

T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

TURİZM FAALİYETLERİNİN YEREL HALK
TARAFINDAN NASIL ALGILANDIĞININ ANALİZİ:
ADANA ÖRNEĞİ

KAAN ÇEVİKER

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
DOÇ. DR. CEYHUN CAN ÖZCAN

KONYA-2019

T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

TURİZM FAALİYETLERİNİN YEREL HALK
TARAFINDAN NASIL ALGILANDIĞININ ANALİZİ:
ADANA ÖRNEĞİ

KAAN ÇEVİKER

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
DOÇ. DR. CEYHUN CAN ÖZCAN

KONYA-2019



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU

| | | |
|------------|------------------------|--|
| Öğrencinin | Adı Soyadı | Kaan ÇEVİKER |
| | Numarası | 168112011003 |
| | Ana Bilim / Bilim Dalı | Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı |
| | Programı | Yüksek Lisans |
| | Tez Danışmanı | Doç. Dr. Ceyhun Can Özcan |
| | Tezin Adı | Turizm Faaliyetlerinin Yerel Halk Tarafından Nasıl Algılandığının Analizi: Adana Örneği |

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan “**Turizm Faaliyetlerinin Yerel Halk Tarafından Nasıl Algılandığının Analizi: Adana Örneği**” başlıklı bu çalışma 24/05/2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

| Sıra No | Danışman ve Üyeler | | |
|---------|--------------------|-------------------------|------|
| | Unvanı | Adı ve Soyadı | İmza |
| 1 | Prof. Dr. | Harun UÇAK | |
| 2 | Doç. Dr. | Ceyhun Can Özcan | |
| 3 | Dr. Öğr. Üyesi | Mustafa Cüneyt ŞAPCILAR | |



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Bilimsel Etik Sayfası

| | | | | |
|------------|--|-----------------------------------|---|--|
| Öğrencinin | Adı Soyadı | Kaan ÇEVİKER | | |
| | Numarası | 168112011003 | | |
| | Ana Bilim / Bilim Dalı | Turizm İşlemeciliği Anabilim Dalı | | |
| | Programı | Tezli Yüksek Lisans | X | |
| | | Doktora | | |
| Tezin Adı | Turizm Faaliyetlerinin Yerel Halk Tarafından Nasıl Algılandığının Analizi: Adana Örneği | | | |

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Öğrencinin Adı Soyadı
İmzası
Kaan ÇEVİKER

ÖNSÖZ

Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı kapsamında hazırlanan “Turizm Faaliyetlerinin Yerel Halk Tarafından Nasıl Algılandığının Analizi: Adana Örneği” adlı çalışmada Adana’da ikamet eden yerel halkın turizme yönelik algı ve desteklerinin ne düzeyde olduğunun belirlenmesi amaçlanmıştır.

Tez konusunun belirlenmesinden tezin son aşamasına gelene kadar bana yol gösteren, yüksek lisans öğrenim hayatıma başladığım ilk günden beri tecrübeleriyle bana ışık tutan, tez danışmanı saygıdeğer hocam Doç. Dr. Ceyhun Can ÖZCAN ve tecrübe ve bilgi birikimiyle her zaman kendilerinden çok şeyler öğrendiğim değerli hocam Dr. Mustafa Cüneyt ŞAPCILAR’a teşekkürlerimi sunarım.

Son olarak beni bugünlere getiren, maddi ve manevi desteğini hiçbir zaman esirgemeyen anneme sonsuz teşekkür ederim.

Kaan ÇEVİKER
Mayıs, 2019

ÖZET

Turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği destinasyonlar üzerinde ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel olmak üzere çeşitli etkiler görülmektedir. Bu etkilerin yerel halk tarafından nasıl algılandığının bilinmesi; ülke ve bölge turizminin geleceği açısından büyük bir öneme sahiptir. Çalışmanın amacı yerel halkın gözünden Adana’da turizm kaynaklı meydana gelen etkilerin değerlendirilmesi ve yerel halkın demografik özellikleri ile turizmin bölgede yarattığı ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkiler arasında farklılıklar olduğunun tespit edilmesidir. Bu kapsamda 239 kadın ve 261 erkek olmak üzere toplam 500 kişinin görüşü değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen veriler istatistik paket programı yardımı ile analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda; çalışma altı alt boyutta ele alınmıştır. Hipotezlerin test edilmesinde cinsiyet ve medeni hâl değerkenleri için Mann Whitney U testi ve yaş, eğitim düzeyi, gelir düzeyi ve Adana’da yaşama süresi gibi değerkenler içinde Kruskal Wallis H testi ile analizler yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda; demografik özellikler ile Adana’da yaşayan yerel halkın turizm algıları arasında anlamlı farklılıklara rastlanmıştır. Genel olarak Adana’da ikamet eden yerel halkın, turizmin kaynaklı meydana gelen ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilere karşı olumlu bir bakış aısına sahip oldukları ve bölgede turizmin gelişimini destekledikleri belirlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Adana, Yerel Halk, Turizm Algısı.

ABSTRACT

Tourism has various economic, sociocultural and environmental impacts on the places where tourism activities are carried out. Knowing how these effects are perceived by the local community; has a great importance for the future of the country and the region's tourism. The aim of the study is to evaluate the effects of tourism-related happens in Adana from the eyes of the local people and to determine the differences between the demographic characteristics of the local people and the economic, socio-cultural and environmental impacts of tourism in the region. In this context, the answers of 500 people, 239 women and 261 men, were evaluated. The data were analyzed with the help of statistical package program. As a result of the analysis; The study is covered in six factors. The Mann Whitney U test was used to test the hypothesis and sex and marital status variables. The Kruskal Wallis H test was used for the variables such as age, education level, income level and survival time in Adana. As a result of the analysis; There were significant differences between the demographic characteristics and the tourism perceptions of the local people living in Adana. In general, it is determined that the local people residing in Adana have a positive perspective against the economic, socio-cultural and environmental impacts caused by tourism and support the development of tourism in the region.

Key words: Adana, Local People, Tourism Perception.

İÇİNDEKİLER

| | |
|--|------------|
| YÜKSEK LİSANS TEZ KABUL FORMU | ii |
| BİLİMSEL ETİK SAYFASI | iii |
| ÖNSÖZ | iv |
| ÖZET | v |
| ABSTRACT | vi |
| İÇİNDEKİLER | vii |
| TABLolar LİSTESİ | x |
| GİRİŞ | 1 |

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM, TURİZM ÇEŞİTLERİ VE TURİZMİN ETKİLERİ

| | |
|--|----|
| 1.1. Turizm Kavramı ve Tanımı..... | 3 |
| 1.2. Turizm Çeşitleri | 5 |
| 1.2.1. Sağlık ve Termal Turizm | 5 |
| 1.2.2. Kırsal Turizm | 7 |
| 1.2.3. İnanç Turizmi | 9 |
| 1.2.4. Kongre Turizmi | 10 |
| 1.2.5. Gastronomi Turizmi | 11 |
| 1.2.6. Spor Turizmi | 13 |
| 1.2.7. Kültür Turizmi | 14 |
| 1.2.8. Ekolojik Turizm | 15 |
| 1.2.9. Dağ ve Kış Turizmi | 16 |
| 1.2.10. Deniz Turizmi | 16 |
| 1.2.11. Endüstri Turizmi | 17 |
| 1.2.12. Yat Turizmi | 17 |
| 1.2.13. Av Turizmi | 18 |
| 1.2.14. Yayla Turizmi | 19 |
| 1.3. Turizmin Etkileri..... | 19 |
| 1.3.1. Turizmin Ekonomik Etkileri | 20 |
| 1.3.1.1. Turizmin Ödemeler Dengesine Etkisi..... | 20 |
| 1.3.1.2. Turizmin İstihdama Etkisi..... | 21 |
| 1.3.1.3. Turizmin Gelir Etkisi | 23 |

| | |
|--|----|
| 1.3.1.4. Turizmin Bölgeler Arası Gelişime Üzerindeki Etkisi..... | 25 |
| 1.3.1.5. Turizmin Yatırımlara Etkisi..... | 25 |
| 1.3.2. Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri | 26 |
| 1.3.2.1. Turizmin Birey Üzerindeki Etkisi..... | 27 |
| 1.3.2.2. Turizmin Aile Üzerindeki Etkisi..... | 27 |
| 1.3.2.3. Turizmin Toplum Üzerindeki Etkisi | 28 |
| 1.3.2.4. Turizmin Kültür Üzerindeki Etkisi | 28 |
| 1.3.3. Turizmin Çevresel Etkileri..... | 29 |
| 1.3.3.1. Turizmin Çevre Üzerindeki Olumlu Etkileri | 29 |
| 1.3.3.2. Turizmin Çevre Üzerindeki Olumsuz Etkileri..... | 29 |
| 1.4. Literatür Taraması..... | 30 |

İKİNCİ BÖLÜM

ADANA TURİZMİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

| | |
|----------------------------------|----|
| 2.1. Adana Turizmi | 35 |
| 2.2. Tarihsel Gelişim..... | 37 |
| 2.3. Coğrafi Konum ve İklim..... | 37 |
| 2.4. Demografik Yapı..... | 38 |
| 2.5. Ekonomi..... | 40 |
| 2.6. Ulaşım..... | 42 |

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM FAALİYETLERİNİN YEREL HALK TARAFINDAN NASIL ALGILANDIĞININ ANALİZİ: ADANA ÖRNEĞİ

| | |
|---|-----------|
| 3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi | 43 |
| 3.2. Araştırmanın Kapsamı | 43 |
| 3.3. Veri Toplama Tekniği..... | 43 |
| 3.4. Evren ve Örneklem | 44 |
| 3.5. Araştırmanın Hipotezleri..... | 45 |
| 3.6. Araştırmanın Kısıtları | 47 |
| 3.7. Araştırmanın Bulguları ve İncelenmesi | 47 |
| 3.7.1. Güvenirlilik Analizi | 54 |
| 3.7.2. Faktör Analizi | 55 |
| 3.7.3. Normallik Testi, Mann-Whitney U ve Kruskal Wallis Analizleri | 58 |
| SONUÇ VE ÖNERİLER..... | 68 |

| | |
|--------------------------------|-----------|
| KAYNAKÇA | 72 |
| EK-1: Anket Formu | 83 |
| ÖZGEÇMİŞ | 85 |



TABLOLAR LİSTESİ

| | |
|---|----|
| Tablo 1.1. Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarını Kapama Payı..... | 21 |
| Tablo 1.2. Türkiye'de İstihdamın Ana Sektörlere Göre Dağılımı | 22 |
| Tablo 1.3. Türkiye'de Turizm Sektöründe İstihdam (2005-2025) | 23 |
| Tablo 1.4. Türkiye Turizm Gelirleri..... | 24 |
| Tablo 1.5. Dünyada Turizmden En Çok Gelir Elde Eden Ülkeler (2017) | 24 |
| Tablo 2.1. Adana İli Konaklayan Kişi Sayıları | 35 |
| Tablo 2.2. Adana'daki Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri | 36 |
| Tablo 2.3. Adana İli Sayım Dönemlerine Göre Nüfus Miktarları..... | 39 |
| Tablo 2.4. Adana İli Nüfusu ve Yıllık Artış Miktarı (2003-2018)..... | 39 |
| Tablo 2.5. Adana İli İlçelere Göre Nüfus Miktarı (2018) | 40 |
| Tablo 2.6. TR62 Bölgesi İstihdamın Ana Sektörlere Göre Dağılımı | 40 |
| Tablo 2.7. Adana Gayrisafi Yurtiçi Hasıla Sektörlere Göre Dağılım | 41 |
| Tablo 3.1. Hipotezler Tablosu..... | 45 |
| Tablo 3.2. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları..... | 47 |
| Tablo 3.3. Katılımcıların Turizm Algı ve Tutumlarına Göre Dağılımları | 48 |
| Tablo 3.4. Güvenirlilik Analizi..... | 54 |
| Tablo 3.5. Faktör Analizi | 55 |
| Tablo 3.6. Normallik Testi | 59 |
| Tablo 3.7. Cinsiyet Değişkenine Göre Mann-Whitney U Analizi | 59 |
| Tablo 3.8. Medeni Hal Değişkenine Göre Mann-Whitney U Analizi..... | 60 |
| Tablo 3.9. Yaş Değişkenine Göre Kruskal-Wallis Analizi | 60 |
| Tablo 3.10. Eğitim Durumu Değişkenine Göre Kruskal-Wallis Analizi | 61 |
| Tablo 3.11. Gelir Durumu Değişkenine Göre Kruskal-Wallis Analizi..... | 63 |
| Tablo 3.12. Yaşam Süresi Değişkenine Göre Kruskal-Wallis Analizi | 63 |
| Tablo 3.13. Hipotez Değerlendirme Sonuçları..... | 65 |

GİRİŞ

Geçmişe nazaran artık ülkelerin ekonomik açıdan kalkınmaları birçok sektörü de direkt olarak etkilemektedir. Ülkelerin gelişen ekonomik yapıları ve beraberinde sağladığı kişilerin refah düzeylerindeki artış; insanların sosyalleşmeye olan ilgilerinde de artışa neden olmuştur. Bireyler sosyalleşme kapsamındaki boş zamanlarını turizm faaliyetlerine katılarak da değerlendirmektedirler. Bireylerin gelir düzeylerindeki artış, gelişmiş teknoloji, kişilerin kendilerine ayırdıkları vakitteki artış, karayolu, havayolu ve denizyolu gibi ulaşım kanallarındaki imkânların artması vb. etkenler gelişen turizm sektörünün en büyük destek sağlayıcılarından. Bu sayede günümüzde artık turizm faaliyetlerine katılmak basit bir hâl almakla birlikte kişilerde gezme, yeni yerleri görme ve yeni kültürleri tanıma isteklerini arttırmıştır. Turizm faaliyetlerine genel pencereden bakıldığında; öncelik olarak turizm olayının amacı deniz, kum, güneş üçlüsü ve turistik mekanlara gitme maksadıyla gerçekleşse de bölgedeki yerel halkla ve kültürleriyle tanışmakta bölgeyi ziyaret eden turistler için önem arz etmektedir. Dolaylı yollardan da gerçekleşse bile bu açıdan bakıldığında bölgeyi ziyarete gelen turistler ve yaşamlarını bu bölgede yaşamlarını sürdüren yerel halk arasındaki etkileşimden söz etmek gerekir.

Turizm sektörü bünyesinde barındırdığı birçok avantaj nedeniyle fazlasıyla önem arz etmekle birlikte hızlı bir şekilde gelişmekte olan sektörlerin de başında gelmektedir. Turizm sektörünün; ulusal ve bölgesel ekonomilere sağladığı katkılar da yadsınamayacak derecede önemli bir yer tutmaktadır. Ülkeler, geçmişten günümüze gelişen ve gelişmeye devam etmekte olan turizm pazarında, kendilerine daha çok yer edinebilmek için sektörel yatırımlara ağırlık vermektedirler. Bu kapsamda sektörel anlamda verimliliği ve sürekliliği sağlayabilmek temel hedefler arasında yer almaktadır. Turizm yatırımlarından verim alınabilmesi çeşitli etkenlere bağlıdır. Bu hedefler doğrultusunda yerel yönetimler, sektör çalışanlarına görevler düştüğü gibi yerel halka da birtakım görevler düşmektedir. Fakat yerel halkın teoride ve pratikte; yerel yönetimler ve sektör çalışanlarına nazaran daha az bilgi ve tecrübeye sahip olması sebebiyle öncelikle turizm algılarının ve sektörle ilgili donanımlarının belirlenmesi gerekmektedir. Bu amaçla turizm olayının bir parçası olan yerel halkı

bilinçlendirme ve bilgilendirmeye yönelik hem de alanda ilgili konularda kaynak teşkil etmesi amacıyla yapılan çalışmada “turizm” genel çerçevesiyle ele alınmıştır.

Çalışmanın ilk bölümünde; turizm kavramının tanımı ile ilgili genel bilgiler, turizm çeşitleri ve turizmin etkilerine yer verilmiştir. Turizm kavramı kapsamında; turizm olayının nasıl ortaya çıktığı, anlamı ve tarihçesi üzerinde durulmuştur. Turizm çeşitleri “sağlık, kırsal, inanç, kongre, gastronomi, spor, kültür, dağ ve kış, deniz, endüstri, yat, av, yayla” olarak alt başlıklar olarak yer verilmiştir. Turizmin etkileri ise üç ana başlık altında sosyo-kültürel etkileri, ekonomik etkileri ve çevresel etkileri olarak ele alınmıştır

Çalışmanın ikinci bölümünde; anketlerin yapılacağı yer olan Adana ilinin turizmi, tarihsel gelişimi, coğrafi konumu, iklimi, demografik yapısı, ekonomisi ve ulaşımına dair bilgilere yer verilmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde; Adana ilinde hayatlarını sürdüren yerel halkın turizm olayına ve sektördeki gelişmelere karşı algı, tutum ve davranışlarını belirlemek amacıyla yapılan araştırmanın amacı ve önemi, kapsamı, veri toplama tekniği, evren ve örneklem, araştırmanın hipotezleri, kısıtları, yöntemi, bulguları ve incelenmesine dair bilgiler yer almaktadır.

Çalışmada son olarak ise sonuç ve öneriler kısmına yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM, TURİZM ÇEŞİTLERİ VE TURİZMİN ETKİLERİ

1.1. Turizm Kavramı ve Tanımı

Turizm kelimesinin kavram olarak, Latin dilinde dönmek, etrafını dolaşmak, geri dönmek manasında kullanılan “tornus” kelimesinden geldiği dile getirilmektedir. Türkçe’ de kullanılan ve kökeni Latin diline dayanan “tornistan” kelimesi de Latin dilinden dilimize geçmiştir. Türkçede ise turizme kavramsal açıdan denk gelen “seyahat” kelimesi kullanılmaktadır. Turizm köken olarak Latin dilinden gelmesine rağmen, dilimizdeki kullanımını Fransızca ’da kullanılan “tourisme” kelimesinden almıştır. Turizm olayına ve kavramına açıklık getirmeye yönelik çalışmalar, 20. yüzyılın başlarına kadar sürmüştür. Birçok gruba hitap etmesi ve geniş boyutlara ulaşabilmesi turizmin önemli sayılabilecek özelliklerinin başında gelmektedir. Bu nedendir ki turizmin zaman içerisinde birçok tanımı kullanılmıştır. Turizmin bilinen ve kullanılan ilk tanımına 1905 senesinde Guyer- Freuler’ in kaleme aldığı bir kitabında yer vermiştir. Bu tanımdan yola çıkarak turizm, “ulaşım, el sanatları, sanayi ve endüstrinin gelişmesiyle birlikte, halklarının birbirleriyle yakınlaşmasının sonucu olarak dinlenme arzusu, değişik yerler tanıma ve çevre güvenliğini içeren, doğayı kapsayan ve zevk almaya yönelik bir olaydır (Ulu, 2010: 4).

1910 senesinde ise Avusturyalı Hermann Von Schullar tarafından turizm; farklı bir şehir veya ülkeden o bölgelere yabancı kişilerin kalıcı olmamak şartıyla, belirli bir süre zarfı için gelmeleriyle birlikte meydana gelen faaliyetlerin ekonomik açıdan ele alınmasıdır (Kozak vd., 2012: 1).

Dünya Turizm Örgütü’nün tanımına göre ise turizm; kişinin yaşamakta olduğu yerden farklı bir yere, belirli bir zaman diliminden daha az süreyle ve temelinde gidilen yerde para kazanmak amacı gütmeyen, sadece seyahat etmeye yönelik faaliyetleri şeklinde belirtilmiştir (Doğanay ve Zaman, 2013: 1).

Bu tanımlar ışığında turizmin öne çıkan özellikleri şunlardır (Kınacı, 2011: 2):

- Turizm, kişilerin devamlı olarak yaşamlarını idame ettikleri ve çalıştıkları yerlerden hariç, başka yerlere gerçekleştirilen seyahatlerdir.

- Turizm amaçlı konaklama süresi geçici olan bir süre zarfını kapsamaktadır. Seyahate çıkan ve konaklayan kişiler belli bir süre geçtikten sonra yaşadıkları yerlere geri dönerler.
- Seyahate çıkan kişiler, ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla turizm işletmelerinin sundukları mal ve hizmetlerden faydalanırlar.
- Turizm amaçlı gerçekleştirilen seyahatler; turizm çerçevesinde ele alınan eğlence, dinlenme arzusu, yeni yerler tanıma, dini ziyaretler, sağlık, akraba ziyareti gibi konuların bir veya birkaçını gerçekleştirmek amacıyla yapılır.
- Turizm olayı, bireylerin istekleri dahilinde ve bağımsız bir şekilde gerçekleşir.
- Ticari ve siyasi amaçlar için seyahat edilmemektedir.
- Turizmde kişiler arası gerçekleşen hizmet temel üründür.

Turizm kavramı açıklanırken, geçmişten günümüze kadar ki geçen süreçte farklılıklar olduğu göze çarpmaktadır. Turizm tanımlanırken süreklilik arz eden iki esas etmen vardır. Bunlardan ilki, turizm hareketlerinin faaliyetlere dönüşmesini sağlayan” seyahat” faktörü ve ikincisi ise turizm olayının meydana geldiği yer olan “konaklama” faktörüdür. Gerçekleştirilen her seyahati turizm faaliyeti saymadığımız gibi, bütün konaklama faaliyetlerini de turizm olayı kapsamında değerlendirilememektedir (Çelikkanat, 2015: 9).

Turizm en geniş kapsamda; modern dünyada hayatlarını sürdüren bireylerin kendilerine ayırdıkları boş vakitleri değerlendirmek için tercih ettikleri faaliyetlerin başında gelmektedir. Bireylerin çalıştıkları ve üretim sürecinde yer aldıkları zaman dışında, yaşadıkları yerden farklı yerlere gezme, eğlence, ziyaret vb. amaçlar doğrultusunda gerçekleştirilen faaliyetlere genel olarak turizm denir. Turizm genel anlamda bireylerin boş zaman faaliyetleri olarak ele alınsa da daha geniş perspektifte bakıldığında sağlık, spor, endüstri gibi sebepler de göz önünde bulundurulmalıdır. Örneğin kongre ve toplantılara katılmak için gerçekleştirilen geziler de turizmin tanımı içerisinde kendilerine yer bulurlar (Tuna, 2007: 4).

1.2. Turizm Çeşitleri

Turizm faaliyetlerindeki hareketliliğin yılın her bölümüne yayılması ve bunun yanında döviz gelirleri ve turizmden sağlanan gelirlerdeki artış, turizme olan yatırımlardan daha fazla verim alınması gibi çeşitli pozitif etkiler sayesinde alternatif turizm çeşitlerini gündeme getirmektedir. Bireylerin hobileri, arzuları, yaş aralıkları ve boş vakitlerine göre farklı türde turizm çeşitleri ortaya çıkmaktadır. Bireyselleşmenin bir sonucu olarak ortaya çıkan bu ayırım, turizmden daha fazla gelir elde etmeyi amaçlayan her ülke için bir zorunluluk hâline gelmiştir. Artan refah düzeyiyle doğru orantılı olarak, turizm faaliyetleri için harcanan paranın artması, ulaşım imkanlarının geçmişe nazaran çok daha iyi şartlarda gerçekleşmesi gibi etkenler bu sonucun çıkarılmasını sağlamaktadır (Çak vd., 2007: 136).

Bireylerin yaşama biçimleri, zevk aldıkları şeyler, eğlenmeye yönelik tercihleri, gelirleri ve turizm faaliyetlerine ayırdıkları bütçe birbirinden farklılık göstermektedir. Bu nedenle her bir bireyinde turizm algısı ve turizm için tercihi farklılık göstermektedir (Susan, 2016: 5).

1.2.1. Sağlık ve Termal Turizm

İnsanlar artık sağlık sorunlarından kurtulmak için, sadece yaşadıkları ülkedeki sağlık imkânlarını değerlendirmiyorlar, en iyi imkân, en iyi fiyat ve en iyi hekimleri de göz önüne alarak hareket etmektedirler. Bu kapsamda tedavi ve iyileşme amaçlı, ulusal ve bölgesel olarak gerçekleştirilen her türlü seyahat “Sağlık Turizmi” olarak değerlendirilmektedir. Özetle sağlık turizmi için; tedavi olmak ve iyileşmek amacıyla gerçekleştirilen seyahatler denilmektedir (Aydın, 2012: 92).

Magablih (2001)’e göre ise sağlık amacıyla gerçekleştirilen seyahatler bir süreye tabiidir. Hasta kişilerin en az bir gün, en fazla ise bir sene kalmak koşuluyla, tedavi amaçlı farklı şehir ve ülkelere seyahat etmeleri sağlık turizminin tanımını açıklamaktadır (Barca vd., 2013: 66).

Sağlık turizmi, süreç açısından ele alındığında ise bir başka tanıma göre; bireylerin “tedavi ve sağlıklarını koruma amacıyla belirli bir süre kapsamında (21 gün) buldukları yerlerden başka yerlere doğal ve termal kaynaklardan faydalanmak üzere turizm işletmelerinde konaklamalarıyla ortaya çıkan hareketlerdir (Kınacı vd., 2011: 69).

İnsanların ilk çağlardan itibaren sağlık sebeplerinden dolayı termal su kaynaklarının var olduğu yerlere seyahat ettikleri bilinmektedir. Buna benzer olarak, dünyada medikal alanında gelişmiş olan ülkelerde sağlık turizmi için birçok kişi tarafından tercih edilmektedir. Termal turizmin, sağlık turizminin bir kolu olarak değerlendirilmesinde; termal sularda erimiş hâlde bulunan minerallerin tedavi edici, dinlendirici ve onarıcı etkisi nedeniyle kullanımlarından dolayı ortaya çıkan ilişkiler bütünüdür. İlk çağlardan günümüze kadar gelen ve insanların sağlık nedeniyle termal kaynaklara giderek hastalıklarına çare aramaları devam etmektedir (Kozak vd., 2012: 19).

Kültürel miras olarak kabul edilen doğal kaynakların, ekonomik açıdan değerini belirlemek kolay değildir. Bunlardan biri ve doğal kaynaklardan olan termal kaynaklar zaman içerisinde hem tedavi hem de istirahat ve zinde kalmak için hizmet veren turizm sektöründeki kıymetli alt kollardan biri olarak yer almıştır. Her ne kadar insanoğlunun sanayileşme ve şehirleşmede ilerlemesi olumlu olarak değerlendirilse de diğer yandan toplum sağlığını da olumsuz yönde etkilediği yadsınamaz bir gerçektir. Doğal kaynakların zarar görmesi ve beraberinde çevrenin de bundan olumsuz etkilenmesi bireylerin yaşamlarında çeşitli hastalık ve rahatsızlıkların ortaya çıkmasına sebebiyet vererek toplum sağlığının olumsuz biçimde etkilenmesine neden olmuştur. Bireylerin fiziki yorgunluklarının yanı sıra solunum, sindirim ve diğer hayati sistemlerde meydana gelen rahatsızlıklar iş gücünden sağlanan verimliliğin düşmesine ve üretimde de azalmaya neden olmaktadır. Ortaya çıkan bu sıkıntıların giderilmesi, insanların sağlıklı bir hayat sürmesi, iş gücündeki verimliliğin düşmemesi için insanlar sağlık turizmine yönlendirilmektedir. Toplumda daha kaliteli ve sağlıklı bir yaşam sunabilmek amacıyla bireylerin sağlık, güzellik, zinde kalmak vb. ihtiyaçlarına yönelik hizmet veren tesisler ve kuruluşlar olarak ortaya çıkmaktadırlar (Çelik, 2012: 23).

Sağlık ve termal turizmde yaşanan gelişmelerle birlikte bu alanda hizmet veren birçok tesis ve kuruluşta açılmaktadır. Hâlihazırda hizmet veren tesis ve işletmelerde yenilenmelere gidilmektedir. Ayrıca bu yenilikler hedeflenen sadece hızla artış gösteren yaşlı nüfusa hizmet vermeye yönelik değil, aynı zamanda tedavi olma ihtiyacı duyan veya medikal alandaki son yeniliklerden yararlanmayı amaçlayan toplumun

kalan kesimine de hitap etmektedir. Termal turizmde genel olarak rehabilite hizmetleri yer alırken; kardiyovasküler cerrahi, radyoterapi gibi tedavi yöntemleri; böbrek, karaciğer ve kalp önem arz eden transplantasyon cerrahisi; tüp bebek sahibi olabilmek amacıyla intravaginal fertilizasyon (IVF) gibi infertilite uygulamaları; saç ekimi, botoks ve rinoplasti gibi plastik ve rekonstrüktif cerrahiler, göz, diş, diyaliz vb. tedavi seçenekleri; turistlerin medikal turizm için seyahat etmelerinde önemli etkenlerin başında gelmektedir (Altın vd., 2012: 158).

Sağlık turizminin gelecek için oldukça önemli ve büyük bir potansiyele sahip olduğu söylenilebilir. Bunun nedeni, günümüzde yaşamlarını sürdürmekte olan genç jenerasyonun sağlık konusunda geçmişteki insanlardan daha bilinçli olmalarıdır. Ve bu bireyler sağlık için faydalı olan şeyleri direkt olarak uygulamaya meyillidirler. Ayrıca toplumsal sağlığı tehdit eden sigara, alkol vb. çevresel sorunların insanların sağlıklarına verdikleri zarar konusunda daha bilinçlidirler. Bu jenerasyonun gelecek on yılların yaşlanmış kuşakları olacağını varsayarsak, gelecekte de bu bireylerin sağlık hizmetlerine taleplerinin de günümüz ve geçmiş yaşlı kuşaklardan daha çok olacağı aşikârdır (Kahraman ve Türkay, 2006: 44).

1.2.2. Kırsal Turizm

Turizmde arz taleplerinin artması, doğallığını varlıklarını koruyan, tarihi ve kültürel değerlerine sahip çıkan ülkeler, sahip oldukları bu değerleri daha dikkatli ve programlı bir şekilde kullanmaya özen göstermekte ve turizmdeki ürün çeşitliliğinden faydalanarak alternatif turizm kollarını tercih etmektedirler. Monoton iş hayatından kurtulmak, boş zamanların değerlendirilmesi, şehir hayatının stresinden ve bunaltan ortamından uzaklaşma arzusu insanları mevcut hayat tarzlarından uzaklaşmaya zorlamıştır. İnsanların bu arzuları ve ihtiyaçlarına hitaben alternatif bir turizm çeşidi olarak “kırsal turizm” toplum hayatında daha çok önem kazanmaya başlamıştır (Çeken vd., 2012: 5).

Dünya genelinde son yarım asırlık süreçte ekonomi, sosyo-kültürel ve teknoloji alanlarında meydana gelen gelişmelere paralel olarak turizm kavramı ve algısında da köklü bir değişimi beraberinde getirmiştir. Bu değişim hem niteliksel bakımdan (yerli-yabancı turist sayısında yaşanan artış, turizmden elde edilen gelirlerdeki artış vb.) hem de niceliksel açıdan da (turizm arzusu ve tercihi) ortaya çıkmıştır. Bu değişim süreci

başta gelişmiş ülkelerde popüler hâle gelen ve turizm çeşitliliğine katkı sağlayan farklı türde turizm faaliyetlerinin yayılmasını sağlamış ve yeni trend olarak kırsal turizm, ekoturizm, yayla turizmi gibi çeşitli alternatif turizm kollarının geleneksel turizm hareketlerine rakip olarak, doğal yaşamla iç-içe, doğayı koruyan ve doğa dostu olmasından dolayı alternatif turizm çeşitleri olarak anılmaya başlamıştır (Torun, 2013: 32).

Kentlerde yaşamlarını sürdüren insanların ekonomik durumlarında yaşanan gelişmeler, iş dünyasındaki stresten duyulan rahatsızlık, hava kirliliği ve kalabalıktan uzaklaşma isteği, insanların standart kitlesel turizm hareketlerinden ziyade kişiye göre belirlenmiş alternatif turizm türlerine yönelmelerine neden olmuştur. Kitlesel turizm hareketlerinin doğaya verdiği zarar ve sosyo-kültürel yaşama olumsuz etkileri de farklı turizm türlerine olan ilginin gerekliliğini kanıtlar niteliktedir. Bu yüzden doğa hayatını ön plana çıkaran, yerel halkın ve yerel ekonominin de destekçisi olan birçok farklı turizm çeşidi ortaya çıkmıştır. Bu turizm türlerinden biri de kırsal turizmdir. Kırsal turizm birçok farklı isimle ifade edilebildiği gibi ve ülkeden ülkeye de değişen çeşitli tanımlarla tanımlanmaktadır (Cengiz ve Akkuş, 2012: 64).

Bu tanımların bazılarında, kırsal turizmde bölgelerin esas faktör olduğundan bahsedilirken, diğer yönden ise kırsal turizm faaliyetlerinde yer alan yerli ve yabancı turistlerin istekleri ve yer aldıkları faaliyetlerin önemli olduğundan bahsedilmektedir. Dünya Turizm Örgütü'nün yer verdiği kırsal turizm tanımında, kırsal turizm sadece tarım veya çiftlik alanlarında yapılan turizm faaliyetleriyle sınırlı değil, kırsal alan olarak adlandırabileceğimiz bütün alanlardaki turizm faaliyetlerinin tamamını teşkil etmektedir (Çoban, 2015: 20).

Avrupa Birliğine ait çalışmalarda yer verilen tanımlarda ise; kırsal turizm, tarım alanlarında veya yerel değerlerle yakından ilgili bir şekilde hoş vakit geçirmek isteyen yerli ve yabancı turistlere, isteklerine yönelik yeme-içme, konaklama ve başka hizmetlerini de karşılayan turizm işletmelerinin yer aldığı yerleşkelerde meydana gelen faaliyetler olarak tanımlanmaktadır (Ongun ve Gövdere, 2014: 52).

Kırsal turizm; doğal çevre ve tarımın bir parçası olmasının yanında diğer turizm türleriyle de uyumu son derece kolay olan turizm çeşitlerinden biridir. Bu

sebepden ötürü yerli ve yabancı her kesimden gelen destekle beraber içerik bakımından da zenginleşen kırsal turizm, dünyada çok sayıda insana tatil imkânı sağlamaktadır (Soykan, 2003: 2).

1.2.3. İnanç Turizmi

İnanç turizmi belki de turizm çeşitleri arasında bilinen en eski turizm çeşididir. İncil’de Müslümanların yaptıkları hac ziyaretleri gibi, yıl içerisinde üçten az olmamak kaydıyla hasat festivalleri için Kudüs’e dini ziyaret gerçekleştirmekten bahseder. Dini veya inancı baz alan bu turizm türü sadece hac ziyaretiyle sınırlı değildir. Bireylerin yaşamları boyunca inanç amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatleri de bu kapsamda değerlendirilebilir (Eşitti ve Kınır, 2015: 179).

İnanç turizmi tanım olarak turizm kavramını açıklarken kullandığımız tanımlarla benzerlik göstermesine rağmen amaç yönünden ise birtakım farklılıklar mevcuttur. Genel olarak bütün turizm çeşitlerinin tanımında bireylerin yaşamlarını sürdürdükleri yerden, farklı yerlere turizm ürünlerinden faydalanarak, belirli süre kapsamında bu bölgelerde konaklamaları ve bahsedilen turizm çeşidinin amaçları ele alınarak tanımlanır. Kullanılan tanımlarda esas faktör olan bireylerin farklı yerlere gitmeleri, turistik ürünlerden yararlanmaları ve kalıcı olmamak üzere gerçekleştirdikleri konaklama faaliyetleridir (Taş, 2015: 8). Dünya üzerindeki dinlere mensup insanlar tarafından kutsal olarak kabul edilen yerlere gerçekleştirilen ziyaretler, dini amaçla yapılan toplantılar ve törenlerde yer almak, bireylerin dinlerinde yer alan vazifeleri gerçekleştirmek maksadıyla yapılan seyahatleri inanç turizminin tanımı kapsamında ele alınabilir (Öztaş ve Karabulut, 2007: 132).

Ayrıca inanç turizminin bireyler üzerinde ruhsal olarak sağladığı rahatlama hissinden de bahsedilebilir. Turistler güzel bir seyahatin yanında tarihi, kültürel ve dinleri çerçevesinde geçmişten kalan miras niteliğindeki değerlerin günümüz insan hayatı üzerinde yarattıkları farklılıkları gözlemleyebilmektedir. İnanç turizmi bireyleri maddi ve manevi her yönden etkilemektedir (Güzel, 2010: 90).

Dünyada birçok din için kutsal yerler bulunmaktadır. Örneğin; Yahudiler için Kudüs, Brahmanlığı benimseyenler için Benares, Müslümanlar için Mekke ve Medine, Hristiyanlarda Roma ve Efes dünya üzerinde ziyaret edilen kutsal yerlerin başında

gelmektedir. İslam dininde Müslümanların Kurban Bayramı için Mekke'ye ziyaretleri ve burada ibadet etmeleri, Müslümanlıkta Kabe'yi ziyaret etmenin farz olması ve umre ziyaretleri sayesinde Suudi Arabistan inanç turizmi kapsamında neredeyse yılın her zamanı büyük gelirler elde etmektedir. Buna benzer şekilde Hristiyanlar tarafından Vatikan'ı Noel için ziyaret etmeleri ve yine Musevilerinde Noel zamanı Kudüs'e giderek burada bulunan Ağlama Duvarına ziyarette bulunmaları sayesinde yılın bu zamanlarında inanç turizmi faaliyetlerinde büyük yoğunluk yaşanmaktadır (Sargın, 2006: 3).

1.2.4. Kongre Turizmi

Latince "congressus" olarak kullanılan ve bu kelimedenden türetilerek dilimize geçiş yapan kongre sözcüğü anlam olarak "bir araya gelme" ve "buluşma" ya karşılık gelmektedir. Şimdilerde ise iş dünyasında sıkça duyulan konferans, sempozyum ve seminer gibi kavramları karşılamak için kullanılmaktadır. İlave olarak Amerikan parlamentosundaki bir kesimi içinde "kongre" sözcüğünün kullanılmasından ötürü kongre anlamına gelen "convention" sözcüğü kullanılmaktadır (Avcı vd., 2016: 2). Kongre turizmi, bireylerin yaşamlarını sürdürdükleri yerlerden farklı yerlere, bilimsel ve mesleki alanlarda uzmanlık isteyen konular üzerinde toplanan bireylerin bilgilendirilmesi ve karşılıklı bilgi aktarımının sağlanması amacıyla gerçekleştirilen seyahat ve konaklama faaliyetleridir (Özdemir, 2014: 474).

Geçmişten günümüze kadar insanlar birçok sebeple (siyasi, ekonomik, sosyal vb.) toplantılar düzenlemiş, kongrelere katılmış, özetle çeşitli konular için bir araya gelmişlerdir. Şehirlerin merkezileşmesiyle birlikte artan nüfus ve taleple birlikte bu tip faaliyetlerde de artış yaşanmıştır. Ülkeler arasındaki ikili ilişkilerin iyileşmesi ve artması, sosyal, ekonomik ve politik konularda yaşanan gelişmelerle birlikte artan kongre faaliyetleri, kongre turizmini son yıllarda en çok gelişme gösteren turizm çeşitlerinden birisi hâline getirmiştir. Hatta bu sektör sanayileşmede ilerleyen bazı batı ülkeleri için o kadar önem arz etmektedir ki, bazı seyahat acentaları ve tur operatörleri sadece kongre turizmine yönelik hizmet vermektedirler. Bu durum günümüzde küresel çapta kongre turizmini en çok rağbet gören turizm çeşitlerinden birisi yapmıştır (Delice, 2012: 3). Sanayi devrimi sonrasında yaşanan teknolojik gelişmelerde kongre turizminin gelişimini direk olarak etkilemiştir (Armutcu, 2017: 5).

Tarihte ilk gerçekleştirilen uluslararası kongrenin 1681 senesinde Roma’da tıp alanında gerçekleştirilen bir kongre olduğu bilinmektedir. Bazı politik nedenlerden dolayı ise; modern olarak ilk bilinen ve en uzun süreli kongre olma özelliğini de taşıyan Viyana Kongresi, 18 Temmuz 1914 ve 9 Haziran 1915 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. 1860 senesine kadar dünya genelinde yıllık 5 uluslararası kongre gerçekleştirilmiş sonrasında ise bu ortalama 19. Yüzyılın ortalarına kadar 100’leri görmüştür (Enes, 2013: 5).

1900’lü yıllarda yapılmış 132 kongreden söz ederken, bu sayı 1950’de 700 ve 2010 ve sonrasında ise 9000’leri devirmiştir. Çok değil dört sene sonrasına bakıldığında ise 11.000 sayısına ulaşılmıştır. Ülkemizdeki ulusal kongre sayılarında da paralel olarak artış yaşanmıştır. 2003 senesinde Türkiye ‘de düzenlenen uluslararası kongre sayısı 61 iken, bu sayı 2013 senesinde 221’e ulaşmıştır (Batman ve Kaya, 2016: 80). Ülkemizde artan bu sayılara ulaşılarak sağlanan olumlu ekonomik etkileri ve dünya genelinde kongre turizminin gösterdiği gelişimi gördükten sonra, bu turizm türüne daha çok önem vermeye başlamıştır (Ersun ve Arslan, 2009: 140).

Dünya kongre turizminde başı çeken bölgelere bakıldığında %57’lik dilim ile Avrupa kongre turizminden en çok gelir sağlayan yer olmuştur. Avrupa’nın ardından ise %20,4 ile Amerika yer almaktadır. Avrupa’da kongre turizminden en çok gelir elde eden şehirlere bakıldığında ise; Barselona, Paris, Brüksel dikkat çekmektedir. Dünya üzerindeki turizm faaliyetlerine katılan 700 milyon turistin 70 milyonundan fazlasının kongre turizmi için seyahat ettiği gözlenmektedir (Özçelik Heper, 2015: 15).

1.2.5. Gastronomi Turizmi

Gastronomi kavramı, Yunancada mide anlamına gelen Gastro, kural anlamına gelen Nomos kelimelerinden türeyerek kullanılmaya başlanmıştır. Buradan hareketle gastronominin aslında yeme ve içme üzerine tüm kuralları ele aldığı ve incelediği söylenilebilir (Aksoy ve Sezgi, 2015: 80). Gastronomi; yemeklerin bilimsel, sanatsal yanlarına lezzet hazzını da ilave ederek yeme-içmenin keyfini açığa çıkarmaktadır. Son zamanlarda oldukça ilgi gören gastronomik unsurlar kültürel anlamda bir ilgi odağı olmakta ve ülkelerin yeme-içme faaliyetlerine verdikleri değer gün geçtikçe artmaktadır. Bu açıdan ele alındığında gastronomi turizmi; turistik seyahatlere katılan bireyleri cezbeden faktörlerin başında yeme-içme faaliyetlerinin yer almasıdır (Dinç

vd., 2015: 16). Gastronomi kavramını sanatsal ve bilimsel açıdan tüm yiyecek ve içeceklerin; geçmişten günümüze kadar geçirdiği süreç ve özelliklerinin detaylı bir şekilde incelenmesi, anlatılması ve aktarılmasına yönelik yapılan çalışmalar olarak açıklanabilir (Uyar ve Zengin, 2015: 357).

Eski çağlarda yemeklerin, bireyler arasındaki ilişkileri güçlendiren ve yakınlığı arttıran bir görsellikken, sanayi devrimi sonrasındaki toplumlar için yemekler, önemli bir sosyal faaliyet olarak değer görmüştür. Daha sonralarında yaşanan gelişmeler ve artan refah düzeyiyle birlikte “yeme-içme” gastronomi kavramı bünyesinde değerlendirilmeye başlanmış ve bu gelişmeler de gastronomi turizminin oluşumunu sağlamıştır (Akdağ vd., 2016: 272).

İnsanoğlunun en temel ihtiyaçlarının başında gelen yiyecek-içecek kültürünün ilk çağlardan itibaren seyahat kavramıyla olan ilişkisinden bahsedilmektedir. Turizm bölgelerinin en gözde cazibe etkenlerinden biri olan yiyecek ve içecekler şüphesiz yerli ve yabancı turistlerin tatil süreçlerine bir lezzet katmakta ve geçirdiği güzel anları arttırmaktadır. Ziyaret edilen yöreye has yemekler, yöre halkının hangi yemekleri tercih ettiği turistlerin ilgisini çekmekte etkilidir. Ayrıca bu yöresel tatlar memnun kalınması durumunda turistleri yöreye tekrar çekmekte etkili olacaktır. 19. Yüzyıl sonrası gerçekleştirilmeye başlanan bu tip faaliyetleri günümüzde gastronomi turizmi olarak adlandırmaktadır (Kart Gölgeci, 2016: 61). Ülkeler turizm pazarında kendilerine daha büyük paylar almak için kıyasıya yarış hâlinde dirler. Bu yarış ülkeleri yeni destinasyonlar ve turizm ürünleri arayışına zorlamaktadır. Bu hususta gastronomi turizmi ülkeler için önemli bir çözüm kaynağı olmaktadır (Aydoğdu ve Duman, 2017: 6).

Gastronomi turizmi ülke ekonomisi ve kalkınmasına sağladığı katkılarla büyük potansiyele sahip turizm türlerinin başında gelmektedir. Günümüz dünyasında turizm ve gastronomi ilişkisindeki farkındalıktan söz etmek gerekir. Ülkeler turizm sektöründeki rekabette farklılaşmak ve dikkat çekmek için yeni ürünler sunma uğraşındadırlar. Rutin hayatımın bir parçası hâline gelen gastronomi, aslında mevcut kültürlerin dışa yansıyan bir yüzüdür (Cömert ve Sökmen, 2017: 8).

Türkiye sahip olduğu lezzet çeşitliliği, yöresel tatlar ve çok sayıda birbirinden güzel yemekleriyle dünya üzerindeki en önemli ve en eski mutfaklardan birisi olma özelliğini taşımaktadır. Türk mutfağı oldukça zengin bir mutfak kültürünü de bünyesinde barındırmaktadır (Ünver ve Güzel Şahin, 2015: 65). Türkiye dünyadaki en zengin mutfak kültürlerinden birine sahip olması ve gastronomi turizmi açısından büyük potansiyeli olmasına rağmen henüz istenilen düzeyde gastronomi turizminden verim alınamamaktadır (Aracı ve Bucak, 2013: 207).

1.2.6. Spor Turizmi

Bireylerin yaşamlarını sürdürdükleri yerlerden farklı yerlere spor yapmak ve spor faaliyetlerini takip etmek amacıyla gerçekleştirdikleri turizm hareketlerine spor turizmi denir. Yapılan seyahatleri spor turizmi kapsamında değerlendirebilmek için, yapılan seyahatin turizmin açıklamasına uygun ve odak noktasında sportif gayeler yer almalıdır (Hazar, 2007: 79). Bu tanımda da dikkat çekildiği üzere spor turizmi için üç temel etken vardır. Bunlar; spor müsabakalarında aktif olarak diğer bir deyişle oyuncu, antrenör vb. olarak yer almak, ikincisi bu müsabakalara destekçi, taraftar olarak katılmak ve son olarakta spor müsabakaları ve oyunların gerçekleştirildiği yerlere ziyaretler gerçekleştirmektir (Öztürk ve Yağcıoğlu, 2002: 5).

Spor turizmi, spor amacıyla yapılan seyahatleri kapsayan turizm çeşididir. Başta dağ ve suda yapılan spor faaliyetleri olmakla birlikte benzer spor aktivitelerinde yer alan, izleyen, sportif olaylara meraklı olan ve sporla iç içe olan kişilerin; spor müsabakaları ve spor organizasyonlara seyirci, sporcu olarak katılmaları sonucunda doğan alternatif turizm çeşitlerinden birisidir. Birçok turizm çeşidi gibi spor turizmi de günümüzde büyük gelişme kaydetmiştir. Yüzme, futbol, basketbol, tenis vb. spor türleri için düzenlenen organizasyonlar gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için spor turizmi açısından teşvik edicidirler. Ve bu tür organizasyonlardan sağlanan gelirlerde oldukça yüksek tutarlara ulaşmaktadır. Yani herhangi bir spor müsabakasına katılmak kendi başına bir turizm sebebi hâline gelmiştir. Olimpiyatlar, Dünya Kupası gibi dünya çapında büyük ilgi gören büyük spor organizasyonları, düzenledikleri ülkelerde sağladıkları turizm hareketliliği sayesinde çok yüksek tutarlarda gelir bırakmaktadırlar (İçöz, 2008: 28). 1980'lerde Avrupa da yapılan tatillerde sporun etkisi ve 1990'larda Amerika, Japonya ve Yeni Zelanda yapılan akademik çalışmalarda artan sportif amaçlı

turizm faaliyetlerine dikkat çekmişlerdir (Karharman, 2014: 15). Bilhassa 20. yüzyılın sonlarından itibaren büyük bir gelişim gösteren spor turizminin gelecekteki en popüler, en çok gelir elde edilen turizm çeşitlerinden biri olacağı öngörülmektedir (Gülbahar, 2009: 164).

1.2.7. Kültür Turizmi

Kültür turizmini tanımlarken kültür kavramına da açıklık getirmek gerekir. Kültür kelimesi köken olarak Latin dilinde “bakmak” ve “yetiştirmek” anlamında kullanılan “cultura” kelimesine dayanmaktadır (Baykan ve Meydan Uygur, 2007: 32). Kültür turizmi ise kavramsal olarak ilk kez Avrupa Birliği’nin kültürel mirası ve kimliğini açıklayabilmek için Avrupa Komisyonu tarafından kullanmıştır (Aklanoğlu, 2010: 125). Kültür ve turizm arasındaki ilişkinin ortaya çıkmasında; kültürün turizmi teşvik etmesi ve turistlerin gittikleri yerlerin kültürleri üzerindeki bıraktıkları etkiler olmak üzere iki temel faktör etkili olmuştur (Emekli, 2007: 54).

Kültür turizmi, farklı kültürler ve yabancı ortamlara kanalize olan bir yapıya sahiptir. Tıpkı etkinlik turizmi gibi kültür turizmi de geniş ölçekte değerlendirilebilir. Aralarındaki en temel fark ise düzenlenen etkinliklerin türü ve tercih ettikleri yöntemlerdir. Kültür, bireylerin çeşitli sanat dalları (dans, bale, resim, heykeltıraş vb.) yeni ve farklı kültürleri, tarihi, etnografik eğilimleri içermektedir. Bu açıdan kültür turizmi, seyrek nüfustaki yerler ve ulaşılması zor olan geleneksel kültürlerle ilgilenmek olarak açıklanabilir (Garda ve Temizel, 2016: 10).

Kültürel varlıkların birçok amaç doğrultusunda ziyaret edilmesi ve seyahat için çekici bir etken olması, kültür ve turizm arasındaki ilişkinin güçlenmesine, kültürel turizmin gelişimine de katkı sağlamıştır. Bu sayede hem somut hem de soyut turizm varlıkları, kültürel turizm kapsamında turistlerin ziyaretlerine açılmıştır. Ve böylece kültürel varlıkların korunması, restorasyonu dolayısıyla kıymeti artmakta, bu bölgelerdeki artan turizm faaliyetlerine paralel olarakta bölge ekonomileri ve turizmi de gelişim göstermektedir (Sezer, 2017: 38). Sonuç olarak kültürel açıdan zengin olan şehirler ve bölgeler önemli turizm noktalarına dönüşmektedir. Ayrıca kültür turizmi, yerel halkın yaşam biçimini, ananelerini ziyarete gelen turistlere en kolay ve en sağlıklı şekilde aktaran turizm türüdür ve uygulanan yerlere çeşitli katkıları vardır (Yıldırım Saçılık

ve Toptaş, 2017: 109). Bu yerler için kültür turizminin sağladığı faydaları şöyle sıralamak mümkündür (Memlük ve Mikaeili, 2013: 89):

- Toplumlara mâl olmuş ortak mirasların tanınması ve keşfedilmesi
- Ülkeler arası iş birliğini sağlayıcı zemin hazırlaması
- Ekonomik anlamda dar boğazda olan bölgelerde parasal katkı ve yöre halkına yeni istihdam olanakları
- Bölgelerin tanıtımına ve gelişimine sağladığı katkı
- Turizm faaliyetlerini mevsimsellikten kurtarıp, bütün sezona yayma olanağı
- Doğal çevre ve tabiatın korunmasında yarattığı farkındalık

1.2.8. Ekolojik Turizm

Ekoturizm Yunan dilindeki ev anlamına gelen “Oikos” ve kelime anlamına gelen “Logos” kelimelerinden türemiştir (Kuter ve Ünal, 2009: 148). Şehir hayatından, kalabalıktan ve stresten bunalan birçok doğa dostu, refah düzeyinin artması ve ulaşım imkânlarının düzelmesi ile birlikte huzurlu ve sakin bir zaman geçirmek için çareyi yeni doğal yerlerde aramakta bulmuşlardır. Böylece 1970’li yılların sonunda ekoturizm kavramı ortaya çıkmıştır (Eskin vd., 2017: 16).

Günümüzdeki en yaygın ve en çok kullanılan tanımıyla ekoturizm; doğal çevreyi koruyan ve bölge halkının refah düzeyini yukarılara çekmeyi sağlayan seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Sungur, 2012: 339).

Uluslararası Doğa Koruma Birliği tarafından yapılan ekoturizm tanımında; doğayı koruyan, kültürel varlıklara sahip çıkan, eğlenme amaçlı, bölge ekonomisine katkıda bulunan, sosyal sorumluluğu teşvik edici turizm faaliyetleridir (Yılmaz, 2006: 245).

Uluslararası Ekonomi Topluluğunca yapılan bir başka tanıma göre ise ekoturizm; kainattaki doğal kaynakların ve güzelliklerin varlıklarını koruma altına alan, bölge halkına ekonomik destek veren, sosyal ve kültürel varlıkların yanında olan, koruyan özetle doğa dostu bir turizm türüdür (Yazgan ve Khabbazi, 2012: 7).

Yukarıdaki tanımlara ve literatürde ekoturizm için kullanılan genel tanımlara da bakıldığında dört faktör göze çarpmaktadır. Bunlar (Kaypak, 2010: 96):

- Doğal ve ekolojik çevre
- Kültürel ve çevresel sürdürülebilirlik
- Eğitim
- Ekonomik faydalar

1.2.9. Dağ ve Kış Turizmi

Dağlardaki bol oksijen ve temiz havadan istifade etmek isteyen bireylerin dağ odaklı yaptıkları turizm faaliyetlerini kapsar. Bu faaliyetler; yürüme, tırmanma ve kayak yapma olarak gerçekleştirilebilir. Şehrin bozulan doğası ve kirlenen havası, bireyleri dağ turizmi gibi doğayla iç içe olma fırsatı sunan alternatif turizm çeşitlerine yönlendirmektedir (Kozak, 2012: 30). Dağ turizmi yapılan spor faaliyetlerinin yanı sıra hem de kültürel etkinliklerle birlikte sağladığı çeşitlilik sayesinde bireylerin fiziki ve ruhsal yönden de dinginliğe kavuşmalarını sağlamaktadır (Kınacı vd., 2011: 57).

Kış turizmi, yılın belirli bir zamanı; kayak faaliyetleri için uygun şartları sunan, kar yağışının ve eğim imkânının elverişli olduğu bölgelere gerçekleştirilen seyahatleri ve bu bölgelerde yapılan konaklama, yeme-içme, güzel vakit geçirme ve eğlenceye yönelik turizm hareketlerinin tamamıdır (Çavuş vd., 2015: 346). Kış turizmi genelde doğada vakit geçirmek isteyen, maceraperest, zorlukları seven bireylerin tercih ettiği bir turizm çeşididir. Kış turizminde talebi etkileyen ve çekici olan ise bireylerin kış sporları yapma, temiz hava ve şehrin kalabalığından uzaklaşma arzularıdır (Apak, 2016: 26)

Türkiye sahip olduğu zengin bitki örtüsü, uygun hava şartları, elverişli iklimi, çeşitli yükseklikteki dağları, av ve yaban hayatı gibi konularda turistlere sağladığı imkânlar sayesinde hem dağ turizmi hem de kış turizmi açısından oldukça elverişli bir ülke konumundadır (Çak vd., 2007: 148).

1.2.10. Deniz Turizmi

Deniz turizmi bireylerin yaşamlarını sürdürdükleri yerlerden farklı yerlere deniz odaklı dinlenmek ve eğlenmek amacıyla yaptıkları seyahatleri kapsayan turizm faaliyetleridir. Deniz turizminin gelişimine katkı sağlayan ilk isim olarak İngiliz bir doktor olan Richard Russell ön plana çıkmaktadır. İngiliz doktor 1753 senesinde çıkardığı kitabında, deniz banyosunun insan sağlığı için önemine ve faydasına yer

vermesi etkili olmuştur. Avrupa ülkelerinde yaygınlaşan bu düşünce, bireylerin sağlık amacıyla denizlere gitmeye ve girmeye başlamasına neden olmuştur. Daha sonralarda ise güneş banyosu ve deniz havasının da insanlara tavsiye edilmesi, deniz amacıyla yapılan seyahatlerde artış yaşanmasına ön ayak olmuştur. Öncelerde sağlık amacıyla yapılan bu seyahatler zamanla yerini eğlenme ve dinlenme amacıyla yapılan keyfi seyahatlere bırakmıştır (Kozan vd., 2014: 116). Türkiye’de deniz turizminin gelişimi için ise ilk adım olarak 1982 senesinde yürürlüğe giren ve deniz turizmine yönelik düzenlemelerin yasallık kazanmasını sağlayan 2634 sayılı “Turizm Teşvik Kanunu” ile ön plana çıkmaktadır (Çoban, 2015: 9). Türkiye sahip olduğu uzun sahiller, temiz denizleri, turizme elverişli kumsalları, kültürel güzellikleri ve uygun iklim şartları sayesinde deniz turizminde önde gelen ülkelerden olmuştur (Kozak vd., 2012: 18).

1.2.11. Endüstri Turizmi

İş hayatı, insan ömrünün önemli ve büyük bir kısmını kapsamakta ve insanlar hayatlarının büyük bir bölümünü çalışarak geçirmektedirler (Köroğlu, 2012: 275). Bu yoğunluk sonucunda iş turizminin, dünyanın hızlı şekilde büyüyen ve en fazla kâr sağlanan turizm çeşitlerinden birisi olması kaçınılmazdır. İş turizminin tanımında; iş amacıyla yapılan seyahatler ve boş zamanları değerlendirmek için yapılan aktivitelerin birleşimi olarak açıklanmaktadır. İş amacıyla seyahat eden turistler ücret konusunda; eğlence amacıyla seyahat eden turistlere göre daha az dikkatlidirler. Eğlence amaçlı turizm faaliyetlerine göre, iki kat daha fazla ödemektedirler. İş seyahatlerine çıkan turistlerin üçte ikisi; seyahat sürelerini eğlence dinlenme amacıyla uzatmaktadırlar. Bu nedenle turizm pazarında, iş turizmi büyük bir potansiyele sahiptir (Çoban, 2015: 24).

1.2.12. Yat Turizmi

Yat turizmi, insanların dinlenmek, fiziksel ve zihinsel açıdan rahatlamak, huzur ve sükûnet aradıkları, bunun yanında gezmek, eğlenmek ve spor gereksinimlerini karşılamak için tercih ettikleri bir turizm türüdür (Kınacı vd., 2011: 76).

Diğer bir tanıma göre ise yat turizmi, yat adı verilen deniz araçları vasıtasıyla spor veya gezme amacıyla körfezler, koylar ve yat limanlar arasında gerçekleştirilen konaklama ve yeme içme gibi ihtiyaçlarında yat adı verilen bu ulaşım araçlarında karşılandığı bir turizm türüdür (Doğaner, 2001: 38).

20. yüzyılda turizmin gelişim göstermesiyle birlikte önem kazanmaya başlayan yat turizmi, başlarda fiyatların yüksek olması sebebiyle kısıtlı bir kitleye hitap eden bir faaliyet olarak kalmıştır. 1970'lerden sonra düşen fiyatlar ve artan rekabet ortamı yat turizminin gelişim göstermeye başlamasında etkili olmuştur (Gülbahar, 2009: 164). Yat turizmi, dünyada ilk olarak 17. yüzyılda Felemenkliler başlamış, 1970'lere geldiğinde ise bilhassa Amerika, İspanya, Fransa ve İtalya'da çok gelişim yaşanmıştır. Son senelerde oldukça popüler bir turizm çeşidi hâline gelen yat turizmi sayesinde ülkeler ve bölgelere yüksek miktarda döviz akışı sağlamaktadır. Bu açıdan turizm sektörü için önemli bir yeri olan yat turizmi, gelişme göstermesi açısından da en potansiyelli turizm çeşitlerindedir (Doğancılı, 2017: 20). Türkiye'de yat turizmi diğer birçok turizm türünde yaşandığı gibi 1980'lerde ülke gündemine girmiştir. Ve 1983'te yat turizmine dair ilk yasal düzenleme yayımlanmıştır. Yat turizminin değeri her geçen gün yükselmektedir. Fakat bu turizm türünden maksimum fayda sağlayabilmek için yat limanlarının sayıları arttırılması ve yat çekek yerlerinin kapasitesinde uluslararası standartlarda olması gerekmektedir (Çak vd., 2007: 138).

1.2.13. Av Turizmi

20. yüzyılın son çeyreğine kadar uzanan insanların safari diye adlandırdıkları ve bu kapsamda Asya, Afrika ve Amerika'daki yaban hayvanlarını dişleri ve kürkleri için ticari amaçlarla avlamalarını değerlendirmeye almazsak, av turizmi ilk olarak 1960'ların başında ortaya çıkmıştır (Şafak, 2003: 135). Av turizmi; av ve yaban hayatı kaynaklarının belli bir gözetim içinde; yerli ve yabancı turistlerin avlanma faaliyetleri için kullanımına açılarak ülke turizmine ve ekonomisine katkı sağlanmasını amaçlayan turizm hareketleridir. Farklı bir ifadeyle, avcılar veya turistlerin sınırları çizilmiş ilkeler kapsamında katıldıkları av, olta balıkçılığı, doğa turları vb. etkinliklerdir. Av turizminde amaçlanan yeterli sayıda bulunan ve avlanılmasının nesli açısından bir sıkıntı oluşturmayacağı, av hayvanlarının avlanılmasına izin verilerek ülke turizmine ve ekonomisine katkı sağlamaktır (Duran, 2012: 49). Av turizmi, avlanma amacıyla seyahatlere katılan turistlerin sadece avlanma ihtiyaçlarına yönelik hizmetler değil, ayrıca turistlere temiz hava, doğayla iç içe, stresten uzak, sakin ve huzurlu bir etkinlik geçirme imkânı da sağlamaktadır (Öztaş ve Karabulut, 2007: 132).

1.2.14. Yayla Turizmi

Coğrafi bir terim olan yayla kelimesi, coğrafyada düz, yüksek olan yerler için kullanılmaktadır. Yayla yaz mevsimlerinde çıkılan ve belirli bir süre oturlan havası temiz, serin olan yerler, dağların zirveye yakın kısımlarındaki yazlık ev ve mera olarak tanımlanmaktadır. Bu kapsamda yayla; yıl içerisinde belirli bir sürede hayvan otlatma, meyve sebze yetiştirme ve bölge insanının geçimlerini sağlamalarına katkısı olan her tür işi yapmak için çıkılan yerler olarak tanımlanır (Kızılırmak, 2006: 1). Eskilerden beri çok değer gören yaylacılık, gün geçtikçe daha da değerlenmektedir. Yaylacılık faaliyetleri için bölgeye gelen insanlar, ayrıca bu yaylaların tarihi ve dini dokularına da şahitlik edip, gezebilmekte ve yüksek rakımlı yerlerde elverişli koşullar olduğu takdirde dağcılık ve kayak sporu da yapabilmektedirler (İldırım, 2017: 24).

Yayla turizmi, doğa severlerin rakımı yüksek olan yerlere giderek buralarda günübirlik veya kısa süreli olarak konaklama faaliyetleridir. Yayla turizminde ülkeler, sınırları içerisinde yer alan doğal ve kültürel değerlere sahip olan yaylalarını ve oradaki doğa hayatının zarar görmeden kullanma dengesine dikkat edilerek turizm faaliyetleri için yerli ve yabancı turistlerin hizmetine açarlar (Çak vd., 2015: 145). Günümüzde yaşamlarını büyük şehirlerde geçiren insanlar kalabalık, stres ve şehrin kirliliğinden uzaklaşarak, doğal güzelliklerin olduğu sessiz ve sakin yerlere gitmektedirler. Sahil şeridinde yer alan tatil yörelerinin aşırı sıcak ve nemli hava şartlarına kıyasla yaylalar sahip olduğu bitki örtüsü çeşitliliği, ormanları, gölleri, kültürel ve tarihi varlıkları ile turizm faaliyetlerine katılmak isteyen turistler için çekici bir turizm çeşidi olmaktadır (Kasalak, 2014: 67).

1.3. Turizmin Etkileri

Turizm, faaliyet gösterdiği ülke ve bölge mekânlarını etkilemesinin yanı sıra, o bölgenin ekonomik ve sosyo-kültürel yapısı üzerinde de çeşitli etkileri vardır. Turizm değerlendirilirken, turizm olayının gerçekleştiği mekânın ekonomik, çevresel, siyasi ve toplumsal yapısından bağımsız bir şekilde ele alınamaz. Turist beraberinde para, fikir ve yenilik getirir ve beklentileri de beslenmek, barındırılmak ve eğlenmek üzerine dayalıdır. Şayet bir bölge veya ülkedeki kaynakların büyük çoğunluğu turistler ve onların taleplerini karşılamak için kullanılırsa, öte yandan yerel halkın taleplerini karşılamakta güçlükler meydana gelecektir. Ayrıca sağladığı istihdam olanaklarıyla

turizmin; ülke ve bölge için olumlu etkileri olmakla beraber, gelen hizmetlerin bölge yapısı ve çevrede değişime sebebiyet vermesi gibi de olumsuz etkileri olmaktadır. Turizm sektörünün bölgeler ve ülkeler üzerinde etkileri; ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel olmak üzere üç ana grup altında toplanabilir (Özgüç, 2003: 173).

1.3.1. Turizmin Ekonomik Etkileri

Turizm daha çok ekonomik açıdan değerlendirilen bir toplumsal faaliyettir. Turizm, ülkelere sağladığı gelir yaratıcı etki ve döviz girdisi sayesinde ekonomik yönü daha ağır basan bir hâl almıştır. 20. yüzyılın sonlarında ülkeler yaşadıkları ekonomik sıkıntılardan kurtulmak için; turizmi bir fırsat kapısı olarak görmüşlerdir (Kozak vd., 2012: 73). Turistlerin ihtiyaçları doğrultusunda yaptıkları harcamalar, doğrudan ülke ekonomilerine bir hareketlilik sağlamak ve ülkeler turistik ihtiyaçların karşılanması hususunda turizme daha çok değer vermektedirler (Öztaş, 2002: 59).

Turizm ülkelerin sosyo-ekonomik açıdan kalkınmalarına birçok yönden destek olan bir sektördür. Ülkeler için gerekli döviz girdisinin sağlanması, istihdamı teşvik etmesi ve hayat şartlarının iyileşmesine sağladığı katkılarla beraber, genel ekonomi açısından ele alındığında da yatırımcıları teşvik eden, birey ve ülke gelirlerine olumlu katkısı olan, bölgeler arası gelişmişliği düzenlemekte yardımcı rol oynayan bir sektör olarak ön plana çıkmaktadır (Gülbahar, 2008: 155).

1.3.1.1. Turizmin Ödemeler Dengesine Etkisi

Turizmin; ulusal ve uluslararası ekonomilerdeki yeri söz konusu olduğunda, ilk olarak ele alınan nokta ödemeler bilançosuna etkileri olacaktır. Turistler tarafından ziyaret edilen ülkelerin uluslararası ekonomik durumlarını anlamak için en sağlam kaynak, bu ülkelerin dış ödemeler bilançosunu incelemektir (Zengin, 2010: 106). Dış ödemeler bilançosu; belirli süreçlerde ülkelerin birbirleriyle olan dış politikaları ve ekonomik etkileşimlerinin ne durumda olduğunu belirtir. Ülkelerin mal ve hizmet gibi arz ettiği ürünler karşılığında diğer ülkelere elde ettiği gelirlerin, ülke dışına yapılan ödemelerle eş değerde olup olmadığını gösterir. Bir ülkenin dış ödemeler bilançosuna bakıldığında görülen denge veya dengesizlikten; o ülkenin ödeme gücündeki düzelme ya da kötüye gitme durumları da anlaşılır (Yağcı, 2007: 155).

Tablo 1.1.Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarını Kapama Payı

| YIL | Dış Ticaret Açığı (\$) | Turizm Geliri | Turizm Gelirinin DTA Kapama Payı (%) |
|------|------------------------|---------------|--------------------------------------|
| 2003 | 22.086.856 | 13.854.866 | 62,72 |
| 2004 | 34.372.613 | 17.076.607 | 49,68 |
| 2005 | 43.297.743 | 20.322.111 | 46,93 |
| 2006 | 54.041.498 | 18.593.951 | 34,40 |
| 2007 | 62.790.965 | 20.942.500 | 33,35 |
| 2008 | 69.936.378 | 25.415.067 | 36,34 |
| 2009 | 38.785.809 | 25.064.482 | 64,62 |
| 2010 | 71.661.113 | 24.930.997 | 34,79 |
| 2011 | 105.934.807 | 28.115.692 | 26,54 |
| 2012 | 84.066.659 | 29.007.003 | 34,50 |
| 2013 | 99.858.613 | 32.308.991 | 32,35 |
| 2014 | 84.508.918 | 34.305.903 | 40,59 |
| 2015 | 63.268.398 | 31.464.777 | 49,73 |
| 2016 | 55.995.686 | 22.107.440 | 39,48 |
| 2017 | 76.736.231 | 26.283.656 | 34,25 |

Kaynak: TÜRSAB verilerine göre yazar tarafından hazırlanmıştır.

Ülkenin turizm faaliyetlerinden sağladığı döviz geliri, yine turizm faaliyetleri için ülke dışına çıkan döviz giderinden fazla olduğu takdirde ödemeler dengesine olumlu olarak bir yansıma olacaktır. Şayet ülkenin turizmle sağladığı döviz geliri, ülkeden çıkan döviz miktarını karşılamıyor ve daha az ise bu da ödemeler dengesine olumsuz olarak yansımaya sebep olacaktır. Bu kapsamda, ödemeler dengesinden yola çıkılarak ülkenin pozitif bir tabloya sahip olduğundan söz edebilmek için o ülkedeki döviz gelirlerinin, döviz giderlerinden daha fazla miktarda olması gerekmektedir. (Bahar ve Kozak, 2013: 174).

1.3.1.2. Turizmin İstihdama Etkisi

İstihdam en basit anlamıyla; bireylerin kendi iradeleriyle çalışmak ve gelir elde etmek amacıyla mal veya hizmet üretiminde yer almaları olarak açıklanabilir. Ülke ekonomisine katkısı bakımından bir sektör ele alındığında, bakılması gereken etkilerin başında; o sektörün ülkede yarattığı istihdam olanakları gelir. Turizmdeki emek-yoğun

yapı ve sektörün bazı bilgisayar sistemleri dışında makineleşme ve otomasyona uygun bir zemine sahip olmaması, mal ve hizmet üretiminde insan gücünün gerekliliğini ve önemini belirtmektedir (Akın vd., 2012: 75). Turizm, hizmet sektörü sınıfında bulunan ve diğer sektörlerle oranla insanlarla etkileşimin daha fazla olduğu ve insan odaklı işleyişe sahip bir sektördür. Bu özelliği ile turizm sektörü, bir ülkede işsizlik sorununu çözmeye tercih edilecek seçeneklerin başında gelmektedir (Tutar vd., 2013: 16).

Tablo 1.2. Türkiye'de İstihdamın Ana Sektörlere Göre Dağılımı (Bin Kişi)

| YIL | Tarım | Sanayi | Hizmet | Toplam | PAY (%) | | | |
|------|-------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|
| | | | | | Tarım | Sanayi | Hizmet | Toplam |
| 2005 | 5.154 | 5.290 | 9.023 | 20.067 | 25,68 | 26,36 | 44,96 | 100 |
| 2006 | 4.907 | 5.479 | 10.037 | 20.423 | 24,02 | 26,82 | 49,14 | 100 |
| 2007 | 4.867 | 5.545 | 10.326 | 20.738 | 23,46 | 26,73 | 49,79 | 100 |
| 2008 | 5.016 | 5.682 | 10.495 | 21.193 | 23,66 | 26,70 | 49,52 | 100 |
| 2009 | 5.240 | 5.385 | 10.650 | 21.275 | 24,62 | 25,31 | 50,05 | 100 |
| 2010 | 5.683 | 5.927 | 10.986 | 22.596 | 25,15 | 26,23 | 48,62 | 100 |
| 2011 | 6.143 | 6.380 | 11.587 | 24.110 | 25,47 | 26,46 | 48,05 | 100 |
| 2012 | 6.097 | 6.460 | 12.264 | 24.821 | 24,56 | 26,02 | 49,40 | 100 |
| 2013 | 6.015 | 6.737 | 12.771 | 25.523 | 23,56 | 26,39 | 50,03 | 100 |
| 2014 | 5.470 | 7.227 | 13.235 | 25.932 | 21,09 | 27,86 | 51,03 | 100 |
| 2015 | 5.483 | 7.246 | 13.891 | 26.620 | 20,59 | 27,22 | 52,18 | 100 |
| 2016 | 5.305 | 7.283 | 14.617 | 27.205 | 19,50 | 26,77 | 53,72 | 100 |
| 2017 | 5.464 | 7.478 | 15.246 | 28.188 | 19,38 | 26,52 | 58,08 | 100 |

Kaynak: TÜİK verilerine göre yazar tarafından hazırlanmıştır.

Oldukça fazla sayıda alt sektörle etkileşim içerisinde olduğu bilinen turizm sektörü; üç çeşit istihdam meydana getirmektedir (Sarı ve Uçar, 2010: 339). Bunlar:

- **Doğrudan İstihdam:** Bireylerin tur operatörleri, konaklama, yiyecek ve içecek işletmeleri, seyahat acentaları gibi turizm işletmelerinde istihdam edilmesi doğrudan istihdamdır.
- **Dolaylı İstihdam:** Turizm sektöründe ihtiyaç duyulan malların ve hizmetlerin sağlanmasında katkıda bulunan ve turistlerin yaptıkları harcamalardan kendilerine kazanç sağlayan el sanatları, inşaat, tarım

gibi sektörlerde ihtiyaç duyulan istihdam gücü; turizmde dolaylı istihdamı teşkil eder.

- **Uyarılmış İstihdam:** Doğrudan ve dolaylı istihdam ile sağlanan gelirlerin harcanarak yine ülke ekonomisinde kalması ile ortaya çıkan ek istihdam, uyarılmış istihdamdır (Özcan, 2016: 100).

Mevcut istihdama en fazla katkıyı sağlayan hizmet sektörünün bir parçası olan turizm, insan odaklı işleyişi ve emek-yoğun yapısı ile dünya genelinde olduğu gibi Türkiye’de de işsizlik sorunun çözümünde önemli bir rol oynamaktadır (Şit, 2016: 110).

Tablo 1.3. Türkiye’de Turizm Sektöründe İstihdam (2005-2025)

| YIL | Turizmde İstihdam | Türkiye’de İstihdam | Pay |
|-------|-------------------|---------------------|------|
| 2005 | 1734 | 22046 | 7,86 |
| 2010 | 1609 | 22594 | 7,12 |
| 2015 | 2210 | 27341 | 8,08 |
| 2020* | 2598 | - | - |
| 2025* | 2817 | - | - |

Kaynak: Şit, 2016: 111.

* Tahmini Veriler

Ülkelerin kalkınmasında; tek başına turizm sektörünü, bir çare olarak görmek gerçekçi bir yaklaşım olmayacaktır fakat turizm sektörünün ülkelerin gelişiminde; sağladığı faydalarda inkâr edilemez bir gerçektir (Yıldız, 2011: 66).

1.3.1.3. Turizmin Gelir Etkisi

Turizmin gelişmekte olan ülkeler tarafından tercih edilme nedenlerinden birisi de ülkelerin kalkınmasında turizmin görünmeyen ihracat sağlayıcı rolüyle ülkelerde kayda değer miktarlarda gelir yaratması olduğu söylenebilir (Arabacı, 2018: 105).

Turizm sektöründe varlıklarını sürdüren işletmeler üretmiş oldukları turistik mal ve hizmetlerin satışından elde ettikleri gelirlerden dolayı kendilerini iktisadi karar mekanizmaları olarak görmektedirler. Tüketim ağırlıklı bir yapıya sahip olmasından dolayı turizmde harcamalarla oluşan gelir akımı turistlerin hayatlarını sürdürdükleri yerlerden ayrılmalarından itibaren başlar ve tekrar yaşadıkları yerlere dönüncüye kadar geçen süreçteki tüm seyahat ve konaklama faaliyetlerini kapsar (Bozgeyik ve Yoloğlu, 2015: 630). Turistlerin seyahat amacıyla gittikleri ülkelerde yeme-içme, alışveriş, gezi,

eğlence, konaklama gibi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yaptıkları harcamalar o yörede ekonominin canlanmasını ve yöre halkının gelirlerinin artmasını sağlayacaktır (Bahar ve Kozak, 2012: 161).

Tablo 1.4. Türkiye Turizm Gelirleri

| YIL | Turizm Geliri (1000\$) | Ziyaretçi Sayısı | Ortalama Harcama (\$) |
|------|------------------------|------------------|-----------------------|
| 2003 | 13.854.866 | 16.302.053 | 850 |
| 2004 | 17.076.607 | 20.232.640 | 843 |
| 2005 | 20.322.111 | 24.124.501 | 842 |
| 2006 | 18.593.951 | 23.148.669 | 803 |
| 2007 | 20.942.500 | 27.214.988 | 770 |
| 2008 | 25.415.067 | 30.979.979 | 820 |
| 2009 | 25.064.482 | 32.006.149 | 783 |
| 2010 | 24.930.997 | 33.027.943 | 755 |
| 2011 | 28.115.692 | 36.151.328 | 778 |
| 2012 | 29.007.003 | 36.463.921 | 795 |
| 2013 | 32.308.991 | 39.226.226 | 824 |
| 2014 | 34.305.903 | 41.415.070 | 828 |
| 2015 | 31.464.777 | 41.617.530 | 756 |
| 2016 | 22.107.440 | 31.365.330 | 705 |
| 2017 | 26.283.656 | 38.620.346 | 681 |
| 2018 | 29.512.926 | 45.615.032 | 647 |

Kaynak: TÜRSAB verilerine göre yazar tarafından hazırlanmıştır.

Gelir etkisi bunlarla da sınırlı kalmaz, turizm irili ufaklı birçok sektör ile ilişkisi olduğundan dolayı meydana gelen gelir ilgili sektörlerde harcama yoluyla tekrar bir gelir etkisi yaratacaktır (Küçükşarı, 2011: 16). Artan turizm talebini karşılamak amacı ile gerçekleştirilen turistik yatırımlar hem turizm sektöründe hem de sektörle bağı olan diğer sektörlerdeki üretim faaliyetlerinden sağlanan gelirlerin artmasını sağlayacaktır (Kızılgöl ve Erbaykal, 2008: 354).

Tablo 1.5. Dünyada Turizmden En Çok Gelir Elde Eden Ülkeler (2018)

| Sıralama | Ülke | Turizm Geliri (milyar \$) |
|----------|---------|---------------------------|
| 1 | A.B.D | 210,7 |
| 2 | İspanya | 68 |
| 3 | Fransa | 60,7 |
| 4 | Tayland | 57,5 |

| | | |
|----|------------|------|
| 5 | İngiltere | 51,2 |
| 6 | İtalya | 44,2 |
| 7 | Avustralya | 41,7 |
| 8 | Almanya | 39,8 |
| 9 | Çin | 35,6 |
| 10 | Japonya | 34,1 |

Kaynak: TUROB verilerine göre yazar tarafından hazırlanmıştır.

1.3.1.4. Turizmin Bölgeler Arası Gelişime Üzerindeki Etkisi

Ekonomik olarak istedikleri seviyeye ulaşamamış ülkeler sahip oldukları doğal güzellikleri, tarihi ve kültürel değerleri bir pazarlama aracı olarak kullanarak gelir elde etmeyi amaçlarlar. Bu unsurlar diğer ekonomik araçlarla karşılaştırıldığında turizmin kısa vadede vereceği katkı diğerlerinden çok daha fazla olacaktır. Dahası turizm en hızlı ve en çok gelişen sektörlerinde başında gelmektedir. Bu yönleriyle turizm, birçok ülke tarafından bölgesel kalkınmada bir fırsat olarak görülmektedir (Doğan ve Yıldız, 2007: 155). Tarım ve sanayi gibi sektörlerde geri kalmış ve yeterli kaynaklara sahip olmayan fakat turizm açısından elverişli olan bölgeler planlı ve doğru şekilde uygulanan turizm politikaları ile kalkınacak ve gelişecektir (Susan, 2016: 55). Ülkenin herhangi kırsal ya da az gelişmiş bir bölgesinde turizmin gelişmesi ekonomik olarak dengesizliklerin ortadan kalkmasında etkili olacaktır. Turizmin gelişmesi ile bölgede yeni istihdam sahaları, iş olanakları ve yeni yatırımlar da artacaktır. Bu da ülkede bölgeler arasındaki yaşanan gelişmişlik farklarının ortadan kalkmasında ülke ekonomisine yardımcı olacaktır (Bahar, 2007: 4).

Görünmez bir ihracat aracı olarak turizm, uluslararası pazarda döviz girdisi ile ödemeler dengesinde olumlu bir etki yapmaktadır. Sağlanan bu gelirlerin tekrar ülke ekonomisi içerisinde harcanması; ülkeye ekonomik canlılık, kamu gelirlerinde artış, yeni istihdam sahalarının oluşması olarak yansımaktadır. Bu bağlamda gerçekleştirilen harcamalar, elde edilen gelirlerin yeniden sektörlerle dağılmasını sağlayarak bölgeler arası ekonomik kalkınmaya katkıda bulunmaktadır (Bahar ve Kozak, 2013: 178).

1.3.1.5. Turizmin Yatırımlara Etkisi

Yatırım eldeki kaynakların gelecekte fayda sağlayabilecek alanlara aktarılması ve yönlendirilmesidir. Turizm açısından cazip olan bir bölgenin; turizm sektöründe hizmete açılması, bölgede turizmin canlanması sanıldığı kadar hızlı bir şekilde hayata

geçmemektedir. Bölgedeki turizm hareketlerinin canlanmasında olmazsa olmaz olan altyapı ve üstyapı yatırımları için, önemli miktarda sermayenin sektöre aktarılması gerekir (Zengin, 2010: 119).

Bilhassa turistler tarafından tercih edilen bölgelerde turizm gelirlerini arttırmak için altyapıya yönelik yapılan yatırımlar önem kazanmıştır. Konaklama işletmeleri, alışveriş ve eğlence merkezleri gibi üstyapı yatırımlarının yapılabilmesi için öncelikle yol, su, ulaşım ve elektrik gibi altyapı yatırımlarının tamamlanması gerekmektedir. Birbiriyle doğrudan ilişkili olan altyapı ve üstyapı yatırımlarına ağırlık verilmesi, turizm sektöründe daha fazla gelir hedefleyen her ülke ve bölgenin temel planları arasında yer almalıdır (Filiz, 2017: 9). Genel olarak turizm gelirleri ve turist sayısı ile doğru orantılı olan turizm yatırımları, altyapı ve üstyapının gelişmesiyle; ülkeye daha fazla turist ve turizm geliri olarak geri dönecek bu da turizm sektöründeki yatırımları olumlu etkileyecektir (Yıldırım vd., 2004: 103). Ayrıca turizm yapısı gereği birçok farklı alanda hizmet veren el sanatları satış yerleri, küçük lokanta, çamaşırhane gibi küçük birimleri tek çatı altında toplamaktadır. Altyapıya ve üstyapıdaki yatırımlar, bu tarz küçük işletmelere de yatırım yapılmasını teşvik etmektedir (Sönmez, 2012: 47).

1.3.2. Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri

Turizm yapısı gereği; turizm bölgesine gelen turistler ile bölgede yaşayan halk arasında sosyo-kültürel bir etkileşim yaşanmaktadır. Çünkü turistler gittikleri yerlere beraberlerinde sahip oldukları değerleri, alışkanlıkları, kültürlerini ve yaşam tarzlarını da götürmektedirler (Özel, 2014: 57). Turizmin sosyal etkileri uzun vadede inançlar, sosyal ve kültürel değerler üzerinde aşamalı bir biçimde etkisini göstermektedir. Hangi sosyo-kültürel değerlerin değiştiği ve ne ölçüde etkilendiği bazı faktörlerle doğrudan orantılıdır (Çetin, 2009: 17).

Bu faktörler:

- Ziyaret süresi
- Farklı kültürel yapılara sahip olma
- Gözlem
- Ziyaretçilerin sahip oldukları sosyo-kültürel normlar
- Etkileşim boyutu

- Kültürel benzerlik ve farklılıklar
- Destinasyonun mekâna dayalı özellikleri
- Destinasyona ilişkin farklılıkların ele alınması
- Kamu veya özel sektörün girişimleri olarak sıralanabilir (Yıldırım ve Öztürk Deniz, 2018: 84).

Turizmin sosyal yapı üzerindeki etkiler; ahlaki değerler, bireysel davranışlar, örf ve adetler, aile içi ilişkiler ve toplumun sosyal yapısında ortaya çıkan değişiklikleri belirtmektedir. Birbirinden farklı sosyal yapı ve kültüre sahip birçok toplum turizmin birleştirici özelliği sayesinde bir araya toplanmakta ve etkileşim içerisine girmektedir. Böylece bir araya gelen farklı kültürel değer, sosyal yapı ve yaşam tarzları birbirleriyle kaynaşmaktadır. Nihayetinde turizm bölgesini ziyarete gelen turistlerle bölge halkının yaşadığı etkileşim, sosyo-kültürel yapı üzerinde yaşanan değişiklikler olarak etkilerini gösterir (Güdü Demirbulat, 2012: 57).

1.3.2.1. Turizmin Birey Üzerindeki Etkisi

Bireyler çeşitli amaç ve arzularla turizm faaliyetlerine katılırlar. Turist olarak yaşadıkları bölgeden ayrılan bireyler; her şeyden bu seyahatleri boyunca birçok yeni deneyimler elde ederler. Bireyler gittikleri yerlerde yaşamlarını sürdürmekte olan yöre halkından etkilendikleri gibi, kendileri de yöre halkı üzerinde çeşitli etkiler bırakarak bölgeden ayrılırlar. Bu karşılıklı etkileşimin boyutu ne düzeyde olursa olsun, turizm olayı içerisinde yer alan bireylerin doğrudan ya da dolaylı olarak etkilediğini görmeye yeterli olacaktır (Akman, 2007: 136).

Hem ulusal hem de uluslararası bir kültür alışverişinin yaşandığı turizm, bireye yeni, farklı ve özgür düşünmenin kapısını açar. Dahası turizm, bireylerin algılarını da yönlendirerek bireylere evrensel değerlerle birlikte kendilerini yenileme imkânı sağlar. Turizm çeşitli sosyo-kültürel değerlere sahip insanları ve toplulukları bir araya getirir ve birbirleriyle kaynaşma fırsatı sunar ve ortaya çıkan bu karşılıklı etkileşimde hem birey hem de toplumların hayatları üzerinde etkisini gösterir (Demirtaş, 2011: 343).

1.3.2.2. Turizmin Aile Üzerindeki Etkisi

Turizmin aile üzerindeki etkileri ele alındığında, turizm faaliyetlerinde turist göndererek yer alan ülkeler için aile içi ilişkileri sağlamlaştırıcı bir rolü vardır. Gerek

iş dünyası gerek normal hayattaki yoğunluktan dolayı birbirlerine zaman ayırmakta zorlanan aile bireyleri turizmin birleştirici özelliği sayesinde bir arada kaliteli ve güzel vakit geçirerek ailevi bağlarını kuvvetlendirme fırsatı yakalarlar (Kozak, 2012: 112).

Turizmin turist kabul eden ülkelerdeki aileler için etkilerine bakıldığında ise; özellikle aile bağlarına sağladığı olumlu katkılar ve kadınların kendi ayakları üzerinde durmalarındaki destekçi yapısı öne çıkmaktadır (Avcıkurt, 2007: 63).

Ayrıca turizm, ailelere eğitim ve öğretim alanında da destek olur. Aile fertlerini eğitime yönlendirerek başta kız çocuklarının eğitime katılması ve bireylerde yabancı dil öğrenme merakı gibi birçok girişime ön ayak olur (Ersoy, 2017: 52).

1.3.2.3. Turizmin Toplum Üzerindeki Etkisi

Uluslararası turizm faaliyetleri ile farklı ülkelere seyahat eden turistler gittikleri yerlerdeki yöre halkını da birçok yönden etkilerler. Turistlerin kendilerine has tutum ve davranışları, doğrudan ve dolaylı olarak etkileşim içerisinde oldukları yöre halkının yaşam biçimi ve davranışlarına tesir eder. Bu duruma en belirgin örnek olarak lokanta, otel gibi yerlerde hizmet veren ve turistlerle yakın ilişki içinde olan çalışanların zaman içinde değişmeye başlayan tutum ve davranışları söylenilebilir (Civelek, 2010: 334).

Ayrıca turizmin toplumsal etkileri için ilave olarak; hoşgörü ortamına sağladığı katkı, kırsal bölgelerin turizm faaliyetleri ile gelişme ve kentleşmede ivme kazanması, artan turizm faaliyetlerinin ülkede yeni toplumsal kurumlar açılmasına ön ayak olması, yöre halkının kendi tarihi ve kültürel değerlerinin önemini kavraması ve sahip çıkması, yeni istihdam alanları ve iş imkanları ile toplumun işsizlik sorununu çözmeye yardımcı olması, yeni dil öğrenme arzusunun oluşması sayılabilir (Dikici ve Kodaş, 2012: 54).

1.3.2.4. Turizmin Kültür Üzerindeki Etkisi

Turizm interaktif yapısıyla; turizm olayına katılan ve turistik bölgede yaşayan yerel halkın giyim-kuşamı, yeme-içme alışkanlığı ve toplumsal değerler üzerinde de etkisini göstermektedir. Turizmin doğrudan ve dolaylı olarak kültür üzerindeki etkileri maddeler halinde şöyle sıralanabilir:

- Dini inanç ve davranışlarda yaşanan değişiklikler,
- Ahlaki değer ve davranışlarda yaşanan değişiklikler,
- Yabancıların yaşam tarzlarından etkilenme,

- Farklı dillerden kelimelerin yerel halkın dilindeki oranının artması,
- Yerli sanatın işlevinin ve anlamının değişmesi,
- Turizmin, yerel halkın kendi kültürünün bir parçası haline gelmesidir (Duran, 2011: 298).

1.3.3. Turizmin Çevresel Etkileri

Turizmin çevresel etkileri olumlu ve olumsuz etkiler olarak alt başlıklarda değerlendirilmiştir.

1.3.3.1. Turizmin Çevre Üzerindeki Olumlu Etkileri

Turizm sektörü koordineli ve planlı bir çalışma dahilinde ülkelerin gelişimi ve kalkınmasında çok önemli bir potansiyele sahiptir. Ayrıca yapısı gereği sektör sermaye olarak ülkedeki doğal, tarihi ve kültürel güzelliklerden faydalanmaktadır. Turizmden elde edilecek gelir ve katkılar, ülkeler tarafından bu sermayelerin korunması ve sahip çıkılmasına bağlıdır. Turizmin gelişmesiyle birlikte, bölgede çevreye verilen değerde artacaktır (Yıldız ve Kalağan, 2008: 43).

Turizmin çevre üzerindeki olumlu etkilerini şöyle sıralayabiliriz:

- Çeşitli ülkelerden turizm faaliyetlerine katılan bireylerin birbirleriyle etkileşimleri, kültür geçişleri ve birbirleri arasında kurdukları dostane bağlar ülkeler arası ilişkiler ve dünya barışı için faydalıdır.
- Turistik bölgedeki iş imkânları ve istihdam alanlarından yararlanmak isteyen yöre halkı gelen ziyaretçilerin dili, kültürü ve değerleri üzerine kendilerini geliştirerek yaşadıkları ülkenin eğitim ve kültür seviyesine de katkıda bulunurlar.
- Turizmde sürekliliği sağlamak adına kültürel, tarihi ve doğal değerlere verilen önemin artması.
- Turizm ile birlikte kırsal bölgelerin kentleşme ve kalkınma hızının ivme yakalaması (Gürbüz, 2002: 54).

1.3.3.2. Turizmin Çevre Üzerindeki Olumsuz Etkileri

Her ne kadar turizmin çevre üzerindeki birçok olumlu etkisinden bahsetmek mümkün olsa da plansız ve bilinçsiz bir anlayışın hüküm sürdüğü ülke ve bölgelerde turizm sektörünün kültürel, tarihi ve doğal güzelliklere vereceği zarar kaçınılmazdır.

Turizmin çevre üzerindeki olumsuz etkilerini şöyle sıralayabiliriz:

- Suların kirlenmesi ve kalitesinin düşmesi
- Atık sorunu
- Ekolojik dengenin bozulması
- Hava kirliliği
- Tarihi ve kültürel değerlere sahip yerlerin tahribata uğraması
- Gürültü kirliliği
- Kültürel deformasyon
- Giyim ve yaşam biçimini etkilemesi
- Yabancı dillerden konuşma diline entegre olan yeni kelimeler ve dilin yozlaşması
- Arazi kullanım sorunları (Demir, 2002: 94).

1.4. Literatür Taraması

İlgili literatür incelendiğinde, “Yerel Halkın Turizm Algısı” konulu çalışmalar olmakla birlikte, konuların ülke ve kültürlere göre değişiklik gösterdiği görülmektedir.

Andriotis (2005), “Topluluk Gruplarının Turizmin Geliştirilmesine İlişkin Algıları ve Tercihleri: Girit’ten Kanıtlar” adlı çalışmasında turizmin gelişmesine ilişkin algıları ölçmek için; çalışma kapsamında belirlenen üç gruba uygun kişilerle gerçekleştirilen çalışmada; tüm gruplar turizmin gelişimine dair pozitif yönde görüş belirtmiştir.

Akova (2006), “Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma” konulu çalışmasında yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılarını belirlemek amacıyla iki farklı (2001 ve 2003 senesi) tarihte araştırmalar gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırmalar karşılaştırıldığında; yerel halkın turizme yönelik tutumlarının her iki dönemde de çoğunlukla olumlu olduğu ve ayrıca 2003 senesinde 2001 senesine göre olumsuz algıların azaldığı görülmüştür.

Farahani Zamani ve Musa (2008), “Sakinlerin Turizmi Geliştirmeye Yönelik Tutumları ve Algıları: Masooleh Örneği” başlıklı çalışmasında pilot bölge olarak seçilen İran’ın Masooleh kentindeki yerel halkın turizmin gelişimine yönelik algılarını incelemek amacıyla 250 katılımcının görüşleri alınmıştır. Görüşülen katılımcılara göre

turizmin gelişimi ve sürdürülebilirliği için; turizm planlamasına yerel halkın da dahil edilmesi gerekmektedir.

Bayat (2010), “Turizmin Yer Halk Tarafından Algılanması: Iğdır Halkı Üzerine Bir Araştırma” konulu çalışmasında Iğdır halkı tarafından turizmin olumlu etkilerinin nasıl algılandığını belirlemek amacıyla bölgede bir araştırma gerçekleştirmiş ve sonuç olarak bölge halkının turizmin olumlu etkilerini algılama düzeyinin yüksek seviyede olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Jalani (2012), “Yerel Halkın Palawan Sabang’daki Ekoturizmin Etkileri ve Önemi Üzerine Algıları” adlı çalışmasında bölgedeki ekoturizm faaliyetlerinin, yerel halkın geçimini sağlamasında etkisinin ne düzeyde olduğunun belirlemek istemiştir. Araştırma sonucunda bölgedeki ekoturizm faaliyetlerinin, yerel halkın büyük çoğunluğu için önemli gelir kaynaklarından biri olduğu anlaşılmıştır.

Eshliki ve Kaboudi (2012), “Toplumun Turizm Etkilerine İlişkin Algısı ve Turizm Planlamasına Katılımı: Ramsar Örneği” başlıklı çalışmasında turizmin yerel toplum üyelerinin yaşam kalitesi üzerindeki etkileri ile turizm kalitesinin iyileştirilmesi programlarına katılımlarının kapsamı arasındaki ilişkiyi araştırmak ve analiz etmek istemiştir. Araştırma sonucunda turizmin yerel topluluk üyelerinin yaşam kalitesini etkilediği ve ayrıca, topluluk üyelerinin yaşam kalitesini etkileyen faktörler ile katılım düzeyleri arasında önemli bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Hanafiah vd., (2013), “Malezya, Tioman Adası'ndaki Turizmi Geliştirmeye Yönelik Yerel Toplumun Tutum ve Desteği” konulu çalışmasında yerel halkın olumlu tutum ve yaklaşımlarının turistlerin memnuniyet düzeyini teşvik ettiği belirlenmiştir. Ayrıca, yerel halkın turizmi desteklediği ve gelecekte turizm faaliyetlerinin artarak devam etmesini istedikleri sonucuna ulaşmıştır.

Sit vd., (2014), “Sakinlerin Turizm Gelişimine Destekleri: Sakinlerin Yer İmajının Rolü ve Algılanan Turizm Etkileri” adlı çalışmasında ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel olmak üzere üç grupta topladığı turizmin etkilerinin; yerel halk tarafından nasıl algılandığı araştırmıştır. Araştırma sonucunda yerel halkın turizmin ekonomik etkilerine karşı daha olumlu yaklaşım sergilerken, sosyo-kültürel ve çevresel etkiler için ise kararsız oldukları tespit edilmiştir.

Güneş (2014), “Yerel Halkın Turizm Algısı ve Turizme Katılımı: Antalya Konyaaltı ve Kepez İlçesi Örneği” başlıklı çalışmasında yerel halkın, turizm gelişiminin ortaya çıkarmış olduğu pozitif ve negatif etkilere yönelik algısı ve turizm gelişimine yönelik verdiği desteği incelemek amacıyla bir araştırma gerçekleştirmiştir. Yapılan analizler sonucunda Güneş, yerel halkın bireysel özellikleri ile turizmin etkilerine yönelik algısı ve turizme verdiği destek arasında anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Philemon (2015), “Tanzanya Turizm Destinasyonundaki Turistlerin Turizm Algı ve Memnuniyetleri” konulu çalışmasında uluslararası turistlerin Tanzanya'daki çeşitli özellikler hakkındaki algılarını değerlendirmeyi ve Tanzanya'dan genel memnuniyetlerini incelemeyi amaçlamıştır. Araştırma sonuçları değerlendirildiğinde; Tanzanya'nın kültür, vahşi yaşam, peyzaj ve konaklama tesisleri gibi temel faktör donatılarında nispeten iyi olduğunu, ancak tur rehberliği, turizm altyapısı ve restoranlar konusunda oldukça zayıf olduğunu göstermektedir.

Hasanlı (2015), “Turizmin Bakü’de Yerel Halk Tarafından Algılanması” konulu çalışmasında Bakü’de yaşayan yerel halkın turizm etkilerine yönelik algısının ve turizmin gelişimine yönelik verdiği desteği incelemek amacıyla bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırma sonuçlarına göre; Bakü yerel halkının bireysel özellikleri ile turizmin etkilerine yönelik algısı ve turizme verdiği destek arasında anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Boğan ve Sarıışık (2016), “Yerel Halkın Turizm Faaliyetine Yönelik Görüş ve Algılamalarının Belirlenmesi Üzerine Alanya’da Bir Araştırma” adlı çalışmasında Alanya’daki yerel halkın turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerine yönelik görüş ve algılarını belirlemeyi hedeflemiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre; Alanya’daki yerel halk turizmin ekonomik etkileri hakkında olumlu görüş bildirirken, özellikle sosyo-kültürel açıdan turizmin bölgede olumsuz etkilere sahip olduğunu düşünmektedirler.

Gökçe (2016), “Yerli Halkın Turizmin Gelişimine Yönelik Algısı ve Desteği: Afyonkarahisar Örneği” başlıklı çalışmasında Afyonkarahisar’daki yerel halkın turizme yönelik algı ve desteklerinin ne düzeyde olduğunu araştırmıştır. Araştırma

sonucunda; Afyonkarahisar'daki yerli halkın turizmin gelişimine yönelik algı ve desteğinin genel olarak olumlu yönde olduğu ve ayrıca, katılımcıların genel olarak turizmin gelişimine yönelik pozitif algılarının, turizmin gelişimine yönelik verdikleri desteği pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır.

Karakaş ve Şengün (2017), “Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerine Yönelik Tutumları” konulu çalışmasında Diyarbakır'da yaşayan yerel halkın turizme yönelik algısı ve buna bağlı olarak turizme yönelik desteğini belirlemeye çalışmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre; Diyarbakır halkının büyük çoğunluğunun turizme bakış açısının olumlu yönde olduğu ve turizmin ülke ve bölge ekonomisine faydalı olacağını savunmuşlardır.

Erdem (2017), “Turizm Faaliyetlerinin Yerel Halk Tarafından Nasıl Algılandığının Tespitine Yönelik Bir Çalışma: Kayseri Örneği” adlı çalışmasında Kayseri'deki yerel halkın turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerine yönelik görüş ve algılarının belirlenmesi ve turizm faaliyetlerine yönelik desteklerinin ne düzeyde olduğunu belirlemeyi hedeflemiştir. Çalışma sonucunda; halkın turizme karşı olumlu bir bakış açısına sahip olduğu ve turizm sektörünün gelişmesine verdiği desteğin beklenen ekonomik kazanç, sosyal fayda ve çevresel katkılar ile doğrudan ilişkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Filiz (2017), “Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı ve Tutumlarının Turizm Gelişim Yaklaşımları Kapsamında Değerlendirilmesi: Mazı Köyü-Türkbükü Karşılaştırmalı Analizi” başlıklı çalışmasında iki farklı bölgedeki (Mazı köyü ve Türkbükü) yerel halkın turizm algılarını karşılaştırmalı olarak incelemiştir. Araştırma sonucunda; iki bölge halkının turizm algılarının birbirlerinden farklı olduğu tespit edilmiştir. Turizm yönünden az gelişmiş olan Mazı köyündeki yerel halkın, turizm algılarının daha çok olumsuz yönde olduğu gözlemlenirken, turizmin gelişmiş olduğu Türkbükü'ndeki yerel halkın turizm algısının ise daha çok olumlu yönde olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Ünlüöner ve Özekici (2017), “Yeni Gelişen Destinasyonlarda Turizm Algısı: Yozgat İli Üzerine Bir Alan Araştırması” konulu çalışmasında yerel halkın turizme yönelik algı ve görüşlerinin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel yönden incelemiştir.

Araştırma sonuçlarına göre; Yozgat ilindeki yerel halk, turizmin ekonomik etkileri için hem olumlu hem de olumsuz görüş bildirirken, turizmin sosyo-kültürel etkileri hakkında olumlu görüş bildirmiş ve çevresel etkiler için ise kararsız kalmıştır.

Karacaoğlu (2017), “Yerel Halkın Toplum Temelli Turizm Gelişimine İlişkin Algı, Tutum ve Desteği: Misi Köyü Örneği” başlıklı çalışmada Bursa’daki yerel halkın turizm algısını ölçmek amacıyla Misi köyünde bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırma sonucunda katılımcıların cinsiyet dışında kalan değişkenlerin yerel halkın turizm gelişimine yönelik tutum ve desteklerini belirlemede çeşitli düzeylerde etkisinin olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Araboğa (2018), “Bitlis İlinin Turizm Potansiyeli ve Yerel Halkın Turizm Olgusuna Bakış Açısı” adlı çalışmada Bitlis ilindeki yerel halkın Bitlis’in turizm potansiyeli ve ildeki turizm faaliyetlerinin gelişimine yönelik algı ve tutumlarını incelemek istemiştir. Araştırmanın sonuçlarına bakıldığında; yerel halk hem Bitlis ili turizm potansiyeli hem de bölge turizminin gelişimi hakkında olumlu yönde görüş belirtmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

ADANA TURİZMİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Eski dönemlerde missis ve Tarsus limanı arasındaki konumu itibarıyla önemli bir konaklama merkezi olan Adana ili, Hititler dönemiyle gelişimini sürdürmüş ve Doğu Roma dönemine gelindiğinde ise bölgenin en gözde ticaret merkezlerinden biri hâline gelmiştir. Osmanlı döneminde de önemli bir yer olan Adana, 1535 yılında doğu seferine çıkan Kanuni Sultan Süleyman'a, 1638 yılında da Bağdat üzerine sefere giden IV. Murat'a ev sahipliği yapmıştır. Eski çağlarda Homeros'un şiirlerinde "Altın Ova" olarak yer verdiği Adana, günümüzde de sahip olduğu büyük pamuk tarlalarından dolayı "Beyaz Altın" olarak adlandırılmaktadır. Seyhan ve Ceyhan nehirlerinden beslenen Türkiye'nin en verimli ovası Çukurova bölgesinde yer alan Adana; kebabı ve şalgamı ile ün yapmıştır. Ayrıca Adana sahip olduğu tarihi kalıntılar, kültürel değerler ve doğal çekicilikler ile de bir turizm şehridir (Şenol, 2008: 70).

2.1. Adana Turizmi

Tarihte birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış olan Adana, şehirde yer alan "Ulu Cami, Büyük Saat, Ramazanoğlu Konağı, Taş Köprü, Tepebağ Evleri" gibi ve daha birçok tarihi eserin yanı sıra Yumurtalık ve Karataş'ta yer alan doğal sahilleri, Toros dağlarındaki eşsiz güzellikteki yaylaları ile önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. İli kuzey ve doğudan çevreleyen Toros Dağları; dağcılık, trekking ve av turizmine uygun olmasının yanında sahip olduğu yaylalar ile de yayla turizmine elverişlidir. Bölgenin en büyük kent ve iş merkezlerinden biri konumunda olan Adana, başarılı üniversitesi ve çeşitli sosyo-kültürel etkinlikleriyle iş ve kongre turizmi açısından da ilgi odağıdır. Bütün bu özellikleri sayesinde; her yıl çok sayıda yerli ve yabancı turist Adana ilini ziyaret etmektedir (Bingöl, 2004: 127).

Tablo 2.1. Adana İli Konaklayan Kişi Sayıları

| TURİSTLER | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|------------------|
| Yabancı | 100.678 | 125.706 | 127.723 | 106.218 | 124.303 | 151.066 |
| Yerli | 547.922 | 627.759 | 705.645 | 804.788 | 970.002 | 1.036.642 |
| Toplam | 648.600 | 753.465 | 833.368 | 911.006 | 1.094.305 | 1.187.708 |

Kaynak: Adana İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre yazar tarafından hazırlanmıştır.

Ayrıca Aladağ yakınlarındaki Acısu ve Ceyhan ilçesinde bulunan Tahtalıköy Kokarpınar içmeleri, Adana turizmine termal turizm açısından katkı sağlayabilecek potansiyeldeki kür ve kaplıca alanlarıdır. Aladağ'da yer alan Bıgıbığı mağarası sahip olduğu güzelliklerle mağara turizmine, Feke'deki Göksu ırmağının oluşturduğu vadi de kanyon turizmine elverişli uygun alanlardır (Adana İl Turizm Envanteri, 1999: 68).

Tablo 2.1'de Adana ilini ziyarete gelen yerli ve yabancı turistlere hizmet vermekte olan turizm işletme belgesine sahip konaklama işletmelerine yer verilmiştir.

Tablo 2.2. Adana'daki Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri

| TÜR | Sayı | Yatak Kapasitesi |
|-------------------|------|------------------|
| 5 Yıldızlı Otel | 6 | 2.350 |
| 4 Yıldızlı Otel | 16 | 2.557 |
| 3 Yıldızlı Otel | 15 | 1.667 |
| 2 Yıldızlı Otel | 4 | 331 |
| Butik Otel | 1 | 60 |
| Özel Belgeli Otel | 2 | 114 |
| Motel | 1 | 150 |
| Müstakil Otel | 1 | 56 |
| Toplam | 46 | 7.285 |

Kaynak: Adana İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre yazar tarafından hazırlanmıştır.

Gelişen ve değişen dünyadan turizm de payına düşeni almıştır. Bu kapsamda turizm pazarlaması unsuru olarak şehirler daha fazla önem arz etmekte ve günümüzde bazı şehirler buldukları ülkelerden daha fazla turist çeker ve turizm geliri sağlar hâle gelmiştir. Rio Karnavalı, Berlin Film Festivali ve Cannes Film Festivali gibi adı düzenlendikleri şehirlerle özdeşleşmiş, ünü ise ülke sınırlarını aşan organizasyonlar şehrin imajı ve ülkeye sağladığı turizm gelirleri açısından son derece önemlidir (Karaca vd., 2016: 51).

Yukarı da adı geçen karnaval ve festivallerle kıyaslanamasa da Adana ilinde de düzenlenen çeşitli şenlik ve festivaller vardır:

- Altın Koza Film Kültür ve Sanat Festivali
- Adana Portakal Çiçeği Festivali
- Geleneksel Kızıldağ Karakucak Güreşleri

- İşgücü ve İstihdam Festivali
- Güreş Festivali
- Yörüktürkmen Şenliği
- Kardeşlik ve Kültür Şöleni
- Varsaklar Şöleni
- Karpuz Festivali
- Kiraz Festivali
- Tufanbeyli Belediyesi Geleneksel Yaz Şenlikleri Festivali
- Karacaoğlan Kültür ve Sanat Etkinlikleri.

2.2. Tarihsel Gelişim

Binlerce yıllık tarihi olan Adana gerek konumu gerekse tarıma elverişli doğal yapısı sebebiyle tarih boyunca çok sayıda uygarlığın ilgisini çekmiştir. Adana adının, Etienne'in aktardığı; "Uranus'un iki oğlu Adanus ve Sarus, Tarsus halkı ile savaşarak yeni bir şehir inşa etmişler ve bu yeni şehre de 'Adanus', şehrin kenarındaki ırmağa da 'Sarus' adını" vermişlerdir. Adana şehrinin adı da zaman içinde çeşitli şekillerde yazılmış ve telaffuz edilmiştir: "Adanos, Adaniya, Ta-adana, Erdene, Edene, Ataniya, Uru Adaniya, Azana, Batana, Atana". Tanzimat'a kadar Osmanlı yazısıyla Adana veya Atana olarak yazılırken, Tanzimat'tan sonra ise Atana yazılışı yaygınlık kazanmıştır (Adana Güçbirliği Vakfı, 1999: 79).

Tarih boyunca "Hitit, Asur, Selökid, Memlükler, Roma, Selçuklular, Kue, Luvi, Pers, Ramazanoğulları" gibi çok sayıda uygarlığa ev sahipliği yapan, tarihi milattan önce 2000'lere kadar uzanan Adana; Anadolu'nun en eski yerleşim merkezlerinden birisidir (Koç, 2010: 137).

2.3. Coğrafi Konum ve İklim

Türkiye'nin güneyinde Çukurova'nın merkezinde yer alan Adana şehri, 35-38 derece kuzey enlemleri ile, 34-36 derece doğu boylamları arasında yer almaktadır. Adana 160 km'ye yakın kıyılarıyla eski çağlardan bu yana, Avrupa ve Asya arasındaki önemli ulaşım yolları üzerinde yer almıştır. Şehir merkezinden denize uzaklığı 23 m olan ilin toplam yüz ölçümü de 14.030 km²'dir (Memili ve Akdoğan, 2011: 3).

Bugün de Türkiye ile Orta Doğu arasındaki kara ve demiryolu ulaşımı Adana üzerinden sağlanmaktadır. Ulaşımın zor olduğu Toros Dağlarındaki geçiş kısmında da Gülek Boğazı yer almaktadır. İlin kuzeyinde Kayseri, doğusunda Kahramanmaraş ve Osmaniye, güneyinde Hatay, batısında Mersin illeri Adana'ya komşuluk etmektedir (Adana İl Turizm Envanteri, 1998: 35). Adana'da iklim olarak tipik Akdeniz ikliminin özelliklerine rastlanmaktadır. Adana; yazları sıcak ve kurak, kışlarda ılık ve yağışlı geçmektedir. Adana Meteoroloji Bölge Müdürlüğü tarafından paylaşılan verilere göre; şehirde bugüne kadar hissedilen en yüksek sıcaklık 12 Haziran 2012'de kayıtlara geçen nemle 53°C derece, nemsiz 46 °C derecedir. En düşük sıcaklık ise 28 Ocak 2012'de -6°C derece olarak ölçülmüştür. Adana'da yılda ortalama 74 gün yağışlı geçmekte ve ortalama yağış miktarı 625 mm. dir. Yağışların mevsimlere göre dağılımı ise; kışın %51, ilkbaharda %26, sonbaharda %18 ve yazın %5'dir (Büken, 2016: 41).

İldeki bitki örtüsü; Akdeniz iklim şartlarına uyumlu, yaz aylarındaki aşırı sıcaklardan etkilenmeyen, her mevsim canlılığını ve yeşilliğini koruyan, sert yapraklı bodur bitki topluluklarından oluşan makidir. Maki bitki topluluğunu oluşturan; sandal, keçiboynuzu, defne, zeytin, zakkum gibi ağaçlara kıyı kesimlerinden itibaren 700-800 metrelere kadar sıkça rastlanılmaktadır. Daha yükseklere gidildikçe ise; kuraklığa karşı daha dayanıklı olan toros sediri, karaçam ve kızılçam gibi iğne yapraklı bitki topluluklarına rastlanılmaktadır (Seğmenoğlu, 2018: 16).

2.4. Demografik Yapı

Cumhuriyet döneminde 1927 yılında yapılan ilk nüfus sayım verilerine göre Adana şehrinin nüfusu 72.652 kişi olarak kayıtlara geçmiştir. O dönemden günümüze kadar kademeli olarak artış gösteren Adana nüfusunda; 1935-1945 yıllarında II. Dünya Savaşı olmasına rağmen %27,6, 1950'lerde şehirleşmede yaşanan gelişmelerle %51,4, 1960'lara gelindiğinde ise %54'leri bulan nüfus artış oranı ile toplam nüfus 290 binlere dayanmış, 1970 yılında ise toplam nüfus 347.454 kişiye ulaşmıştır. 1960-2000 yılları arasında Çukurova'nın tarıma ve sanayiye açılmasıyla nüfustaki artış daha da ivme kazanmış ve 1975 yılında nüfus 475.348 iken, 1980 yılında 574.515 kişiye ulaşmıştır. Şehirde 1980-1985 yılları arasında nüfus patlaması yaşanmış, nüfus artış hızı %60'a varırken toplam nüfus miktarı da 5 yıllık süreçte 200.000 kişiden fazla artış göstererek 777.554 kişiye çıkmıştır. 1985-1990 arası dönemde 140.000 kişi daha artan nüfus ve

%32,8 olan artış hızı, 1990-2000 arası dönemde seyrelerek artış %21'lere düşmüş ve 10 yıllık dönemde nüfus artış miktarı 215.000 kişi civarlarında olmuştur. 2000-2010 arası döneme gelindiğinde ise nüfusta büyük bir hareketlilik yaşanmış, nüfus artış hızı %35'lere ulaşırken, bu dönem içerisinde nüfus miktarındaki artışta 450.000 kişiden daha fazlasına ulaşarak, toplam nüfus 1.600.000'lere dayanmıştır (Sönmez, 2012: 58).

Tablo 2.3. Adana İli Sayım Dönemlerine Göre Nüfus Miktarları

| YIL | Nüfus (Kişi) | YIL | Nüfus (Kişi) |
|------|--------------|------|--------------|
| 1927 | 72.652 | 1965 | 289.919 |
| 1935 | 76.473 | 1970 | 347.454 |
| 1940 | 88.119 | 1975 | 475.384 |
| 1945 | 100.780 | 1980 | 574.515 |
| 1950 | 117.642 | 1985 | 777.554 |
| 1955 | 168.628 | 1990 | 916.150 |
| 1960 | 231.548 | 2000 | 1.130.710 |

Kaynak: Adıgüzel, 2014: 39.

Tablo 2.4'te de Adana ilinin 2003-2018 yıllardaki nüfusu (adrese dayalı nüfus kayıt sistemindeki veriler) yer almaktadır.

Tablo 2.4. Adana İli Nüfusu Ve Yıllık Artış Miktarı (2003-2018)

| YIL | Adana Nüfusu | Nüfus Artış Miktarı |
|------|--------------|---------------------|
| 2003 | 1.933.428 | 16.791 |
| 2004 | 1.951.142 | 17.714 |
| 2005 | 1.969.512 | 18.370 |
| 2006 | 1.988.277 | 18.765 |
| 2007 | 2.006.650 | 18.373 |
| 2008 | 2.026.319 | 19.669 |
| 2009 | 2.062.226 | 35.907 |
| 2010 | 2.085.225 | 22.999 |
| 2011 | 2.108.805 | 23.580 |
| 2012 | 2.125.635 | 16.830 |
| 2013 | 2.149.260 | 23.625 |
| 2014 | 2.165.595 | 16.335 |
| 2015 | 2.183.167 | 17.572 |
| 2016 | 2.201.670 | 18.503 |
| 2017 | 2.216.475 | 14.805 |
| 2018 | 2.220.125 | 3.650 |

Kaynak: TÜİK verilerine göre yazar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 2.5.'de Adana ilinin 2018 yılı ilçelere göre kadın-erkek nüfusu ve toplam nüfus miktarlarına yer verilmiştir.

Tablo 2.5. Adana İli İlçelere Göre Nüfus Miktarı (2018)

| İlçe Adı | Erkek | Kadın | Toplam |
|--------------|------------------|------------------|------------------|
| Aladağ | 8.561 | 8.092 | 16.653 |
| Ceyhan | 80.485 | 79.989 | 160.474 |
| Çukurova | 176.561 | 189.174 | 365.735 |
| Feke | 9.151 | 8.404 | 17.555 |
| İmamoğlu | 14.140 | 14.099 | 28.239 |
| Karaisalı | 11.397 | 10.911 | 22.308 |
| Karataş | 12.516 | 12.043 | 24.559 |
| Kozan | 65.644 | 64.851 | 130.495 |
| Pozantı | 10.820 | 9.863 | 20.683 |
| Saimbeyli | 8.008 | 7.330 | 15.338 |
| Sarıçam | 88.404 | 84.750 | 173.154 |
| Seyhan | 393.872 | 399.608 | 793.480 |
| Tufanbeyli | 9.123 | 8.544 | 17.667 |
| Yumurtalık | 9.420 | 9.167 | 18.587 |
| Yüreğir | 208.709 | 206.489 | 415.198 |
| ADANA | 1.106.811 | 1.113.314 | 2.220.125 |

Kaynak: TÜİK verilerine göre yazar tarafından hazırlanmıştır.

2.5. Ekonomi

İlk olarak 1950'lerde Çukurova topraklarının sulama faaliyetlerine açılması ve tarımda makineleşmeye gidilmesi ile tarım sektöründe kalkınmaya başlayan Adana; sonralarda sektörün daha da gelişmesi ve sağladığı iş hacmi ile; imalat ve tarıma dayalı sanayi kollarında da gelişimini sürdürmüştür (Adana İl Turizm Envanteri, 1998: 44). Bu dönemde sanayi sektöründe; ağırlıklı olarak tarıma dayalı tekstil ve bitkisel yağ alanlarında gelişmeler yaşanmıştır. 1970'li yıllarda KOBİ'lerin sayısında yaşanan artış sektörde çeşitlilik sağlamış ve yeni birçok firma üretime geçmiştir (Dökme, 2016: 42).

Tablo 2.6. TR62 Bölgesi İstihdamın Ana Sektörlere Göre Dağılımı (Bin Kişi)

| YIL | Tarım | Sanayi | Hizmet | Toplam | PAY (%) | | | |
|------|-------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|
| | | | | | Tarım | Sanayi | Hizmet | Toplam |
| 2009 | 303 | 218 | 529 | 1.050 | 28,85 | 20,76 | 50,38 | 100 |

| | | | | | | | | |
|------|-----|-----|-----|-------|-------|-------|-------|-----|
| 2010 | 355 | 230 | 589 | 1.173 | 30,26 | 19,60 | 50,21 | 100 |
| 2011 | 375 | 242 | 624 | 1.241 | 30,21 | 19,50 | 50,28 | 100 |
| 2012 | 318 | 255 | 635 | 1.208 | 26,32 | 21,10 | 52,56 | 100 |
| 2013 | 285 | 280 | 639 | 1.204 | 23,67 | 23,25 | 53,07 | 100 |
| 2014 | 263 | 297 | 688 | 1.248 | 21,07 | 23,79 | 55,12 | 100 |
| 2015 | 277 | 313 | 709 | 1.299 | 21,32 | 24,09 | 54,58 | 100 |
| 2016 | 309 | 294 | 705 | 1.308 | 23,62 | 22,47 | 53,89 | 100 |
| 2017 | 280 | 285 | 770 | 1.335 | 20,97 | 21,34 | 57,67 | 100 |

Kaynak: TÜİK verilerine göre yazar tarafından hazırlanmıştır.

(TR62 bölgesi: Adana-Mersin)

Günümüzde yüzölçümünün üçte birinden tarım alanı olarak faydalanılabilen Adana topraklarında; gerekli şartlar sağlandığı takdirde (gübre, modern tarım araçları, ilaçlama, su) yıl içerisinde birkaç kez ürün alınabilmektedir. Çukurova ile de bölgenin tarım merkezi konumunda olan Adana topraklarında patates, soğan, mısır, domates, soya, yer fıstığı, pamuk, şeker kamışı, muz, nar, kavun, karpuz, narenciye, üzüm, zeytin gibi birçok tarım ürününün üretimi yapılmaktadır. Bölgede küçük ve büyükbaş hayvan yetiştiriciliğinin yanı sıra Karataş ve Yumurtalık ilçelerinde deniz mahsulleri üretimi de yapılmaktadır. Ülkemizde sanayileşmenin yaşanmaya başlandığı ilk yerlerden birisi olan Adana'da, 1225 hektar alan üzerine inşa edilen Adana Organize Sanayisi Bölgesi; günümüzde 250-300 civarında işletmeye ev sahipliği yapmaktadır (Kızıldemir, 2017: 76).

Tablo 2.7. Adana Gayrisafi Yurtiçi Hasıla Sektörlere Göre Dağılım (Bin TL)

| YIL | Tarım | Sanayi | Hizmet | Toplam* |
|------|-----------|------------|------------|------------|
| 2009 | 2.618.085 | 4.655.024 | 10.970.037 | 18.243.146 |
| 2010 | 3.278.633 | 5.662.295 | 12.441.677 | 21.382.605 |
| 2011 | 3.324.944 | 7.245.604 | 14.396.864 | 24.967.412 |
| 2012 | 3.571.976 | 8.449.445 | 16.594.988 | 28.616.409 |
| 2013 | 3.717.380 | 10.116.084 | 18.537.190 | 32.370.654 |
| 2014 | 4.029.825 | 11.955.086 | 20.996.557 | 36.981.468 |
| 2015 | 4.573.972 | 13.444.644 | 23.524.461 | 41.543.077 |
| 2016 | 4.915.087 | 14.805.509 | 26.955.291 | 46.675.887 |
| 2017 | 5.723.717 | 18.107.779 | 31.408.081 | 55.239.577 |

Kaynak: TÜİK verilerine göre yazar tarafından hazırlanmıştır.

*Vergi-sübvansiyon dâhil edilmemiştir.

2.6. Ulaşım

Adana; doğusunda Osmaniye-Gaziantep-Kahramanmaraş, güneyinde Hatay, batısında Mersin ve kuzeyinde Niğde-Kayseri'nin yer aldığı bölgede, karayolu ulaşım hattının merkezi konumundadır. Toroslarda ise ulaşımın zorlaştığı yerlerde Pozantı'da yer alan Gülek Boğazı; güney illeri ve İç Anadolu illeri arasındaki geçişin sağlandığı önemli bir geçittir (Aktaş, 2008: 270).

Adana'da sivil amaçlı hizmet vermekte olan Şakirpaşa ve askeri amaçlı hizmet vermekte olan İncirlik Hava Üssü olmak üzere iki adet havaalanı yer almaktadır. Uçuş faaliyetlerine 1955'de geçen Şakirpaşa Havaalanı; şehir merkezine 3 km uzaklıkta ve 3000 m²'lik bir iniş pistine sahiptir. Şehirde demiryolu ise; ilk olarak 1186 yılında inşa edilen Adana-Mersin demiryolu hattına dayanmaktadır. Bu hat 1911'de Haydarpaşa-Bağdat demiryoluna bağlanmıştır. Şehir sınırları içerisinde yer alan toplam 205 km'lik demiryolu ağı sadece şehirler arası ulaşımda hizmet vermektedir (Adıgüzel, 2014: 75).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM FAALİYETLERİNİN YEREL HALK TARAFINDAN NASIL ALGILANDIĞININ ANALİZİ: ADANA ÖRNEĞİ

Bu bölümde; yapılan araştırmanın önem ve amacı, kapsamı, veri toplama tekniği, evren ve örneklem, araştırmanın hipotezleri, kısıtları ve araştırma kapsamında ulaşılan bulguların incelenmesine yer verilecektir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Gelişen ve gelişmekte olan birçok dünya ülkesi temel kalkınma ve büyüme hedefleri doğrultusunda turizm sektörüne ilk sıralarda yer vermektedirler. Turizm sektörü her geçen gün gelişen yapısı, ülke ekonomilerindeki çarpan etkisi ile dünya ülkeleri için sektörel anlamda ilgi odağı konumundadır. Fakat diğer yandan, turizm sektörü kırılğan ve değişken yapısı itibariyle sektörde rekabetçi bir ortamında zeminini hazırlamaktadır. Bundan dolayı pastadan daha fazla pay alabilmek, kârlılık ve istikrarı sağlamak adına ülkeler birbirleriyle kıyasıya bir rekabet içerisinde bulunmaktadır. Bu rekabetçi ortam da ülkeler sektörde başarıyı sağlayabilmek adına her türlü etkeni ve detayı dikkate almak zorundadırlar. Bu etmenlerden biri de turizm olayının dolaylı bir parçası olarak yer alan yerel halktır. Şüphesiz sektörel anlamda donanımlı, ülkesi ve yaşadığı bölgeye dair bilinçli bir bireyin ulusal ve bölgesel anlamda ülkesine sağlayacağı katkılar sıradan bir bireyin verebileceklerinden oldukça fazladır.

Bu kapsamda çalışmanın amacı; yerel halkın gözünden, Adana ilindeki, turizm faaliyetleri ve turizmden kaynaklı oluşan etkilerin değerlendirilmesi ve genel olarak turizme bakış açılarının tespit edilmesidir.

3.2. Araştırmanın Kapsamı

Araştırmanın kapsamını, Adana ilinde yaşayan yerel halk oluşturmaktadır. Bu kapsamda; yerel halkın Adana'daki turizm faaliyetleri ve turizmin bölgede üzerindeki çeşitli ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerine yönelik algıları ve görüşleri yer almaktadır.

3.3. Veri Toplama Tekniği

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Hazırlanan anket formları iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların; cinsiyet,

yaş, medeni hal, eğitim düzeyi, gelir düzeyi ve ikamet süresi vs. demografik sorular yer almaktadır. İkinci bölümdeki sorular için Likert ölçeği kullanılarak ifadelere katılım derecesini gösteren (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, (4) Katılıyorum ve (5) Kesinlikle Katılıyorum şeklinde belirtilmesi istenmiştir. Araştırma kapsamında oluşturulan anket formlarının ikinci bölümünde ise, çalışmanın konusunu oluşturan Adana'daki turizm faaliyetleri ve etkilerini içeren ilgili alanı kapsayan sorulara yer verilmiştir. Araştırmada kullanılan anket formu Güneş (2014) ve Erdem (2017) tarafından yapılan çalışmalardan uyarlanmıştır.

3.4. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Adana ilinde ikamet eden yerel halk oluşturmaktadır. Araştırmanın evrenini oluşturan kişi sayısının çok yüksek olması, kısıtlı zaman ve maddi yetersizliklerden dolayı; kolayda örneklem yoluyla Adana il merkezinde ikamet eden yerel halk arasından seçilen kişiler araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Oldukça yaygın olarak kullanılan tekniklerden biri olan kolayda örneklemede esas, ankete katılan herkesin örneğe dahil edilmesidir. En kolay bulunan denek en ideal olanıdır. Bu teknikte denek bulma işlemi arzu edilen örnek büyüklüğüne ulaşmaya kadar devam etmektedir (Altunışık vd., 2015: 142).

Çalışmanın örnekleme hesaplanırken, 0,05 anlamlılık düzeyinde ve 0,05 örneklem hatasında belirtilen örneklem dikkate alınmıştır. Buna göre 100.000 ile 10.000.000 arası evren büyüklüklerinde 384 sayısı örneklem için yeterli bulunmaktadır (Peker, 2017: 77).

Bu kapsamda Adana il merkezindeki yerel halkın görüşlerini almak için 650 adet anket formu hazırlanmıştır. Bu anketlerin bir bölümü, Adana'da yaşayan yerel halkla (merkez ilçeleri Çukurova, Seyhan, Yüreğir) yüz yüze görüşülerek, geri kalan bölümü ise bölge halkına dağıtılıp tekrar toplanmak suretiyle uygulanmıştır. Araştırma sonucunda toplanan anketlerden hatalı veya eksik olanlar çıkartılmış, kalan anketler içerisinden de nizami olarak doldurulmuş olan 500 adet anket formu değerlendirmeye alınmış ve ilgili paket programa girişleri yapılmıştır.

3.5. Araştırmanın Hipotezleri

Hipotez, araştırma sorunuyla ilgili olarak öne sürülen, doğruluğu veya yanlışlığı henüz test edilmemiş ve kanıtlanmamış önerme, ifade veya çözümlerdir (Yetiş, 2017: 56).

Bu kapsamda geçerliliklerinin sınanması hedeflenen çalışmanın hipotezlerine aşağıdaki tablo 3.1’de yer verilmiştir:

Tablo 3.1. Hipotezler Tablosu

| | |
|----------------------|---|
| H₀ | Katılımcıların cinsiyetlerine göre turizm faaliyetlerine yönelik algılarında anlamlı bir farklılık yoktur. |
| H₁ | Katılımcıların cinsiyetlerine göre turizm faaliyetlerine yönelik algılarında anlamlı bir farklılık vardır. |
| H _{1a} | “Olumlu ekonomik” boyutu cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{1b} | “Olumlu çevresel-kültürel” boyutu cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{1c} | “Olumlu sosyal” boyutu cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{1d} | “Turizme verilen destek” cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{1e} | “Olumsuz ekonomik” boyutu cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{1f} | “Olumsuz çevresel-kültürel” boyutu cinsiyete göre anlamlı göstermektedir. |
| H₀ | Katılımcıların yaşlarına göre turizm faaliyetlerine yönelik algılarında anlamlı bir farklılık yoktur. |
| H₂ | Katılımcıların yaşlarına göre turizm faaliyetlerine yönelik algılarında anlamlı bir farklılık vardır. |
| H _{2a} | “Olumlu ekonomik” boyutu yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{2b} | “Olumlu çevresel-kültürel” boyutu yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{2c} | “Olumlu sosyal” boyutu yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{2d} | “Turizme verilen destek” yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{2e} | “Olumsuz ekonomik” boyutu yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{2f} | “Olumsuz çevresel-kültürel” boyutu yaşa göre anlamlı göstermektedir. |
| H₀ | Katılımcıların medeni hâle göre turizm faaliyetlerine yönelik algılarında anlamlı bir farklılık yoktur. |
| H₃ | Katılımcıların medeni hâle göre turizm faaliyetlerine yönelik algılarında anlamlı bir farklılık vardır. |

| | |
|----------------------|---|
| H _{3a} | “Olumlu ekonomik” boyutu medeni hâle göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{3b} | “Olumlu çevresel-kültürel” boyutu medeni hâle göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{3c} | “Olumlu sosyal” boyutu medeni hâle göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{3d} | “Turizme verilen destek” boyutu medeni hâle göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{3e} | “Olumsuz ekonomik” boyutu medeni hâle göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{3f} | “Olumsuz çevresel-kültürel” boyutu medeni hâle göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H₀ | Katılımcıların eğitim düzeylerine göre turizm faaliyetlerine yönelik algılarında anlamlı bir farklılık yoktur. |
| H₄ | Katılımcıların eğitim düzeylerine göre turizm faaliyetlerine yönelik algılarında anlamlı bir farklılık vardır. |
| H _{4a} | “Olumlu ekonomik” boyutu eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{4b} | “Olumlu çevresel-kültürel” boyutu eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{4c} | “Olumlu sosyal” boyutu eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{4d} | “Turizme verilen destek” boyutu eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{4e} | “Olumsuz ekonomik” boyutu eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{4f} | “Olumsuz çevresel-kültürel” boyutu eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H₀ | Katılımcıların gelir düzeylerine göre turizm faaliyetlerine yönelik algılarında anlamlı bir farklılık yoktur. |
| H₅ | Katılımcıların gelir düzeylerine göre turizm faaliyetlerine yönelik algılarında anlamlı bir farklılık vardır. |
| H _{5a} | “Olumlu ekonomik” boyutu gelir düzeylerine göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{5b} | “Olumlu çevresel-kültürel” boyutu gelir düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{5c} | “Olumlu sosyal” boyutu gelir düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{5d} | “Turizme verilen destek” boyutu gelir düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{5e} | “Olumsuz ekonomik” boyutu gelir düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{5f} | “Olumsuz çevresel-kültürel” boyutu gelir düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H₀ | Katılımcıların ikamet sürelerine göre turizm faaliyetlerine yönelik algılarında anlamlı bir farklılık yoktur. |
| H₆ | Katılımcıların ikamet sürelerine göre turizm faaliyetlerine yönelik algılarında anlamlı bir farklılık vardır. |

| | |
|-----------------|---|
| H _{6a} | “Olumlu ekonomik” boyutu ikamet süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{6b} | “Olumlu çevresel-kültürel” boyutu ikamet süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{6c} | “Olumlu sosyal” boyutu ikamet süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{6d} | “Turizme verilen destek” boyutu ikamet süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{6e} | “Olumsuz ekonomik” boyutu ikamet süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir. |
| H _{6f} | “Olumsuz çevresel-kültürel” boyutu ikamet süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir. |

3.6. Araştırmanın Kısıtları

Araştırma kapsamında kullanılan anketlerde; eldeki kısıtlı imkânlar nedeniyle sadece Adana'nın merkez ilçelerindeki yerel halkın görüşleri yer almaktadır. Bu ilçeler dışında kalan bölgelerdeki, yerel halkın görüşlerine başvurulamaması, Adana üzerine yapılan bu çalışma için önemli bir kısıtlılıktır.

Araştırmanın bir diğer sınırlılığında, çalışmada toplanan verilerin analizinde; Güvenirlik Analizi, Frekans Analizi, Standart Sapma-Ortalama, Faktör Analizi, Mann Whitney U ve Kruskal-Wallis analizlerinin yeterli görülmüş olmasıdır.

3.7. Araştırmanın Bulguları ve İncelenmesi

Araştırmanın bu bölümünde Adana'da ikamet eden, yerel halkın görüşlerinin yer aldığı anket formlarının analizleri ve bu analizlerin incelenmesine yer verilmiştir.

Tablo 3.2. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları

| | n | % |
|-------------------|-----|-------|
| Cinsiyet | | |
| Kadın | 239 | 47,8 |
| Erkek | 261 | 52,2 |
| Toplam | 500 | 100,0 |
| Yaş | | |
| 15-24 | 86 | 17,2 |
| 25-34 | 172 | 34,4 |
| 35-44 | 111 | 22,2 |
| 45-54 | 81 | 16,2 |
| 55 ve üzeri | 50 | 10,0 |
| Toplam | 500 | 100,0 |
| Medeni hal | | |
| Evli | 202 | 40,4 |

| | | |
|---------------------|-----|-------|
| Bekar | 298 | 59,6 |
| Toplam | 500 | 100,0 |
| Eğitim | | |
| İlkokul | 47 | 9,4 |
| Ortaokul | 121 | 24,2 |
| Lise | 194 | 38,8 |
| Üniversite | 131 | 26,2 |
| Lisansüstü ve üzeri | 7 | 1,4 |
| Toplam | 500 | 100,0 |
| Gelir | | |
| 1-1000 | 125 | 25,0 |
| 1001-2000 | 206 | 41,2 |
| 2001-3000 | 122 | 24,4 |
| 3001 ve üzeri | 47 | 9,4 |
| Toplam | 500 | 100,0 |
| Yaşam | | |
| Doğduğumdan beri | 148 | 29,6 |
| 1 yıldan az | 12 | 2,4 |
| 1-5 yıl | 45 | 9,0 |
| 6-10 yıl | 42 | 8,4 |
| 11-15 yıl | 77 | 15,4 |
| 16-20 yıl | 67 | 13,4 |
| 21 yıl ve üzeri | 109 | 21,8 |
| Toplam | 500 | 100,0 |

Tablo 3.2’de ankete katılan kişilerin demografik özellikleri incelendiğinde;

- Katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımlarında, %52,2 ile erkek katılımcıların daha fazla olduğu,
- Katılımcıların yaş durumlarına göre dağılımlarında, en yüksek katılım %34,4 ile 25-34 yaş arası gruba,
- Katılımcıların medeni hal durumlarına göre dağılımlarında, %59,6 ile bekar katılımcıların daha fazla olduğu,

- Katılımcıların eğitim düzeylerine göre dağılımlarında, en yüksek katılım %38,8 ile lise grubuna,
- Katılımcıların gelir düzeylerine göre dağılımlarında, en yüksek katılım %41,2 ile 1001-2000 Türk Lirası arası gelir grubuna,
- Katılımcıların ikamet sürelerine göre dağılımlarında, en yüksek katılım %29,6 ile doğma büyüme Adana’da ikamet eden gruba ait olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 3.3. Katılımcıların Turizm Algı ve Tutumlarına Göre Dağılımları

| ADANA İLİ | Kesinlikle Katılmıyorum | | Katılmıyorum | | Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum | | Katılıyorum | | Kesinlikle Katılıyorum | | Ortalama | Standart Sapma |
|--|-------------------------|------|--------------|-------------|--------------------------------|------|-------------|-------------|------------------------|------|----------|----------------|
| | n | % | n | % | n | % | n | % | n | % | | |
| Turizm, yerel ürünlerin üretiminin artmasını sağlamaktadır. | 18 | 3,6 | 39 | 7,8 | 36 | 7,2 | 265 | 53,0 | 142 | 28,4 | 3,94 | ,995 |
| Turizm, yerel halka daha fazla ekonomik kazanç sağlamaktadır. | 7 | 1,4 | 35 | 7,0 | 35 | 7,0 | 269 | 53,8 | 154 | 30,8 | 4,05 | ,884 |
| Turizm, yerel ekonominin canlanmasını sağlamaktadır. | 7 | 1,4 | 37 | 7,4 | 31 | 6,2 | 270 | 54,0 | 155 | 31,0 | 4,05 | ,890 |
| Turizm, yerel halk için yeni iş olanakları ortaya çıkarmaktadır. | 15 | 3,0 | 55 | 11,0 | 34 | 6,8 | 258 | 51,6 | 138 | 27,6 | 3,89 | 1,02 |
| Turizm, bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır. | 55 | 11,0 | 176 | 35,2 | 121 | 24,2 | 106 | 21,2 | 42 | 8,4 | 2,80 | 1,14 |
| Turizmin gelişmesi bölgeye daha fazla yatırım yapılmasını sağlamaktadır. | 9 | 1,8 | 42 | 8,4 | 62 | 12,4 | 285 | 57,0 | 102 | 20,4 | 3,85 | ,898 |
| Turizm, bölgedeki mal ve hizmetlerin fiyatını arttırmaktadır. | 43 | 8,6 | 205 | 41,0 | 97 | 19,4 | 123 | 24,6 | 32 | 6,4 | 2,79 | 1,10 |
| Turizm, yerel halk arasında kazanç eşitsizliği yaratmaktadır. | 48 | 9,6 | 183 | 36,6 | 163 | 32,6 | 85 | 17,0 | 21 | 4,2 | 2,69 | ,998 |
| Turizm, kültürel faaliyetlerin gelişimini sağlamaktadır. | 5 | 1,0 | 22 | 4,4 | 29 | 5,8 | 336 | 67,2 | 108 | 21,6 | 4,04 | ,734 |
| Turizm, yerel halkın farklı kültürlerle tanışmasını sağlamaktadır. | 8 | 1,6 | 10 | 2,0 | 36 | 7,2 | 321 | 64,2 | 125 | 25,0 | 4,09 | ,734 |

| | | | | | | | | | | | | |
|--|-----|------|------------|-------------|-----|------|------------|-------------|-----|------|------|------|
| Turizm, yerel halkın yaşam seviyesini yükseltmektedir. | 27 | 5,4 | 59 | 11,8 | 61 | 12,2 | 268 | 53,6 | 85 | 17,0 | 3,65 | 1,06 |
| Yerel halkın boş zaman değerlendirme imkânlarını çeşitlendirmektedir. | 13 | 2,6 | 88 | 17,6 | 167 | 33,4 | 197 | 39,4 | 35 | 7,0 | 3,30 | ,928 |
| Turizm, Adana'nın dışa açılımını sağlamaktadır. | 12 | 2,4 | 34 | 6,8 | 63 | 12,6 | 266 | 53,2 | 125 | 25,0 | 3,91 | ,926 |
| Turizm, yerel halkın davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir. | 86 | 17,2 | 295 | 59,0 | 55 | 11,0 | 54 | 10,8 | 10 | 2,0 | 2,21 | ,921 |
| Turizm, kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır. | 119 | 23,8 | 290 | 58,0 | 38 | 7,6 | 44 | 8,8 | 9 | 1,8 | 2,06 | ,908 |
| Turizm, yerel halkın şehirdeki turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır. | 111 | 22,2 | 282 | 56,4 | 60 | 12,0 | 39 | 7,8 | 8 | 1,6 | 2,10 | ,888 |
| Turizm, doğal çevrenin korunmasını ve gelişimini desteklemektedir. | 11 | 2,2 | 32 | 6,4 | 39 | 7,8 | 363 | 72,6 | 55 | 11,0 | 3,83 | ,785 |
| Turizm, gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir. | 10 | 2,0 | 28 | 5,6 | 56 | 11,2 | 342 | 68,4 | 64 | 12,8 | 3,84 | ,787 |
| Turizm, çevre bilincini arttırmaktadır. | 9 | 1,8 | 35 | 7,0 | 45 | 9,0 | 318 | 63,6 | 93 | 18,6 | 3,90 | ,842 |
| Turizm, tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir. | 8 | 1,6 | 35 | 7,0 | 43 | 8,6 | 334 | 66,8 | 80 | 16,0 | 3,88 | ,811 |
| Turizm, çevre kirliliğine (toprak, hava, su vb.) neden olmaktadır. | 101 | 20,2 | 306 | 61,2 | 29 | 5,8 | 52 | 10,4 | 12 | 2,4 | 2,13 | ,935 |
| Doğayı (bitkiler, hayvanlar, ekosistem vb.) olumsuz etkilemektedir. | 119 | 23,8 | 287 | 57,4 | 24 | 4,8 | 57 | 11,4 | 13 | 2,6 | 2,11 | ,982 |
| Turizm kalabalıklaşma, gürültü kirliliği vb. problemler oluşturmaktadır. | 98 | 19,6 | 271 | 54,2 | 41 | 8,2 | 74 | 14,8 | 16 | 3,2 | 2,27 | 1,04 |
| Turizm sektörünün gelişmesini destekliyorum. | 10 | 2,0 | 14 | 2,8 | 17 | 3,4 | 266 | 53,2 | 193 | 38,6 | 4,23 | ,810 |
| Turizm yatırımları artarak devam etmelidir. | 8 | 1,6 | 19 | 3,8 | 25 | 5,0 | 262 | 52,4 | 186 | 37,2 | 4,19 | ,824 |
| Turizm sektörünün gelişimi için daha fazla çaba sarf edilmelidir. | 11 | 2,2 | 12 | 2,4 | 20 | 4,0 | 244 | 48,8 | 213 | 42,6 | 4,27 | ,829 |

Araştırmaya katılan yerel halkın turizm faaliyetlerini algılamaları ile ilgili ifadelerine verdiği cevaplar incelendiğinde;

“Turizm, yerel ürünlerin üretiminin artmasını sağlamaktadır.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumlu görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %53 ile “katılıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %3,6 ile “kesinlikle katılmıyorum” olmuştur.

Turizm, yerel halka daha fazla ekonomik kazanç sağlamaktadır.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumlu görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %53,8 ile “katılıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %1,4 ile “kesinlikle katılmıyorum” olmuştur.

“Turizm, yerel ekonominin canlanmasını sağlamaktadır.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumlu görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %54 ile “katılıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %1,4 ile “kesinlikle katılmıyorum” olmuştur.

“Turizm, yerel halk için yeni iş olanakları ortaya çıkarmaktadır.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumlu görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %51,6 ile “katılıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %3 ile “kesinlikle katılmıyorum” olmuştur.

“Turizm, bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumsuz görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %35,2 ile “katılmıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %1,4 ile “kesinlikle katılıyorum” olmuştur.

“Turizmin gelişmesi bölgeye daha fazla yatırım yapılmasını sağlamaktadır.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumlu görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %57 ile “katılıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %1,8 ile “kesinlikle katılmıyorum” olmuştur.

“Turizm, bölgedeki mal ve hizmetlerin fiyatını arttırmaktadır.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumsuz görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %41 ile “katılmıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %6,4 ile “kesinlikle katılıyorum” olmuştur.

“Turizm, yerel halk arasında kazanç eşitsizliği yaratmaktadır.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumsuz görüş bildirmiştir. Katılımcılar

arasında en fazla tercih edilen yanıt %36,6 ile “katılmıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %4,2 ile “kesinlikle katılıyorum” olmuştur.

“Turizm, kültürel faaliyetlerin gelişimini sağlamaktadır.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumlu görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %67,2 ile “katılıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %1 ile “kesinlikle katılmıyorum” olmuştur.

“Turizm, yerel halkın farklı kültürlerle tanışmasını sağlamaktadır.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumlu görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %64,2 ile “katılıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %1,6 ile “kesinlikle katılmıyorum” olmuştur.

“Turizm, yerel halkın yaşam seviyesini yükseltmektedir.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumlu görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %53,6 ile “katılıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %5,4 ile “kesinlikle katılmıyorum” olmuştur.

“Yerel halkın boş zaman değerlendirme imkânlarını çeşitlendirmektedir.” ifadesi hakkında katılımcıların çoğunluğu olumlu görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %39,4 ile “katılıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %2,6 ile “kesinlikle katılmıyorum” olmuştur.

“Turizm, Adana’nın dışa açılımını sağlamaktadır.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumlu görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %53,2 ile “katılıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %2,4 ile “kesinlikle katılmıyorum” olmuştur.

Turizm, yerel halkın davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumsuz görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %59 ile “katılmıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %2 ile “kesinlikle katılıyorum” olmuştur.

“Turizm, kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumsuz görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %58 ile “katılmıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %1,8 ile “kesinlikle katılıyorum” olmuştur.

“Turizm, yerel halkın şehirdeki turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumsuz görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %56,4 ile “katılmıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %1,6 ile “kesinlikle katılıyorum” olmuştur.

“Turizm doğal çevrenin korunmasını ve gelişmesini desteklemektedir.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumlu görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %72,6 ile “katılıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %2,2 ile “kesinlikle katılmıyorum” olmuştur.

“Turizm, gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumlu görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %68,4 ile “katılıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %2 ile “kesinlikle katılmıyorum” olmuştur.

“Turizm, çevre bilincini arttırmaktadır.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumlu görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %63,6 ile “katılıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %1,8 ile “kesinlikle katılmıyorum” olmuştur.

“Turizm, tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumlu görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %66,8 ile “katılıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %1,6 ile “kesinlikle katılmıyorum” olmuştur.

“Turizm, çevre kirliliğine (toprak, hava, su vb.) neden olmaktadır.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumsuz görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %61,2 ile “katılmıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %2,4 ile “kesinlikle katılıyorum” olmuştur.

“Doğayı (bitkiler, hayvanlar, ekosistem vb.) olumsuz etkilemektedir.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumsuz görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %57,4 ile “katılmıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %2,6 ile “kesinlikle katılıyorum” olmuştur.

“Turizm kalabalıklaşma, gürültü kirliliği vb. problemler oluşturmaktadır.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumsuz görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %,54,2 ile “katılmıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %,3,2 ile “kesinlikle katılıyorum” olmuştur.

“Turizm sektörünün gelişmesini destekliyorum.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumlu görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %,53,2 ile “katılıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %,2 ile “kesinlikle katılmıyorum” olmuştur.

“Turizm yatırımları artarak devam etmelidir.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumlu görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %,52,4 ile “katılıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %,1,6 ile “kesinlikle katılmıyorum” olmuştur.

“Turizm sektörünün gelişimi için daha fazla çaba sarf edilmelidir.” ifadesi hakkında katılımcıların büyük çoğunluğu olumlu görüş bildirmiştir. Katılımcılar arasında en fazla tercih edilen yanıt %,48,8 ile “katılıyorum” olurken, en az tercih edilen yanıt ise %,2,2 ile “kesinlikle katılmıyorum” olmuştur.

3.7.1. Güvenirlilik Analizi

Bir test veya ölçek ne derece güvenilir ise ondan elde edilen veriler de o derece güvenilirdirler. Güvenilir olmayan bir ölçek yardımıyla elde edilen veriler faydasızdır (Altunışık vd., 2015: 124). Bu nedenle Adana’daki yerel halkın turizm faaliyetlerini nasıl algıladıklarını belirlemeye yönelik ölçeğin güvenilirlik analizi Cronbach’ın Alpha katsayısı dikkate alınarak değerlendirilmiştir.

Tablo 3.4. Güvenirlilik Analizi

| α | İfade Sayısı |
|----------|--------------|
| 0,839 | 26 |

$0,00 < \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir.

$0,41 < \alpha < 0,60$ ise ölçek güvenilirliği düşüktür.

$0,61 < \alpha < 0,80$ ise ölçek güvenilirliği kabul edilebilir seviyededir.

$0,81 < \alpha < 1,00$ ise ölçek güvenilirliği yüksektir (Alınacak ve İslamoğlu, 2016: 292).

Tablo 3.9’da yer alan verilere göre araştırmada elde edilen 0,839’luk alfa değeri, ölçeğin güvenilirliğinin oldukça yüksek olduğunu göstermektedir.

3.7.2. Faktör Analizi

Faktör analizi, birbirleriyle ilişkili çok sayıda değişkeni bir araya getirerek az sayıda kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) bulmayı amaç edinen çok değişkenli bir istatistik olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle faktör analizi; bir grup değişkenin yapısını incelemek ve bu değişkenler arasındaki ilişkileri, faktör olarak isimlendiren çok daha az sayıdaki gruplara ayırarak, gözlenemeyen gizli değişkenler bakımından açıklamayı sağlamak amacıyla düzenlenmiş olan bir tekniktir (Büyüköztürk, 2002: 472).

Bu doğrultuda çalışmanın faktör analizi incelendiğinde;

- “Olumlu ekonomik etkiler”,
- “Olumsuz çevresel ve kültürel etkiler”,
- “Olumlu çevresel ve kültürel etkiler”,
- “Turizme verilen destek”,
- “Olumsuz ekonomik etkiler”,
- “Olumlu sosyal etkiler” olmak üzere çalışmanın toplam 6 boyutta toplandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 3.5. Faktör Analizi

| Boyutlar | Özdeğer | Varyans Oranı | Birikimli Varyans Oranı | Faktör Yükleri | Faktörlerin Cronbach’s Alpha Değerleri |
|--|---------|---------------|-------------------------|----------------|--|
| Faktör 1: Olumlu Ekonomik Etkiler | 8,617 | 34,466 | 34,466 | | 0,905 |
| Turizm, yerel halka daha fazla ekonomik kazanç sağlamaktadır. | | | | 0,862 | |
| Turizm, yerel ekonominin canlanmasını sağlamaktadır. | | | | 0,830 | |
| Turizm, yerel ürünlerin üretimini artmasını sağlamaktadır. | | | | 0,820 | |
| Turizm, yerel halk için yeni iş olanakları ortaya çıkarmaktadır. | | | | 0,807 | |
| Turizmin gelişmesi bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır. | | | | 0,683 | |

| | | | | | |
|--|-------|--------|--------|-------|-------|
| Faktör 2: Olumsuz Çevresel ve Kültürel Etkiler | 4,126 | 16,504 | 50,970 | | 0,898 |
| Doğayı (bitkiler, hayvanlar, ekosistem vb.) olumsuz etkilemektedir. | | | | 0,861 | |
| Turizm, çevre kirliliğine (toprak, hava, su vb.) neden olmaktadır. | | | | 0,841 | |
| Turizm, kalabalıklaşma, gürültü kirliliği vb. problemler oluşturmaktadır. | | | | 0,803 | |
| Turizm, kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır. | | | | 0,738 | |
| Turizm, yerel halkın şehirdeki turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır. | | | | 0,729 | |
| Turizm, yerel halkın davranışlarını olumsuz etkilemektedir. | | | | 0,705 | |
| Faktör 3: Olumlu Çevresel ve Kültürel Etkiler | 1,663 | 6,652 | 57,622 | | 0,865 |
| Turizm, gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir. | | | | 0,814 | |
| Turizm, doğal çevrenin korunmasını ve gelişimini desteklemektedir. | | | | 0,774 | |
| Turizm, çevre bilincini arttırmaktadır. | | | | 0,770 | |
| Turizm, tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir. | | | | 0,716 | |
| Turizm, yerel halkın farklı kültürlerle tanışmasını sağlamaktadır. | | | | 0,447 | |
| Faktör 4: Turizme Verilen Destek | 1,393 | 5,571 | 63,193 | | 0,934 |
| Turizm sektörünün gelişimi için daha fazla çaba sarf edilmelidir. | | | | 0,879 | |
| Turizm yatırımları artarak devam etmelidir. | | | | 0,846 | |
| Turizm sektörünün gelişmesini destekliyorum. | | | | 0,830 | |
| Faktör 5: Olumsuz Ekonomik Etkiler | 1,280 | 5,121 | 68,314 | | 0,809 |
| Turizm, bölgedeki mal ve hizmetlerin fiyatlarını arttırmaktadır. | | | | 0,852 | |
| Turizm, bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır. | | | | 0,840 | |
| Turizm, yerel halk arasında kazanç eşitsizliği yaratmaktadır. | | | | 0,723 | |
| Faktör 6: Olumlu Sosyal Etkiler | 1,077 | 4,307 | 72,620 | | 0,759 |

| | | | | | |
|---|------------------|--|--|----------|--|
| Yerel halkın boş zaman değerlendirme imkanlarını çeşitlendirmektedir. | | | | 0,798 | |
| Turizm, yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir. | | | | 0,538 | |
| Turizm, Adana'nın dışa açılımını sağlamaktadır. | | | | 0,492 | |
| KMO | barlett's | | | p | |
| 0,898 | 8471,636 | | | 0,000 | |

Yapılan faktör analizinde; içerdiği ifadelerden bakımından **“olumlu ekonomik etkiler”** olarak adlandırılan birinci boyut tüm faktörler arasında en yüksek varyans değerine sahiptir. Bu boyut toplam varyansın %34,46'sını açıklamaktadır. Bu boyut; “Turizm, yerel halka daha fazla ekonomik kazanç sağlamaktadır”, “Turizm, yerel ekonominin canlanmasını sağlamaktadır”, “Turizm, yerel halk için yeni iş olanakları ortaya çıkarmaktadır”, “Turizm, yerel ürünlerin üretiminin artmasını sağlamaktadır” ve “Turizmin gelişmesi bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır” olmak üzere toplam beş önermeden oluşmaktadır. Önermelerin faktör yükleri bakımından “Turizm, yerel halka daha fazla ekonomik kazanç sağlamaktadır” önermesi en yüksek değere sahiptir (0,862).

İkinci boyut içerdiği ifadeler bakımından **“olumsuz çevresel ve kültürel etkiler”** olarak adlandırılmıştır. Bu boyut toplam varyansın %16,50'sini açıklamaktadır. Bu boyut “Doğayı (bitkiler, hayvanlar, ekosistem vb.) olumsuz etkilemektedir”, “Turizm, çevre kirliliğine (toprak, hava, su vb.) neden olmaktadır”, “Turizm, kalabalıklaşma, gürültü kirliliği vb. problemler oluşturmaktadır”, “Turizm, kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır”, “Turizm, yerel halkın şehirdeki turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır” ve “Turizm, yerel halkın davranışlarını olumsuz etkilemektedir” olmak üzere toplam altı önermeden oluşmaktadır. Önermelerin faktör yükleri bakımından “Doğayı (bitkiler, hayvanlar, ekosistem) olumsuz etkilemektedir” önermesi en yüksek değere sahiptir (0,861).

Üçüncü boyut içerdiği ifadeler bakımından **“olumlu çevresel ve kültürel etkiler”** olarak adlandırılmıştır. Bu boyut toplam varyansın %6,65'ini açıklamaktadır. Bu boyut; “Turizm, gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir”, “Turizm, yerel halkın farklı kültürlerle tanışmasını sağlamaktadır”, “Turizm, çevre bilincini arttırmaktadır”, “Turizm, tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir” ve

“Turizm, doğal çevrenin korunmasını ve gelişimini desteklemektedir” olmak üzere toplam beş önermeden oluşmaktadır. Önermelerin faktör yükleri bakımından “Turizm, gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir” önermesi en yüksek değere sahiptir (0,814).

Dördüncü boyut içerdiği ifadeler bakımından **“turizme verilen destek”** olarak adlandırılmıştır. Bu boyut toplam varyansın %5,57’sini açıklamaktadır. Bu boyut; “Turizm sektörünün gelişimi için daha fazla çaba sarf edilmelidir”, “Turizm yatırımları artarak devam etmelidir”, “Turizm sektörünün gelişmesini destekliyorum” olmak üzere toplam üç önermeden oluşmaktadır. Önermelerin faktör yükleri bakımından “Turizm sektörünün gelişimi için daha fazla çaba sarf edilmelidir” önermesi en yüksek değere sahiptir (0,879).

Beşinci boyut içerdiği ifadeler bakımından **“olumsuz ekonomik etkiler”** olarak adlandırılmıştır. Bu boyut toplam varyansın %5,12’sini açıklamaktadır. Bu boyut “Turizm, bölgedeki mal ve hizmetlerin fiyatlarını arttırmaktadır”, “Turizm, bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır” ve “Turizm, yerel halk arasında kazanç eşitsizliği yaratmaktadır” olmak üzere toplam üç önermeden oluşmaktadır. Önermelerin faktör yükleri bakımından “Turizm, bölgedeki mal ve hizmetlerin fiyatlarını arttırmaktadır” önermesi en yüksek değere sahiptir (0,852).

“Olumlu sosyal etkiler” olarak adlandırılan altıncı ve son boyut; “Yerel halkın boş zaman değerlendirme imkânlarını çeşitlendirmektedir”, “Turizm, Adana’nın dışa açılımını sağlamaktadır” ve “Turizm, yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir” olmak üzere toplam üç önermeden oluşmaktadır. Önermelerin faktör yükleri bakımından “Yerel halkın boş zaman değerlendirme imkânlarını çeşitlendirmektedir” önermesi en yüksek değere sahiptir (0,798).

Ölçekte yer alan “Turizm, yerel halkın farklı kültürlerle tanışmasını sağlamaktadır” ifadesi birçok boyut altında yer aldığı ve yapılacak olan analizlerin daha sağlıklı olabilmesi için analiz dışı bırakılmıştır.

3.7.3. Normallik Testi, Mann-Whitney U ve Kruskal Wallis Analizleri

Elde edilen verilere hangi testlerin uygulanacağını belirleyebilmek için, ilk olarak verilerin normallik dağılımlarının belirlenmesi gerekmektedir.

Tablo 3.7’de normallik dağılımı ile ilgili uygulanan Kolmogorov-Smirnov testi sonucunda; p değerlerinin 0,05’ten küçük olduğu tespit edilmiştir. Bu veriye göre, parametrik testler için gerekli şartlar sağlanamamış ve yapılacak olan analizlerde; parametrik olmayan testlerin kullanılması uygun görülmüştür.

Tablo 3.6. Normallik Testi

| | Kolmogorov-Smirnov | | |
|--------------------------------------|--------------------|-------|-------|
| | n | Z | p |
| Olumlu Ekonomik Etkiler | 500 | 0,208 | 0,000 |
| Olumsuz Çevresel ve Kültürel Etkiler | 500 | 0,230 | 0,000 |
| Olumlu Çevresel ve Kültürel Etkiler | 500 | 0,261 | 0,000 |
| Turizme Verilen Destek Etkiler | 500 | 0,280 | 0,000 |
| Olumsuz Ekonomik Etkiler | 500 | 0,126 | 0,000 |
| Olumlu Sosyal Etkiler | 500 | 0,155 | 0,000 |

Bu bağlamda araştırmanın amaçlarına ulaşılabilmesi için; bağımsız iki grubun karşılaştırılmasında kullanılan Mann-Whitney U Testi ve birbirinden bağımsız ikiden fazla grubun karşılaştırılmasını sağlayan Kruskal-Wallis H Testi kullanılmıştır (Şahin, 2017: 89).

Tablo 3.7. Cinsiyet Değişkenine Göre Mann-Whitney U Analizi

| Boyutlar | Cinsiyet | n | Sıra Ortalaması | Sıra Toplamı | U | p* |
|--------------------------------------|----------|-----|-----------------|--------------|-----------|--------------|
| Olumlu Ekonomik Etkiler | Kadın | 239 | 264,73 | 63270,00 | 27789,000 | 0,032 |
| | Erkek | 261 | 237,47 | 61980,00 | | |
| Olumsuz Çevresel ve Kültürel Etkiler | Kadın | 239 | 236,88 | 56614,50 | 27934,500 | 0,040 |
| | Erkek | 261 | 262,97 | 68635,50 | | |
| Olumlu Çevresel ve Kültürel Etkiler | Kadın | 239 | 262,59 | 62758,00 | 28301,000 | 0,063 |
| | Erkek | 261 | 239,43 | 62492,00 | | |
| Turizme Verilen Destek Etkiler | Kadın | 239 | 260,79 | 62330,00 | 28729,000 | 0,107 |
| | Erkek | 261 | 241,07 | 62920,00 | | |
| Olumsuz Ekonomik Etkiler | Kadın | 239 | 241,76 | 57780,00 | 29100,000 | 0,193 |
| | Erkek | 261 | 258,51 | 67470,00 | | |
| Olumlu Sosyal Etkiler | Kadın | 239 | 263,91 | 63075,00 | 27984,000 | 0,044 |
| | Erkek | 261 | 238,22 | 62175,00 | | |

p* < 0,05

Mann-Whitney U testine ilişkin bulgulara bakıldığında cinsiyet değişkenine göre “Olumlu Ekonomik Etkiler, Olumsuz Çevresel ve Kültürel Etkiler ve Olumlu Sosyal Etkiler” boyutları ile ilgili görüşler arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır. Sıra ortalamalarına göre kadın katılımcıların “Olumlu Ekonomik Etkiler” ve “Olumlu Sosyal Etkiler” boyutlarına ilişkin görüşlerinin erkek katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Diğer yandan sıra ortalamalarına göre erkek katılımcıların “Olumsuz Çevresel ve Kültürel Etkiler” boyutuna ilişkin görüşlerinin kadın katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3.8. Medeni Hal Değişkenine Göre Mann-Whitney U Analizi

| Boyutlar | Medeni Hal | n | Sıra Ortalaması | Sıra Toplamı | U | p* |
|--------------------------------------|------------|-----|-----------------|--------------|-----------|--------------|
| Olumlu Ekonomik Etkiler | Evli | 202 | 273,25 | 55197,50 | 25501,500 | 0,003 |
| | Bekar | 298 | 235,08 | 70052,50 | | |
| Olumsuz Çevresel ve Kültürel Etkiler | Evli | 202 | 258,25 | 52167,00 | 28532,000 | 0,315 |
| | Bekar | 298 | 245,24 | 73083,00 | | |
| Olumlu Çevresel ve Kültürel Etkiler | Evli | 202 | 271,67 | 54876,50 | 25822,500 | 0,005 |
| | Bekar | 298 | 236,15 | 70373,50 | | |
| Turizme Verilen Destek Etkiler | Evli | 202 | 261,20 | 52763,00 | 27936,000 | 0,150 |
| | Bekar | 298 | 243,24 | 72487,00 | | |
| Olumsuz Ekonomik Etkiler | Evli | 202 | 255,75 | 51661,00 | 29038,000 | 0,501 |
| | Bekar | 298 | 246,94 | 73589,00 | | |
| Olumlu Sosyal Etkiler | Evli | 202 | 269,31 | 54400,00 | 26299,000 | 0,015 |
| | Bekar | 298 | 237,75 | 70850,00 | | |

p* < 0,05

Katılımcıların medeni hallerine göre Mann-Whitney U testi uygulandığında; “Olumlu Ekonomik Etkiler, Olumlu Çevresel ve Kültürel Etkiler ve Olumlu Sosyal Etkiler” boyutları ile ilgili görüşler arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır. Sıra ortalamalarına göre evli katılımcıların “Olumlu Ekonomik Etkiler, Olumlu Çevresel ve Kültürel Etkiler ve Olumlu Sosyal Etkiler” boyutlarına ilişkin görüşlerinin bekar katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3.9. Yaş Değişkenine Göre Kruskal-Wallis Analizi

| Boyutlar | Yaş | n | Sıra Ortalaması | Sd | χ^2 | p* |
|-------------------------|-------------|-----|-----------------|----|----------|-------|
| Olumlu Ekonomik Etkiler | 15-24 | 86 | 238,18 | 5 | 7,792 | 0,099 |
| | 25-34 | 172 | 246,26 | | | |
| | 35-44 | 111 | 247,93 | | | |
| | 45-54 | 81 | 243,78 | | | |
| | 55 ve üzeri | 50 | 302,86 | | | |

| | | | | | | |
|--------------------------------------|-------------|-----|--------|---|--------|--------------|
| Olumsuz Çevresel ve Kültürel Etkiler | 15-24 | 86 | 271,44 | 5 | 4,256 | 0,372 |
| | 25-34 | 172 | 240,60 | | | |
| | 35-44 | 111 | 238,59 | | | |
| | 45-54 | 81 | 255,42 | | | |
| | 55 ve üzeri | 50 | 266,98 | | | |
| Olumlu Çevresel ve Kültürel Etkiler | 15-24 | 86 | 246,28 | 5 | 3,391 | 0,415 |
| | 25-34 | 172 | 248,92 | | | |
| | 35-44 | 111 | 234,47 | | | |
| | 45-54 | 81 | 271,05 | | | |
| | 55 ve üzeri | 50 | 265,51 | | | |
| Turizme Verilen Destek | 15-24 | 86 | 241,24 | 5 | 2,965 | 0,564 |
| | 25-34 | 172 | 255,18 | | | |
| | 35-44 | 111 | 237,55 | | | |
| | 45-54 | 81 | 254,51 | | | |
| | 55 ve üzeri | 50 | 272,57 | | | |
| Olumsuz Ekonomik Etkiler | 15-24 | 86 | 299,69 | 5 | 22,792 | 0,000 |
| | 25-34 | 172 | 228,69 | | | |
| | 35-44 | 111 | 234,08 | | | |
| | 45-54 | 81 | 235,43 | | | |
| | 55 ve üzeri | 50 | 301,78 | | | |
| Olumlu Sosyal Etkiler | 15-24 | 86 | 264,36 | 5 | 1,993 | 0,737 |
| | 25-34 | 172 | 248,53 | | | |
| | 35-44 | 111 | 239,02 | | | |
| | 45-54 | 81 | 247,78 | | | |
| | 55 ve üzeri | 50 | 263,34 | | | |

p* < 0,05

Katılımcıların yaş değişkenine göre “Olumlu Ekonomik Etkiler, Olumsuz Çevresel ve Kültürel Etkiler, Olumlu Çevresel ve Kültürel Etkiler, Turizme Verilen Destek, Olumsuz Ekonomik Etkiler ve Olumlu Sosyal Etkiler” boyutlarına ilişkin Kruskal-Wallis analiz sonuçları yukarıda Tablo 3.9’da yer almaktadır. Uygulanan analiz sonucunda “Olumsuz Ekonomik Etkiler” boyutunun katılımcıların yaşlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Yaş gruplarına göre yapılan karşılaştırmanın sonuçları değerlendirildiğinde, 55 ve üzeri yaş grubunda bulunan katılımcıların “Olumsuz Ekonomik Etkiler” boyutuna ilişkin görüşlerinin diğer yaş gruplarına göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3.10. Eğitim Durumu Değişkenine Göre Kruskal-Wallis Analizi

| Boyutlar | Eğitim Durumu | n | Sıra Ortalaması | Sd | χ^2 | p* |
|-------------------------|---------------|-----|-----------------|----|----------|-------|
| Olumlu Ekonomik Etkiler | İlkokul | 47 | 249,94 | 5 | 5,977 | 0,201 |
| | Ortaokul | 121 | 235,06 | | | |
| | Lise | 194 | 250,91 | | | |
| | Üniversite | 131 | 258,51 | | | |

| | | | | | | |
|--------------------------------------|---------------------|-----|--------|---|--------|--------------|
| | Lisansüstü ve Üzeri | 7 | 359,79 | | | |
| Olumsuz Çevresel ve Kültürel Etkiler | İlkokul | 47 | 265,44 | 5 | 40,562 | 0,000 |
| | Ortaokul | 121 | 314,78 | | | |
| | Lise | 194 | 238,77 | | | |
| | Üniversite | 131 | 206,41 | | | |
| | Lisansüstü ve Üzeri | 7 | 189,43 | | | |
| Olumlu Çevresel ve Kültürel Etkiler | İlkokul | 47 | 227,12 | 5 | 11,291 | 0,023 |
| | Ortaokul | 121 | 220,77 | | | |
| | Lise | 194 | 268,79 | | | |
| | Üniversite | 131 | 256,75 | | | |
| | Lisansüstü ve Üzeri | 7 | 297,64 | | | |
| Turizme Verilen Destek | İlkokul | 47 | 246,20 | 5 | 23,875 | 0,000 |
| | Ortaokul | 121 | 205,90 | | | |
| | Lise | 194 | 252,36 | | | |
| | Üniversite | 131 | 289,87 | | | |
| | Lisansüstü ve Üzeri | 7 | 262,07 | | | |
| Olumsuz Ekonomik Etkiler | İlkokul | 47 | 300,84 | 5 | 48,718 | 0,000 |
| | Ortaokul | 121 | 295,88 | | | |
| | Lise | 194 | 256,59 | | | |
| | Üniversite | 131 | 181,25 | | | |
| | Lisansüstü ve Üzeri | 7 | 255,29 | | | |
| Olumlu Sosyal Etkiler | İlkokul | 47 | 233,79 | 5 | 12,737 | 0,013 |
| | Ortaokul | 121 | 223,52 | | | |
| | Lise | 194 | 256,62 | | | |
| | Üniversite | 131 | 265,28 | | | |
| | Lisansüstü ve Üzeri | 7 | 382,98 | | | |

$p^* < 0,05$

Katılımcıların eğitim durumu değişkenine göre çalışmanın boyutlarına ilişkin Kruskal-Wallis analiz sonuçları yukarıda Tablo 3.10’da yer almaktadır. Uygulanan analiz sonucunda “Olumsuz Çevresel ve Kültürel Etkiler, Olumlu Çevresel ve Kültürel Etkiler, Turizme Verilen Destek, Olumsuz Ekonomik Etkiler ve Olumlu Sosyal Etkiler” boyutlarının katılımcıların eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Eğitim durumlarına göre yapılan karşılaştırmanın sonuçları değerlendirildiğinde, ortaokul grubunda bulunan katılımcıların “Olumsuz Çevresel ve Kültürel Etkiler” boyutuna ilişkin görüşleri diğer eğitim durumu gruplarına göre daha yüksek olduğu, lisansüstü ve üzeri grupta yer alan katılımcıların “Olumlu Çevresel ve Kültürel Etkiler” boyutuna ilişkin görüşleri diğer eğitim gruplarına göre daha yüksek olduğu, üniversite grubunda yer alan katılımcıların “Turizme Verilen Destek” boyutuna ilişkin görüşleri diğer eğitim gruplarına göre daha

yüksek olduğu, ilkokul grubunda yer alan katılımcıların “Olumsuz Ekonomik Etkiler” boyutuna ilişkin görüşleri diğer eğitim gruplarına göre daha yüksek olduğu, lisansüstü ve üzeri grupta yer alan katılımcıların “Olumlu Sosyal Etkiler” boyutuna ilişkin görüşlerinin diğer eğitim gruplarına göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3.11. Gelir Durumu Değişkenine Göre Kruskal-Wallis Analizi

| Boyutlar | Gelir Durumu | n | Sıra Ortalaması | Sd | χ^2 | p* |
|--------------------------------------|---------------|-----|-----------------|----|----------|--------------|
| Olumlu Ekonomik Etkiler | 1-1000 | 125 | 243,95 | 4 | 9,895 | 0,019 |
| | 1001-2000 | 206 | 240,72 | | | |
| | 2001-3000 | 122 | 250,22 | | | |
| | 3001 ve Üzeri | 47 | 311,53 | | | |
| Olumsuz Çevresel ve Kültürel Etkiler | 1-1000 | 125 | 253,14 | 4 | 6,861 | 0,076 |
| | 1001-2000 | 206 | 264,23 | | | |
| | 2001-3000 | 122 | 222,31 | | | |
| | 3001 ve Üzeri | 47 | 256,50 | | | |
| Olumlu Çevresel ve Kültürel Etkiler | 1-1000 | 125 | 247,96 | 4 | 0,883 | 0,829 |
| | 1001-2000 | 206 | 245,91 | | | |
| | 2001-3000 | 122 | 260,36 | | | |
| | 3001 ve Üzeri | 47 | 251,78 | | | |
| Turizme Verilen Destek | 1-1000 | 125 | 252,48 | 4 | 7,552 | 0,056 |
| | 1001-2000 | 206 | 234,47 | | | |
| | 2001-3000 | 122 | 259,98 | | | |
| | 3001 ve Üzeri | 47 | 290,90 | | | |
| Olumsuz Ekonomik Etkiler | 1-1000 | 125 | 264,76 | 4 | 13,688 | 0,003 |
| | 1001-2000 | 206 | 262,82 | | | |
| | 2001-3000 | 122 | 208,75 | | | |
| | 3001 ve Üzeri | 47 | 266,94 | | | |
| Olumlu Sosyal Etkiler | 1-1000 | 125 | 249,48 | 4 | 2,210 | 0,530 |
| | 1001-2000 | 206 | 241,05 | | | |
| | 2001-3000 | 122 | 261,22 | | | |
| | 3001 ve Üzeri | 47 | 266,82 | | | |

p* < 0,05

Katılımcıların gelir durumu değişkenine göre çalışmanın boyutlarına ilişkin Kruskal-Wallis analiz sonuçları yukarıda Tablo 3.11’de yer almaktadır. Uygulanan analiz sonucunda “Olumlu Ekonomik Etkiler ve Olumsuz Ekonomik Etkiler” boyutlarının katılımcıların gelir durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Gelir durumlarına göre yapılan karşılaştırmanın sonuçları değerlendirildiğinde, 3001 ve üzeri grubunda bulunan katılımcıların “Olumlu Ekonomik Etkiler ve Olumsuz Ekonomik Etkiler” boyutuna ilişkin görüşlerinin diğer gelir durumu gruplarına göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3.12. Yaşam Süresi Değişkenine Göre Kruskal-Wallis Analizi

| Boyutlar | Yaşam Süresi | n | Sıra Ortalaması | Sd | χ^2 | p* |
|-------------------------|------------------|-----|-----------------|----|----------|-------|
| Olumlu Ekonomik Etkiler | Doğduğumdan beri | 148 | 251,73 | 7 | 6,498 | 0,326 |

| | | | | | | |
|--------------------------------------|------------------|-----|--------|---|--------|--------------|
| | 1 yıldan az | 12 | 184,92 | | | |
| | 1-5 yıl | 45 | 238,29 | | | |
| | 6-10 yıl | 42 | 232,61 | | | |
| | 11-15 yıl | 77 | 247,01 | | | |
| | 16-20 yıl | 67 | 243,46 | | | |
| | 21 yıl ve üzeri | 109 | 274,78 | | | |
| Olumsuz Çevresel ve Kültürel Etkiler | Doğduğumdan beri | 148 | 263,77 | 7 | 12,945 | 0,044 |
| | 1 yıldan az | 12 | 321,42 | | | |
| | 1-5 yıl | 45 | 276,01 | | | |
| | 6-10 yıl | 42 | 230,93 | | | |
| | 11-15 yıl | 77 | 224,58 | | | |
| | 16-20 yıl | 67 | 218,54 | | | |
| | 21 yıl ve üzeri | 109 | 259,64 | | | |
| Olumlu Çevresel ve Kültürel Etkiler | Doğduğumdan beri | 148 | 247,10 | 7 | 1,081 | 0,982 |
| | 1 yıldan az | 12 | 249,96 | | | |
| | 1-5 yıl | 45 | 240,59 | | | |
| | 6-10 yıl | 42 | 245,05 | | | |
| | 11-15 yıl | 77 | 249,67 | | | |
| | 16-20 yıl | 67 | 251,07 | | | |
| | 21 yıl ve üzeri | 109 | 261,61 | | | |
| Turizme Verilen Destek | Doğduğumdan beri | 148 | 246,60 | 7 | 1,762 | 0,940 |
| | 1 yıldan az | 12 | 256,13 | | | |
| | 1-5 yıl | 45 | 262,80 | | | |
| | 6-10 yıl | 42 | 231,92 | | | |
| | 11-15 yıl | 77 | 247,99 | | | |
| | 16-20 yıl | 67 | 250,03 | | | |
| | 21 yıl ve üzeri | 109 | 259,32 | | | |
| Olumsuz Ekonomik Etkiler | Doğduğumdan beri | 148 | 270,16 | 7 | 17,866 | 0,007 |
| | 1 yıldan az | 12 | 304,46 | | | |
| | 1-5 yıl | 45 | 291,42 | | | |
| | 6-10 yıl | 42 | 225,42 | | | |
| | 11-15 yıl | 77 | 242,28 | | | |
| | 16-20 yıl | 67 | 200,45 | | | |
| | 21 yıl ve üzeri | 109 | 247,21 | | | |
| Olumlu Sosyal Etkiler | Doğduğumdan beri | 148 | 250,42 | 7 | 2,026 | 0,917 |
| | 1 yıldan az | 12 | 275,00 | | | |
| | 1-5 yıl | 45 | 253,00 | | | |
| | 6-10 yıl | 42 | 228,74 | | | |
| | 11-15 yıl | 77 | 253,68 | | | |
| | 16-20 yıl | 67 | 262,92 | | | |
| | 21 yıl ve üzeri | 109 | 245,39 | | | |

p* < 0,05

Katılımcıların Adana’da yaşam süreleri değişkenine göre çalışmanın boyutlarına ilişkin Kruskal-Wallis analiz sonuçları yukarıda Tablo 3.12’de yer almaktadır. Uygulanan analiz sonucunda “Olumsuz Çevresel ve Kültürel Etkiler ve Olumsuz Ekonomik Etkiler” boyutlarının katılımcıların Adana’daki yaşam süresi durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Adana’daki yaşam süresi durumuna göre yapılan karşılaştırmanın sonuçları

değerlendirildiğinde, 1 yıldan az grubunda bulunan katılımcıların “Olumsuz Çevresel ve Kültürel Etkiler ve Olumsuz Ekonomik Etkiler” boyutuna ilişkin görüşlerinin diğer yaşam süresi gruplarına göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3.13. Hipotez Değerlendirme Sonuçları

| | HİPOTEZLER | Kabul | Ret |
|----------------------|---|--------------|------------|
| H₁ | Katılımcıların cinsiyetlerine göre turizm faaliyetlerine yönelik algılarında anlamlı bir farklılık vardır. | | |
| H _{1a} | “Olumlu ekonomik” boyutu cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir. | X | |
| H _{1b} | “Olumlu çevresel-kültürel” boyutu cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir. | | X |
| H _{1c} | “Olumlu sosyal” boyutu cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir. | X | |
| H _{1d} | “Turizme verilen destek” cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir. | | X |
| H _{1e} | “Olumsuz ekonomik” boyutu cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir. | | X |
| H _{1f} | “Olumsuz çevresel-kültürel” boyutu cinsiyete göre anlamlı göstermektedir. | X | |
| H₀ | Katılımcıların yaşlarına göre turizm faaliyetlerine yönelik algılarında anlamlı bir farklılık yoktur. | | |
| H _{2a} | “Olumlu ekonomik” boyutu yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir. | | X |
| H _{2b} | “Olumlu çevresel-kültürel” boyutu yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir. | | X |
| H _{2c} | “Olumlu sosyal” boyutu yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir. | | X |
| H _{2d} | “Turizme verilen destek” yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir. | | X |
| H _{2e} | “Olumsuz ekonomik” boyutu yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir. | X | |
| H _{2f} | “Olumsuz çevresel-kültürel” boyutu yaşa göre anlamlı göstermektedir. | | X |
| H₃ | Katılımcıların medeni hâle göre turizm faaliyetlerine yönelik algılarında anlamlı bir farklılık vardır. | | |
| H _{3a} | “Olumlu ekonomik” boyutu medeni hâle göre anlamlı farklılık göstermektedir. | X | |
| H _{3b} | “Olumlu çevresel-kültürel” boyutu medeni hâle göre anlamlı farklılık göstermektedir. | X | |
| H _{3c} | “Olumlu sosyal” boyutu medeni hâle göre anlamlı farklılık göstermektedir. | X | |

| | | | |
|----------------------|---|---|---|
| H _{3d} | “Turizme verilen destek” boyutu medeni hâle göre anlamlı farklılık göstermektedir. | | X |
| H _{3e} | “Olumsuz ekonomik” boyutu medeni hâle göre anlamlı farklılık göstermektedir. | | X |
| H _{3f} | “Olumsuz çevresel-kültürel” boyutu medeni hâle göre anlamlı farklılık göstermektedir. | | X |
| H₄ | Katılımcıların eğitim düzeylerine göre turizm faaliyetlerine yönelik algılarında anlamlı bir farklılık vardır. | | |
| H _{4a} | “Olumlu ekonomik” boyutu eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. | | X |
| H _{4b} | “Olumlu çevresel-kültürel” boyutu eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. | X | |
| H _{4c} | “Olumlu sosyal” boyutu eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. ⁸ | X | |
| H _{4d} | “Turizme verilen destek” boyutu eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. | X | |
| H _{4e} | “Olumsuz ekonomik” boyutu eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. | X | |
| H _{4f} | “Olumsuz çevresel-kültürel” boyutu eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. | X | |
| H₅ | Katılımcıların gelir düzeylerine göre turizm faaliyetlerine yönelik algılarında anlamlı bir farklılık vardır. | | |
| H _{5a} | “Olumlu ekonomik” boyutu gelir düzeylerine göre anlamlı farklılık göstermektedir. | X | |
| H _{5b} | “Olumlu çevresel-kültürel” boyutu gelir düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. | | X |
| H _{5c} | “Olumlu sosyal” boyutu gelir düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. | | X |
| H _{5d} | “Turizme verilen destek” boyutu gelir düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. | | X |
| H _{5e} | “Olumsuz ekonomik” boyutu gelir düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. | X | |
| H _{5f} | “Olumsuz çevresel-kültürel” boyutu gelir düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. | | X |
| H₆ | Katılımcıların ikamet sürelerine göre turizm faaliyetlerine yönelik algılarında anlamlı bir farklılık vardır. | | |

| | | | |
|-----------------|---|---|---|
| H _{6a} | “Olumlu ekonomik” boyutu ikamet süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir. | | X |
| H _{6b} | “Olumlu çevresel-kültürel” boyutu ikamet süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir. | | X |
| H _{6c} | “Olumlu sosyal” boyutu ikamet süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir. | | X |
| H _{6d} | “Turizme verilen destek” boyutu ikamet süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir. | | X |
| H _{6e} | “Olumsuz ekonomik” boyutu ikamet süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir. | X | |
| H _{6f} | “Olumsuz çevresel-kültürel” boyutu ikamet süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir. | X | |

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizmin ülkelere sağladığı çeşitli yararlar ve gelişen yapısı ile en önemli sektörler arasında yer almaktadır. Turizm sektörü yarattığı istihdam alanları, sağladığı döviz girdisi, ülkeler arasındaki ilişkileri düzeltmedeki etkileri, bölgesel kalkınmayı teşvik eden yapısı ve ihracatı canlandırmadaki etkiler vb. özellikleri ile birçok yönden ülkelerin cazibe noktası konumundadır. Bu yüzden turizm sektörü diğer bir deyişle “Bacasız Sanayi” olarak bilinmektedir. Fakat birçok faydasının yanı sıra turizm sektörünün bazı handikapları da vardır. Örnek olarak; turizm sektörünün oldukça kırılabilir yapısından dolayı her türlü olumlu veya olumsuz olaydan çok çabuk etkilenebilmekte olduğunu söyleyebiliriz. Bu etkilerin de sektöre yansımaları turizm faaliyetlerinde yarattığı dalgalanmalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Hâl böyle olunca ülkelerde bu pazarlardaki yerlerini korumak, sürekliliği sağlamak adına çeşitli politikalar uygulamaktadırlar. Artan rekabetçi ortamda rakiplerden sıyrılmak ve kaliteyi arttırmak adına turizmin bir parçası olan yerel halka da önemli görevler düşmektedir. Yerel halk her ne kadar direkt etki etmese de yapısı gereği turizm olayının içinde yer alır. Kültürünü, tarihini, yaşadığı yeri kısacası turizm değerlerini ve bunun yanında turizmin kendi iç yapısını, çeşitlerini ve ülke üzerindeki etkilerini bilen bir toplumun bireylerinin ülke turizmine sağlayacağı katkılar aşikardır. Bu kapsam doğrultusunda yerel halkın bilinçlendirilmesi, ülke turizmi açısından oldukça önemlidir.

Yerel halkın turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerini algılamasına yönelik yapılan araştırma neticesinde;

Araştırmaya katılan yerel halkın, turizmin olumlu ekonomik etkilerini algılamaları ile cinsiyet, medeni hâl ve gelir düzeyi arasında farklılıklar ortaya çıkmıştır. Turizmin olumlu ekonomik etkileri hakkında en yoğun görüşlerin;

- Cinsiyet gruplarında; kadın katılımcılar,
- Medeni hâl gruplarında evli katılımcılar,
- Gelir düzeyi gruplarında ise; 3001 ve üzeri gelir düzeyi grubunda yer alan katılımcılara ait oldukları tespit edilmiştir.

Gökçe (2016) tarafından yapılan benzer bir araştırmaya göre de yerel halkın turizmin olumlu ekonomik etkilerini algılamaları ile demografik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmaya katılan yerel halkın, turizmin olumlu çevresel ve kültürel etkilerini algılamaları ile medeni hâl ve eğitim düzeyi arasında farklılıklar ortaya çıkmıştır. Turizmin olumlu çevresel ve kültürel etkileri hakkında en fazla görüş bildiren gruplar;

- Medeni hâl gruplarında; evli katılımcılar,
- Eğitim düzeyi gruplarında ise; lisansüstü ve üzeri grubundaki katılımcılar olarak tespit edilmiştir.

Bayat (2010), Iğdır halkına yönelik gerçekleştirdiği araştırmasında turizmin olumlu çevresel ve kültürel etkilerini algılamaları ile demografik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Araştırmaya katılan yerel halkın, turizmin olumlu sosyal etkilerini algılamaları ile cinsiyet, medeni hâl ve eğitim düzeyi arasında farklılıklar ortaya çıkmıştır. Turizmin olumlu sosyal etkileri konusunda en fazla ortak görüşe sahip olan gruplar;

- Cinsiyet gruplarında; kadın katılımcılar
- Medeni hâl gruplarında; evli katılımcılar
- Eğitim düzeyi gruplarında ise; lisansüstü ve üzeri gruptaki katılımcılar oldukları ortaya çıkmıştır.

Turan (2018) tarafından İzmir’de gerçekleştirilen çalışmada ise; yerel halkın turizmin olumlu sosyal etkilerini algılamaları ile demografik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Araştırmaya katılan yerel halkın, turizme verilen destek boyutunu algılamaları ile eğitim düzeyi arasında farklılık ortaya çıkmıştır. Eğitim düzeyi gruplarında; üniversite grubunda yer alan katılımcıların diğer eğitim düzeylerine sahip katılımcılara göre turizme verilen destek konusunda daha olumlu bir görüşe sahip oldukları anlaşılmaktadır.

Araştırmaya katılan yerel halkın, turizmin olumsuz ekonomik etkilerini algılamaları ile yaş, eğitim düzeyi, gelir düzeyi ve ikamet süresi arasında anlamlı

farklılıklar ortaya çıkmıştır. Turizmin olumsuz ekonomik etkileri konusunda en yoğun görüş bildiren grupların;

- Yaş gruplarında, 55 ve üzeri yaş grubu,
- Eğitim düzeyi gruplarında, üniversite grubu,
- İkamet süresi gruplarında, 1 yıldan az grubuna ait olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Güneş (2014) tarafından yapılan araştırma benzer şekilde, yerel halkın turizmin olumsuz ekonomik etkilerini algılamaları ile demografik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu anlaşılmıştır.

Araştırmaya katılan yerel halkın, turizmin olumsuz çevresel ve kültürel etkilerini algılamaları ile cinsiyet, eğitim düzeyi ve ikamet süresi arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Turizmin olumsuz çevresel ve kültürel etkileri hakkında en fazla ortak görüşe sahip olan grupların;

- Cinsiyet gruplarında; erkek grubu,
- Eğitim düzeyi gruplarında; ortaokul grubu,
- İkamet süresi gruplarında; 1 yıldan az grubu olduğu tespit edilmiştir.

Ayrıca benzer şekilde Erdem (2017) tarafından yapılan çalışmada da turizmin olumsuz çevresel ve kültürel etkilerini algılamaları ile demografik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu anlaşılmıştır.

Genel olarak bakıldığında, Adana'da ikamet eden katılımcıların turizmin gelişimine yönelik algı ve destekleri pozitif yöndedir. Yapılan araştırma neticesinde, söz konusu olumlu algı ve desteklerin artarak devam etmesi ve Adana turizminin daha iyi yerlere gelmesi için, ilgili taraflara birtakım öneriler getirilebilir. Bu öneriler:

- Bir bölgenin turizm bölgesi olarak anılması ve turist ağırlaması için en başta halledilmesi gereken sorunların başında bölgenin alt ve üst yapı sorunları gelir. Bu sebeple Adana'da alt yapı ve üst yapı sorunlarının halledilmesinde daha kalıcı ve radikal çözümler getirilmelidir.
- Turizm sektörünün en temel sorunlarının başında gelen tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin yetersizliği Adana turizmi içinde önemli bir

eksiklidir. Doğru planlama ve projelerle Adana turizmi daha geniş kitle hitap edebilir.

- Adana Türkiye'nin en büyük ve en gelişmiş şehirlerinden biri olmasına rağmen, şehir merkezinin yıllardır gereken önemi görememesi, modern mimariden uzak kalan bina ve yapıları, çarpık kentleşme, şehir ve bölge planlamasının çok eskilere dayanması, trafik sorunu gibi sebepler şehrin imajına gölge düşürmektedir.
- Şehirde karşılaşılan sorunlardan bir diğeri de turizm sektöründe hizmet veren işletmelerin bünyelerinde; gereğinden fazla eğitimsiz personel çalıştırmalarıdır. Turizmin gelişiminin hedeflendiği bir bölgede, işletmelerde çalışan ve istihdam edilecek nitelikli personel sayısının artması gerekmektedir.
- Belediyeler hem yerel halkı hem de Adana'ya gelen turistleri düşünerek şehre yeni rekreasyon alanları kazandırmalıdır.
- Adana turizminde rastlanan sıkıntılardan biride; örgütlenme sorunudur. Fiili olarak hizmet vermekte olan turizm örgütlerinin yetersizliği, bunun yanı sıra merkezi ve yerel yönetimler ile meslek kuruluşları arasındaki kopukluk ve iletişimsizlik turizmde yaşanan örgütlenme sorunlarının başlıca nedenlerindedir.
- Adana'daki halkın ve gelen turistlerin bilinçlendirilmesi için yürütülen çalışmaların sayılarının arttırılması olarak sayılabilir.

Adana'da ikamet eden yerel halkın turizm algısı ve desteğinin araştırıldığı bu çalışmanın; gelecekte yapılabilecek benzer konudaki yerli ve yabancı araştırmalara faydalı olabileceği öngörülmektedir. Türkiye'de de farklı illerde, gerçekleştirilmiş veya gerçekleştirilecek olan benzer konudaki çalışmalar için, bir karşılaştırma olanağı sağlayarak ilgili literatüre katkı da bulunabilir.

Turizm faaliyetlerinde yalnızca yerel halk yer almamaktadır. Adana'yı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerinde turizm algılarının ölçülmesi Adana turizminin gelişmesine katkı sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- ADANA GÜÇBİRLİĞİ VAKFI**, (1999). **Uru Adania Adanos Batana Danuna Erdena Ezene Adana Sosyo-Ekonomik Rapor**, 1. Baskı, Adana: Çukurova Üniversitesi Basımevi.
- ADANA İL KÜLTÜR VE TURİZM MÜDÜRLÜĞÜ**, (2019). Web: <http://www.adanakulturturizm.gov.tr/TR-219261/konaklayan-turist-sayisi-ve-degisim-yuzdesi.html>, Erişim Tarihi: 10.01.2019.
- ADANA İL KÜLTÜR VE TURİZM MÜDÜRLÜĞÜ**, (2019). Web: <http://www.adanakulturturizm.gov.tr/TR-219266/turizm-isletme-belgeli-konaklama-tesisleri.html>, Erişim Tarihi: 10.01.2019.
- ADANA VALİLİĞİ**, (1999). **Adana İl Turizm Envanteri**, 1. Baskı, Adana: Harput Ofset.
- ADIGÜZEL**, Fatih (2014). “**Kentsel Gelişme İle Ulaşım Etkileşimi: Adana Örneği**”, Kahramanmaraş Üniversitesi Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş.
- AKDAĞ**, Gürkan ve diğerleri (2016). “Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi İçin Yeni Bir Alternatif: Surf&Turf”, **Journal of Tourism and Gastronomy Studies**, 4 (1), 272.
- AKIN**, Aliye ve Şimşek Mustafa Yaşar ve Akın Adnan (2012). “Turizm Sektörünün Ekonomideki Yeri ve Önemi”, **Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi**, 4 (7), 75.
- AKLANOĞLU**, Filiz (2010). “Geleneksel Yerleşmelerde Kültür Turizmi: Beypazarı Örneği”, **Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi**, 10 (2), 125.
- AKMAN**, Didem (2007). “**Turizm Gelişmesinin Yarattığı Doğal Ve Kültürel Değişimler: Kaş Örneği**”, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Çevre Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- AKSOY**, Mustafa ve Sezgi Gülistan (2015). “Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları”, **Journal of Tourism and Gastronomy Studies**, 3 (3), 80.
- AKTAŞ**, Gürhan (2008). **Türkiye Turizm Coğrafyası**, 1. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- AKOVA**, Orhan (2006). “Yerel Halkın Turizm Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma”, **Akademik İncelemeler Dergisi**, 1 (2).
- ALNİAÇIK**, Ümit ve İslamoğlu A. Hamdi (2016). **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**, 5. Baskı, İstanbul: Beta Basın Yayın Dağıtım.
- ALTIN**, Ufuk ve diğerleri (2012). “Sağlık Turizmi ve Uluslararası Hastalar İçin Türkiye Pazarı”, **Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi**, 3 (3), 158.

ALTUNIŞIK, Remzi ve diğeri (2015). **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**, 8. Baskı, İstanbul: Sakarya Yayıncılık.

ANDRIOTIS, Konstantinos (2005). "Community Groups' Perceptions of and Preferences for Tourism Development: Evidence From Crete", **Journal of Hospitality & Tourism Research**, 1 (29).

APAK, Ömer Ceyhun (2016). "**Kış Turizmine Katılan Yerli Turistlerin Tüketici Davranışları Üzerine Bir Araştırma: Kayseri Örneği**", Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Karabük.

ARABACI, Havva (2018). "Turizm Sektörünün Ekonomik Büyümeye Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme", **Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi**, 4 (3), 105.

ARABOĞA, Yeşim (2018). "**Bitlis İlinin Turizm Potansiyeli ve Yerel Halkın Turizm Olgusuna Bakış Açısı**", Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep.

ARACI, Ülker Erdoğan ve Bucak Turgay (2013). "Türkiye'de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme", **Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 16 (30), 207.

ARMUTCU, Barış (2017). "**Gaziantep'te Kongre Turizminin Mevcut Durumu Ve Geliştirilme Stratejileri Üzerine Bir Araştırma**", Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep.

AVCI, Hasan ve Kurnaz Ali ve Garda Betül (2016). "Konya İli'nin Kongre Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi", **Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi**, 11, 2.

AVCIKURT, Cevdet (2007). **Turizm Sosyolojisi**, 2. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.

AYDIN, Oğuz (2012). "Türkiye'de Alternatif Bir Turizm; Sağlık Turizmi", **Kahramanmaraş Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 14 (23), 92.

AYDOĞDU, Aydoğan ve Duman Senem (2017). "Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi: Kastamonu Örneği", **Turizm ve Araştırma Dergisi**, 6 (1), 6.

BAHAR, Ozan (2007). "Bölgesel Kalkınmada Turizm Sektörünün Ekonomik Açından Yeri ve Önemi", **Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 19, 4.

BAHAR, Ozan ve Kozak Metin (2012). **Turizm Ekonomisi**, 4. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.

BAHAR, Ozan ve Kozak Metin (2013). **Turizm Ekonomisi**, 1.Baskı, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basın Yayın Dağıtım.

BARCA, Mehmet ve Akdeve Erdal ve Balay Gedik İklim (2013). “Türkiye Sağlık Turizm Sektörünün Analizi ve Strateji Önerileri”, **İşletme Araştırma Dergisi**, 5 (3), 66.

BATMAN, Orhan ve Kaya Muhammet Caner (2016). “Sakarya’nın Kongre Turizmi Pazarı Arz Analizi: Yerel Paydaşlar Üzerinde Bir Araştırma”, **İşletme Bilimi Dergisi**, 4 (1), 80.

BAYAT, Gülşen (2010). "**Turizmin Yerel Halk Tarafından Algılanması: Iğdır Halkı Üzerine Bir Araştırma**", Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kars.

BAYKAN, Eda ve Meydan Uygur Selma (2007). “Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri”, **Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, 2, 32.

BİNGÖL, Zekeriya (2004). “Akdeniz Bölgesinin Kültür ve İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi”, **Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi**, 8 (1), 127.

BOĞAN, Erhan ve Sarıışık Mehmet (2016). “Yerel Halkın Turizm Faaliyetine Yönelik Görüş ve Algılamalarının Belirlenmesi Üzerine Alanya’da Bir Araştırma”, **Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 12, 324-342.

BOZGEYİK, Yusuf ve Yoloğlu Yunus (2015). “Türkiye’de Turizm Gelirleri İle Gsyh Arasındaki İlişki: 2002-2014 Dönemi”, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 8 (40), 630.

BÜKEN, Mesut Efe (2016). “**Adana İlinde İklim Değişikliği Etkileri Değerlendirmesi**”, Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Çevre Mühendisliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Adana.

CENGİZ, Gülizar ve Akkuş Çetin (2012). “Kırsal Turizm Kapsamında Yöre Halkının Kalkındırılması: Erzurum Örneği”, **Kahraman Maraş Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 14 (22), 64.

CİVELEK, Ayşen (2010). “Turizmin Sosyal Yapıya Ve Sosyal Değişmeye Etkileri”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Yüksek Okulu Dergisi**, 1 (13), 334.

CÖMERT, Menekşe ve Sökmen Alev (2017). “Türkiye’de Gastronomi Turizmi: Antalya’da Konaklayan Turistler Üzerine Bir Araştırma”, **Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi**, 14 (3), 8.

ÇAK, Murat ve Oktayer Nagihan ve Susam Nazan (2007). **Türkiye’de Turizm Ekonomisi**, İstanbul: İnfomag Yayıncılık.

ÇAVUŞ, Ahmet ve Altaş Namık Tanfer ve Zaman Nilgün (2015). “Türkiye’nin Kış Turizmi Koridorunda Yeni Bir Kış Turizm Merkezi: Konaklı”, **Marmara Coğrafya Dergisi**, 31, 346.

ÇEKEN, Hüseyin ve Karadağ Levent ve Dalgın Taner (2007). “Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye’ye Yönelik Teorik Bir Çalışma”, **Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi**, 8 (1), 5.

ÇELİK, Gökhan (2012). “**Turizmin Ekonomik Kalkınmaya Katkıları: Manisa İli Örneği**”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi Ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Isparta.

ÇELİKKANAT, Nazik (2015). “**Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı: Bodrum İlçesi Örneği**”, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Rekreasyon Yönetimi Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara.

ÇETİN, Turhan (2009). “Beypazarı’nda Turist-Yerli Halk Etkileşimi ve Turizmin Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Etkileri” **Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi**, 4 (1), 17.

ÇOBAN, Zehra (2015). “**Kocaeli İlinin Turizm Potansiyeli Ve Karşılaşılan Sorunlar**”, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli.

DELİCE, Kadriye (2012). “**Kongre Turizmi Ve Türkiye’deki Toplantılarda Katılımcı Algularının İncelenmesi; Antalya Yöresinde Bir Uygulama**”, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Antalya.

DEMİR, Cengiz (2002). “Turizm Ve Rekreasyon Faaliyetlerinin Olumsuz Çevresel Etkileri: Türkiye’deki Milli Parklara Yönelik Bir Uygulama”, **Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 17 (2), 94.

DEMİRTAŞ, Nihat (2011). **Turizm ve Çevre**, 1. Baskı, Ankara: Ankara Üniversitesi Uzaktan Eğitim Yayınları.

DİKİCİ, Davut ve Kodaş Erkan (2012). “Ahlat, Kırsal Bölgesinde Gastronomi Turizminin Muhtemel Toplumsal Etkileri Üzerine Nitel Bir Çalışma”, **Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 4 (2), 54.

DİNÇ, Yakup ve diğerleri (2015). “Gastronomi Turizmi: Ayvalık’ta Yerli Turistler Üzerinde Görgül Bir Araştırma”, **Journal of Tourism and Gastronomy Studies**, 3 (1), 16.

DOĞAN, Seyhun ve Yıldız Zafer (2007). “Bölgesel Kalkınma, Turizmin İlişkisi Ve Göller Bölgesi Kalkınmasında Alternatif Turizm Potansiyelinin Kullanılabilirliğine Yönelik Bir Araştırma”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2 (6), 155.

DOĞANAY, Hayati ve Zaman Serhat (2013). **Türkiye Turizm Coğrafyası**, 4.Baskı, Erzurum: Pegem Akademi Yayıncılık.

DOĞANCİLİ, Olca Sezen (2017). “**Alternatif Turizm Bağlamında Göller Bölgesi Ekoturizm Değişim Planının Değerlendirilmesi**”, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara.

DOĞANER, Suna (2001). **Türkiye Turizm Coğrafyası**, 1. Baskı, İstanbul: Çantay Kitabevi.

DÖKME, Sema (2016). “**Sağlık Turizmi Açısından Adana İlinin İncelenmesi Ve Sağlık Çalışanlarının Medikal Turizm Faaliyetlerine Bakış Açısı: Bir Hastane**

Örneği”, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş.

DURAN, Erol (2011). “Turizm, Kültür ve Kimlik İlişkisi; Turizmde Toplumsal Ve Kültürel Kimliğin Sürdürülebilirliği”, **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 10 (19), 298.

DURAN, Celalettin (2012). “Türkiye de Dağlık Alanların Kırsal Turizm Açısından Önemi”, **Kahramanmaraş Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 14 (22), 49.

EMEKLİ, Gözde (2006). “Coğrafya, Kültür Ve Turizm: Kültürel Turizm”, **Ege Coğrafya Dergisi**, 15, 54.

ENES, Kemal (2013). “**Ankara’nın Kongre Turizmi Potansiyeli**”, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

ERDEM, Ahmet (2017). “**Turizm Faaliyetlerinin Yerel Halk Tarafından Nasıl Algılandığının Tespitine Yönelik Bir Çalışma: Kayseri Örneği**”, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kayseri.

ERSOY, Hayriye (2017). “**Turizmin Gelişiminin Yerel Halk Üzerine Sosyo-Kültürel Etkileri: Manavgat Örneği**”, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

ERSUN, Nur ve Arslan Kahraman (2009). “Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Kapadokya Bölgesinde Kongre Turizmini Geliştirme Olanakları”, **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 34, 140.

ESHLİKİ, Sajad Alipour ve Kaboudi Mahdi (2012). “Community Perception of Tourism Impacts and Their Participation in Tourism Planning: A Case Study of Ramsar”, **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 36, 333-341.

ESKİN, Bülent ve Tuncer Mehmet ve Demirçivi Burak Murat (2017). “Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Ekolojik Turizm: Hasan Dağı Örneği”, **Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 9 (3), 16.

EŞİTTİ, Bekir ve Kıngır Said (2015). “Konya İli Örneğinde Kalkınma ve İnanç Turizmi”, **Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 6 (12), 179.

FARAHANİ-ZAMANI, Hamira ve Musa Ghazali (2008). “Residents’ Attitudes and Perception Towards Tourism Development: A Case Study of Masooleh”, **Tourism Management**, 6 (29), 1233-1236.

FİLİZ, Aysu (2017). “**Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı Ve Tutumlarının Turizm Gelişim Yaklaşımları Kapsamında Değerlendirilmesi: Mazi Köyütürkbükü Karşılaştırmalı Analizi**”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

GARDA, Betül ve Temizel Metehan (2016). “Sürdürülebilir Turizm Çeşitleri”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi**, 12, 10.

GÖKÇE, Faruk (2016). “**Yerli Halkın Turizmin Gelişimine Yönelik Algısı Ve Desteği: Afyonkarahisar Örneği**”, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Afyon.

GÜDÜ DEMİRBULAT, Özge. (2012). “Turizmin Sosyal Ve Kültürel Etkilerinin Turist Rehberleri Tarafından Algılanması Üzerine Bir Araştırma: Trabzon İli Örneği”, **Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, 1, 57.

GÜLBAHAR, Onur (2008). “Turizmin Türkiye’de 1980 Sonrası Dönemde Cari İşlemler Dengesine Etkisi”, **Journal of Qafqaz University**, (24), 155.

GÜLBAHAR, Onur (2009). “1990’lardan Günümüze Türkiye’de Kitle Turizminin Gelişimi Ve Alternatif Yönelimler”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 14 (1), 164.

GÜNEŞ, Nilgün (2014). “**Yerel Halkın Turizm Algısı ve Turizme Katılımı: Antalya Konyaaltı ve Kepez İlçesi Örneği**”, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Antalya.

GÜRBÜZ, Ahmet (2002). “Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi Üzerine Bir Araştırma” **Teknoloji Dergisi**, 5 (1), 54.

GÜZEL, Özlem F. (2010). “Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Yeni Bir Dinamik: İnanç Turizmi”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi**, 2 (2), 90.

HANAFİAH, Mohd Hafiz ve Jamaluddin Mohd Raziff ve Zulkifly Muhammad İzzat (2013). “Local Community Attitude and Support Towards Tourism Development in Tioman Island, Malaysia” **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 3 (105), 792-800.

HASANLI, İmdad (2015). “**Turizmin Bakü’de Yerel Halk Tarafından Algılanması**”, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

HAZAR, Atıla (2007). **Spor ve Turizm**, 1. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.

İÇÖZ, Onur (2008). “**Spor Turizmi Pazarlaması ve Futbol Takımlarının Hazırlık Dönemi Kamp Yeri Tercihlerini Belirleyen Etkenler**”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

İLDİRİMLİ, Günay (2017). “**Yat Turizmi Paydaşları İle İzmir Yat Turizmine Yönelik Bir Swot Analizi**”, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Burdur.

JALANI, Jeffrey O. (2012). “Local People’s Perception on The Impacts and Importance of Ecotourism in Sabang, Palawan, Philippines” **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 9 (57), 247-254.

KAHRAMAN, Nüzhet ve Türkay Oğuz (2006). **Turizm ve Çevre**, 2. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.

KARACA, Oya Berkay ve Yıldırım Oya ve Çakıcı Celil (2016). “Yerel Halkın “Adana-Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı”na Yönelik Algı Ve Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma”, **Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi**, 13 (2), 51.

KARACAOĞLU, Sıla (2017). “Yerel Halkın Toplum Temelli Turizm Gelişimine İlişkin Algı, Tutum ve Desteği: Misi Köyü Örneği”, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Mersin.

KARHARMAN, Abdulselam (2014). “Antalya Destinasyonunda Spor Turizmi”, Karadeniz Teknik Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Trabzon.

KART GÖLGEİ, Ürfe (2016). “Yerel Yiyeceklerin Gastronomi Turizmindeki Yeri Ve Önemi: Anamur Örneği”, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Mersin.

KASALAK, Murad Alpaslan (2014). “Ekoturizm Girişimcilerinin İnovasyona Yatınlığının Ölçülmesi: Muğla Yöresinde Yer Alan Ekolojik Oteller Kapsamında Bir Alan Araştırması”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Konya.

KAYPAK, Şafak (2010). “Ekolojik Turizmin Sürdürülebilirliği”, **Alanya İşletme Fakültesi Dergisi**, 2 (2), 96.

KINACI, Bahar ve Pehlivan Nalan Albuz ve Güneş Seyhan (2011). **Turizm ve Çevre**, 1. Baskı, Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

KIZILDEMİR, Özgür (2017). “Turizmin Ekonomik Etkilerinin Bölgesel Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi: Adana Örneği”, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Sakarya.

KIZILGÖL, Özlem ve Erbaykal Erman (2008). “Türkiye’de Turizm Gelirleri İle Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 3 (2), 354.

KIZILIRMAK, İsmail (2006). **Yayla Turizmi**, 1. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.

KOÇ, Taylan (2010). **Yönetişim Sarmalında Bir Kent Adana**, 1. Baskı, Ankara: Yargı Yayınevi.

KOZAK, Nazmi (2012). **Genel Turizm Bilgisi**, 1. Baskı, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basın Yayın Dağıtım.

KOZAK, Nazmi ve Kozak Metin ve Akoğlan Kozak Meryem (2012). **Turizm Ekonomisi**, 13. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.

KOZAN, Gökçe Yasemin ve Özdemir Sami Sonat ve Günlü Ebru (2014). “Turizm Yazınında “Deniz Turizminin Olgusal Gelişimi”, **Denizcilik Fakültesi Dergisi**, 6 (2), 116.

KÖROĞLU, Özlem (2012). “İçsel Ve Dışsal İş Doyum Düzeyleri İle Genel İş Doyum Düzeyi Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Turist Rehberleri Üzerinde Bir Araştırma”, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, 13 (2), 275.

KUTER, Nazan ve Ünal H. Emre, (2009). “Sürdürülebilirlik Kapsamında Eko Turizmin Çevresel, Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Etkiler”, **Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi**, 9 (2), 148.

KÜÇÜKSARI, Gizem (2011). “**Turizmin Yerel Ekonomiye Etkisinin Konaklama İşletmeleri Özelinde Analizi: Manavgat Örneği**”, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

MEMİLİ, Sedat ve Akdoğan Mehmet (2011). **Adana Ansiklopedisi Geçmişten Günümüze Adana Hakkında Aradığımız Herşey**, 1. Baskı, Adana: Adana Büyükşehir Belediyesi Basın Yayın Dağıtım.

MEMLÜK, Yalçın ve Mikaeili Mahshid (2013). “Kırsal Turizm ve Kültürel Turizmin Bütünleşmesi ve Kırsal Sürdürülebilir Kalkınma”, **Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi**, 3 (2), 89.

ONGUN, Utku ve Gövdere Bekir (2014). “Bölgesel Kalkınmada Kırsal Turizmin Etkisi: Ağlasun Yeşilbaşköy Örneği”, **Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi**, 4 (2), 52.

ÖZCAN, Ceyhun Can (2016). **Turizmin Ekonomi Politikası**, 1. Baskı, İstanbul: Paradigma Akademi Basın Yayın Dağıtım.

ÖZÇELİK HEPER, Fatma (2015). “**Kongre Turizmi Açısından İstanbul İli’nin Uluslararası Rekabetçilik Analizi**”, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Sakarya.

ÖZDEMİR, Sami Sonat (2014). “Kongre Ve Toplantı Otellerinin Rekabet Stratejileri: İzmir Örneği”, **VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi**, 474.

ÖZEL, Çağrı Hale (2014). “Turizmin Sosyo-Kültürel Boyutta Ortaya Çıkardığı Etkilerin İncelenmesi: Marmaris Örneği”, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 42, 57.

ÖZGÜÇ, Nazmiye (2003). **Turizm Coğrafyası Özellikler ve Bölgeler**, 4. Baskı, İstanbul: Çantay Kitabevi.

ÖZTAŞ, Kadir (2002). **Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri**, 1. Baskı, Ankara: Nobel Yayın ve Dağıtım.

ÖZTAŞ, Kadir ve Karabulut Tahsin (2007). “Turistik Destinasyon Oluşturma Potansiyeli Açısından Göller Yöresinin Önemi”, **Selçuk Üniversitesi Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 12 (9), 132.

ÖZTÜRK, Yüksel ve Yazıcıoğlu İrfan (2002). “Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma”, **Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, 5.

PEKER, Mustafa Rıdvan (2017). “**Sosyal Medyanın Pazarlama İletişiminde Kullanımı-Twitter Mecrasında Örnek Marka Uygulaması**”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya.

PHILEMON, John M. (2015). “Assessment of Tourists Perception and Satisfaction of Tanzania Destination”, **European Scientific Journal**, 11 (13), 107-119.

SARGIN, Sevil (2006). “Yalvaç'ta İnanç Turizmi”, **Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 16 (2), 3.

SARI, Didar ve Uçar Zefure (2010). “Turizm Sektörünün İstihdam Yaratmadaki Yeri ve 2009 Krizinin Türkiye Turizm İstihdamına Etkileri”, **International Conference On Eurasian Economies 2010**, 339.

SEĞMENOĞLU, Nuhan (2018). “**Adana İlinde Arıcılığın Genel Yapısı ve Arıcılık Faaliyetleri**”, Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Zootekni Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Elâzığ.

SEZER, İbrahim (2017). “Kültür Turizmi Olanaklarının Değerlendirilmesi: Şebinkarahisar İlçesi Örneği”, **Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi**, 59, 38.

SİT, Jason ve diğerleri (2014). “Residents’ Support for Tourism Development: The Role of Residents’ Place Image and Perceived Tourism Impacts”, **Tourism Management**, 45, 260-274.

SOYKAN, Füsün (2003). “Kırsal Turizm Ve Türkiye Turizmi İçin Önemi”, **Ege Coğrafya Dergisi**, 12, 2.

SÖNMEZ, Bülent (2012). “**Türk Turizminin Dünya Turizmindeki Yeri Türkiye Ekonomisine Etkileri**”, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Denizli.

SÖNMEZ, Mehmet Emin (2012). “Adana Şehrinin Alansal Gelişimi ve Yakın Çevresinin Arazi Kullanımında Meydana Gelen Değişimler”, **Türk Coğrafya Dergisi**, 57, 58.

SUNGUR, Zerrin (2012). “Sürdürülebilir Ekoturizmin Toplumsal Etkileri: Türkiye’den Örnekler”, **International Conference On Eurasian Economies 2012**, 339.

SUSAN, Fatih (2016), “**Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü ve Balıkesir Örneği**”, Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

ŞAFAK, İsmail (2003). “Türkiye’deki Av Turizmi Uygulamalarının Özel Avlak İşletmelerine Etkileri”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi**, 2, 135.

ŞENOL, Fazıl (2008). **Turizm Coğrafyası**, 1. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.

ŞİT, Mustafa (2016). “Türkiye’de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı”, **Akademik Yaklaşımlar Dergisi**, 7 (1), 110-111.

TAŞ, Muhammed (2015). “İnanç Turizmi Kapsamında Umre Seyahatlerine Katılan Müşterilerin Memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma”, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.

TORUN, Ehlinaz (2013). “Kırsal Turizmin Bölge İnsanına Katkıları”, Kahramanmaraş Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 15 (24), 32.

TUNA, Muammer (2007). Turizm, Çevre ve Toplum, 2. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.

TURAN, Barış (2018). “Yerel Halkın Turizm Etkilerine Yönelik Algısı ile Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki: İzmir İli Örneği”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Erzurum.

TUROB (Türkiye Otelciler Birliği) (2018). Web: <http://www.turob.com/tr/istatistikler/unwto-2017-turizm-barometresi>, Erişim Tarihi: 15.02.2019.

TUTAR, Filiz ve diğerleri (2013). “Turizm Sektörünün İstihdam Üzerine Etkileri”, Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi, 2 (4), 16.

TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) (2017). Web: <http://tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>, Erişim Tarihi: 29.11.2018.

TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) (2018). Web: <https://biruni.tuik.gov.tr/ilgosterge/?locale=tr>, Erişim Tarihi: 12.02.2019.

TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) (2018). Web: <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr>, Erişim Tarihi: 12.02.2019.

TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) (2018). Web: <https://biruni.tuik.gov.tr/bolgeselististik/tabloOlustur.do>, Erişim Tarihi: 13.02.2019.

TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) (2018). Web: <https://biruni.tuik.gov.tr/bolgeselististik/tabloOlustur.do>, Erişim Tarihi: 13.02.2019.

TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği) (2018). Web: https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yeri/dis-ticaret-aciklarini-kapatmada-payi_916.html, Erişim Tarihi: 29.04.2019.

ULU, Enver Ali (2010). “Türkiye’de Turizm Sektörünün Ekonomik Etkileri Ve Avrupa Birliği Sürecinde Turizm Politikalarına Alternatif Yaklaşımlar”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

UYAR, Hande ve Zengin Burhanettin (2015). “Gastronomi Turizminin Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi Bağlamında Gastronomi Turizm İndeksinin Oluşturulması”, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3 (17), 357.

ÜNLÜÖNEN, Kurban ve Özekici Yakup Kemal (2017). “Yeni Gelişen Destinasyonlarda Turizm Algısı: Yozgat İli Üzerine Bir Alan Araştırması”, **Journal of Tourism and Gastronomy Studies**, 466-488.

ÜNVER, Gülçin ve Güzel Şahin Gonca (2015). “Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak “Gastronomi Turizmi”: İstanbul’un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma”, **Journal of Tourism and Gastronomy Studies**, 3 (2), 65.

YAĞCI, Özcan (2007). **Turizm Ekonomisi**, 2. Baskı, Ankara: Detay yayıncılık.

YAZGAN, Murat Ertuğrul ve Khabbazi Parisa Aliasghari (2012). “Kırsal Peyzaj ve Ekoturizm”, **Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi**, 2 (2), 7.

YILDIRIM, Metin ve Zorkirişçi Ebru ve Kar Muhsin (2004). “Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme”, **Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 8, 103.

YILDIRIM, Merve ve Öztürk Deniz Fatma (2018). “Turizmin Yerel Halkın Sosyo-Kültürel Yapısına Etkisi”, **Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi**, 1 (2), 84.

YILDIRIM SAÇILIK, Melahat ve Toptaş Aytaç (2017). “Kültür Turizmi ve Etkileri Konusunda Turizm Öğrencilerinin Algılarının Belirlenmesi”, **Turizm Akademik Dergisi**, 4 (2), 109.

YILDIZ, Zafer (2011). “Turizmin Sektörünün Gelişimi Ve İstihdam Üzerindeki Etkisi”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi**, 3 (5), 66.

YILDIZ, Zafer ve Kalağan Gökhan (2008). “Alternatif Turizm Kavramı ve Çevresel Etkileri”, **Yerel Siyaset Dergisi**, 35, 43.

YILMAZ, Ümmühan (2006). “Eko Turizm Destinasyonu Olarak Buldan”, **Buldan Sempozyumu 2006**, 245.

ZENGİN, Burhanettin (2010). “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisine Reel ve Moneter Etkileri” **Akademik İncelemeler Dergisi**, 5 (1), 106.

EK-1: Anket Formu

Değerli Katılımcı,

Bu anket formu, Adana'da yaşayan yerel halkın turizm hakkındaki düşünce ve beklentilerinden yararlanılmak amacıyla yüksek lisans tez çalışması için hazırlanmıştır. Vereceğiniz bilgiler belirtilen amaç dışında kullanılmayacaktır.

Anketteki ifadeye ilişkin düşünceye katılma derecenizi "Kesinlikle Katılmıyorum, Katılmıyorum Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, Katılıyorum, Kesinlikle Katılıyorum" seçeneklerinden yalnız birini işaretlemek suretiyle belirtiniz. Her ifade için uygun gördüğünüz seçeneğin yanındaki kutucuğa (X) işareti koymanız yeterlidir. Araştırmanın amacına ulaşması için tüm ifadelere ilişkin görüşlerinizi belirtmenizi rica eder, katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.

Kaan ÇEVİKER
Yüksek Lisans Öğrencisi
Necmettin Erbakan Üniversitesi

1. Cinsiyetiniz:

Kadın Erkek

2. Yaşınız:

15 - 24 25 - 34 35 - 44 45 - 54 55 ve üzeri

3. Medeni durumunuz:

Evli Bekâr

4. Eğitim düzeyiniz:

İlkokul Ortaokul Lise Üniversite Lisansüstü ve üzeri

5. Gelir düzeyiniz:

1 - 1000 1001 - 2000 2001 - 3000 3001 ve üzeri

6. Kaç yıldır Adana'da yaşıyorsunuz?

Doğduğumdan beri 1 yıldan az 1-5 yıl 6-10 yıl

11-15 yıl 16-20 yıl 21 yıl ve üzeri

| ADANA İLİ | Kesinlikle | | Ne Katılıyorum | | Kesinlikle |
|--|--------------|--------------|----------------|-------------|-------------|
| | Katılmıyorum | Katılmıyorum | Katılıyorum | Katılıyorum | Katılıyorum |
| 7. Turizm, yerel ürünlerin üretiminin artmasını sağlamaktadır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. Turizm, yerel halka daha fazla ekonomik kazanç sağlamaktadır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. Turizm, yerel ekonominin canlanmasını sağlamaktadır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. Turizm, yerel halk için yeni iş olanakları ortaya çıkarmaktadır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. Turizm, bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. Turizmin gelişmesi bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13. Turizm, bölgedeki mal ve hizmetlerin fiyatlarını arttırmaktadır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14. Turizm, yerel halk arasında kazanç eşitsizliği yaratmaktadır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15. Turizm, kültürel faaliyetlerin gelişimini sağlamaktadır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16. Turizm, yerel halkın farklı kültürlerle tanışmasını sağlamaktadır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17. Turizm, yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18. Yerel halkın boş zaman değerlendirme imkânlarını çeşitlendirmektedir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19. Turizm, Adana'nın dışı açılımını sağlamaktadır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 20. Turizm, yerel halkın davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 21. Turizm, kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 22. Turizm, yerel halkın şehirdeki turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 23. Turizm, doğal çevrenin korunmasını ve gelişimini desteklemektedir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 24. Turizm, gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 25. Turizm, çevre bilincini arttırmaktadır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 26. Turizm, tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 27. Turizm, çevre kirliliğine (toprak, hava, su vb.) neden olmaktadır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 28. Doğayı (bitkiler, hayvanlar, ekosistem vb.) olumsuz etkilemektedir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 29. Turizm kalabalıklaşma, gürültü kirliliği vb. problemler oluşturmaktadır | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 30. Turizm sektörünün gelişmesini destekliyorum. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 31. Turizm yatırımları artarak devam etmelidir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 32. Turizm sektörünün gelişimi için daha fazla çaba sarf edilmelidir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

ÖZGEÇMİŞ

1990 yılında Kayseri'nin Kocasinan ilçesinde doğan Kaan ÇEVİKER, ilköğretim ve lise eğitimini Kayseri'de tamamlayıp, 2015 yılında yine aynı şehirdeki Erciyes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Turizm İşletmeciliği bölümünden mezun olmuştur. 2016 yılından itibaren Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Bilim Dalında yüksek lisans öğrencisi olarak eğitim hayatına devam etmektedir.

