım sürecine direkt etki edebilmekte ve katkı sunabilmektedir. Bu

aşamada artık planlama ve yönetme gücü yerel halk tarafından kontrol edilmektedir (Arnstein, 1969: 217).

Yerel halkın turizme katılım süreci konusunda bir başka model ise 1995 yılında Pretty tarafından ortaya konulan ve yedi evreden oluşan bir modeldir. Bu evreler; “öz dolaşım, interaktif katılım, fonksiyonel katılım, maddi teşvikler için katılım, danışıklı katılım, pasif katılım ve manipülatif katılım” olarak sıralanmıştır. Yerel halkın turizme katılım sürecini açıklayan modelde her evre katılımın seviyesini ve aralarında bulunan güç değişimlerini göstermektedir (Pretty, 1995: 1252).

Tablo 5: Yerel Halkın Turizme Katılım Sürecinin Yedi Evresi

7. Öz Dolaşım	YEREL HALKIN GÜCÜ
6. İnteraktif Katılım	
5. Fonksiyonel Katılım	GÖSTERMELİK KATILIM
4. Maddi Teşvikler İçin Katılım	
3. Danışıklı Katılım	
2. Pasif Katılım	KATILMAMA
1. Manipülatif Katılım	

Kaynak: Pretty, J.N. (1995). Participatory Learning For Sustainable Agriculture, World Development, 23, 8, 1247-1263.

Modelin ilk aşaması olan “manipülatif katılım” evresi katılım sürecinde hiçbir söz hakkı bulunmayan yerel halkı göstermektedir (Mak ve öte., 2017). İkinci evre olan “pasif katılım” aşaması ise yerel halkın fikirlerinin alındığı ama önemsenmediği bir dönemdir. Kararların tümü güç sahipleri tarafından alınmakta ve yürürlüğe konulmaktadır. Manipülatif katılım ve pasif katılım evreleri “katılım sağlamama” bölümü altında yer almaktadır (Connor, 1988).

Modelin “göstermelik katılım” bölümünde yer alan ve ilk aşama olan danışıklı katılım evresi yerel halkın turizme katılım konusunda ne düşündüğünü ortaya çıkarmak amaçlı yapılan kamuoyu yoklamalarını, anketleri ve görüşmeleri temsil etmektedir. Güç sahipleri yerel halkı dinlese de faydalı bilgilere ulaşma amacı ile hareket etmektedir. Yerel halk bu aşamada halen önemsenmemektedir (Khazaei ve öte., 2015). Maddi teşvikler için katılım aşamasında ise bireylerin turizme katılımı için desteklenmesi

aşamasıdır. Fakat bazen bu evrede yerel halk turizmin faydalarından yararlanmak amaçlı (gelir elde etme vb.) katılım süreçlerine girmek istemektedirler. (Pretty, 1995).

Fonksiyonel katılım evresine gelindiğinde turizme katılım plan ve projeleri güç sahipleri tarafından hazırlanmaktadır. Tüm kararlar güç sahiplerince verilmiştir. Yerel halk bu süreçlere etki edememiştir. Güç sahipleri gerek gördükçe başta istihdam olmak üzere ve kararların uygulanması bakımından yerel halka başvurabilmektedir. Yerel halk bu evrede gruplaşmalara başlamaktadır (Connor, 1988).

Modelin üçüncü ve son bölümü olan yerel halkın gücü adı altında bulunan ilk evre interaktif katılım aşaması olarak nitelendirilmektedir. Bu aşamada yerel halkın turizme katılımı oldukça fazladır. Güç sahipleri yerel halkı sadece bir araç olarak görmemektedir. Yerel halk turizme katılması gereken bir grup ve turizmin gelişmesi için bir güç olarak sayılmaktadır. Yerel halk ilk defa bu evrede karar verme mekanizmasının bir parçası olmak istemektedir (Lawton ve Weaver, 2015).

Modelin son evresi ise öz dolaşım aşaması olarak nitelendirilmektedir. Yerel halk tam anlamı ile söz sahibi olmuştur. Tüm plan ve projelerle birlikte bütün kararlarda büyük bir güç haline gelmiştir. Plan yapma ve değiştirme yetkisine sahiptir. Yerel halk ve güç sahiplerinin arasında yaşanan etkileşimler zirvededir ve çok güçlüdür. Yerel halk bu evrede örgütlenmeye gitmektedir (Pretty, 1995).

Yerel halkın turizme katılım süreci ile ilgili başka bir model ise 1999 yılında Tosun tarafından geliştirilmiştir. Turizme katılım süreci toplumsal olarak ele alınmış ve üç ayrı bölümde değerlendirilmiştir. Bu bölümler; “kendiliğinden katılım, uyarlanmış katılım ve zorlayıcı katılım” olarak sıralanmıştır (Tosun, 1999: 118).

Tablo 6: Basitleştirilmiş Toplumsal Katılım Modeli

Türü	Özelliği	Grubu
Kendiliğinden Katılım	Gönüllü (istekli) katılım vardır. Destek ve teşvik yoktur.	YEREL HALKIN GÜCÜ
Uyarlanmış Katılım	Destek ve teşvikle beraber katılım söz	GÖSTERMELİK KATILIM

	konusudur. Hem gönüllü hem de baskı sonucu katılım vardır.	
Zorlayıcı Katılım	Gönüllü katılım yoktur. Destek ve teşvikle beraber zorunlu katılım vardır.	KATILMAMA

Kaynak: Tosun, C. (1999). Towards a Typology of Community Participation in the Tourism Development Process, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 10, 2, 113-134.

Kendiliğinden katılım aşaması gönüllü olarak gerçekleşen bir süreçtir. Herhangi bir dış destek veya teşvik bulunmamaktadır. İdeal katılım türü olarak ortaya çıkan bu süreçte yerel halk herhangi bir güç sahibinin desteği olmadan veya kamusal teşviklerden yararlanmadan kendi isteği ile sorunları çözmeye çalıştığı katılımdır. Kendiliğinden katılım, kendi içinde birden fazla özellik barındırmakta ve değişkeni çok olan bir katılım süreci olarak nitelendirilmektedir (Rasoolimanesh ve öte., 2017).

Uyarılmış katılım aşamasına bakıldığında, gelişmiş ülkelerden ziyade gelişme çabası içinde olan ülkelerde ortaya çıktığı görülmektedir. Kendiliğinden katılım aşamasından farklı olarak güç sahipleri ve otoriteler tarafından desteklenen bir süreçtir. STK veya kamu kuruluşları tarafından önderlik edilerek girişimler yapılmaktadır. Bu girişimler sonucunda toplum gelişen ve var olan turizmden pay almaya başlamıştır (Jordan ve öte., 2013).

Zorlayıcı katılım süreci ise diğer katılım süreçlerine nazaran daha kısa sürede ve daha hızlı bir biçimde geri dönüş sağlanabilmesi adına siyasi iktidar ve güç sahipleri tarafından desteklenen bir katılım türüdür. Baskı sonucu ortaya çıkan bir süreçtir. Uyarılmış katılım süreci ile içerik bakımından paralellikler göstermektedir (Jordan ve öte., 2013). Uyarılmış katılım türüne nazaran daha yüksek seviyelerde göstermelik katılıma tanıklık edilmektedir. Bölge insanı sadece alınan kararları uygulamakta ve bu kararlarda herhangi bir söz sahibi olamamaktadır. Turizmden elde edilecek payın paylaşılması ve dağıtılması hususu yine güç sahiplerinin yetkisindedir (Daldeniz ve Hampton, 2013).

Yerel halkın turizme katılım süreci hakkında modellemeler dışında önem arz eden bir diğer konu ise katılımın güçlü şekilde yaşanabilmesi için yerel

halkın turizm gelişiminin ilk evrelerinden başlayarak tüm karar alma, planlama ve yönetim evrelerinde söz sahibi olması gerektiğidir (Byrd, 2007: 8).

1.3.4. Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı ve Tutumu

Algı veya diğeri bir adı ile idrak kavramı; “bireyin nesnel dünyasını duyu organları aracılığı ile öznel bilince iletmesi” olarak tanımlanmaktadır. Diğeri Batı dillerinde var olan ve günümüzde kullanımı devam eden “algı” kelimesinin köküne bakıldığında “almak” manasından geldiği anlaşılmaktadır (Özer, 2014: 148).

Algı veya idrak bireyden bireye değişkenlik gösteren, tecrübelerle dayanan, duyu, düşünce ve hedeflerden oluşan olgusal bir kavramdır. Kavram bunların yanı sıra bireylerin bilgiye ulaşması, tercih etmesi, seçmesi ve yorumlamasından oluşan süreci kıymetli bir duruma getirmeyi hedeflemektedir (Çağlayan, Korkmaz ve Öktem, 2014: 162).

Kişilerin tüketim aşamasına gelmesi ve bir fikrin yandaşı olabilmesi için bahsi geçen konularla birlikte içerik açısından da kendisine ulaşan bilgileri idrak etmesi gerekmektedir. Algısal süreçleri ve bireyin algılama durumlarını araştırma amaçlarına bakıldığında temelde birey nezdinde bir tutum oluşturma çabası olduğu görülmektedir (İnceoğlu, 2011: 85).

İlgili araştırmalara ve çalışmalara bakıldığında algı kavramının yerel halk açısından farklı seviyelerde turizme etkisi olduğu düşünülmektedir. Bu algısal etki bölgeden bölgeye, eğitim düzeyinden veya benzeri faktörler nedeni ile değişim gösterebilmektedir. Yerel halkın turizme ait algılamaları çeşitli durumlarda pozitif ya da negatif sonuçlanabilmektedir (Akova, 2006: 5).

Yerel halk, bölgesinde gerçekleşen turizm olaylarından çıkarları doğrultusunda faydalandığını düşünüyorsa pozitif algılar oluştururken, turizmin kendilerini negatif yönde etkilediğini düşündüğü durumlarda ise negatif algılar yaratabilmektedir (Ekin, 2011: 50). Yerel halkın turizm algısı ile bölgede yaşanan turizm faaliyetlerine karşı gösterdiği tutum dört başlıkta sıralanmaktadır (Avcıkurt, 2017: 87).

- **Direnme veya direnç gösterme:** Yerel halkın bölgede yaşanan turizmi engelleme ve ziyaretçilere karşı sert davranışlarının olduğu süreçtir,
- **İçine kapanma veya içe yönelme:** Yerel halkın turizmin gelişmesi ile beraber kendi kültürlerine yönelmesi ve kendi özünü ortaya çıkarma davranışlarının gözlemlendiği süreçtir,
- **Sınır çekme veya belirleme:** Yerel halkın turizme karşı pozitif duygular beslemesi ve bunun sonucu turizmle bütünleşme davranışlarının oluştuğu süreçtir,
- **Benimseme:** Yerel halkın kendi kültürünü kaybetme noktasına gelmesi ve başka bir kültüre bağlanma davranışlarının yaşandığı süreç olarak sıralanmaktadır.

Konu ile ilgili bir diğer terim olan tutum ya da diğer adı ile davranış kavramı ise; “bireyin çevresinde yaşamakta olanlara karşı aldığı durum, tutulan yol” olarak tanımlanmaktadır. Sosyal psikolojide kişilerin davranışları, insan ilişkileri vb. durumları “tutum veya davranış” adı altında incelenmektedir (Aytaç ve Bayram, 2001). Genel olarak tutum kavramı insanların çevresinde olanlara karşı belli bir amaç ile beraber yaptığı değerlendirmeler sonucu ortaya çıkardığı tepkiler olarak tanımlanmaktadır (Wang, 2007: 5).

Tutum ile ilgili araştırmalara ve çalışmalara bakıldığında ise tutum kavramının turizme doğrudan etkisi bulunduğu görülmektedir. Yerel halkın kendi yaşadığı bölgeye gelen turistlere karşı ortaya koyduğu tutumlar, turizmin gelişimini pozitif yönde ya da negatif yönde etkileyebilmektedir (Akova, 2006: 6).

Çalışmanın bu bölümünde yerel halkın turizm algısı ile ilgili modeller ve teoriler ele alınmaktadır. Sosyal değişim teorisi, bütünleşik tehdit teorisi, temas hipotezi, tolerans modeli, turizm yaşam eğrisi ve taşıma kapasitesi yerel halk açısından değerlendirilmektedir. Modeller ile ilgili teorik bilgiler aktarılmaktadır.

1.4. Yerel Halkın Turizm Algısı ile İlgili Modeller ve Teoriler

Turizm hareketlerinin bulunduğu alanlarda yaşayan yerel halk ile turizmin ilerleyişini açıklayabilmek ve anlayabilmek nedeni ile geliştirilmiş çeşitli modeller ve teoriler vardır. Bu yaklaşımlar sırası ile “Sosyal Değişim (Mübadele) Teorisi”, “Bütünleşik Tehdit Teorisi”, “Temas Hipotezi”, Doxey Irridex (Tolerans) Modeli”, “Butler Turizm Yaşam Eğrisi”, ve “Taşıma Kapasitesi” olarak sıralanabilmektedir (Avcıkurt, 2017: 33; Filiz, 2017: 48).

1.4.1. Sosyal Değişim (Mübadele) Teorisi

Dünden bugüne birden fazla teori ve model, yerel halk üzerinde turizm açısından algılanan değerler, tutumlar, turist ilişkileri veya etkilerini ortaya koymaya çalışmıştır. Bahsedilen bu tip modellerin içinde “oyun, çatışma, değer-tutum ve değer-tutum-davranış modeli, niteleme, sosyal temsil teorisi, sosyal değişim teorisi, büyüyen makine teorisi ve bağımlılık kuramı” bulunmaktadır. Sonuç olarak sıralananlar arasında araştırmacılar ve akademisyenler tarafından en çok tercih edilenin “Sosyal Değişim Teorisi” olduğu görülmektedir (Çetinkaya ve Dedemen, 2013: 6).

Sosyal ve kültürel yansımaların kıymetlendirilmesi genel anlamda güç bir süreçtir. İlk olarak sosyal ve kültürel yansımaların, başka farklı yansımalarından ayırıştırabilmek daha karmaşık olduğu kadar bu tip yansımaların kıymetlendirilmesi de güçtür (Soontayatron, 2013: 30).

Konu ile ilgili araştırmacıların sunduğu birkaç teori bulunmaktadır. Bu teorilerden olan Doxey'in Irridex Modeli ve Butler'ın Yaşam Döngüsü modellerinin araştırmacılar ve uzmanlar tarafından endüstriyi merkez almasından ötürü her iki model için de yerel halkı daha düşük seviyede değerlendirdiği yönünde eleştirilerde bulunmaktadır. Bu sebep ile Doxey ve Butler'ın modelleri, sosyal ve kültürel yansımaları kıymetlendirmek için yeterince yararlı görülmemektedir. Fakat Sosyal Değişim Teorisi'nin sosyal ve kültürel değişikliklerle daha iç içe olduğu düşünülmektedir (Filiz, 2017: 58).

1960'lı yıllarda Blau tarafından geliştirilen Sosyal Değişim Teorisi (Social Exchange Theory), kişilerin diğer kişiler ile kurdukları etkileşim esnasında aradığı psikolojik, sosyal veya maddi değerlerdir. Bu değerler ise sevgi, bilgi, hizmet, para, statü, eşya vb. şeklinde sayılabilmektedir.

Davranışların merkezinde mutlaka karşı bir beklenti görülmektedir. Kişilerin bu karşı beklentiden oluşacak kazançları, harcanacak giderlerden daha çok ise bu değişim ve alışverişi gerçekleştirmektedirler (Çetin ve Şentürk, 2016: 244; Gökteş ve öte, 2019: 648).

Bu teori sayesinde, turizmden yarar elde eden toplulukların turizmin yarattığı olumlu etkileri daha büyük seviyede algılayacakları düşünülmektedir. Ancak söz konusu yerel halkların gelen turistlerle olan temasları birden fazla sebepten ötürü değişiklik gösterebilmektedir. Bundan dolayı da istisna sayılabilecek durumlarda Sosyal Değişim Teorisi kendi başına yeterli olmayabilmektedir (Teye ve öte., 2002: 670; Avcıkurt, 2017: 118).

Yoon ve öte. (2001: 364), turizm için Sosyal Değişim Teorisi (Social Exchange Theory) kavramını şu şekilde açıklamaktadırlar: “Eğer toplum içerisinde hissedilen faydalar ile hissedilen maliyetler arasında bir fark varsa toplumda değişimin olması sıradan olacaktır. Dolayısıyla turizmde yerel halk turistten veya turistik üründen kazanç elde etme ve faydalarının artmasını algılayorsa turizm gelişimine destek olacaklardır. Sonuç olarak, yerel halkın değişime katılarak turizmin gelişimine destek vermesi için hissedilen faydaların artması veya artma algısının oluşumunun gerçekleşmesi gerekmektedir.”

Sonuç olarak Sosyal Değişim Teorisi, yerel halkın turizmden dolayı gerçekleşen ve negatif sonuçlar doğurmadığı sürece gelen turistlerle değişim içinde bulunacaklarına dayanmaktadır. Yerel halk kendi yaşam alanları ve standartları açısından turizmden kaynaklı yaşanacak etkilerin pozitif kısımlarının, negatif kısımlarına göre daha fazla olacağı kanısına sahip olurlar ise turizmin gelişimine katılım ile beraber katkıda sağlayacaklardır (Ap, 1992: 670; Allen ve öte., 1993: 30; Getz, 1994: 250).

1.4.2. Bütünleşik Tehdit Teorisi

Yukarıda bahsi geçen Sosyal Değişim (Mübadele) Teorisi'nin aksine, yerel halk ve turistler üzerine yapılacak çalışmalarda kullanılabilecek ve sosyal psikolojiyi de göz önüne alarak geliştirilen teori “Bütünleşik Tehdit Teorisi”dir. Teoriyi Sosyal Değişim (Mübadele) Teorisi'nden ayıran en

önemli unsur grupların karşılıklı olarak yaşadığı duygusal ilişkileri dikkate almasıdır (Ward ve Berno, 2011: 1558; Avcıkurt, 2017: 119).

Toplu halde yaşayıp içinde gruplaşmaya giden kişiler, sürdürülebilirlik açısından devamlı olarak çevre ile mücadele ederler ve ihtiyaç duyulduğunda çatışma içine girebilmektedirler (Uluçınar, 2000: 105). Gelişen dünyada ve ilerleyen zamana rağmen grupların içinde ve karşı gruplara yönelik ayrımcı tutumlar ve baskıların var olduğu görülmektedir. Değişik kültürel öğeler ve tutumlara sahip olan kişiler arasında da oluşabilecek bir etkileşim veya iletişim durumunda anlaşmazlıkların meydana geldiği görülmektedir (Pratto ve öte., 2006: 271; Ruggiero, 2013: 143).

Bütünleşik Tehdit Teorisi'ni genel olarak açıklamak gerekirse, gruplar arası temasın ve gruplar arası etkileşimin farklılaşmasının meydana getirdiği şartları incelemektir. Önce Thomas F. Pettigrew 1998'de ve sonra 2000'de Walter G. Stephan tarafından tutumlar ve davranışlar ekseninde farklılaşmaya sebep olan tehdit algılanmaları bağlamında araştırılmıştır. Bahsedilen tehditler, var olan bir grupta meydana gelen inançların, eylemlerin veya özelliklerin üzerinde gerçekleştiği varsayılmaktadır. Grup içi kişiler hedeflerine varmak için ya da bütün bir grup olarak hayatlarını devam ettirebilmek adına gereksinim hissettikleri kaynakların, farklı kişilerce kullanılması ile kendilerini tehdit edilmiş bir şekilde buldukları düşünülmektedir (Saatçi, 2016: 60).

Algı ve yorumla kaynaklı sorunlardan dolayı tehditler farklı şekillerde gerçekleşebilmektedir. Algının ve yorumlamanın farklılaşmasına sebep olan başka etkenler ise tehdit ve rekabetin önemidir (Oskamp, 2000: 5; Stephan, 2000: 25). Bu bilgiler ışığında Bütünleşik Tehdit Teorisi kendi içinde dört temel tehdit türüne sahiptir. Bunlar; “gerçekçi tehdit”, “sembolik tehdit”, “olumsuz kalıp yargılar (stereotipler)” ve “gruplar arası kaygılar” olarak sıralanmaktadır (Gonzalez ve öte., 2008: 669).

Gerçekçi tehditler, refah ve gelişmişlik seviyelerine karşı grubun ve gruba bağlı kişilerin algıladığı tehditlerdir. Sembolik tehditler ise bir grubun dünya görüşüne etki eden ve algılanan tehditlerdir. Olumsuz kalıp yargılara bakıldığında coğrafi olarak değişen yargılardan söz edilmektedir. Bu durum bireyler ve gruplar arası negatif durumlara sebebiyet verebilmektedir. Gruplar

arası kaygılar ise kişisel anlamda grup üyelerinin kendi buldukları konum ile ilgili kötü bir duruma düşme, utanma veya reddedilme benzeri tehditleri kapsamaktadır (Avcıkurt, 2017: 119).

1.4.3. Sosyal Temas Hipotezi

Gruplar arasında meydana gelen önyargıları en alt seviyeye indirmek amacıyla kullanılan Sosyal Temas Hipotezi, kullanılan yöntemler arasında etkili olduğu düşünülen yaklaşımlar arasında kabul edilmektedir (Pettigrew ve Tropp, 2006: 751).

Sosyal Temas Hipotezi kuramının bahsedilen önyargılarda azaltma meydana getirerek, gruplar arası yaşanacak durumları daha pozitif bir hale getireceği düşünülmüştür. Tarihsel olarak öncelikle bu kuram Allport (1954) ile ortaya atılmış ve ilerleyen zamanda Pettigrew (1998) tarafından geliştirmiştir (Wright ve öte., 1997: 73; Turner ve öte., 2007: 427).

Turizmin kendi içinde yaşadığı süreçte doğal olarak ortaya çıkan etkileşimlerde Sosyal Temas Hipotezi kuramında bahsedilen önyargı değişimlerinin kaçınılmaz olduğu görülmektedir. Turizmin insanlar ve kültürler arasında etkileşimi teşvik etmesi bahsi geçen önyargılar içinde olumlu bir gelişme olarak düşünülmektedir (Brunt ve Courtney, 1999: 495).

Turistlerin kendi kültürleri ile yerel halk arasında meydana gelen ilişkiler, Sosyal Temas Hipotezi kuramına göre çoğunlukla pozitif tutum değişmelerine sebebiyet vermektedir. Aynı zamanda sosyal temas süresinin artması destinasyona gelen turistlerin yerel halka karşı bakış açılarında, önyargılarında ve tutumlarında pozitif bir etki yaratmaktadır. Bu pozitif etkinin en önemli noktası kültürlerarası ilişkilerde gelişim sağlanması olarak görülmektedir (Avcıkurt, 2017: 121).

Sosyal Temas Hipotezi'nde birbirinden farklı kültür öğelerine sahip turistler ile yerel halk arasında yaşanan etkileşimler pozitif ve negatif etkilere sahiptir. Bu iki grup açısından pozitif etkiler aşağıda sıralanmaktadır (Reisinger, 1994: 744):

- İki grubun da kendilerine olan güven duygularının gelişmesi,
- İki grubun da etkileşimden dolayı psikolojik olarak gelişmesi,
- İki grubun da karşı kültür için pozitif duygular yaşaması,

- İki grubun da birbirleri ile olan insani (arkadaşlık, dostluk vb.) bağlarının gelişmesi,
- İki grubun da karşılıklı negatif algılamaların ve önyargıların ortadan kalkması veya azalması,
- İki grubun da karşı kültür hakkında bilgi edinmeleri veya tanımaları,
- İki grubun da karşılıklı pozitif tutum içinde olmaları veya geliştirmeleridir.

Temel olarak kültür öğelerinde geçmişte farklılıklar var ise turist ile yerel halk arasında yaşanacak sosyal ilişkiler negatif etkileşimlere olanak sağlayabilmektedir. Sosyal Temas Hipotezi kuramının pozitif etkilerinin yanında ayrıca negatif etkileri mevcuttur. Bu iki grup açısından negatif etkiler aşağıda sıralanmaktadır (Reisinger, 1994: 745):

- İki grup arasında değerlerin farklı olmasından kaynaklı sorunlar,
- İki grup arasında insani (arkadaşlık, dostluk vb.) bağ kurmada zorluklar,
- İki grup arasında statü, seviye, üstünlük vb. duygu karmaşası,
- İki grup arasında iletişim bozukluğu,
- İki grup arasında yaşanacak kültür şokları,
- İki grup arasında yaşanacak etkileşimde tatmin ve memnuniyet sorunu,
- İki grup arasında ayrımcılık yaşanması,
- İki grup arasında karşılıklı negatif tutum içinde olmaları ve geliştirmeleri,
- İki grup arasında yanlış anlaşılma, düşmanlık vb. sorunların ortaya çıkmasıdır.

1.4.4. Doxey Irridex (Tolerans) Modeli

Yerel halk ve turist ilişkisini inceleyen bir diğer model ise Doxey'in (1975) "Irridex Modeli" diğer bir ifadeyle "Tolerans Yaklaşımı" olarak ortaya koyduğu ve Doxey'in bir destinasyonda turizmin gelişimi ile yerel halkın tutumları arasında bir ilişki olduğunu gösteren model olarak nitelendirilmektedir (Filiz, 2018: 1804).

Irridex (Tolerans) Modeli, destinasyona gelen yabancı sayısına göre yerel halkın yabancılar ile olan etkileşimlerinden oluşan toplumsal evreleri ele almaktadır. Sosyal etkilerin turizme karşı oluşturduğu tutumlardan ve turistik destinasyonlarda bulunan halkın yabancılar karşı davranışlarını turizmin gelişimi açısından aşamalar şeklinde açıklayan bir model olarak ifade edilmektedir (Avcıkurt, 2017: 33).

Tolerans modeline göre destinasyonlarda yabancı miktarı yükseldikçe ve turizm gelişimi sürdükçe yerli halkın tutumlarında total anlamda negatif bir farklılaşma olduğu gösterilmekte ve sosyal, toplumsal psikoloji ve kültürel öğeler dikkate alınmaktadır. Doxey'in modeli ile destinasyonda yaşanacak olan sosyal, psikolojik ve kültürel gelişmelerin taşıma kapasitesinin sınırları belirlenmektedir (Harrill, 2004: 1).

Tablo 7: Doxey Irridex (Tolerans) Modeli Aşamaları

Aşamalar	Özellikler
Mutluluk (Hoşnutluk)	Turizmin gelişmesinden ötürü yerli halk mutludur. Bölgeye gelenler güzel karşılanır. Karşılıklı tatmin söz konusudur.
İlgisizlik	Bölgede turizm geliştikçe ve turist arttıkça, yerli halk gelenlerden maddi çıkar sağlamaya başlar. Turist ilişkileri resmiyet kazanır ve kazanç söz konusudur.
Kızgınlık	Turizm açısından doygunluk sağlandığında yerli halkın gelenlere karşı gelişim sağlayamaması sonucu yetersizlik başlar. Yerli halk tarafından gelenlere karşı kızgınlık ya da öfke durumları ortaya çıkar.
Kin (Nefret)	Kızgınlık veya öfke zirve yapar. Tüm olumsuzluklardan bölgeye gelen yabancılar sorumlu tutulur. Büyük bir nefret söz konusudur.

Kaynak: Mathieson, A. ve Geoffrey, W. (1992). Tourism: Economic, Physical and Social Impacts, Longman, New York, 138.

Tolerans Modeli veya diğer bir ismi ile “Irridex Modeli” kendi içinde dört aşamadan meydana gelmektedir. Bunlar; “mutluluk (hoşnutluk)”, “ilgisizlik”,

“kızgınlık” ve “kin (nefret)” olarak sıralanmaktadır (Saveriades, 2000: 149; Shafaei ve Mohamed, 2015: 2). Doxey’in “Tolerans Modeli” aynı zamanda Butler’ın “Turizm Yaşam Döngü Modeli” ile karşılıklı olarak benzerlik içermektedir. Irridex (Tolerans) Modeli sosyal etkiler üzerinde dururken Turizm Yaşam Döngü Modeli ise daha çok maddi, manevi ve fiziksel etkileşimleri kapsamaktadır (Faulkner ve Tideswell, 1997: 7).

1.4.5. Butler Turizm Yaşam Eğrisi (Turizm Yaşam Döngü Modeli)

Doxey Irridex (Tolerans) modelinde olduğu gibi Butler’ın ortaya koyduğu “Turizm Yaşam Döngü Modeli” yaklaşımı da turizmin gelişimi ile ilgili bir başka modeldir. Butler’ın 1980 yılında bahsettiği Turizm Yaşam Döngü modeli bir turizm bölgesinin ne şekilde geliştiğini ve bu gelişmeleri açıklamak maksatlı belli dönemlerden oluşan bir yaklaşımdır. Bu dönemler; “Keşif”, “İştirak veya Katılım”, “Büyüme veya Çoğalma”, “Pekişme”, “Durgunluk veya Doygunluk”, “Gerileme” ve “Yeniden Canlanma” olarak sıralanmaktadır (Butler, 1980: 5; Altıntaş, 2010: 6; Ekici ve Çizel, 2014: 74).

Tablo 8: Butler Turizm Yaşam Döngü Yaklaşımı ve Dönemleri

	Dönemler	Özellikleri
Turist Sayısı	Keşif	Turist sayısı minimumdur. Donanımsal olarak yetersizlik vardır. Turist ile yerel halk arasında etkileşim yüksektir. Sosyal etki yoktur.
	İştirak veya Katılım	Turist sayısında gözle görülür artış vardır. Turistik hizmetler başlamıştır. Turist ile yerel halk arasında etkileşim halen yüksektir. Donanımsal gelişim vardır.
	Büyüme veya Çoğalma	Turist sayısı yerel halk ile neredeyse aynı veya daha fazla olarak görülmektedir. Turistik hizmetler fazladır. Etkileşim yüksektir ve yerel halk tarafından ilk olumsuz düşüncelerin oluştuğu dönemdir.
	Pekişme	Yaşanan turizm gelişimi yerel halk tarafından benimsenmiş ve eklemelerle iyileştirmeler yapılmaya başlanmıştır. Ekonomik açıdan turizme bağımlılık başlamıştır. Turist sayısı aynı

		seyretmekte, azalma ve artış olmamaktadır.
	Durgunluk veya Doğunluk	Turist sayısının zirve yaptığı dönemdir. Kapasite sınırı bu aşamadır. Turistik faaliyetler eskisi gibi ilgi görmemektedir. Gerileme başlamıştır.
	Gerileme ya da Yeniden Canlanma	Bu dönem durgunluğun veya doğunluğun ardından yaşanacak aşamadır. Bu aşama iki yönlüdür. Yönetim ve planlama sayesinde bahsedilen süreç gerilemeye veya yeniden canlanmaya başlayacaktır. Tamamen yönetsel bir dönemdir. Karar evresidir.
	Zaman	

Kaynak: Butler R. W. (1980). The Concept of A Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources, Canadian Geographer, 24, 1, 7.

Her turizm destinasyonunun kendine has özellikleri ve destinasyonda ikamet eden yerli halkın da gelenek ve görenekleri mevcuttur. Bu sebep ile bahsedilen dönemlerin bazıları bölgesel olarak farklılık gösterebilmektedir. Her turizm destinasyonu değişik süreçlerden ve aşamalardan geçebilmektedir (Butler, 1980: 5).

Bölgede yaşanması ve gelişmesi beklenen turizm faaliyetlerinden önce destinasyonda yaşayan yerel halkın memnuniyet düzeyinin artması gerekmektedir. Bölgede yerel halkın mutluluğu, hoşnutluğu, memnuniyeti sağlandığında turizmin gelişiminin daha rahat ve sürdürülebilir olacağı düşünülmektedir. Daha önce konu ile alakalı yapılan araştırma ve çalışmalar göstermektedir ki turizm gelişiminden hoşnut olan yerli halkın turizmin gelişimine daha fazla destek verici bir tutum sergilediği sonuçlarına ulaşılmıştır (Ko ve Stewart, 2002: 521; Vargas-Sanchez ve öte., 2009: 31).

Butler'ın ve Doxey'in yaklaşımlarının geliştirilmesi amacı ile bahsedilen modeller ile bağlantılı olarak turizm destinasyonunda ikamet eden yerli halkın turizmin gelişimine karşı tutumlarının ve davranışlarının anlaşılabilmesi için en fazla tercih edilen sosyolojik teorisinin "Sosyal Değişim Teorisi" olduğu düşünülmektedir. Bu teori kısaca yerli halkın turizmin

gelişimine verdiği önemin ve desteğin, turizm açısından yaşanan faydaların, turizmden kaynaklandığı düşünülen maliyeti aşmadığı zaman sürdürüldüğünü anlatmaktadır. Ayrıca yerli halkın değişim ilişkisine girebilmesi için öncelikle bazı tavizler vermeden değişimden fayda sağlamaları gerekmektedir (Allen ve öte., 1993: 27; Jurowski ve öte., 1997: 3).

1.4.6. Taşıma Kapasitesi

Kapasite tanım olarak bakıldığında “bir şeyin miktar bakımından alabileceği sınır” olarak açıklanmaktadır. Taşıma kelimesi ise; “dayanma, karşılama” olarak anlamlandırılmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2020). Bu tanımlamalardan yola çıkarak taşıma kapasitesi anlam bakımından karşılama seviyesi veya dayanma sınırı şeklinde tanımlanabilmektedir. Dünya Turizm Örgütü kavram olarak taşıma kapasitesini “bölgede ağırlanabilir turist miktarı...” olarak açıklamıştır. Örgüt aynı zamanda 1992 yılında taşıma kapasitesi kavramını çevrenin korunması ve sürdürülebilirlik adına önemli olduğunu vurgulamıştır (Simon ve öte., 2004: 275).

Taşıma kapasitesi olarak adlandırılan çalışmanın ilk kullanıldığı ve görüldüğü alan mühendislik ve mimarlık olarak tespit edilmiştir. Mühendislik ve mimarlık çalışmalarında taşıma kapasitesi ifadesi, fiziki yapıların kapasitesini tespit etmek nedeni ile bir planlama unsuru olarak değerlendirilmiştir. Bu açıdan değerlendirildiğinde ise şehir planlamacıları ile rekreasyon toplulukları, taşıma kapasitesi yaklaşımında fiziki ve doğal çevrenin sınırını belirlemek ve yönetebilmek amacıyla değişik yönlerden yaklaşımları ile kavram çeşitlendirilmiştir (Çavuş, 2004: 27).

Turizm anlamında taşıma kapasitesini bir destinasyona gelecek olan turistleri, oluşturulması planlanan turizm yatırımlarını ve turizm etkinliklerini belli bir seviyeye kadar karşılama becerisi şeklinde tanımlamakta mümkündür. Bahsi geçen oluşumların devamlılığı veya gelecek kuşaklara devredilmesi adına ve turizm kaynaklı çevresel kaynakların da korunması bağlamında ciddi bir önem arz etmektedir. Bahsedilen amaçların yerine getirilebilmesi için taşıma kapasitesinin önemi vurgulanmaktadır (Demir ve Çevirgen, 2006: 36).

Turizm açısından taşıma kapasitesi kavramının totalde turistik destinasyonların doğal, sosyal ve kültürel kaynaklarına olumsuz bir etki yaratmadan turizm faaliyetleri ile alakalı olduğu belirtilmiştir. Taşıma kapasitesi belirlenirken kaynaklara zarar vermeden, destinasyona gelecek insanların yaşayacağı tatmini olumsuz etkilemeden veya yerli halkın ekonomisi ile kültür öğeleri üzerine negatif etkiye sebep olmadan en verimli kullanım olarak açıklanabilmektedir (Saargnen, 2003: 28).

Birden fazla araştırmacı ve akademisyen taşıma kapasitesi kavramı için değişik tanımlamalarda bulunmuştur. Bunun sebebi sayıca fazla ve değişik taşıma kapasitesinin var olması olarak gösterilmektedir (Avcı, 2007: 491). Turizm adına taşıma kapasitesinden bahsedildiğinde genel olarak ekolojik, toplumsal (sosyal), psikolojik ve ekonomik olarak ayrıldığı görülmektedir (Hall, 2001: 137; Holden, 2002: 141).

Ekolojik taşıma kapasitesi, turizm ile çevrenin iç içe olduğu düşünüldüğünde yaşanacak olan negatif durumların çevreye ve dolayısıyla turizme olumsuz etki edeceğini vurgulamaktadır. Kullanılacak olan ekosistemin sınırlarının belirlendiği ve doğal koşullara zarar vermemenin kapasitesini belirleyen unsura “ekolojik taşıma kapasitesi” denilmektedir (Avcıkurt, 2017: 38).

Toplumsal veya sosyal taşıma kapasitesi, yerli halkın negatif olarak etkilenmeyerek turizmin gelişmesini hedeflemektir. Bölgeye gelecek olan yabancılara karşı yerli halkın hoşnutluk seviyesi şeklinde açıklanabilen sosyal taşıma kapasitesi aynı zamanda yerel halkın turistlerden etkilenmeme sınırıdır (Fennell, 2002; 48).

Psikolojik taşıma kapasitesi, bölgeye gelen turistlerin buldukları destinasyonda kabullenmeye istekli oldukları minimum haz seviyesidir. Turistler gidecekleri destinasyona daha gitmeden kendi içlerinde oluşan beklentiler ile vardıkları destinasyonda bulunan hizmetleri mukayese ederler ve minimum hazzın altında bir doyum elde etmeleri durumunda turistler farklı destinasyon arayışları içine girebilmektedirler (Avcı, 2007: 492; Avcıkurt, 2017: 40).

Ekonomik taşıma kapasitesi, kısaca ekonominin gerçekleşen turizm hareketliliğine dayanma sınırı olarak açıklanabilmektedir. Bu dayanma sınırı

turizmin destinasyonda yarattığı fayda ile maliyet açısından oluşan denge olarak tanımlanabilmektedir. Destinasyonun finansal açıdan turizme çok fazla bağımlılığı farklı ekonomik sektörlerin zarar görmesi ile alakalıdır. Bu neden ile ekonomik taşıma kapasitesi bölgede bulunan maddi dengeler için önem arz etmektedir (Holden, 2002: 141; Newsame, 2002: 155).



2. BÖLÜM

TR21 BÖLGESİ VE TURİZM

Çalışmanın bu bölümünde TR21 Bölgesinin tarihsel gelişimi ile birlikte demografik, ekonomik ve coğrafi yapısı ele alınmaktadır. Bu kısımda istatistiki bölge birimleri sınıflamasının ortaya çıkışı ve tanımı hakkında bilgiler verilmektedir. TR21 Bölgesinin kültürel ve doğal varlıklarından bahsedilerek bölge turizmi değerlendirilmektedir.

2.1. TR21 Bölgesi ve Tarihsel Gelişimi

Bölge kavramı, günümüzde planlama kavramı ile beraber değerlendirilmektedir. Bölgesel ve yerel kalkınmadan bahsedebilmek için öncelikle ekonomik kalkınmanın meydana gelmesi beklenmektedir. Yerel kalkınma sayesinde oluşan ekonomik kalkınma aynı zamanda birden fazla etkiye sahiptir (Aydemir, 2002: 125).

Bölgesel kalkınmanın asıl amacı ulusal kalkınmaya temel oluşturmaktır. Bölgesel kalkınma; bölgelerin ekonomik, sosyal ve kültürel öğelerinde değişiklikler olarak tanımlanmaktadır. Yerel kalkınma ve bölgesel kalkınma birbirlerine benzeyen kavramlardır. Başka bir yaklaşım olan ülke kalkınması açısından bakıldığında, bu kavramların daha çok bileşenden ve karmaşık bir yapıdan oluştuğu düşünülmektedir (Sakarya, 2005: 99).

1988 yılında Avrupa Birliği İstatistik Bürosu (Eurostat) yaptığı araştırma ve çalışmalar sonucunda Avrupa Birliği sınırları içinde oluşacak istatistiklerden belli bir yapı oluşturabilmek için “İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması (İBBS) –Nomenclature of Territorial Units for Statistics (NUTS)” sistemini oluşturmuşlardır (Şengül ve öte., 2013: 2).

Türkiye, Avrupa Birliği aday ülkesi olması sebebi ile bu sistemi uygulamakta yükümlü olmuştur. Avrupa Birliği üyesi olma şartlarından biri olan sistem, 2002 yılında Devlet Planlama Teşkilatı ve Türkiye İstatistik Kurumu önderliğinde gerçekleştirilmiştir. Başta nüfus, coğrafi özellikler, kalkınma planları, sosyal ve ekonomik durum vb. kriterler gözetilerek Türkiye’de 12 tane Düzey 1, 26 tane Düzey 2 ve 81 tane Düzey 3 NUTS bölgesi oluşturulmuştur (Taş, 2006: 187).

Türkiye’de oluşturulan bölgelerde Trakya bölgesinde yer alan Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli illeri, TR21 kodu ile Düzey-2 kategorisinde yer alan “Tekirdağ Alt Bölgesi” içerisinde yer almaktadır. TR21 Bölgesi, Türkiye’nin İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflamasının oluşturduğu 26 istatistiki alt bölgesinden biridir. İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması kapsamında tüm şehirlere bir kod verilmiştir. TR21 Bölgesini oluşturan üç ilin kodları; “Tekirdağ (TR211), Edirne (TR212) ve Kırklareli (TR213)” olarak sıralanmıştır.



Şekil 1: Türkiye’nin İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflamasına Göre Düzey-2 Bölgeleri

Kaynak: Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü (2021).

Avrupa Birliği sözleşmeleri ve kalkınma planları kapsamında Türkiye, istatistiki bölge birimleri sınıflamasına bağlı olarak kalkınma ajansları kurmuştur. Toplam 26 kalkınma ajansı günümüzde aktif şekilde çalışmalarını yürütmektedir. TR21 Bölgesi kapsamında kurulan Trakya Kalkınma Ajansı (TRAKYAKA), bölgenin kalkınması için çalışmalar yapmaktadır (Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü, 2021).

2.1.1. TR21 Bölgesinin Demografik ve Coğrafi Yapısı

TR21 Bölgesi kendi içinde sınıflandırıldığında Tekirdağ (TR211), Edirne (TR212) ve Kırklareli (TR213) illerinden oluşmaktadır. Bölgede toplam 83 belediye, 26 ilçe ve 678 köy mevcuttur. Yüzölçümü (göller hariç) 18.665 km²’dir. Bölgenin toplam nüfusu 2020 yılı itibari ile 1850565’dir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2021).

Tablo 9: TR21 Bölgesinin Nüfus Gösterimi

YILLAR	TR	TR21	Tekirdağ	Edirne	Kırklareli
1970	31.391.421	849.001	287.381	303.234	258.386
1980	44.736.957	1.007.436	360.742	363.286	283.408
1990	56.473.035	1.182.953	468.842	404.599	309.512
2000	67.803.927	1.354.658	623 591	402 606	328 461
2010	73.722.988	1.521.328	798.109	390.428	332.791
2020	83.614.362	1.850.565	1.081.065	407.763	361.737

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, Bölgesel İstatistikler (2021).

TR21 Trakya Bölgesi coğrafi konum olarak Türkiye'nin kuzeybatısında yer almaktadır. Türkiye yüzölçümü açısından bölgenin kapladığı alan ise %2,4'dir. Ege Denizi, Karadeniz ve Marmara Denizi bölgenin deniz sınırlarıdır. TR21 Bölgesinin komşuları ise güneyinde Çanakkale, güneydoğusunda Marmara Denizi, güneybatısında Ege Denizi, kuzeyinde ve kuzeybatısında Bulgaristan ve Yunanistan, doğu sınırında İstanbul şehridir.

İklim açısından bölgesel farklılıklar görülmektedir. TR21 Bölgesi içinde yer alan Tekirdağ ve Edirne yarı nemli iklim tipi kategorisinde değerlendirilmektedir. Tekirdağ şehrinde yazlar sıcak, kışlar ılıktır. Edirne şehrinde ise karasal iklim mevcuttur ve yazlar sıcak ve kurak, kışlar çok soğuk ve sert geçmektedir. Kırklareli şehrinde ise Karadeniz iklimi görülmekte ve yaz ile kış sıcaklık farkları az olmaktadır (Meteoroloji Genel Müdürlüğü, 2021).

TR21 Bölgesinin hava ulaşımı Tekirdağ ili sınırlarında bulunan Çorlu Atatürk Havalimanı üzerinden gerçekleştirilmektedir. Bölgenin kara ulaşımı genellikle D-100 karayolundan sağlanmaktadır. TR21 Bölgesinin çoğunluğu tarım arazilerinden meydana gelmektedir. Verimli toprak yapısına sahip bir bölgedir. Arda Nehri, Tunca Nehri, Meriç Nehri, Ergene Nehri, Yıldız Dağları, Kuru Dağı, Mahya Dağı ve Ganos Dağı TR21 Bölgesinde yer almaktadırlar (Trakya Kalkınma Ajansı, 2013).

2.1.2. TR21 Bölgesinin Ekonomik Yapısı

TR21 Bölgesi, Türkiye Cumhuriyeti'nin Avrupa kıtasında olan topraklarında konumlanmaktadır. TR21 Bölgesi konumu itibari ile Avrupa'ya sınır oluşturmakta ve geçiş güzergahında bulunmaktadır. Bu özelliği sayesinde Avrupa ile sosyal ve ekonomik ilişkiler bakımından önem arz etmektedir. Bölge taşıdığı bu unsurlardan ötürü stratejik bir önem taşımaktadır.

TR21 Bölgesi, ülke ekonomisinde olduğu gibi bölgesel ekonomide de önemli rol oynamaktadır. Bölge 1980'li yıllardan bu yana sanayileşme faaliyetleri içinde yer almaktadır. Tekirdağ ili başta olmak üzere birden fazla yerde sanayi bölgeleri oluşturulmuştur. Sanayileşmenin yanında bölgede tarımsal faaliyetler de bulunmaktadır (Trakya Kalkınma Ajansı, 2010).

Milli gelir payı olarak TR21 bölgesi, 2020 yılı itibari ile Marmara Bölgesi içinde %4,77'lik bir paya sahip olduğu görülmektedir. TR21 Bölgesinde tarım, sanayi ve hizmet sektörü bölge ekonomisinin önde gelen faaliyet kolları olarak kabul edilmektedir. Bu sektörlerin bölge ekonomisindeki payları ise tarım (%7,63), sanayi (%44,3) ve hizmet (%47,6) şeklinde gerçekleşmektedir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2020).

Tablo 10: TR21 Bölgesinin Türkiye GSYH Büyümesine Katkısı

İstatistikî bölge birimleri sınıflaması (2. Düzey) TR21 Bölgesi										
2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
-4,82	8,43	11,20	4,79	8,49	4,94	6,08	3,32	7,50	2,96	0,92

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, İl Bazında Gayrisafi Yurt İçi Hasıla İstatistikleri (2020).

Kişi başına düşen gayrisafi katma değer istatistiklerine göre TR21 Bölgesi 2020 yılı verilerine göre 61.987 TL ve 10.916 ABD \$'ı ile ülke genelinde Düzey-2 bölge sınıflandırmaları arasında üçüncü sırada bulunmaktadır (Türkiye İstatistik Kurumu, 2020). Bölge açısından kişi başına düşen gayrisafi katma değer oranları sürekli artış göstermektedir.

Bölgesel Gayrisafi Katma Değer (GSKD); “Bir bölgede yerleşik ekonomik birimlerin belli bir dönemde bu bölgedeki ekonomik faaliyetleri sonucunda ürettikleri mal ve hizmetlerin (çıktı) değerinden, bu üretimde bulunabilmek için kullandıkları mal ve hizmetler (ara tüketim) değerinin çıkarılması sonucu elde edilen değer” olarak tanımlanmaktadır (Şengül ve öte., 2013: 82). TR21 Bölgesinin Türkiye GSYH Büyümesine katkısı 2020 yılında 0,92 olarak gerçekleştiği görülmektedir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2020).

Tablo 11: TR21 Bölgesinde Kişi Başına Düşen Gayrisafi Yurt İçi Hasıla

İstatistiki bölge birimleri sınıflaması	Kişi başına GSYH (TL)		Kişi başına GSYH (\$)	
	2019	2020	2019	2020
TR211 Tekirdağ	63 070	70 788	13 377	12 466
TR212 Edirne	37 405	44 088	7 933	7 764
TR213 Kırklareli	49 262	57 034	10 448	10 044
TR21 Bölgesi	54 415	61 987	11 541	10 916

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, İl Bazında Gayrisafi Yurt İçi Hasıla İstatistikleri (2020).

Kişi Başı Bölgesel Gayrisafi Katma Değer hesabında ise yıl ortasında bölge nüfus tahminine göre cari fiyatları temel alarak bölgesel gayrisafi katma değer bölünmesi sonucunda Türk Lirası olarak kişi başı bölgesel gayrisafi katma değer hesaplaması yapılmaktadır. Bu hesabın sonucunda ortaya çıkan rakamların ithalat endeksli ortalama döviz kuruna bölünmesi ile dolar bazında kişi başı bölgesel gayrisafi katma değer bulunmaktadır (Şengül ve öte., 2013: 82). TR21 Bölgesinde kişi başına düşen gayrisafi yurt içi hasılası 2020 yılında

61.987 TL ve 10.916 ABD \$ olduğu görülmektedir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2020).

2.1.3. TR21 Bölgesinin Tarihi, Kültürel ve Doğal Varlıkları

Günümüzde ülkelerin, bölgelerin veya alanların kalkınması konusunda üzerinde durulan önemli başlıklardan biri de kaynaklar ve kaynakların kullanımı konusu olduğu düşünülmektedir.

İnsanların etrafında var olmakla beraber, insanların gereksinimlerinin karşılanması ve toplumsal hedeflerin gerçekleştirilmesini sağlayan bütün araçlara “kaynak” denilmektedir. Dünya üzerindeki kaynaklar üç ana grupta incelemektedir. Bunlar; doğal kaynaklar, beşeri kaynaklar ve kültürel kaynaklar olarak sınıflandırılmaktadır (Başol, 1991: 27).

Doğal kaynaklar; “doğal süreçlerden geçerek meydana gelen ve insan gereksinimlerini giderilmesi için kullanılabilen kaynaklar” olarak tanımlanabilmektedir (Kuyucuklu, 1998: 14).

İnsan eliyle meydana gelen ve doğal süreçleri olmayan kaynaklar ise “beşeri kaynaklar” olarak ifade edilmektedir. Turizmin kaynağını oluşturan doğal kaynaklar dışında geçmişten bugüne geçen sürede insanların meydana getirdiği ve insan topluluklarını bir arada tutan kültürel kaynaklar da bulunmaktadır (Güvenç, 1994: 48).

Kültürel kaynaklar, insanların doğanın içinde lakin doğa ile beraber yaşamını devam ettirebilmesi için ürettiği tüm değerler olarak tanımlanmaktadır (Emekli, 2006: 53).

TR21 Bölgesi'nin doğal kaynaklar konusunda oldukça zengin olduğu düşünülmektedir. Bölgenin farklı yerlerinde çeşitli doğal kaynaklar bulunmaktadır. Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli illerinden oluşan bölgenin başlıca doğal kaynakları Tablo 12’de gösterilmektedir.

Tablo 12: TR21 Bölgesinin Başlıca Doğal Kaynakları

TR21 Bölgesi Doğal Kaynakları		
Meriç ve Tunca Nehri (Edirne)	Çamlıköy - Kastro (Tekirdağ)	Dupnisa Mağarası (Kırklareli)
Ergene Nehri (Edirne)	Ganos Dağları (Tekirdağ)	İğneada - Longoz Ormanı (Kırklareli)

Saros Körfezi (Edirne)	Şarköy Sahili (Tekirdağ)	Cehennem Şelaleleri ve Yıldız Dağları (Kırklareli)
---------------------------	-----------------------------	--

Kaynak: Trakya Kalkınma Ajansı, 2021.

TR21 Bölgesi doğal kaynaklar konusunda olduğu kadar çeşitli beşeri ve kültürel kaynaklara da ev sahipliği yapmaktadır. Bölge Asya ve Avrupa kıtaları açısından bir köprü niteliğinde olmasından dolayı, günümüze kadar pek çok uygarlığın yaşam alanı olduğu düşünülmektedir. Tarihi dönemlere ait yerleşim yerlerine örnek olarak; “Marmara Ereğlisi-Perintos, Vize-Bizya Antik Kenti, Edirne-Hadrianapolis Antik Kenti ve Enez-Ainos Antik Kenti” gösterilebilmektedir. Arkeolojik alanların aynı zamanda turizme katkısı bulunmaktadır. TR21 Bölgesinde tarihi ve kültürel açıdan değerli birçok yapı ve eser bulunmaktadır. Bölgenin başlıca beşeri ve kültürel kaynakları Tablo 13’te gösterilmektedir.

Tablo 13: TR21 Bölgesinin Başlıca Beşeri ve Kültürel Kaynakları

TR21 Bölgesi Beşeri ve Kültürel Kaynakları		
Selimiye Camii (Edirne)	Hızırbey Külliyesi (Kırklareli)	Antik Perinthos Kenti (Tekirdağ)
Şükrü Paşa Tabyası (Edirne)	Yayla Mahallesi ve Kırklareli Müzesi (Kırklareli)	Rakoczi Müzesi (Tekirdağ)
Lozan Amıtı, Lozan Müzesi ve Karaağaç (Edirne)	Kırklareli Tren Garı (Kırklareli)	Arkeoloji ve Etnografya Müzesi (Tekirdağ)

Kaynak: Trakya Kalkınma Ajansı, 2021.

Edirne’de bulunan Aziz Lonnis Kilisesi, Uzunköprü Özgürlük Heykeli ile Kırklareli’nde Demirköy Fatih Demir Dökümhanesi, İğneada Deniz Feneri ve Tekirdağ’da yer alan Namık Kemal Evi, St.Ioannis Theologos Manastırı bölgenin önemli beşeri ve kültürel kaynakları olarak gösterilmektedir.

Çalışmanın bu kısmında TR21 Bölgesinde turizmin varlığı, turizm istatistikleri ve turizm faaliyetleri ele alınmaktadır. Aynı zamanda bölgesel

kalkınma ve kalkınma ajansları hakkında bilgiler verilmektedir. TR21 Bölgesinin turizm açısından planları ve stratejilerinden bahsedilerek bölge turizmi değerlendirilmektedir.

2.2. Turizmin TR21 Bölgesinde Bölgesel Kalkınmaya Katkısı

Günümüzde hızla gelişen küreselleşme süreci ile birlikte hem ülkeler arası hem de bölgeler arası farklı gelişmişlik düzeyleri görülmektedir. Bu durum gelişen ve gelişme süreci devam eden ülkeler içinde ortaya çıkmaktadır. Gelişmişlik düzeylerinden meydana gelen farklılıklardan ötürü bölgesel kalkınma kavramı ve politikaları giderek önem kazanmaktadır (Yücel ve Ata, 2006: 505).

Bölgesel farklılıkların ortadan kaldırılması için öncelikle bölgenin birden fazla özelliğinin araştırılması gerekmektedir. Bölgesel farklılıkların minimum düzeye indirilebilmesi ya da ortadan kaldırılabilmesi bölgenin yaşam kalitesinin ve standartlarının yükseltilmesi açısından oldukça önemlidir. Bölgesel kalkınmanın başlayabilmesi için öncelikle bölgenin bir bütün şekilde ele alınıp tüm paydaşlarının sürece dahil edilmesi temel hedef olarak ifade edilmektedir (İncekara, 2001: 28).

Bölgesel kalkınma için gerekli altyapı çalışmaları yapılırken bir yandan da bu sürece katkı verebileceği düşünülen sektörlere de başvurulabilmektedir. Dünyada mevcut ülkelerin çoğunluğu bölgesel kalkınma için turizme yatırım yapmaktadır. Bölgesel kalkınmada turizmin etkin bir unsur olduğu düşünülmektedir. Gelişmiş ve kalkınma süreçlerini tamamlamış ülkeler için turizm önemli bir sektör olarak algılanırken, özellikle gelişme sürecini daha tamamlamamış ve kalkınma çabaları içinde olan ülkeler için bölgelerin kalkınmasında destekleyici bir güç olduğu düşünülmektedir (Yeşiltaş ve Öztürk, 2008: 3).

Turizm sektörünün bölgesel kalkınmaya verdiği değer ile beraber hem bölgenin hem de ülke ekonomisinin önemli derecede kazanç sağladığı tespit edilmektedir. Ülkelerin başta turizm potansiyeline sahip bölgelere olmak üzere yapacağı yatırımların, gelecekte pozitif bağlamda geri dönüşünü sağlamaktadır (Dinçer, 1993: 84).

Türkiye gelişme süreci devam eden ülkeler arasında sayıldığı için ülkenin yatırıma ayırdığı kaynaklar belli oranda sınırlı kalmaktadır. Kaynakların

sınırlı olmasından ötürü ortaya çıkan yatırım azlığı veya yatırımların belli bir bölgeye yığılması sonucu bölgesel eşitsizlikler ve farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Türkiye’de yapılan yatırımlara ve ayrılan kaynaklara bakıldığında Marmara Bölgesi ülkenin geri kalanından gelişmişlik düzeyi açısından önde görülmektedir. Bunun sonucu olarak düzensiz göç hareketleri gibi sorunlar görülmektedir. Gelişmemiş veya kalkınma süreci devam eden bölgelerin daha iyi seviyelere gelebilmesi için kullanılacak en önemli alan turizm sektörü olarak öne çıkmaktadır (Çeken, 2003: 148; Ökten ve Çeken, 2008: 113).

Turizm sayesinde hem bölgesel eşitsizlikler giderilmekte hem de sosyal ilişkiler gelişmektedir. Turizm bölgeye ekonomik faydası yanında kültüre ve sosyal yaşama da değer katmaktadır. Bölgesel olarak gelişen turizm ile beraber ilerleyen zamanda ülkenin uluslararası alandan alacağı turizm payının da artması beklenmektedir. Aynı zamanda turizm, bölgede yeni istihdam olanakları yaratmaktadır. Turizmin bir diğer bölgesel etkisi ise bölgeye gelen turistler nedeni ile bölge altyapı olanaklarının iyileştirilmesinin gerekliliğidir. Turizmin çevreye, doğaya, kentlere, iletişime, ekonomiye ve günlük yaşama dair katmış olduğu pozitif etkiler göz önüne alındığında, turizmin bölgesel kalkınma için önemli bir araç olduğu görülmektedir.

2.2.1. Trakya Kalkınma Ajansı ve Diğer Kuruluşlar

Merkezi hükümetten ayrı olarak idari bir yapı içerisinde sınırları belirlenmiş bir bölgenin sosyal ve ekonomik faktörlerini iyileştirmek amacıyla kalkınma ajansları kurulmaktadır. Kalkınma ajansları, 1930’lardan günümüze faaliyetlerine devam etmektedir. İlk kalkınma ajansı örneği olarak 1933’de Amerika Birleşik Devletleri’nde Tennessee Vadisi Yönetimi (TVA) gösterilmektedir. Günümüzde bölgesel kalkınma ajansı kavramının Avrupa Birliği’nin girişimleri ile ortaya çıktığı görülmektedir (Özkul ve Demirel, 2012: 162).

Gelişmiş ülkelerde uzun dönemlerden bu yana kalkınma ajansları görülmektedir. Gelişme süreci devam eden ülkelerde ise zaman geçtikçe ajansların çoğaldığı bilinmektedir. Hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler tarafından kalkınma ajansları, farklı tanımlamalarla açıklanmaya çalışılmaktadır. Avrupa Bölgesel Kalkınma Ajansları Birliği bu kavramı

“operasyonel özellikleri ile beraber endüstriyel ve genel kalkınma sorunlarını tanımlayan, bu sorunların çözülmesine imkan ve fırsat yaratarak iyileştirici projeleri destekleyen kuruluşlar” olarak ifade etmektedir (Arslan, 2016: 32).

Halkier’e göre kalkınma ajansı; “merkezi hükümetin ve yerel yönetimin ana yapısından ayrı olarak, genellikle basit siyaset araçlarını devreye sokarak yerel ekonomik kalkınmayı destekleyen, bölgesel anlamda yerleşik, kamu finansı ile desteklenen kurumlar” olarak ifade edilmektedir (Çiftçi ve öte., 2016: 113; Arslan, 2016: 32).

Genel bir ifade ile kalkınma ajansı; “önceden belirlenmiş sınırları olan bir alanın sosyal ve ekonomik faktörlerini geliştirmek için merkezi hükümetten ayrı olarak idari yapıda tesis edilen ajanslar” olarak tanımlanmaktadır (Berber ve Çelebi, 2005: 146).

Türkiye’de kalkınma ajansları, Bakanlar Kurulu kararı ile kurulan ve Kalkınma Bakanlığı tarafından organize edilen, özel çalışma şekline ve finansmanlara sahip, kar amacı bulunmayan, uygulamaları için hızlı karar alan, merkezi ve yerel otoritelerin haricinde kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları ile birlikte çalışan, kamu tüzel kişiliğine sahip birimler olarak faaliyetlerini sürdürmektedir (Trakya Kalkınma Ajansı, 2016).



Şekil 2: İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflamasına Göre Kalkınma Ajansları Haritası

Kaynak: Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü (2021).

Kalkınma Ajansları yer aldıkları ve görevli oldukları alanlarda hem bölgesel kalkınma için hem de yerel halk açısından önemli unsurlardan biri olarak sayılmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti sınırları içerisinde faaliyet gösteren toplam 26 adet kalkınma ajansı bulunmaktadır. Trakya Bölgesinde çalışmalarda bulunan birime “Trakya Kalkınma Ajansı” denilmektedir.

Trakya Kalkınma Ajansı kuruluşundan bugüne turizm eksenli araştırma ve çalışmalar gerçekleştirmektedir. Bölge turizminin daha iyi seviyelere gelebilmesi için projeler, planlar ve faaliyetler meydana getirmektedir. Çalışmaların ve araştırmaların temel amacı olarak bölgenin ve bölge insanlarının kalkınması hedeflenmektedir (Çiftçi ve öte., 2016: 113).

Türkiye’de bulunan kalkınma ajanslarının görev ve yetkileri merkezi hükümet tarafından belirlenmektedir. Bu görev ve yetkiler tüm ajanslar için ortak olarak on maddede sıralanmaktadır. Bunlar (Resmi Gazete, 2016):

- Yerel yönetimlere teknik açıdan yardımcı olmak,
- Bölge için hazırlanan plan ve projelere destek sağlayarak maddi ve manevi açıdan yardımcı olmak,
- Bölgenin ve yerel kalkınma ile ilgili kapasitesinin geliştirilmesine destek olmak,
- Bölge için önemli olarak görülen diğer kurum ve kuruluşların gerçekleştirdiği çalışmaları takip etmek,
- Kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları ile iletişim kurarak birlikte çalışmalar yapmak,
- Bölge için istihdama katkı sağlayacak şekilde tanıtım faaliyetlerinde bulunmak,
- Bölge şehirlerinde yatırımcılara yardımcı olmak ve yeni yatırım ortamları yaratılmasında rol almak,
- Başta küçük ve orta ölçekli işletmeler olmak üzere yeni girişimcileri teşvik etmek,
- Türkiye'nin ulusal ve uluslararası alanlarda tanıtımını yapmak ve bunun için gerekli planların yaratılmasında yardımcı olarak potansiyeli olan girişimlere yol açmak,
- Kalkınma ajanslarının faaliyetleri başta olmak üzere plan, proje, çalışma ve araştırmalarının paylaşılacağı resmi bir internet sitesine sahip olmaktır.

2.2.2. TR21 Bölgesinde Turizmin Önemi, Bölge Planları ve Stratejileri

Turizm sayesinde oluşan sosyal ve ekonomik kazançlar, bölgesel kalkınma için önemli rol oynamaktadır. Turizm faaliyetlerinin görüldüğü ve

geliştiği bölgelerde eğitim, altyapı ve sağlık gibi unsurların da olumlu etkilendiği görölmektedir. Bu etki sayesinde bölgesel kalkınma için gerekli ortam oluşturulmaktadır. Bölgeye gelecek olan ve gün geçtikçe sayısı artacak turistlerle beraber yerel ürünler başta olmak üzere yöresel bir gelişim de görölmektedir. Yerel halk açısından yeni iş sahaları ve istihdam olanaklarından, markalaşma, pazarlama ve girişimcilik alanlarında bölgenin kalkınması hedeflenmektedir.

Turizmin yaratacağı pozitif etkiler aynı zamanda bölgesel bir bilinç oluşturması açısından da önemli görölmektedir. Bu bilincin oluşabilmesi adına, TR21 Bölgesinde kamu kuruluşları ve özel sektörün 2009 yılından beri yapmış olduğu çalışmalar ve araştırmalar bulunmaktadır. Trakya Kalkınma Ajansı kurulduğu günden beri bölge için çeşitli raporlar hazırlamaktadır. Bu raporların başında TR21 Bölgesinin bölge planı raporu yer almaktadır. TR21 Bölgesi'nin bölge planı 2012 ve 2014 yılları arasında Trakya Kalkınma Ajansı'nın organizatörlüğü ile bilimsel araştırma, toplantı ve saha çalışmaları ile hazırlanmıştır. Bölge planı; "belli bir bölgenin sosyal ve ekonomik ilerleme seviyelerini, sektör bakımından ve yerleşim düzeni açısından taşıdığı potansiyel ve hedeflerini; bu hedefleri gerçekleştirebilmek için uygulamaya konulması gereken strateji ve eylemleri kapsayan detaylı ve üst ölçekli bir plan" olarak ifade edilmektedir (Trakya Kalkınma Ajansı, 2021).

Tablo 14: Trakya Kalkınma Ajansı'nın Faaliyet Raporu (2009-2020)

Hazırlanan Rapor Sayısı	174
Desteklenen Proje Sayısı	675
Harekete Geçirilen Kaynak	220 Milyon ₺
Teşvik Belgesi Düzenlenen Yatırım	354 Milyon ₺
Verilen Destek Miktarı	123 Milyon ₺
Eğitim ve Etkinliklere Katılan Kişi Sayısı	34.000

Kaynak: Trakya Kalkınma Ajansı, TR21 Bölgesi Faaliyet Raporu (2021).

Trakya Kalkınma Ajansı'nın oluşturduğu "TR21 Bölgesi Bölge Planı" raporunun sonucunda bölgede Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın belirlediği 17 farklı turizm türünün 10 tanesinin yapılabileceği mümkün görölmektedir. Coğrafi olarak etrafı denizle çevrili tek bölge konumunda olan TR21 Bölgesi,

turizm adına büyük bir potansiyeli de bünyesinde barındırmaktadır. Gelişmiş karayolu ağı, İstanbul gibi bir metropole yakınlığı ve Avrupa ile Türkiye arasında bir köprü niteliği taşıması ise bölge turizmi için fırsat kabul edilmektedir.

TR21 Bölgesi turistlerin geceleme sayıları veya turistlerin harcama miktarları bakımından OECD ülkelerine göre geri kalmaktadır. Dünya turizm trendler bakımından bakıldığında TR21 Bölgesi, başta kırsal turizm, doğa sporları ve gastronomi turizmi olmak üzere birçok yeni trend için uygun bir bölge olarak kabul edilmektedir. TR21 Bölgesinde uygulanacak turizm çeşitleri dikkate alındığında üç temel turizm koridoru oluşmaktadır. Bu koridorlar; “Kuzey Trakya Turizm Koridoru, Güney Trakya Turizm Koridoru ve Trakya Kültür Koridoru” olarak sıralanmaktadır (Trakya Kalkınma Ajansı, 2021).

Koçaz, Saray, Vize, Demirköy ilçeleri ve Kıyıköy ile İğneada beldelerinin de içinde bulunduğu alana “Kuzey Trakya Turizm Koridoru” denilmektedir. Keşan, Şarköy, Enez ilçeleri ile Ganos Dağlarının olduğu alan “Güney Trakya Turizm Koridoru” olarak isimlendirilmektedir. Trakya Kültür Koridoru ise TR21 Bölgesinin tarihi ve kültürel öğelerinin bulunduğu alanları kapsamaktadır. Bu kültür hattı Tekirdağ’ın Marmara Ereğlisi ilçesinden başlayıp Edirne’nin Enez ilçesine kadar uzanmaktadır. TR21 Bölgesinde oluşturulan turizm koridorları sayesinde turizmin bölgede gelişmesi hedeflenmektedir. TR21 Bölgesinde turizmden etkin ve verimli şekilde yararlanmak için politikalar belirlenmiştir. Bunlar (Trakya Kalkınma Ajansı, 2021):

- Tematik ve bütüncül bir turizm yaklaşımı ile bölge turizmi geliştirilmeli,
- Bölgedeki kültür ve turizm varlıkları korunmalı ve geliştirilmeli,
- Bölge turizminin tanıtımı yapılmalı,
- Turizm için yeterli insan kaynağı oluşturulmalıdır.

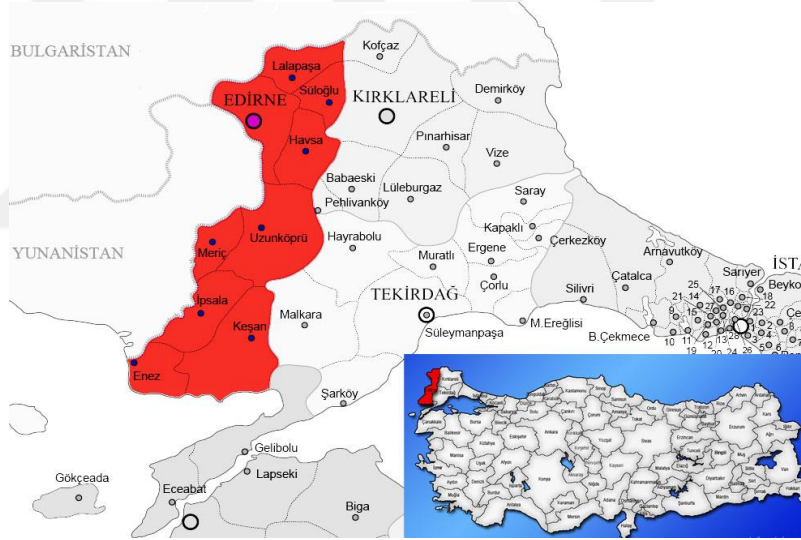
2.2.3. TR21 Bölgesinde Ulusal ve Uluslararası Turizm Faaliyetleri

TR21 Bölgesinde bulunan Edirne, Tekirdağ ve Kırklareli şehirleri hem önemli bir turizm destinasyonunu hem de büyük bir turizm potansiyelini

temsil etmektedir. Trakya Bölgesinin etrafında üç önemli denizin bulunması ve jeopolitik konumu sebebi ile Türkiye sınırları içerisinde önemli bir konumda bulunmaktadır.

TR21 Bölgesinde yer alan Edirne vilayeti, konum itibari ile hem Yunanistan hem de Bulgaristan sınırında bulunmaktadır. Bu özelliğinden dolayı Avrupa ile Türkiye arasında geçiş yolu niteliği taşıyan Edirne’de hem kara hem de demiryolu ile bağlantılı beş adet gümrük kapısı bulunmaktadır. Edirne’de bulunan sınır kapıları; “İpsala, Kapıkule, Uzunköprü, Pazarkule ve Hamzabeyli” olarak adlandırılmaktadır (Edirne İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021).

Sınır kapıları vasıtası ile Edirne’de çok sayıda turist ağırlanmaktadır. Edirne ili konumu, tarihi, sosyal ve kültürel geçmişi, ekonomik zenginlikleri ile beraber önemli bir turizm merkezi olarak ortaya çıkmaktadır.



Şekil 3: TR21 Bölgesinde Edirne’nin Konumu

Kaynak: Trakya Kalkınma Ajansı, 2021.

Edirne geçmişte Osmanlı İmparatorluğu’na başkentlik yaptığından dolayı il sınırları içerisinde çok sayıda Osmanlı’ya ve Türk kültürüne ait eserler bulunmaktadır. Şehirde 2020 yılı itibari ile 105 sit alanı ve 715 tarihi eser bulunmaktadır (Edirne Valiliği, 2021).

Turizme katkı bağlamında şehirde festivaller ve organizasyonlar da düzenlenmektedir. Edirne’de organizasyon ve festivallere ilkbahar aylarında düzenlenen “Kakava ve Hıdrellez Festivali, Bando ve Ciğer Festivali ve

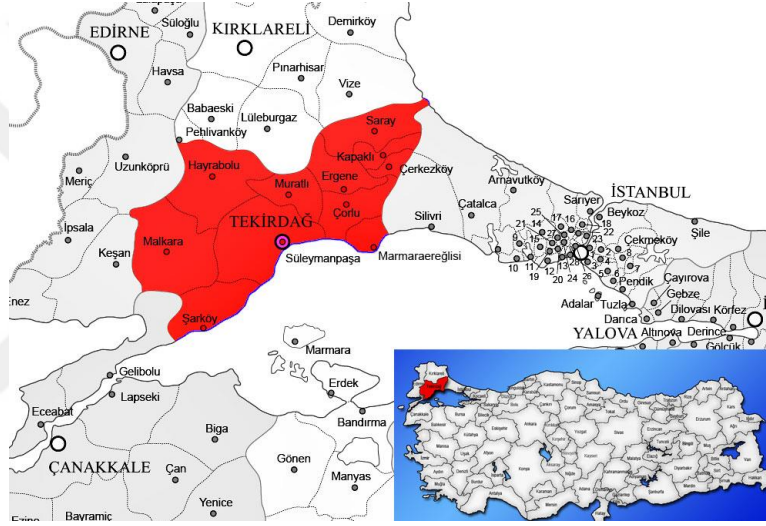
Klarnet Festivali”, yaz aylarında organize edilen “Tarihi Kırkpınar Yağlı Güreşleri” örnek gösterilebilmektedir. Edirne’de düzenlenen organizasyonların temaları genellikle spor, kültür, gastronomi, müzik, sanat ve sosyal etkinlikler olarak görülmektedir (Edirne Belediyesi, 2021).

Edirne’nin turizm açısından önemli bir destinasyon olmasını sağlayan bir diğer turistik unsur ise UNESCO Kültür Mirası Listesi’nde bulunan Selimiye Camii ve Külliyesi’dir. Edirne’de bulunan Selimiye Cami, Osmanlı İmparatorluğu döneminden kalan bir tarihi miras olarak varlığını korumaktadır. Selimiye Camii ve Külliyesi öncelikle 2000 yılında UNESCO tarafından Dünya Mirası Geçici Listesi’ne alınıp ardından 2011 yılında Dünya Mirası olarak kabul edilmiştir (Edirne Valiliği, 2021). Edirne’de düzenlenen Tarihi Kırkpınar Yağlı Güreşleri organizasyonu UNESCO tarafından 2010 yılında ‘İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Miras Temsili Listesi’ne eklenmiştir (Edirne İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021).

Edirne şehrinde İpsala ve Enez ilçesi sınırları içerisinde yer alan Pamuklu ve Küçük Gala göllerini de kapsayan alan 2005 yılında Milli Park olarak kabul edilmiştir. Gala Gölü Milli Parkı içerisinde çeşitli canlı türlerini barındırmakta ve göl ekosistemleri için önemli bir örnek olarak gösterilmektedir. Şehirde bulunan bir diğer turist çekim noktası ise II. Beyazıt Külliyesi’dir. Günümüzde “Sağlık Müzesi” olarak ziyaretçi kabul etmekte olan külliye, 2004 yılında Avrupa’nın “En İyi Sağlık Müzesi” ödülüne layık görülmüştür (Çiftçi ve öte., 2016: 114).

TR21 Bölgesinin hem gelişmişlik düzeyi hem de nüfus yoğunluğu açısından en büyük üyesi olan Tekirdağ, turizm açısından önemli bir turizm potansiyelini bünyesinde barındırmaktadır. Şehir stratejik konumu, kültürel öğeleri, tarihsel geçmişi ve doğal varlıkları ile öne çıkan bir turizm destinasyonu olarak kabul edilmektedir. Tekirdağ konumu itibari ile hem Karadeniz hem de Marmara Denizi ile sınırı bulunmaktadır. Şehrin sınırları içerisinde Ganos Dağları ve Istranca Dağlarının bir bölümü yer almaktadır. Tekirdağ’da yapılan başlıca turizm faaliyetleri; “Gastronomi turizmi, Kültür turizmi, deniz turizmi, kırsal turizm, avcılık, kampçılık, karavan ve yamaç paraşütü” olarak sıralanabilmektedir (Tekirdağ Büyükşehir Belediyesi, 2021).

TR21 Bölgesinde gelişen gastronomi turizmi açısından Tekirdağ'da yaz aylarında organize edilen “Kiraz Festivali, Ergene Boza Festivali, Trakya Bağ Bozumu ve Ekoloji Festivali” büyük önem taşımaktadır. Tekirdağ'ın Şarköy ilçesinde bulunan Uçmaktdere'de düzenli olarak yaz aylarında gerçekleştirilen “Yamaç Paraşütü Şenlikleri” yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir. Tekirdağ aynı zamanda Türkiye'nin ilk şarap müzesine ev sahipliği yapmaktadır. Aynı zamanda şehirde gastronomi turizmi kapsamında “şarap tadım günleri ve şarap festivalleri” yapılmaktadır. Trakya Bağ Rotasında bulunan Tekirdağ'da bağ bozumu turları gerçekleştirilmektedir (Tekirdağ Valiliği, 2021).



Şekil 4: TR21 Bölgesinde Tekirdağ'ın Konumu

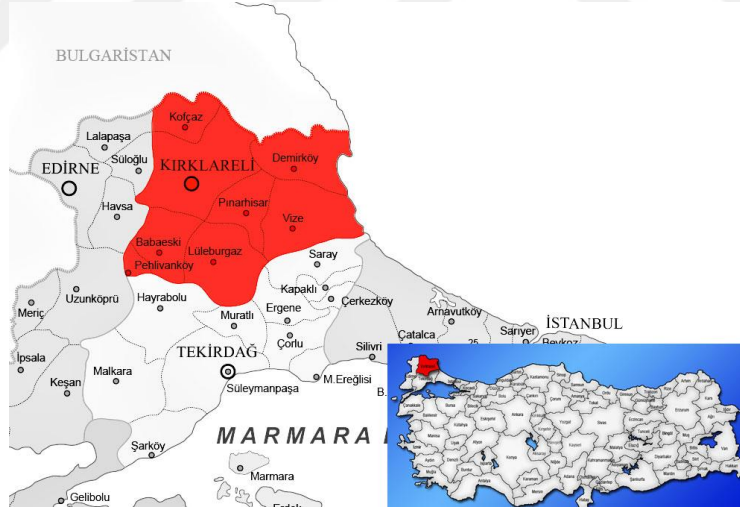
Kaynak: Trakya Kalkınma Ajansı, 2021.

Tekirdağ arkeolojik kazı alanları ve tarihi yapılar açısından da zengin bir bölge olarak bilinmektedir. Bisanthe, Perinthos, Heraion Teichos, Ganos, Toronte, Apri, Barbaros, Misinli, Beşiktepe, Güneşli ve Hora Tepesi gibi önemli antik ve tarihi yaşam alanları Tekirdağ'da bulunmaktadır. Macar turistlerin uğrak yeri olan ve her yer yıl anma törenleri yapılan Rakoczi Müzesi ise Süleymanpaşa ilçesinde yer almaktadır. Namık Kemal Evi Müzesi ve Etnografya Müzesi de kentin önemli turizm noktası olarak öne çıkmaktadır (Tekirdağ Büyükşehir Belediyesi, 2021).

TR21 Bölgesinin bir diğer üyesi olan Kırklareli ise Bulgaristan ve Karadeniz sınırında yer almaktadır. Şehirde öne çıkan turizm faaliyetleri; “Kıyı turizmi, kültür turizmi, gastronomi turizmi, kampçılık, avcılık ve doğa

sporları” olarak gerçekleştirilmektedir. Kırklareli’de bulunan “Kırklareli Müzesi, Atatürk Evi Müzesi, Ali Rıza Kültür Evi, Yayla Parkı, Dupnisa Mağarası, Vize Kalesi, Küçük Ayasofya Camii, Hızırbey Camii ve Külliyesi” şehrin önemli turizm noktaları olarak görülmektedir (Kırklareli Valiliği, 2021).

TR21 Bölgesinde bulunan Kırklareli aynı zamanda orman ve göl açısından zengin bir bölgede bulunmaktadır. Şehrin Karadeniz sınırında yer alan İğneada ve Kıyıköy sahilleri önemli turizm potansiyeli oluşturmaktadır. İl sınırları içerisinde turistik anlamda bakıldığında höyükler, tümülüsler, kaleler, mağaralar, dolmenler, manastırlar, camiler, hamamlar, köprüler dikkat çekmektedir. Bölgenin tüm mevsimlerinde farklı turizm faaliyetleri gerçekleştirilmektedir. Turizm çeşitliliği bakımından büyük bir potansiyele sahip olan Kırklareli, sınırları içerisinde yer alan Dereköy sınır kapısı sayesinde Avrupa ile Türkiye için bir geçiş güzergahı oluşturmaktadır. Dereköy sınır kapısı nedeni ile birçok yabancı turist ziyaret ettiği Kırklareli, önemli bir turizm destinasyonu olarak bölgesel gelişimini sürdürmektedir (Kırklareli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021).



Şekil 5: TR21 Bölgesinde Kırklareli’nin Konumu

Kaynak: Trakya Kalkınma Ajansı, 2021.

TR21 Bölgesi adına Kırklareli kendi içerisinde Longoz Ormanları gibi birçok ekosistemin bir arada olduğu özel bir flora ve faunayı bulundurmaktadır. Bu alanlarda doğa turizm ile beraber birçok aktivite gerçekleştirilebilmektedir.

Kırklareli gastronomi turizmi açısından da TR21 Bölgesi için önem taşımaktadır. Şehirde yaz aylarında düzenlenen Trakya Gastronomi Festivali, Karahıdır Kiraz Şenlikleri, Pavli Panayırı, sonbahar aylarında düzenlenen Karagöz Kültür Sanat ve Kakava Festivali, Yayla Bolluk Bereket Hasat ve Bağ Bozumu Şenlikleri, ilkbahar aylarında düzenlenen Hamitabat Sucuk Festivali ve Demirköy Çilek Festivali gastronomi turizmi adına bölge için önem taşıdığı düşünülmektedir (Kırklareli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021).

2.2.4. TR21 Bölgesinde Turizm İstatistikleri

Günümüzde bölgesel kalkınma için gerekli görülen ve önemli sayılan kavramlardan birisi turizmdir. Turizmin gelişimi sayesinde bölgenin ve yerel halkın olumlu yönde kalkınması beklenmektedir. Turizmden en üst düzeyde fayda sağlayabilmek için birden fazla parametrenin bilinmesi gerekmektedir. Bölgeye gelen turistlerin istek ve ihtiyaçlarının bilinmesi kadar bölge potansiyelinin de araştırılması gerekmektedir. Bu araştırma için de ayrıntılı istatistiksel bilgilere gereksinim duyulmaktadır. Türkiye’de turizm istatistikleri Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ve Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından araştırılmaktadır (Erol ve Hassan, 2013: 4).

Tablo 15’te TR21 Bölgesinin 2020 yılında faaliyetlerini devam ettiren turistik tesis sayıları ve yatak istatistikleri verilmiştir. Buna göre TR21 Bölgesinde en fazla turistik tesis ve bu tesislere bağlı yatak sayısı bakımından öne çıkan il Edirne olarak görülmektedir. Tablo 15’e bakıldığında Kırklareli ilinin tesis ve yatak sayısı açısından TR21 Bölgesi için en düşük performansa sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 15: TR21 Bölgesi 2020 Yılı Tesis ve Yatak Sayıları

İstatistiksel Bölge Birimleri Sınıflaması	Tesis	Yatak
TR211 Tekirdağ	76	5.809
TR212 Edirne	124	8.399
TR213 Kırklareli	29	2.029
TR21 Bölgesi	229	16.237

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri (2020).

Tablo 16’da TR21 Bölgesinin yabancı ziyaretçi sayıları yer almaktadır. Buna göre 2019 yılında bölgeye toplam 3.579.232 yabancı ziyaretçi geldiği görülmektedir. 2019 yılı verilerine bakıldığında TR21 Bölgesi adına bu istatistikte öne çıkan ilin 3.162.945 kişi ile Edirne olduğu görülmektedir. Edirne ilinin konumu itibari ile sınırda olması ve diğer iki vilayete göre kültürel, tarihi, doğal zenginlik konusunda ileride olması, bu sonucun ortaya çıkmasında etkili olduğu düşünülmektedir.

Tablo 16: TR21 Bölgesi 2015-2019 Yılı Yabancı Ziyaretçi Sayıları

İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması	2015	2016	2017	2018	2019
TR211 Tekirdağ	23.502	22.765	19.999	16.124	48.502
TR212 Edirne	2.703.085	2.697.136	2.840.479	3.090.859	3.162.945
TR213 Kırklareli	314.839	314.084	326.720	356.641	367.785
TR21 Bölgesi	3.041.426	3.033.985	3.187.198	3.463.624	3.579.232

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri (2020).

Tablo 17’de TR21 Bölgesinde faaliyetlerini devam ettiren otellerin doluluk oranları yer almaktadır. Tabloya göre bölgenin son 5 yıl içerisinde toplam doluluk oranı ortalaması %25,96 olarak gerçekleşmiştir. Bölge potansiyeli düşünüldüğünde TR21 Bölgesi için otel doluluk oranlarının düşük olduğu görülmektedir. Bölgede bulunan iller arasında otel doluluk oranları açısından farklılık olmadığı sonucuna varılmaktadır.

Tablo 17: TR21 Bölgesi 2015-2019 Yılı Otel Doluluk Oranları

İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması	2015	2016	2017	2018	2019
TR211 Tekirdağ	%23,99	%26,71	%27,20	%30,64	%29,53

TR212 Edirne	%30,91	%26,20	%23,43	%26,38	%27,38
TR213 Kırklareli	%21,76	%22,56	%18,64	%25,54	%28,66
TR21 Bölgesi	%25,55	%25,15	%23,09	%27,52	%28,52

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri (2020).

Tablo 18’de TR21 Bölgesinde yer alan müzelerin ve bu müzeleri ziyaret eden turistlerin verileri yer almaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu’na göre 2019 yılında TR21 Bölgesinde toplam 13 tane müze bulunmaktadır. TR21 Bölgesinde bulunan müzelerde toplam 59.989 adet eser yer almaktadır.

Tablo 18: TR21 Bölgesinde Müze ve Ziyaretçi Sayıları

2019	Müze Sayısı	Müze Eser Sayısı	Müze Ziyaretçi Sayısı
Tekirdağ	2	23.901	9.522
Edirne	9	29.128	832.089
Kırklareli	2	6.960	12.482

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, Kültürel Miras İstatistikleri (2020).

Tekirdağ’da bulunan müzelerin tamamı Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı bulunmaktadır. Edirne’de yer alan müzelerin 7 tanesi özel, 2 tanesi ise Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı olarak faaliyet göstermektedir. Kırklareli’de bulunan müzelerden 1’i özel diğeri ise Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde bulunmaktadır. TR21 Bölgesinde var olan toplam 13 müzeye 2019 yılında toplam 854.093 kişinin ziyaret ettiği tespit edilmiştir.

2.3. Yerel Halkın Turizme Dönük Algısı ve Desteği Üzerine İlgili Çalışmalar

Yerel halkın turizm algısının, turizme verilen desteğe etkisinin belirlenmesi adına algı ve destek kavramları üzerinden literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Konu ile ilgili çalışmalara ve araştırmalara erişilmiştir. Algılanan turizm etkisi ve turizme karşı verilen desteğe ilişkin çalışmaların çoğunun, yerel halk temelli yapıldığı görülmektedir (Belisle ve Hoy, 1980; Perdue ve öte., 1987; Ap, 1992; Haralambopoulos ve Pizam, 1996; Akis ve öte., 1996; Tosun, 2002; Ko ve Stewart, 2002; Akova, 2006; Cengiz ve

Kırkibir, 2007; Frauman ve Banks, 2011). Gerçekleştirilen çalışmalara bakıldığında genellikle algılanan turizm etkisi bakımından, turizmin çevresel (Liu ve öte., 1987), ekonomik (Kottke, 1998), kültürel (Besculides ve öte., 2002) ve sosyal (Tayfun ve Kılıçlar, 2004) etkilerinin ön plana çıktığı görülmektedir.

Yoon ve öte. (2001) çalışmalarında yapısal eşitlik modeli kullanarak, turizmin ekonomik, kültürel, çevresel ve sosyal etkilerinin toplam turizm etkisini hangi düzeyde etkilediğini incelemişlerdir. Yerel halkın turizme desteğini açıklayabilmek adına ise toplam turizm etki düzeyi kullanılmıştır. Çalışmada turizmin etkilerinin, toplam turizm etkisi üzerine etki ettiği tespit edilmiştir. En güçlü etkinin ise ekonomik unsurlar olduğu saptanmıştır.

Çavuş ve Tanrısevdi (2003) çalışmalarını Kuşadası bölgesinde yerel halk üzerine uygulamışlardır. Bölgede bulunan yerel halkın turizme karşı tutum ve davranışları incelenmiştir. Çalışma sonucunda yerel halkın turizme karşı negatif bir tutum içinde olduğu belirlenmiştir. Doxey Tolerans Modeli kullanılarak, bölgede yerel halkın bulunduğu düzey belirlenmeye çalışılmıştır. En büyük sorun olarak, bölgede oluşan yoğunluk ve kalabalıklaşma gösterilmiştir.

Tayfun ve Kılıçlar (2004) çalışmalarını Gazipaşa ve Alanya’da bulunan yerel halk üzerine gerçekleştirmişlerdir. Yerel halkın turizme ve turiste ait algıları belirlenmeye çalışılmıştır. Genel itibari ile yerel halkın, turizme karşı pozitif bir algı içinde olduğu belirlenmiştir. Belirlenen pozitif algının en büyük nedeni yeni iş sahalarının ve yeni istihdam olanaklarının ortaya çıkması olarak saptanmıştır. En güçlü negatif algı sebebi olarak, bölgede oluşan çevresel kirlilikler gösterilmiştir.

Kuvan ve Akan (2005) yaptıkları çalışmada Belek’te bulunan yerel halkın, turizm etkilerine ait algılarını araştırmışlardır. Yapılan çalışmalar sonucunda yerel halk, turizm sayesinde ekonomik fayda sağlanması ve pozitif kültürel alışverişler yaşanması sebebi ile turizmi desteklediklerini söylemektedirler. Çalışmada yerel halk turizm adına negatif olarak çevresel kirlilikleri ön plana çıkarmıştır.

Uslu ve Kiper (2006) araştırmalarını Beypazarı’nda bulunan yerel halk üzerine gerçekleştirmişlerdir. Yerel halkın turizm algısı belirlenmeye

çalışılmış ve turizmin etkileri ölçülmüştür. Yerel halk açısından turizme karşı pozitif bir algı olduğu belirlenmiştir. Yerel halkın negatif olarak algıladığı unsurlar ise kültürel sorunlar olarak ortaya çıkmıştır.

Cengiz ve Kırkbir (2007) çalışmalarını Bodrum'da 193 katılımcı ile gerçekleştirmişlerdir. Algılanan toplam turizm etkisi ile turizme verilen destek arasında ilişki ölçülmüştür. Yapısal eşitlik modeli kullanılan araştırmada, turizmin etkilerinin turizme verilen desteğe anlamlı düzeyde etki ettiği belirlenmiştir.

Bertan (2009) Pamukkale'de gerçekleştirilen çalışmada yerel halkın algısı ile turizmin çevresel etkileri araştırılmıştır. Çalışma sonucunda bölgede yaşayan yerel halkın turizm gelişimine inandığı ve çevresel etkilerin pozitif açıdan gelişeceği düşüncesine varılmıştır.

Ayaz (2009) çalışmasında Zile'de yer alan yerel halkın turizme karşı düşüncelerini ölçmeye çalışmıştır. Yerel halkın turizme karşı hem pozitif hem negatif açıdan yaklaştığı görülmüştür. Pozitif açıdan yerel halk, turizmin ekonomik faydalarını düşünürken, negatif açıdan ise mal ve hizmet ücretlerinin yükselmesi endişesine sahip olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Özdemir ve Kervankıran (2011) Afyonkarahisar'da 1025 katılımcı ile anket çalışması yapmıştır. Çalışmanın amacı yerel halkın turizme karşı ve turizmin etkilerine karşı yaklaşımlarının tespit edilmesi olarak belirlenmiştir. Araştırma bulgularına göre yörede bulunan yerel halkın turizme ve turizm gelişimine karşı pozitif bir yaklaşım içinde olduğu görülmüştür. Yerel halkın verdiği cevaplardan yola çıkarak, bölgede turizm yatırımlarının artması gerektiğine vurgu yapılmıştır.

Çetinkaya (2013) Yerel halkın Belek'te yaşanan golf turizmine yönelik turizm etki ve algılarının tespit edilmesi amacı ile 280 katılımcılı bir anket çalışması yürütmüştür. Çalışma sonunda yerel halkın çevresel etkiler dışında, tüm turizm etkilerine karşı pozitif bir algıya sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

Özaltın Türker ve Türker (2014) araştırmalarında sosyal, çevresel, kültürel ve ekonomik unsurlardan var olan toplam turizm etkisi faktörünün, yerel halk açısından ne düzeyde algılandığı ve turizme destekleri bakımından ne düzeyde etkisi olduğu araştırılmıştır. Çalışma 658 katılımcı ile anket tekniği uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın bulgularına göre yerel

halk açısından sosyo-kültürel faktörlerin, turizme destek için en önemli etki olduğu sonucuna varılmıştır. Turizm sektöründe çalışanların turizme karşı tutumlarının daha pozitif, turizm sektöründe yer almayanların ise tutumlarının daha negatif olduğu tespit edilmiştir.

Işık ve Çalkın (2016) İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırmasına göre TRA2 olarak adlandırılan bölgede yerel halkın turizm kavramına karşı algısı ve tutumu ölçülmüştür. Çalışma 400 katılımcı ile anket tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda TRA2 (Ağrı, Ardahan, Iğdır ve Kars) bölgesinde yaşayan yerel halkın turizme dair yatırımların artması ve bölge imajının düzelmesi, turizm gelirlerinin artması, turizm sayesinde yaşam kalitesinin yükselmesi gibi istekleri olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca araştırmanın bulgularına göre demografik özellikler ile yerel halkın turizme karşı algı seviyeleri arasında anlamlı farklılıklar meydana gelmiştir.

Garcia-Almeida ve öte. (2016) çalışmalarında İspanya'da bulunan Benalmadena bölgesinde yaşayan yerel halkın demografik değişkenlerine göre turizme karşı algılarını tespit etmeye çalışmışlardır. Araştırma 720 katılımcı ile anket tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Çalışma bulgularına göre demografik değişkenlerin, turizm algısını değiştirdiği sonucuna varılmıştır.

Karakaş ve Şengün (2017) araştırmalarında yerel halkın turizm faaliyetlerine karşı algılarını ve tutumlarını belirlemeye çalışmışlardır. Diyarbakır'da yaşayan yerel halktan 347 katılımcı ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda turizmin istihdam yarattığı, yaşam kalitesini arttırdığı ve ekonomik faydalar sağladığı kanaatine varılmıştır. Yerel halkın turizme destek konusunda tutumları pozitif olarak belirlenmiştir.

Yapılan literatür taraması sonucunda turizme yönelik algı, tutum ve destek bağlamında birçok çalışma ve araştırma yapıldığı görülmektedir. Çalışmaların çoğu yerel halk üzerine olmakla beraber, belirli turizm etkileri kapsamında farklı bölgelerde gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Ulusal ve uluslararası literatürde TR21 (Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli) Bölgesi çerçevesinde turizmin algı, etki ve desteği konulu bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu noktada TR21 Bölgesi'nde yerel halkın turizm algısının, turizme verilen desteğe etkisinin belirlenmesi konulu çalışmanın

başta bölgeye, bölge halkına, turizm paydaşlarına ve literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.



3. BÖLÜM

YEREL HALKIN TURİZM ALGISININ TURİZME VERİLEN DESTEĞE ETKİSİNİN BELİRLENMESİ: TR21 BÖLGESİ ÖRNEĞİ

Çalışmanın bu kısmından önceki bölümlerinde turizm ve yerel halk kavramı, turizmin etkileri, yerel halkın turizm algısı ile ilgili modeller ve teoriler ile TR21 Bölgesi hakkında literatür taraması sonucunda elde edilen bilgiler konu edilmiştir. Çalışmanın bu bölümünde ise TR21 Bölgesi kapsamında yerel halkın turizm algısının, turizme verilen desteğe etkisinin belirlenmesine yönelik araştırmanın amacına, evrenine, örnekleme, veri toplama tekniklerine, veri analiz yöntemlerine ve ortaya çıkan verilerin analizleri ile çalışma sonuçlarına yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bir ülkede veya bölgede turizmin gelişiminin sağlanabilmesi için önemli bir paydaş olan yerel halkın desteği ve katılımı gerekmektedir. Turizm destinasyonlarında bulunan işletmeler başta olmak üzere maksimum düzeyde faydalı bir hizmet sunabilse dahi yerel halkın yardımı ve pozitif tutumu oluşmazsa turizm için harcanan çabaların başarıya ulaşması beklenmemektedir.

Araştırmanın amacı TR21 Bölgesi sınırları içerisinde yaşayan yerel halkın turizm algısının belirlenmesi ve bu algının turizme verilen desteğe etkisinin olup olmadığının ortaya çıkarılmasıdır. Araştırma turizmin ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel ve toplam etkileri ile birlikte oluşan turizm algısının üzerinden, bu algının yerel halkın turizme olan desteği üzerinde etkisinin olup olmadığını test etmektedir.

Çalışmanın diğer bir amacı ise turizm algısı ve turizm desteği konularında alan yazına katkı sağlamaktır. Aynı zamanda araştırmanın hedefi TR21 Bölgesi içerisinde yaşayan yerel halkın hangi şartlarda turizme destek verdiğini belirlemek ve bu şartların oluşmasında nelerin rol oynadığını ortaya koymaktır.

Araştırmanın planladığı katkı ise turizm olgusunun yerel halk açısından destek görmesi adına ihtiyaç duyulan koşulların tespit edilmesi ile beraber

ulusal turizmin daha iyi koşullara sahip olabilmesinde yardımcı olabilecek verileri ortaya çıkarmaktır. Hem kamu sektörünün hem de özel sektörün turizm faaliyetleri, tespit edilecek veriler sayesinde yerel halkın turizm hareketliliklerine katılabılnesını ve desteklemesini sağlayacak aktivitelerde bulunabileceklerdir. Çalışma sonucunda TR21 Bölgesi olarak adlandırılan bölgede bulunan şehirlerde, turizmin gelişmesine katkı sağlanması ve akademik literatüre fayda sağlanması beklenmektedir.

3.2. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Araştırma turizm algısı ve desteği kapsamında TR21 Bölgesi sınırları içerisinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma zaman ve maliyet sınırlılığından ötürü sadece TR21 Bölgesi kapsamında bulunan yerel halk üzerinde uygulanmıştır. Araştırmanın saha ve anket çalışması 2020 yılının Ekim-Aralık aylarında 450 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada kullanılan yöntemlere ait bilgiler aşağıda verilmiştir.

3.3.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklem Seçimi

Araştırmanın genel evreni, TR21 Bölgesinin tüm il ve ilçelerinde yaşayan yerel halk olarak belirlenmiştir. 2020 yılının TÜİK verilerine göre TR21 Bölgesi toplam nüfusu 1.850.565 olarak tespit edilmiştir. Araştırma için yapılacak olan çalışmalarda tüm il ve ilçelerde yaşayan yerel halka ulaşmak mümkün olmadığı için genel evreni daha çok ulaşılabilir kılabilmek adına ve turizm algısının ortaya çıkarılabılnesını için TR21 Bölgesi içerisinde bulunan Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli illerinin merkez ilçeleri çalışma evreni olarak belirlenmiştir. Araştırmanın çalışma evreni, TÜİK verilerine göre nüfusu 486.353 olan Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli illerinin merkez ilçesinde bulunan yerel halk olarak belirlenmiştir. Araştırma adına belirlenen çalışma evreni, genel evrene kıyasla ulaşılması daha mümkün görölmektedir.

Çalışma evrenine zaman sorunu, maddi kısıtlar ve insan gücü sınırlılıkları nedenleriyle ulaşmanın sorun olmasından dolayı, örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmada anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Araştırma adına katılımcılardan 450 anket toplanmış ve 450 veri analiz edilmiştir. TR21 Bölgesi içinde bulunan Tekirdağ, Edirne ve

Kırklareli şehirlerinde yer alan yerel halk içerisinde anket uygulamasına katılmak isteyen gönüllü katılımcılar ile araştırma gerçekleştirilmiştir.

3.3.2. Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli

Araştırmalarda ve çalışmalarda herhangi bir önerme, bilimsel açıdan incelenmeye başlandığında hipotez (Hypothesis) olmaktadır (Kozak, 2018: 47). Genel anlamda hipotezler, araştırmacı tarafından incelenen sorunlarla alakalı olarak araştırmanın ilk başında dile getirdiği, öne sürdüğü, yanlışlığı veya doğruluğu daha test edilmemiş önermelerdir (Saruhan ve Özdemirci, 2018: 21).

Türkçe kaynaklarda hipotez kavramı yerine faraziye, varsayım veya denence sözcükleri de yer alabilmektedir (Büyüköztürk ve öte., 2019: 67). Araştırmanın hipotezleri aşağıda sıralı bir şekilde gösterilmektedir:

H₁ Yerel halkın demografik özellikleri ile turizm algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

- **H_{1a}** Yerel halkın cinsiyetleri ile turizm algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- **H_{1b}** Yerel halkın medeni durumları ile turizm algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- **H_{1c}** Yerel halkın turizm sektöründe çalışma durumları ile turizm algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- **H_{1d}** Yerel halkın gelir durumları ile turizm algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- **H_{1e}** Yerel halkın yaşları ile turizm algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- **H_{1f}** Yerel halkın eğitim durumları ile turizm algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- **H_{1g}** Yerel halkın meslekleri ile turizm algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- **H_{1h}** Yerel halkın bölgede yaşam süreleri ile turizm algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

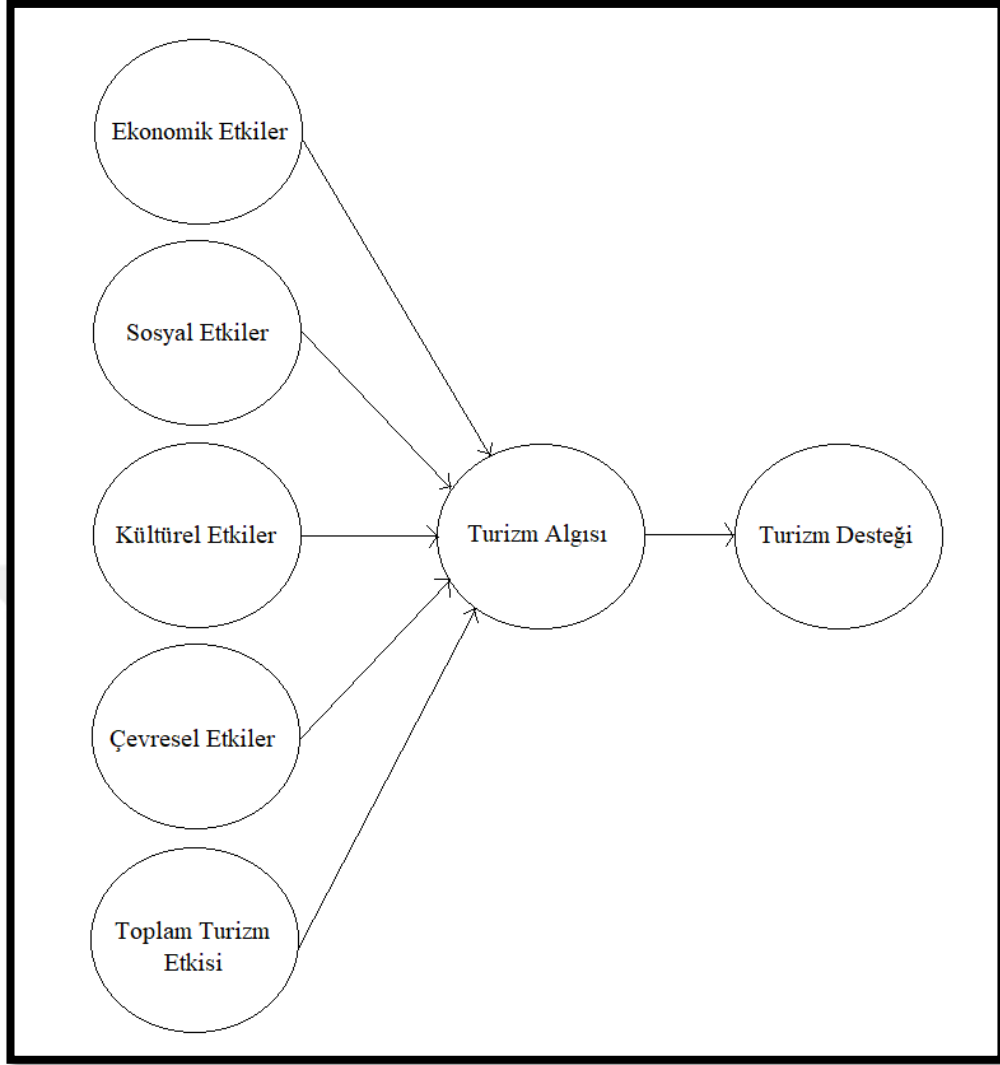
H₂ Yerel halkın demografik özellikleri ile turizme verilen destek arasında anlamlı bir farklılık vardır.

- **H_{2a}** Yerel halkın cinsiyetleri ile turizme verilen destek arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- **H_{2b}** Yerel halkın medeni durumları ile turizme verilen destek arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- **H_{2c}** Yerel halkın turizm sektöründe çalışma durumları ile turizme verilen destek arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- **H_{2d}** Yerel halkın gelir durumları ile turizme verilen destek arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- **H_{2e}** Yerel halkın yaşları ile turizme verilen destek arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- **H_{2f}** Yerel halkın eğitim durumları ile turizme verilen destek arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- **H_{2g}** Yerel halkın meslekleri ile turizme verilen destek arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- **H_{2h}** Yerel halkın bölgede yaşam süreleri ile turizme verilen destek arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₃ Yerel halkın turizm algısının turizme verilen destek üzerinde etkisi vardır.

Araştırmanın modelinde bulunan yapılar sırasıyla; ekonomik etkiler, sosyal etkiler, kültürel etkiler, çevresel etkiler, turizmin toplam etkisi, turizm algısı ve turizm desteği olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın hipotezleri doğrultusunda hazırlanan ve Şekil 6'da görülen araştırma modelinde hedeflenen amaç, algılanan turizmin yerel halkın turizme olan desteğinde etkisi olup olmadığını belirlemektir. Araştırmanın modeli şekil 6'da görülmektedir.



Şekil 6: Araştırma Modeli

3.3.3. Veri Toplama Aracı

Araştırmada verilere ve bilgilere erişebilmek için yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın anket uygulaması 2020 yılının Ekim-Aralık tarihleri arasında TR21 Bölgesi içerisinde yer alan Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli illerinde yaşayan yerel halk üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma için yapılan literatür çalışmasının ardından uygulanacak anket formu, Yoon ve öte. (2001) ve Cengiz ve Kırkbir (2007) çalışmalarından yararlanılarak hazırlanmıştır.

Anket formu 3 bölümden oluşmaktadır. Anketin 1. bölümü katılımcıların demografik bilgilerini (yaş, cinsiyet, gelir durumu, eğitim düzeyi, medeni durumu vb.) kapsamakta, 2. bölüm yerel halkın turizme karşı ekonomik,

sosyal, kültürel, çevresel ve toplam etkisini ölçen soruları kapsamakta, son bölüm ise turizme verilen desteği ölçen soruları kapsamaktadır.

Araştırmanın ölçeği toplam 29 sorudan oluşmakta ve ölçekte 5'li likert kullanılmıştır. Anketin uygulandığı yerel halka, her bir ifadeyi (1) Hiç katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Ne katılıyorum ne katılmıyorum, (4) Katılıyorum, (5) Tamamen katılıyorum, seçeneklerini işaretleyerek değerlendirmeleri istenmiştir. (1) En düşük değeri temsil ederken, (5) en büyük değeri ifade etmektedir.

3.3.4. Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin analizi SPSS (Statistical Packages for the Social Sciences) 20.0 analiz programı kullanılarak yapılmıştır. Araştırmada demografik özelliklere ait frekans ve yüzde dağılım istatistikleri dışında, güvenilirlik ve geçerlilik analizleri (Reliability and Validity Analysis), normallik testi (Test of Normality), açıklayıcı faktör analizi (AFA), basit korelasyon analizi (Pearson Correlation Analysis), basit doğrusal regresyon analizi, bağımsız örneklem t-testi (Independent Sample t-Test), iki ve üzeri kategorik değişkenlerin karşılaştırması için tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA) ve aralarında anlamlı ilişki bulunan grupların tespit edilebilmesi adına Tukey HSD (Post-Hoc Analysis) ikinci seviye testi yapılmıştır.

Bilimsel araştırmalarda kullanılan ankete verilen yanıtların tutarlı olup olmadığına karar verebilmek adına güvenilirlik analizi gerçekleştirilir. Güvenilirlik analizinin amacı iç tutarlılığı ölçmektir. En bilinen yöntem ise Cronbach's Alpha olarak da bilinen Alpha katsayısıdır. Alpha katsayısı 0 ile 1 arasında değer alır ve bu değer kabul edilebilir olabilmesi için değer 0.7 ve üzeri olması arzu edilir (Coşkun ve öte., 2015: 126).

Araştırma kapsamında yerel halka uygulanan anket çalışmasına güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda turizm algısı ölçeğinin katsayısı ,753 bulunurken, turizme destek ölçeğinin katsayısı ,775 olarak bulunmuştur. Sonuç olarak ölçekler kabul edilebilir düzeyin üstünde güvenilirlikte görülmektedir.

Tablo 19: Güvenilirlik Analizi

İstatistiki Güvenilirlik		
Ölçek	Cronbach's Alpha	Önerme Sayısı
Turizm Algısı Ölçeği	,753	24
Turizme Destek Ölçeği	,775	5

Çalışmalarda çok değişkenli istatistiki analizlerin uygulanabilmesi için normal dağılım, homojenlik ve doğrusallık testlerinin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Çalışmanın devamlılığı açısından, öncelikle verilerin normal dağılıp dağılmadığı kontrol edilmelidir. Bir faktör ortalamasının normal dağılım gösterip göstermediğini belirleyebilmek adına birçok alternatif test mevcuttur. Bu ölçüm yöntemlerinden biri de çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleridir (Saruhan ve Özdemirci, 2018: 240).

Çalışmada çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerinin yanında Q-Q grafikleri de incelenmiştir. Sorunsuz bir normal dağılım ortaya koyan testlerde çarpıklık ve basıklık değerleri sıfır olarak görülür. Bunun yanı sıra bir verinin kabul edilebilir sayılan değer aralığı -1 ve +1 olarak kabul edilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2014). Sosyal bilimlerde çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri için -1.5 ile +1.5 (Tabachnick ve Fidell, 2012) ve -2 ile +2 (West ve öte., 1995; Yalız, 2013) aralığında olması kabul edilebilir sayılmaktadır. Bu ölçümün amacı çalışmada yer alan değişkenlerin, ortalama etrafında oluşturduğu dağılımı görebilmektir. Ölçüm sonucunda değerler ortalama üstünde toplanmışsa ve simetrik olma durumu varsa, verilerin normal dağıldığı söylenmektedir (Kalaycı, 2008).

Çalışma sonucunda ölçeklerde bulunan değerlerin, çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) düzeylerinin -1.5 ile +1.5 arasında gerçekleştiği görülmektedir (Tablo 20). Normallik testi sonucunda Q-Q grafiği incelendiğinde verilerin normal bir dağılım gösterdiği sonucuna varılmaktadır. Yapılan testler ve analizler sonucunda çalışmada kullanılan verilerin parametrik testler ve analizler için yeterli olduğu görülmüştür.

Tablo 20: Turizm Algısı ve Turizm Desteği Ölçeklerinin Normallik Dağılımı

Numara	Turizm Algısı Ölçeği İfadeleri	Çarpıklık	Basıklık
1	Turizm, bölgemiz için daha fazla istihdam yaratmaktadır.	-0,427	-0,933
2	Turizm, bölgemize daha fazla yatırım yapılmasını sağlamaktadır.	-0,440	-0,761
3	Turizm, bölgemizde daha fazla harcamaya yol açmaktadır.	-0,289	-0,811
4	Turizm nedeniyle yaşam standartlarımız önemli ölçüde artmaktadır.	-0,101	-0,947
5	Turizm nedeniyle mal ve hizmet fiyatları artmaktadır.	-0,753	-0,269
6	Turizm, yerel halka ve küçük işletmelere ekonomik faydalar sağlamaktadır.	-0,790	-0,092
7	Yerel yönetimler için turizm gelirleri diğer sektör gelirlerinden daha önemlidir.	-0,073	-0,250
8	Kamu için turistik tesis geliştirme maliyeti çok fazladır.	-0,129	-0,737
9	Turizm, bölgemizin kültürünü ve geleneklerini değiştirmektedir.	0,192	-1,103
10	Yüksek harcama yapan turistler nedeniyle yaşam tarzımız olumsuz etkilenmektedir.	0,255	-1,043
11	Yerel halk, bir turizm destinasyonu bölgesinde yaşamaktan memnun değildir.	0,362	-0,827
12	Kamu tarafından turistik tesislerin iyileştirilmesi vergilerin boşa harcanmasıdır.	0,511	-0,661
13	Turizm, toplumumuzda yıkıcı etkilere yol açmaktadır.	0,899	-0,254
14	Turizm, bölgemizde suç oranını yükseltmektedir.	0,892	-0,107
15	Turizm, yerel halkın çeşitli kültürel faaliyetlere katılımını sağlamaktadır.	-0,613	-0,164
16	Turizm, turistler ve yerel halk arasında kültürel alışveriş sağlamaktadır.	-0,978	0,700
17	Turizm sayesinde farklı kültürleri tanıma fırsatı oluşmaktadır.	-1,002	0,514
18	Turizm, bölgemizin kültürel kimliği üzerinde olumlu etkilere neden olmaktadır.	-0,628	-0,465
19	Turizm trafik sıkışıklığına, gürültüye ve kirliliğe neden olmaktadır.	-0,050	-0,955
20	Otellerin ve diğer turistik tesislerin yapımı doğal çevreyi tahrip etmektedir.	-0,141	-1,152

21	Turizm, bölgemizde tarihi dokuya zarar vermektedir.	0,375	-0,931
22	Turizm, yerel halk için daha fazla park ve eğlence alanları sağlamaktadır.	-0,503	-0,300
23	Turizmin bölgemiz için genel anlamda yararlı olduğunu düşünüyorum.	-1,050	-0,823
24	Turizmin faydalarının bölgemizdeki insanlara olan maliyetinden daha fazladır.	-0,416	-0,334
Numara	Turizm Desteği Ölçeği İfadeleri	Çarpıklık	Basıklık
25	Turistler için gerçekleştirilen sergi, festival, spor vb. faaliyetleri destekliyorum	-1,169	1,303
26	Turistler için gerçekleştirilen tarihi ve kültürel gezileri destekliyorum.	-1,207	1,266
27	Kamp alanı, piknik yeri, sahil gibi doğa tabanlı turizmi destekliyorum.	-1,074	0,712
28	Turist kafileleri için gerçekleştirilen eğlence programlarını destekliyorum.	-0,991	0,408
29	Turizm işletmelerinin hizmet kalitelerini artırmak amacıyla yaptıkları faaliyetleri destekliyorum.	-1,405	1,499

3.4. Araştırma Ölçeklerinin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

Araştırma ölçeklerinin güvenilirliğini ve geçerliliğini belirleyebilmek adına bu bölümde ölçeklere yönelik testler uygulanmıştır. Alpha (α) katsayısı kullanılarak güvenilirlik test edilmiştir. Bu yöntem araştırmada kullanılan ölçeklerdeki ifadelerin homojen bir yapı gösterip göstermediğini ortaya çıkarmaktadır (Büyüköztürk, 2019: 179).

Araştırmada kullanılan turizm algısı ölçeğinin faktör analizi sonrası güvenilirlik katsayısı $\alpha=0,753$ bulunurken, turizm desteği ölçeğinin güvenilirlik katsayısı $\alpha=0,775$ olarak gerçekleşmiştir. Bulunan alpha (α) değeri kabul edilebilir güvenilirlik düzeyinde gözükmektedir. Alt boyutlara ilişkin Alfa (α) katsayıları Tablo 21’de ve Tablo 23’te gösterilmektedir.

Yapı geçerliliğini test edebilmek adına faktör analizi yöntemi kullanılmıştır. Varimax rotasyonu kullanılarak, özdeğeri 1’in üstünde yer alan faktör yükleri belirlenmiştir. Sosyal bilimlerde bir olguyu ölçen birden fazla değişkenin, kendi aralarında bulunan ilişkiyi incelemek niyeti ile ölçülen değişkenleri gruplar halinde bir araya getirmek için kullanılan istatistikî yöntem faktör analizi denmektedir (Saruhan ve Özdemirci, 2018:

225). Özetle faktör analizinin uygulanma sebebi değişken sayısını azaltmakla beraber aralarında bulunan ilişkileri meydana çıkartmak ve gruplandırmaktır (Kalaycı, 2008: 321).

Keiser Meyer Olkin (KMO) ölçümü, analiz edilecek verilerin faktör analizi için yeterliliğini gösteren değerdir. KMO değerinin 0,60 ve üstünde olması beklenmektedir. Bu değer üzerinde bulunan örneklerin faktör analizi için uygun olduğu düşünülmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2012). Tablo 21’de turizm algısı ölçeğine ait faktör analizi sonuçlarında, Keiser Meyer Olkin (KMO) değeri 0,751 ve Bartlett Küresellik Testi ($p=0,000$) anlamlı bulunmuştur. Bulunan KMO değeri, iyi düzeyde sayılmaktadır.

Faktör analizinin bir diğer önemli kriteri ise açıklanan toplam varyans yüzdesidir. Faktör analizi sonucunda açıklanan toplam varyansın %50’yi geçmesi beklenmektedir. Bu değer üzerinde sonuçlanan analizlerin evreni temsil ettiği varsayılır (Yaşlıoğlu, 2017: 77). Tablo 21’de turizm algısı ölçeğinin açıklanan toplam varyansının %63,313 olduğu görülmektedir. Bu değer evreni açıklamak için yeterli düzeydedir.

Faktör analizinde 350 ve üstü veriler için faktör ağırlığının 0,30 ve üstünde olması beklenmektedir (Hair ve öte., 1998: 385). Bu araştırmada ise faktör ağırlığı alt sınırı 0,40 olarak belirlenmiştir. Belirlenen değer altında kalan ifadeler ölçekten ayrılmıştır. Ekonomik etkilerden 2 ifade, sosyal etkilerden 2 ifade ve çevresel etkilerden 1 ifade olmak üzere toplam 5 ifade ölçekten çıkartılmıştır. Bu işlem sonucu toplam ifade sayısı 24 olan turizm algısı ölçeği 19 ifade olarak bulunmuştur. Bulunan 19 ifadeye faktör analizi uygulanmış ve sonucunda 5 boyutlu bir yapı tespit edilmiştir. Araştırma modelinde beklendiği gibi tüm ifadeler modelde ölçekte yer aldığı boyut altında toplandığı görülmüştür. Yeniden isimlendirme yapılmamıştır. Belirlenen boyutlara ait ifadelerin dağılımı, faktör yükleri, özdeğerleri ve açıklanan varyans yüzdeleri ve cronbach’s alpha oranları Tablo 21’de görülmektedir.

Tablo 21: Turizm Algısı Ölçeğine Ait Faktör Analizi Sonuçları

Faktör	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans (%)	Cronbach’s Alpha (Boyut)
Ekonomik Etki		4,984	26,233	,841

Turizm, bölgemize daha fazla yatırım yapılmasını sağlamaktadır.	,836			
Turizm, bölgemiz için daha fazla istihdam yaratmaktadır.	,764			
Turizm, bölgemizde daha fazla harcamaya yol açmaktadır.	,751			
Turizm nedeniyle yaşam standartlarımız önemli ölçüde artmaktadır.	,725			
Turizm, yerel halka ve küçük işletmelere ekonomik faydalar sağlamaktadır.	,608			
Turizm nedeniyle mal ve hizmet fiyatları artmaktadır.	,598			
Kültürel Etki		2,698	14,198	,844
Turizm, turistler ve yerel halk arasında kültürel alışveriş sağlamaktadır.	,825			
Turizm sayesinde farklı kültürleri tanıma fırsatı oluşmaktadır.	,810			
Turizm, yerel halkın çeşitli kültürel faaliyetlere katılımını sağlamaktadır.	,803			
Turizm, bölgemizin kültürel kimliği üzerinde olumlu etkilere neden olmaktadır.	,712			
Sosyal Etki		1,720	9,051	,698
Yüksek harcama yapan turistler nedeni ile yaşam tarzımız olumsuz etkilenmektedir.	,760			
Turizm bölgemizin kültürünü ve geleneklerini değiştirmektedir.	,746			
Yerel halk, bir turizm destinasyonu bölgesinde yaşamaktan memnun değildir.	,678			
Kamu tarafından turistik tesislerin iyileştirilmesi, vergilerin boşa harcanmasıdır.	,584			
Çevresel Etki		1,390	7,317	,674
Otellerin ve diğer turistik tesislerin yapımı doğal çevreyi tahrip etmektedir.	,883			
Turizm, bölgemizde tarihi dokuya zarar vermektedir.	,729			
Turizm trafik sıkışıklığına, gürültüye ve kirliliğe neden olmaktadır.	,590			
Toplam Etki		1,238	6,514	,582

Turizmin bölgemiz için genel anlamda yararlı olduğunu düşünüyorum.	,739	
Turizmin faydalarının bölgemizdeki insanlara olan maliyetinden daha fazladır.	,673	
Açıklanan Toplam Varyans	%63,313	
Cronbach's Alpha (Ölçek)	,739	
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Ölçümü	,751	
Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	3442,511
	df	171
	Sig. (Anlamlılık)	,000

Tablo 22’de turizm algısı ölçeğinde bulunan ifadelere ait aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri bulunmaktadır. Ölçekte “1” kesinlikle katılmıyorum ve “5” kesinlikle katılıyorum cevaplarını temsil etmektedir.

Tablo 22: Turizm Algısı Ölçeğine Ait İfadelerin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Dağılımları

İfadeler	N	Ortalama	Standart Sapma
Ekonomik Etki			
Turizm, bölgemize daha fazla yatırım yapılmasını sağlamaktadır.	450	3,51	1,205
Turizm, bölgemiz için daha fazla istihdam yaratmaktadır.	450	3,43	1,301
Turizm, bölgemizde daha fazla harcamaya yol açmaktadır.	450	3,38	1,212
Turizm nedeniyle yaşam standartlarımız önemli ölçüde artmaktadır.	450	3,19	1,246
Turizm, yerel halka ve küçük işletmelere ekonomik faydalar sağlamaktadır.	450	3,69	1,157
Turizm nedeniyle mal ve hizmet fiyatları artmaktadır.	450	3,70	1,211
Toplam Ortalama	450	3,48	1,222
Kültürel Etki			
Turizm, turistler ve yerel halk arasında kültürel alışveriş sağlamaktadır.	450	3,80	1,010
Turizm sayesinde farklı kültürleri tanıma fırsatı oluşmaktadır.	450	3,93	1,057
Turizm, yerel halkın çeşitli kültürel faaliyetlere katılımını sağlamaktadır.	450	3,64	0,988
Turizm, bölgemizin kültürel kimliği üzerinde olumlu etkilere neden olmaktadır.	450	3,67	1,196
Toplam Ortalama	450	3,76	1,062
Sosyal Etki			

Yüksek harcama yapan turistler nedeni ile yaşam tarzımız olumsuz etkilenmektedir.	450	2,78	1,287
Turizm bölgemizin kültürünü ve geleneklerini değiştirmektedir.	450	2,87	1,291
Yerel halk, bir turizm destinasyonu bölgesinde yaşamaktan memnun değildir.	450	2,68	1,241
Kamu tarafından turistik tesislerin iyileştirilmesi, vergilerin boşa harcanmasıdır.	450	2,52	1,225
Toplam Ortalama	450	2,71	1,261
Çevresel Etki			
Otellerin ve diğer turistik tesislerin yapımı doğal çevreyi tahrip etmektedir.	450	3,24	1,323
Turizm, bölgemizde tarihi dokuya zarar vermektedir.	450	2,83	1,307
Turizm trafik sıkışıklığına, gürültüye ve kirliliğe neden olmaktadır.	450	3,22	1,232
Toplam Ortalama	450	3,09	1,287
Toplam Etki			
Turizmin bölgemiz için genel anlamda yararlı olduğunu düşünüyorum.	450	3,82	1,037
Turizmin faydalarının bölgemizdeki insanlara olan maliyetinden daha fazladır.	450	3,55	1,115
Toplam Ortalama	450	3,68	1,076

Analiz sonucunda ifadeler incelendiğinde, 3,93 ortalama değeri ile “Turizm sayesinde farklı kültürleri tanıma fırsatı oluşmaktadır” ifadesi en yüksek olumlu ifade olarak tespit edilmektedir. Bu ifadeyi 3,82 ortalama değeri ile “Turizmin bölgemiz için genel anlamda yararlı olduğunu düşünüyorum” ifadesi izlemektedir. En yüksek olumsuz ifade olarak 2,52 ortalama değeri ile “Kamu tarafından turistik tesislerin iyileştirilmesi, vergilerin boşa harcanmasıdır” ifadesi görülmektedir. Bu ifadeyi 2,68 ortalama değeri ile “Yerel halk, bir turizm destinasyonu bölgesinde yaşamaktan memnun değildir” ifadesi takip etmektedir. Boyutlar açısından ortalamalara bakıldığında “kültürel etki” faktörü 3,76 ile en yüksek ortalamaya sahipken, ortalamalar açısından en düşük değere sahip faktör ise 2,71 değeri ile “sosyal etkiler” faktörü olarak görülmektedir. Ölçek boyutlarının toplam ortalaması ise 3,34 olarak bulunmuştur.

Tablo 23’te turizm desteği ölçeğine ait faktör analizi sonuçlarında, Keiser Meyer Olkin (KMO) değeri 0,767 ve Bartlett Küresellik Testi ($p=0,000$) anlamlı bulunmuştur. Bulunan KMO değeri, iyi düzeyde sayılmaktadır. Tablo

23’te turizm desteği ölçeğinin açıklanan toplam varyansının %52,755 olduğu görölmektedir. Bu değer evreni açıklamak için yeterli düzeydedir.

Yapılan faktör analizi uygulaması sonucunda toplam ifade sayısı 5 olan turizm desteği ölçeğinden hiçbir ifade çıkartılmayarak 5 ifade olarak gerçekteşmiştir. Bulunan 5 ifadeye faktör analizi uygulanmış ve sonucunda 1 boyutlu bir yapı tespit edilmiştir. Belirlenen boyuta ait ifadelerin dağılımı, faktör yükleri, özdeğerleri ve açıklanan varyans yüzdeleri ve cronbach’s alpha oranları Tablo 23’te görölmektedir.

Tablo 23: Turizm Desteği Ölçeğine Ait Faktör Analizi Sonuçları

Faktör	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans (%)	Cronbach’s Alpha (Boyut)
Turizm Desteği		2,638	52,755	,775
Kamp alanı, piknik yeri, sahil gibi doğa tabanlı turizmi destekliyorum.	,785			
Turistler için gerçekteşirilen sergi, festival, spor vb. faaliyetleri destekliyorum.	,771			
Turistler için gerçekteşirilen tarihi ve kültürel gezileri destekliyorum.	,768			
Turist kabileleri için gerçekteşirilen eğlence programlarını destekliyorum.	,736			
Turizm işletmelerinin hizmet kalitelerini artırmak amacıyla yaptıkları faaliyetleri destekliyorum.	,544			
Açıklanan Toplam Varyans		%52,755		
Cronbach’s Alpha (Ölçek)		,775		
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Ölçümü		,767		
Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	597,705		
	df	10		
	Sig. (Anlamlılık)	,000		

Tablo 24’te turizm algısı ölçeğinde bulunan ifadelere ait aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri bulunmaktadır. Analiz sonucunda ifadeler incelendiğinde, 4,28 ortalama değerine ile “Turizm işletmelerinin hizmet kalitelerini artırmak amacıyla yaptıkları faaliyetleri destekliyorum” ifadesi en yüksek olumlu ifade olarak tespit edilmektedir. Bu ifadeyi 4,07

ortalama değeri ile “Turistler için gerçekleştirilen tarihi ve kültürel gezileri destekliyorum” ifadesi izlemektedir. Ölçek boyutunun toplam ortalaması ise 4,06 olarak bulunmuştur.

Tablo 24: Turizm Desteği Ölçeğine Ait İfadelerin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Dağılımları

İfadeler	N	Ortalama	Standart Sapma
Kamp alanı, piknik yeri, sahil gibi doğa tabanlı turizmi destekliyorum.	450	4,03	1,007
Turistler için gerçekleştirilen sergi, festival, spor vb. faaliyetleri destekliyorum.	450	3,97	1,012
Turistler için gerçekleştirilen tarihi ve kültürel gezileri destekliyorum.	450	4,07	0,971
Turist kabileleri için gerçekleştirilen eğlence programlarını destekliyorum.	450	3,99	1,029
Turizm işletmelerinin hizmet kalitelerini artırmak amacıyla yaptıkları faaliyetleri destekliyorum.	450	4,28	0,843
Toplam Ortalama	450	4,06	0,972

3.5. Araştırma Bulguları

Araştırma kapsamında yapılan analizler sonucunda ortaya çıkan bulgular aşağıda verilmiştir.

3.5.1. Demografik Özellikler

Araştırmaya katılan katılımcıların demografik özelliklerine bakıldığında, katılımcı bireylerin cinsiyet dağılımı %49.8 düzeyinde erkek ve %50.2 düzeyinde kadın olarak gerçekleşmiştir. Araştırmaya katılanların %43.3’ü evli katılımcılardan oluşurken, %56.7’si ise bekar katılımcılardan oluşmaktadır. Katılımcıların %39.8’i 18-25 yaş aralığında, %30’u 26-33 yaş aralığında, %12.7’si 34-41 yaş aralığında, %6’sı 42-49 yaş aralığında, %11.6’sı ise 50 ve üzeri yaş aralığında bulunmaktadır. Çalışmanın demografik özellikleri Tablo 25’te gösterilmektedir.

Tablo 25: Çalışmanın Demografik Özellikleri

Değişken	Grup	n	%	Değişken	Grup	n	%
Cinsiyet	Erkek	224	49,8	Eğitim Durumu	İlkokul	15	3,3
					Ortaokul	30	6,7
	Lise	139	30,9				
	Önlisans	124	27,6				
	Kadın	226	50,2				

					Lisans	126	28,0
					Master veya Doktora	16	3,6
Yaş	18-25	179	39,8	Meslek	Kamu Sektörü	147	32,7
	26-33	135	30,0		Özel Sektör	237	52,7
	34-41	57	12,7		Öğrenci	45	10,0
	42-49	27	6,0		İşsiz/Ev Hanımı	21	4,7
	50 ve üzeri	52	11,6				
Gelir Durumu	0-1000	46	10,2	Bölgede Yaşam Süresi	1 Yılden az	14	3,1
	1001-2000	32	7,1		1-5 Yıl	132	29,3
	2001-3000	141	31,3		6-10 Yıl	81	18,0
	3001-4000	111	24,7		11-15 Yıl	31	6,9
	4001-5000	72	16,0		16-20 Yıl	43	9,6
	5001 ve üzeri	48	10,7		21 Yıl ve üzeri	149	33,1
Medeni Durum	Evli	195	43,3	Turizm Sektörü Çalışma Durumu	Evet	43	9,6
	Bekar	255	56,7		Hayır	407	90,4

Gelir düzeyleri açısından katılımcı bireyler incelendiğinde, katılımcıların %10.2'si 0-1000 aralığında, %7.1'i 1001-2000 aralığında, %31.3'ü 2001-3000 aralığında, %24.7'si 3001-4000 aralığında, %16'sı 4001-5000 aralığında, %10.7'si ise 5001 ve üzeri gelir düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Çalışmaya katılan katılımcıların %3.1'i 1 yıldan az, %29.3'ü 1 ile 5 yıl arasında, %18'i 6 ile 10 yıl arasında, %6.9'u 11 ile 15 yıl arasında, %9.6'sı 16 ile 20 yıl arasında ve %33.1'i ise 21 ve üzeri yıl bölgede yaşamakta olduğu tespit edilmiştir.

Eğitim düzeyi özelliklerine bakıldığında katılımcı bireylerin %3.3'ü ilkokul, %6.7'si ortaokul, %30.9'u lise, %27.6'sı önlisans, %28'i lisans ve %3.6'sı master/doktora düzeyinde eğitim durumuna sahip olduğu tespit edilmiştir. Mesleki açıdan katılımcıların %32.7'si kamu sektöründe, %52.7'si özel sektörde, %10'u öğrenci ve %4.7'si işsiz/ev hanımı olarak

gerçekleşmiştir. Çalışmaya katılanların %9.6'sı turizm sektöründe çalışırken, %90.4'ü bu sektörde çalışmadığını ifade etmektedir.

3.5.2. Ölçek Değişkenlerine Ait Farklılık Analizi ve İlişki Testi Bulguları

Araştırma ölçekleri ile demografik özellikler arasında gerçekleştirilen farklılık analizleri sonuçlarına göre; öncelikle faktör analizi neticesinde ortaya çıkan faktör yapılarının aritmetik ortalamaları hesaplanmıştır. Katılımcıların cinsiyetleri açısından ölçek faktörleri ile arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını tespit edebilmek adına, bağımsız iki örneklem t-testi uygulanmıştır.

T-testi uygulamasında sig. (p) değerine bakıldığında “ekonomik etki”, “kültürel etki”, “sosyal etki”, “çevresel etki” ve “toplam etki” boyutlarında katılımcıların cinsiyet değişkeni bakımından anlamlı bir farklılaşma olmadığı görülmektedir ($p>0,05$). Boyutların cinsiyete göre incelenmesine ait t-testi sonuçları Tablo 26’da görülmektedir.

Tablo 26: Turizm Algısı Ölçek Boyutlarının Cinsiyete Göre İncelenmesine Ait T-Testi Sonuçları

Faktörler	Gruplar	n	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (p)
Ekonomik Etki	Erkek	224	3,44	0,945	0,318
	Kadın	226	3,52	0,879	
Kültürel Etki	Erkek	224	3,81	0,841	0,208
	Kadın	226	3,71	0,914	
Sosyal Etki	Erkek	224	2,68	0,931	0,453
	Kadın	226	2,74	0,898	
Çevresel Etki	Erkek	224	3,08	0,978	0,691
	Kadın	226	3,11	1,026	
Toplam Etki	Erkek	224	3,64	1,016	0,261
	Kadın	226	3,73	0,777	

T-testi uygulamasında sig. (p) değerine bakıldığında “turizm desteği” boyutunda katılımcıların cinsiyet değişkeni bakımından anlamlı bir farklılaşma olmadığı görülmektedir ($p>0,05$). Boyutun cinsiyete göre incelenmesine ait t-testi sonucu Tablo 27’de görülmektedir.

Tablo 27: Turizm Desteği Ölçek Boyutunun Cinsiyete Göre İncelenmesine Ait T-Testi Sonuçları

Faktörler	Gruplar	n	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (p)
Turizm Desteği	Erkek	224	4,11	0,716	0,175
	Kadın	226	4,02	0,696	

Katılımcıların medeni durumuna göre ölçek faktörleri ile arasında anlamlı bir farkın oluşup oluşmadığını tespit edebilmek adına yapılan t-testi sonucunda “ekonomik etki”, “kültürel etki” ve “toplam etki” boyutlarında katılımcıların medeni durumu bakımından anlamlı bir farklılaşma olmadığı görülmektedir ($p>0,05$). Fakat “sosyal etki” ve “çevresel etki” boyutlarında ise katılımcıların medeni durumu bakımından anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Boyutların medeni duruma göre incelenmesine ait t-testi sonuçları Tablo 28’de görülmektedir.

Tablo 28: Turizm Algısı Ölçek Boyutlarının Medeni Duruma Göre İncelenmesine Ait T-Testi Sonuçları

Faktörler	Gruplar	n	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (p)
Ekonomik Etki	Evli	195	3,56	0,883	0,100
	Bekar	255	3,42	0,931	
Kültürel Etki	Evli	195	3,74	0,811	0,635
	Bekar	255	3,78	0,930	
Sosyal Etki	Evli	195	2,83	0,939	0,013
	Bekar	255	2,62	0,885	
Çevresel Etki	Evli	195	3,21	1,023	0,043
	Bekar	255	3,01	0,979	
Toplam Etki	Evli	195	3,68	0,896	0,894
	Bekar	255	3,69	0,912	

T-testi uygulamasında sig. (p) değerine bakıldığında “turizm desteği” boyutunda katılımcıların medeni durumları bakımından anlamlı bir farklılaşma olmadığı görülmektedir ($p>0,05$). Boyutun medeni duruma göre incelenmesine ait t-testi sonucu Tablo 29’da görülmektedir.

Tablo 29: Turizm Desteği Ölçek Boyutunun Medeni Duruma Göre İncelenmesine Ait T-Testi Sonuçları

Faktörler	Gruplar	n	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (p)
Turizm Desteği	Evli	195	4,06	0,699	0,981
	Bekar	255	4,07	0,714	

Turizm algısı ölçek boyutlarının turizm sektöründe çalışma durumuna göre incelenmesine ait t-testi sonuçları Tablo 30’da görülmektedir. Katılımcıların turizm sektöründe çalışma durumuna göre ölçek faktörleri ile arasında anlamlı bir farkın olup oluşmadığını tespit edebilmek adına yapılan t-testi sonucunda “kültürel etki”, “çevresel etki” ve “toplam etki” boyutlarında katılımcıların turizm sektöründe çalışma durumu bakımından anlamlı bir farklılaşma olmadığı görülmektedir ($p>0,05$). Fakat “ekonomik etki” ve “sosyal etki” boyutlarında ise katılımcıların turizm sektöründe çalışma durumu bakımından anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$).

Tablo 30: Turizm Algısı Ölçek Boyutlarının Turizm Sektöründe Çalışma Durumuna Göre İncelenmesine Ait T-Testi Sonuçları

Faktörler	Gruplar	n	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (p)
Ekonomik Etki	Evet	43	3,03	1,273	0,016
	Hayır	407	3,53	0,854	
Kültürel Etki	Evet	43	3,51	1,178	0,145
	Hayır	407	3,79	0,839	
Sosyal Etki	Evet	43	2,39	1,000	0,016
	Hayır	407	2,74	0,899	
Çevresel Etki	Evet	43	2,82	0,935	0,055
	Hayır	407	3,13	1,005	
Toplam Etki	Evet	43	3,51	1,020	0,172
	Hayır	407	3,71	0,890	

T-testi uygulamasında sig. (p) değerine bakıldığında “turizm desteği” boyutunda katılımcıların turizm sektöründe çalışma durumları bakımından anlamlı bir farklılaşma olmadığı görülmektedir ($p>0,05$). Boyutun turizm

sektöründe çalışma durumlarına göre incelenmesine ait t-testi sonucu Tablo 31’de görülmektedir.

Tablo 31: Turizm Desteği Ölçek Boyutunun Turizm Sektöründe Çalışma Durumuna Göre İncelenmesine Ait T-Testi Sonuçları

Faktörler	Gruplar	n	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (p)
Turizm Desteği	Evet	43	4,25	0,730	0,071
	Hayır	407	4,05	0,702	

Katılımcıların gelir durumuna göre turizm algısı ölçeğinin boyutları ile arasında anlamlı bir farkın olup oluşmadığını tespit edebilmek adına yapılan tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonucunda “ekonomik etki”, “kültürel etki”, “sosyal etki”, “çevresel etki” ve “toplam etki” boyutlarında katılımcıların gelir durumu bakımından anlamlı bir farklılaşma olmadığı görülmektedir ($p>0,05$). Boyutların gelir durumuna göre incelenmesine ait tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonuçları Tablo 32’de görülmektedir.

Tablo 32: Turizm Algısı Ölçek Boyutlarının Gelir Durumuna Göre İncelenmesine Ait ANOVA Sonuçları

Faktörler	Gruplar	n	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (p)
Ekonomik Etki	0-1000	46	3,49	0,936	0,735
	1001-2000	32	3,63	0,775	
	2001-3000	141	3,52	0,778	
	3001-4000	111	3,50	1,042	
	4001-5000	72	3,36	0,948	
	5001 ve üzeri	48	3,40	0,984	
Kültürel Etki	0-1000	46	3,84	0,839	0,218
	1001-2000	32	3,99	0,801	
	2001-3000	141	3,82	0,767	
	3001-4000	111	3,61	1,102	
	4001-5000	72	3,69	0,790	
	5001 ve üzeri	48	3,81	0,796	
Sosyal Etki	0-1000	46	2,61	0,816	0,283
	1001-2000	32	2,73	0,712	
	2001-3000	141	2,72	0,932	
	3001-4000	111	2,87	1,012	
	4001-5000	72	2,55	0,753	
	5001 ve üzeri	48	2,64	1,027	
Çevresel Etki	0-1000	46	2,94	0,891	0,345
	1001-2000	32	3,18	0,983	

	2001-3000	141	3,09	1,027	
	3001-4000	111	3,19	1,010	
	4001-5000	72	3,18	0,949	
	5001 ve üzeri	48	2,85	1,084	
Toplam Etki	0-1000	46	3,69	0,945	0,537
	1001-2000	32	3,67	1,089	
	2001-3000	141	3,74	0,785	
	3001-4000	111	3,75	0,933	
	4001-5000	72	3,50	1,015	
	5001 ve üzeri	48	3,66	0,820	

Katılımcıların gelir durumuna göre turizm desteği ölçeğinin boyutu ile arasında anlamlı bir farkın oluşup oluşmadığını tespit edebilmek adına yapılan tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonucunda “turizm desteği” boyutunda katılımcıların gelir durumu bakımından anlamlı bir farklılaşma olmadığı görülmektedir ($p>0,05$). Boyutun gelir durumuna göre incelenmesine ait tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonuçları Tablo 33’de görülmektedir.

Tablo 33: Turizm Desteği Ölçek Boyutunun Gelir Durumuna Göre İncelenmesine Ait ANOVA Sonuçları

Faktörler	Gruplar	n	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (p)
Turizm Desteği	0-1000	46	4,26	0,636	0,193
	1001-2000	32	4,21	0,729	
	2001-3000	141	4,07	0,714	
	3001-4000	111	3,97	0,770	
	4001-5001	72	4,02	0,607	
	5001 ve üzeri	48	4,07	0,702	

Katılımcıların yaş durumlarına göre turizm algısı ölçek boyutları ile arasında anlamlı bir farkın oluşup oluşmadığını tespit edebilmek adına yapılan tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonucunda “ekonomik etki”, “kültürel etki” ve “çevresel etki” boyutlarında katılımcıların yaşları bakımından anlamlı bir farklılaşma olmadığı görülmektedir ($p>0,05$). Fakat “sosyal etki” ve “toplam etki” boyutlarında ise katılımcıların yaşları bakımından anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Boyutların gelir durumuna göre incelenmesine ait tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonuçları Tablo 34’te görülmektedir.

“Sosyal etki” ve “toplam etki” boyutlarında oluşan anlamlı farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için “Tukey HSD” analizinden yararlanılmıştır. Tukey HSD testi sonuçlarına göre “sosyal etki” boyutunda 26-33 yaş grubu ile 50 ve üzeri yaş grubu arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür ($p<0,05$). “Toplam etki” boyutunda ise 26-33 yaş grubu ile 42-49 yaş grubu arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür ($p<0,05$).

Tablo 34: Turizm Algısı Ölçek Boyutlarının Yaş Durumuna Göre İncelenmesine Ait ANOVA Sonuçları

Faktörler	Gruplar	n	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (p)
Ekonomik Etki	18-25	179	3,38	0,896	0,124
	26-33	135	3,47	1,014	
	34-41	57	3,53	0,896	
	42-49	27	3,80	0,777	
	50 ve Üzeri	52	3,65	0,724	
Kültürel Etki	18-25	179	3,68	0,969	0,089
	26-33	135	3,70	0,912	
	34-41	57	3,94	0,771	
	42-49	27	4,06	0,659	
	50 ve Üzeri	52	3,83	0,591	
Sosyal Etki	18-25	179	2,72	0,899	0,013
	26-33	135	2,66	0,843	
	34-41	57	2,55	1,034	
	42-49	27	2,51	0,922	
	50 ve Üzeri	52	3,10	0,923	
Çevresel Etki	18-25	179	3,05	0,899	0,337
	26-33	135	3,04	0,934	
	34-41	57	3,08	1,329	
	42-49	27	3,18	0,859	
	50 ve Üzeri	52	3,36	1,147	
Toplam Etki	18-25	179	3,71	0,958	0,001
	26-33	135	3,47	0,919	
	34-41	57	3,77	0,779	
	42-49	27	4,16	0,588	
	50 ve Üzeri	52	3,83	0,808	

Katılımcıların yaş durumuna göre turizm desteği ölçeğinin boyutu ile arasında anlamlı bir farkın olup oluşmadığını tespit edebilmek adına yapılan tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonucunda “turizm desteği” boyutunda katılımcıların yaş durumu açısından anlamlı bir farklılaşma yaratmadığı görülmektedir ($p>0,05$). Boyutun yaş durumuna göre

incelenmesine ait tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonuçları Tablo 35’te görülmektedir.

Tablo 35: Turizm Desteği Ölçek Boyutunun Yaş Durumuna Göre İncelenmesine Ait ANOVA Sonuçları

Faktörler	Gruplar	n	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (p)
Turizm Desteği	18-25	179	4,02	0,686	0,411
	26-33	135	4,03	0,667	
	34-41	57	4,10	0,798	
	42-49	27	4,25	0,696	
	50 ve Üzeri	52	4,16	0,776	

Katılımcıların eğitim durumlarına göre turizm algısı ölçek boyutları ile arasında anlamlı bir farkın oluşup oluşmadığını tespit edebilmek adına yapılan tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonucunda katılımcıların eğitim durumları bakımından “ekonomik etki” boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$). “Kültürel etki”, “sosyal etki”, “kültürel etki” ve “toplam etki” boyutlarında ise anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p<0,05$). Katılımcıların eğitim durumlarına göre boyutların incelenmesine ait tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonuçları Tablo 36’da görülmektedir.

Boyutlarda oluşan anlamlı farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için “Tukey HSD” analizinden yararlanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda “kültürel etki” boyutu açısından Tukey HSD testi sonuçlarına göre ortaokul grubu ile lise, önlisans, lisans grupları arasında ve master/doktora grubu ile lisans grubu arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür ($p<0,05$). “Sosyal etki” boyutunda ilkokul grubu ile önlisans, lisans ve master/doktora grupları arasında, ortaokul grubu ile önlisans, lisans ve master/doktora grupları arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür ($p<0,05$). “Çevresel etki” boyutunda ise sadece ortaokul grubu ile lisans grubu arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Son olarak “toplam etki” boyutunda ortaokul grubu ile önlisans ve lisans grupları arasında, ortaokul grubu ile lise ve lisans grupları arasında anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur ($p<0,05$).

Tablo 36: Turizm Algısı Ölçek Boyutlarının Eğitim Durumuna Göre İncelenmesine Ait ANOVA Sonuçları

Faktörler	Gruplar	n	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (p)
Ekonomik Etki	İlkokul	15	3,67	1,091	0,064
	Ortaokul	30	3,25	0,540	
	Lise	139	3,46	0,837	
	Önlisans	124	3,66	0,916	
	Lisans	126	3,40	0,932	
	Master/Doktora	16	3,14	1,452	
Kültürel Etki	İlkokul	15	3,78	0,990	0,000
	Ortaokul	30	3,14	0,744	
	Lise	139	3,73	0,809	
	Önlisans	124	3,78	0,944	
	Lisans	126	3,98	0,789	
	Master/Doktora	16	3,31	1,101	
Sosyal Etki	İlkokul	15	3,31	0,809	0,000
	Ortaokul	30	3,27	0,758	
	Lise	139	2,85	0,991	
	Önlisans	124	2,60	0,856	
	Lisans	126	2,50	0,800	
	Master/Doktora	16	2,35	1,060	
Çevresel Etki	İlkokul	15	3,42	0,830	0,033
	Ortaokul	30	3,50	0,929	
	Lise	139	3,14	1,158	
	Önlisans	124	3,12	0,907	
	Lisans	126	2,89	0,913	
	Master/Doktora	16	3,06	0,936	
Toplam Etki	İlkokul	15	3,66	1,096	0,000
	Ortaokul	30	3,11	0,953	
	Lise	139	3,81	0,665	
	Önlisans	124	3,53	1,033	
	Lisans	126	3,90	0,795	
	Master/Doktora	16	3,25	1,378	

Katılımcıların eğitim durumlarına göre turizm desteği ölçek boyutu ile arasında anlamlı bir farkın oluşup oluşmadığını tespit edebilmek adına yapılan tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonucunda katılımcıların eğitim durumları bakımından “turizm desteği” boyutunda anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Katılımcıların eğitim durumlarına göre turizm desteği boyutunun incelenmesine ait tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonuçları Tablo 37’de görülmektedir.

Boyutta oluşan anlamlı farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için “Tukey HSD” analizinden yararlanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda “turizm desteği” boyutu açısından Tukey HSD testi sonuçlarına göre ortaokul grubu ile lise, önlisans, lisans grupları arasında ve lise grubu ile lisans grubu arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür ($p<0,05$).

Tablo 37: Turizm Desteği Ölçek Boyutunun Eğitim Durumuna Göre İncelenmesine Ait ANOVA Sonuçları

Faktörler	Gruplar	n	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (p)
Turizm Desteği	İlkokul	15	4,06	1,299	0,000
	Ortaokul	30	3,52	0,797	
	Lise	139	4,02	0,648	
	Önlisans	124	4,05	0,640	
	Lisans	126	4,28	0,630	
	Master/Doktora	16	3,93	0,778	

Katılımcıların mesleklerine göre turizm algısı ölçek boyutları ile arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını tespit edebilmek adına yapılan tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonucunda “toplam etki” boyutunda katılımcıların meslekleri bakımından anlamlı bir farklılaşma olmadığı görülmektedir ($p>0,05$). Fakat “ekonomik etki”, “kültürel etki”, “sosyal etki” ve “çevresel etki” faktörlerinde ise katılımcıların meslekleri açısından anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ($p<0,05$). Boyutların mesleklere göre incelenmesine ait tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonuçları Tablo 38’de görülmektedir.

“Toplam etki” boyutu dışında tüm boyutlarda oluşan anlamlı farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için “Tukey HSD” analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda “ekonomik etki” boyutunda kamu sektörü grubu ile öğrenci grubu arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür ($p<0,05$). “Kültürel etki” boyutunda kamu sektörü grubu ile öğrenci grubu arasında ve özel sektör grubu ile öğrenci grubu arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). “Sosyal etki” boyutunda kamu sektörü grubu ile öğrenci grubu arasında anlamlı farklılık olduğu anlaşılmıştır ($p<0,05$). Son olarak “çevresel etki” boyutunda ise kamu sektörü

grubu ile öğrenci grubu arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0,05$).

Tablo 38: Turizm Algısı Ölçek Boyutlarının Meslek Gruplarına Göre İncelenmesine Ait ANOVA Sonuçları

Faktörler	Gruplar	n	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (p)
Ekonomik Etki	Kamu	147	3,34	0,866	0,036
	Özel	237	3,50	0,986	
	Öğrenci	45	3,77	0,631	
	İşsiz/Ev Hanımı	21	3,65	0,725	
Kültürel Etki	Kamu	147	3,70	0,831	0,042
	Özel	237	3,73	0,942	
	Öğrenci	45	4,11	0,606	
	İşsiz/Ev Hanımı	21	3,78	0,845	
Sosyal Etki	Kamu	147	2,84	0,909	0,031
	Özel	237	2,68	0,940	
	Öğrenci	45	2,40	0,731	
	İşsiz/Ev Hanımı	21	2,84	0,871	
Çevresel Etki	Kamu	147	3,23	1,063	0,016
	Özel	237	3,05	0,965	
	Öğrenci	45	2,76	0,860	
	İşsiz/Ev Hanımı	21	3,41	1,079	
Toplam Etki	Kamu	147	3,60	0,933	0,186
	Özel	237	3,68	0,922	
	Öğrenci	45	3,93	0,711	
	İşsiz/Ev Hanımı	21	3,80	0,813	

Katılımcıların mesleklerine göre turizm desteği ölçek boyutu ile arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını tespit edebilmek adına yapılan tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonucunda “turizm desteği” boyutunda katılımcıların meslekleri açısından anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ($p<0,05$). Boyutun mesleklere göre incelenmesine ait tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonuçları Tablo 39’da görülmektedir.

“Turizm desteği” boyutunda oluşan anlamlı farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için “Tukey HSD” analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda “turizm desteği” boyutunda kamu sektörü grubu ile öğrenci ve işsiz/ev hanımı grupları arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür ($p<0,05$).

Tablo 39: Turizm Desteği Ölçek Boyutunun Meslek Gruplarına Göre İncelenmesine Ait ANOVA Sonuçları

Faktörler	Gruplar	n	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (p)
Turizm Desteği	Kamu	147	3,98	0,635	0,005
	Özel	237	4,04	0,757	
	Öğrenci	45	4,30	0,644	
	İşsiz/Ev Hanımı	21	4,41	0,532	

Katılımcıların bölgedeki yaşam sürelerine göre turizm algısı ölçek boyutları ile arasında anlamlı bir farkın oluşup oluşmadığını tespit edebilmek adına yapılan tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonucunda “ekonomik etki” ve “çevresel etki” boyutlarında katılımcıların bölgede geçirdikleri yaşam süreleri bakımından anlamlı bir farklılaşma olmadığı görülmektedir ($p>0,05$). Fakat “kültürel etki”, “sosyal etki” ve “toplam etki” boyutlarında ise katılımcıların bölgede geçirilen yaşam süreleri bakımından anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Boyutların bölgede geçirilen yaşam sürelerine göre incelenmesine ait tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonuçları Tablo 40’ta görülmektedir.

Anlamlı farklılıkların bulunduğu “kültürel etki”, “sosyal etki” ve “toplam etki” boyutlarında oluşan anlamlı farklılıkların hangi gruplar arasında gerçekleştiğini tespit edebilmek için “Tukey HSD” analizi gerçekleştirilmiştir. Uygulanan analiz sonucunda hem “kültürel etki” boyutunda hem de “Sosyal etki” boyutunda bölgede 21 yıl ve üzeri yaşayanlar ile 6-10 yıl aralığında yaşayanlar grubu arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür ($p<0,05$). Son olarak “toplam etki” boyutunda bölgede 1-5 yıl aralığında yaşayanlar ile 21 yıl ve üzeri yaşayanlar grubu arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür ($p<0,05$).

Tablo 40: Turizm Algısı Ölçek Boyutlarının Bölgedeki Yaşam Sürelerine Göre İncelenmesine Ait ANOVA Sonuçları

Faktörler	Gruplar	n	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (p)
Ekonomik Etki	1 Yıldan Az	14	3,88	0,430	0,094
	1-5 Yıl	132	3,34	0,954	
	6-10 Yıl	81	3,43	0,876	
	11-15 Yıl	31	3,36	0,733	
	16-20 Yıl	43	3,53	0,796	

	21 Yıl ve üzeri	149	3,61	0,974	
Kültürel Etki	1 Yıllan Az	14	4,23	0,504	0,002
	1-5 Yıl	132	3,72	1,003	
	6-10 Yıl	81	3,54	0,881	
	11-15 Yıl	31	3,45	0,981	
	16-20 Yıl	43	3,96	0,735	
	21 Yıl ve üzeri	149	3,88	0,755	
Sosyal Etki	1 Yıllan Az	14	2,41	0,901	0,036
	1-5 Yıl	132	2,71	0,750	
	6-10 Yıl	81	2,91	1,016	
	11-15 Yıl	31	3,00	0,758	
	16-20 Yıl	43	2,53	1,045	
	21 Yıl ve üzeri	149	2,62	0,955	
Çevresel Destek	1 Yıllan Az	14	2,52	1,027	0,217
	1-5 Yıl	132	3,03	0,907	
	6-10 Yıl	81	3,09	0,966	
	11-15 Yıl	31	3,22	0,948	
	16-20 Yıl	43	3,07	1,161	
	21 Yıl ve üzeri	149	3,19	1,052	
Toplam Etki	1 Yıllan Az	14	3,78	0,611	0,008
	1-5 Yıl	132	3,46	1,000	
	6-10 Yıl	81	3,75	0,887	
	11-15 Yıl	31	3,50	1,095	
	16-20 Yıl	43	3,87	1,047	
	21 Yıl ve üzeri	149	3,83	0,705	

Katılımcıların bölgedeki yaşam sürelerine göre turizm desteği ölçek boyutu ile arasında anlamlı bir farkın oluşup oluşmadığını tespit edebilmek adına yapılan tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonucunda katılımcıların bölgedeki yaşam süreleri bakımından “turizm desteği” boyutunda anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Katılımcıların bölgedeki yaşam sürelerine göre turizm desteği boyutunun incelenmesine ait tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonuçları Tablo 41’de görülmektedir.

Boyutta oluşan anlamlı farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için “Tukey HSD” analizinden yararlanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda “turizm desteği” boyutu açısından Tukey HSD testi sonuçlarına göre bölgede 1 yıldan az yaşayanlar ile 6-10 yıl aralığında yaşayanlar arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür ($p < 0,05$).

Tablo 41: Turizm Desteği Ölçek Boyutunun Bölgedeki Yaşam Sürelerine Göre İncelenmesine Ait ANOVA Sonuçları

Faktörler	Gruplar	n	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (p)
Turizm Desteği	1 Yıldan Az	14	4,52	0,433	0,034
	1-5 Yıl	132	4,03	0,695	
	6-10 Yıl	81	3,94	0,665	
	11-15 Yıl	31	3,94	0,687	
	16-20 Yıl	43	4,09	1,085	
	21 Yıl ve üzeri	149	4,15	0,602	

Uygulanan tek yönlü varyans (ANOVA) analizlerinin ardından, boyutlar arasında oluşan ilişkilerin tespit edilebilmesi amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Uygulanan korelasyon analizinin tüm boyutlar arası ilişkinin ortaya çıkartılması dışında temel hedefi, yerel halkın turizm algısının turizm desteği üzerinde etkisinin olup olmadığını belirlemek ve tespit edilen etkinin yönünü ile kuvvetini belirleyebilmektir. Tablo 42’de uygulanan korelasyon analizi sonuçları görülmektedir.

Korelasyon sonuçlarına göre analize tabi tutulan tüm ölçek ve boyutlar arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır ($p=,00<,01$). Turizm algısı ölçeği ile turizm desteği ölçeği arasında pozitif yönlü ve düşük düzeyde anlamlı ilişki olduğu bulunmuştur ($r=,243$; $p=,00<,01$). Turizm algısı ölçeğini oluşturan boyutlar ile ölçek arasında bulunan ilişkinin tespiti içinde tüm boyutlara ayrı ayrı korelasyon analizi uygulanmıştır. Sonuçlar Tablo 43’te gösterilmektedir.

Tablo 42: Ölçekler Arasında İlişki Seviyelerinin Ölçülmesine Ait Korelasyon Analizi Sonuçları

	Turizm Algısı	Turizm Desteği	
Turizm Algısı	1	,243	P.Corr.
		,000	Sig. (p)
Turizm Desteği	,243	1	P.Corr.
	,000		Sig. (p)

Turizm algısı ölçeğini oluşturan boyutlar ile ölçek arasında bulunan ilişkinin tespiti için uygulanan korelasyon analizi sonuçlarına göre ekonomik etki boyutu ile turizm algısı ölçeği arasında pozitif yönlü ve yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür ($r=,781$; $p=,00<,01$). Kültürel etki

boyutu ile turizm algısı ölçeği arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($r=,579$; $p=,00<,01$). Sosyal etki boyutu ile turizm algısı ölçeği arasında pozitif yönlü ve zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($r=,354$; $p=,00<,01$). Çevresel etki boyutu ile turizm algısı ölçeği arasında pozitif yönlü ve zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($r=,366$; $p=,00<,01$). Son olarak toplam etki boyutu ile turizm algısı arasında pozitif yönlü ve zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür ($r=,391$; $p=,00<,01$).

Tablo 43: Turizm Algısı Ölçeği ile Ölçek Boyutları Arasında İlişki Seviyelerinin Ölçülmesine Ait Korelasyon Analizi Sonuçları

	Turizm Algısı	Ekonomik Etki	Kültürel Etki	Sosyal Etki	Çevresel Etki	Toplam Etki	
Turizm Algısı	1	,781	,579	,354	,366	,391	P.Corr.
		,000	,000	,000	,000	,000	Sig. (p)
Ekonomik Etki	,781	1	,433	-,076	,010	,328	P.Corr.
	,000		,000	,000	,000	,000	Sig. (p)
Kültürel Etki	,579	,433	1	-,172	-,152	,355	P.Corr.
	,000	,000		,000	,000	,000	Sig. (p)
Sosyal Etki	,354	-,076	-,172	1	,338	-,179	P.Corr.
	,000	,000	,000		,000	,000	Sig. (p)
Çevresel Etki	,366	,010	-,152	,338	1	-,173	P.Corr.
	,000	,000	,000	,000		,000	Sig. (p)
Toplam Etki	,391	,328	,355	-,179	-,173	1	P.Corr.
	,000	,000	,000	,000	,000		Sig. (p)

Bu noktada ortaya çıkan ilişkilerin daha sağlıklı veriler sunabilmesi adına, boyutlar arasında bulunan ilişkilerin bağımlı ve bağımsız değişkenler bağlamında incelenmesi için “basit doğrusal regresyon analizi” uygulaması yapılmıştır.

Basit doğrusal regresyon analizinin bağımlı değişkeni turizm desteği ölçeği olurken, bağımsız değişkeni ise turizm algısı ölçeği olarak belirlenmiştir. Analizde turizm algısının, turizm desteği üzerinde etkisi ölçülmeye çalışılmıştır. Tablo 44’te basit doğrusal regresyon analizinin sonuçları görülmektedir.

Tablo 44: Turizm Desteği ile Turizm Algısına İlişkin Regresyon Analizi

R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Standart Hata	F	P
,243	,059	,057	,68682	28,108	,000
Değişkenler	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
Sabit	2,911	,221		13,165	,000
Turizm Algısı	,347	,065	,243	5,302	,000

Bağımlı Değişken: Turizm Desteği

Anlamlılık (significance) değeri açısından oluşturulan regresyon modeli anlamlı bulunmuştur ($p < ,05$). Turizm algısının, turizm desteği üzerindeki etkisinin belirlenmesi adına yapılan regresyon analizine göre turizm algısının turizm desteğine dönük pozitif yönde ve zayıf düzeyde anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Açıklama gücü açısından modelin R² değeri ,059 olarak bulunmuştur ($R = ,243$; $R^2 = ,059$; $p < ,05$). Bulunan bu değer ile turizm desteği değişkeninin %5,9'unun modeldeki bağımsız değişken olan turizm algısı tarafından açıklandığını ortaya çıkarmaktadır. Turizm algısı değişkeninin beta katsayısı ,243 olarak hesaplanmıştır. Basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre $p < ,05$ olduğu için turizm algısı değişkeninin, turizm desteği değişkeni üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 45'te basit doğrusal regresyon analizinin sonuçları görülmektedir. Analizde turizmin ekonomik etkilerinin, turizm algısı üzerinde etkisi ölçülmeye çalışılmıştır.

Tablo 45: Ekonomik Etkiler ile Turizm Algısına İlişkin Regresyon Analizi

R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Standart Hata	F	P
,781	,609	,608	,31005	698,487	,000
Değişkenler	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
Sabit	1,867	,058		32,320	,000
Ekonomik Etki	,424	,016	,781	26,429	,000

Bağımlı Değişken: Turizm Algısı

Anlamlılık (significance) değeri açısından oluşturulan regresyon modeli anlamlı bulunmuştur ($p < ,05$). Ekonomik etkilerin, turizm algısı üzerindeki etkisinin belirlenmesi adına yapılan regresyon analizine göre ekonomik etkilerin turizm algısına dönük pozitif yönde ve güçlü düzeyde anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Açıklama gücü açısından modelin R^2 değeri ,609 olarak bulunmuştur ($R = ,781$; $R^2 = ,609$; $p < ,05$). Ekonomik etkiler değişkeninin beta katsayısı ,781 olarak hesaplanmıştır. Basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre $p < ,05$ olduğu için ekonomik etkiler değişkeninin, turizm algısı değişkeni üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 46'da basit doğrusal regresyon analizinin sonuçları görülmektedir. Analizde turizmin kültürel etkilerinin, turizm algısı üzerinde etkisi ölçülmeye çalışılmıştır.

Tablo 46: Kültürel Etkiler ile Turizm Algısına İlişkin Regresyon Analizi

R	R ²	Düzeltilmiş R ²		Standart Hata	F	P
,579	,335	,333		,40450	225,566	,000
Değişkenler	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar	t	Sig.	
	B	Std. Hata	Beta			
Sabit	2,117	,084		25,234	,000	
Kültürel Etki	,326	,022	,579	15,019	,000	

Bağımlı Değişken: Turizm Algısı

Anlamlılık (significance) değeri açısından oluşturulan regresyon modeli anlamlı bulunmuştur ($p < ,05$). Kültürel etkilerin, turizm algısı üzerindeki etkisinin belirlenmesi adına yapılan regresyon analizine göre kültürel etkilerin turizm algısına dönük pozitif yönde ve orta düzeyde anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Açıklama gücü açısından modelin R^2 değeri ,335 olarak bulunmuştur ($R = ,579$; $R^2 = ,335$; $p < ,05$). Kültürel etkiler değişkeninin beta katsayısı ,579 olarak hesaplanmıştır. Basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre $p < ,05$ olduğu için kültürel etkiler değişkeninin, turizm algısı değişkeni üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 47’de basit doğrusal regresyon analizinin sonuçları görülmektedir. Analizde turizmin sosyal etkilerinin, turizm algısı üzerinde etkisi ölçülmeye çalışılmıştır.

Tablo 47: Sosyal Etkiler ile Turizm Algısına İlişkin Regresyon Analizi

R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Standart Hata	F	P
,354	,125	,123	,46396	63,986	,000
Değişkenler	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
Sabit	2,823	,069		41,147	,000
Sosyal Etki	,192	,024	,354	7,999	,000

Bağımlı Değişken: Turizm Algısı

Anlamlılık (significance) değeri açısından oluşturulan regresyon modeli anlamlı bulunmuştur ($p < ,05$). Sosyal etkilerin, turizm algısı üzerindeki etkisinin belirlenmesi adına yapılan regresyon analizine göre sosyal etkilerin turizm algısına dönük pozitif yönde ve zayıf düzeyde anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Açıklama gücü açısından modelin R² değeri ,125 olarak bulunmuştur ($R = ,354$; $R^2 = ,125$; $p < ,05$). Sosyal etkiler değişkeninin beta katsayısı ,354 olarak hesaplanmıştır. Basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre $p < ,05$ olduğu için sosyal etkiler değişkeninin, turizm algısı değişkeni üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 48’de basit doğrusal regresyon analizinin sonuçları görülmektedir. Analizde turizmin çevresel etkilerinin, turizm algısı üzerinde etkisi ölçülmeye çalışılmıştır.

Tablo 48: Çevresel Etkiler ile Turizm Algısına İlişkin Regresyon Analizi

R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Standart Hata	F	P
,366	,134	,132	,46152	69,419	,000
Değişkenler	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
Sabit	2,782	,071		39,286	,000
Çevresel Etki	,181	,022	,366	8,332	,000

Bağımlı Değişken: Turizm Algısı

Anlamlılık (significance) değeri açısından oluşturulan regresyon modeli anlamlı bulunmuştur ($p < ,05$). Çevresel etkilerin, turizm algısı üzerindeki etkisinin belirlenmesi adına yapılan regresyon analizine göre çevresel etkilerin turizm algısına dönük pozitif yönde ve zayıf düzeyde anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Açıklama gücü açısından modelin R^2 değeri ,134 olarak bulunmuştur ($R = ,366$; $R^2 = ,134$; $p < ,05$). Sosyal etkiler değişkeninin beta katsayısı ,366 olarak hesaplanmıştır. Basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre $p < ,05$ olduğu için çevresel etkiler değişkeninin, turizm algısı değişkeni üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 49’da basit doğrusal regresyon analizinin sonuçları görülmektedir. Analizde toplam turizm etkisinin, turizm algısı üzerinde etkisi ölçülmeye çalışılmıştır.

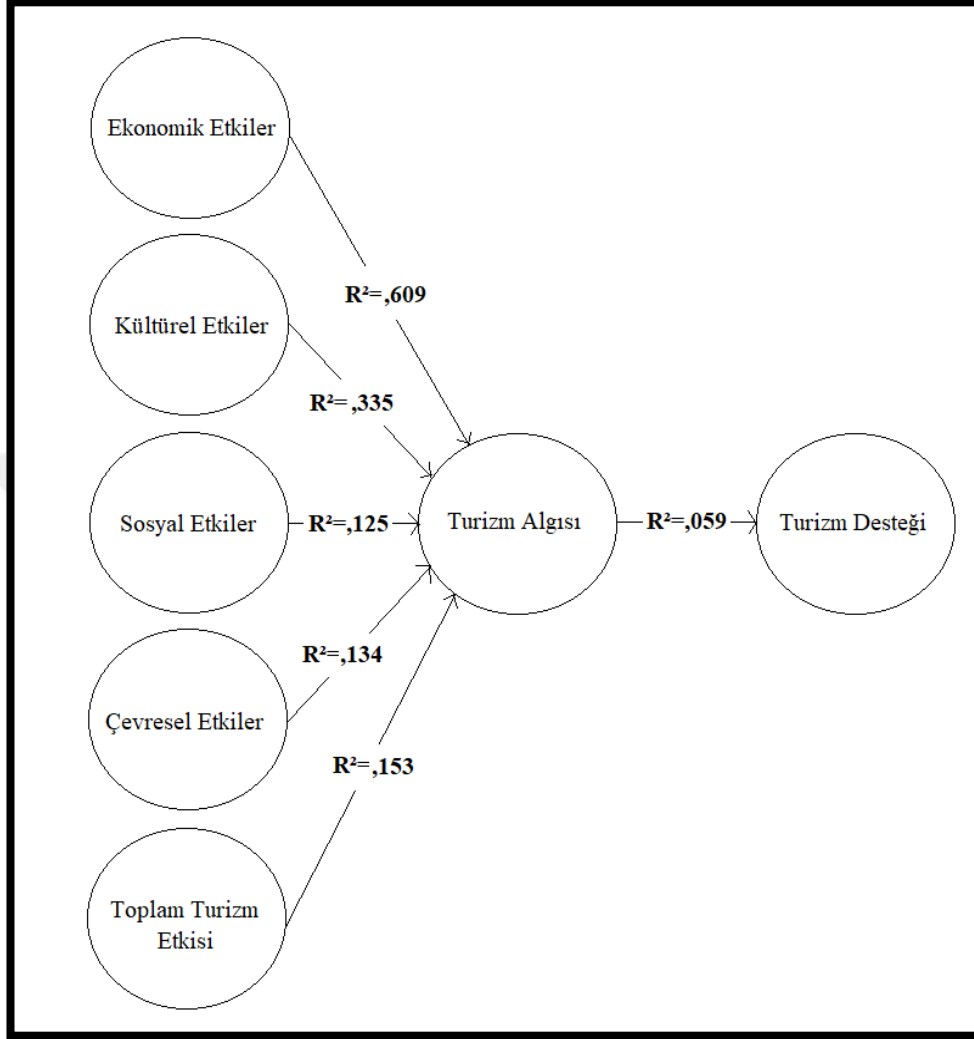
Tablo 49: Toplam Turizm Etkisi ile Turizm Algısına İlişkin Regresyon Analizi

R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Standart Hata	F	P
,391	,153	,151	,45661	80,617	,000
Değişkenler	Standartlaşmamış Katsayılar		Standartlaşmış Katsayılar	t	Sig.
	B	Std. Hata	Beta		
Sabit	2,554	,091		28,220	,000
Toplam Turizm Etkisi	,214	,024	,391	8,979	,000

Bağımlı Değişken: Turizm Algısı

Anlamlılık (significance) değeri açısından oluşturulan regresyon modeli anlamlı bulunmuştur ($p < ,05$). Toplam turizm etkilerinin, turizm algısı üzerindeki etkisinin belirlenmesi adına yapılan regresyon analizine göre toplam turizm etkisinin turizm algısına dönük pozitif yönde ve zayıf düzeyde anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Açıklama gücü açısından modelin R^2 değeri ,153 olarak bulunmuştur ($R = ,391$; $R^2 = ,153$; $p < ,05$). Toplam turizm etkisi değişkeninin beta katsayısı ,391 olarak hesaplanmıştır. Basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre $p < ,05$ olduğu için toplam turizm etkisi değişkeninin, turizm algısı değişkeni üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür.

Korelasyon ve regresyon analizi sonuçlarının ardından ortaya çıkan araştırmanın sonuç modeli Şekil 7’de gösterilmektedir.



Şekil 7: Araştırmanın Sonuç Modeli

Araştırmanın sonuç modelinde turizm algısını oluşturan alt boyutların R^2 değerleri görülmektedir. Ekonomik etki alt boyutunun turizm algısı ile arasında $R^2=,609$ değerinde, kültürel etki alt boyutunun turizm algısı ile arasında $R^2=,335$ değerinde, sosyal etki alt boyutunun turizm algısı ile arasında $R^2=,125$ değerinde, çevresel etki alt boyutunun turizm algısı ile arasında $R^2=,134$ değerinde ve toplam turizm etkisi alt boyutunun turizm algısı ile arasında $R^2=,153$ değerinde ilişki olduğu görülmektedir.

3.6. Araştırmanın Hipotez Sonuçlarının Değerlendirilmesi

Araştırma çerçevesinde oluşturulan hipotezlere ait sonuçlar Tablo 50’de gösterilmektedir.

Tablo 50: Araştırmanın Hipotez Sonuçları

NO	HİPOTEZ	SONUÇ
H₁	Yerel halkın demografik özellikleri ile turizm algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır.	KABUL
H_{1a}	Yerel halkın cinsiyetleri ile turizm algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır.	RET
H_{1b}	Yerel halkın medeni durumları ile turizm algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır.	KABUL
H_{1c}	Yerel halkın turizm sektöründe çalışma durumları ile turizm algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır.	KABUL
H_{1d}	Yerel halkın gelir durumları ile turizm algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır.	RET
H_{1e}	Yerel halkın yaşları ile turizm algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır.	KABUL
H_{1f}	Yerel halkın eğitim durumları ile turizm algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır.	KABUL
H_{1g}	Yerel halkın meslekleri ile turizm algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır.	KABUL
H_{1h}	Yerel halkın bölgede yaşam süreleri ile turizm algısı arasında anlamlı bir farklılık vardır.	KABUL
H₂	Yerel halkın demografik özellikleri ile turizme verilen destek arasında anlamlı bir farklılık vardır.	KABUL
H_{2a}	Yerel halkın cinsiyetleri ile turizme verilen destek arasında anlamlı bir farklılık vardır.	RET
H_{2b}	Yerel halkın medeni durumları ile turizme verilen destek arasında anlamlı bir farklılık vardır.	RET
H_{2c}	Yerel halkın turizm sektöründe çalışma durumları ile turizme verilen destek arasında anlamlı bir farklılık vardır.	RET
H_{2d}	Yerel halkın gelir durumları ile turizme verilen destek arasında anlamlı bir farklılık vardır.	RET
H_{2e}	Yerel halkın yaşları ile turizme verilen destek arasında anlamlı bir farklılık vardır.	RET
H_{2f}	Yerel halkın eğitim durumları ile turizme verilen destek arasında anlamlı bir farklılık vardır.	KABUL
H_{2g}	Yerel halkın meslekleri ile turizme verilen destek arasında anlamlı bir farklılık vardır.	KABUL
H_{2h}	Yerel halkın bölgede yaşam süreleri ile turizme verilen destek arasında anlamlı bir farklılık vardır.	KABUL
H₃	Yerel halkın turizm algısının turizme verilen destek üzerinde etkisi vardır.	KABUL

SONUÇ ve ÖNERİLER

Günümüz yaşam koşulları sürekli bir şekilde kendini yenilemekte ve geliştirmektedir. Bu gelişim sürecinde insanların algıladığı hizmet anlayışı da değişmektedir. Hemen hemen her sektörde gelişen dünya koşulları titizlikle takip edilmekte ve uygulanmaya çalışılmaktadır. Turizm kavramı da bu gelişen dünya koşulları ve buna bağlı yaşam koşullarından etkilenmektedir. Gün geçtikçe turizm çevreleri daha çok insan odaklı bir yönetim anlayışı ile hizmet üretmeye çalışmaktadır.

Turizmin en önemli paydaşlarından kabul edilen yerel halk, zaman geçtikçe turizm faaliyetlerinde daha çok söz sahibi olmakta ve yerel halkın görüşleri ile tutumları bu süreçte daha çok önemsenmektedir. Günümüzde turizmin gelişmesi ve değerinin artması açısından da yerel halkın katılımı öne çıkartılmaktadır.

Turizm başlıca ekonomik, kültürel, sosyal, çevresel ve politik unsurlardan oluşmaktadır. Bu unsurların olumlu veya olumsuz etkileri bulunmaktadır. Bu etkilerin en büyük muhatabı olarak yerel halk kabul edilmektedir. Bir bölgede başlayan turizm hareketliliğinden ve bunun sonucunda ortaya çıkan turizm faaliyetlerinden en çok etkilenen paydaş yerel halk olarak görülmektedir. Bu sebep ile yerel halkın desteği, bölgenin turizm açısından geleceğini de belirleyebilmektedir.

Çalışmanın amacı TR21 Bölgesi içerisinde hayatlarını devam ettiren yerel halkın turizm algısının belirlenmesi ve bu algının bölgede yaşanan turizme verilen desteğe etkisinin tespit edilmesidir. Araştırmanın saha ve anket çalışması 2020 yılının Ekim-Aralık aylarında yüz yüze 450 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evreni, TR21 Bölgesi içerisinde bulunan Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli illerinin merkez ilçeleri olarak belirlenmiştir. TR21 Bölgesi yerel halkından elde edilen anket verilerine uygulanan analiz ve testler neticesinde, aşağıda bulunan bulgular ortaya çıkmıştır.

TR21 Bölgesi yerel halkından çalışmaya katılanların cinsiyet dağılımı %49.8 düzeyinde erkek ve %50.2 düzeyinde kadın olarak gerçekleşmiştir. Çalışmanın cinsiyet açısından eşit sayılardan oluştuğu ve hem erkek hem de

kadın bireylerin algı ve tutumlarının öğrenilmesi açısından önem taşıdığı söylenebilir.

Katılımcıların %39.8'i 18-25 yaş aralığında, %30'u 26-33 yaş aralığında, %12.7'si 34-41 yaş aralığında, %6'sı 42-49 yaş aralığında, %11.6'sı ise 50 ve üzeri yaş aralığında bulunmaktadır. Bu sonuçlardan yola çıkarak çalışmanın %69.8'ini genç (18-33) katılımcıların oluşturduğu söylenebilir.

Eğitim düzeyi özelliklerine bakıldığında katılımcı bireylerin lise (%30.9), önlisans (%27.6) ve lisans (%28) aralığında olduğu ve çalışmaya katılan bireylerin eğitim durumları açısından yüksek eğitim düzeyine sahip olduğu görülmüştür.

Araştırmaya katılanların %43.3'ü evli katılımcılardan oluşurken, %56.7'si ise bekar katılımcılardan oluşmaktadır. Mesleki açıdan katılımcıların %32.7'si kamu sektöründe, %52.7'si özel sektörde, %10'u öğrenci ve %4.7'si işsiz/ev hanımı olarak gerçekleşmiştir. Çalışmaya katılanların %9.6'sı turizm sektöründe çalışırken, %90.4'ü bu sektörde çalışmadığını ifade etmektedir.

Gelir düzeyleri açısından katılımcı bireyler incelendiğinde, katılımcıların %10.2'si 0-1000 aralığında, %7.1'i 1001-2000 aralığında, %31.3'ü 2001-3000 aralığında, %24.7'si 3001-4000 aralığında, %16'sı 4001-5000 aralığında, %10.7'si ise 5001 ve üzeri gelir düzeyine sahip olduğu görülmektedir.

Çalışmaya katılan katılımcıların %3.1'i 1 yıldan az, %29.3'ü 1 ile 5 yıl arasında, %18'i 6 ile 10 yıl arasında, %6.9'u 11 ile 15 yıl arasında, %9.6'sı 16 ile 20 yıl arasında ve %33.1'i ise 21 ve üzeri yıl bölgede yaşamakta olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma bulgularına göre kadın katılımcılar ile erkek katılımcılar arasında algılanan turizm etkileri bağlamında herhangi bir anlamlı farklılaşma tespit edilememiştir. Fakat erkek katılımcıların kültürel etkiler bakımından kadınlardan daha olumlu tutum sergilediği, kadın katılımcıların ise ekonomik, sosyal, çevresel ve toplam etkilerde erkeklerden daha olumlu tutum sergilediği ortaya çıkmıştır. Turizm desteği konusunda kadın ve erkek katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık bulunmasa bile turizme verilen destek konusunda erkek katılımcıların daha olumlu yaklaşımlar sergilediği

görülmüştür. Ortaya çıkan bu sonuçlarda erkeklerin sosyal ve kültürel etkilere olumsuz yaklaşımda bulunmasının sebebi olarak aile temelli düşüncelerin olduğu söylenebilir. Erkek katılımcıların çevresel ve ekonomik etkilere yaklaşımında ortaya çıkan olumsuz düşüncelerin ise bölgede turizm açısından kısıtlı bir gelir elde edilmesi ve turizm istihdam oranının düşük olmasından ötürü olduğu düşünülebilir. TR21 Bölgesinde algılanan turizm etkilerinin katılımcıların cinsiyetine göre anlamlı bulunamaması Gümüş ve Özipekçe (2009) araştırma bulguları ile örtüşmektedir.

Araştırma bulgularına göre evli katılımcılar ile bekar katılımcılar arasında algılanan turizm etkileri bağlamında ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerde anlamlı bir farklılaşma tespit edilmiştir. Evli katılımcılar ekonomik, sosyal ve çevresel etki konularında bekar katılımcılara oranla daha olumlu iken, bekar katılımcılar kültürel etki ve toplam etki konularında evli katılımcılardan daha olumlu bir tutum sergilemişlerdir. Evli katılımcıların daha çok maddi konularda algı ortaya koyması ve bekar katılımcıların turizmin kültürel etkisi ile toplam etkisi üzerinde durması beklenen bir sonuçtur. Turizme verilen destek konusunda ise bekar katılımcılar ile evli katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık bulunmazken, bekar katılımcıların evli katılımcılara oranla destek konusunda daha olumlu olduğu tespit edilmiştir. Evli ve bekar katılımcıların ortalamalarının birbirine çok yakın olmasından dolayı turizme destek konusunda büyük bir görüş ayrılığı olmadığı söylenebilir. İki grubun da turizme destek konusunda olumlu düşüncelere sahip olduğu görülmektedir.

Araştırma bulgularına göre turizm sektöründe çalışanlar ile çalışmayanlar arasında algılanan turizm etkileri açısından ekonomik ve sosyal etkiler kısmında anlamlı bir farklılaşmaya sebep olmuştur. Turizme verilen destek dahil tüm diğer turizm etkilerinde anlamlı bir farklılaşma gözlemlenmemiştir. Turizm sektöründe çalışmayanların algıladıkları tüm turizm etkilerinde, turizm sektöründe çalışanlara oranla daha olumlu tutum içinde oldukları gözlemlenmiştir. Bu bulgular Özaltın Türker ve Türker (2014) çalışması sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Bunun temel nedeni olarak sektörde çalışanların, mesleki dezenformasyona uğradıkları söylenebilir. Turizme verilen destek konusunda ise bu durum tam tersi olarak bulgulanmıştır.

Bunun da sebebi olarak turizm sektöründe çalışan kişilerin turizmin önemini ve gerekliliğini daha iyi kavramış olduğu düşüncesi gösterilebilir.

Araştırma bulgularına göre gelir durumu ile algılanan tüm turizm etkileri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Turizme verilen destek konusunda da gelir durumu bakımından anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Ekonomik etkilerde ve kültürel etkilerde en olumlu tutum sergileyen gelir grubu 1001-2000 aralığı olurken, sosyal etki, çevresel etki ve toplam etki konusunda bu grup 3001-4000 aralığı olarak gerçekleşmiştir. Turizme verilen destek konusunda ise 0-1000 aralığı en yüksek ortalamaya sahip olarak ölçülmüştür. Bu durumda gelirleri kısıtlı seviyelerde olan katılımcıların ekonomik ve kültürel açıdan turizmin etkilerine karşı olumlu tutum sergilediği, geliri yüksek seviyelerde olan katılımcıların ise sosyal, çevresel ve toplam etki konularında daha olumlu oldukları söylenebilir. Gelir seviyesi daha düşük grupların sosyal ve çevresel etkilerde daha düşük ortalamalara sahip olması ise ekonomik sınırlılıklarından dolayı olduğu ifade edilebilir.

Araştırma bulgularına göre katılımcıların yaşları ile algıladıkları sosyal etkiler ve toplam etki arasında anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Ekonomik, kültürel ve çevresel etkiler kısmında anlamlı bir farklılaşma sağlanamamıştır. 50 ve üzeri yaş grubunda bulunan katılımcıların sosyal, çevresel ve toplam etkilere karşı daha olumlu bir algıya sahip oldukları tespit edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda sosyal etki boyutunda 26-33 yaş grubu ile 50 ve üzeri yaş grubu arasında, toplam etki boyutu açısından 26-33 yaş grubu ile 42-49 yaş grubu arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Turizm desteği açısından bakıldığında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Turizme verilen destek konusunda 42-49 yaş grubunda olan katılımcıların daha olumlu tutum sergilediği ve daha yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmüştür. Bunun sebebi olarak yaşlı olarak adlandırılacak grupların bölgede turizmin gelişmesini istemesi ve bu sayede fayda sağlanabileceğini düşünmesi gösterilebilir.

Araştırma bulgularına göre katılımcıların eğitim durumlarında, turizmin ekonomik etkileri hariç tüm etkiler arasında anlamlı farklılık saptanmıştır. Eğitim durumları ile turizme verilen destek arasında da anlamlı bir farklılık belirlenmiştir. Yapılan analizler sonucunda turizme verilen destek faktöründe

ortaokul grubu ile lise, önlisans ve lisans grupları arasında, lise ve lisans grupları arasında anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur. Turizme verilen destek konusunda en olumlu tutumu ve en yüksek ortalamayı temsil eden lisans grubu olarak bulgulanmıştır. Algı açısından ortalamalara bakıldığında ilkokul düzeyinde eğitim durumuna sahip katılımcıların ekonomik etki ve sosyal etki konularında, ortaokul düzeyindeki katılımcıların çevresel etki ve kültürel etki konularında, lisans düzeyindeki katılımcıların ise en olumlu tutum olarak toplam etki konusunda olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcıların eğitim durumlarına göre incelenmesinin ardından sosyal etki algısında tüm eğitim gruplarının olumsuz düzeyde ortalamalara sahip olduğu görülmüştür.

Araştırma bulgularına göre katılımcıların meslek durumları, toplam etki hariç turizmin tüm etkileri ile anlamlı bir farklılık oluşturmuştur. Yapılan analiz sonucunda ekonomik etki, kültürel etki ve toplam etki boyutlarında en yüksek ortalama öğrenci grubuna ait olurken, sosyal ve çevresel etkilerde yüksek ortalama işsiz/ev hanımı grubu olarak gerçekleşmiştir. Ekonomik, kültürel, sosyal ve çevresel etkilerde kamu sektörü grubu ile öğrenci grubu arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Turizme verilen destek konusunda da katılımcıların meslek durumları anlamlı bir farklılaşma yaratmıştır. Yapılan analiz sonucunda turizme verilen destek faktöründe kamu sektörü grubu ile öğrenci ve işsiz/ev hanımı grubu arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Turizme verilen destek konusunda en olumlu ortalama işsiz/ev hanımı grubuna aittir. TR21 Bölgesinde algılanan turizm etkilerinin katılımcıların mesleklerine göre anlamlı bulunması Kervankıran (2014) araştırma bulguları ile örtüşmektedir. Araştırma bulgularına bakıldığında sosyal etkilerde tüm meslek gruplarının diğer etkilere göre daha olumsuz bir ortalamaya sahip oldukları görülmektedir. Çevresel etkilerde ise öğrenci grubunun olumsuz yönde eğilimi gözlemlenmiştir. Turizme verilen destek konusunda ise bütün meslek grupları olumlu tutum sergilemişlerdir.

Araştırma bulgularına göre katılımcıların bölgedeki yaşam süreleri ile kültürel etki, sosyal etki ve toplam etki arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Ekonomik etki ve kültürel etkide en yüksek ortalama 1 yıldan az yaşayanlar grubunda, sosyal ve çevresel etkide en yüksek ortalama 11-15 yıl aralığında yaşayanlar grubunda ve toplam etkide en yüksek ortalama 16-

20 yıl aralığında yaşayanlar grubunda tespit edilmiştir. Uygulanan analiz sonucunda kültürel etki ve sosyal etki boyutunda bölgede 21 yıl ve üzeri yaşayanlar ile 6-10 yıl aralığında yaşayanlar grubu arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Toplam etki boyutunda ise 1-5 yıl aralığında yaşayanlar ile 21 yıl ve üzeri yaşayanlar arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Son olarak toplam etki faktöründe bölgede 1 yıldan az yaşayanlar ile 6-10 yıl aralığında yaşayanlar grubu arasında ve 21 yıldan fazla süredir bölgede yaşayanlar grubu ile 6-10 yıl aralığında yaşayanlar grubu arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Çevresel etki ve ekonomik etki konularında katılımcıların bölgedeki yaşam süreleri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Turizme verilen destek konusunda da anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bölgede 1 yıldan az yaşayanlar ile 6-10 yıl aralığında yaşayanlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bölgede 1 yıldan az süredir ikamet edenlerin turizme verilen destek konusunda en büyük ortalamaya sahip grup olduğu anlaşılmıştır. Sonuçlara bakıldığında bölgede yaşam süresi arttıkça turizm algılarının ve turizm destek konusunda tutumların daha pozitif yönde geliştiği görülmektedir.

Katılımcıların turizm algısı ölçeğinde yer alan ifadelere verdikleri yanıtlar doğrultusunda, en olumlu ve en yüksek ortalamaya sahip ifadenin “turizm sayesinde farklı kültürleri tanıma fırsatı oluşmaktadır” olduğu ortaya çıkmıştır. Katılımcıların en olumsuz olarak yaklaştığı ve en düşük ortalamaya sahip ifade ise “kamu tarafından turistik tesislerin iyileştirilmesi, vergilerin boşa harcanmasıdır” ifadesidir. Bu durumda yerel halkın ve katılımcıların kültürel açıdan turizmi bir araç olarak gördüğü ve turizmi yeni kültürleri tanıma fırsatı olarak algıladığı söylenebilir. Ayrıca araştırmaya katılan yerel halkın verdiği cevaplar doğrultusunda, kamu gücü ile turizme yapılan yatırım ve teşviklerin yararlı olduğu görüşü ortaya çıkmaktadır.

Katılımcıların turizm desteği ölçeğinde yer alan ifadelere verdikleri yanıtlar doğrultusunda, en olumlu ve en yüksek ortalamaya sahip ifadenin “turizm işletmelerinin hizmet kalitelerini artırmak amacıyla yaptıkları faaliyetleri destekliyorum” olduğu ortaya çıkmıştır. Katılımcıların en olumsuz olarak yaklaştığı ve en düşük ortalamaya sahip ifade ise “turistler için gerçekleştirilen sergi, festival, spor vb. faaliyetleri destekliyorum”

ifadesidir. Bu durumda yerel halk ve katılımcıların daha iyi hizmet alma isteği, ortaya çıkan bir başka sonuç olarak yorumlanmıştır.

Uygulanan tek yönlü varyans (ANOVA) analizlerinin ardından, boyutlar arasında oluşan ilişkilerin tespit edilebilmesi amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Uygulanan korelasyon analizinin tüm boyutlar arası ilişkisinin ortaya çıkartılması dışında temel hedefi yerel halkın turizm algısının, turizm desteği üzerinde etkisinin olup olmadığını belirlemek ve tespit edilen etkinin yönü ile kuvvetini belirleyebilmektir.

Korelasyon sonuçlarına göre analize tabi tutulan tüm ölçek ve boyutlar arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Turizm algısı ölçeği ile turizm desteği ölçeği arasında pozitif yönlü ve düşük düzeyde anlamlı ilişki olduğu bulunmuştur. Turizm algısı ölçeğini oluşturan boyutlar ile ölçek arasında bulunan ilişkinin tespiti içinde tüm boyutlara ayrı ayrı korelasyon analizi uygulanmıştır.

Turizm algısı ölçeğini oluşturan boyutlar ile ölçek arasında bulunan ilişkinin tespiti için uygulanan korelasyon analizi sonuçlarına göre ekonomik etki boyutu ile turizm algısı ölçeği arasında pozitif yönlü ve yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Kültürel etki boyutu ile turizm algısı ölçeği arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Sosyal etki boyutu ile turizm algısı ölçeği arasında pozitif yönlü ve zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Çevresel etki boyutu ile turizm algısı ölçeği arasında pozitif yönlü ve zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Son olarak toplam etki boyutu ile turizm algısı arasında pozitif yönlü ve zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Araştırma bulgularına göre TR21 Bölgesi bakımından turizm algısını en çok etkileyen etkinin ekonomik ve kültürel etkiler olduğu ortaya çıkmıştır. Türker ve öte. (2014) çalışmalarında turizme verilen destek açısından en önemli etkilerin, sosyal ve kültürel etkiler olduğunu, Cengiz ve Kırkbir (2007) ise en büyük etki faktörünün sosyal etki ve kültürel etki olarak tespit ettiklerini, Yoon ve öte. (2001) çalışmalarında maksimum etkide olan unsurun ekonomik etkiler ve kültürel etkiler olduğunu dile getirmişlerdir. Yapılan çalışmalar ve araştırmalar incelendiğinde, elde edilen çalışma sonuçları ile benzerlik gözlemlendiği söylenebilir.

Bu noktada ortaya çıkan ilişkilerin daha sağlıklı veriler sunabilmesi adına, boyutlar arasında bulunan ilişkilerin bağımlı ve bağımsız değişkenler bağlamında incelenmesi için “basit doğrusal regresyon analizi” uygulaması yapılmıştır. Basit doğrusal regresyon analizinin bağımlı değişkeni turizm desteği ölçeği olurken, bağımsız değişkeni ise turizm algısı ölçeği olarak belirlenmiştir. Analizde turizm algısının, turizm desteği üzerinde etkisi ölçülmeye çalışılmıştır.

Analiz için oluşturulan regresyon modeli anlamlı bulunmuştur. Turizm algısının, turizm desteği üzerindeki etkisinin belirlenmesi adına yapılan regresyon analizine göre turizm algısının turizm desteğine dönük pozitif yönde ve zayıf düzeyde anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Açıklama gücü açısından modelin R^2 değeri ,059 olarak bulunmuştur. Bulunan bu değer ile turizm desteği değişkeninin %5,9'unun modeldeki bağımsız değişken olan turizm algısı tarafından açıklandığını ortaya çıkarmaktadır. Turizm algısı değişkeninin beta katsayısı ,243 olarak hesaplanmıştır. Basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre $p < ,05$ olduğu için turizm algısı değişkeninin, turizm desteği değişkeni üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür.

Sonuç olarak TR21 Bölgesi içerisinde bulunan yerel halk, turizmin faydalarının bölgedeki insanlara olan maliyetinden daha fazla olduğunu düşünmektedir. Aynı zamanda turizmin bölge için genel anlamda yararlı olduğunu düşündüğü ortaya çıkmıştır. Yerel halkın turizme verilen destek ifadelerinde gösterdiği olumlu tutum ve yüksek ortalamaya bakıldığında, TR21 Bölgesi açısından yerel halkın turizme karşı pozitif bir tutum içinde olduğu çıkarımı da yapılabilir. Yerel halkın turizm ve gelişimine karşı pozitif tutum içinde olması Uslu ve Kiper (2002), Akova (2006), Işık ve Çalkın (2016) ve Karakaş ve Şengün (2017) araştırma bulguları ile örtüşmektedir. Yerel halkın turizm desteği konusunda tespit edilen pozitif düşünceler göz önüne alındığında bölgenin ekolojik, sosyal, psikolojik, ve ekonomik taşıma kapasitesi sınırının daha aşılmadığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Doxey Irridex (Tolerans) modeli açısından TR21’de bulunan düzey ilgisizlik aşaması olarak yorumlanabilir.

Araştırma hipotezleri açısından bakıldığında **H_{1a}, H_{1d}, H_{2a}, H_{2b}, H_{2c}, H_{2d}, H_{2e}** hipotezleri ret, **H₁, H_{1b}, H_{1c}, H_{1e}, H_{1f}, H_{1g}, H_{1h}, H₂, H_{2f}, H_{2g}, H_{2h}, H₃** hipotezleri kabul edilmiştir. Yukarıda ortaya çıkan sonuçlar çerçevesinde çalışmanın önerileri şu şekildedir:

➤ **Yerel Halka Yönelik Öneriler**

Araştırma bulgularına göre TR21 Bölgesi yerel halkının, turizme karşı desteğini sağlayabilmek adına ilk olarak turizmin olumsuz etkilerinin minimum seviyelere çekilmesi gerekliliği düşünülmektedir. Çalışma sonuçlarına göre TR21 Bölgesi içerisinde bulunan yerel halkın, turizmden maksimum düzeyde ekonomik fayda elde edebilmesi için yerel halkın turizm sürecine doğrudan katılımı sağlanabilir. Karar verme ve uygulama konularında yerel halk öne çıkarılabilir. Turizmde istihdam seviyeleri arttırılabilir.

Kültürel etkiler açısından bölgedeki potansiyel yüksek ortalama göz önüne alındığında TR21 Bölgesi kapsamında yeni medeniyetler ve kültürler çerçevesinde bağlantılar oluşturulabilir. Yerel halkın dünyaya bakış açıları geliştirilebilir ve kültürel kazanımlar elde edilebilir. Yerel halkın vermiş olduğu yanıtlarda en yüksek algılardan birisinin, yerel halkın turizmi farklı kültürleri tanıma fırsatı olarak görmesidir. Bu sonuca bakıldığında TR21 Bölgesi yerel halkının yeni insanlarla tanışma isteği taşıdığı, farklı kültürlerle barışık olduğu ve toplumların kaynaşma açısından hazır olduğu söylenebilir.

Çalışma sonucunda kadınların turizme bakışında olumlu bir tutum oluşturabilmek adına kadınların TR21 Bölgesi açısından gelişen turizme doğrudan katılımı teşvik edilebilir. Turizm istihdamında kadınlara pozitif ayrımcılık yapılabilir ve öncelik tanınabilir. Turizmde kadın çalışan sayıları arttırılabilir. Bu konuda kadınlara ve profili evli olan bireylere turizm kavramı anlatılabilir.

➤ **Yerel Yönetime Yönelik Öneriler**

TR21 Bölgesinde düzenlenen ulusal ve uluslararası festivallerin, toplantıların, kongrelerin veya aktivitelerin yaygınlaştırılması ve duyurulması amacı ile teşvik edilebilir. Yeni oluşturulacak turizm tesislerinin doğaya ve çevreye zarar vermeden yatırımlar yapması sağlanabilir.

TR21 Bölgesi çerçevesinde turizmin gelişmesi ve tanıtılması konusunda başta kamu kurum ve kuruluşları olmak üzere özel sektörden de katılım sağlanabilir. Bu süreçte STK'lar ve bölge üniversitelerinin oluşturabileceği komisyon ve örgütler ile yerel halkla bağlantı sağlanabilir. Bölgede bulunan turizm işletmeleri, doğrudan yerel halk ile iletişim sağlayabilir.

Yerel yönetimler vasıtasıyla TR21 Bölgesi dahilinde geliştirilecek olan turizmle beraber bölge içinde oluşan ekonomik ve sosyal dengesizliklerin giderilmesi çalışmaları yapılabilir. Hem bölge içinde hem de diğer bölgeler için turizm kavramının kullanımı daha çok önemsenebilir.

Bu ve benzeri araştırmalar sonucunda yerel yönetimler, kamu yöneticileri, planlamacılar ve turizm girişimcileri bölgede turizmin gelişimi açısından yerel halkın turizme olan desteğini görebilir. Bu destek ve tutuma yönelik olarak bölgede oluşturulacak yeni planlamaların ve girişimlerin daha sağlıklı olması beklenebilir. Belli dönem aralıklarla yerel halkın turizme karşı algı ve tutumları ölçülebilir. Yerel halkın turizme bakış açısının tespit edilmesi sayesinde TR21 Bölgesi, turizm açısından sürekli bir şekilde gelişme gösterebilir.

Araştırma bulgularından yola çıkarak, bölgede turizm açısından sosyal ve kültürel gelişmelerin desteklenmesi önerilebilir. Bölge içinde bulunan turizm potansiyelinin ortaya çıkarılması ve daha iyi bir seviyeye gelebilmesi adına yerel halkın turizme ve turiste karşı yaşanması beklenen olumsuz durumların önüne geçebilmek adına sosyal ve kültürel ilişkiler üzerinde eğitim, konferans, seminer verilebilir. Bölge içerisinde bulunan ve yerel halkın da yoğun olduğu yerlere turizmi teşvik edici reklam, pano ve tabela uygulamaları uygulanabilir. Hem gelen turistler açısından hem de yerel halk açısından yaşanacak olacak turizm hareketliliğinde iki grubun da negatif bir durumla karşılaşmaması için gerekli uyarılar kamu gücü kullanılarak yapılabilir. Bu sayede turizm faaliyetleri esnasında oluşacak karşılıklı suç, kötü davranış, mobbing vb. eylemlerin önüne geçilebilir.

➤ **Turizm Tesislerine Yönelik Öneriler**

Araştırma sonuçlarına bakıldığında yerel halkın turizm işletmelerinin hizmet kalitelerini artırmak amacıyla yaptıkları faaliyetleri desteklediği

ortaya çıkmıştır. Yerel halk turizmin gelişmesi açısından verdiği destekte bölgede bulunan ve bulunacak olan turizm işletmelerinin kalite olarak daha da artması gerektiğini söylemiştir. Yerel halkın bu sonuçlar doğrultusunda bölgede bulunan turizm işletmelerinin hizmet kalitelerinden memnun olduğu söylenebilir.

Yerel halkın kamu tarafından harcanan vergilerin, turizme yatırım haline dönüşmesi konusunda pozitif tutumu sayesinde yerel yönetimler bu durumu bir fırsata çevirebilir. Yerel halkın turizm işletmelerindeki kalite ve hizmet memnuniyetinin sürdürülebilir kılınması için gerekli denetimler ve kontroller gerçekleştirilebilir.

Çalışma sonuçlarında en büyük etkinin ekonomik etkiler olduğu göz önünde bulundurulduğunda, yerel halkın turizm işletmelerinde ve yatırımlarında ön plana çıkarılması sağlanabilir. Turizm personelleri dışarıdan değil bölge içinden yerel halktan istihdam edilebilir. Turizm sayesinde artacak olan fiyatların bölge halkına yansımaması ve bölge halkını etkilememesi sağlanabilir.

Çevresel etkiler bakımından yerel halkın ve bölgenin çıkarları öncelik dahilinde olabilir. Turizm işletmelerinin ve sektörün gerçekleştireceği eylemlerde çevreye zarar vermemesi, trafik sorunu oluşturmaması, günlük yaşamı ve doğanın doğal akışını bozmaması beklenebilir.

➤ Diğer Araştırmacılara Yönelik Öneriler

TR21 Bölgesi olarak adlandırılan bölgede ileri zamanlarda yapılacak yerel halk araştırmaları ve çalışmaları sayesinde turizmin gelişmesine katkı sağlanması ve akademik literatüre fayda sağlanması beklenebilir. Yapılacak olan çalışmaların ve araştırmaların ulusal turizme yönelik veri oluşturması beklenebilir.

Çalışma TR21 Bölgesi dışında değişik turizm bölgelerinde de uygulanabilir ve değerlendirilebilir. Çalışmada yer alan ölçek ve değişkenler geliştirilebilir. Ölçeğe politik etkiler boyutu dahil edilerek, turizmin gelişmesinde ve bölgesel hareketliliklerde politik etkiler ölçülebilir. TR21 Bölgesine benzer ekonomik, sosyal ve çevresel özellikler taşıyan bölgelerle karşılaştırma araştırmaları yapılabilir.

Çalışmanın yalnızca yerel halk üzerindeki algı ve tutumları ölçümediği göz önüne alındığında, ilgili bölgede diğer turizm paydaşları üzerinde de araştırma yapılabilir. Yerel halk dışında bölgeye gelen turistlerin de görüşleri sorulabilir.



KAYNAKÇA

- Aas, C., Ladkin, A. ve Fletcher, J. (2005). "Stakeholder collaboration and heritage management", *Annals of tourism research*, C. 32, S. 1, ss. 28-48.
- Ak, D., Bıçkılı, D. ve Özgökçeler, S. (2014). "Avrupa'da ve Türkiye'de Sosyal Turizm", *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, C. 13, S. 31, ss. 49-73.
- Akis, S., Peristianis, N. ve Warner, J. (1996). "Residents' Attitudes To Tourism Development: The Case of Cyprus", *Tourism Management*, C. 17, S. 7, ss. 481-494.
- Akova, O. (2006). "Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma", *Akademik İncelemeler Dergisi*, C. 2, S. 1, ss. 1-18.
- Alaeddinoğlu, F. (2008). "Sivas Kentinde Halkın Turiste ve Turizme Bakışı", *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, C. 5, S. 2, ss. 1-23.
- Allen, L. R. ve öte. (1993). "Rural Residents' Attitudes Toward Recreation and Tourism Development", *Journal of Travel Research*, C. 31, S. 4, ss. 27-33.
- Altıntaş, V. (2010). *Turizm gelişiminin yerel halkın yaşam kalitesi üzerine etkileri: Alanya Bölge Modeli*, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Altunel, M. C. (2009). *Yerel Halkın Turizmin Gelişmesine Verdiği Desteği Etkileyen Faktörlerin Sosyal Değişim Teorisi Açısından İncelenmesi: Alaçatı Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Andereck, K. L. (1995). "Environmental consequences of tourism: a review of recent research", *In Linking Tourism, the Environment, and Sustainability, Annual Meeting of the National Recreation and Park Association*, S. 323, ss. 77-81.
- Ap, J. (1992). "Residents' Perceptions on Tourism Impacts", *Annals of Tourism Research*, C. 19, S. 4 ss. 665-690.

- Ap, J. (1992). "Residents' Perceptions on Tourism Impacts", *Annals of Tourism Research*, C. 19, S. 4, ss. 665-90.
- Araboğa, Y. (2018). *Bitlis İlinin Turizm Potansiyeli ve Yerel Halkın Turizm Olgusuna Bakış Açısı*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Arnstein, R. S. (1969). "A Ladder of Citizen Participation", *Journal of the American Institute of Planners*, C. 35, S. 4, ss. 216-224.
- Arslan, F. (2016). "Yönetişimsiz Yönetimler: Türkiye'de Kalkınma Ajansları", *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, C. 25, S. 2, ss. 29-52.
- Avcı, N. (2007). "Turizmde Taşıma Kapasitesinin Önemi", *Ege Akademik Bakış Dergisi*, C. 7, S. 2, ss. 485-501.
- Avcıkurt, C. (2017). *Turizm Sosyolojisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ayaz, N., Artuğer, S. ve Türkmen, F. (2009). "Tarihi Zela (Zile) İlçesindeki Yerel Halkın Turizme Bakış Açılarını Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması", *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, C. 2 ss. 103-124.
- Aydemir, Z. C. (2002). *Bölgesel Rekabet Edebilirlik Kapsamında İllerin Kaynak Kullanım Görece Verimlilikleri: Veri Zarflama Analizi Uygulaması*, Basılmamış DPT Uzmanlık Tezi. Devlet Planlama Teşkilatı, Ankara.
- Aytaç, S. ve Bayram, N. (2001). Üniversite Gençliğinin İşve Eş Seçimindeki Etkin Kriterlerinin Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) ile Analizi, *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C. 1, S. 16. ss. 89-100.
- Balıyev, V. (2018). *Sürdürülebilir Turizme Etkisi Açısından Dağcılık Sporunun Değerlendirilmesi: Azerbaycan Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Baltacı, F. (2019). *Turizmin Sürdürülebilir Gelişiminde Yerel Halkın Çevresel Tutumu, Davranışsal Rolü ve Verdiği Destek Arasındaki İlişki: Alanya Örneği*, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

- Başol, K. (1991). *Doğal Kaynaklar Ekonomisi*. İzmir: Aklıselim Basımevi.
- Bayer, M. Z. (1992). *Turizme Giriş*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.
- Baykan, E. (2007). *Turizmin Yerel Kültür Üzerindeki Etkilerinin Yöre Halkı Tarafından Algılanması: Ürgüp Yöresinde Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Belisle, F. J. ve Hoy, D. R. (1980). “The Perceived Impact of Tourism By Residents: A Case Study Of Santa Marta”, *Annals of Tourism Research*, C. 7, S. 1, ss. 83-101.
- Berber, M. Ç. (2005). “Türk Bölgesel Kalkınma Politikalarında Yeni Arayışlar: Kalkınma Ajansları ve Türkiye’de Uygulanabilirliği”, *Doğu Karadeniz Bölgesel Kalkınma Sempozyumu*, Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi. 2005, ss. 146-155.
- Bertan, S. (2009). “Turizmin Çevre Üzerinde Yarattığı Etkiler: Pamukkale Örneği”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, C. 20, S. 2, ss. 204-214.
- Bertan, S. (2010). “Pamukkale’deki Yöre Halkının Turizmi Desteklemesi ile Turizmin Sosyokültürel Etkileri Arasındaki İlişki”, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, C. 2, S. 4, ss. 83-91.
- Besculides, A., Martha, E. L. ve Peter, J. M. (2002). “Residents’ Perceptions of The Cultural Benefits of Tourism”, *Annals of Tourism Research*, C. 29, S. 2, ss. 303-319.
- Bilgin, Y. ve Çetinkaya, A. (2017). “The Role of Tourism in Sustainability of the Rural Settlementfabrics: Cumalıkızık Example”, *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, C. 6, S. 2, ss. 58-65.
- Bostantzi, C. (2008). *Yunanistan Gümölcine İli Mehrikoz Bölgesindeki Doğum, Sünnet, Evlenme ve Ölüm ile İlgili Örf ve Adetlerin Sosyolojik Açıdan Değerlendirilmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

- Boz, M. (2004). *Turizmin Gelişmesinde Alternatif Turizm Pazarlamasının Önemi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bramwell, B. ve Sharman, A. (1999). "Collaboration in local tourism policymaking", *Annals of Tourism Research*, C. 26, S. 2, ss. 392-415.
- Brunt, P. ve Courtney, P. (1999). "Host Perceptions of Sociocultural Impacts", *Annals of Tourism Research*, C. 26, S. 3, ss. 493-515.
- Butler, R. W. (1980). "The Concept of A Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources", *Canadian Geographer*, C. 24, S. 1, ss. 5-12.
- Büyükkuru, M. (2019). *Turizmin Etkilerinin Yerel Halk ve Diğer Paydaşlar Tarafından Değerlendirilmesine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma: Nevşehir Örneği*, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, Funda. (2019). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Byrd, E. T. (2007). "Stakeholders in Sustainable Tourism Development and Their Roles: Applying Stakeholder Theory to Sustainable Tourism Development", *Tourism Review*, C. 62, S. 2, ss. 6-13.
- Cengiz, E. ve Kırkbir, F. (2007). "Yerel Halk Tarafından Algılanan Toplam Turizm Etkisi ile Turizm Desteği Arasındaki İlişkiye Yönelik Yapısal Bir Model Önerisi", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 7, S. 1, ss. 19-37.
- Choguill, M. B. G. (1996). "A Ladder of Community Participation for Underdeveloped Countries", *Habitat International*, C. 20, S. 3, ss. 431-444.
- Connor, D. M. (1988). "A New Ladder of Citizen Participation", *National Civic Review*, C. 77, S. 3, ss. 248-257.
- Coşkun, R., Altunışık, R. ve Yıldırım, E. (2015) *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Kitabevi.

- Cunha, L. (2014). "The Defination and Scope of Tourism: a Necessary Inquiry", *Cogitur: Journal of Tourism Studies*, C. 5, ss. 91-114.
- Çağlayan, S., Korkmaz, M. ve Öktem, G. (2014). "Sanatta Görsel Algının Literatür Açısından Değerlendirilmesi", *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, C. 3, S. 1, ss. 160-173.
- Çağlı, I. (2012). *Türkiye'de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çalışkan, U. ve Tütüncü, Ö. (2008). "Turizmin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri ve Kuşadası İlçesi Uygulaması". *IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi (23-27 Nisan 2008) Kongre Bildiri Kitabı*. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi Yayını, 2008, ss. 127-148.
- Çavuş, S. ve Tanrisevdi, A. (2003). "Residents' Attitudes Toward Tourism Development: a Case Study in Kusadasi, Turkey", *Tourism Analysis*, C.7. S. 3-4, ss. 259-269.
- Çavuş, Ş. (2004). *Turizmde Taşıma Kapasitesi, Turizm Ülkeler ve Yönetim*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Çeken, H. (2003). *Küreselleşme, Yabancı Sermaye ve Türkiye Turizmi*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Çelikkanat, N. (2015). *Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı: Bodrum İlçesi Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Çelikkanat, N. ve Güçer, E. (2014). "Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı: Bodrum İlçesi Örneği". *15. Ulusal Turizm Kongresi (13-16 Kasım, 2014) Engelsiz Turizm Bildiri Kitabı*. Ankara: Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Yayını, 2014, ss. 272-289.
- Çetin, A., ve Şentürk, M. (2016). "Bilgi Paylaşma Davranışının Planlı Davranış Teorisi ve Sosyal Değişim Teorisi Bağlamında İncelenmesi: Dermatologlar Üzerine Ampirik Bir Araştırma", *Ege Akademik Bakış Dergisi*, C. 16, S. 2, ss. 241-256.

- Çetinkaya, G. (2013). “Golf Turizmine Yönelik Yerel Halkın Algılarının Belirlenmesi: Antalya/Belek Örneği”, *Turar Turizm & Araştırma Dergisi*, C. 2, S. 1, ss. 20-38.
- Çetinkaya, G. ve Dedemen, O. (2013). “Golf Turizmine Yönelik Yerel Halkın Algılarının Belirlenmesi: Antalya/Belek Örneği”, *Turizm Araştırma Dergisi*, C. 2, S. 1, ss. 1- 26.
- Çiftçi, G., Çakır, A. ve Çakır, G. (2016). “Trakya Kalkınma Ajansı’nın Trakya Bölgesi (TR21) Turizmi Üzerindeki Rolü”, *Journal of Tourism Theory and Research*, C. 2, S. 2, ss. 113.
- Dal, N. ve Baysan, S. (2007). “Kuşadası’nda Kıyı Kullanımı ve Turizmin Mekansal Etkileri Konusunda Yerel Halkın Tutumları”, *Ege Coğrafya Dergisi*, S. 16, ss. 69–85.
- Daldeniz, B. ve Hampton, M. P. (2013). “Dive Tourism and Local Communities: Active Participation or Subject to Impacts? Case studies from Malaysia”, *International Journal of Tourism Research*, C. 15, S. 5, ss. 507-520
- Demir, C. ve Çevirgen, A. (2006). *Turizm ve Çevre Yönetimi Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Dinçer, M. Z. (1993). *Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm*. İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Doğan, H. ve Üngüren, E. (2010). “Alanya Halkının Turizme Sosyo-Kültürel Açından Bakışı”, *Journal of New World Sciences Academy*, C. 5, S. 4, ss. 396-415.
- Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Durgun, A. (2006). *Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Isparta Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Edirne Belediyesi. (2021). “Edirne Tarihi”, <https://www.edirne.bel.tr> (Erişim: 28.02.2021).

- Edirne İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2021). “Kırkpınar Yağlı Güreşleri”, <https://edirne.ktb.gov.tr/TR-76392/kirkpinar-yagli-guresleri.html> (Erişim: 28.02.2021).
- Edirne İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2021). “Sınır Kapıları”, <https://edirne.ktb.gov.tr/TR-76391/sinir-kapilarimiz.html> (Erişim: 28.02.2021).
- Edirne Valiliği. (2021). “Selimiye Camii ve Külliyesi”, <http://www.edirne.gov.tr/selimiye-camii> (Erişim: 28.02.2021).
- Edirne Valiliği. (2021). “Şehir Tarihçesi” <http://www.edirne.gov.tr/sehrimiz> (Erişim: 28.02.2021).
- Ekici, R. ve Çizel, B. (2014). “Yerel Halkın Turizm Gelişimi Desteğine İlişkin Tutumlarının Destinasyonların Gelişme Düzeylerine Göre Farklılıkları”, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, C. 11, S. 3, ss. 73-87.
- Ekin, Y. (2011). *Etkinlik Turizmi Kapsamında Festivaller ve Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri Konulu Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Emekli, G. (2006). “Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm”, *Ege Coğrafya Dergisi*, S. 15 ss. 51-59.
- Erol, N. ve Hassan, A. (2013). “Türkiye’ye Gelen Turist Sayısı ile Elde Edilen Turizm Gelirlerinin Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Verilerine Göre Karşılaştırmalı Analizi”, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, C. 1, S. 2, ss. 3-14.
- Ersoy, N. (2017). *Turizmin Gelişiminin Yerel Halk Üzerine Sosyo-Kültürel Etkileri: Manavgat Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Esen, Ş. ve Uyar, H. (2010). “Competitiveness of Tourism and The Evaluation of Turkey According International Tourism Competitive Criteria”, <https://www.researchgate.net/publication/228466565> (Erişim: 22.12.2020).
- Evliyaoğlu, S. (1989). *Genel Turizm Bilgiler*. Ankara: Şahsi Yayın.

- Faulkner, B. Ve Tideswell, C. (1997). "A Framework for Monitoring Community Impacts of Tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, C. 5, S. 1, ss. 3-28.
- Fennell, D. A. (2002). *Planning Natural Resource-Based Tourism Programs Cabi Publishing*. USA: Cambridge Publications.
- Filiz, A. (2017). "Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı ve Tutumlarının Turizm Gelişim Yaklaşımları Kapsamında Değerlendirilmesi: Mazı Köyü Türkbükü Karşılaştırmalı Analizi", *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 10, S. 2, ss. 1800-1824.
- Filiz, A. (2018). *Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı ve Tutumlarının Turizm Gelişim Yaklaşımları Kapsamında Değerlendirilmesi: Mazı Köyü Türkbükü Karşılaştırmalı Analizi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Frauman, E. ve Sarah B. (2011). "Gateway Community Resident Perceptions of Tourism Development: Incorporating Importance-Performance Analysis Into a Limits of Acceptable Change Framework", *Tourism Management*, C. 32, ss. 128-140.
- Garcia-Almeida, F., Fernandez-Pelaez, S. M., Vazquez-Balbuena, A. ve Macias-Cortes, R. (2016). "Residents' Perceptions of Tourism Development in Benalmedana", *Tourism Management*, C. 54, ss. 259-274.
- Getz, D. (1994). "Residents' Attitudes Toward Tourism: A Longitudinal Study in Spey Valley", *Scotland Tourism Management*. C. 15, S. 4, ss. 247-258.
- Gonzalez, V., Maykel V., Jeroen W. ve Edwin P. (2008). "Prejudice Towards Muslims in the Netherlands: Testing Integrated Threat Theory", *British Journal of Social Psychology*, S. 47, ss. 667-685.
- Göktaş K. H. ve Sarı, Ö. (2019). "Destekleme Davranışı ve Sosyal Değişim Teorisi Kapsamında Kırsal Turizmin Etkilerinin Değerlendirilmesi", *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C. 8, S. 1, ss. 643-666.
- Gunn, C. A. (1988). *Tourism Planning*. Second Edition, New York: Taylor & Francis.

- Güçer, E. (2004). *Türkiye'deki Turizm Eğitimi ile Avrupa Birliği Üyesi Ülkelerdeki Turizm Eğitiminin Karşılaştırılması ve Sektörün Turizm Eğitiminden Beklentileri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Güdü, Ö. (2011). *Turizmin Sosyo-Kültürel Etkilerinin Turist Rehberleri Tarafından Algılanması: Trabzon'da Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Gümüş, N. ve Özüpekçe, S. (2009). "Foça'da Turizmin Ekonomik, Sosyal, Kültürel ve Çevresel Etkilerine Yönelik Yerel Halkın Görüşleri", *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, C. 2, S. 6, ss. 398-417.
- Güngördü, E. (2003). *Türkiye'nin Turizm Coğrafyası (Doğal ve Tarihi Coğrafya Açısından)*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe-Yöntem-Analiz*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Güvenç, B. (1994). *İnsan ve Kültür*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. ve Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hall, C. M. (2001). *Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space*. USA: Florence Publications.
- Haralambopoulos, N. ve Pizam, A. (1996). "Perceived Impacts of Tourism: The Case of Samos", *Annals of Tourism Research*, C. 23, S. 3, ss. 503-26.
- Harrill, R. (2004). "Residents' Attitudes Toward Tourism Development: A Literature Review With Implications for Tourism Planning", *Journal Of Planning Literature*, C. 18, S. 1, ss. 1-16.
- Hernandez, R. M. (2007). "Tourism Events: Impact on Imports", *International Journal of Event Management Research*, C. 3, S. 1, ss. 15-28.
- Holden, A. (2002). *Environment and Tourism*. USA: Florence Publications.
- Hussein, A. T. ve Saç, F. (2008). *Genel Turizm*. Ankara: Siyasal Yayınevi.

- Işık, C. ve Çalkın, Ö. (2016). “Yerel Halkın Turizm Algısı: TRA2 Bölgesi Analizi”, *IUJEAS*, C. 4, S. 2, ss: 19-48.
- İlkin, A. ve Dinçer, M. Z. (1991). *Turizm Kesiminin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi*. Ankara: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Yayınları.
- İncekara, A. (2001). *Anadolu’da Yeni Turizm Olanakları ve Bölgesel Kalkınmadaki Yeri*. İstanbul: İTO Yayınları.
- İnceoğlu, M. (2011). *Tutum, Algı, İletişim*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Jordan, E. J. ve öte. (2013). “The interplay of governance, power and citizen participation in community tourism planning”, *Journal of Policy Research in Tourism*, C. 5, S. 3, ss. 270-288.
- Jurowski, C., Uysal, M. ve Williams, R. D. (1997). “A Theoretical Analysis of Host Community Resident Reactions to Tourism”, *Journal of Travel Research*, C. 36, S. 2, ss. 3-11.
- Kalaycı, Ş. (2008). *Faktör analizi-SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Dinamik Akademi.
- Karakaş, A. ve Şengün H. İ. (2017). “Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerine Yönelik Tutumları”, www.researchgate.net/publication/318562131 (Erişim:11.12.2020).
- Kaya, L. G, Aslan, F. ve Yılmaz, B. (2011). “Muğla-Dalyan Turizminin Özel Çevre Koruma Bölgesi Üzerine Etkileri”, *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, C. 1, S. 3, ss. 255- 266.
- Kervankıran, İ. (2011). *Afyonkarahisar İlinin Başlıca Doğal, Tarihi ve Kültürel Kaynaklarının Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Kervankıran, İ. (2014). “Afyonkarahisar İli Turizminin Türkiye Turizmindeki Yeri”, *Doğu Coğrafya Dergisi*, S. 32, ss. 171-192.
- Khazaei, A., Elliot, S. ve Joppe, M. (2015). “An Application of Stakeholder Theory to Advance Community Participation in Tourism Planning: The Case For Engaging Immigrants as Fringe Stakeholders”, *Journal of Sustainable Tourism*, C. 23, S. 7, ss. 1049- 1062.
- Kılıçbey, M. (2017). *Genel Turizm*. Ankara: Gazi Kitabevi Yayınları.

- Kırklareli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2021). “Kırklareli ve Turizm”, <https://kirkclareli.ktb.gov.tr/TR-64287/turizm-aktiviteleri.html> (Erişim: 28.02.2021).
- Kırklareli Valiliği. (2021). “Şehir Tarihçesi”, <http://www.kirkclareli.gov.tr/sehrimiz> (Erişim: 28.02.2021).
- Kim, K. (2002), *The Effects of Tourism Impacts Upon Quality of Life of Residents in The Community*, Yayınlanmamış Doktora Tezi. The Virginia Polytechnic Institute and State University, USA.
- Ko, D. W. ve Stewart, W. P. (2002). “A Structural Equation Model of Residents Attitudes for Tourism Development”, *Tourism Management*, S. 23, ss. 521-530.
- Kocacık, F. (2003). *Toplumbilim Ders Notları*. Sivas: Özemek Matbaası.
- Korkmaz, S. (1996). “Turizmin Ekonomik ve Sosyal Etkileri”, *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Dergisi*, S. 46, ss. 391-417.
- Korzay, M. (1992). “Turizmde İstihdam ve Eğitim”. *III. İzmir İktisat Kongresi (4-7 Haziran 1992) Bildiri Kitabı*. C. 2. İzmir: Turizm Çalışma Grupları, 1992, ss. 289-311.
- Kottke, M. (1998). “Estimating Economic Impacts of Tourism”, *Annals of Tourism Research*, C. 15, S. 1, ss. 122-133.
- Kozak, M. (2018). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayımlar Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, M. A. ve Bahçe, A.S. (2012). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M. ve Kozak, M. (2015). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kuvan, Y. ve Akan, P. (2005). “Residents' Attitudes Toward General and Forest-Related Impacts of Tourism: The Case of Belek, Antalya”, *Tourism Management*, C. 26, S. 5, ss. 691-706.
- Kuyucuklu, N. (1998). *Doğal Kaynaklar ve Çevre Ekonomisi*. İstanbul: Filiz Kitabevi.

- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2020). “Turizm İstatistikleri”, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> (Erişim: 25.02.2021).
- Lawton, L. J. ve Weaver, D. B. (2015). “Using Residents’ Perceptions Research to Inform Planning and Management for Sustainable Tourism: A Study of the Gold Coast Schoolies Week”, *Contentious Tourism Event, Journal of Sustainable Tourism*, C. 23, S. 5, ss. 660-682.
- Liu, J. C., Pauline, J. S. ve Turgut, V. (1987). “Resident Perception of The Environmental Impacts of Tourism”, *Annals of Tourism Research*, C. 14, S. 1, ss. 17-37.
- Mak, B. K. L., Cheung, L. T. O. ve Hiu, D. L. H. (2017). “Community Participation in the Decision-Making Process for Sustainable Tourism Development in Rural Areas of Hong Kong”, *China Sustainability*, S. 9, ss. 1-13.
- Mansuroğlu, S. (2006). “Turizm Gelişmelerine Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Akseki/Antalya Örneği”, *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, C. 19, S. 1, ss. 35-46.
- Meteoroloji Genel Müdürlüğü. (2021). “Trakya Bölgesi İklim Raporu”, <https://mgm.gov.tr/veridegerlendirme/il-ve-ilceler-istatistik.aspx?k=H> (Erişim: 17.01.2021).
- Meydan, S. (1998). “Sürdürülebilir Turizm Gelişimi ve Güney Antalya Turizm Gelişim Projesi Alanına Yönelik Bir Anket Uygulaması Sonuçları”, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, S. 1, ss. 82-95.
- Newsame, D. (2002). *Natural Area Tourism: Ecology*. Clevedon: Impacts and Management Channel View Publications.
- Oskamp, S. (2000). *Multiple Paths To Reducing Prejudice and Discrimination Reducing Prejudice and Discrimination*. California: Psychology 1. Press.

- Ökten, Ş. ve Çeken, H. (2008). “Şanlıurfa’nın Turizm Potansiyeli ve Gap Bölgesinin Kalkınmasındaki Önemi”, *Verimlilik Dergisi*, S. 1, ss: 107–125.
- Özdamar, M. (2019). *Turizmin Gelişmişlik Düzeyine Göre Yerel Halkın Turizm Algısı: Alanya-Erdek ve Kalecik’te Karşılaştırmalı Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Özdemir, M. A. ve Kervankıran, İ. (2011). “*Turizm ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği*”, *Marmara Coğrafya Dergisi*, C. 24, ss. 1-25.
- Özdemir, M., Gürkan, İ. M. ve Kırıl, M. (2000). “Turizm Hareketlerinin Sosyo-Ekonomik Yapıya Etkisi: Belek, Karpas ve Girne Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme”, *Anatolia Araştırmaları Dergisi*, C. 11, Prof. Dr. Hasan Olalı Özel Sayısı, ss. 79-84.
- Özer, M. A. (2014). “Bir Modern Yönetim Tekniği Olarak Algılama Yönetimi ve İç Güvenlik Hizmetleri”, *Karadeniz Araştırmaları Dergisi*, C. 33, S. 33, ss. 147-180.
- Özgüç, N. (1998). *Turizm Coğrafyası*. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Özkul, E. (2001). *Turizm Hareketlerinin Sosyo-Kültürel Etkileri (Marmaris Örneği)*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Özkul, E., Demirer, D. (2012). “Şehirlerin Turistik Markalaşmasında Kalkınma Ajanslarının Rolü, Bölge Planları Üzerine Bir Doküman İncelemesi”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, C. 4, S. 4, ss. 157-181.
- Perdue, P. R., Long, P. T. ve Allen, L. (1987). “Rural resident tourism perceptions and attitudes”, *Annals of Tourism Research*, S. 14, ss. 420-429.
- Pettigrew, T. F. ve Troop, L. R. (2006). “A Meta-Analytic Test Of İntergroup Contact Theory”, *Journal Of Personality And Social Psychology*, S. 90, ss. 751-786.

- Phillips, J. ve Faulkner, J. (2009). "Tourism Investment and Finance, Accessing Sustainable Funding and Social Impact Capital". *Us Agency For International Development*, C. 17, S. 107, ss. 6-103.
- Pratto, F., Sidanius, J. ve Levin, S. (2006). "Social Dominance Theory And The Dynamics Of Intergroup Relations: Taking Stock And Looking Forward", *European Review Of Social Psychology*, S. 17, ss. 271-320.
- Pretty, J. N. (1995). "Participatory Learning For Sustainable Agriculture", *World Development*, C. 23, S. 8, ss. 1247-1263.
- Rasoolimanesh, S. M., Ringle, C. M., Jaafar, M. ve Ramayah, T. (2017). "Urban vs. Rural Destinations: Residents' Perceptions, Community Participation and Support for Tourism Development", *Tourism Management*, S. 60, ss. 147-158.
- Reisinger, Y. (1994). "Social Contact Between Tourists and Hosts of Different Cultural Backgrounds", *In Tourism: The State of the Art*, ss.743-54.
- Resmi Gazete (2016). "Kalkınma Ajansları", www.resmigazete.gov.tr. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/02/20060208-1.htm>, (Erişim: 27.02.2021).
- Ruggiero, Vincent Ryan. (2013). *Sosyolojik Düşünme ve Pratik Uygulama Kitabı*. İstanbul: Alioğlu Matbaacılık.
- Saargnen, J. (2003). "Tourism in Transition". *Last Savonlinna Conference*, Conference Book, 2003, ss. 26-32.
- Saatçi, G. (2016). *Kültürlerarası Turist Tutumları: Bütünleşik Tehdit Teorisi Çerçevesinde Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Sakarya, Ş. (2005). "Yerel Kalkınmanın Finansal Dinamiği: Mikro Finans ve Türkiye'deki Gelişmeler". *1. Yerel Ekonomiler Kongresi*, Konya: Selçuk Üniversitesi Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayını, 2005, ss. 99
- Sarı, F. (2007). *Türkiye' deki Turizm Eğitiminin Turizm Sektöründeki İstihdama Etkisi ve Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

- Saveriades, A. (2000). "Establishing The Social Tourism Carrying Capacity for The Tourist Resorts of The East Coast of The Republic of Cyprus", *Tourism Management*, S. 21, ss. 147-156.
- Shafaei, F. ve Mohamed, B. (2015). "A Stage-Based Model Development Study on Tourism Social Impact Assessment, School of Housing, Building And Planning", *International Journal of Scientific And Research*, C. 5, S. 3, ss. 1-26.
- Simon, F. J. G., Narangajavana, Y. ve Marques, D. (2004). "Carrying Capacity in The Tourism Industry: A Case Study of Hengistbury Head", *Tourism Management*, C. 25, S. 2, ss. 275-283.
- Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü. (2021). "Kalkınma Ajansları Raporları", <https://www.siviltoplum.gov.tr/bilgimerkezi> (Erişim: 10.01.2021).
- Soontayatron, S. (2013). "Thai Interpretation of Socio-Cultural Impacts of Tourism Development in Beach Resort, Faculty of Sports Science", *American Journal of Tourism Management*, C. 2, S. 2, ss. 29-35.
- Sönmez, E. (2018). *Kültür Turizminin Korunması ve Geliştirilmesinde Yerel Halkın Algısının Belirlenmesi: Nemrut Dağı Milli Parkı Bölgesi'ndeki Yerel Halk Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Stephan, Walter, G. (2000). *An Integrated Threat Theory of Prejudice and Discrimination, Reducing Prejudice and Discrimination*. Washington: Psychology 1. Press.
- Swarbrooke, J. (2000). *Sustainable Tourism Management*. New York: CABI Publishing.
- Şahbaz, P. (2015). *Turizmin Ekonomik, Sosyal (Toplumsal) ve Fiziksel Etkileri*. Ankara: Grafiker Yayınlar.
- Şengül, Ü., Eslemian, S. ve Eren, M. (2013). "Türkiye'de İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflamasına Göre Düzey-2 Bölgelerinin Ekonomik Etkinliklerinin VZA Yöntemi ile Belirlenmesi ve Tobit Model Uygulaması", *Yönetim Bilimleri Dergisi*, C. 11, S. 21, ss. 75-99.

- Şentürk, B. (2019). *Edremit İlçesi Yerel Halkının Turizm Gelişimine Yönelik Algısı*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2012). *Using Multivariate Statistics*. Boston: Allyn & Bacon.
- Taş, B. (2006). “AB Uyum Sürecinde Türkiye için Yeni bir Bölge Kavramı: İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS)”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C. 8, S. 2, ss. 187-189.
- Tayfun, A. (2002). “Turist-Yerli Halk Etkileşimi Üzerine Bir Araştırma”, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, S. 1, ss. 1-12.
- Tayfun, A. ve Kılıçlar, A. (2004). “Turizmin sosyal etkileri ve yerli halkın turiste bakışı”, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, S. 1, ss. 1-17.
- Tekirdağ Büyükşehir Belediyesi. (2021). “Tarihçe”, <https://www.tekirdag.bel.tr/tarih> (Erişim: 28.02.2021).
- Tekirdağ Büyükşehir Belediyesi. (2021). “Tekirdağ ve Turizm”, https://www.tekirdag.bel.tr/kentte_turizm (Erişim: 28.02.2021).
- Tekirdağ Valiliği. (2021). “Şehir Tarihçesi”, <http://www.tekirdag.gov.tr/sehrimiz> (Erişim: 28.02.2021).
- Teye, V., Sirakaya, E., ve Sönmez, S. F. (2002). “Residents' attitudes toward tourism development”, *Annals of Tourism Research*, C. 29, S. 3, ss. 668-688.
- Tosun, C. (1999). “Towards a Typology of Community Participation in the Tourism Development Process”, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, C. 10, S. 2, ss. 113-134.
- Tosun, C. (2002). “Host Perception of Impacts: A Comparative Study”, *Annals of Tourism Research*, C. 29, S. 1, ss. 231-253.
- Trakya Kalkınma Ajansı. (2010). “TR21 Düzey 2 Bölgesi Trakya Bölge Planı 2010-2013”, https://www.trakyaka.org.tr/upload/-Node/33265/xfiles/tr21_trakya_2010-2013.pdf (Erişim: 05.01.2021).

- Trakya Kalkınma Ajansı. (2013). “TR21 Düzey 2 Bölgesi Trakya Bölge Planı 2014-2023”, <https://www.trakyaka.org.tr/tr/33263/Trakya-BolgesiBolge-Planlari> (Erişim: 06.01.2021).
- Trakya Kalkınma Ajansı. (2013). “TR21 Trakya Bölgesi Mevcut Durum Analizi Taslağı”, <https://www.trakyaka.org.tr/tr/33263/Trakya-BolgesiBolge-Planlari> (Erişim: 17.12.2020).
- Trakya Kalkınma Ajansı. (2016). “Trakya Kalkınma Ajansı Tarihçesi”, <http://www.trakyaka.org.tr/content-97-hakkimizda.html>, (Erişim: 12.12.2020).
- Trakya Kalkınma Ajansı. (2021). “Bölge Planları”, <https://www.trakyaka.org.tr/tr/33263/Trakya-Bolgesi-Bolge-Planlari> (Erişim: 02.03.2021).
- Trakya Kalkınma Ajansı. (2021). “TR21 Bölgesi Faaliyet Raporu”, <https://www.trakyaka.org.tr/tr/33165/Hakkimizda> (Erişim: 02.03.2021).
- Tuna, M. (2007). *Turizm: Çevre ve Toplum (Marmaris Örneği)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tunçsiper, B. ve Özdemir Yılmaz G. (2009). “Yerel Ekonomik Kalkınma Sürecinde Turizm Sektörünün Etkisi”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S. 24, ss. 53-64.
- Turizm Bakanlığı (1999). *Turizm Terimleri Sözlüğü*. Ankara: Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Turner, R. N., Crisp, R. J. ve Lambert, E. (2007). “Imagining Intergroup Contact Can Improve Intergroup Attitudes”, *Group Processes And Intergroup Relations*, S. 10, ss. 427-441.
- Türk Dil Kurumu. (2020). “Kelimeler”, <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim: 11.12.2020).
- Türker, G. ve Türker, A. (2014). “Yerel Halkın Turizm Etkilerini Algılama Düzeyi Turizm Destegini Nasıl Etkiler: Dalyan Destinasyonu Örneği”, *Electronic Journal of Vocational Colleges*, C. 4, S. 1, ss. 81-98.

- Türkiye İstatistik Kurumu. (2020). “İl Bazında Gayrisafi Yurt İçi Hasıla İstatistikleri”,
<https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=33663> (Erişim: 10.12.2020).
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2020). “Kültürel Miras İstatistikleri”,
<https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=33633> (Erişim: 30.12.2020).
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2021). “Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi”,
https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1059 (Erişim: 15.01.2021).
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2021). “Bölgesel İstatistikler”,
<https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Nufus-ve-Demografi-109> (Erişim: 15.01.2021).
- Uçar, N. (2010), *Turizmin Kırsal Alana Etkisi: Gökçeada Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Uluçınar Türkel, A. (2000). *Toplam Kalite Bağlamında Grup Dinamiği ve Çatışma Yönetimi*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Uslu, A. ve Kiper, T. (2006). “Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı”, *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, C. 3, S. 3, ss. 305-314.
- Usta, Ö. (2011). *Genel Turizm*. İzmir: Anadolu Matbaacılık.
- Uzun, G. (2020). *Kültürel Mirasın Korunması Konusunda Yerel Halkın Tutumları: Assos Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Ürger, S. (1992). *Genel Turizm Bilgisi*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Yayınları.
- Vargas-Sanchez, A., Plaza-Mejia, M. A. ve Porras-Bueno, N. (2009). “Residents’ Attitudes Towards Tourism Development in the Spanish Province of Huelva”, *Narodnostopanski Arhiv*, ss. 31-63.
- Wang, Y. (2007). “On the Cognitive Processes of Human Perception with Emotions, Motivations and Attitudes, University of Calgary”.

- Canada't'l Journal of Cognitive Informatics and Natural Intelligence*, C. 1, S. 4, ss. 1-13.
- Ward, C. ve Berno, T. (2011). "Beyond Social Exchange Theory", Attitudes Toward Tourists, *Annals of Tourism Research*, C. 38, S. 4, ss. 1556-1569.
- West, S. G., Finch, J. F. ve Curran, P. J. (1995). *Structural Equation Models with Nonnormal Variables: Problems and Remedies*. USA: Sage Publications.
- Wright, S. C., Arthur A. ve Stacy A. R. (1997). "The Extended Contact Effect: Knowledge Of Cross-Group Friendships And Prejudice", *Journal Of Personality And Social Psychology*, S. 73, ss. 73-90.
- Yalız, D. (2013). "Anadolu Üniveritesi Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Bölümü Öğrencileri Duygusal Zeka Düzeyleri İncelenmesi", *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, C. 4, S. 2, ss. 94-111.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). "Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulamalı Faktör Analizlerinin Kullanılması", *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, C. 46, Özel Sayı, ss. 74-85.
- Yeşiltaş, M. ve Öztürk, İ. (2018). "Bölgesel Kalkınma Çerçevesinde Alternatif Turizm Faaliyetlerine Yönelik Bir Değerlendirme: Sivas Örneği", *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, C. 9, S. 1, ss. 1-18.
- Yıldız, Z. ve Kalağan, G. (2008). "Alternatif Turizm Kavramı ve Çevresel Etkileri", *Yerel Siyaset Dergisi*, S. 35, ss. 42-44.
- Yoon, Y., Gursoy, D., ve Chen, J. S. (2001). "Validating A Tourism Development Theory With Structural Equation Modeling", *Tourism Management*, C. 22, S. 4, ss. 363-372.
- Yücel, F. ve Ata, A. Y. (2006). "Bölgesel Kalkınma Stratejileri Açısından Fuarçılık: Birinci ve İkinci Çukurova Sanayi Fuarlarının Değerlendirilmesi", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 15, S. 1, ss: 505–522.

EKLER

EK 1: ANKET FORMU

Sayın katılımcı;

Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde “*Yerel Halkın Turizm Algısının Turizme Verilen Desteğe Etkisinin Belirlenmesi: TR21 Bölgesi Örneği*” adlı bir yüksek lisans tezi çalışması yürütmekteyim. Bu amaçla bir anket formu hazırlanmıştır. Bu anket yaklaşık 10 dk. sürmektedir. Vereceğiniz cevapların doğruluğu araştırmanın amacına ciddi katkılar sağlayacaktır. Bu çalışmaya katılmak tamamen **gönüllülük** esasına dayanmaktadır. Size verilen **formda** soruları yanıtlarken kimsenin baskısı veya telkini altında olmayınız. Bu anket bilimsel bir çalışmaya veri sağlamak amacı ile hazırlanmış olup çalışma amacı dışında hiçbir amaçla kullanılmayacaktır. Anket formuna isim, imza vb. eklemelere ihtiyaç **duyulmamaktadır**. Gösterdiğiniz ilgi ve ayırdığınız vakit için şimdiden çok teşekkür ederim.

Saygılarımla,
Baturhan BAŞ

1. Cinsiyetiniz?

() Erkek () Kadın

2. Yaşınız?

() 18-25 () 26-33 () 34-41
() 42-49 () 50 ve üzeri

3. Gelir Durumunuz?

() 0-1000 () 1001-2000 () 2001-3000
() 3001-4000 () 4001-5000 () 5001 ve üzeri

4. Medeni Durumunuz?

() Evli () Bekar

5. Öğrenim Durumunuz?

() İlkokul () Ortaokul () Lise
() Önlisans () Lisans () Master/Doktora

6. Mesleğiniz?

7. Bölgede Kaç Yıldır Yaşıyorsunuz? Musunuz?

() 1 Yıldan Az () 1-5 Yıl () 6-10 Yıl
() 11-15 Yıl () 16-20 Yıl () 21 Yıl ve Üzeri

8. Turizm Sektöründe Çalışıyor

() Evet () Hayır

Aşağıdaki ifadelerden sizin için en uygun olanını ölçekteki beş rakamdan birini işaretleyerek seçiniz.	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
Ekonomik Etki					
1.Turizm, bölgemiz için daha fazla istihdam yaratmaktadır.	1	2	3	4	5
2.Turizm, bölgemize daha fazla yatırım yapılmasını sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
3.Turizm, bölgemizde daha fazla harcamaya yol açmaktadır.	1	2	3	4	5
4.Turizm nedeniyle yaşam standartlarımız önemli ölçüde artmaktadır.	1	2	3	4	5
5.Turizm nedeniyle mal ve hizmet fiyatları artmaktadır.	1	2	3	4	5

6.Turizm, yerel halka ve küçük işletmelere ekonomik faydalar sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
7.Yerel yönetimler için turizm gelirleri diğer sektör gelirlerinden daha önemlidir.	1	2	3	4	5
8. Kamu için turistik tesis geliştirme maliyeti çok fazladır.	1	2	3	4	5
Sosyal Etki					
9.Turizm, bölgemizin kültürünü ve geleneklerini değiştirmektedir.	1	2	3	4	5
10.Yüksek harcama yapan turistler nedeni ile yaşam tarzımız olumsuz etkilenmektedir.	1	2	3	4	5
11.Yerel halk, bir turizm destinasyonu bölgesinde yaşamaktan memnun değildir.	1	2	3	4	5
12.Kamu tarafından turistik tesislerin iyileştirilmesi vergilerin boşa harcanmasıdır.	1	2	3	4	5
13.Turizm, toplumumuzda yıkıcı etkilere yol açmaktadır.	1	2	3	4	5
14.Turizm, bölgemizde suç oranını yükseltmektedir.	1	2	3	4	5
Kültürel Etki					
15.Turizm, yerel halkın çeşitli kültürel faaliyetlere katılımını sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
16.Turizm, turistler ve yerel halk arasında kültürel alışveriş sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
17.Turizm sayesinde farklı kültürleri tanıma fırsatı oluşmaktadır.	1	2	3	4	5
18.Turizm, bölgemizin kültürel kimliği üzerinde olumlu etkilere neden olmaktadır.	1	2	3	4	5
Çevresel Etki					
19.Turizm trafik sıkışıklığına, gürültüye ve kirliliğe neden olmaktadır.	1	2	3	4	5
20.Otellerin ve diğer turistik tesislerin yapımı doğal çevreyi tahrip etmektedir.	1	2	3	4	5
21.Turizm, bölgemizde tarihi dokuya zarar vermektedir.	1	2	3	4	5
22.Turizm, yerel halk için daha fazla park ve eğlence alanları sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Toplam Etki					
23.Turizmin bölgemiz için genel anlamda yararlı olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
24.Turizmin faydalarının bölgemizdeki insanlara olan maliyetinden daha fazladır.	1	2	3	4	5
Turizme Destek					
25.Turistler için gerçekleştirilen sergi, festival, spor vb. faaliyetleri destekliyorum.	1	2	3	4	5
26.Turistler için gerçekleştirilen tarihi ve kültürel gezileri destekliyorum.	1	2	3	4	5
27.Kamp alanı, piknik yeri, sahil gibi doğa tabanlı turizmi destekliyorum.	1	2	3	4	5
28.Turist kafileleri için gerçekleştirilen eğlence programlarını destekliyorum.	1	2	3	4	5
29.Turizm işletmelerinin hizmet kalitelerini artırmak amacıyla yaptıkları faaliyetleri destekliyorum.	1	2	3	4	5

EK 2: ETİK KURUL KARARI



T.C.
KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etiği Kurulu

Sayı: E-35523585-199-1557

Konu: Etik Kurul Kararı/ Yüksek Lisans Öğrencisi Baturhan BAŞ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Üniversitemiz Sosyal Bilimler Enstitü Müdürlüğü' nün 11.12.2020 tarih ve E.18357 sayılı yazısı gereği; Yüksek Lisans Öğrencisi Baturhan BAŞ' ın "Yerel Halkın Turizm Algısının ve Bu Algının Turizme Verilen Desteğe Etkisinin Olup Olmadığının Araştırmak Amacı ile Nicel Araştırma Yöntemlerinden Yararlanılarak Anket Uygulaması Sonucunda TR21 Bölgesi Olarak Adlandırılan Bölgede Veri Toplanması ve Analiz Edilmesi" konulu çalışması Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etiği Kurulu tarafından incelenmiştir.

Yapılan incelemeden sonra; Kurulumuzca çalışmanın etik açıdan bir sakınca içermediğine oy birliğiyle karar verilmiştir.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

e-imzalıdır

Prof. Dr. Meryem ÇAMUR
Kurul Başkanı

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu: OKYP-03PI-8Y1G

Belge Doğrulama Adresi: <https://ebyssorgu.klu.edu.tr>

