

e-ISSN: 2630-6417

International Academic
Social Resources Journal

ARTICLE TYPE
Research Article

SUBJECT AREAS
Tourism

Article ID
65779

Article Serial Number
37

Received
17 October 2022

Published
30 November 2022

Doi Number
<http://dx.doi.org/10.29228/ASRJOURNAL.65779>

How to Cite This Article:
Baş, B. & Deveci, B. (2022).
"Turizm Algısının Turizme
Verilen Desteğe Etkisinin
Belirlenmesi: TR21 Bölgesi
Yerel Halkı Üzerine Bir
Araştırma", International
Academic Social Resources
Journal, (e-ISSN: 2636-
7637), Vol:7, Issue:43;
pp:1592-1601.



Academic Social Resources
Journal is licensed under a
Creative Commons
Attribution-NonCommercial
4.0 International License.

Turizm Algısının Turizme Verilen Desteğe Etkisinin Belirlenmesi: TR21 Bölgesi Yerel Halkı Üzerine Bir Araştırma¹

Determining the Impact of Local People's Perception of Tourism on Tourism Support: Example of the TR21 Region

Baturhan BAŞ^{ID} Bilal DEVECİ^{ID}

Yüksek Lisans Öğrencisi., Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD, Kırklareli, Türkiye
Doç. Dr., Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Kırklareli, Türkiye

ÖZET

Günümüzde bir bölgede turizmin gelişebilmesi adına öncelikle önemli bir turizm paydaşı olan yerel halkın 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 gerekmektedir. Çalışmanın amacı TR21 Bölgesi sınırları içerisinde yaşayan yerel halkın turizm algısının belirlenmesi ve bu algının turizme verilen desteğe etkisinin olup olmadığının ortaya çıkarılmasıdır. Nicel araştırma yöntemlerinden yararlanılarak, TR21 Bölgesi (Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli) içerisinde bulunan yerel halka 2020 yılının Ekim-Aralık aylarında 450 katılımcı ile anket uygulaması yapılmıştır. Örneklem yöntemi olarak kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Araştırma verilerinin analizi SPSS 20.0 analiz programı kullanılarak yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre turizm algısı ve 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 (R2,059). Ayrıca araştırma bulgularına göre TR21 Bölgesi yerel halkının turizm algısını en çok etkileyen unsurların ekonomik (R2,781) ve kültürel etkiler (R2,579) olduğu ortaya çıkmıştır. Bölgede bulunan yerel halkın turizme ve turizm gelişimine karşı pozitif bir yaklaşım içinde olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Turizm Algısı, Turizm Desteği, TR21 Bölgesi

ABSTRACT

Today, in order to develop tourism in a region, it is necessary to research and examine the feelings, thoughts and opinions of the local people, who are an important tourism stakeholder. In order to talk about a healthy and correct tourism environment, it is necessary to learn the approach of the local people towards the concept of tourism and to measure their perceptions towards tourism. The aim of the 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. Using quantitative research methods, a survey was conducted with 450 participants in October-December 2020 to the local people in the TR21 Region (Tekirdağ, Edirne and Kırklareli). Convenience sampling method was preferred as the sampling method. Analysis of the research data was made using the SPSS 20.0 analysis program. 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 tourism perception and tourism support. According to the findings of the study, it has been determined that the tourism perception of the local people of TR21 Region has a positive and weak significant effect on tourism support (R2,059). 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 (R2,781) and cultural effects (R2,579). It has been observed that the local people in the region have a positive approach towards tourism and tourism development.

Keywords: Tourism Perception, Tourism Support, TR21 Region

1. GİRİŞ

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.

Dünyadaki en önemli sektörlerden biri olan, her geçen gün gelişmeye devam eden, gelir ve istihdam etkisi oldukça önemli olan turizmin (Deveci ve Ayman, 2021: 59; Deveci, Deveci ve Demirezen, 2021: 206) 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.

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 tepkilerin bölgede bulunan turizm gelişim politikalarına yön verdiği ve sürdürülebilirlik bağlamında önem arz ettiği düşünülmektedir. Günümüzde yerel halkın desteğinin olmadığı turizm faaliyetlerinin ve girişimlerinin sürdürülebilir olması zorlaşmaktadır (Dal ve Baysan, 2007: 85). Yapılan araştırmalar ve çalışmalar

¹ Bu araştırma; Doç. Dr. Bilal DEVECİ danışmanlığında, Baturhan BAŞ tarafından tamamlanan 'Yerel Halkın Turizm Algısının Turizme Verilen Desteğe Etkisinin Belirlenmesi: TR21 Bölgesi Örneği' başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir ve 21. Ulusal Turizm Kongresinde 16.10.2021 tarihinde sunulmuştur.

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 göreneklere 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 vd., 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).

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın 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, 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.

Çalışmanın amacı ve hedefi doğrultusunda 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 vd., 1987; Ap, 1992; Haralambopoulos ve Pizam, 1996; Akis vd., 1996; Tosun, 2002; Ko ve Stewart, 2002; Akova, 2006; Cengiz ve Kırkbir, 2007; Frauman ve Banks, 2011). Gerçekleştirilen çalışmalara bakıldığında genellikle algılanan turizm etkisi bakımından, turizmin çevresel (Liu vd., 1987), ekonomik (Kottke, 1998), kültürel (Besculides vd., 2002) ve sosyal (Tayfun ve Kılıçlar, 2004) etkileri ön plana çıktığı görülmektedir.

Yapılan çalışmalar sonucunda turizmin etkilerinin, toplam turizm etkisi üzerine etki ettiği tespit edilmiştir. En güçlü etkinin ise ekonomik unsurlar olduğu saptanmıştır (Yoon vd., 2001; Kuvan ve Akan, 2005; Karakaş ve Şengün, 2017). Çavuş ve Tanrısevdi (2003) Çalışma sonucunda yerel halkın turizme karşı negatif bir tutum içinde olduğu belirlenmiştir. Yapılan çalışmalar sonucunda yerel halk açısından turizme karşı pozitif bir algı olduğu belirlenmiştir (Tayfun ve Kılıçlar, 2004; Uslu ve Kiper, 2006; Bertan, 2009; Ayaz, 2009; Özdemir ve Kervankıran, 2011; Çetinkaya, 2013; Karakaş ve Şengün, 2017).

Cengiz ve Kırkbir (2007) araştırmalarında turizmin etkilerinin turizme verilen desteğe anlamlı düzeyde etki ettiği belirlenmiştir. Özalın Türker ve Türker (2014) çalışmanın bulgularına göre yerel halk açısından sosyo-kültürel faktörlerin, turizme destek için en önemli etki olduğu sonucuna varılmıştır. Işık ve Çalkın (2016) 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. Garcia-Almeida ve diğerleri (2016) çalışma bulgularına göre demografik değişkenlerin, turizm algısını değiştirdiği sonucuna varılmıştır.

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.

Turizm algısının turizme verilen desteğe etkisi: TR21 Bölgesi yerel halkı üzerine bir araştırma başlıklı bu çalışmanın başta bölgeye, bölge halkına, turizm paydaşlarına ve literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırmanın hipotezleri aşağıda sıralı bir şekilde gösterilmektedir:

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

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

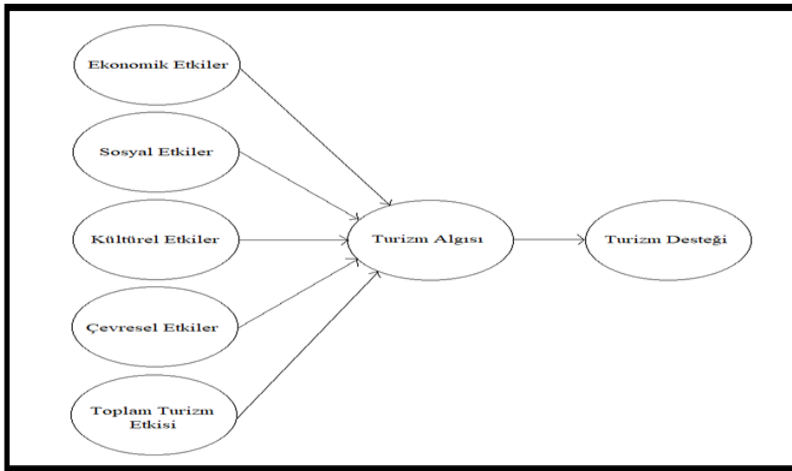
H₃ Yerel halkın turizm algısının turizme verilen destek üzerinde etkisi vardır.

3. YÖNTEM

Çalışmada TR21 Bölgesi içerisinde yaşayan yerel halkın turizm algısının belirlenmesi ve bu algının turizme verilen destekte etkisi araştırılmıştır. Araştırmanın genel evrenini TR21 Bölgesi oluştururken, araştırmanın çalışma evrenini ise Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli illerinin merkez ilçesinde bulunan yerel halk oluşturmaktadır. Örneklem yöntemi olarak kolayda örneklem yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmada anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Uygulama 2020 yılının Ekim-Aralık tarihleri arasında TR21 Bölgesi içerisinde yer alan Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli illerinde

yaşayan yerel halk üzerinde gerçekleştirilmiştir. Katılımcılardan 450 anket toplanmış ve 450 veri analiz edilmiştir. Araştırmanın anket formu, Yoon vd., (2001) ve Cengiz ve Kırkibir (2007) çalışmalarından yararlanılarak hazırlanmıştır.

Anket formu 3 bölümden oluşmaktadır. Ölçek öncelikle katılımcıların demografik bilgileri ardından yerel halkın turizm algısı ve son olarak turizme verilen destek konusunda ifadelerden oluşmaktadır. Araştırmanın ölçeği toplam 29 sorudan oluşmakta ve ölçekte 5'li likert kullanılmıştır. Araştırmanın modeli aşağıda gösterilmektedir:



Şekil 1: Araştırma Modeli

Elde edilen veriler SPSS 20.0 paket programı ile istatistiki analizlere tabi tutulmuştur. Araştırmada kullanılan analizler: frekans analizleri, 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), tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA) ve Tukey HSD (Post-Hoc Analysis) ikinci seviye testi olarak sıralanmaktadır.

4. BULGULAR ve TARTIŞMA

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. 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.

Çalışmaya katılanların ölçek faktörleri ile arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını tespit edebilmek adına, bağımsız iki örneklem t-testi ve Anova testleri uygulanmıştır. T-testi ve Anova analizleri sonucunda turizm algısı boyutunda katılımcıların cinsiyet değişkeni, gelir durumları ve bölgedeki yaşam sürelerinde anlamlı bir farklılaşma olmadığı Tablo 1'de görülmektedir ($p>0,05$). Katılımcıların turizm algısı açısından medeni durumlarında, turizmde çalışma durumlarında, yaş gruplarında, eğitim durumlarında ve meslek gruplarında anlamlı farklılıklar görülmüştür ($p<0,05$).

Tablo 1: Turizm Algısı Ölçeğine Ait T-testi ve Anova Sonuçları

Değişkenler	Turizm Algısı Ölçeği						
	n	\bar{x}	SS	t/F	p	Fark	
Cinsiyet	Erkek	224	3,32	0,515	,746	0,456	Yok
	Kadın	226	3,36	0,475			
Medeni Durum	Evli	195	3,40	0,530	2,374	0,018	1-2
	Bekar	255	3,29	0,462			
Turizmde Çalışma Durumu	Evet	43	3,01	0,801	2,894	0,006	1-2
	Hayır	407	3,37	0,438			
Gelir Durumuna	0-1000	46	3,32	0,379	1,215	0,301	Yok
	1001-2000	32	3,45	0,502			

Göre	2001-3000	141	3,37	0,471			
	3001-4000	111	3,37	0,628			
4001-5000	72	3,25	0,404				
5001 ve üzeri	48	3,27	0,419				
Yaş Durumuna Göre	18-25	179	3,29	0,504	4,288	0,002	2-5 2-4
	26-33	135	3,28	0,531			
	34-41	57	3,36	0,480			
	42-49	27	3,52	0,370			
	50 ve Üzeri	52	3,54	0,357			
Eğitim Durumuna Göre	İlkokul	15	3,58	0,398	2,665	0,022	2-3 1-4 5-6
	Ortaokul	30	3,25	0,526			
	Lise	139	3,38	0,488			
	Önlisans	124	3,36	0,491			
	Lisans	126	3,31	0,416			
	Master/Doktora	16	3,01	0,912			
Meslek Grubuna Göre	Kamu	147	3,32	0,449	1,068	0,015	1-3 2-3
	Özel	237	3,32	0,555			
	Öğrenci	45	3,41	0,313			
	İşsiz/Ev Hanımı	21	3,49	0,368			
Bölgedeki Yaşam Süresine Göre	1 Yıldan Az	14	3,42	0,299	1,659	0,143	Yok
	1-5 Yıl	132	3,25	0,522			
	6-10 Yıl	81	3,32	0,556			
	11-15 Yıl	31	3,29	0,410			
	16-20 Yıl	43	3,37	0,386			
	21 Yıl ve üzeri	149	3,41	0,486			

T-testi ve Anova analizleri sonucunda turizm desteği boyutunda katılımcıların cinsiyet değişkeni, medeni durumları, turizm sektöründe çalışma durumları, gelir durumları ve yaş durumları açısından anlamlı bir farklılaşma olmadığı Tablo 2’de görülmektedir ($p>0,05$). Katılımcıların turizm desteği açısından eğitim durumlarında, meslek gruplarında ve bölgedeki yaşam sürelerinde anlamlı farklılıklar görülmüştür ($p<0,05$).

Tablo 2: Turizm Desteği Ölçeğine Ait T-testi ve Anova Sonuçları

Turizm Desteği Ölçeği							
Değişkenler		n	\bar{x}	SS	t/F	p	Fark
Cinsiyet	Erkek	224	4,11	0,716	1,357	0,175	Yok
	Kadın	226	4,02	0,696			
Medeni Durum	Evli	195	4,06	0,699	,024	0,981	Yok
	Bekar	255	4,07	0,714			
Turizm Sektöründe Çalışma Durumu	Evet	43	4,25	0,730	1,810	0,071	Yok
	Hayır	407	4,05	0,702			
Gelir Durumuna Göre	0-1000	46	4,26	0,636	1,485	0,193	Yok
	1001-2000	32	4,21	0,729			
	2001-3000	141	4,07	0,714			
	3001-4000	111	3,97	0,770			
	4001-5000	72	4,02	0,607			
	5001 ve üzeri	48	4,07	0,702			
Yaş Durumuna Göre	18-25	179	4,02	0,686	,993	0,411	Yok
	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			
Eğitim Durumuna Göre	İlkokul	15	4,06	1,299	6,545	0,000	2-3 3-5
	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			
Meslek Grubuna Göre	Kamu	147	3,98	0,635	4,276	0,005	1-3 1-4
	Özel	237	4,04	0,757			
	Öğrenci	45	4,30	0,644			
	İşsiz/Ev Hanımı	21	4,41	0,532			
Bölgedeki Yaşam Süresine Göre	1 Yıldan Az	14	4,52	0,433	2,433	0,034	1-3
	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			

Araştırmada kullanılan turizm algısı ölçeğinin faktör analizi öncesi güvenilirlik katsayısı $\alpha=0,753$ bulunurken, turizm desteği ölçeğinin güvenilirlik katsayısı $\alpha=0,775$ olarak gerçekleştirilmiştir. Bulunan alpha (α) değeri kabul edilebilir

güvenilirlik düzeyinde gözükmetedir. Çalışma sonucunda ölçeklerde bulunan değerlerin, çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) düzeylerinin -1,5 ile +1,5 arasında gerçekleştiği görülmektedir. 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 uygun olduğu görülmüştür.

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. Turizm algısı ölçeğinin açıklanan toplam varyansının %63,313 olduğu görülmektedir. Bu değer evreni açıklamak için yeterli düzeydedir. Araştırmada faktör ağırlığı alt sınırı 0,40 olarak belirlenmiştir. Belirlenen değer altında kalan ifadeler ölçekten ayrılmıştır. 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 3'te görülmektedir.

Tablo 3: 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 halk 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 4'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 3'te turizm desteği ölçeğinin açıklanan toplam varyansının %52,755 olduğu görülmektedir. 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 gerçekleşmiştir. 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 8'de görülmektedir.

Tablo 4: 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 gerçekleştirilen sergi, festival, spor vb. faaliyetleri destekliyorum.	,771			
Turistler için gerçekleştirilen tarihi ve kültürel gezileri destekliyorum.	,768			

Turist kabileleri için gerçekleştirilen 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 5'te 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 ($r=,243$; $p=,00<,01$).

Tablo 5: 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)

Tablo 6'da 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 ($r=,781$; $p=,00<,01$).

Tablo 6: 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)

Turizm algısı alt boyutlarının, turizm algısı üzerindeki etkisinin belirlenmesi adına yapılan regresyon analizine göre ekonomik etkilerin, turizm algısına dönük pozitif yönde ve güçlü düzeyde anlamlı etkisi, kültürel etkilerin turizm algısına dönük pozitif yönde ve orta düzeyde anlamlı etkisi, sosyal etkilerin turizm algısına dönük pozitif yönde ve zayıf düzeyde anlamlı etkisi, çevresel etkilerin turizm algısına dönük pozitif yönde ve zayıf düzeyde anlamlı etkisi ve toplam turizm etkisinin turizm algısına dönük pozitif yönde ve zayıf düzeyde anlamlı etkisi olduğu tablo 7'de görülmektedir.

Tablo 7: Turizm Algısı ile Alt Boyutlara İlişkin Regresyon Analizi

Değişkenler	R	R²	Düzeltilmiş R²	Standart Hata	F	P
Ekonomik Etki	,781	,609	,608	,31005	698,487	,000
Kültürel Etki	,579	,335	,333	,40450	225,566	,000
Sosyal Etki	,354	,125	,123	,46396	63,986	,000
Çevresel Etki	,366	,134	,132	,46152	69,419	,000
Toplam Turizm Etkisi	,391	,153	,151	,45661	80,617	,000

Sabit Değişken: Turizm Algısı

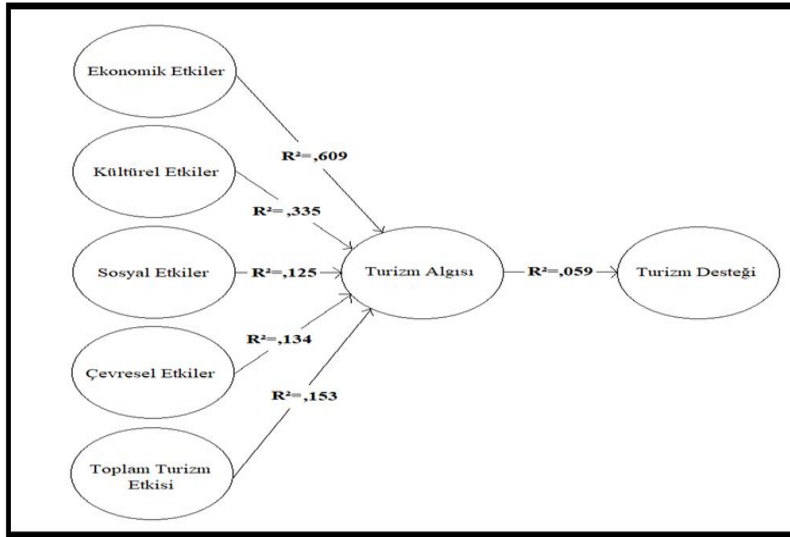
Tablo 8'de boyutlar arasında bulunan ilişkilerin bağımlı ve bağımsız değişkenler bağlamında incelenmesi için "basit doğrusal regresyon analizi" uygulaması yapılmıştır. Anlamlılık (Significance) değeri açısından oluşturulan regresyon modeli anlamlı bulunmuştur ($p<,05$). Turizm algısının, turizm desteği 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 R^2 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 8: Turizm Algısı ile Turizm Desteğine 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 Desteği	,347	,065	,243		5,302	,000

Korelasyon ve regresyon analizi sonuçlarının ardından ortaya çıkan araştırmanın sonuç modeli Şekil 2'de gösterilmektedir. Araştırma hipotezleri açısından bakıldığında **H₃** hipotezi kabul edilirken, **H₁** hipotezi kısmen ret, **H₂** hipotezi ise kısmen kabul edilmiştir.



Şekil 2: Araştırma Sonuç Modeli

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırmanın sonuçları değerlendirildiğinde; kadın katılımcılar ile erkek katılımcılar arasında algılanan turizm etkileri bağlamında herhangi bir anlamlı farklılaşma tespit edilememiştir. Evli katılımcılar ile bekar katılımcılar arasında algılanan turizm etkileri bağlamında ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerde anlamlı bir farklılaşma tespit edilmiştir. 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. Gelir durumu ile algılanan tüm turizm etkileri arasında ve turizme verilen destek konusunda da gelir durumu bakımından anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Katılımcıların yaşları ile algıladıkları sosyal etkiler ve toplam etki arasında anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Ekonomik, kültürel ve çevresel etkiler kısmında anlamlı bir farklılaşma sağlanamamıştır. 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. Katılımcıların meslek durumları, toplam etki hariç turizmin tüm etkileri ile anlamlı bir farklılık oluşturmuştur. Katılımcıların bölgedeki yaşam süreleri ile kültürel etki, sosyal etki ve toplam etki arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Çalışmanın 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.

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.

Yukarıda ortaya çıkan sonuçlar çerçevesinde çalışmanın önerileri şu şekildedir:

Yerel Halka Yönelik Öneriler

- ✓ TR21 Bölgesi yerel halkının turizm sürecine festivaller, karnavallar ve etkinlikler ile doğrudan katılımı sağlanabilir.
- ✓ Turizm yatırımları başta olmak üzere çeşitli organizasyonlarda karar verme ve uygulama konuları üzerinde TR21 Bölgesi yerel halkı öne çıkarılabilir.
- ✓ Turizm personelleri dışarıdan değil bölge içinden yerel halktan istihdam edilebilir ve turizm bilinci bu sayede daha da yaygınlaştırılabilir.
- ✓ Turizm sayesinde meydana gelecek olumsuz fiyat artışlarının bölge halkına yansımalarının ve etkilemesinin önüne geçilerek, turizme karşı pozitif tutumların sürdürülebilirliği sağlanabilir.

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 önemsenmelidir.
- ✓ 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.
- ✓ 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 halkında yoğun olduğu yerlere turizmi teşvik edici reklam, pano ve tabela uygulamaları uygulanabilir.
- ✓ 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.

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 bölge ile benzerlik gösteren yeni lokasyonlarda ve değişik turizm bölgelerinde de uygulanıp değerlendirilebilir. TR21 Bölgesine benzer ekonomik, sosyal ve çevresel özellikler taşıyan bölgelerle karşılaştırma araştırmaları yapılabilir.
- ✓ Çalışmada yer alan ölçek ve değişkenler yeni uygulanacak bölgelere entegre edilerek geliştirilebilir. Ölçeğe politik etkiler boyutu dahil edilerek, turizmin gelişmesinde ve bölgesel hareketliliklerde politik etkiler ölçülebilir.

- ✓ 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 turistlerinde görüşleri sorulabilir.

KAYNAKÇA

1. Akis, S., Peristianis, N. ve Warner, J. (1996). "Residents' Attitudes To Tourism Development: The Case of Cyprus", *Tourism Management*, 17(7), 481-494.
2. Akova, O. (2006). "Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma", *Akademik İncelemeler Dergisi*, 2(1), 1-18.
3. Ap, J. (1992). "Residents' Perceptions on Tourism Impacts", *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690.
4. 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*, 2, 103-124.
5. 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*, 7(1), 83-101.
6. Bertan, S. (2009). "Turizmin Çevre Üzerinde Yarattığı Etkiler: Pamukkale Örneği", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(2), 204-214.
7. Besculides, A., Martha, E. L. ve Peter, J. M. (2002). "Residents' Perceptions of The Cultural Benefits of Tourism", *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303-319.
8. 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*, 7(1), 19-37.
9. Çavuş, S. ve Tanrisevdi, A. (2003). "Residents' Attitudes Toward Tourism Development: a Case Study in Kusadasi, Turkey", *Tourism Analysis*, 7(4), 259-269.
10. Çetinkaya, G. (2013). "Golf Turizmine Yönelik Yerel Halkın Algılarının Belirlenmesi: Antalya/Belek Örneği", *Turur Turizm & Araştırma Dergisi*, 2(1), 20-38.
11. Dal, N. ve Baysan, S. (2007). "Kuşadası'nda Kıyı Kullanımı ve Turizmin Mekansal Etkileri Konusunda Yerel Halkın Tutumları", *Ege Coğrafya Dergisi*, 16, 69-85.
12. Deveci, B. ve Aymanıkuy, Y. (2021). The Effects of Five Factor Personality Traits on Job Satisfaction and Life Satisfaction: An Investigation on Tourist Guides. Balcıoğulları, A. (Ed.). *Current Studies in Social Sciences III* içinde (s.59-78). Ankara: Akademisyen Yayınevi.
13. Deveci, B., Deveci, B. ve Demirezen, M. (2021). Profesyonel Turist Rehberlerinin İş Yerinde Gelişmeleri Kaçırma Korku Düzeylerinin Belirlenmesi. Aydemir, E. ve Sağlık, S. (Ed.). *Sosyal ve Beşeri Bilimlerde Araştırma ve Değerlendirmeler-I* içinde (s.205-224). Ankara: Gece Kitaplığı.
14. 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*, 32, 128-140.
15. Garcia-Almeida, F., Fernandez-Pelaez, S. M., Vazquez-Balbuena, A. ve Macias-Cortes, R. (2016). "Residents' Perceptions of Tourism Development in Benalmadena", *Tourism Management*, 54, 259-274.
16. Haralambopoulos, N. ve Pizam, A. (1996). "Perceived Impacts of Tourism: The Case of Samos", *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503-26.
17. Işık, C. ve Çalkın, Ö. (2016). "Yerel Halkın Turizm Algısı: TRA2 Bölgesi Analizi", *IUJEAS*, 4(2), 19-48.
18. Karakaş, A. ve Şengün H. İ. (2017). "Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerine Yönelik Tutumları", www.researchgate.net/publication/318562131 (Erişim:11.12.2020).
19. Ko, D. W. ve Stewart, W. P. (2002). "A Structural Equation Model of Residents Attitudes for Tourism Development", *Tourism Management*, 23, 521-530.
20. Korkmaz, S. (1996). "Turizmin Ekonomik ve Sosyal Etkileri", *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Dergisi*, 46, 391-417.
21. Kottke, M. (1998). "Estimating Economic Impacts of Tourism", *Annals of Tourism Research*, 15(1), 122-133.
22. Kozak, N., Kozak, M. ve Kozak, M. (2015). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

23. Kuvan, Y. ve Akan, P. (2005). "Residents' Attitudes Toward General and Forest-Related Impacts of Tourism: The Case of Belek, Antalya", *Tourism Management*, 26(5), 691-706.
24. Liu, J. C., Pauline, J. S. ve Turgut, V. (1987). "Resident Perception of The Environmental Impacts of Tourism", *Annals of Tourism Research*, 14(1), 17-37.
25. Özaltın Türker, G. ve Türker, A. (2014). "Yerel Halkın Turizm Etkilerini Algılama Düzeyi Turizm Desteğini Nasıl Etkiler: Dalyan Destinasyonu Örneği", *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 4(1), 81-98.
26. Özgüç, N. (1998). *Turizm Coğrafyası*. İstanbul: Çantay Kitabevi.
27. Perdue, P. R., Long, P. T. ve Allen, L. (1987). "Rural resident tourism perceptions and attitudes", *Annals of Tourism Research*, 14, 420-429.
28. Tayfun, A. ve Kılıçlar, A. (2004). "Turizmin Sosyal Etkileri ve Yerli Halkın Turiste Bakışı", *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 1-17.
29. Tosun, C. (2002). "Host Perception of Impacts: A Comparative Study", *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231-253.
30. Uslu, A. ve Kiper, T. (2006). "Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı", *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 3(3), 305-314.
31. Yoon, Y., Gursoy, D., ve Chen, J. S. (2001). "Validating A Tourism Development Theory With Structural Equation Modeling", *Tourism Management*, 22(4), 363-372.