

T.C.
ALANYA ALAADDİN KEYKUBAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YERLİ HALKIN TURİZM ALGILARININ DEMOGRAFİK
DEĞİŞKENLER BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Merve UZUN

Danışman
Dr. Öğretim Üyesi Nacide ÖTER

Alanya
Eylül, 2019

Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne

Merve UZUN'un bu çalışması, jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Doç. Dr. Yalçın ARSLANTÜRK

Üye (Danışmanı) : Dr. Öğr. Üyesi Nacide ÖTER

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Tolga GÜL

Tez Başlığı: YERLİ HALKIN TURİZM ALGILARININ DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 19/09/2019

Mezuniyet Tarihi :/...../20...

Dr. Öğr. Üyesi Yakup ARI
Sosyal Bil. Enst. Müdürü
Müdür

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.

Tezi Hazırlayan

Merve UZUN



İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	i
TABLolar LİSTESİ	iii
ŞEKİLLER LİSTESİ	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii
BİRİNCİ BÖLÜM	3
DESTİNASYON KAVRAMI VE ÖZELLİKLERİ	3
1.1. Destinasyon Tanımı.....	3
1.2. Destinasyonların Özellikleri.....	7
1.3. Destinasyon Türleri.....	7
1.4. Destinasyon Seçimini Etkileyen Faktörler.....	10
1.5. Destinasyon Çekim Unsurları.....	10
İKİNCİ BÖLÜM	12
ALANYA VE TURİZM	12
2.1. Alanya' nın Tarihçesi.....	12
2.2. Alanya İlçesinde Turizmin Gelişimi.....	12
2.3. Alanya' nın Turistik Tesisleri.....	13
2.4. Alanya' da Ulaşım Olanakları.....	15
2.4.1. Alanya Limanı ve Kruvaziyer Turizm Yolcu İstatistikleri.....	15
2.4.2. Alanya Gazipaşa Havalimanı ve Antalya Havalimanı Yolcu İstatistikleri.....	17
2.5. Alanya' nın Turizm Potansiyeli.....	20
2.5.2. Alanya' nın Kültürel ve Tarihi Değerlerini Oluşturan Unsurlar.....	21
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	25
YEREL HALKIN TURİZME YÖNELİK ALGILARI VE TURİZMİN ETKİLERİ	25
3.1. Algı Kavramı ve Algılama Süreci.....	25
3.2. Yerel Halk Kavramı.....	25
3.3. Yerel Halkın Turizm Gelişimini ve Turizmin Etkilerini Algılaması.....	26
3.4. Yerel Halkın Turizme Verdiği Desteği Etkileyen Faktörler.....	28
3.4.1. Sosyo-ekonomik Faktörler.....	28
3.4.2. Mekansal Faktörler.....	29

3.4.3. Ekonomik Bağımlılık	30
3.4.4. Yerel Halk ve Toplumun Sınıflandırılması.....	30
3.5. Yerel Halkın Turizm Algısına Yönelik Başlıca Model ve Teoriler.....	30
3.5.1. Doxey Irridex (Irritation Index) Modeli.....	30
3.5.2. Butler Turizm Yaşam Döngüsü Modeli	32
3.5.3. Sosyal Değişim Teorisi	35
3.6. Yerel Halkın Turizme Yönelik Algıları Üzerine Daha Önce Yapılan Çalışmalar	36
3.4. Turizmin Etkileri.....	42
3.4.1. Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri	42
3.4.2. Turizmin Ekonomik Etkileri	43
3.4.3. Turizmin Çevresel Etkileri	44
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	46
YERLİ HALKIN TURİZM ALGILARININ DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER BAĞLAMINDA İNCELENMESİ	46
4.1.Araştırmanın Konusu.....	46
4.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi	46
4.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	48
4.5. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi	48
4.6. Ölçek Sorularının Geçerlilik ve Güvenilirliği	48
4.7. Araştırmanın Hipotezleri	49
4.8. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi	52
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	79
KAYNAKÇA.....	85
EKLER LİSTESİ.....	95
Ek 1. Anket Formu.....	95

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Alanya Bölgesi Konaklama İstatistiklerine Göre Tesislere Giriş Yapan Ziyaretçi Sayıları (2014-2019).....	14
Tablo 2: Alanya Bakanlık Belgeli Tesis/Yatak Kapasitesi	15
Tablo 3: Alanya Limanı Kruvaziyer Gemi ve Yolcu İstatistikleri (2014-2018)	16
Tablo 4: Antalya Havalimanı Gelen Ziyaretçilerin Aylara Göre Dağılımı (2017-2018).....	18
Tablo 5: Alanya Gazipaşa Havalimanı Gelen Ziyaretçilerin Aylara Göre Dağılımı (2017-2018).....	19
Tablo 6: Yerli Halkın Demografik Özellikleri	52
Tablo 7: Turizmin Algılanan Sosyo-Kültürel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutuna İlişkin Verilerin Sıklık Tablosu	53
Tablo 8: Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkileri Boyutuna İlişkin Verilerin Sıklık Tablosu.....	54
Tablo 9: Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutuna İlişkin Verilerin Sıklık Tablosu.....	55
Tablo 10: Turizm Gelişimine Verilen Destek Boyutuna İlişkin Verilerin Sıklık Tablosu.....	56
Tablo 11 : Turizmin Algılanan Sosyo-Kültürel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılık Tablosu	57
Tablo 12: Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılık Tablosu	57
Tablo 13: Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılık Tablosu	58
Tablo 14: Turizm Gelişimine Verilen Destek Boyutunun Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılık Tablosu	59
Tablo 15: Turizmin Algılanan Sosyo-Kültürel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Medeni Durum Değişkenine Göre Farklılık Tablosu	59
Tablo 16: Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Medeni Durum Değişkenine Göre Farklılık Tablosu	60
Tablo 17: Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Medeni Durum Değişkenine göre Farklılık Tablosu	61
Tablo 18: Turizm Gelişimine Verilen Destek Boyutunun Medeni Durum Değişkenine göre Farklılık Tablosu	61
Tablo 19: Turizmin Algılanan Sosyo-Kültürel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Meslek Değişkenine göre Farklılık Tablosu	62
Tablo 20: Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Meslek Değişkenine göre Farklılık Tablosu	63
Tablo 21: Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Meslek Değişkenine Göre Farklılık Tablosu	63
Tablo 22: Turizm Gelişimine Verilen Destek Boyutunun Meslek Değişkenine göre Farklılık Tablosu	64

Tablo 23: Turizmin Algılanan Sosyo-Kültürel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Doğum Yeri Değişkenine göre Farklılık Tablosu	65
Tablo 24: Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Doğum Yeri Değişkenine Göre Farklılık Tablosu	65
Tablo 25: Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Doğum Yeri Değişkenine göre Farklılık Tablosu	66
Tablo 26: Turizm Gelişimine Verilen Destek Boyutunun Doğum Yeri Değişkenine göre Farklılık Tablosu	67
Tablo 27: Turizmin Algılanan Sosyo-Kültürel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Turistlerle İletişim Değişkenine göre Farklılık Tablosu	67
Tablo 28: Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Turistlerle İletişim Değişkenine göre Farklılık Tablosu	68
Tablo 29: Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Turistlerle İletişim Değişkenine göre Farklılık Tablosu	69
Tablo 30: Turizm Gelişimine Verilen Destek Boyutunun Turistlerle İletişim Değişkenine göre Farklılık Tablosu	69
Tablo 31: Turizmin Algılanan Sosyo-Kültürel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Yaş Grupları Bakımından Analizi	70
Tablo 32: Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Yaş Grupları Bakımından Analizi	71
Tablo 33: Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Yaş Grupları Bakımından Analizi	71
Tablo 34: Turizm Gelişimine Verilen Destek Boyutunun Yaş Grupları Bakımından Analizi 72	
Tablo 35: Turizmin Algılanan Sosyo-Kültürel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Eğitim Durumu Bakımından Analizi	73
Tablo 36: Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Eğitim Durumu Bakımından Analizi	73
Tablo 37: Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Eğitim Durumu Bakımından Analizi	74
Tablo 38: Turizm Gelişimine Verilen Destek Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Eğitim Durumu Bakımından Analizi	75
Tablo 39: Turizmin Algılanan Sosyo-Kültürel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Yaşam Süresi Bakımından Analizi	75
Tablo 40: Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Yaşam Süresi Bakımından Analizi	76
Tablo 41: Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Yaşam Süresi Bakımından Analizi	77
Tablo 42: Turizm Gelişimine Verilen Destek Boyutunun Yaşam Süresi Bakımından Analizi 77	
Tablo 43: Turizmin Algılanan Sosyo-Kültürel Etkilerine İlişkin Hipotezlerin Sonuçları	81
Tablo 44: Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkilerine İlişkin Hipotezlerin Sonuçları	81
Tablo 45: Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif-Negatif Etkilerine İlişkin Hipotezlerin Sonuçları	82
Tablo 46: Turizm Gelişimine Verilen Desteğe İlişkin Hipotezlerin Sonuçları	83

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Bir Destinasyonu Oluşturan Unsurlar	5
Şekil 3. 1. Turizm Gelişim Süreci	26
Şekil 3. 2. Doxey Irridex (Irritation Index) Modeli.....	31
Şekil 3. 3. Butler Turizm Yaşam Döngüsü Modeli (1980).....	33
Şekil 4. 1. Farklılık Analizlerine İlişkin Karar Verme Şeması	47

ÖZET

Turizm sektörü açısından önem taşıyandestinasyonların başında gelen Alanya, doğal zenginlikleri ve eşsiz güzellikleri ile turistlerin tatil merkezi seçiminde devamlı tercih edilen bir destinasyondur. Deniz-kum-güneş turizminde ilk sıralarda yer alan Alanya ilçesi, sahip olduğu coğrafi konumu, iklimi, doğal güzellik ve manzaraları ile ekoturizm açısından, kültürel ve tarihi değerleri ile kültürel turizm açısından, bütün bunların yanında yayla turizmi, macera turizmi, spor turizmi, kış turizmi vb. birçok alternatif turizm çeşidi açısından zengin bir potansiyele sahiptir. Alanya’ da gerçekleştirilen bu çalışmada turizm zenginlikleri ve çekicilikleri ile turizmin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkilerine yönelik bölge halkının algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket uygulamasından faydalanılmış olup, elde edilen verilen SPSS.22 (Statistical PackageforSocialSciences) paket programında analiz edilmiştir. Anket formunda yer alan ölçek sorularının geçerlik ve güvenirliğinin hesaplanmasında Cronbach Alpha’ dan yararlanılmış ve ölçek güvenirliği 0,857 olarak bulunmuştur. Ankete katılan kişilerin demografik özellikleri ve anket formunda yer alan ölçek sorularına ilişkin algı düzeyleri frekans ve yüzde olarak belirtilmiştir. Araştırmanın son bölümünde hipotezler test edilmiştir. Grup görüşlerindeki farkı ölçmek amacıyla yapılacak olan teste karar verilirken verilere normallik testi uygulanmıştır. Normallik analizi sonuçlarına göre Shapiro Wilk değeri $p=0,000<0,05$ olarak bulunması üzerine verilerin non-parametrik olduğu tespit edilmiştir. Araştırma verileri non-parametrik olduğundan karşılaştırılan grup sayısı 2 olan veriler için Mann-Whitney U testinin, karşılaştırılan grup sayısı 2’ den fazla olan veriler için ise Kruskal-Wallis testinin yapılması uygun görülmüştür. Analiz sonuçlarına göre yerel halkın turizmin etkilerine ilişkin algılarının demografik değişkenlerden cinsiyet, doğum yeri, meslek, eğitim ve yaşam süresi bakımından farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon kavramı, Alanya, Alanya’ nın Turizm Potansiyeli, Yerel Halk, Turizmin Etkileri

ABSTRACT

Alanya, which is one of the most important destinations from the point of tourism sector, is a preferred destination for tourists choosing the vacation center, continuously, with its natural riches and unique beauties. Alanya county, which is at the top of sea, sand and sun tourism, has a rich potential in terms of ecotourism with its geographical location, climate, natural beauty and scenery, in terms of cultural tourism with its culture and its historical values, on the other hand in terms of many alternatives tourism types as tableland tourism, adventure tourism, sports tourism and winter tourism. In this study, carried out in Alanya, it is aimed to survey the perceptions of the citizens towards the socio-cultural, economic and environmental effects of tourism with its richness and attractiveness.

In the research, questionnaire application was used as data collection method and the data were analyzed in SPSS.22 (Statistical Package for Social Sciences) package program. In the questionnaire form, 'Cronbach Alpha' was used to calculate the validity and reliability of the scale questions and the reliability of the scale was obtained to be 0.857. Demographic characteristics of the participants and their perception levels related to the scale questions in the questionnaire form were remarked as frequency and percentage. In the last part of the research, hypotheses were tested. When deciding the test, 'Test of Normality' was applied to the data in order to measure the difference in group opinions. According to the results of the normality analysis, the value of Shapiro Wilk was calculated to be $p = 0,000 < 0,05$, then, datas were determined to be non-parametric. Since the datas of the research were non-parametric, 'Mann-Whitney U' test was approved for datas that number of compared groups are 2, 'Kruskal-Wallis' test was approved for datas that number of compared groups are more than 2. According to the results of the analysis, it was determined that the perception of local people concerning the effects of tourism differed from demographic variables in terms of gender, place of birth, occupation, education and life span.

Key Words: Concept of Destination, Alanya, Tourism Potential of Alanya, Local People, Effects of Tourism

ÖNSÖZ

Turizm sektörü açısından birçok zenginliğe ve çekiciliğe sahip olan Alanya bu potansiyelini yeteri kadar değerlendirememektedir. Bu nedenle çalışmada bölgede turizmin 12 aya yayılmasını sağlayarak, turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir olmasına ve böylece Alanya'nın ülkenin önde gelen turistik çekim merkezlerinden biri olmasını sağlamak amacıyla düzgün bir planlama yapılmalıdır. Bu konuda en iyi söz sahibi olan kesim bölge halkıdır. Bu bağlamda yerel halk destinasyondaki turizm gelişim sürecine dahil edilerek görüş ve beklentileri alınmalıdır.

Ülkenin turizm geleceği açısından büyük önem arz eden Alanya destinasyonunu temel alarak hazırlamış olduğum 'Yerli Halkın Turizm Algılarının Demografik Değişkenler Bağlamında İncelenmesi'adlı bu tez çalışmamın hazırlanması, tez konusunun seçilmesi, literatür araştırması ve araştırma analizimde her türlü bilgi ve tecrübesini benimle paylaşan, her konuda bana yol gösteren vebenden desteğini esirgemeyen, yüksek lisans sürecimin başlangıcından itibaren hem maddi hem manevi olarak her zaman yanımda olan saygıdeğer danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Nacide ÖTER' e;

Çalışmamın hem literatür kısmında hem de araştırmam için kullanmış olduğum anket ölçek sorularını hazırlamamda, uygulamamda ve araştırma verilerinin analizinde bilgi ve tecrübelerini benimle paylaşan, bana çalışmamın bütün aşamalarında maddi ve manevi her türlü desteği ve fedakarlığı gösteren saygıdeğer hocam Dr. Öğr. Üyesi Tolga GÜL ' e ve katkılarından dolayı saygıdeğer hocam Doç. Dr. Yalçın ARSLANTÜRK' e

Ayrıca eğitim hayatım boyunca her daim yanımda olan ve benden desteğini esirgemeyen babam Ulvi Uzun' a ve annem Nadide Uzun' a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

GİRİŞ

İnsanların turizm faaliyetlerini gerçekleştirmek amacıyla tercih ettikleri destinasyonları seçim aşamasında başlıca etken, o destinasyonun sahip olduğu turistik çekiciliklerdir. Bu nedenle destinasyonlarda turizm endüstrisinin gelişmesine yönelik planlamaların ve düzenlemelerin en doğru şekilde yapılması çok büyük önem taşımaktadır. Bir destinasyonun ziyaretçiler tarafından tercih edilmesinde etkili olan başlıca unsurlar içerisinde en önemlileri; turizm bölgesinde yer alan çekicilikler, ulaşım imkanlarının kolaylığı, sağlam bir altyapı, konaklama tesislerinin kalitesi vb. olarak ifade edilebilir. Bu unsurlar ile ilgili en doğru bilgiye, ilgili destinasyonda yaşayan yerel halk sahiptir. Bölge halkı yaşadığı destinasyonun turizm açısından pozitif ve negatif yönlerinin ne olduğu hakkında bilgi sahibidir. Bu nedenle bir turizm destinasyonu ile ilgili öncelikle o bölgede ikamet eden yerli halkın görüşlerinin alınması gerekmektedir. Çünkü yerel halkın yaşadığı bölgenin turizm potansiyeline ilişkin olumlu ya da olumsuz görüşlerde bulunması, turistlerin destinasyon ile ilgili algılarının değişiklik göstermesine neden olabilmektedir.

Yerel halkın yaşadığı bölgenin sahip olduğu turistik ürün ve hizmetlerin tanıtımını en iyi şekilde yaparak turistleri bilinçlendirmesi turizm gelişiminin sağlanmasında belirleyici rol oynamaktadır. Örneğin; bir turizm destinasyonunun yetersiz bir altyapıya sahip olması, konaklama tesislerinin dayanıksız ve kalitesiz olması, bölgenin doğal güzelliklerinin ve kültürel değerlerinin turizm amaçlı değerlendirilmemesi, ulaşım olanaklarının zayıf olması ve turistik ürün ve hizmetlerin tanıtımının yapılmaması gibi nedenler yerel halkın olumsuz yönde etkilenmesine neden olur. Yerel halkın bir turizm destinasyonuna ilişkin olumsuz görüşler edinmesi, bölgeyi ziyaret eden turistler için de kötü bir imaj oluşturur.

Yerel halkın bir destinasyona ilişkin algılarını etkileyen diğer bir unsur turizmin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkileridir. ‘Algılanan toplam turizm etkisi’ olarak da adlandırılan bu etkilerin yerel halkın turizm algılarının şekillenmesinde önemli rol oynamaktadır. Bir turizm bölgesinin turizm etkilerinin olumlu olması yerel halkın algılarının pozitif yönde olmasını, olumsuz olması negatif yönde olmasına yol açar. Bu nedenle bir bölgenin turizm destinasyonu olarak kabul edilmesinden önce, yerel halkın turizm potansiyeline ve turizmin etkilerine yönelik algılarının belirlenmesi öncelikli olmalıdır. Bu durum hem turizm gelişim sürecinin hızlanmasına, hem de turistik destinasyonların turizm geleceğinde olumlu etki yaratarak sürdürülebilirliğinin sağlanmasına zemin hazırlamaktadır.

Alanya bölgesi hem iklimi, hem coğrafi konumu, hem ulaşım olanaklarının elverişli olması, hem de turistler için çekim unsuru oluşturabilecek nitelikte bir turizm altyapısının olması bakımından potansiyeli zengin bir turizm kentidir. Turizm faaliyetleri açısından turistler tarafından tercih edilen destinasyonların başında gelmektedir. Bölge halkı tarafından da bir çekim merkezi olarak büyük önem arz eden Alanya’ da turizm endüstrisini gelişmesi ve sürdürülebilir turizm anlayışının benimsenebilmesi için kentin pozitif ve negatif yönlerinin ortaya konması gerekmektedir. Bu nedenle öncelikle bölgede ikamet eden yerel halkın hem destinasyona ilişkin turizm algılarının belirlenmesi, hem de turizmin sosyo-kültürel ekonomik ve çevresel anlamda olumlu ya da olumsuz olan etkilerinin yerel halk bağlamında incelenmesi ve ortaya konması gerekmektedir.

Çalışmanın amacı büyüleyici doğal güzellikleri ve tarih kokan kültürel mirasıyla birçok turistik çekicilik unsuru barındıran Alanya ilçesinin sahip olduğu turizm potansiyeli ve turizmin olumlu ya da olumsuz olan etkilerine ilişkin yerel halkın algılarının cinsiyet, yaş, medeni durum, meslek, eğitim düzeyi gibi demografik değişkenler bağlamında incelenmesidir.

BİRİNCİ BÖLÜM

DESTİNASYON KAVRAMI VE ÖZELLİKLERİ

1.1. Destinasyon Tanımı

Genel olarak ‘varılacak olan yer’ anlamında kullanılan destinasyon kavramı, Fransızca kökenli bir kavram olup, İngilizce ‘destination’ sözcüğü ile ifade edilmektedir (Gök, 2019: 42; Keskin, 2012: 32). Literatürde birden fazla tanımı bulunan destinasyonun turizm faaliyetlerindeki en belirgin tanımları ‘ulaşılacak istenen ülke, bölge ya da yer; varılacak yer, son varış noktası’ şeklindedir (Keskin, 2012: 32). Çoğunlukla ‘destinasyon’ kavramı kullanılsa da, farklı kaynaklar incelendiğinde destinasyon kavramı yerine; ‘turizm alanı’ , ‘ turizm merkezi’ , ‘turizm çekim merkezi , ‘turistik istasyon’ vb. ifadelerin de kullanıldığı görülmektedir (Akbulut, 2014: 12,13).

Destinasyon, turistlerin geçici olarak gerçekleştirdikleri turizm faaliyetleri için cezbedici özelliğe sahip olan ve kıtadan ülkelere, illere, bölgelere, şehirlere, köylere, kasabalara kadar değişen büyüklükte olan rekreasyon amaçlı yerlerdir (Oran, 2014: 4). Destinasyonlar, bir ülke, bölge, şehir veya kasaba gibi iyi bilinen coğrafi alanlardır. Bununla birlikte destinasyonların; ziyaretçilerin seyahat özelliklerine, kültürel ve tarihi geçmişlerine, seyahat amaçlarına, eğitim düzeylerine ve geçmiş tecrübelerine göre kişisel olarak algılayabilecekleri bir kavram olduğunu söylemek mümkündür. Örneğin; gemi seyahati yapan bazı turistler birçok cazibe merkezini destinasyon olarak algıarken, bazı turistler aynı seyahat esnasında gezmiş oldukları limanları destinasyon olarak kabul edebilmektedir (Buhalis, 2000: 97).

Presenza (2005: 2), destinasyon kavramını ‘*turistleri belirli bir yere çekebilecek bir dizi ürün, hizmet, doğal ve yapay cazibe merkezi*’ olarak tanımlamaktadır. Diğer bir tanıma göre destinasyon, ‘*turistlerin çeşitli seyahat deneyimleri yaşadığı belirli bir coğrafi bölgedir*’ (Zemla, 2016: 2). Coğrafi bir kavram olarak ele alındığında destinasyon; sınırları belirli bir yerdeki veya bölgedeki turizm ürünlerinin temel ve tamamlayıcı bölümlerinin birçoğunu sunan turizm işletmeleri olarak ifade edilebilir (Hartl, 2002 : 47). Ekonomik bir kavram olarak ele alındığında ise destinasyon yerel olarak temin edilen hizmet ve tecrübelerin bir bütünü ya da turistlerin kendi beklenti ve motivasyonları ile nasıl algıladıklarına bağlı olarak bir turizm faaliyetini gerçekleştirmek için tercih ettikleri yer olarak tanımlanmaktadır (Pallavicini, 2017: 14).

Bütün bu bilgiler doğrultusunda destinasyon; *‘kişilerin en az bir gece konaklamak amacıyla ziyaret ettikleri, çeşitli altyapı, ulaşım ve çekiciliklere sahip olan, genel olarak ülke bütününden küçük, ancak ülke içerisindeki pek çok kentten büyük olan, kişilerin, eğitim düzeyleri, geçmiş deneyimleri, ziyaret amaçları ve kültürel geçmişlerine göre farklı algılanabilecek, çeşitli kurum ve kuruluşların doğrudan ya da dolaylı olarak sağladığı hizmetleri bünyesinde barındıran fiziksel bir alandır’* şeklinde ifade edilebilir (Alphan, 2017: 14).

Ziyaretçilerin en az bir geceden oluşan ve geçici olan bu yer değiştirme hareketlerinin amacı çoğunlukla turizm amaçlıdır. Bu nedenle destinasyonlar turizm faaliyetleri açısından büyük önem arz etmektedir. Destinasyonlar ziyaretçileri cezbedecek birçok özelliğe sahiptir ve bu nedenle gelecek yıllarda turizm tesislerinden daha fazla tercih edileceği öngörülmektedir (Güneş, 2016: 9).

Bir bölgenin ya da şehrin destinasyon olarak kabul edilebilmesi için aşağıdaki özelliklere sahip olması gerekmektedir (Giritlioğlu ve Öksüz, 2016: 272):

- Bölgesel kimliğe bağlı kültürel, fiziksel ve sosyal özellikler,
- Turizm alt yapısının bölgenin turizm gelişimini destekleyecek düzeyde olması,
- Ziyaretçileri cezbetmek ve bölgeye çekebilmek için sahip olunan turistik çekicilikler,
- Bölgedeki gelişmeleri destekleyerek turizm planlamasında öncü olacak kurum ve kuruluşlar.

Destinasyonların en önemli öğelerinden biri de fiziki coğrafya ve elverişli iklim koşullarıdır. Fiziki coğrafya unsurları içerisinde, doğa manzaraları, dağlar, deniz ve kumsallar, ormanlara, kanyonlar, ırmaklar, vadiler, şelaleler vb. birçok doğal zenginlik bulunmaktadır. Bütün bu fiziki doğa unsurları ziyaretçilerin turizm faaliyeti için tercih ettikleri destinasyonlar hakkında güzel ve hayranlık uyandıran bir izlenim kazanmalarında etkili olmaktadır (Şahin ve Güzel, 2018: 79).

Ziyaretçiler çoğu zaman tercih ettikleri destinasyon ile ilgili bilgi edinme talebinde bulunmaktadır. Bu durum turizm endüstrisi için etkili bir tanıtım aracı olması bakımından önem arz etmektedir. Sonuç olarak bir destinasyon ile ilgili bilgi kaynaklarının ziyaretçilerin karar alma süreci üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğunu söylemek mümkündür (Molina, Gomez ve Martin-Consuegra , 2010: 723).

Turizm destinasyonlarının ziyaretçiler tarafından ilgi çekici bulunması ve sürekli tercih edilebilir olması için benzersiz ve eşsiz bir imaja sahip olması gerekmektedir. Bir varış yerinin (destinasyon) ziyaretçiler tarafından devamlılık kazanması ve cazibe merkezi haline gelmesi o yerin belirleyicilik kazanmasında oldukça etkilidir (Neckermann, 2013: 30).

Yapılan tanımlamalar incelendiğinde, destinasyon kavramının birden fazla niteliğe sahip olduğu ve çeşitlilik gösterdiği görülmektedir. Bu nedenle destinasyon tipleri de kendi arasında çeşitlilik göstermekte olup, destinasyonların temel tipolojisi aşağıdaki gibi ifade edilebilir (Ekici, 2013: 3).

- Başkentler (*Londra, Paris, Newyork*) ve kültürel başkentler (*Roma*)
- Metropolitan merkezler ve duvarlarda örülü kentler ile küçük kale kentler
- Büyük tarihi kentler (*Venedik, Oxford*)
- İç kent alanları (*Manchester*)
- Canlandırılmış deniz kıyısı alanları (*Sydney DarlingHarbour*)
- Endüstriyel kentler
- Deniz kıyısı resortları ve kış sporu resortları
- Özel olarak yaratılan turist resortları
- Turist eğlence merkezleri (*Disneyland, LasVegas*),
- Kültürel sanat şehirleri (*Floransa*)
- Uzman turist hizmet merkezleri (*Kaphicalar*).

Buhalis (2000: 98)' e göre bir yerin yada şehrin destinasyon olabilmesi için sahip olması gereken 6 kriter bulunmaktadır. 6A olarak adlandırılan bu kriterler aşağıdaki tablodagösterilmiştir:

Çekicilikler (Attractions)	Doğal, yapay, sanatsal, özel amaçlı, özel miras, özel etkinlikler
Erişilebilirlik (Accessibility)	Güzergah, terminal ve araçlardan oluşan tüm taşıma sistemi
Kolaylıklar ve Olanaklar (Amenities)	Konaklama ve yemek hizmetleri, perakende satış, diğer turistik hizmetler
Mevcut paketler (Availablepackages)	Aracılar ve seyahat operatörleri tarafından hazırlanmış mevcut paketler
Faaliyetler (Activities)	Destinasyonlardaki avantajlar ve ziyaretçilerin katılacağı tüm faaliyetler
Destekleyici hizmetler (Ancillaryservices)	Ziyaretçiler tarafından kullanılan bankalar, posta, gazete bayiiileri, hastaneler vb.

Şekil 1.1. Bir Destinasyonu Oluşturan Unsurlar

- **Çekicilikler (Attractions):** Bir şehrin yada bölgenin destinasyon olarak kabul edilebilmesi için ilk olarak ziyaretçileri cezbeden ve hayran bırakan birtakım çekiciliklere sahip olması gerekmektedir. Bu çekicilik unsurları doğal, tarihi ve kültürel de olabilir, sonradan kazanılmış insan emeği öğeler veya faaliyetler de olabilir. Örneğin; Alanya Kalesi kültürel ve tarihi bir çekicilik özelliği taşıırken, Alanya’ da her yıl düzenlenen Alanya Turizm ve Sanat Festivali de faaliyetlerden oluşan bir çekiciliğe örnek olarak gösterilebilir (Şahin, 2015: 26).

- **Erişilebilirlik (Accessibility):** Ziyaret edilen destinasyonda yer alan bütün ulaşım sistemi ve otogar tesislerinin bölgedeki turizm beldelerine yakınlığı ve kolay ulaşılabilir olması oldukça önemlidir. Ziyaretçiler tercih edecekleri destinasyonlarda gezip görecekları rotaların ulaşım açısından elverişli olup olmamasına büyük ölçüde dikkat etmektedirler (Yarar, 2016: 6).

- **Kolaylıklar ve Olanaklar (Amenities):** Ziyaret edilen destinasyondaki konaklama ve yiyecek-içecek olanakları da turistlerin karar verme sürecinde etkilidir. Turistlerin turizm amaçlı seçtikleri destinasyonda kendilerine sunulacak olan hizmetler bir sonraki tatil rotalarını belirlemede önemli bir kriterdir (Güneş, 2016: 5).

- **Mevcut Paketler (AvaliablePackages):** Ziyaretçilere yönelik hizmet veren araçlar ve turizm tesisleri ile seyahat ve tur operatörleri tarafından önceden düzenlenmiş paketlerin tamamını kapsamaktadır (Aratımur, 2017: 7).

- **Faaliyetler (Activities):** Ziyaretçilerin destinasyon seçiminde etkili olan bir diğer unsur tercih edilen turizm bölgesinde gerçekleştirilecek faaliyetlerdir. Ziyaretçiler turizm amaçlı tercih ettikleri bölgelerde birtakım aktivitelere katılım göstererek yörenin hem kültürünü hem de yaşayış biçimini tanımak istemektedirler. Bu nedenle turizm faaliyetleri için tercih edecekleri destinasyona karar verirken katılım gösterecekleri faaliyetleri de göz önünde bulundurmaktadırlar. Destinasyonlarda yer alan düzenli olarak düzenlenen festivaller, konserler, sanatsal etkinlikler, tekne turları, paraşüt faaliyetleri, jeep safari, rafting vb. tüm faaliyetler bu gruba örnek olarak gösterilebilir (Gök, 2019: 47).

- **Destekleyici Hizmetler (Ancillary Services):** Bu hizmetlere ziyaretçilerin gittikleri destinasyonda yararlandıkları banka, postahane, hastane vb. kurumlar, yörenin sahip olduğu kültürel ve tarihi eserleri, gelenek ve görenekleri, kendine özgü yemekleri vb. unsurlar örnek olarak verilebilir (Yarar, 2016: 6). Turistik destinasyon tesisleri, resepsiyon ve diğer hizmetler de destekleyici ürünler olarak kabul edilmekte ve bununla beraber turizm işletmeleri kendi başlarına büyük önem arz etmektedir. Bunun en belirgin nedeni turistik destinasyon tesislerinin ziyaretçilere konaklama, eğlenme, dinlenme vb. birçok olanak sağlamasıdır. Bu

faaliyetlerin, olanakların ve hizmetlerin yokluğu veya eksikliği ziyaretçilerin tercih etmiş oldukları destinasyon ile ilgili olumsuz bir izlenim kazanmasına neden olabilmektedir (Morachat, 2003: 45,46).

1.2. Destinasyonların Özellikleri

Destinasyonların sahip olduğu özellikler birbirinden farklıdır; ancak sahip oldukları değerlerin bir çekim unsuru oluşturması, belirli bir ziyaretçi kitlesi tarafından tercih edilmeleri ve sahip oldukları ürün karması ile turistlerin seyahat beklentilerini ve gereksinimlerini karşılamaları destinasyonların ortak özellikleri olarak ifade edilebilir. Turizm destinasyonlarının temel kaynak ve çekicilik ile ilgili unsurlarının belirlenmesi ziyaretçiler tarafından devamlı tercih edilebilir olması açısından son derece önemlidir (Ersun ve Arslan, 2011: 232).

Destinasyonların en temel özellikleri şunlardır (Çiçek, 2016: 5);

- Turizm faaliyeti açısından ziyaretçiler tarafından tercih edilen hedef bölgedir.
- Bölgeler hem yerli halk hem de ziyaretçilere hizmet sunmaktadır.
- Destinasyonlar ziyaretçilerin düşüncelerine göre şekillenmektedir.
- Destinasyonlar fiziki ve coğrafi bakımdan bir alanı ifade etmektedir.
- Destinasyonlar en az bir gece konaklamak amacıyla ihtiyaç duyulan çekicilik

unsurları, hizmetler vb. nitelikleri kapsayan bir yer/alandır.

- Destinasyonlar birbiriyle ilişkili insanların işbirliğini içermektedir.
- Destinasyonlar bir imaja sahiptir.
- Destinasyonlar ziyaretçiler için bütünleşmiş bir tecrübe olanağı sağlamaktadır.
- Destinasyonlarda verim elde edebilmek için bütünleşik ve işbirliği içerisinde

hareket eden modern turizm kontrol ve yönetim mekanizmaları olmalıdır.

1.3. Destinasyon Türleri

Turizm destinasyonları sundukları hizmet, yer aldıkları coğrafi konum, ulaşım olanakları, iklimi ve hava koşulları, ziyaretçileri cezbeden turistik faaliyetler vb. unsurlara göre çeşitlendirilebilir ve birden fazla grupta toplanabilir (Keskin, 2012: 36). Destinasyonların sahip oldukları özellikler turistler açısından bir çekicilik unsuru olarak değerlendirilmektedir. Her insanın beklentisinin ve talebinin farklı olmasından dolayı turizm faaliyetini gerçekleştirmek üzere tercih ettikleri turistik destinasyonlar da özellik ve çeşit bakımından değişkenlik göstermektedir. Bu nedenle destinasyonlar farklı biçimlerde sınıflandırılabilir (Güneş, 2016: 13).

Demiral (2018 : 71,72)' e göre turistik destinasyonlar altı grupta incelenmektedir:

- **Etnik Turizm ve Etnik Turistik Destinasyonlar:** Ziyaretçiler için çekicilik unsuru oluşturabilecek yerlerin hayat tarzlarını, kültürel ve tarihi değerlerini, gelenek ve göreneklerini yakından tanımak amacıyla gerçekleştirilen faaliyetlerden oluşan turizm çeşidine '**etnik turizm**' adı verilmektedir. Etnik turizm faaliyetlerinde ziyaretçiler gittikleri destinasyonlardaki evleri ziyaret eder, çeşitli yöresel faaliyetlere katılım gösterir, kültürel ve tarihi çekicilikler hakkında bilgi sahibi olurlar.
- **Kültürel Turizm ve Kültürel Turistik Destinasyonlar:** İnsanların geçmiş tarihin izlerini yeniden yaşamak ve unutulmak üzere olan kültürel değerler hakkında yeniden bilgi edinmek, ziyaret ettikleri kültürel destinasyondaki yöre halkı ile kaynaşmak ve çeşitli kültürel faaliyetlere katılmak amacıyla gerçekleştirdikleri turizm çeşidine '**kültürel turizm**' adı verilmektedir.
- **Tarihsel Turizm ve Tarihsel Turistik Destinasyonlar:** İnsanların ziyaret ettikleri turistik destinasyonlardaki tarihi yerleri keşfetmek ve tarihi eserlerin sergilendiği alanları ziyaret etmek, tarihin önemli olaylarını canlandıran ses ve ışık gösterilerine katılmak amacıyla gerçekleştirdikleri turizm çeşidi '**tarihsel turizm**' olarak adlandırılmaktadır.
- **Çevresel Turizm ve Çevresel Turistik Destinasyonlar:** Doğa ile iç içe olmayı tercih eden insanların gerçekleştirdikleri faaliyetler '**çevresel turizm**' olarak adlandırılmaktadır. Çevresel turizm faaliyetlerinde ziyaretçiler daha çok milli parkları tercih ederler, doğa harikalarını keşfetmek, uzun yürüyüşler yapmak, kamp etkinlikleri düzenlemek vb. isterler.
- **Eğlencesel Turizm ve Eğlencesel Turistik Destinasyonlar:** İnsanların kendilerini rahat hissedebilecekleri ortamlarda sosyal ilişkilerini güçlendirmek, çeşitli aktivitelerde bulunmak, spor etkinliklerine katılmak ve çoğunlukla dinlenmek amacıyla gerçekleştirdikleri faaliyetler '**eğlencesel turizm**' olarak ifade edilmektedir.
- **İşsel Turizm ve İşsel Turistik Destinasyonlar:** İnsanların iş amaçlı yaşadıkları yerden başka bir bölgeye gerçekleştirdikleri faaliyetler '**işsel turizm**' olarak adlandırılmaktadır. Tercih edilen destinasyonlarda ziyaretçilerin katılım gösterdikleri konferans, sempozyum, seminer, kongre vb. toplantılar işsel turizm faaliyetlerine örnek olarak verilebilir.

Buhalis (2000: 102, 103)' e göre ise destinasyonlar altı başlık altında incelenmiştir:

- **Kentsel Destinasyonlar:** İnsanların siyasetçiler ve iş ortaklarıyla tanışmak ve çeşitli toplantılara, konferanslara, seminere vb. faaliyetlere katılmak amacıyla ziyaret ettikleri destinasyonlar 'kentsel destinasyonlar'dır. Kentsel destinasyonlar, büyük etkinliklerin daha kolay organize edilmesini sağlamak amacıyla seminer ve toplantı salonları ile konaklama altyapısı bakımından oldukça iyi bir donanımına sahiptir. Bu destinasyonlar özellikle haftasonu ve okul tatilleri gibi kısa süreli seyahat faaliyetlerinde insanlar tarafından tercih edilmektedir.
- **Deniz Kenarı Destinasyonları ve Tatil Köyleri:** Genellikle tatil günlerinde turistlere hizmet veren bu destinasyonlar 1970' lerde kitle turizminin ön plana çıkmasıyla beraber daha da popüler olmaya başlamıştır. Örneğin; çoğunlukla eğlence amaçlı seyahat eden Avrupalılar tatil için Akdeniz sahillerini tercih ederken, Kuzey Amerikalılar Florida, Kaliforniya ve Karayipler gibi Güney bölgelerini ziyaret ederler.
- **Dağ Destinasyonları:** Dağ destinasyonları, doğa bilimcileri, dağ bisikletçileri ve kayak gibi kış sporları aktivitelerini gerçekleştirmek amacıyla turistler tarafından ziyaret edilen destinasyonlardır. Dağ sporlarının büyük çoğunluğu rekreasyon (dinlenme) amaçlıdır; ancak Everest ya da Alp dağlarında yapılan keşifler oldukça zor süreçleri kapsayan faaliyetlerden oluşmaktadır. Dağ destinasyonları şehir merkezine yakın ve buna bağlı olarak kolay ulaşılabilir olmasına rağmen birçoğu hala keşfedilmemiştir ve bu durum turistlerin gerçek deneyimler yaşamasına olanak sağlamaktadır.
- **Kırsal Destinasyonlar :** Kırsal turizmin hızla gelişmesi ile turistlerin doğaya geri dönme ve bazı otantik tarımsal süreçleri deneyimleme arzuları çiftçilere ve kırsal bölgelerde yaşayan insanlara fayda sağlamaktadır. Kırsal turizm faaliyetlerine katılan turistler kırsal alanları ziyaret ederek, bu alanlarda konaklayabilir ve tarımsal faaliyetlerde bulunabilirler.
- **Otantik Destinasyonlar (Üçüncü Dünya Ülkeleri) :** Genellikle sık ziyaret edilmeyen geri planda bırakılan destinasyonlardır. Turistler turizm gelişiminin sınırlı olduğu bu bölgelerde otantik deneyimler yaşamak istemektedirler. Asya, Güney Amerika ve Afrika' daki gelişmekte olan turizm bölgeleri yerel topluluklar ve bozulmamış çevre ile etkileşimde bulunmak isteyen sınırlı sayıdaki maceraperest turistlerin ilgisini çekmektedir. Gelişmekte olan bu bölgelerde devamlılığın sağlanabilmesi için uygun ve doğru bir şekilde planlanabilmeleri gerekmektedir.

- **Eşsiz-Egzotik-Seçkin Destinasyonlar:** Ziyaretçiler için benzersiz ve özel deneyimler sunması bakımından özel markalara sahip olan destinasyonlardır. Bu destinasyonlar ‘insanlar tarafından hayatta bir kez edinilen deneyim’ olarak tanımlanmaktadır. Çoğunlukla düğünler, balayı çiftleri, yıldönümleri ya da özel günler amacıyla gerçekleştirilen geziler için ziyaretçiler tarafından tercih edilen prestijli eşsiz ve pahalı destinasyonlardır.

1.4. Destinasyon Seçimini Etkileyen Faktörler

Turistlerin destinasyon seçimini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Genel olarak destinasyon seçimini belirleyen çekici faktörler ve itici faktörlerdir. Uzaklık, destinasyon tipi, altyapı, alan büyüklüğü, bitki örtüsü türü, destinasyondaki faaliyet ve hizmetler vb. özellikler çekici faktörleri meydana getirmektedir. Bu açıdan incelendiğinde çekici faktörlerinde destinasyon ile ilgili nitelikleri ifade ettiği görülmektedir. İtici faktörler ise; kişileri ev ortamından ve gündelik yaşamlarından uzaklaştıran bireysel sebepleri kapsamaktadır. Birçok itici faktörün kişilerin uzaklaşma isteği, macera ve yenilik arayışı, dinlenme ve rahatlama, sağlık ve zindelik, sosyalleşme vb. nedenlerden kaynaklandığı belirtilmektedir. Bütün bu unsurlara bağlı olarak başarılı bir turizm destinasyonu; ziyaretçilerin beklenti ve isteklerine en iyi şekilde cevap veren turizm işletmelerinden oluşmaktadır. Bu nedenle turizm destinasyonlarının özellikleri ziyaretçilerin gereksinimlerine göre şekillenmelidir (Eines, 2015: 12).

Ersun ve Arslan (2011: 234-341) destinasyon seçimini etkileyen temel unsurları 11 madde ile özetlemektedir. Bu maddeler; ‘Turizm Potansiyeli, Turizm Amaçları, Paylaşılabilir ‘Ortak’ Vizyon, Rekabet Yeteneği, Pazarlama Karması, Pazarlama Stratejileri, Konumlama, İmaj Oluşturulması, Marka Yaratılması, Tanıtım Faaliyetleri ve Destinasyon Pazarlama ve Yönetim Örgütlerinin Oluşturulması’ şeklinde ifade edilebilir.

1.5. Destinasyon Çekim Unsurları

Turistik destinasyonların hepsi yerli ve yabancı ziyaretçilerin ilgisini çeken birçok özelliğe sahiptir. Çekicilik unsuru oluşturan bu özellikler ziyaretçilerin seyahat edecekleri destinasyonları tercih etmesinde önemlidir (Neckermann, 2013: 29).

Turizm destinasyonlarının çekicilik unsurları, ziyaretçilerin karar verme sürecinde son derece etkilidir. Tercih edilen destinasyonların turistik çekiciliklere sahip olması, ziyaretçilerin satın alma motivasyonunu artırmaktadır.

Morachat' a göre (2003: 44-46), destinasyon seçiminde etkili olan bu çekicilik unsurları doğal kaynakları, insan yapımı ürünleri ve konukseverliği kapsamaktadır. Doğal kaynaklar; kara, peyzaj, bitki örtüsü ve fauna, iklim vb. unsurlardan oluşmaktadır. Ayrıca dağlar, kayak tepeleri, göller, ırmak ve şelaleler vb. alanlardadoğal çekicilik unsurları arasında sayılabilir. Turistler için çoğu zaman doğal kaynak unsuru oluşturan bölgeleri ziyaret etmek daha cazip gelmektedir. İnsan yapımı ürünler ise; eski bina ve kalıntılar, mimari ve sanatsal yapılar, kültürel miras alanları ile tarihi eserler vb. kaynaklardan oluşmaktadır. Bunların yanı sıra; parklar, bahçeler, kongre ve toplantı merkezleri, marinalar, golf sahaları, tema parkları vb. alanlar da insan yapımı merkezlerdir. Sonuç olarak turistik destinasyonların seçim sürecinde hem doğal hem de insan yapımı kaynaklar çekicilik unsuru oluşturan önemli kaynaklardır. Destinasyon çekiciliğinde önemli olan bir başka unsur da insan faktörüdür. İnsanlarvehayat tarzları, gelenek ve görenekleri, dilleri, festival ve sanatsal etkinlikleri, yöresel danslar, müzik ve diğereğlence aktiviteleri turistlerin destinasyon seçimini büyük ölçüde etkileyen çekim unsurları olarak oldukça önemlidir.

Neckermann (2013: 29) destinasyon seçim sürecinde büyük rol oynayan çekicilik unsurlarını 3 başlık altında ele almıştır:

- **Doğal kaynaklar:** Manzara ve doğal güzellikler, iklim ve bitki örtüsü, hava koşulları. Aktiviteler arasında isetrekking, dağ bisikleti, binicilik, kaya tırmanışı, safari, dalış ve şnorkelli yüzme yer almaktadır.
- **Tarihi eser ve kaynaklar:**Tarihi anıtlar, kültürel miras alanları, dini yapılar, konferans ve spor tesisleri.Müze ziyaretleri, rehberli şehir turları, iş ziyaretleri ve diğer insan yapımı aktivitelerörnek olarak verilebilir.
- **Kültürel değerler ve çekicilikler:** Tarih, sanat ve el sanatları, kültürel etkinlikler ve sanat festivalleri, mutfak kültürü. Bunların yanında festivallere katılmak, yemek kursları, sanat okulları, sanat ve el sanatları için alışveriş yapmak, tarihi turlar gibi etkinlikler örnek olarak verilebilir.

İKİNCİ BÖLÜM

ALANYA VE TURİZM

2.1. Alanya' nın Tarihçesi

Son adı Alanya olan şehir; Anadolu yarım adasının güneyinde ve Akdeniz' in doğusunda yer alır. Şehir küçük Asya' nın bir bel kemiği gibi doğudan batıya doğru uzanan Torosların denize en çok yaklaştığı bir yere kurulmuştur. Torosların eni buralarda daha da genişler ve 'Melas-Manavgat' çayı geçidinden sonra doğuda denize iyice yaklaşır. Toroslar denize yaklaştığı zaman, dünyanın en çekici ve en haşmetli manzarasını yaratır. Anadolu' nun dev dağları bile Torosların buralarda taşıdığı heybeti ve güzelliği göstermez (Konyalı, 1946: 11).

Günümüzde Alanya' nın bulunduğu yerde yer alan şehir, tarihte ilk olarak 'Korakesion' (Coracesium) adı ile bilinmektedir (Doğaner, 2014: 254). Farklı kaynaklar incelendiğinde, Korakesion şehrinin bazı kaynaklarda Pamfilya bölgesinde, bazı kaynaklarda ise Kilikya bölgesinde yer aldığı belirtilmektedir (Konyalı, 1946: 15).

Selçukluların Anadolu' ya girişi ve akabinde Bizans ve Haçlı orduları ile yaşanan savaşlar sonrasında Anadolu' da Selçuklu hakimiyeti kurulmuş olup bu süreç 1207 yılında Antalya şehrinin, 1221 yılında da Alaiye' nin fethi ile devam etmiştir. İlk olarak 1.Gıyasüddin Keyhüsrev 1207 yılında Antalya' yı fethederek Selçuklulara Akdeniz sahillerinde ilk Türk zaferini kazandırmıştır. Keyhüsrev' in 1219 yılında vefatı sonrasında 1.Alaaddin Keykubat tahta çıkmıştır. Osmanlı İmparatorluğu' nun yıkılması ve Türkiye Cumhuriyeti' nin kurulması sonrasında Alanya, 20 Nisan 1923' te çıkarılan bir kanunla Antalya vilayetine bağlı bir kaza statüsünü kazanmış ve 1933' te Mustafa Kemal Atatürk' ün emri ile şehrin adı Alanya olarak değiştirilmiştir (Çinal ve Kaçmaz, 2016: 31-35).

2.2. Alanya İlçesinde Turizmin Gelişimi

Antalya' nın önemli ilçelerinden biri olan Alanya, turizm destinasyonları arasında büyük önem arz etmektedir. Antalya' ya olan mesafesi 135 km olan Alanya ilçesinin yüz ölçümü 2085 km²' dir (Doğan, Üngüren ve Yelgen, 2010: 83). Yabancı turistlerin Alanya bölgesini ilk defa 1926 yılında ziyaret ettikleri bilinmekte olup, buna karşın bölgede turizm hareketlerinin 1948-1955 yılları arasında başladığı ifade edilmektedir (Demir, 2015: 29).

Şifa veren havası ve birçok rahatsızlığa iyi geldiği bilinen Damlatış Mağarası' nın insanlar tarafından 1950' li yıllarda turizm amaçlı ziyaret edilmesi Alanya' da sağlık turizmi amaçlı iç turizm hareketlerinin başlangıcı olarak kabul edilmektedir (Türkyılmaz, 2014: 11). Almanların da 1950' li yıllarda bölgeyi ziyaret etmeye başlaması ile Alanya turizm ile tanışmıştır (Demir, 2015: 29).

Sahip olduğu güzellikler, kültürel ve tarihi zenginlikler, ilçede hakim olan sıcak Akdeniz iklimi, kıyı turizmi için elverişli olan deniz suyu sıcaklıkları Alanya' da deniz-kum-güneş turizminin ön planda olmasında etkili olmuştur (Özkan, 2005: 64).

1982 yılında Turizm Teşvik Kanunu' nun çıkarılmasının ardından zengin bir turizm potansiyeline sahip olan Alanya destinasyonunun 1989 yılındadoğu ve batı bölgeleri turizm merkezi olarak kabul edilmiştir (Türkyılmaz, 2014: 11; Demirel, 1997: 28). Alanya doğal güzellikleri, kültürel ve tarihi değerleri ile deniz-kum-güneş turizmi açısından elverişli bir potansiyelinin olması yönünden turizm destinasyonları içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. Bu nedenle bölgede yer alan turistik çekiciliklerin turizme kazandırılması amacıyla hem yerel yönetimler hem de yöre halkının turizm bilincinin geliştirilmesi, bu bağlamda doğru bir turizm planlaması yapılması ön koşuldur. Bunun sağlanabilmesi için de kentte yer alan sekiz bölge turizm merkezi olarak belirlenmiştir. Bu bölgeler; İncekum, Alaraçayı, Alanya Güneyi, Cenger, Alanya Doğusu, Alanya Batısı, Akdağ Kış Sporları ve Kargıcak bölgeleridir (Sarı, 2010: 2).

Alanya bölgesinin turizm merkezi olarak ilan edilmesiyle birlikte yerli ve yabancı girişimcilerin sayısı artmaya başlamıştır. Bu durum Alanya' nın sahil bölgelerinde 5 yıldızlı konaklama tesislerinin yapımını hızlandırmıştır. Kitlesele turizmin Alanya' da popüler olmasının en önemli nedenlerinden biri de yatak kapasitesi büyük tesislerin hizmete açılmasıdır. Turizmin bu kadar kısa zamanda gelişmesi bölgeyi ziyaret eden turist sayısının ve buna bağlı olarak hizmet veren konaklama tesisleri ve yatak kapasitesinin de artmasına neden olmuştur (Demirel, 1997: 28).

2.3. Alanya' nın Turistik Tesisleri

Bakanlık belgeli tesislerde konaklama istatistiği değerlendirilmesi Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 1974 yılında, belediye belgeli tesislerin konaklama istatistiği değerlendirmesi ise 1988 yılında başlamıştır. Bu istatistiklerin içeriğinde tesislere geliş, geceleme, doluluk ve ortalama kalış oranları yer almaktadır. Bunların yanında bakanlık ve belediye belgeli tesislerde konaklayan yerli ve yabancı turistler ile ilgili istatistiksel veriler hazırlanmakta ve her yıl 30 Haziran' da ilan edilmektedir (Saruhan, 2019: 24).

Tablo 1: Alanya Bölgesi Konaklama İstatistiklerine Göre Tesislere Giriş Yapan Ziyaretçi Sayıları (2014-2019)

YILLAR	BAKANLIK BELGELİ			BELEDİYE BELGELİ			TOPLAM		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
2014	2.564.824	508.306	3.073.130	1.336.875	188.637	1.525.512	3.901.699	696.943	4.598.642
2015	2.705.991	735.521	3.441.512	340.347	948.617	1.288.964	3.046.338	1.684.138	4.730.476
2016	1.191.143	996.056	2.187.199	232.206	331.472	563.678	1.423.349	1.327.528	2.750.877
2017	2.124.810	597.810	2.722.620	309.390	133.391	443.381	2.434.200	731.201	3.166.001
2018	3.450.270	776.978	4.227.248	1.192.579	260.532	1.453.111	4.642.849	1.037.510	5.680.359

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019

Tablo 1’ de Alanya bölgesinde yer alan bakanlık belgeli ve belediye belgeli konaklama tesislerine 2014-2018 yılları arasında giriş yapan toplam ziyaretçi sayıları verilmiştir. Tablodaki veriler incelendiğinde, 2014 yılında bakanlık belgeli tesislere gelen yabancı ziyaretçi sayısı 2.564.824, yerli ziyaretçi sayısı 508.306’ dır. Belediye belgeli tesislere gelen yabancı ziyaretçi sayısı 1.336.875, yerli ziyaretçi sayısı 188.637’ dir. Buna göre Alanya’ ya 2014 yılında gelen toplam ziyaretçi sayısı 4.598.642 olmuştur.

2015 yılında bakanlık belgeli tesislere yabancı ziyaretçi sayısı 2.705.991, yerli ziyaretçi sayısı 735.521’ dir. Belediye belgeli tesislere gelen yabancı ziyaretçi sayısı 340.347, yerli ziyaretçi sayısı 948,617’ dir. Bu durumda Alanya’ ya 2015 yılında gelen toplam ziyaretçi sayısı 4.730.476 olmuştur.

2016 yılında bakanlık belgeli tesislere gelen yabancı ziyaretçi sayısı 1.191.143, yerli ziyaretçi sayısı 996.056’ dır. Belediye belgeli tesislere gelen yabancı ziyaretçi sayısı 232.206, yerli ziyaretçi sayısı 331.472’ dir. Bu durumda Alanya’ ya 2016 yılında gelen toplam ziyaretçi sayısı 2.750,877 olmuştur.

2017 yılında bakanlık belgeli tesislere gelen yabancı ziyaretçi sayısı 2.124.810, yerli ziyaretçi sayısı 597.810’ dur. Belediye belgeli tesislere gelen yabancı ziyaretçi sayısı 309.390, yerli ziyaretçi sayısı 133.391’ dir. Bu durumda Alanya’ ya 2017 yılında gelen toplam ziyaretçi sayısı 3.166.001 olmuştur.

2018 yılında bakanlık belgeli tesislere gelen yabancı ziyaretçi sayısı 3.450.270, yerli ziyaretçi sayısı 776.978’ dir. Belediye belgeli tesislere gelen yabancı ziyaretçi sayısı 1.192.579, yerli ziyaretçi sayısı 260.532’ dir. Sonuç olarak Alanya’ ya 2018 yılında gelen toplam ziyaretçi sayısı 5.680.359 olmuştur.

Tablo 2:Alanya Bakanlık Belgeli Tesis/Yatak Kapasitesi

Tesis Türü	Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
5 Yıldızlı Tatil Köyü	5	4.564
5 Yıldızlı Otel	82	63.891
4 Yıldızlı Otel	98	41.379
3 yıldızlı Otel	47	9.009
2 Yıldızlı Otel	11	889
1 Yıldızlı Otel	-	-
Müstakil Apart	33	3.938
Butik	1	40
TOPLAM	277	123.710

Kaynak: Alanya Turistik İşletmeciler Derneği (ALTİD), 2019

2019 itibariyle Alanya’ da hizmet veren bakanlık belgeli tesis sayısı 277, yatak kapasitesi ise 123.710’ dur. Tablo 2’ ye göre kentte 4 yıldızlı konaklama tesislerinin daha fazla bulunduğu görülmektedir.

2.4. Alanya’ da Ulaşım Olanakları

Alanya ilçesinde ulaşım, karayolu, havayolu ve denizyolu üzerinden sağlanmaktadır. Bölgeye yurt içinden gelen ziyaretçilerin büyük çoğunluğu karayolunu ve havayolunu tercih ederlerken, yabancı ziyaretçiler havayolu ulaşımını daha fazla tercih etmektedirler. Denizyolu ulaşımı bakımından oldukça elverişli olanaklara sahip olan bölge, kruvaziyer turizm açısından da son derece gelişmiş durumdadır (Saruhan, 2019: 32). Ziyaretçiler açısından ulaşım kolaylığı sağlayacağı düşünülen demir yolu ulaşımı Alanya’ da mevcut değildir (Kavacık, Zafer ve İnal, 2012: 178).

2.4.1. Alanya Limanı ve Kruvaziyer Turizm Yolcu İstatistikleri

Kruvaziyer turizm, *‘deniz yoluyla çeşitli limanlara uğrayarak keyif amaçlı seyahat’* olarak tanımlanmaktadır (İnan ve diğerleri, 2011:488). Diğer bir ifadeyle kruvaziyer turizm, ziyaretçilerin deniz taşımacılığı aracılığıyla, herhangi bir gezi programı için hizmet bedeli ödedikleri, en az 100 kişi ve en az bir gece gemide konakladıkları turizm türü olarak ifade edilmektedir (Akpınar ve Bitiktaş, 2016: 1).

Son yıllarda önemini giderek artıran kruvaziyer turizm, büyük bir yolcu kapasitesine sahip olması ve uğrak limanlarının fazla olması nedeniyle turistlerin oldukça ilgisini çekmektedir (Çelebi, 2017: 6).

Kruvaziyer gemiler ile genellikle Karayipler, Bermuda, Güney Amerika kıyıları, Panama Kanalı geçişleri, Hawaii, Kuzey Amerika' nın batısı ve doğusu, Alaska, Güney Pasifik, Akdeniz, Kuzey Avrupa ile İskandinavya/Baltık vb. bölgeler ziyaret edilmektedir (Çelebi, 2017: 6).

Kruvaziyer gemilerin yanaşabildiği bir limana sahip olan Alanya Türkiye' nin Akdeniz kıyısında yer alan önemli bir turizm destinasyonudur. Selçukların Akdeniz bölgesindeki ilk tersanesi olması yönünden büyük önem arz eden, limanın girişinde yer alan Alanya Tersanesi, bölgeye deniz yolu aracılığı ile gelen ziyaretçileri karşılamaktadır. Bir adet iskeleyle sahip olan Alanya Limanı özel liman konumunda olup, 2000 yılından itibaren yönetimi ALİDAŞ A.Ş. tarafından yapılmaktadır. Alanya limanı yer aldığı konum ve mevcut kapasitesi bakımından ara liman görevi görmektedir. Ancak Ege, Doğu Akdeniz, Yunanistan, Mısır, İsrail, Lübnan, Suriye ve Kıbrıs bölgelerine ulaşım sağlaması açısından da oldukça avantaj sağlamaktadır (Çiğdemli, 2016: 29 ; Bayazıt, 2015: 109,110).

Alanya' yı deniz yolu ile ziyaret eden turistler gününbirlik kruvaziyer gemileri ile Alanya limanına ulaşım sağlamaktadır. Alanya' da deniz yolu ulaşımı son birkaç yıldır faaliyet göstermeye başlamıştır. (Kavacık, Zafer ve İnal, 2012: 178).

Tablo 3: Alanya Limanı Kruvaziyer Gemi ve Yolcu İstatistikleri (2014-2018)

YILLAR	KRUVAZİYER GEMİ				KRUVAZİYER YOLCU			
	Kruvaziyer Tipi Yolcu Gemisi	Yolcu Gemisi	Diğer Gemi	TOPLAM	Gelen Yolcu	Giden Yolcu	Transit Yolcu	TOPLAM
2014	20	3	0	23	37	32	18.487	18.556
2015	33	1	0	34	6	16	22.310	22.332
2016	11	2	0	13	1	5	9.255	9.271
2017	22	0	0	22	9	5	12.176	12.190
2018	15	-	-	15	3	1	3.019	3.023

Kaynak: Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü İstatistik Bilgi Sistemi, 2019

Alanya Limanı 2014-2018 yılları arasındaki gemi ve kruvaziyer yolcu istatistikleri incelendiğinde, 2014 yılında kruvaziyer tipi yolcu gemisi sayısının 20, yolcu gemisi sayısının 3 olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak 2014 yılında Alanya limanında yer alan toplam gemi sayısı 23 olarak belirlenmiştir. Gelen ve giden kruvaziyer yolcu sayılarına bakıldığında 2014 yılında Alanya' ya deniz yolu aracılığıyla gelen yolcu sayısının 37, giden yolcu sayısının 32 ve transit yolcu sayısının 18.487 olduğu görülmektedir. 2015 yılında kruvaziyer tipi yolcu gemisi sayısının 33, yolcu gemisi sayısının 1 olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç olarak 2015 yılında Alanya limanında yer alan toplam gemi sayısı 34 olarak belirlenmiştir. Gelen ve giden kruvaziyer yolcu sayılarına bakıldığında 2015 yılında Alanya'ya deniz yolu aracılığıyla gelen yolcu sayısının 6, giden yolcu sayısının 16 ve transit yolcu sayısının 22.310 olduğu görülmektedir. 2016 yılında kruvaziyer tipi yolcu gemisi sayısının 11, yolcu gemisi sayısının 2 olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak 2016 yılında Alanya limanında yer alan toplam gemi sayısı 13 olarak belirlenmiştir. Gelen ve giden kruvaziyer yolcu sayılarına bakıldığında 2016 yılında Alanya'ya deniz yolu aracılığıyla gelen yolcu sayısının 11, giden yolcu sayısının 5 ve transit yolcu sayısının 9.255 olduğu görülmektedir. 2017 yılında kruvaziyer tipi yolcu gemisi sayısının 22 olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak 2017 yılında Alanya limanında sadece 22 adet kruvaziyer tipi yolcu gemisinin olduğu görülmektedir. Gelen ve giden kruvaziyer yolcu sayılarına bakıldığında 2017 yılında Alanya'ya deniz yolu aracılığıyla gelen yolcu sayısının 9, giden yolcu sayısının 5 ve transit yolcu sayısının 12.176 olduğu görülmektedir. 2018 yılında kruvaziyer tipi yolcu gemisi sayısının 15 olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak 2018 yılında Alanya limanında sadece 15 adet kruvaziyer tipi yolcu gemisinin olduğu görülmektedir. Gelen ve giden kruvaziyer yolcu sayılarına bakıldığında 2018 yılında Alanya'ya deniz yolu aracılığıyla gelen yolcu sayısının 3, giden yolcu sayısının 1 ve transit yolcu sayısının 3.019 olduğu görülmektedir.

2.4.2. Alanya Gazipaşa Havalimanı ve Antalya Havalimanı Yolcu İstatistikleri

Alanya'ya yakın bir mesafede bulunması açısından büyük önem arz eden Antalya Uluslararası Havalimanı ülkemiz için son derece önemlidir. Turistik destinasyon olarak Alanya bölgesini tercih eden ziyaretçiler için Antalya Havalimanı'nın ilçeye yakın olması önemli bir etkidir. Bu durum bölgeye gelen ziyaretçi sayısının artmasında büyük rol oynar.

Tablo 4: Antalya Havalimanı Gelen Ziyaretçilerin Aylara Göre Dağılımı (2017-2018)

YIL	2017			2018			2017/2018(%)		
	İç Hat	Dış Hat	TOPLAM	İç Hat	Dış Hat	TOPLAM	İç Hat	Dış Hat	TOPLAM
OCAK	24.330	-	24.330	31.419	1.821	33.240	29	-	37
ŞUBAT	48.753	-	48.753	59.813	3.663	63.476	23	-	30
MART	78.652	159	78.811	94.208	9.210	103.418	20	5.692	31
NİSAN	118.340	13.371	131.711	140.831	26.948	167.779	19	102	27
MAYIS	167.697	54.678	222.375	194.027	112.459	306.486	16	106	38
HAZİRAN	212.832	105.942	318.774	250.828	217.947	468.775	18	106	47
TEMMUZ	265.942	166.009	431.951	320.475	336.627	657.102	21	103	52
AĞUSTOS	318.712	227.054	545.766	391.236	447.623	838.859	23	97	54
EYLÜL	372.200	286.756	658.956	459.685	545.006	1.005.691	24	90	53
EKİM	420.867	332.805	753.672	516.801	612.866	1.129.667	23	84	50
KASIM	451.126	339.935	791.061	547.755	623.197	1.170.952	21	83	48
ARALIK	478.837	342.341	821.178	575.218	626.677	1.201.895	20	83	46
TOPLAM	2.958.288	1.869.050	4.827.338	3.582.296	3.564.044	7.147.340	257	6546	513

Kaynak: Devlet Hava Meydanları İşletmesi, 2019

Devlet Hava Meydanları İşletmesi 2017-2018 yıllarına ait istatistiki veriler incelendiğinde 2017 yılında Antalya Havalimanı' na iç hat ve dış hatlar toplamında 150.493.302 yolcu gelmiştir. 2018 yılında ise bu rakamın 185.533.281' e yükseldiği görülmektedir. Tablo 4'e göre 2017 yılında havayolu aracılığıyla gelen yerli ziyaretçi sayısı 46.324.164 olup, yabancı ziyaretçi sayısı 104.169. 138' dir. Sonuç olarak bölgeye gelen yabancı ziyaretçilerin daha fazla olduğu görülmektedir. 2018 yılına ait veriler incelendiğinde de gelen yabancı ziyaretçilerin yerli ziyaretçilerden sayıca daha fazla olduğu sonucuna ulaşılabilir.

Tablo 5: Alanya Gazipaşa Havalimanı Gelen Ziyaretçilerin Aylara Göre Dağılımı (2017-2018)

YIL	2017			2018			2017/2018(%)		
	İç Hat	Dış Hat	TOPLAM	İç Hat	Dış Hat	TOPLAM	İç Hat	Dış Hat	TOPLAM
OCAK	496.039	184.657	680.696	590.217	201.588	791.805	19	9	16
ŞUBAT	943.012	335.530	1.278.542	1.093.303	385.751	1.479.054	16	15	16
MART	1.500.356	583.483	2.083.839	1.732.952	768.145	2.501.097	16	32	20
NİSAN	2.102.255	1.424.803	3.527.058	2.424.790	1.895.165	4.319.955	15	33	22
MAYIS	2.744.073	3.300.278	6.044.351	3.036.466	4.686.014	7.722.480	11	42	28
HAZİRAN	3.368.740	5.952.673	9.321.413	3.683.308	8.271.397	11.954.705	9	9	28
TEMMUZ	4.099.332	9.326.703	13.426.035	4.423.985	12.413.062	16.837.047	8	33	25
AĞUSTOS	4.860.569	12.785.205	17.645.774	5.172.092	16.510.518	21.682.610	6	29	23
EYLÜL	5.589.835	15.730.837	21.320.672	5.861.998	20.176.976	26.038.974	5	28	22
EKİM	6.310.498	17.859.622	24.170.120	6.540.030	23.105.929	29.645.959	4	29	23
KASIM	6.885.689	18.236.662	25.122.351	7.079.576	23.776.155	30.855.731	3	30	23
ARALIK	7.423.766	18.448.685	25.872.451	7.575.871	24.127.993	31.703.864	2	31	23
TOPLAM	46.324.164	104.169.138	150.493.302	49.214.588	136.318.693	185.533.281	114	350	269

Kaynak: Devlet Hava Meydanları İşletmesi, 2019

2011 yılında faaliyet göstermeye başlayan Alanya Gazipaşa Havalimanı bölgenin ziyaretçi sayısının artış göstermesinde oldukça etkilidir. Bunun en önemli nedeni yurt dışından turizm amaçlı gelecek olan ziyaretçiler için rahat bir ulaşım imkanı sağlamasıdır. Devlet Hava Meydanları İşletmesi 2017-2018 yıllarına ait istatistiki veriler incelendiğinde 2017 yılında Alanya Gazipaşa Havalimanı' na iç hat ve dış hatlar toplamında 4.827.338 yolcu gelmiştir. 2018 yılında ise bu rakamın 7.147.340' a yükseldiği görülmektedir. Havayolu ulaşımı ile gelen yabancı ziyaretçiler ile ilgili veriler incelendiğinde 2017 ve 2018 yılında bölgeye gelen yerli ziyaretçi sayısının yabancı ziyaretçi sayısına göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Yukarıdaki bilgiler doğrultusunda, yerli ziyaretçilerin seyahatlerin de deniz ulaşımından daha çok havayolu ulaşımını tercih ettikleri sonucuna ulaşılabilir.

2.5. Alanya' nın Turizm Potansiyeli

2.5.1. Alanya' nın Doğal Güzelliklerini Oluşturan Unsurlar

Akdeniz Bölgesi' nin önemli turizm destinasyonlarından olan Alanya sahip olduğu doğal güzellikleri ile ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir. Bölgenin doğal güzelliklerinin başında sahiller, koylar, mağaralar, ormanlık alanlar, doğa ve deniz manzaraları gelmektedir. Alanya yaklaşık olarak 70 km'lik bir plaja sahiptir. Bölgenin en önemli plajları; İncekum, Avsallar, Türkler, Konaklı, Ulaş, Kleopatra, Damлатаş vb. olarak belirtilebilir. Bu denli önemli ve güzel plajlara sahip olmasından dolayı ziyaretçiler için Alanya denildiğinde ilk akla gelen 'deniz-kum-güneş' turizmi olmaktadır. Bütün bunların yanında Alanya' nın en önemli doğal güzelliklerinden diğer ikisi de 'Dim Çayı' ve ' Alara Çayı' dır. Dim Çayı Alanya' yı iç kesimle kendi sınırları içerisinde bağlayan en önemli geçittir (Akış, 2007: 20). Alanya ile Manavgat ırmağı arasında yer alan Alara Çayı su sporları bakımından elverişli olmasından dolayı Alanya' nın turizm varlıkları arasında önemli bir yere sahiptir (Özkan, 2005: 67)

Alanya yaz aylarında ziyaretçilere birçok alternatif turizm olanağı sunmaktadır. Bölgeyi ziyaret eden turistler için rafting, dalış, yamaç paraşütü, jeep safari, kamp-karavan vb. aktiviteler sunulmaktadır. Bu doğrultuda Alanya' nın yayla turizmi, mağara turizmi, dağ turizmi, macera turizmi gibi birçok alternatif turizm yönünden zengin olduğunu söylemek mümkündür (Saruhan, 2019: 35).

Alanya' da son zamanlarda gelişme gösteren alternatif turizm türlerinden birisi de yayla turizmidir. Gedevet Yaylası, Gökbel Yaylası, Köprübaşı Yaylası, Söbüçimen Yaylası, Cikeilli Yaylası ve Bozbelen Yaylası Alanya' nın en bilinen ve tercih edilen yaylalarıdır. Mağara turizmi açısından da oldukça zengin bir potansiyele sahip olan Alanya destinasyonunda ziyaretçiler tarafından enfazla merak edilen mağaralar; Damлатаş Mağarası, Dim Mağarası, Aşıklar Mağarası, Korsanlar Mağarası ve Fosforlu Mağaradır (Akış, 2007: 20.21 ; Özkan, 2005: 67).

Damлатаş Mağarası; 1948 yılında Alanya iskelesi yapımında kullanılmak üzere taş ocağı olarak tespit edilen alanda patlatılan bir dinamit sonrasında tesadüfen bulunmuştur. Patlama sonrasında açılan delikten lüks lambalarıyla içeri girenler gördükleri güzelliklerden sonra hayrete düşüp açılan deliği hemen kapatmışlar ve dinamitleme işini de başka bir tarafa kaydırmışlardır (Yetkin, 2002: 70).Mağaranın yapısı, 50 metre uzunluğundaki geçitin ardından, 14 metre çap ve 15 metre yükseklikte silindirik biçimindedir. Sarkıtlardan damlayan su damlaları sebebiyle mağara 'Damлатаş Mağarası' olarak adlandırılmıştır (Özkan, 2005: 67).

Türkiye’ de özel teşebbüs tarafından turizme açılan ilk mağara olması yönüyle büyük önem taşıyan **Dim Mağarası ise;** ülkemizin şu ana kadar bilinen mağaralarından ikinci büyüklükte olanıdır. Deniz seviyesinden yüksekliği yaklaşık Alanya Kalesi yüksekliğindedir. Alanya merkezine uzaklığı 12 km’ dir ve Kestel beldesinin 6 km kuzeyinde, Yaylalı köyü sınırları içinde yer almaktadır. Mağara tarih öncesi ve tarihi devirlerde insanlar tarafından barınak olarak kullanıldığı için ‘Gavurini’ olarak adlandırılmıştır. Ayrıca mağara uzun zaman da yöre halkı ve çobanlar tarafından küçükbaş hayvan barınağı olarak kullanılmıştır. Mağara yerli ve yabancı turizme resmi olarak 1999 yılında açılmıştır (Yetkin, 2002: 74 ; Ceylan ve Demirkaya, 2006: 199).

Alanya’ nın alternatif turizm yönünden bu denli zengin olması, bölgede turizmin 12 aya yayılmasında oldukça önemli bir etkidir. Bu bağlamda gerçekleşen gelişmelerden bir diğeri de ilçede kongre turizmini ön plana çıkartmak amacıyla yapılan ‘ Konaklı Kongre Merkezi’ dir. Bunun yanında Alanya bölgesinde yer alan ‘ Akdağ Kayak Merkezi’ alternatif turizm türlerinden kış turizminin gelişmesi adına oldukça önemlidir, ancak bölgede günümüze kadar bu anlamda olumlu bir gelişme görülmemiştir (Türkyılmaz, 2014: 17).

2.5.2. Alanya’ nın Kültürel ve Tarihi Değerlerini Oluşturan Unsurlar

Alanya ilçesi yörenin kültürünü ve tarihini yansıtan ve yaşatan çok sayıda zenginliğe sahiptir. Hem bölge halkı hem de ziyaretçiler açısından çekicilik unsuru oluşturan bu kültürel ve tarihi zenginlikler kültürel turizm açısından da büyük bir potansiyel oluşturmaktadır.

Alanya Kalesi; İlk çağdaki adı Koracesium olan Alanya Kalesi’ nin ilk kurucuları Romalı korsanlar olmuştur. Şehrin yarımada üzerinde Kandereli Burnu’ nu meydana getiren dağın üzerinde kurulan ilk kale, bir şato niteliğindeydi. Bu şato uzun bir süre Romalı korsanların sığınağı olarak kullanılmıştır. Daha sonra Roma İmparatoru Pompeus döneminde buraya yeni bir kale inşa edilmiştir (Gürbüz, 2001: 210). Alanya Kalesi 1221 yılında I. Aladdin Keykubat’ ın Alanya’ yı fethiyle Selçuklulara geçmiş ve bu dönemde yeni baştan inşa ettirilmiştir. Hem dış görünüşü hem de iç yapısı bakımından tamamen Selçuklu motiflerini yansıtan kalenin surları ve kuleleri yalnız savunma yönünden değil, Selçuklu mimarlığı yönünden de büyük bir değer taşımaktadır (Yıldız ve Doğan, 2011: 119).

Yapının günümüze kadar sağlam kalmış parçaları arasında Selçuklu mimari sanatının birçok özelliklerini görmek mümkündür. Kalenin surları bütün yarımada çevresini kuşatmaktadır ve dıştan iç ve orta kale kapıları, kale kapısından çok saray kapısını andırmaktadır (Gürbüz, 2001: 211).

Alanya kalesi; **Eğrikapı (Ehmedek'ten açılmaktadır), Kocakapı (Eskipazar Kapısı), Ortakapı (Meyyit Kapısı) ve İskele Kapısı** olmak üzere dört bölümden oluşmaktadır (Konyalı, 1946: 150).

Kale, Selçuklular tarafından fethedildiğinde yalnızca bugünkü surlarla çevrili alanın kuzeybatısında kalan küçük açıklık alandan ibaretti. Selçuklu fethiyle birlikte Bizans döneminden kalma surlara ilaveten yapılan surdan başka, Kızılkuş 1226 tarihinde, Ehmedek (Ahmedek) ve Tersane ile Kızılkuş arasındaki bağlantısı 1227-1228 tarihinde inşa edilmiştir (Gülbüz, 2001: 215).

Kızılkuş; 1226 yılında Alanya Kalesi' nin ve Tersane'nin korunması amacıyla inşa edilen Kızılkuş, Alanya yarımadasının doğu başlangıcına, deniz kenarına yapılmıştır (Karakuş, 2011: 35 ; Konyalı, 1946: 160). Alanya Kalesi' nin inşa edilmesine Kızılkuş ile başlanmıştır ve kalenin tersaneden başlayan sahil duvarı Kızılkuş ile son bulmaktadır (Karakuş, 2011: 35). Ayrıca günümüzde Kızılkuş' nin çevresinde turistlerin ilgisini çeken çok sayıda ürün satışı yapılmakta olup, gelen ziyaretçiler kuleyi ziyaret ederken aynı zamanda alışveriş de yapabilmektedir (Saruhan, 2019:36).

Alanya Tersanesi; Alanya' nın en önemli eserlerinden birisi olan ve Selçuklu mimarisi özelliği taşıyan Alanya Tersanesi, Kızılkuş' nin inşasından iki yıl sonra 1226 yılında kurulmuştur ve Kızılkuş' nin güneyinde yer almaktadır (Yetkin, 2002: 50; Konyalı, 1946: 209-211). Tersane' de denize açılan beş göz, bir depo, tersaneyi bekleyen askerlerin kalacağı bir bölüm ve sol tarafında deniz bölümünde ise bir mescit bulunmaktadır. Alanya' nın böyle bir tersaneye sahip olması önemli bir liman kenti olduğunun da kanıtıdır (Saruhan, 2019: 37).

Alanya bölgesinin tarihi ve kültürel değerlerini oluşturan bir diğer önemli yapılar camii ve kiliselerdir. Osmanlı' nın Alanya' da bulunan mevcut iki eserinden biri olan **Alâüddin-Süleymaniye Camii'** nin 15. yüzyılda Selçuklulara ait bir mabet kalıntısının temelleri üzerine inşa edildiği bilinmektedir (Yetkin, 2002: 58). Camii taş ve kırmızı tuğladan yapılmıştır. Yapının sağına dış tarafına dört köşeli bir minare yapılmıştır. Alt tarafı taşla üst kısmı tuğla ile yapılan minarenin üstü 60 yıl önce bir yıldırım düşmesi sonucu yıkılmıştır ve bir daha yapılmamıştır (Konyalı, 1946: 290-293). Ayrıca bulunduğu yer itibariyle de yaylaya göç edenler Antalya istikametinden veya Mersin istikametinden gelenler hep karşılarında bu tarihi camiiyi görebilirler (Yetkin, 2002: 58).

İlçenin Mahmut Seydi köyünde yer alan **Mahmutseydii Camii**'nin yapılış tarihi bilinmemekle birlikte camiinin Mahmut Seydi tarafından yaptırıldığı kabul edilmektedir. Cami köyün merkezinde elverişli bir araziye yapılmış olup, güney-kuzey doğrultusunda uzanan bir plan özelliği göstermektedir. Ayrıca caminin kuzeydoğu köşesinde yer alan ve cephe duvarına 1,60 m. uzaklıktaki minare yakın tarihte büyük bir oranda yenilenmiştir (Yetkin, 2002: 60 ; Çaycı, 1997: 73).

Kale içinde yer alan bilinen kiliseler Arap Evliyası-Aya Yorgi kilisesi ve Eski kilisedir. Bunlardan ilki müslümanların Arap Evliyası, Hristiyanların 'Aya Yorgi' dedikleri Arap Evliyası-Aya Yorgi kilisesi' dir. Bu kilise kale içinde yer alan ve bize kadar gelen gayri İslâmi yapılardan birisidir. Diğeri ise iç kale (Sarnıç Kalesi)' nin içinde yer Eski kilisedir (Konyalı, 1946: 320).

Alanya-Manavgat yolu üzerinde yer alan iki adet han bulunmaktadır. Bunlardan Şarapsa Han; Alanya'nın 15 km batısında adını verdiği veya aldığı 83 nüfuslu Şarabsa köyünün yanındadır. **Şarapsa Han**; Şarapsa veya Sarafşa adlarıyla da bilinmektedir (Gerçek, 2010: 47). Han Alanya-Konya yolu üzerinde denizi gören hafif bir tepenin üstüne doğudan batıya doğru uzanan bir plana göre yapılmıştır. Doğusunda gözetleme kulesine benzeyen bir minare vardır. Burada hem ezan okunur, hem de icabında deniz gözetlenirdi. Han plan itibarıyla eşsiz bir eserdir (Konyalı, 1946: 362-366). Aynı yol üzerinde yer alan ve adını Alara Çayı' ndan alan **Alara Han**; 1229 yılında Alanya Fatih Sultan Alaaddin Keykubat tarafından yaptırılmıştır. Alara Han, muntazam bir kesme taşla yapılmıştır. Adını yazılı veya kazılı olarak bize bırakmayan mimari; handa müstesna bir plan uygulamış, yaptırması; inşa malzemesinin iyisini ve mükemmeli bulmakta ve vermekte çok cömert davranmıştır. Han günümüzde de sağlamlığını korumaktadır; ancak bazı yerlerinde ufak çatlaklar görülmektedir (Konyalı, 1946: 370,371).

Romalılar, Selçuklular ve Osmanlılar tarafından kullanılan **Kargı Han ise**; Kestekbel vadisi üzerinden geçen Antalya-Konya yolu üzerine bulunmaktadır. Kesikbel Geçidi' nin hemen üzerine inşa edilen yapının her odasının tavanında bir pencere yer alır. Ana giriş kapısı yontma taştan yapılmıştır. Han fazlasıyla tahrip olmuş durumdadır (Uysal ve Güçlü, 2008: 247).

Alanya Arkeoloji Müzesi: İnsanoğlunun beşiği durumundaki güzel Alanya'da bulunan Arkeolojik ve Etnoğrafik değerlerin gerek açık ve gerekse kapalı mekanlarda sergilenerek yerli ve yabancı turistlere açılması geçte olsa 1967 yılında yapımı tamamlanarak hizmete sunulan müze binasında gerçekleşmiştir (Yetkin, 2002: 93, 94). Alanya Müzesi' nin alt tarafı arkeoloji müzesi, üst tarafı idari birim olarak kullanılmaktadır (Demir, 2015: 33).

.Müzede yöreye ait geleneksel el sanatları ürünleri, heybeler, giysiler, kilimler ve çeşitli işleme örnekleri yer almakta olup, her sene bölgeye gelen ziyaretçiler tarafından büyük ilgi görmektedir (Saruhan, 2019: 36).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YEREL HALKIN TURİZME YÖNELİK ALGILARI VE TURİZMİN ETKİLERİ

3.1. Algı Kavramı ve Algılama Süreci

Dilimize ‘almak’ sözcüğünden türemiş olan algı kavramı, en belirgin tanımı ile Kırmızıgül (2015: 6) tarafından ‘*dış dünyadaki nesnel olayları, duyular aracılığıyla öznel bilince aktarma süreci*’ olarak ifade edilmektedir. Akova (2006: 80)’ ya göre ise algı ‘*herhangi bir nesne, olay, olgu, sözcük, kavram vb. uyarıcının; kişinin beş duyu organının ve sezgilerinin yardımı ile düşünsel yapısında belirlenmesi, anlaşılması, tanınması, tanımlanması, yorumlanması ve açıklanması*’ şeklinde tanımlanmaktadır.

Algı, gördüğümüz herhangi bir şeyi nasıl yorumladığımız, neye inandığımız ve davranışlarımızın nasıl olduğunu bize göstermekte olup, bir yandan zihnimizde birtakım değerlerin ve düşüncelerin meydana gelmesini sağlar. Bu durum problemleri de beraberinde getirmekte ve aynı zamanda çözümü için de bize yol göstermektedir (Bakan ve Kefe, 2012: 21). Algılama ise, bireylerin anlık olarak yaşadıkları tecrübelerinin geçmiş tecrübeleri ile birleşerek yeniden değerlendirilmesi ve ortak bir sonuca varılması sürecidir. Tunç ve Atılğan (2017:230)’ a göre ise algılama, ‘*kişilerin beş duyu organını aynı anda devreye sokmak suretiyle farkına vardıkları bir olguyu bir bütün olarak değerlendirip, yorumlama süreci*’ dir.

3.2. Yerel Halk Kavramı

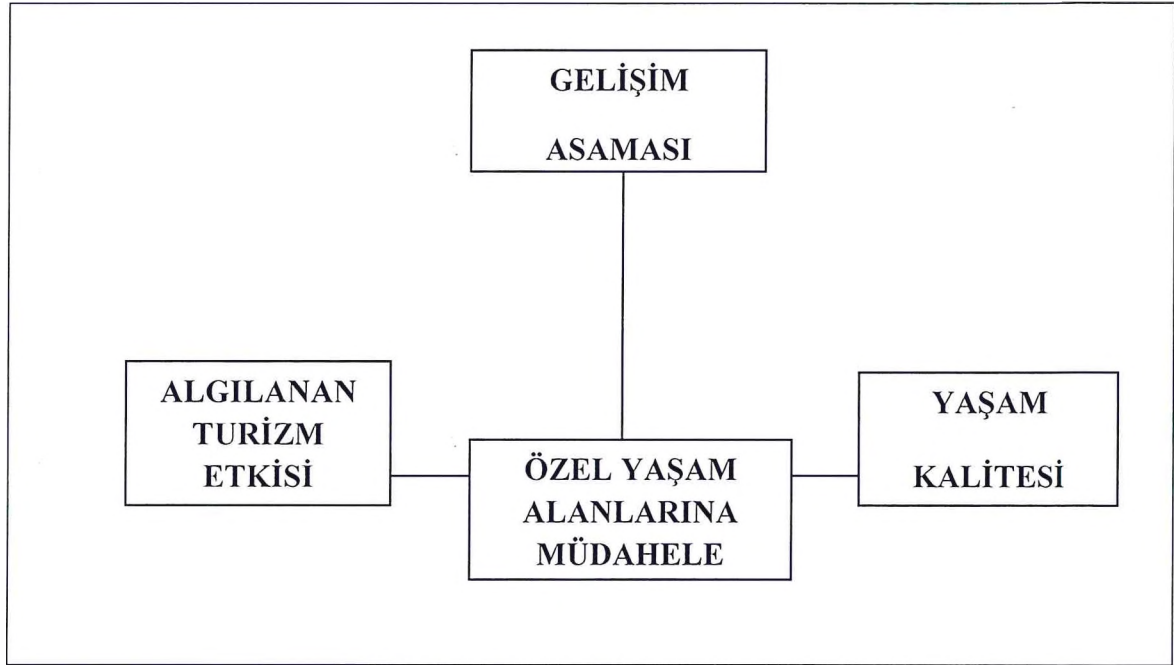
‘Lokal’, ‘mahalli’ ve ‘yöresel’ kavramları ile eş anlamlı olan ‘yerel’ kelimesi ‘halk’ sözcüğü ile bir araya geldiğinde; ‘*aynı ülkede yaşayan aynı kültürel özelliklere sahip olan en az ortak bir faktörü paylaşan insan topluluğunu*’ ifade etmektedir. Başka bir ifadeyle yerel halk; belirli bir bölgede, şehirde ya da ülkede yaşamını sürdüren ve birçok ortak noktada bir araya gelen farklı kişilerin oluşturduğu topluluklar olarak da tanımlanabilir (Şentürk, 2019: 31).

Turizm endüstrisi açısından da büyük önem taşıyan yerel halk kavramı belirli bir destinasyonda ikamet eden yerel toplulukların turistler üzerinde olumlu ya da olumsuz etki oluşturması için belirleyici bir faktör niteliğindedir. Turizm faaliyetlerinin yerel halk tarafından desteklenmesi hem bölgenin yaşam standartlarını iyileştirmesi açısından hem de turizm ekonomisini canlandırması açısından turizm gelişim sürecinde oldukça önemli bir etkidir.

3.3. Yerel Halkın Turizm Gelişimini ve Turizmin Etkilerini Algılaması

Ay (2014: 19)' a göre, 'Turizmin yerel toplumlar üzerinde oluşturduğu etkinin, toplumu oluşturan bireyler arasında bir algılama söz konusudur.'

Bu algılama sürecinin başlaması için öncelikli olarak turizm gelişiminin etkilerinin kişiler tarafından algılanması gerekmektedir. Turizm gelişim etkilerinin algılanması ile birlikte turizmin yerel halk üzerindeki etkileri ortaya çıkmaya başlar. Turizmin bu etkileri olumlu ya da olumsuz olabilir (Güneş, 2014: 33).



Şekil 3. 1. Turizm Gelişim Süreci

Kaynak: Kim, Kyungmi (2002), 'The Effects Of Tourism Impacts Upon Quality Of Life Of Residents In The Community', Doctor Of Philosophy Thesis, Dissertation submitted to the Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, Virginia.

Bir turizm destinasyonunda gelişim evresinde ortaya çıkan bu olumlu ve olumsuz etkiler sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkiler olmak üzere üç grupta toplanmaktadır. Turizm faaliyetleri sonucunda oluşan bu etkilerin toplamı '*algılanan toplam turizm etkisi*' olarak ifade edilmektedir (Karacaoğlu, 2017: 87).

Turizmin olumlu etkilerinin olumsuz etkilerinden yüksek olması yerel halkın turizm algısının artmasına neden olmaktadır. Bu nedenle yerel halkın bir turizm bölgesi ile ilgili algı ve davranışları oldukça önemlidir. Bunun en önemli nedeni de turizm destinasyonlarının gelişiminde ve turizm bölgelerinde başarılı bir turizm planlaması yürütme ve planlama

açısından yerel halkın algılarının büyük ölçüde etkili olmasıdır (Ay, 2014: 19 ; Güneş, 2014: 35).

Türkiye’ de turizm planlaması yalnızca belirli bir kesimin talep ve isteklerine (iş adamları, yerel yönetimler) göre şekillenmektedir. Bu nedenle planlama çalışmaları yürütülürken, diğer paydaşların fikirleri dikkate alınmamaktadır. Oysa ki ziyaretçilerin turistik faaliyetlerinde büyük bir etkisi olan yerel halkın turizm planlaması çalışmalarında göz ardı edilmesi, gerçekleştirilen planlama faaliyetlerinin halk tarafından onaylanmasını güçleştirmektedir. Bu nedenle turizm planlaması yapılırken öncelikli olarak turistik destinasyonlara daha fazla sayıda turist çekilebilmesi için çalışılması, yerel halkın hayat şartlarını daha da güçleştirmesi, turizm faaliyetlerinin sosyo-kültürel değerlere ve doğal çevreye olumsuz etkide bulunması, yerel halk ile turistler arasında birtakım çatışmalara sebep olabilmektedir. Bu nedenle turizm faaliyetleri konusunda gerçekleştirilen her türlü planlama ve düzenleme sürecine ilgili kişilerin dahil edilmesi gerekmektedir (Boğan ve Dedeoğlu, 2018: 27,28).

Filiz ve Yılmaz (2017: 1806)’ ya göre; yerel halkın turizme ilişkin algıları turizm destinasyonlarının *gelişmişlik seviyesine, bölgede yaşayanların demografik özelliklerine, turizme ekonomik olarak bağımlı olmaya, bölgenin yerlisi olup olmama durumuna, yaşam süresine* göre farklılık gösterebilmektedir. Güneş (2014: 36-43)’ e göre ise; *‘demografik değişkenler, cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, medeni hal, doğum yeri, yaşam (ikamet) süresi, meslek, ekonomik bağımlılık, turistlerle olan etkileşim ve mekânsal unsurlar’* yerel halkın turizme ilişkin algılarını etkileyen faktörleri oluşturan unsurlardır. Alrwajfah, Garcia ve Macias (2019: 19)’ göre ise; yerel halkın turizm algılarını etkileyen faktörler dışsal faktörler ve içsel faktörler olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Dışsal faktörler; *‘turizmin gelişme süreci, turizm çeşidi, mevsimsellik vb.’* faktörlerdir. İçsel faktörler ise; *‘ekonomik etkiler, istihdam, turizme bağımlılık, turizm destinasyonundan uzaklık, turistlerle etkileşim, kişisel değerler, yaş, cinsiyet ve eğitim gibi demografik değişkenler’* olarak ifade edilmektedir.

Sönmez (2018: 51)' e göre yerel halkın turizm faaliyetleri sonucu oluşan etkileri algılaması ve bu etkilere uyum sağlaması sonucu sergilemiş olduğu davranışlar dört maddede toplanmaktadır:

- **Direnme:** Yerli halkın turistlerin bölgeyi ziyaret etmesini engellemek ve turizmin gelişmesini sağlamak amacıyla göstermiş oldukları gayretleri içermektedir. Bu ilk evrede yerli halkın turistlere karşı sert ve katı bir tutumu vardır.
- **İçine Kapanma:**Yerel halkın turizm faaliyetlerine sıcak bakmayıp, kendi kültürel ve tarihi değerlerini koruyup, yaşatmak amacıyla göstermiş olduğu çabaları kapsamaktadır. Bu evrede yerli halk kültürel mirasını yansıtan çeşitli aktivitelerde bulunmayı amaçlamaktadır.
- **Sınırları Vurgulama:** Bu evrede yöre halkı yavaş yavaş turizmi benimsemeye ve bölgeye gelen ziyaretçilere karşı olumlu bir tutum sergilemeye başlamışlardır.
- **Benimseme:** Bölgenin geleneksel kültürünün etkisini kaybettiği dördüncü aşamadır. Bu aşamada yerli halk Batı kültürünü benimsemeye başlamıştır.

3.4. Yerel Halkın Turizme Verdiği Desteği Etkileyen Faktörler

Yerel halkın turizme verdiği desteği etkileyen faktörler Harrill (2004: 4)' e göre 5 başlık altında toplanmıştır:

- Sosyo-ekonomik faktörler
- Mekansal Faktörler
- Ekonomik Bağımlılık
- Yerel Halk ve Toplum Tipolojisi
- Yerel Halkın Turizm Gelişimine İlişkin Algılarının Ölçülmesi

3.4.1. Sosyo-ekonomik Faktörler

Bir destinasyonda yaşayan halkın demografik özellikleri olarak da ifade edilen yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, yaşam süresi, doğum yeri, meslek vb. kavramları içeren faktörler sosyo-ekonomik faktörler olarak adlandırılmaktadır. Söz konusu bu faktörler yerel halkın turizm gelişimine ilişkin olan desteğini etkileyen başlıca faktörler arasında yer almaktadır (Altunel, 2009: 56).

Sosyo-ekonomik faktörler bir destinasyonda ikamet eden yerleşik kesimin özelliklerinin belirlenmesinde turizm araştırmacıları tarafından sıklıkla kullanılan değişkenleri içermekte olup, birçok çalışmada yerel halkın algı ve tutumlarının ortaya konması amacıyla oluşturulan hipotezlerin bir parçası olarak karşımıza çıkmaktadır. Çoğu zaman da yapılan araştırmalarda uygulanan anket formlarında da yer alan sosyo-ekonomik faktörler toplumsal gelişim için oldukça önemli olan değişkenler olarak kabul edilmektedir (Harrill, 2004: 2).

Bagri ve Kala (2016)'nın Hindistan Himalayaları kapsamında yerel halkın turizm etkilerini ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlar açısından ne kadar algıladıklarını ölçmeyi amaçladıkları çalışmalarında bölge halkının algılarının demografik değişkenler kapsamında farklılık gösterdiğini tespit etmişlerdir. Çalışmanın sonuçlarına göre; cinsiyete ilişkin elde edilen bulgular incelendiğinde erkeklerin turizmin etkilerine ilişkin algılarının kadınlara göre daha fazla olduğu belirlenmiştir (Bagri ve Kala, 2016).

Wang, Pfister ve Morais (2006) tarafından Washington, NC bölgesi halkının sosyo-ekonomik özellikleri ile turizme ilişkin algıları arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla yapılan çalışmada, yerel halkın yaş, cinsiyet ve eğitim gibi demografik özellikleri ile algılarının arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bununla beraber eğitim düzeyi yüksek olan bölge sakinlerinin turizm etkileri konusundaki olumsuz tutumlarını daha sağlıklı bir şekilde ifade edebilecekleri sonucuna ulaşılmıştır (Wang, Pfister ve Morais, 2006).

3.4.2. Mekansal Faktörler

Yerel halkın turizme verdiği destek üzerinde etkisi büyük olan diğer bir etken de mekânsal faktörlerdir. Bölge halkının turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu bölgelere yakın oturması turizme ilişkin algılarının olumsuz olmasında etkili olmaktadır. Dolayısıyla yerel halkın turizm algılarının, ikamet ettikleri bölgenin turistik destinasyonlara mesafe olarak yakın olmasına bağlı olarak değişiklik gösterebileceğini söylemek mümkündür (Parlak, 2018: 57). Ambroz (2008)'ın Slovenya'nın turistik bölgelerinden Primorska, Dolenjska, Gorenjska ve Ljubljana'daki yerel halkın turizm gelişimine yönelik tutumlarının belirlenmesi amacıyla yapmış olduğu çalışmasında, uzun süredir araştırmanın yapıldığı bölgelerde yaşayanların algıları incelendiğinde turizm gelişimine yönelik olumsuz bir tutum gösterdikleri tespit edilmiştir (Ambroz, 2008).

3.4.3. Ekonomik Bağımlılık

Ekonomik bağımlılık bir toplum içindeki ekonomik faydaya ilişkin algıları tahmin etmeye çalışan sosyal bilim araştırmacıları tarafından uzun zamandır ilgi gören bir konu olmuştur. Turizm araştırmacılarına göre yerel halk ile ekonomik bağımlılık arasındaki ilişki tek bir kişiden bütün bir topluma kadar yayılmaktadır (Harrill, 2004: 5).

Snepenger, O'Connell ve Snepenger (2001) tarafından Bozeman, Montana' da çekme-geri çekilme ölçeği kapsamında bölge halkının turizm gelişimine ilişkin algılarını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen çalışmaya göre; yerel halkın turizm gelişimine yönelik algıları çekme-geri çekilme ölçeğine göre değerlendirilmiş olup, dört grup altında toplanarak incelenmiştir. Bu çalışma doğrultusunda yerel halktan turizmi kucaklayanların, turizm faaliyetlerinin bölge ekonomisinin önemli bir parçası olduğu ve olumlu katkıda bulunduğu algısında oldukları belirlenmiştir. Bununla beraber hoşgörenler de turizmin ekonomi için büyük önem arz ettiğini düşünmektedir. Bölge halkı kentteki ürün ve hizmet fiyatlarının daha yüksek fiyatlarda sunulacak kadar eşsiz özellikte olduğunu savunmaktadır (Snepenger, O'Connell ve Snepenger, 2001).

3.4.4. Yerel Halk ve Toplumun Sınıflandırılması

Yerel halkın turizm gelişimine ilişkin algılarının ölçülmesine yönelik araştırmaların gün geçtikçe artması ile bölge sakinlerinin algılarının birbirleri ile benzerlik göstermesi nedeniyle bazı araştırmacılar yerel halkı sınıflandırmaya çalışmıştır. Bu anlamda yerel halkın algılarına yönelik olarak geliştirilen en önemli modellerden biri ilk olarak Doxey (1975) tarafından geliştirilen Irridex Modeli' dir (Harrill, 2004: 7).

3.5. Yerel Halkın Turizm Algısına Yönelik Başlıca Model ve Teoriler

Turizmin etkileri ile yerel halkın turizme ilişkin algıları arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla birçok model ve teori geliştirilmiştir. Bu model ve teorilerin başlıcaları; Doxey' in Irridex (Irritation Index) Modeli, Butler' in Turizm Yaşam Döngüsü Modeli ve Sosyal Değişim Teorisi' dir (Dağdeviren, 2015: 59,60).

3.5.1. Doxey Irridex (Irritation Index) Modeli

Yerel halkın turizm algılarının belirlenmesi amacıyla ilk olarak Doxey 1975 yılında irrindex modelini geliştirmiştir. Doxey (1975) geliştirmiş olduğu bu modelde turizmin gelişim sürecinde birtakım evrelerden geçtiğini ifade etmiş ve bu evreleri 'hoşnutluk', 'ilgisizlik', 'kızgınlık' ve 'düşmanlık' olmak üzere dört maddede gruplandırarak incelemiştir (Duran, 2013: 78).

Modelin Aşamaları	Yerel Halkın Algısı	Model Aşamalarının Özellikleri
1	Coşku	Modelin ilk aşamasında yerel halk turizmin gelişmesinden dolayı mutluluk ve heyecan duyar. Bölgeye gelen ziyaretçilerden memnunluk duyar ve hoşgörülü bir karşılamada bulunurlar. Bu evrede karşılıklı memnuniyet söz konusudur.
2	İlgisizlik	İkinci aşamada turist sayısı artmaya başladıkça yerel halk-turist arasındaki ilişki daha resmi olmaya başlar. Bölge halkı turisti sadece gelir kaynağını artırıcı bir etken olarak önemser.
3	Kızgınlık	Yerel halk turist sayısındaki artışa bağlı olarak turizm endüstrisi açısından kaygı duymaya başlar.
4	Düşmanlık	Yerel halk bölgedeki sorunların sebebi olarak gördükleri turistlere karşı düşmanlık göstermeye başlar.

Şekil 3. 2.Doxey Irridex (Irritation Index) Modeli

Kaynak: Zaidan ve Kovacs (2017) , ‘*Resident Attitudes Towards Tourists and Tourism Growth: A Case Study From the Middle East, Dubai in United Arab Emirates*’,*European Journal of Sustainable Development*.

Turan (2018: 44,45)’ e göre Doxey’ in Irridex modelinin aşamaları şu şekilde ifade edilmiştir:

- **Birinci Aşama (Coşku):** Modelin ilk aşamasında yeni gelişen turistik destinasyonlarda bölge halkı turizmin gelişmesinden memnundur ve turistlere karşı hoşgörülü ve misafirperver bir tutum göstermektedir. Bunun yanında yerel halk turistlerin bölgeye gelmesinin ekonomiyi canlandıracağını ve gelir düzeylerini artıracığını düşünmekte olup, yabancıların gelmesine yönelik olumlu düşünmektedirler.
- **İkinci Aşama (İlgisizlik):** Turizm sektörünün gelişmesi sonucunda turist sayısının giderek artması ile yerel halk bölgeye gelen turistleri gelir kaynağı olarak görmeye başlar. Bunun sonucunda bölge halkı turistlerle daha resmi bir ilişki içinde olmaya başlar.
- **Üçüncü Aşama (Kızgınlık):** Turizm sektörü bu evrede doyum noktasına ulaşmış olup, bölgenin taşıma kapasitesi aşılmaya başlar. Sonuç olarak yerel halk turistlere karşı öfkelenip, kızgınlık duymaya başlar.
- **Dördüncü Aşama (Düşmanlık):** Turistlere duyulan kızgınlık ve düşmanlık en üst evreye ulaşmıştır. Yerel halk vergilerin ve fiyatların yükselmesi, bölgedeki kültürel ve tarihi değerlerin zarar görmesi, gençlerin kötü alışkanlıklar edinmesi gibi her türlü

olumsuz duruma sebep olduğunu düşünerek turistlere karşı düşmanca bir tavır sergilemeye başlar.

Doxey' in Irridex modeli, gerçekleştirilen araştırmalar neticesinde son yıllarda giderek daha da geliştirilmiş ve sonuç olarak yerel halkın algılarının turizm gelişim evrelerinin başlangıç dönemlerinde olumlu bir tutum sergilediği, ancak ilerleyen dönemlerde olumsuzluk gösterdiği belirlenmiştir. Böylece irridex modeli ile yerel halkın algılarının turizm gelişim süreci kapsamında olumludan olumsuza doğru olmak üzere tek yönlü bir değişim gösterdiği saptanmıştır (Aktürk ve Kınır, 2018: 1000).

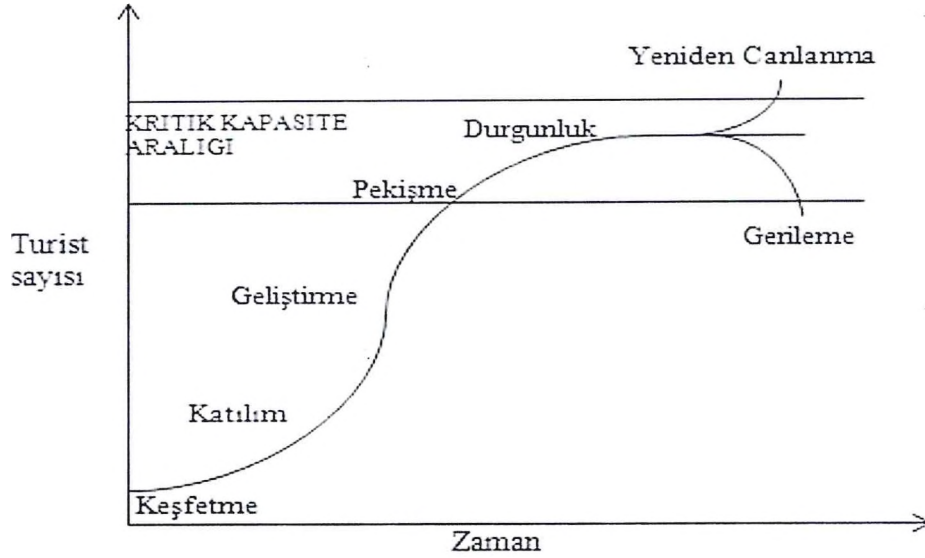
3.5.2. Butler Turizm Yaşam Döngüsü Modeli

Butler' in 'Turizm Yaşam Döngüsü Modeli' bir turizm destinasyonundaki büyümeyi, gelişmeyi, değişimi ve sınırları belirlemeyi ve ifade etmeyi amaçlamaktadır. Modele göre, turizm destinasyonları başlangıç noktasında ulaşım, konaklama tesisi ve tanıtım yetersizliği gibi nedenlerde dolayı az sayıda ziyaretçi tarafından tercih edilmektedir. Daha sonra reklam ve tanıtım çalışmalarının artırılması, konaklama tesislerinin yeterli sayıya ulaşması ile birlikte destinasyonların bilinirliği artmakta ve böylece ziyaretçi sayısı giderek yükselmektedir. Ancak modelin ilerleyen aşamalarında aşırı kullanım sonucu taşıma kapasitesinin aşılması ile ziyaretçi sayısı tekrar hızla düşmeye başlar ve destinasyonların popülerliği de giderek azalır (Büyükkuru, 2019: 65).

Butler' in 'Turizm Yaşam Döngüsü' modelini sekiz ana unsur kapsamında değerlendirmek mümkündür (Filiz, 2017: 50,51);

- **Dinamizm:** *Turizm etkinliğinin en karakteristik özelliklerinden birisidir.*
- **Süreç:** *Turizm destinasyonlarındaki değişim, modellenen bir gelişim sürecidir.*
- **Kapasite veya büyüme sınırları:** *Model, ziyaretçiler destinasyonun kapasitesini aşarsa, ziyaretçi deneyiminin kalitesi düşeceği fikrine dayanır. Kapasitenin ölçülmesindeki zorluk birçok eleştiriyi üzerine çekmiştir.*
- **Tetikleyiciler:** *Yenilikler gibi destinasyonda değişikliğine neden olan faktörler.*
- **Yönetim:** *Bir bütün olarak destinasyonun önemi vurgulanmıştır. Çünkü her ne kadar bireysel kaynaklara ve turistik tesislere sahip olursa dahi birçok destinasyon yönetilemez.*
- **Uzun vadede bakış açısı:** *Uzun vadeli bakış açısıyla destinasyonun düşüşünü başından tahmin ederek önlemek kritik önem taşır.*
- **Mekansal bileşenler:** *Modeldeki öneri, belirli bir destinasyondaki gelişim durduğunda, gelişimin yakın bir yere veya yeni bir destinasyona kayacağı yönündedir.*

- *Evrensel uygulanabilirlik: Model tüm turistik mekanlar için geçerli olacak şekilde tasarlanmıştır.*



Şekil 3. 3. Butler Turizm Yaşam Döngüsü Modeli (1980)

Kaynak: Butler (1980), 'The Concept Of A Tourist Area Cycle Of Evolution: Implications For Management Of Resources'

Keşif aşamasında, bireysel olarak seyahat etmeyi tercih eden turistler ön plandadır. Turistik destinasyondaki konaklama tesisleri bölgeyi ziyaret eden turistler için yetersiz kalmakta bu nedenle ziyaretçiler yerel tesislerde konaklamayı tercih etmektedir. Ayrıca bu durum yerel halk-turist kaynaşmasını da tetiklemektedir. Bu aşamada turistlerin söz konusu destinasyonu ziyaret etmesi bölgenin fiziki ve sosyal yapısını etkilememekte ve yerel halkın ekonomik ve sosyal yaşamlarında herhangi bir değişiklik olmamaktadır. Modelin bu aşamasına turistlerin doğal ve kültürel özelliklerinden etkilendikleri Kanada Arktik ve Latin Amerika bölgeleri örnek olarak verilebilir (Butler, 1980: 7).

Katılım aşamasında, bölgeye gelen ziyaretçilerin sayısı artmaya başlar ve bunun sonucunda bölgede sadece turistlerin yararlanabileceği turizm tesisleri faaliyet göstermeye başlamaktadır. Bununla beraber yerel halk ile turistler arasındaki iletişim güçlenmekte, bölge halkı turistler için yiyecek-içecek hizmeti sunmaya başlamaktadır. Bu aşamanın ileri evrelerinde yerel halk bölgeye daha fazla turist çekebilmek için birtakım reklam ve bilgilendirme çalışmaları gerçekleştirerek ilgili destinasyonun sürekli tercih edilen bir cazibe merkezi haline gelmesinde etkili rol oynamaktadır. Bu aşamada yerel yönetimlerin ve kamu kuruluşlarının söz konusu bölgenin turistler tarafından sıklıkla tercih edilen bir turizm

destinasyonu olmasını sağlamak adına daha fazla turistik gezi aktiviteleri düzenlemesi gerektiği de önem verilmesi gereken bir konudur. Modelin bu aşamasına, küçük ve daha az gelişmiş Pasifik ve Karayipleri' den bazıları ile Batı Avrupası ve Kuzey Amerikas' nın daha az erişilebilir bölgeleri gibi adalar örnek olarak verilebilir (Butler, 1980: 7,8).

Gelişim aşamasında, turistler tarafından tercih edilen destinasyonlar etkili bir reklam ve tanıtım sonucunda iyi tanımlanmış bir turizm alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Gelişme aşaması ilerledikçe yerel katılımın etkisi azalmaya başlamakta, yerel hizmet veren daha büyük, gelişmiş ve modern işletmelerin sayısı artmaktadır. Bu aşamada turizm destinasyonlarının sahip olduğu doğal güzellikler ve kültürel zenginlikler geliştirilip turistlerin hizmetine sunulmaya başlanacaktır. Modelin bu evresine, Meksika' nın bazı bölgelerinde, daha gelişmiş Pasifik adalarında, Kuzey ve Batı Afrika kıyılarında rastlanabilir (Butler, 1980 :8).

Pekişme aşamasında, turizm destinasyonunu ziyaret eden turist sayısındaki artış oranı azalmaya başlar, ancak toplam ziyaretçi sayısı bölgede devamlı ikamet eden yerel halkın sayısını geçecek seviyede artmaya devam eder. Bölge ekonomisinin büyük bir kısmı turizm endüstrisine bağlı olmaya başlar. Bu amaçla bölge sakinleri pazarlama ve tanıtım faaliyetlerini en üst seviyeye çıkarmak için çaba gösterir. Yerel halk turizmden daha fazla gelir elde etmek için pazar alanını genişletmek için çalışmalarını artırır. Bunun yanında turistik destinasyonlar daha iyi tanımlanmış rekreasyonel ticaret bölgelerine sahip olarak, eski tesisler ikinci plana atılmaya başlanmıştır. Modelin bu aşaması Karayip bölgelerinde ve Kuzey Akdeniz kıyılarında daha yaygın olarak görülmektedir (Butler, 1980: 8).

Durgunluk aşamasında, turist sayısı en üst seviyeye ulaşmıştır ve buna bağlı olarak bölgenin taşıma kapasitesi aşılmış durumdadır. Bunun sonucunda sosyal, ekonomik ve çevresel birçok problem meydana gelmeye başlamıştır. Destinasyon sağlam bir turizm imajına sahiptir; fakat popülerliğini kaybetmiştir. Yatak kapasitesi fazla olduğu için, gelen ziyaretçi sayısının kontrol altına alınmasına dair çaba gösterilmesi gerekmektedir. Modelin bu aşamasına İspanya'nın Costa Brava tatil beldeleri ve Ontario'daki birçok tatil köyü örnek olarak verilebilir (Butler, 1980: 8,9).

Gerileme aşamasında, destinasyon ziyaretçiler için çekiciliğini kaybetmiştir ve bölgede ziyaret sayıları büyük oranda düşmeye başlamıştır. Bölge daha çok hafta sonu ya da günlük geziler amacıyla tercih edilmektedir. Söz konusu destinasyon turizm açısından popülerliğini kaybettiğçe, bölgedeki turistik faaliyetler azalmakta ve yerli halkın katılımı artış göstermektedir. Bölge turistler için daha az cazip hale başladııkça, destinasyondaki turizm tesisleri de azalmaktadır. Oteller yerel halk tarafından kullanılmaya yönelik olarak geleneksel

apartmanlar haline getirilebilir ve bölge daha çok yaşlı kesim tarafından yerleşim yeri olarak tercih edilmeye başlayabilir. Aşamanın son evresinde bölge turizm faaliyetleri açısından turist işlevini tamamen kaybedebilir. Modelin bu aşaması, Batı İskoçya’ daki Clyde Fith gibi Avrupa’ nın daha eski tatil merkezlerinde görülmektedir (Butler, 1980: 9).

Yeniden canlanma aşamasında, ilgili destinasyonda turizm faaliyetlerini canlandırmak amacıyla birtakım gelişme ve değişimlerde bulunulması söz konusudur. Bu amaçla bölgelerde genç kesime hitap edecek aktiviteler arttırılabilir. Çeşitli destinasyonlarda insan yapımı çekiciliklerin, doğal ve kültürel zenginliklerin ön plana çıkartılması, birçok bölgenin turistler için yeniden cazibe merkezi olmasında önemli rol oynayan etkenlerdir. Bununla beraber yeni turizm tesislerinin geliştirilmesi, kış turizmi, kültür turizmi, spor turizmi, macera turizmi ve ekoturizm gibi alternatif turizm türlerinin de faaliyet göstermeye başlaması ziyaretçiler için önem arz eden çekim unsurlarındandır (Butler, 1980: 10).

Ekonomik gelirlerini turizm endüstrisinden sağlayan bölgelerde ziyaretçi sayısının azalmaya başlaması yerel yönetimler ve bölge halkı tarafından istenmeyen bir durumdur ve bu nedenle bölgelerdeki turizm faaliyetlerinin devamlı olarak canlandırılması gerekmektedir. Turizm faaliyetlerinin yeniden canlandırılması için reklam ve bilgilendirilme çalışmalarının artırılması öncelikli olmalıdır. Ayrıca bölgenin sahip olduğu turistik ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi, doğal ve kültürel çekiciliklerin tanıtımının en iyi şekilde yapılması gerekmektedir (Filiz, 2017: 54,55).

3.5.3. Sosyal Değişim Teorisi

Blau tarafından 1960’ lı yıllarda geliştirilen sosyal değişim teorisi ‘yerel halkın turizmin etkilerine ilişkin algılarının belirlenmesi’ amacıyla geliştirilen bir teoridir (Ap, 1992: 667 ; Araboğa, 2018: 48). Sosyal değişim teorisine göre, yerel halk turizmin etkilerinin pozitif yönlerinin negatif yönlerinden daha fazla olacağı düşüncesine sahip olurlarsa turizm gelişim aşamalarına katılım gösterecek ve katkıda bulunacaktır. Diğer bir ifadeyle bölge halkı ekonomik kazancını turizm endüstrisinden sağlıyorsa, turizmden kaynaklanan sosyal, ekonomik ve çevresel etkilerin bütün olumsuz sonuçlarını kabul ederek, olumlu yönde tutum sergilemeye devam edeceklerdir (Filiz, 2017: 59). Sonuç olarak ‘*yerel halkın turizme verdiği desteğin algılanan fayda ile doğru, algılanan maliyet ile ters orantılı bir ilişki içinde olduğunu söylemek mümkündür. Algılanan faydalar; istihdam, yerel ekonominin gelişimi, hayat standardı, ekonomik gelir seviyesinin yükselmesi, doğal ve kültürel kaynakların korunması vb., algılanan maliyetler ise; ürün ve hizmet fiyatlarında yükselme, suç oranlarında artış, trafik, gürültü vb.*’ konuları kapsamaktadır (Çiçek ve Sarı, 2018: 186).

Araboğa (2018: 48,49)' a göre sosyal değişim teorisinin temelleri;

- ❖ *Bireyler ödüller aradıkları ilişkilere girmektedirler.*
- ❖ *Ödüller gelişmeye devam ederse ilişkiler zaman içinde sürdürülmektedir.*
- ❖ *İlişkiler karşılık alınması koşuluyla devam eder ve ilişkinin sürmesi için karşı tarafın adil olması gerekir.*
- ❖ *İlişkinin maliyetleri yararlarını aşmamalıdır.*
- ❖ *İstenen ödüllerin alınma olasılığı yüksektir.*

Sosyal değişim teorisine göre; bir toplumu oluşturan bireyler kendi istekleri ve menfaatleri doğrultusunda hareket etmek ister, tavır ve davranışlarını da bu doğrultuda şekillendirir. Özetle bu teoriye göre bölge halkının bireysel özellikleri, istekleri ve turizm endüstrisine olan bağlılığı ile turizm faaliyetlerinden edindiği kazanımlar doğrultusunda, sektörün pozitif ya da negatif etkilerini de göz önünde bulundurarak turizm faaliyetleri ve planlamasına yönelik desteği değişiklik gösterebilmektedir (Turan, 2018: 47,48).

3.6. Yerel Halkın Turizme Yönelik Algıları Üzerine Daha Önce Yapılan Çalışmalar

Surat' ın Artvin ilinin Yusufeli ilçesinde anket yönteminden yararlanarak yapmış olduğu çalışmada; Yusufeli ilçesi yerli halkının önemli alternatif turizm türlerinden ekoturizm ile ilgili algılarını ölçmeyi amaçlamıştır. Çalışma hem ilçenin ekoturizm potansiyelini ortaya koymayı hem de yerel halkın algılarını ölçmeyi amaçlaması bakımından oldukça önemlidir. Araştırma sahasında Kaçkar Dağları Milli Parkı ve Çoruh Vadisi Yaban Hayatı Geliştirme Safhası gibi ekoturizm açısından potansiyel arz eden doğal ve kültürel zenginliklerin yer alması çalışmanın güvenilirliğini ve geçerliliğini artıran etkenlerdendir. Araştırma sonuçlarına göre; Yusufeli ilçesi yerel halkının ekoturizm konusunda bilgi sahibi olduğu, bölgenin ekoturizm açısından zengin bir potansiyele sahip olduğu ancak doğal güzellikler ve kültürel zenginlikler ile ilgili daha fazla tanıtım yapılması gerektiğini düşündükleri ortaya konmuştur (Surat, 2017).

Karademir, Sandal ve Urhan' ın Kahramanmaraş ilinde anket yönteminden yararlanarak yapmış olduğu çalışmada amaç; bölge halkının turizm alanları, turistler ve turizme ilişkin algı ve görüşlerinin belirlenmesidir. Sanayi, ticaret ve tarım alanlarında birçok gelişme gösteren Kahramanmaraş' ın turizm sektöründe de önemli bir merkez haline gelmesi bölge ekonomisine katkı sağlayacaktır. Bu doğrultuda gerçekleştirilen çalışmanın sonucunda, yerel halkın bölgede turizmin gelişmesi adına olumlu bir tutum sergilediği belirlenmiş,

Kahramanmaraş' ın turizm faaliyetleri açısından zengin bir potansiyele sahip olduğu, bölgede turizmin gelişebilmesi için daha fazla yatırım yapılması gerektiği ifade edilmiştir (Karademir, Sandal ve Urhan, 2018).

Boyacıoğlu' nun doğal güzellik ve kültürel çekicilik bakımından zengin olan Edirne ilinde gerçekleştirdiği çalışmada amaç, bölgeye gelen Yunan ve Bulgar turistlerin etkilerinin yerel halk tarafından nasıl algılandığının ortaya konmasıdır. Edirne coğrafi konumu, sahip olduğu kültürel ve tarihi değerleri, ticaret imkanları, fiziksel olarak İstanbul' a yakın olması vb. özelliklerinden dolayı hem Yunan ve Bulgar ziyaretçiler hem de diğer turistler açısından çekicilik unsuru oluşturan bir destinasyondur. Bölgenin yılın 12 ayı ziyaretçi kabul etmesi turizmde mevsimsellik sorununu ortadan kaldırmaktadır. Edirne' de Selimiye Camii, Kırkpınar ve Hıdırellez-Kakava şenlikleri, Saroz Körfezi, Tava Ciğeri vb. çekicilikleri ile zengin bir turizm potansiyeline sahiptir. Edirne doğal güzellikler ve kültürel değerler bakımından zengin olmasından dolayı Yunan ve Bulgar ziyaretçiler için öncelikli olarak tercih edilen bir destinasyondur. Araştırmanın sonuçlarına göre, Yunan ve Bulgar ziyaretçilerin Edirne' ye olumlu katkılarda bulunduğu tespit edilmiş, bununla beraber yerel halkın yaşam kalitesini ve iş olanaklarını artırdığı ve bölge ekonomisini canlandırdığı tespit edilmiştir. Ayrıca yerel halkın Yunan ve Bulgar ziyaretçilere karşı olumlu bir tutum sergiledikleri sonucuna varılmıştır (Boyacıoğlu, 2019).

Ateş' in, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yer alan 22 ilde gerçekleştirmiş olduğu bu çalışma; doğal güzellikler, kültürel ve tarihi değerleri bakımından oldukça zengin olan bu bölgelerde yerel halkın turizm algısını ölçmeye yönelik bir çalışmadır. Çalışmada söz konusu bölgelerde turizmin geliştirilmesi adına neler yapılabileceği konusunda alternatif önerilerde bulunulmuştur. Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde belirlenen 22 ilde ikamet eden yerli halka anket çalışması uygulanarak gerçekleştirilen araştırma sonuçlarına göre; bu bölgelerin zengin bir turizm potansiyeline sahip olduğu ancak yaşanan çeşitli terör olayları ile güvenlik kaygılarının devam etmesinden dolayı turizmin yeterince gelişim gösteremediği belirlenmiştir. Ayrıca yerel halk tarafından Doğu ve Güneydoğu bölgelerinde turizm 'ekonomiyi canlandıran ve geliştiren bir faaliyet' olarak algılanmaktadır. Yerel halka göre bu bölgelerde turizmin gelişmesi; kültürel ve tarihi bilincin artmasını, korunmasını ve bu değerlerin turizme kazandırılmasını sağlayan bir etken olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle halk bölgeler için daha fazla tanıtım yapılarak turizm bilincinin artırılması gerektiğini savunmaktadır (Ateş, 2016).

Keskin ve Çontu' nun Ürgüp' ün Mustafapaşa (Sinassos) kasabasında anket uygulaması ile gerçekleştirmiş oldukları çalışmasında; kasabada ikamet eden yerel halkın algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; zengin bir turizm potansiyeline sahip olan Mustafapaşa (Sinassos) kasabasında; turizm faaliyetlerinin bölgede daha fazla yatırım yapılmasına zemin hazırlaması ve ulaşım imkanlarının gelişmesine katkı sağlaması yerel halkın olumlu yöndeki algılarını kapsamaktadır. Öte taraftan kasabada turizmin gelişmeye başlaması ile ürün ve hizmet fiyatlarının artış göstermesi ve turizmin gelişmesiyle beraber bar/disko gibi eğlence mekanlarının açılması, alkol ve uyuşturucu kullanımının yükselmesi ile kasabadaki ahlaki yapının bozulması vb. yerel halkın olumsuz yöndeki algılarını oluşturmaktadır. Bu nedenle çalışmanın en önemli sonucu, bölgede turizmin gelişmesi ve gereken bilincin oluşturulması için mutlaka yerel halkın görüşlerinin alınması gerektiğidir (Keskin ve Çontu, 2011).

Alaeddinoğlu, Sivas kentinde anket uygulaması ile gerçekleştirmiş olduğu çalışmasında yerel halkın turizm algılarını ölçmeyi amaçlamıştır. Sivas bölgesi kitle turizminden uzak, daha çok doğa temelli ve kültürel çekicilik unsurlarının ön planda olduğu bir bölgedir. Sonuç olarak; bir destinasyonun turizm potansiyeli ve turist profili ile ilgili algı ve görüşleri büyük önem arz eden yerel halk Sivas ilinde turizmin birtakım olumsuzlar getireceğini düşünmekte, ancak turizmin gelişmesinin de bölgede iş imkanlarını artıracığı ve buna paralel olarak bölge ekonomisini canlandıracağı kanısındadırlar (Alaeddinoğlu, 2008).

Ünlüöner ve Özekici, Yozgat ilinde turizmin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkiler kapsamında incelenmesi ve yerli halkın buna ilişkin algılarının ortaya konması ile bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada kültürel çekicilik ve doğal güzellik bakımından oldukça zengin bir turizm potansiyeline sahip Yozgat ilinde turizmin geliştirilmesi için neler yapılabileceği konusunda yerli halkın görüşleri alınmış ve turizmin etkileri ile ilgili olumlu ya da olumsuz tutumları ortaya konmuştur. Araştırma sonuçlarına göre; yerli halkın algılarının bölgede turizmin gelişmesi adına daha fazla tanıtım yapılması, konaklama tesislerinin artırılması ve mevcut konaklama tesislerinin kalitelerinin iyileştirilmesi gerektiği yönünde olduğu belirlenmiştir. Ayrıca yerli halkın turizmin bölgedeki olumlu etkiler konusunda destek verdiği, ancak olumsuz etkiler konusunda tarafsız görüş bildirdiği sonucuna ulaşılmıştır (Ünlüöner ve Özekici, 2017).

Ayaz, Artuğer ve Türkmen, Tokat ilinin turizmle henüz tanışmamış olan ilçesi Zile’ de yerel halkın turizme ilişkin algılarını belirlemek amacıyla yapmış oldukları çalışmada; yerel halkın olumlu algıları olarak, turizmin ilçenin gelirlerini artırıp bölge ekonomisine katkı sağlayacağı, ulaştırma imkanlarını iyileştireceği ve kültürel ve tarihi alanların restore edilmesini teşvik edeceği sonuçlarına ulaşılmıştır. Yerel halkın olumsuz algıları olarak ise, turizm işletmelerinin doğal çevreye zarar vereceği, ilçedeki ürün ve hizmetlerin fiyatlarında artışa neden olacağı, halk ve turistler arasında anlaşmazlık yaratacağı ve ahlaki yapıda bozulmalar meydana getireceği sonuçları elde edilmiştir (Ayaz, Artuğer ve Türkmen, 2009).

Doğan ve Üngüren, Eğirdir gölü, Davraz dağı, Yalvaç ve kanyonu gibi doğal güzellikleri ve çeşitli kültürel değerleriyle zengin bir turizm potansiyeline sahip olan Isparta ilinde anket uygulaması ile gerçekleştirmiş olduğu çalışmalarında, yerel halkın turizm algılarını belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırma sonuçlarına göre; Isparta denilince turizm çekiciliği olarak akla ilk gelen unsurun ‘gül’ olduğu ve yerel halkın bölgenin turizm çekicilikleri ile ilgili yeterince bilgi sahibi olmadığı belirlenmiştir. Bununla beraber turizm amaçlı en fazla Davraz Dağı ve Eğirdir Gölü’ nün tercih edildiği, ancak bölgenin sahip olduğu turizm potansiyelini yeterince değerlendirmedeği sonucuna ulaşılmıştır (Doğan ve Üngüren, 2012).

Güneş ve Alagöz, Erzincan’ da anket uygulaması ile yapmış oldukları çalışmada, bölgede ikamet eden yerli halkın turizme ve turizmin etkilerine ilişkin algılarını ölçmeyi amaçlamışlardır. Araştırma sonuçlarına göre, yerel halkın Erzincan ilinin turizm potansiyeline ilişkin algıları incelendiğinde, bölgedeki turizm potansiyelinin yeteri kadar değerlendirilmediği ve bu nedenle turizmin gelişimi için daha fazla yatırım yapılması gerektiği tespit edilmiştir. Bununla beraber yerel halkın bölgede gerçekleşen turizm faaliyetlerine katılım göstermesinin sağlanması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik olan bakış açıları incelendiğinde ise, turizmin olumlu ekonomik etkilerine önem verdikleri; ancak turizmin olumsuz etkilerini yeteri kadar irdelemedikleri tespit edilmiştir (Güneş ve Alagöz, 2018).

Kervankıran ve Bulut (2015)’ un Antalya bölgesinde yaşayan yerel halkın turizme ilişkin algılarının ölçülmesi amacıyla yapmış oldukları çalışmalarında, anket aracılığı ile veri toplama yönteminden yararlanmışlardır. Analiz sonucunda elde edilen veriler incelendiğinde yerel halkın Antalya bölgesinde turizmin gelişmesine karşı olumlu bir tutum sergiledikleri görülmüştür. Ayrıca kente gelen ziyaretçi sayısının artmasının ve yerli turist yerine yabancı turistlerin gelmesinin gelir ekonomisine daha fazla katkısı olacağını düşünmektedirler (Kervankıran ve Bulut, 2015).

Biçici (2013) Datça destinasyonunda gerçekleştirmiş olduğu çalışmada bölgede yaşayan yerel halkın sürdürülebilir turizm gelişimine ve turizm işletmelerine ilişkin algılarının belirlenmesini amaçlamıştır. Çalışmanın araştırma sonuçlarına göre, yerel halkın çevresel sürdürülebilirlik, uzun vadeli planlama, toplum merkezli ekonomi, turizmin ekonomik faydası, ziyaretçi memnuniyeti ve turizmle ilgili kararlarda halkın katılımı boyutlarındaki ifadeler daha yüksek oranda katılım gösterdikleri belirlenmiştir. Fakat kitle turizmi amaçlı faaliyet gösteren 4-5 yıldızlı konaklama tesislerine ve her şey dahil hizmet veren turizm tesislerine daha az olumlu yaklaşıtları tespit edilmiştir. Sonuç olarak; Datça halkının bölgede alternatif turizm çeşitlerinin gelişmesine daha olumlu baktıklarını söylemek mümkündür (Biçici, 2013).

Dilek, Çoban ve Harman (2017), Hasankeyf’te yerel halkın turizm algılarının belirlenmesi amacıyla yapmış oldukları çalışmada anket yönteminden yararlanmışlardır. Analiz sonucunda elde edilen bulgular neticesinde, yerel halkın Hasankeyf’te turizm gelişim sürecine ilişkin algılarının olumlu yönde olduğu belirlenmiştir. Bunun yanında bölge halkının çoğunluğunun turizmle ilgili bir meslekle uğraşmamasına rağmen Hasankeyf’te turizm gelişimine en fazla desteği veren kitleyi oluşturmaları da önemli bir sonuç teşkil etmektedir (Dilek, Çoban ve Harman, 2017).

Ünal ve Yücel (2018), in önemli bir kültürel ve tarihi destinasyon olan Birgi’de gerçekleştirmiş olduğu çalışmada, bölgede ikamet eden yerel halkın turizme ilişkin algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre; yerel halkın Birgi’ye ilişkin algılarının olumlu yönde olduğu saptanmış olup, bölgenin sahip olduğu kültürel ve tarihi değerleri hakkında bilinçli oldukları görülmüştür. Ayrıca çalışmanın sonuç bölümünde yerel halkın bölgenin turizmine ilişkin algılarının, Birgi’de düzenli bir turizm planlaması yapılmasında ve sürdürülebilirliğin sağlanması açısından yol gösterici olabileceği konusunda önerilerde bulunulmuştur (Ünal ve Yücel, 2018).

Toprak (2015), Mardin’de anket yöntemi aracılığıyla yapmış olduğu çalışmada yerel halkın bölge turizmine ilişkin algılarını turizmin sosyokültürel, ekonomik ve çevresel etkileri ışığında ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre; bölge halkının turizm sektörünün sahip olduğu konumu ve önemi hakkında daha fazla bilinçlendirilmesi gerektiği saptanmış olup, bölgede turizm gelişim sürecine ilişkin yerel halkın da fikir ve görüşlerinin alınmasının önem arz ettiği ve bu bağlamda turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanması adına projeler geliştirilmesi gerektiği tespit edilmiştir (Toprak, 2015).

Vatan ve Zengin (2015)' in, Bilecik ilinin Söğüt ilçesinde yapmış olduğu çalışmasında bölgedeki kültürel mirasa ilişkin tespitlerde bulunulmuş ve ilçede yaşayan yerel halkın turizmin etkileri bağlamında algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, Söğüt halkının turizmin fiziksel, ekonomik ve çevresel etkilerine ilişkin algılarının olumlu yönde olduğu saptanmıştır. Ancak çalışmanın sonucunda turizm ve yerel halk arasındaki ilişkinin sağlamlaştırılması adına yerel yönetimlere daha fazla sorumluluk düştüğü ifade edilmektedir. Yerel yönetimlerin bölge halkını daha fazla bilinçlendirmek adına projeler yürütmesi ve ilçedeki turizm işletmelerinde istihdam önceliğinin yerel halka verilmesi gerektiği üzerinde önemle durulmuştur (Vatan ve Zengin, 2015).

Oğuzbalaban (2017), Türkiye' de yerel halkın turizmin etkilerine ve turizme ilişkin algılarının belirlenmesi amacıyla yapmış olduğu çalışmasında, anket aracılığı ile veri toplama yönteminden yararlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algıları ve turizme ilişkin görüşleri pozitif yönde olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bulgular neticesinde, yerel halkın turizme ilişkin olumlu yöndeki algıları; turizmin ekonomik gelirleri artırıcı etkisi, sosyal aktivite olanakları sağlaması, iş imkanı sunması, yerel halkın hayat standartlarını iyileştirmesi, kültürel değerlerin ve tarihi eserlerin korunmasında etkili olması vb. şeklinde ifade edilmiştir. Yerel halkın turizmin etkilerine ilişkin olumsuz yöndeki algıları ise; turizmin nüfus artışına olan etkisi, alkol tüketimindeki artış, ticari ahlakın bozulması, doğal kaynakların ve çevrenin tahrip olması, ürün ve hizmetlerin birçoğunun fiyatlarının yükselmesi, kültürel ve tarihi değerlerin turistik faaliyetler sonucu zarar görmesi vb. şeklinde tespit edilmiştir. Ayrıca Türkiye' de yerel halkın turizm algılarına ilişkin yapılmış olan çalışmalar incelendiğinde daha çok İç Anadolu ve Ege Bölgesinde ikamet eden yerel halkın tercih edildiği görülmüş, Güneydoğu Bölgesinde yaşayan bölge halkına yönelik çalışma yapılmadığı saptanmıştır (Oğuzbalaban, 2017).

Karakaş ve Şengün (2017), Diyarbakır' da ikamet eden yerel halkın turizme yönelik algısı ve bu bağlamda turizme ilişkin verdiği desteği ortaya koymayı amaçladığı çalışmasında, bölge halkının turizm algılarının olumlu yönde olduğu sonucuna ulaşmıştır. Diyarbakır sakinleri turizm sektörünün bölge için ek gelir kaynağı, iş olanakları sağlaması, yaşam standartlarını yükseltmesi gibi yararlar sağlayacağı görüşündedir. Ayrıca yerel halk bölgede turizmin gelişmesi ile mevcut problemlerin azalacağını da düşünmektedir (Karakaş ve Şengün, 2017).

3.4. Turizmin Etkileri

Yerel halkın turizm algıları üzerinde önemli rol oynayan turizmin etkileri sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkiler olmak üzere üç maddeden oluşmaktadır (Işık ve Turan, 2018: 102,103). Zengin, Kınır ve Tezcan (2018: 151)' e göre turizmin bu etkileri her sene düzenli olarak gerçekleştirilen turizm faaliyetleri sonucunda oluşmaktadır.

3.4.1. Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri

Zhuang, Yao ve Li (2019)' nin Çin' de yer alan Dünya Kültürel Mirasları bağlamında turizmin sosyo-kültürel etkilerine ilişkin yerel halkın algısını ölçmeyi amaçladıkları çalışmalarında sosyo-kültürel etkiler '*turistik destinasyonlardaki yerel halkın günlük yaşam kalitesindeki değişimlere ve geleneksel değerler, normlar ve turizmden kaynaklanan kimliklere ilişkin kültürel etkilere vurgu yapan turizm endüstrisinin ' insan etkileri' şeklinde tanımlanmıştır. Özetlemek gerekirse turizmin sosyo-kültürel etkileri herhangi bir turistik destinasyondaki yerel halkın lüks hayat standartlarındaki değişimler olarak ifade edilebilir (Monterrubio ve arkadaşları, 2012: 36).*

Zaei ve Zaei (2013: 15,16); turizmin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkilerini temel almış oldukları çalışmalarına göre, yerel halk turizm destinasyonlarını ziyaret eden turistlerin yaşam tarzlarından etkilenebilir ve kendilerine örnek alabilirler. Buna '**gösteri etkisi**' denilmekte olup, sonucunda yaşam tarzlarının ve hayat standartlarının iyileştirilmesi ve geliştirilmesi sağlanabilmektedir. Örneğin;

- Daha iyi eğitim, sağlık hizmetleri, istihdam olanakları ve gelir kazancı sağlayacak daha iyi yerel işletmeler ve altyapı yoluyla yerel yaşam standartları geliştirilebilir.
- Yerel halk için daha fazla eğlence faaliyetleri ile kültürel ve sanatsal etkinlikler düzenlenebilir.
- Ziyaretçiler için geliştirilmiş spor ve eğlence merkezleri, turist mevsimi haricinde yerel halkın yararlanabilmesi amacıyla faaliyete açılabilir.
- Yerel halkın kültürel bilincinin artması ve böylelikle yöreye özgü kültürel ve tarihi değerlerin korunması sağlanabilir.

Yıldırım ve Deniz (2018: 86,87)' in turizmin yerel halkın sosyo-kültürel yapısına olan olumlu ve olumsuz etkilerini ölçmek amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmalarına göreturizmin sosyo-kültürel olumlu etkileri; '*Dünya toplumlarındaki kültürel saygınlığın yerel bölgelerde desteklenmesi, yerel bölgedeki kültürel bilincin artması, yerel bölgede modern değer ve uygulamaların tanıtımlarının en iyi şekilde yapılması, yerel bölgedeki geleneksel el*

sanatlarının yeniden canlandırılması ve faaliyete geçirilmesi, yerel kültürün artmasıyla beraber bölgede yeni iş imkanlarının sağlanması ve bunun sonucu olarak da yerel halkın hayat standartlarının yükselmesi, yöreye ait doğal güzelliklerin ve somut ve somut olmayan kültürel mirasların turizme kazandırılması, kültürel ve tarihi değerlerin turizm amaçlı kullanılması ile beraber yerel halkın turizm bilincinin yükselmesi, çevre-kültür ve tarih duyarlılığının artması ve bütün bunların sonucunda sürdürülebilirliğin sağlanması’ şeklinde ifade edilmektedir. Turizmin sosyo-kültürel olumsuz etkileri ise; ‘*Yerel kültürlerin ticarileştirilmesi ve değersizleştirilmesi, turist tüketimleri adına geleneksel folklorik değerlerin ve faaliyetlerin ortadan kalkması, geleneksel ve modern yaşam tarzları arasındaki farklılıklardan doğan gerilimin yükselmesi (örneğin baba veya anne otoritesinin evde azalmaya başlaması, çekirdek aile yapısının ön plana çıkmaya başlaması vb.), kültürel değerlerin önemini kaybetmesi, yerel bölgede yeni iş fırsatlarının ortaya çıkması ve bu durumun yerel halkın hayat standartlarını artırması sonucunda turizme bağlı yaşamın ortaya çıkması ile geleneksel el sanatlarının unutulmaya başlaması*’ olarak belirtilmektedir.

3.4.2. Turizmin Ekonomik Etkileri

Kızıldemir ve Sarıışık (2017: 39,40), Adana’ daki turizm faaliyetlerinin ekonomik etkilerininbölgesel kalkınma açısından önemini ortaya koymayı amaçladıkları çalışmalarında, turizmin olumlu ekonomik etkileri, ‘*turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkisi, turizmin diğer sektörler üzerinde yarattığı etkiler ve turizmin üst ve alt yapısının geliştirilmesine etkisi*’ olarak ifade edilirken, turizmin olumsuz etkileri ‘*turizmin enflasyon üzerindeki etkisi, turizmin yabancı sermaye etkisi, turizmin ithalat etkisi, turizmin mevsimsellik etkisi ve turizmin fırsat maliyeti etkisi*’ şeklinde belirtilmiştir.

Şanlıoğlu ve Erdem (2017), turizmin Kayseri ili üzerindeki sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkilerine ilişkin yerli halkın algılarını ölçmeyi amaçladıkları çalışmalarında, ülke ekonomisinde büyük bir etkiye sahip olan turizm sektörünün başta gelişmekte olan ülkeler olmak üzere istihdam olanaklarını artırması ve ödemeler dengesine katkı sağlaması bakımından önemini vurgulamıştır. Ayrıca Şanlıoğlu ve Erdem (2017: 279)’ e göre turizm endüstrisi yerel ekonomiye sağladığı katkılarla bölge imajında olumlu gelişmelere sebep olmakta ve bu durum yerel halkın hayat standartlarını artırmaktadır. Bütün bu gelişmeler turizmin ekonomik etkileri arasında yer almaktadır.

Ardahaey (2011: 208,209), gelişmekte olan ülkeler için turizmin ekonomik etkilerinin önemini araştırmak amacıyla yapmış olduğu çalışmasında turizmin ekonomik etkilerini 4 kategoride ele almıştır. Bunlar;

- **Fiyatlardaki değişiklikler:** Turizm endüstrisi çoğu zaman bölgede yer alan konut ve perakende satış ücretlerinin sürekli mevsimsel olarak yükselmesine neden olmaktadır.
- **Turizm, mal ve hizmetlerin niteliği ve miktarındaki değişimler:** Turizm, bir bölgede mevcut olan daha geniş bir ürün ve hizmet yelpazesine yol açabilir (Turizmden daha yüksek ya da daha düşük kalitede).
- **Mülkiyet ve diğer vergilerdeki değişiklikler:** Yerel hizmetlerin maliyetini karşılayan vergiler, turizm faaliyetinin varlığında daha yüksek ya da düşük olabilmektedir. Bazı koşullarda, turistlerden alınan vergiler, okullar, yollar, vb. için doğrudan ya da dolaylı olarak yerel vergilerin düşmesine sebep olabilir.
- **‘Sosyal’ ve ‘evresel’ etkilerin ekonomik boyutları :** Turizmin sosyal ve çevresel etkileri olumlu ya da olumsuz olmak suretiyle birçok ekonomik sonuç doğurabilir. Örneğin; turistler için iyileştirilmiş olan imkanlar, emeklileri veya bölgedeki diğer iş türlerini teşvik edebilir ve istihdam oranı artabilir. Bunun yanında trafik sıklıklağı gibi sorunlar hem yerel halk hem de işletmeler açısından masraf artırıcıdır ve bu durum çevresel etkilerin ekonomik bir sonucu olarak değerlendirilebilir.

3.4.3. Turizmin evresel Etkileri

Köleoğlu (2018: 215)’ nun turizmin etkileri doğrultusunda yerel halkın Gelibolu tarihi yarımadasına ilişkin algılarını belirlemeye yönelik olarak yapmış olduğu çalışmasına göre, turizmin çevresel etkileri, turistik destinasyonların fiziki olanaklarının olumlu ya da olumsuz olarak turizm faaliyetlerinden etkilenmesi sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmaya göre; turizm destinasyonlarındaki doğal çevrenin bozulması ve zarar görmesi , sahil kıyılarında görülen aşırı kirlenme, ormanlık bölgelerin yok edilmesi, doğal peyzajın bozulması, yapılaşmadaki kontrolsüzlük, turizm tesislerinin tercih edilmesi sürecinde gerçekleşen hatalar ve yanlış planlamalar ve bunun sonucunda oluşan çarpık kentleşme gibi durumlar olumsuz çevresel etkiler olarak değerlendirilmektedir.

Avcı (2018: 165)' nın İzmir' in Çeşme ilçesinde ikamet eden yerel halkın yaşam kalitesine etkisinin turizmin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkiler bağlamında incelenmesi amacıyla yapmış olduğu çalışmasında; turizmin yoğunlukla bozulmamış ve korunan destinasyonların bulunduğu, turistlerin ilgisini çekebilecek bölgelerde faaliyet göstermesinden dolayı, doğal çevrenin yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalabileceği ifade edilmektedir. Turizm faaliyetleri amacıyla inşa edilen konaklama tesisleri doğal çevrenin dengesini bozmakta ve bunun sonucunda çarpık kentleşme problemlerini de beraberinde getirmektedir. Bu nedenle turizmde sürdürülebilirliğin devamlılığının sağlanması için, çevre bilincinin kazanılması da turizmin olumlu çevresel etkileri arasında sayılabilmektedir.

Özdemir ve Kervankıran (2011: 4), Afyonkarahisar bölgesi bağlamında turizmin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkilerinin öneminin vurgulanması ve turizmin etkileri doğrultusunda yerel halkın algılarının belirlenmesi amacıyla yapmış oldukları bu çalışmada turizmin olumlu çevresel etkilerini, 'doğal, kültürel ve tarihi alanların korunması, çevre kalitesinin iyileştirilmesi ve artırılması, altyapı imkanlarının geliştirilmesi ve çevrenin ön plana çıkarılması' şeklinde ifade etmişlerdir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YERLİ HALKIN TURİZM ALGILARININ DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

4.1. Araştırmanın Konusu

Bu araştırmanın konusu yerli halkın turizme ilişkin algıları ile demografik değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının Alanya’ da ikamet eden bölge halkı üzerinde uygulanan araştırma ile ölçülmesini içermektedir. Ayrıca söz konusu araştırma neticesinde demografik değişkenlerin yerli halkın turizmin etkilerine ilişkin algıları ile demografik özellikleri arasında nasıl bir ilişki olduğu da incelenecektir.

4.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı Alanya ilçesinde yaşayan yerel halkın turizme ilişkin algılarının cinsiyet, yaş, meslek, eğitim düzeyi, medeni durum, yaşam süresi vb. demografik değişkenler bağlamında incelenmesidir. Bununla beraber yerel halkın turizmin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkileri ile turizm gelişimine verilen desteğe ilişkin algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır.

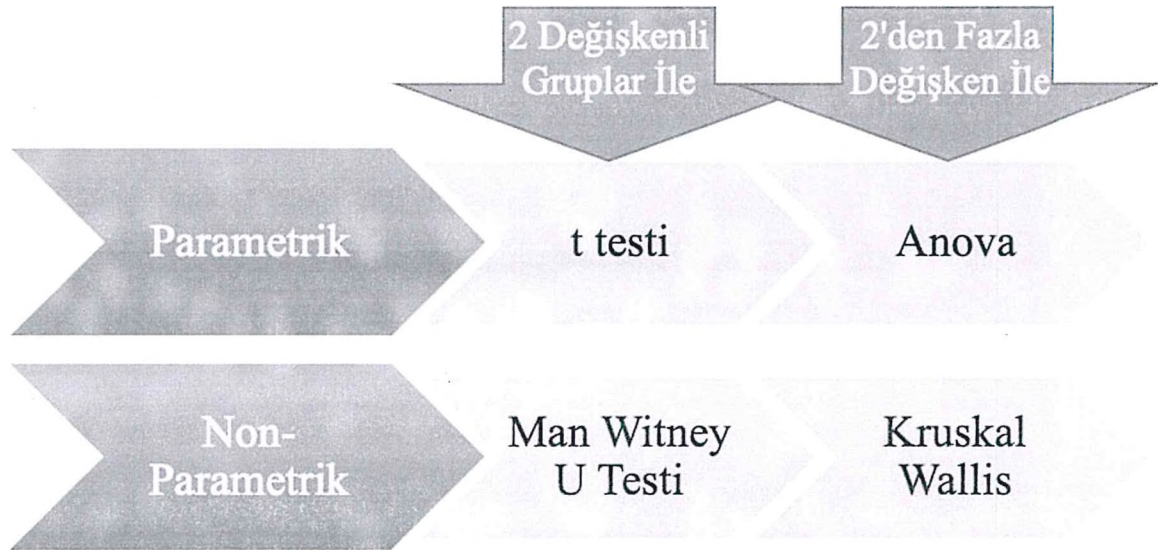
Turizmin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkileri yerel halkın turizm algıları üzerinde oldukça önemli bir etkidir. Bununla beraber yerel halkın algılarının demografik değişkenler açısından ölçülmesi de çalışmanın amacına uygun sağlıklı bilgiler edinilmesi bakımından büyük önem arz etmektedir.

Yerel halkın turizm faaliyetlerine katılım göstermesi ve turizm endüstrisi hakkındaki görüşleri turistlerin destinasyon seçiminde doğrudan belirleyici olmaktadır. Bunun en önemli nedeni ise yaşadıkları bölgenin turizm faaliyetleri ve potansiyeline ilişkin algılarının turizm gelişim sürecini etkilemesinden kaynaklanmaktadır. Turizm gelişim sürecinde yerel halkın algıları şekillenmeye başlar ve turizmin etkileri doğrultusunda ortaya çıkar. Turizmin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkilerinin yerel halk tarafından olumlu algılanması turizm sektöründe pozitif etki yaratırken, olumsuz algılanması negatif etki yaratmaktadır. Yerel halkın bir destinasyonda turizm faaliyetlerine ve turizm gelişim sürecine destek vermesi turistler açısından ilgili destinasyonun devamlı tercih edilebilir olması yönünde olumlu etki yaratır. Yerel halkın bir destinasyonda turizm faaliyetlerine ilişkin algılarının olumsuz olması ilgili destinasyonun turistler açısından çekiciliğini ve devamlılığını kaybetmesine yol açabilmektedir. Bu nedenle gerçekleştirilen bu çalışmada Alanya halkının turizm ile ilgili

algılarının belirlenmesi kentin turizm potansiyelini ve turist profilini belirlemesi açısından da büyük önem taşımaktadır. Çünkü yerel halkın Alanya turizmi ile ilgili algılarının olumlu olması, turistler açısından Alanya' nın hem doğal güzellikleri hem de kültürel ve tarihi zenginlikleri bakımından ziyaretçiler tarafından devamlı tercih edilen bir turizm destinasyonu olmasında etkili olacaktır.

4.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma verilerinin analizinde betimsel analiz yönteminden yararlanılmış olup, turizmin etkileri ile yerli halkın demografik değişken grupları arasındaki farklılığın ölçülmesi amacıyla hangi farklılık analizlerinin uygulanması gerektiğini belirlemek amacıyla Shapiro-Wilk testi uygulanmıştır. Shapiro-Wilk testi sonuçlarına göre, $p = 0,000 < 0,05$ olduğundan verilerin non-parametrik olduğu saptanmıştır.



Şekil 4. 1. Farklılık Analizlerine İlişkin Karar Verme Şeması

Kaynak: Bozbaşı, (2019: 33). 'Turist Rehberlerinin Demografik Ve Mesleki Değişkenler Bakımından İş Ve Yaşam Doyumlarının İncelenmesi'

Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılarının demografik değişkenler bağlamında farklılaşmasının anlamlı olup olmadığı ile ilgili hangi analizlerin yapılması gerektiği Şekil 2' ye göre belirlenmiştir. Bu nedenle karşılaştırılacak grup sayısı 2 olan ölçek ifadeleri için Mann-Whitney U testi, karşılaştırılacak grup sayısı 2' den fazla olan ölçek ifadeleri için ise Kruskal Wallis testi uygulanmıştır. Mann-Whitney U testi bağımsız örnekler için uygulanan t-testlerinin parametrik olmayan alternatifi olarak ifade edilebilir (Kalaycı, 2016: 99). Kruskal Wallis testi ise gruplar arası tek yönlü varyans analizinin (One-Way ANOVA) parametrik olmayan alternatiftir (Kalaycı, 2016: 106).

Çalışma iki aşama, dört bölümden oluşmaktadır. Birinci aşamada; literatür taraması yapılmış, destinasyon kavramı irdelenmiş, destinasyon özellikleri, destinasyon türleri ve destinasyon çekicilik unsurları detaylı olarak ele alınmış; ardından Alanya destinasyonunun turizm gelir istatistikleri, Alanya’ da bulunan konaklama tesisleri ve Alanya bölgesinin turizm potansiyeli irdelenmiştir. İkinci aşamada ise; yerli halkın Alanya turizminin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkilerine ilişkin algılarının demografik değişkenler bağlamında incelenmesine yönelik hazırlanan anket uygulanmış, anket sonuçları analiz edilerek elde edilen bulgular yorumlanmış ve değerlendirilmiştir.

4.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın ana kütesini Alanya ilçesinin yerli halkı oluşturmaktadır. Hazırlanan anketler Alanya’ da ikamet eden 390 kişiye uygulanmış olup, elde edilen veriler üzerinden araştırma analizleri gerçekleştirilmiştir.

4.5. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi

Çalışmada anket aracılığıyla veri toplama yönteminden yararlanılmıştır. Ankette yer alan soruların oluşturulmasında; GÜNEŞ (2014)’ in ‘Yerel Halkın Turizm Algısı ve Turizme Katılımı: Antalya Konyaaltı ve Kepez İlçesi Örneği’ adlı çalışmasında kullanılan, daha önce uygulanmış, geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış ölçekten yararlanılmıştır.

Anket formunun birinci bölümünde turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif ve negative etkilerine ilişkin 8 soru, turizmin algılanan ekonomik pozitif ve negatif etkilerine ilişkin 8 soru, turizmin algılanan çevresel pozitif ve negatif etkilerine ilişkin 8 soru ve turizm gelişimine verilen desteğe ilişkin yerel halkın algısını belirlemeye yönelik 4 soru yer almaktadır. İkinci bölüm ise yerel halkın cinsiyet, yaş, meslek, eğitim durumu, yaşam süresi vb. demografik özelliklerini belirlemeye yönelik olarak hazırlanan 9 sorudan oluşmaktadır. Turizmin etkileri ile ilgili sorular beşli likert tipi ölçekle, demografik özelliklere ilişkin sorular ise kapalı uçlu olarak hazırlanmıştır.

4.6. Ölçek Sorularının Geçerlilik ve Güvenilirliği

Araştırma sorularını oluşturan ölçek ifadelerine güvenilirlik analizi yapılmış ve Cronbach’ s Alpha’ dan yararlanılmıştır. Cronbach’ s Alpha değerinin 0 ile 1 arasında bir değer alması gerekir ve kabul edilebilir değerin en az 0,70 olması gerekmektedir (Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu ve S., Yıldırım, E., 2015:126).

Cronbach's Alpha	N of Items
,857	28

Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda ankette yer alan ölçek ifadelerinin güvenilirliği $\alpha=0,857$ olarak bulunmuştur. Sonuç olarak anket formunu oluşturan ölçek ifadeleri istatistiksel düzeyde güvenilir bulunmuş ve kabul edilebilir olduğu kanıtlanmıştır.

4.7. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmada yerli halkın turizmin sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerine ilişkin algılarını ölçmeyi amaçlayan1. boyuta ilişkin; H_{1a} , H_{1b} , H_{1c} , H_{1d} , H_{1e} , H_{1f} , H_{1g} , H_{1h} olmak üzere 8 adet hipotez yer almaktadır:

H_{1a} :Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerinin cinsiyet bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{1b} :Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerinin medeni durumlar bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{1c} :Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerinin meslek bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{1d} :Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerinin doğum yeri bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{1e} :Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerinin turistlerle iletişim kurma bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{1f} :Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerinin yaşbakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{1g} :Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerinin eğitim düzeyi bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{1h} :Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerinin yaşam süresi bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

Araştırmada yerli halkın turizmin ekonomik pozitif-negatif etkilerine ilişkin algılarını ölçmeyi amaçlayan2. boyuta ilişkin; H_{2a} , H_{2b} , H_{2c} , H_{2d} , H_{2e} , H_{2f} , H_{2g} , H_{2h} olmak üzere 8 adet hipotez yer almaktadır:

H_{2a} :Turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkilerinin cinsiyet bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{2b}: Turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkilerinin medeni durumlar bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{2c}: Turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkilerinin meslek bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{2d}: Turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkilerinin doğum yeri bakımından grup görüşlerinde vardır.

H_{2e}: Turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkilerinin turistlerle iletişim kurma bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{2f}: Turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkilerinin yaş bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{2g}: Turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkilerinin eğitim düzeyi bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{2h}: Turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkilerinin yaşam süresi bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

Araştırmada yerli halkın turizmin çevresel pozitif-negatif etkilerine ilişkin algılarını ölçmeyi amaçlayan 3. boyuta ilişkin; H_{3a}, H_{3b}, H_{3c}, H_{3d}, H_{3e}, H_{3f}, H_{3g}, H_{3h} olmak üzere 8 adet hipotez yer almaktadır:

H_{3a}: Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerinin cinsiyet bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{3b}: Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerinin medeni durumlar bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{3c}: Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerinin meslek bakımından grup görüşleri arasında farklılık vardır.

H_{3d}: Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerinin doğum yeri bakımından grup görüşlerinde vardır.

H_{3e}: Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerinin turistlerle iletişim kurma bakımından görüşlerinde farklılık vardır.

H_{3f}: Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerinin yaş bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{3g}: Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerinin eğitim düzeyi bakımından grup görüşleri arasında farklılık vardır.

H_{3h}: Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerinin yaşam süresi bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

Araştırmada yerli halkın turizm gelişimine verilen desteğe ilişkin algılarını ölçmeyi amaçlayan 4. boyuta ilişkin; H_{4a} , H_{4b} , H_{4c} , H_{4d} , H_{4e} , H_{4f} , H_{4g} , H_{4h} olmak üzere 8 adet hipotez yer almaktadır:

H_{4a} : Turizme verilen desteğin cinsiyet bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{4b} : Turizme verilen desteğin medeni durumlar bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{4c} : Turizme verilen desteğin meslek bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{4d} : Turizme verilen desteğin doğum yeri bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{4e} : Turizme verilen desteğin turistlerle iletişim kurma bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{4f} : Turizme verilen desteğin yaş bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{4g} : Turizme verilen desteğin eğitim düzeyi bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

H_{4h} : Turizme verilen desteğin yaşam süresi bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.

4.8. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Tablo 6: Yerli Halkın Demografik Özellikleri

Cinsiyet	n	%
Erkek	209	53,6
Kadın	181	46,4
Medeni Durum	n	%
Evli	132	33,8
Bekar	258	66,2
Yaş	n	%
20 yaş ve altı	84	21,5
21-30 yaş	163	41,8
31-40 yaş	96	24,6
41-50 yaş	33	8,5
51 yaş ve üzeri	14	3,6
Eğitim	n	%
İlköğretim	58	14,9
Lise	213	54,6
Üniversite	111	28,5
Master/Doktora	8	2,1
Meslek	n	%
Turizmle ilgili	305	78,2
Turizmle ilgili değil	85	21,8
Doğum Yeri	n	%
Alanya	146	37,4
Diğer	244	62,6
Yaşam Süresi	n	%
1 yıldan az	61	15,6
1-5 yıl	111	28,5
6-10 yıl	218	55,9
Turistlerle İletişim Kurma	n	%
Evet	304	77,9
Hayır	86	22,1

Tablo 6' göre, ankete katılanların % 53,6' sı erkek, %46,4' ü kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların % 33,8' inin evli % 66,2' sinin bekar oldukları görülmektedir. Ankete katılanların yaş dağılımları incelendiğinde % 21,5' i 20 yaş ve altı, % 41,8'i 21-30 yaş, % 24,6'sı 31-40 yaş, % 8,5' i 41-50 yaş ve % 3,6' sı 51 yaş ve üzeri olarak tespit edilmiştir. Eğitim durumları incelendiğinde katılımcıların % 14,9' unun ilköğretim, % 54,6' sının lise, % 28,5' inin üniversite ve % 2,1' inin master/doktora mezunu oldukları belirlenmiştir. Katılımcıların mesleklerine ilişkin dağılım incelendiğinde % 78,2' sinin turizmle ilgili olduğu, % 21,8' inin turizmle ilgili olmadığı görülmüştür. Ankete katılanların doğum yerlerine ilişkin dağılım incelendiğinde, % 37,4' ünün Alanya doğumlu oldukları, % 62,6' sının diğer cevabını verdikleri belirlenmiştir. Katılımcıların yaşam sürelerine bakıldığında, % 15,6' sının 1 yıldan az, % 28,5' inin 1-5 yıl arası ve % 55,9' unun 6-10 yıl arasında Alanya' da yaşadıkları görülmektedir. Son olarak ankete katılanların turistlerle olan iletişim sorusuna % 77,9 evet, % 22,1 hayır cevabını verdikleri belirlenmiştir.

Tablo 7: Turizmin Algılanan Sosyo-Kültürel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutuna İlişkin Verilerin Sıklık Tablosu

			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	X	S.S.
Turizmin Algılanan Sosyo-Kültürel Pozitif-Negatif Etkileri	1	Kültürel aktivitelerin gelişimini sağlamaktadır.	f 14	32	37	166	141	3,99	1,053
			% 3,6	8,2	9,5	42,6	36,2		
	2	Yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır.	f 11	35	63	164	117	3,87	1,030
			% 2,8	9,0	16,2	42,1	30,0		
	3	Yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir.	f 19	43	64	151	113	3,75	1,130
			% 4,9	11,0	16,4	38,7	29,0		
	4	Yerel halkın eğlence serbest zaman değerlendirme olanaklarını arttırmaktadır.	f 28	40	86	134	102	3,62	1,182
			% 7,2	10,3	22,1	34,4	26,2		
	5	Yerel halkın tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir.	f 59	93	83	90	65	3,02	1,320
			% 15,1	23,8	21,3	23,1	16,7		
	6	Kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır.	f 68	98	68	98	58	2,94	1,340
			% 17,4	25,1	17,4	25,1	14,9		
	7	Yerel halkın turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır.	f 62	89	96	87	56	2,96	1,290
			% 15,9	22,8	24,6	22,3	14,4		
	8	Suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlere neden olmaktadır.	f 66	56	82	101	85	3,21	1,382
			% 16,9	14,4	21,0	25,9	21,8		

Tablo 7’ de Alanya’ nın yerli halkına uygulanan turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkileri boyutunun ‘Kültürel aktivitelerin gelişimini sağlamaktadır’ sorusuna katılımcıların % 3,6’sı kesinlikle katılmıyorum, % 8,2’si katılmıyorum, % 9,5’i kararsızım, % 42,6’sı katılıyorum ve % 36,2’si kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. ‘Yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır’ sorusuna % 2,8’i kesinlikle katılmıyorum, % 9,0’u katılmıyorum, % 16,2’si kararsızım, % 42,1’i katılıyorum ve % 30,0’ ı kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. ‘Yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir’ sorusuna % 4,9’u kesinlikle katılmıyorum, % 11,0’i katılmıyorum, % 16,4’ü kararsızım, % 38,7’si katılıyorum ve % 29,0’u kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. ‘Yerel halkın eğlence serbest zaman değerlendirme olanaklarını arttırmaktadır’ sorusuna % 7,2’si kesinlikle katılmıyorum, % 10,3’ü katılmıyorum, % 22,1’i kararsızım, % 34,4’ü katılıyorum ve % 26,2’si kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. ‘Yerel halkın tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir’ sorusuna % 15,1’i kesinlikle katılmıyorum, % 23,8’ i katılmıyorum, % 21,3’ ü kararsızım, % 23,1’i katılıyorum ve % 16,7’si kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. ‘Kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır’ sorusuna % 17,4’ü kesinlikle katılmıyorum, % 25,1’i katılmıyorum, % 17,4’ü kararsızım, % 25,1’i katılıyorum ve % 14,9’u kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. ‘Yerel halkın turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır’ sorusuna % 15,9’u kesinlikle katılmıyorum, % 22,8’i katılmıyorum, %

24,6'sı kararsızım, % 22,3'ü katılıyorum ve % 14,4'ü kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. 'Suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlere neden olmaktadır' sorusuna % 16,9'u kesinlikle katılmıyorum, % 14,4'ü katılmıyorum, % 21,0'i kararsızım, % 25,9' u katılıyorum ve % 21,8' i kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Tablo 8: Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkileri Boyutuna İlişkin Verilerin Sıklık Tablosu

			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	X	S.S.
Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkileri	1	Geleneksel ürünlerin üretimini sağlamaktadır.	f 19	29	63	172	107	3,81	1,068
			% 4,9	7,4	16,2	44,1	27,4		
	2	Ekonomik kazanç sağlamaktadır.	f 14	10	33	141	192	4,24	0,971
			% 3,6	2,6	8,5	36,2	49,2		
	3	Yerel ekonomiyi desteklemektedir.	f 14	14	31	151	180	4,20	0,984
			% 3,6	3,6	7,9	38,7	46,2		
	4	Yerel halk için yeni iş fırsatları yaratmaktadır.	f 13	14	34	141	188	4,22	0,982
			% 3,3	3,6	8,7	36,2	48,2		
	5	Bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır.	f 10	11	44	138	187	4,23	0,940
			% 2,6	2,8	11,3	35,4	47,9		
	6	Bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını arttırmaktadır.	f 12	24	42	137	175	4,12	1,032
			% 3,1	6,2	10,8	35,1	44,9		
	7	Bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır.	f 24	23	51	130	162	3,98	1,157
			% 6,2	5,9	13,1	33,3	41,5		
	8	Yerel halk arasında ekonomik kazanç eşitsizliği yaratmaktadır.	f 29	56	88	112	105	3,53	1,234
			% 7,4	14,4	22,6	28,7	26,9		

Tablo 8' de Alanya' nın yerli halkına uygulanan turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkileri boyutunun 'Geleneksel ürünlerin üretimin sağlamaktadır' sorusuna katılımcıların % 4,9'u kesinlikle katılmıyorum, % 7,4'ü katılmıyorum, % 16,2'si kararsızım, % 44,1'i katılıyorum ve % 27,4'ü kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. 'Ekonomik kazanç sağlamaktadır' sorusuna % 3,6'sı kesinlikle katılmıyorum, % 2,6'sı katılmıyorum, % 8,5'i kararsızım, % 36,2'si katılıyorum ve % 49,2'si kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. 'Yerel ekonomiyi desteklemektedir' sorusuna % 3,6'sı kesinlikle katılmıyorum, % 3,6'sı katılmıyorum, % 7,9'u kararsızım, % 38,7'si katılıyorum ve % 46,2'si kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. 'Yerel halk için yeni iş fırsatları yaratmaktadır' sorusuna % 3,3'ü kesinlikle katılmıyorum, % 3,6'sı katılmıyorum, % 8,7'si kararsızım, % 36,2'si katılıyorum ve % 48,2'si kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. 'Bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır' sorusuna % 2,6'sı kesinlikle katılmıyorum, % 2,8'i katılmıyorum, % 11,3'ü kararsızım, % 35,4'ü katılıyorum ve % 47,9'u kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. 'Bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını arttırmaktadır' sorusuna % 3,1'i kesinlikle katılmıyorum, % 6,2'si katılmıyorum, % 10,8'i kararsızım, % 35,1'i katılıyorum ve % 44,9'u kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. 'Bölgede hayat pahalılığına neden

olmaktadır' sorusuna % 6,2'si kesinlikle katılmıyorum, % 5,9'u katılmıyorum, % 13,1'i kararsızım, % 33,3'ü katılıyorum ve % 41,5'i kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. 'Yerel halk arasında ekonomik kazanç eşitsizliği yaratmaktadır' sorusuna % 7,4'ü kesinlikle katılmıyorum, % 14,4'ü katılmıyorum, % 22,6'sı kararsızım, % 28,7'si katılıyorum ve % 26,9'u kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Tablo 9: Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutuna İlişkin Verilerin Sıklık Tablosu

				Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	X	S.S.
Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif-Negatif Etkileri	1	Doğal çevrenin korunmasını ve gelişimini desteklemektedir.	f	36	59	83	123	89	3,43	1,250
			%	9,2	15,1	21,3	31,5	22,8		
	2	Gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir.	f	32	54	82	148	74	3,45	1,183
			%	8,2	13,8	21,0	37,9	19,0		
	3	Çevre bilincini arttırmaktadır.	f	28	47	89	136	90	3,54	1,176
			%	7,2	12,1	22,8	34,9	23,1		
	4	Tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir.	f	22	39	68	141	120	3,76	1,156
			%	5,6	10,0	17,4	36,2	30,8		
	5	Çevre kirliliğine (toprak, hava, su) neden olmaktadır.	f	49	65	78	115	83	3,30	1,314
			%	12,6	16,7	20,0	29,5	21,3		
	6	Doğayı (bitkiler, hayvanlar, ekosistem) olumsuz etkilemektedir.	f	49	79	73	110	79	3,23	1,321
			%	12,6	20,3	18,7	28,2	20,3		
	7	Çarpık kentleşmeye neden olmaktadır.	f	44	64	90	102	90	3,33	1,301
			%	11,3	16,4	23,1	26,2	23,1		
	8	Kalabalıklaşma, gürültü kirliliği, trafik sıkışıklığı gibi problemler yaratır.	f	35	36	62	127	130	3,72	1,263
			%	9,0	9,2	15,9	32,6	33,3		

Tablo 9' da Alanya' nın yerli halkına uygulanan turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkileri boyutunun 'Doğal çevrenin korunmasını ve gelişimini desteklemektedir' sorusuna katılımcıların % 9,2'si kesinlikle katılmıyorum, % 15,1'i katılmıyorum, % 21,3'ü kararsızım, % 31,5'i katılıyorum ve % 22,8'i kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. 'Gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir' sorusuna % 8,2'si kesinlikle katılmıyorum, % 13,8'i katılmıyorum, % 21,0'ı kararsızım, % 37,9'u katılıyorum ve % 19,0'ı kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. 'Çevre bilincini arttırmaktadır' sorusuna % 7,2'si kesinlikle katılmıyorum, % 12,1'i katılmıyorum, % 22,8'i kararsızım, % 34,9'u katılıyorum ve % 23,1'i kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. 'Tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir' sorusuna % 5,6'sı kesinlikle katılmıyorum, % 10,0'u katılmıyorum, % 17,4'ü kararsızım, % 36,2'si katılıyorum ve % 30,8'i kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. 'Çevre kirliliğine (toprak, hava, su neden olmaktadır' sorusuna % 12,6'sı kesinlikle katılmıyorum, % 16,7'si katılmıyorum, % 20,0'ı kararsızım, % 29,5'i katılıyorum ve % 21,3'ü kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. 'Doğayı (bitkiler, hayvanlar, ekosistem) olumsuz etkilemektedir' sorusuna % 12,6'sı kesinlikle katılmıyorum,

% 20,3'ü katılmıyorum, % 18,7'si kararsızım, % 28,2'si katılıyorum ve % 20,3'ü kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. 'Çarpık kentleşmeye neden olmaktadır' sorusuna % 11,3'ü kesinlikle katılmıyorum, % 16,4'ü katılmıyorum, % 23,1'i kararsızım, % 26,2'si katılıyorum ve % 23,1'i kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. 'Kalabalıklaşma, gürültü kirliliği, trafik sıkışıklığı gibi problemler yaratır' sorusuna % 9,0'u kesinlikle katılmıyorum, % 9,2'si katılmıyorum, % 15,9'u kararsızım, % 32,6'sı katılıyorum ve % 33,3'ü kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Tablo 10: Turizm Gelişimine Verilen Destek Boyutuna İlişkin Verilerin Sıklık Tablosu

			Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	X	S.S.
Turizm Gelişimine Verilen Destek	1	Turizmin daha fazla gelişimi için çaba sarf edilmelidir.	f	14	8	54	119	4,21	1,000
			%	3,6	2,1	13,8	30,5		
	2	Turizm yatırımları artarak devam etmelidir.	f	13	19	60	119	4,10	1,048
			%	3,3	4,9	15,4	30,5		
	3	Turizm gelişimini destekliyorum.	f	12	13	41	135	4,22	0,976
			%	3,1	3,3	10,5	34,6		
	4	Turizm, toplumumuzun bir parçası olmaya devam etmelidir.	f	12	12	40	128	4,25	0,974
			%	3,1	3,1	10,3	32,8		

Tablo 10' da Alanya' nın yerli halkına uygulanan turizm gelişimine verilen destek boyutunun 'Turizmin daha fazla gelişimi için sarf edilmelidir' sorusuna katılımcıların % 3,6'sı kesinlikle katılmıyorum, % 2,1'i katılmıyorum, % 13,8'i kararsızım, % 30,5'i katılıyorum ve % 50,0'u kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. 'Turizm yatırımları artarak devam etmelidir' sorusuna % 3,3'ü kesinlikle katılmıyorum, % 4,9'u katılmıyorum, % 15,4'ü kararsızım, % 30,5'i katılıyorum ve % 45,9'u kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. 'Turizm gelişimini destekliyorum' sorusuna % 3,1'i kesinlikle katılmıyorum, % 3,3'ü katılmıyorum, % 10,5'i kararsızım, % 34,6'sı katılıyorum ve % 48,5'i kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. 'Turizm, toplumumuzun bir parçası olmaya devam etmelidir' sorusuna % 3,1'i kesinlikle katılmıyorum, % 3,1'i katılmıyorum, % 10,3'ü kararsızım, % 32,8'i katılıyorum ve % 50,8'i kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir.

Tablo 12' ye göre cinsiyet grubu ile turizmin algılanan ekonomik pozitif- negatif etkileri boyutu arasında yapılan Mann- Whitney U testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p=0,660>0,05$). Cinsiyeti erkek olanların sıra ortalaması 197,83 iken, kadın olanların sıra ortalaması 192,81'dir. Buna göre cinsiyeti erkek olanların sıra ortalaması en yüksektir. Turizmin algılanan ekonomik pozitif negatif etkilerini cinsiyeti erkek olanlar kadınlara göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda ' H_{2a} : Turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkilerinin cinsiyet faktörü bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 13: Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılık Tablosu

		Cinsiyet	n	Sıra Ort.	Shapiro-Wilk	U	p
Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif-Negatif Etkileri	Doğal çevrenin korunmasını ve gelişmesini desteklemektedir.	Erkek	209	184,41	0,000	16597,000	0,036
	Gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir.						
	Çevre bilincini arttırmaktadır.						
	Tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir.						
	Çevre kirliliğine (toprak,hava,su) neden olmaktadır.	Kadın	181	208,3			
	Doğayı (bitkiler,hayvanlar,ekosistem) olumsuz etkilemektedir.						
	Çarpık kentleşmeye neden olmaktadır.						
	Kalabalıklaşma,gürültü kirliliği,trafik sıkışıklığı gibi problemler yaratır.						

Tablo 13' e göre cinsiyet grubu ile turizmin algılanan çevresel pozitif- negatif etkileri boyutu arasında yapılan Mann- Whitney U testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur($p=0,036<0,05$). Cinsiyeti erkek olanların sıra ortalaması 184,41 iken, kadın olanların sıra ortalaması 208,3'dür. Buna göre cinsiyeti kadın olanların sıra ortalaması en yüksektir. Turizmin algılanan çevresel pozitif negatif etkilerini cinsiyeti kadın olanlar erkeklere göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda ' H_{3a} : Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerinin cinsiyet faktörü bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 14: Turizm Gelişimine Verilen Destek Boyutunun Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılık Tablosu

		Cinsiyet	n	Sıra Ort.	Shapiro-Wilk	U	p
Turizm Gelişimine Verilen Destek	Turizmin daha fazla gelişimi için çaba sarf edilmelidir.	Erkek	209	201,20	0,000	17723,500	0,272
	Turizm yatırımları artarak devam etmelidir.						
	Turizm gelişimini destekliyorum.	Kadın	181	188,92			
	Turizm, toplumumuzun bir parçası olmaya devam etmelidir.						

Tablo 14' e göre cinsiyet grubu ile turizm gelişimine verilen destek boyutu arasında yapılan Mann- Whitney U testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. ($p=0,272>0,05$). Cinsiyeti erkek olanların sıra ortalaması 201,20 iken, kadın olanların sıra ortalaması 188,92'dir. Buna göre cinsiyeti erkek olanların sıra ortalaması en yüksektir. Turizm gelişimine verilen desteğe ilişkin algılamalar incelendiğinde, cinsiyeti erkek olanlar kadınlara göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda ' H_{4a} :Turizme gelişimine verilen desteğin cinsiyet faktörü bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 15: Turizmin Algılanan Sosyo-Kültürel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Medeni Durum Değişkenine Göre Farklılık Tablosu

		Medeni Durum	n	Sıra Ort.	Shapiro-Wilk	U	p
Turizmin algılanan Sosyo-Kültürel Pozitif-Negatif Etkileri	Kültürel aktivitelerin gelişimini sağlamaktadır.	Evli	132	208,63	0,000	15295,000	0,099
	Yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır.						
	Yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir.						
	Yerel halkın eğlence serbest zaman değerlendirme olanaklarını arttırmaktadır.						
	Yerel halkın tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir.	Bekar	258	188,78			
	Kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır.						
	Yerel halkın turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır.						
	Suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlere neden olmaktadır.						

Tablo 15' e göre medeni durum ile turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkileri boyutu arasında yapılan Mann- Whitney U testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p=0,099>0,05$). Medeni durumu evli olanların sıra ortalaması 208,63 iken, bekar olanların sıra ortalaması 188,78'dir. Buna göre medeni durumu evli olanların sıra ortalaması en yüksektir. Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif negatif etkilerini medeni durumu evli olanlar bekar olanlara göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda ' H_{1b} :Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerinin medeni durumlar bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 16: Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Medeni Durum Değişkenine Göre Farklılık Tablosu

		Medeni Durum	n	Sıra Ort.	Shapiro-Wilk	U	p
Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkileri	Geleneksel ürünlerin üretimini sağlamaktadır.	Evli	132	201,94	0,000	16178,500	0,419
	Ekonomik kazanç sağlamaktadır.						
	Yerel ekonomiyi desteklemektedir.						
	Yerel halk için yeni iş fırsatları yaratmaktadır.						
	Bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır.	Bekar	258	192,21			
	Bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını artırmaktadır.						
	Bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır.						
	Yerel halk arasında ekonomik kazanç eşitsizliği yaratmaktadır.						

Tablo 16' ya göre medeni durum ile turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkileri boyutu arasında yapılan Mann- Whitney U testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p=0,419>0,05$). Medeni durumu evli olanların sıra ortalaması 201,94 iken, bekar olanların sıra ortalaması 192,21'dir. Buna göre medeni durumu evli olanların sıra ortalaması en yüksektir. Turizmin algılanan ekonomik pozitif negatif etkilerini medeni durumu evli olanlar bekar olanlara göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda ' H_{2b} :Turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkilerinin medeni durumlar bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 18' e göre medeni durum ile turizm gelişimine verilen destek boyutu arasında yapılan Mann- Whitney U testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. ($p=0,931>0,05$). Medeni durumu evli olanların sıra ortalaması 194,82 iken, bekar olanların sıra ortalaması 195,85'dir. Buna göre medeni durumu bekar olanların sıra ortalaması en yüksektir. Turizm gelişimine verilen desteğe ilişkin algılamalar incelendiğinde; medeni durumu bekar olanlar evli olanlara göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda ' H_{4b} :Turizmin gelişimine verilen desteğin medeni durumlar bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 19:Turizmin Algılanan Sosyo-Kültürel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Meslek Değişkenine göre Farklılık Tablosu

		Meslek	n	Sıra Ort.	Shapiro-Wilk	U	p
Turizmin algılanan Sosyo-Kültürel Pozitif-Negatif Etkileri	Kültürel aktivitelerin gelişimini sağlamaktadır.	Turizmle ilgili	305	192,63	0,000	12088,000	0.340
	Yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır.						
	Yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir.						
	Yerel halkın eğlence serbest zaman değerlendirme olanaklarını arttırmaktadır.						
	Yerel halkın tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir.	Turizmle ilgili değil	85	205,79			
	Kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır.						
	Yerel halkın turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır.						
	Suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlere neden olmaktadır.						

Tablo 19' a göre meslek grupları ile turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkileri boyutu arasında yapılan Mann- Whitney U testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p=0,340>0,05$). Mesleği turizmle ilgili olanların sıra ortalaması 192,63 iken, mesleği turizmle ilgili olmayanların sıra ortalaması 205,79'dur. Buna göre mesleği turizmle ilgili olmayanların sıra ortalaması en yüksektir. Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif negatif etkilerini mesleği turizm olmayanlar mesleği turizm olanlara göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda ' H_{1c} :Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerinin meslek bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 21' e göre meslek grupları ile turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkileri boyutu arasında yapılan Mann- Whitney U testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p=0,030<0,05$). Mesleği turizmle ilgili olanların sıra ortalaması 188,96 iken, mesleği turizmle ilgili olmayanların sıra ortalaması 218,96'dır. Buna göre mesleği turizmle ilgili olmayanların sıra ortalaması en yüksektir. Turizmin algılanan çevresel pozitif negatif etkilerini mesleği turizm olmayanlar mesleği turizm olanlara göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda ' H_{3c} :Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerinin meslek bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 22:Turizm Gelişimine Verilen Destek Boyutunun Meslek Değişkenine göre Farklılık Tablosu

		Meslek	n	Sıra Ort.	Shapiro-Wilk	U	p
Turizm Gelişimine Verilen Destek	Turizmin daha fazla gelişimi için çaba sarf edilmelidir.	Turizmle ilgili	305	197,27	0,000	12421,500	0,547
	Turizm yatırımları artarak devam etmelidir.						
	Turizm gelişimini destekliyorum.	Turizmle ilgili değil	85	189,14			
	Turizm, toplumumuzun bir parçası olmaya devam etmelidir.						

Tablo 22' ye göre meslek grupları ile turizm gelişimine verilen destek boyutu arasında yapılan Mann- Whitney U testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p=0,547>0,05$). Mesleği turizmle ilgili olanların sıra ortalaması 197,27 iken, mesleği turizmle ilgili olmayanların sıra ortalaması 189,14'dür. Buna göre mesleği turizmle ilgili olanların sıra ortalaması en yüksektir. Turizm gelişimine verilen desteğe ilişkin algılamalar incelendiğinde mesleği turizm olmayanlar mesleği turizm olanlara göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda ' H_{4c} :Turizm gelişimine verilen desteğin meslek bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 23:Turizmin Algılanan Sosyo-Kültürel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Doğum Yeri Değişkenine göre Farklılık Tablosu

		Doğum Yeri	n	Sıra Ort.	Shapiro-Wilk	U	p
Turizmin algılanan Sosyo-Kültürel Pozitif-Negatif Etkileri	Kültürel aktivitelerin gelişimini sağlamaktadır.	Alanya	146	219,61	0,000	14292,000	0,001
	Yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır.						
	Yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir.						
	Yerel halkın eğlence serbest zaman değerlendirme olanaklarını artırmaktadır.						
	Yerel halkın tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir.	Diğer	244	181,07			
	Kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır.						
	Yerel halkın turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır.						
	Suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlere neden olmaktadır.						

Tablo 23' e göre doğum yeri ile turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkileri boyutu arasında yapılan Mann- Whitney U testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p=0,001<0,05$). Doğum yeri Alanya olanların sıra ortalaması 219,61 iken, doğum yeri olarak diğer tercihinde bulunanların sıra ortalaması 181,07'dir. Buna göre doğum yeri Alanya olanların sıra ortalaması en yüksektir. Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif negatif etkilerini Alanya doğumlar olanlar diğerlerine göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda ' H_{1d} :Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerinin doğum yeri bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 24:Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Doğum Yeri Değişkenine Göre Farklılık Tablosu

		Doğum Yeri	n	Sıra Ort.	Shapiro-Wilk	U	p
Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkileri	Geleneksel ürünlerin üretimini sağlamaktadır.	Alanya	146	201,25	0,000	16973,000	0,435
	Ekonomik kazanç sağlamaktadır.						
	Yerel ekonomiyi desteklemektedir.						
	Yerel halk için yeni iş fırsatları yaratmaktadır.						
	Bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır.	Diğer	244	192,06			
	Bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını artırmaktadır.						
	Bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır.						
	Yerel halk arasında ekonomik kazanç eşitsizliği yaratmaktadır.						

Tablo 24' e göre doğum yeri ile turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkileri boyutu arasında yapılan Mann- Whitney U testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p=0,435>0,05$). Doğum yeri Alanya olanların sıra ortalaması 201,25 iken, doğum yeri olarak diğer tercihinde bulunanların sıra ortalaması 192,06'dır. Buna göre doğum yeri Alanya olanların sıra ortalaması en yüksektir. Turizmin algılanan ekonomik pozitif negatif etkilerini Alanya doğumlar diğerlerine göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda ' H_{2d} :Turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkilerinin doğum yeri bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 25: Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Doğum Yeri Değişkenine göre Farklılık Tablosu

		Doğum Yeri	n	Sıra Ort.	Shapiro-Wilk	U	p
Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif-Negatif Etkileri	Doğal çevrenin korunmasını ve gelişmesini desteklemektedir.	Alanya	146	220,19	0.000	14207,500	0.001
	Gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir.						
	Çevre bilincini artırmaktadır.						
	Tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir.						
	Çevre kirliliğine (toprak,hava,su) neden olmaktadır.	Diğer	244	180,73			
	Doğayı (bitkiler,hayvanlar,ekosistem) olumsuz etkilemektedir.						
	Çarpık kentleşmeye neden olmaktadır.						
	Kalabalıklaşma,gürültü kirliliği,trafik sıkışıklığı gibi problemler yaratır.						

Tablo 25' e göre doğum yeri ile turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkileri boyutu arasında yapılan Mann- Whitney U testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p=0,001<0,05$). Doğum yeri Alanya olanların sıra ortalaması 220,19 iken, doğum yeri olarak diğer tercihinde bulunanların sıra ortalaması 180,73'tür. Buna göre doğum yeri Alanya olanların sıra ortalaması en yüksektir. Turizmin algılanan çevresel pozitif negatif etkilerini Alanya doğumlar diğerlerine göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda ' H_{3d} :Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerinin doğum yeri bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 27' ye göre doğum yeri ile turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkileri boyutu arasında yapılan Mann- Whitney U testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p=0,560>0,05$). Turistlerle iletişim sorusuna evet cevabını verenlerin sıra ortalaması 197,27 iken, hayır cevabını verenlerin sıra ortalaması 189,25'dir. Buna göre turistlerle iletişim sorusuna evet cevabını verenlerin sıra ortalaması en yüksektir. Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif negatif etkilerini turistlerle iletişim değişkenine evet cevabını verenler hayır cevabını verenlere göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda ' H_{1c} : Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerinin turistlerle iletişim kurma faktörü bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 28: Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Turistlerle İletişim Değişkenine göre Farklılık Tablosu

		Turistlerle İletişim	n	Sıra Ort.	Shapiro-Wilk	U	p
Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkileri	Geleneksel ürünlerin üretimini sağlamaktadır.	Evet	304	197,11	0,000	12583,500	0,596
	Ekonomik kazanç sağlamaktadır.						
	Yerel ekonomiyi desteklemektedir.						
	Yerel halk için yeni iş fırsatları yaratmaktadır.						
	Bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır.	Hayır	86	189,82			
	Bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını arttırmaktadır.						
	Bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır.						
	Yerel halk arasında ekonomik kazanç eşitsizliği yaratmaktadır.						

Tablo 28' e göre doğum yeri ile turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkileri boyutu arasında yapılan Mann- Whitney U testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p=0,596>0,05$). Turistlerle iletişim sorusuna evet cevabını verenlerin sıra ortalaması 197,11 iken, hayır cevabını verenlerin sıra ortalaması 189,82'dir. Buna göre turistlerle iletişim sorusuna evet cevabını verenlerin sıra ortalaması en yüksektir. Turizmin algılanan ekonomik pozitif negatif etkilerini turistlerle iletişim değişkenine evet cevabını verenler hayır cevabını verenlere göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda, ' H_{2c} : Turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkilerinin turistlerle iletişim kurma faktörü bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' desteklenmemiştir.

Tablo 30' a göre doğum yeri ile turizm gelişimine verilen destek boyutu arasında yapılan Mann- Whitney U testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. ($p=0,340>0,05$). Turistlerle iletişim sorusuna evet cevabını verenlerin sıra ortalaması 198,33 iken, hayır cevabını verenlerin sıra ortalaması 185,49'dur. Buna göre turistlerle iletişim sorusuna evet cevabını verenlerin sıra ortalaması en yüksektir. Turizm gelişimine verilen desteğe ilişkin algılamalar incelendiğinde, turistlerle iletişim değişkenine hayır cevabını verenler evet cevabını verenlere göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda, ' H_{4c} : Turizm gelişimine verilen desteğin turistlerle iletişim kurma bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 31: Turizmin Algılanan Sosyo-Kültürel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Yaş Grupları Bakımından Analizi

		Yaş	n	Sıra Ort.	Shapiro-Wilk	X ²	p
Turizmin algılanan Sosyo-Kültürel Pozitif-Negatif Etkileri	Kültürel aktivitelerin gelişimini sağlamaktadır.	20 yaş ve altı	84	192,68	0,000	4,930	0,295
	Yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır.						
	Yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir.	21-30 yaş	163	194,25			
	Yerel halkın eğlence serbest zaman değerlendirme olanaklarını artırmaktadır.	31-40 yaş	96	198,05			
	Yerel halkın tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir.	41-50 yaş	33	222,95			
	Kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır.						
	Yerel halkın turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır.	51 yaş ve üzeri	14	144,79			
	Suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlere neden olmaktadır.						

Tablo 31' e göre yaş grupları ile turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkileri boyutu arasında yapılan Kruskal-Wallis testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p=0,295>0,05$). Yaş aralığı 20 yaş ve altı olanların sıra ortalaması 192,68, 21-30 yaş arası olanların sıra ortalaması 194,25, 31-40 yaş arası olanların sıra ortalaması 198,05, 41-50 yaş arası olanların sıra ortalaması 222,95 ve 51 yaş ve üzeri olanların sıra ortalaması 144,79'dur. Buna göre yaş aralığı 41-50 yaş arası olanların sıra ortalaması en yüksek, yaş aralığı 20 yaş ve altı olanların sıra ortalaması en düşüktür. Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif negatif etkilerini yaş aralığı 41-50 arası olanlar diğer yaş gruplarına göre daha fazla algılamaktadırlar. Analizi sonucunda, ' H_{1f} : Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerinin yaş faktörü bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 33' e göre yaş grupları ile turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkileri boyutu arasında yapılan Kruskal-Wallis testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p=0,187>0,05$). Yaş aralığı 20 yaş ve altı olanların sıra ortalaması 190,67, 21-30 yaş arası olanların sıra ortalaması 202,39, 31-40 yaş arası olanların sıra ortalaması 180,23, 41-50 yaş arası olanların sıra ortalaması 228,97 ve 51 yaş ve üzeri olanların sıra ortalaması 170,11'dir. Buna göre yaş aralığı 41-50 yaş arası olanların sıra ortalaması en yüksek, yaş aralığı 51 yaş ve üzeri olanların sıra ortalaması en düşüktür. Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerini yaş aralığı 41-50 arası olanlar diğer yaş gruplarına göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda, ' H_{3f} :Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerinin yaş faktörü bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 34:Turizm Gelişimine Verilen Destek Boyutunun Yaş Grupları Bakımından Analizi

		Yaş	n	Sıra Ort.	Shapiro-Wilk	X ²	p
Turizm Gelişimine Verilen Destek	Turizmin daha fazla gelişimi için çaba sarf edilmelidir.	20 yaş ve altı	84	179,42	0,000	4,602	0,331
	Turizm yatırımları artarak devam etmelidir.	21-30 yaş	163	199,84			
		31-40 yaş	96	198,14			
	Turizm gelişimini destekliyorum.	41-50 yaş	33	188,12			
	Turizm, toplumumuzun bir parçası olmaya devam etmelidir.	51 yaş ve üzeri	14	240,71			

Tablo 34' e göre yaş grupları ile turizm gelişimine verilen destek boyutu arasında yapılan Kruskal-Wallis testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p=0,331>0,05$). Yaş aralığı 20 yaş ve altı olanların sıra ortalaması 179,42, 21-30 yaş arası olanların sıra ortalaması 199,84, 31-40 yaş arası olanların sıra ortalaması 198,14, 41-50 yaş arası olanların sıra ortalaması 188,12 ve 51 yaş ve üzeri olanların sıra ortalaması 240,71'dir. Buna göre yaş aralığı 51 yaş ve üzeri olanların sıra ortalaması en yüksek, yaş aralığı 20 yaş ve altı olanların sıra ortalaması en düşüktür. Turizm gelişimine verilen desteğe ilişkin algılamalar incelendiğinde, yaş aralığı 51 ve üzeri arası olanlar diğer yaş gruplarına göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda, ' H_{4f} :Turizm gelişimine verilen desteğin yaş değişkeni bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 36' ya göre eğitim düzeyi ile turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkileri boyutu arasında yapılan Kruskal-Wallis testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur($p=0,010<0,05$). Eğitim durumu ilköğretim olanların sıra ortalaması 174,33 lise olanların sıra ortalaması 185,49, üniversite olanların sıra ortalaması 224,51 ve master/doktora olanların sıra ortalaması 213,06'dır. Buna göre eğitim durumu üniversite olanların sıra ortalaması en yüksek, ilköğretim olanların sıra ortalaması en düşüktür. Turizmin algılanan ekonomik pozitif negatif etkilerini eğitim durumu üniversite olanlar diğerlerine göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda, ' H_{2g} :Turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkilerinin eğitim düzeyi bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 37:Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Eğitim Durumu Bakımından Analizi

		Eğitim	n	Sıra Ort.	Shapiro-Wilk	X ²	p
Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif-Negatif Etkileri	Doğal çevrenin korunmasını ve gelişmesini desteklemektedir.	İlköğretim	58	204,80	0,000	4,098	0,251
	Gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir.						
	Çevre bilincini artırmaktadır.						
	Tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir.	Lise	213	185,54			
	Çevre kirliliğine (toprak,hava,su) neden olmaktadır.	Üniversite	111	210,48			
	Doğayı (bitkiler,hayvanlar,ekosistem) olumsuz etkilemektedir.						
	Çarpık kentleşmeye neden olmaktadır.	Master/Doktora	8	185,50			
	Kalabalıklaşma,gürültü kirliliği,trafik sıkışıklığı gibi problemler yaratır.						

Tablo 37' ye göre eğitim düzeyi ile turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkileri boyutu arasında yapılan Kruskal-Wallis testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır($p=0,251>0,05$). Eğitim durumu ilköğretim olanların sıra ortalaması 204,80, lise olanların sıra ortalaması 185,54, üniversite olanların sıra ortalaması 210,48 ve master/doktora olanların sıra ortalaması 185,50'dir. Buna göre eğitim durumu üniversite olanların sıra ortalaması en yüksek, master/doktora olanların sıra ortalaması en düşüktür. Turizmin algılanan çevresel pozitif negatif etkilerini eğitim durumu üniversite olanlar diğerlerine göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda, ' H_{3g} :Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerinin eğitim düzeyi bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 38:Turizm Gelişimine Verilen Destek Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Eğitim Durumu Bakımından Analizi

		Eğitim	n	Sıra Ort.	Shapiro-Wilk	X ²	p
Turizm Gelişimine Verilen Destek	Turizmin daha fazla gelişimi için çaba sarf edilmelidir.	İlköğretim	58	190,37	0,000	8,536	0,036
	Turizm yatırımları artarak devam etmelidir.	Lise	213	186,47			
	Turizm gelişimini destekliyorum.	Üniversite	111	209,03			
	Turizm, toplumumuzun bir parçası olmaya devam etmelidir.	Master/Doktora	8	285,25			

Tablo 38' e göre eğitim düzeyi ile turizm gelişimine verilen destek boyutu arasında yapılan Kruskal-Wallis testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p=0,036<0,05$). Eğitim durumu ilköğretimolaranların sıra ortalaması 190,37, liseolaranların sıra ortalaması 186,47, üniversite olanların sıra ortalaması 209,03 ve master/doktora olanların sıra ortalaması 285,25'dir. Buna göre eğitim durumu master/doktora olanların sıra ortalaması en yüksek, lise olanların sıra ortalaması en düşüktür. Turizm gelişimine verilen desteğe ilişkin algılamalar incelendiğinde, eğitim durumu master/doktora olanlar diğerlerine göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda, ' H_{4g} .Turizm gelişimine verilen desteğin eğitim düzeyi bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 39:Turizmin Algılanan Sosyo-Kültürel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Yaşam Süresi Bakımından Analizi

		Yaşam Süresi	n	Sıra Ort.	Shapiro-Wilk	X ²	p
Turizmin algılanan Sosyo-Kültürel Pozitif-Negatif Etkileri	Kültürel aktivitelerin gelişimini sağlamaktadır.	1 yıldan az	61	205,73	0,000	1,054	0,590
	Yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır.						
	Yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir.						
	Yerel halkın eğlence serbest zaman değerlendirme olanaklarını artırmaktadır.	1-5 yıl	111	199,48			
	Yerel halkın tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir.						
	Kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır.						
	Yerel halkın turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır.	6-10 yıl	218	190,61			
	Suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlere neden olmaktadır.						

Tablo 39' a göre yaşam süresi grubu ile turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkileri boyutu arasında yapılan Kruskal-Wallis testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p=0,590>0,05$). Yaşam süresi 1 yıldan az olanların sıra ortalaması 205,73, 1-5 yıl arasında olanların sıra ortalaması 199,48 ve 6-10 yıl arasında olanların sıra ortalaması 190,61'dir. Buna göre yaşam süresi 1 yıldan az olanların sıra ortalaması en yüksek, 6-10 yıl arasında olanların sıra ortalaması en düşüktür. Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif negatif etkilerini yaşam süresi 1 yıldan az olanlar diğerlerine göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda, ' H_{111} :Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerinin yaşam süresi bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 40:Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Yaşam Süresi Bakımından Analizi

		Yaşam Süresi	n	Sıra Ort.	Shapiro-Wilk	X ²	p
Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkileri	Geleneksel ürünlerin üretimini sağlamaktadır.	1 yıldan az	61	200,76	0,000	0,162	0,922
	Ekonomik kazanç sağlamaktadır.						
	Yerel ekonomiyi desteklemektedir.						
	Yerel halk için yeni iş fırsatları yaratmaktadır.	1-5 yıl	111	195,06			
	Bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır.						
	Bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını artırmaktadır.						
	Bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır.	6-10 yıl	218	194,25			
	Yerel halk arasında ekonomik kazanç eşitsizliği yaratmaktadır.						

Tablo 40' a göre yaşam süresi grubu ile turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkileri boyutu arasında yapılan Kruskal-Wallis testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p=0,922>0,05$). Yaşam süresi 1 yıldan az olanların sıra ortalaması 200,76, 1-5 yıl arasında olanların sıra ortalaması 195,06 ve 6-10 yıl arasında olanların sıra ortalaması 194,25'dir. Buna göre yaşam süresi 1 yıldan az olanların sıra ortalaması en yüksek, 6-10 yıl arasında olanların sıra ortalaması en düşüktür. Turizmin algılanan ekonomik pozitif negatif etkilerini yaşam süresi 1 yıldan az olanlar diğerlerine göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda, ' H_{211} :Turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkilerinin yaşa süresi bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 41:Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif-Negatif Etkileri Boyutunun Yaşam Süresi Bakımından Analizi

		Yaşam Süresi	n	Sıra Ort.	Shapiro-Wilk	X ²	p
Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif-Negatif Etkileri	Doğal çevrenin korunmasını ve gelişmesini desteklemektedir.	1 yıldan az	61	235,64	0,000	9,335	0,009
	Gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir.						
	Çevre bilincini artırmaktadır.						
	Tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir.	1-5 yıl	111	184,94			
	Çevre kirliliğine (toprak,hava,su) neden olmaktadır.						
	Doğayı (bitkiler,hayvanlar,ekosistem) olumsuz etkilemektedir.						
	Çarpık kentleşmeye neden olmaktadır.	6-10 yıl	218	189,64			
	Kalabalıklaşma,gürültü kirliliği,trafik sıkışıklığı gibi problemler yaratır.						

Tablo 41' e göre yaşam süresi grubu ile turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkileri boyutu arasında yapılan Kruskal-Wallis testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur($p=0,009<0,05$). Yaşam süresi 1 yıldan az olanların sıra ortalaması 235,64, 1-5 yıl arasında olanların sıra ortalaması 184,94 ve 6-10 yıl arasında olanların sıra ortalaması 189,64'tür. Buna göre yaşam süresi 1 yıldan az olanların sıra ortalaması en yüksek, 1-5 yıl arasında olanların sıra ortalaması en düşüktür. Turizmin algılanan çevresel pozitif negatif etkilerini yaşam süresi 1 yıldan az olanlar diğerlerine göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda, ' H_{3n} :Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerinin yaşam süresi faktörü bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 42:Turizm Gelişimine Verilen Destek Boyutunun Yaşam Süresi Bakımından Analizi

		Yaşam Süresi	n	Sıra Ort.	Shapiro-Wilk	X ²	p
Turizm Gelişimine Verilen Destek	Turizmin daha fazla gelişimi için çaba sarf edilmelidir.	1 yıldan az	61	199,94	0,000	2,042	0,360
	Turizm yatırımları artarak devam etmelidir.	1-5 yıl	111	182,86			
	Turizm gelişimini destekliyorum.						
	Turizm, toplumumuzun bir parçası olmaya devam etmelidir.	6-10 yıl	218	200,69			

Tablo 42' ye göre yaşam süresi grubu ile turizm gelişimine verilen destek boyutu arasında yapılan Kruskal-Wallis testine göre, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p=0,360>0,05$). Yaşam süresi 1 yıldan azolanların sıra ortalaması 199,94, 1-5 yıl arasında olanların sıra ortalaması 182,86 ve 6-10 yıl arasında olanların sıra ortalaması 200,69'dur. Buna göre yaşam süresi 6-10 yıl arasında olanların sıra ortalaması en yüksek, 1-5 yıl arasında olanların sıra ortalaması en düşüktür. Turizm gelişimine verilen desteğe ilişkin algılamalar incelendiğinde, yaşam süresi 6-10 yıl arasında olanlar diğerlerine göre daha fazla algılamaktadırlar. Analiz sonucunda, ' H_{41} : Turizm gelişimine verilen desteğin yaşam süresi bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır' hipotezi desteklenmemiştir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Ülkemiz turistik ürün ve hizmetleri açısından zengin bir turizm potansiyeline sahiptir. Ülke ekonomisine katkısı büyük olan turizm endüstrisi, hem turizm destinasyonları hem de yerel halk açısından önemli bir gelir kaynağı oluşturmaktadır. Bu nedenle turizm destinasyonlarının turistler tarafından tercih edilebilirliğinin sürdürülebilir olması gerekmektedir. Bunun için de ülkede bulunan turistik destinasyonlarda turizm sektörünün gelişme süreci hızlı olmalı ve turizm planlaması en doğru şekilde yapılmalıdır.

Bir destinasyonda turizm planlaması sürecinin düzgün olabilmesi yerel halkın algılarına göre belirlenmektedir. Çünkü bir turizm bölgesinin sahip olduğu pozitif ve negatif yönleri yerli halkın görüşlerine göre şekil almaktadır. Turizm faaliyetlerinde bulunmak amacıyla belirli destinasyonları tercih eden turistler karar verme aşamasında, o bölgedeki yerli halkın algı ve görüşlerinden etkilenmektedir. Bütün bu nedenlerden dolayı bir turizm destinasyonunda etkili bir turizm planlaması ve düzenlemesi yapılırken yerel yönetimlerin akabinde yerli halkın da algı ve görüşlerinin alınması öncelikli olmalıdır. Yerel halkın algılarını etkileyen birtakım unsurlar da mevcuttur. Turizm faaliyetleri ile yerel halkın kültürel bilincinin artması, kültürel ve tarihi yapıların korunması, kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılması gibi olumlu sosyo-kültürel etkileri, çevre bilincinin sağlanmasına olan katkısı gibi olumlu çevresel etkileri ve ekonomik etkiler yerel halkın turizm algılarını büyük ölçüde etkileyen faktörlerdir. Turizmin etkileri yerel halkın algıları doğrultusunda bir turizm destinasyonunun turistler tarafından tercih edilme sürecinde belirleyici rol oynamaktadır.

Çalışmanın temelini oluşturan Alanya destinasyonu hem kıyı turizmi hem de kültürel turizm anlamında oldukça zengin bir potansiyele sahiptir. Bunun yanında macera turizmi, yayla turizmi, ekoturizm vb. alternatif turizm türleri bakımından da ziyaretçiler tarafından ilgi çekici bir turizm merkezi durumundadır. Bölgede son yıllarda kış turizmi açısından da atılımlar yapılmaya başlanmıştır. Ancak her turistik destinasyonda olduğu gibi Alanya' da da yerel halkın tutumu büyük önem arz etmektedir. Düzgün ve sürdürülebilir bir turizm planlamasının sağlanmasında yerel yönetimler kadar bölge halkı da belirleyici rol oynayan bir faktördür. Bunun yanında turizmin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkileri de Alanya destinasyonunda yerel halkın algı ve görüşlerini belirlemektedir. Turistler için destinasyon seçim sürecine etki eden ve ilgili destinasyonu tercih etmelerini sürekli kılan en önemli etkenlerden biri yerel halkın turizm ve turizmin etkilerine yönelik algılarıdır.

Gerçekleştirilen bu çalışmada yerli halkın Alanya destinasyonunun turizm potansiyeli ve turizmin etkilerine ilişkin algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında Alanya bölgesinin yerli halkına anket uygulaması yapılmış olup, ilçede ikamet eden 390 kişi örneklem olarak belirlenmiştir. Anket formunun oluşturulmasında Güneş (2014)' in ' Yerel Halkın Turizm Algısı ve Turizme Katılımı: Antalya Konyaaltı ve Kepez İlçesi Örneği' adlı çalışmasında uygulamış olduğu ölçekten yararlanılmıştır. Ölçekte ' Turizmin algılanan sosyo-kültürel etkileri' ile ilgili ifadelerin yer aldığı birinci boyutu oluşturan 8 adet, 'Turizmin algılanan ekonomik etkileri' ile ilgili ifadelerin yer aldığı ikinci boyutu oluşturan 8 adet, ' Turizmin algılanan çevresel etkileri' ile ilgili ifadelerin yer aldığı üçüncü boyutta 8 adet ve ' Turizm gelişimine verilen destek' ile ilgili ifadelerin yer aldığı dördüncü boyutta 4 adet soru yer almaktadır. 5' li likert ölçeği şeklinde uygulanan ölçeğin güvenilirlik düzeyi $\alpha=0,857$ olarak bulunmuştur.

Araştırma verilerine göre ankete katılım gösteren 390 kişiden çoğunluğu erkek katılımcıların (%53,6) oluşturduğu görülmektedir. Bunun yanında 21-30 yaş arası katılımın daha fazla olduğu (% 41,8) ve lise mezunlarının (% 54,6) ağırlıkta olduğu tespit edilmiştir. Turizm merkezi olarak büyük ilgi gören Alanya destinasyonunda araştırmaya katılım gösteren bölge halkının mesleklerine ilişkin elde edilen veriler incelendiğinde turizm sektöründe çalışanların yoğunlukta olduğu sonucuna varılmıştır. Bu durum ilçede turizm sektöründe çalışanların büyük bir kısmının lise mezun olduğunu göstermektedir. Katılımcıların Alanya' da yaşam sürelerine ilişkin analiz sonuçlarına bakıldığında çoğunluğun 6-10 yıl (%55,9) arasında kentte ikamet ediyor olduğu belirlenmiş ve bölge halkının genel itibariyle uzun süreli olarak kentte yaşıyor olması, çalışmanın yerli halka yönelik olması bakımından araştırmanın neticesini daha da güçlendirmektedir.

Turizmin etkileri ile yerli halkın demografik değişken grupları arasındaki farklılığın ölçülmesi amacıyla hangi farklılık analizlerinin uygulanması gerektiğini belirlemek amacıyla Shapiro-Wilk testi uygulanmış ve $p= 0,000<0,05$ olduğundan verilerin non-parametrik olduğu saptanmıştır. Bu nedenle karşılaştırılacak grup sayısı 2 olan ölçek ifadeleri için Mann-Whitney U testi, karşılaştırılacak grup sayısı 2' den fazla olan ölçek ifadeleri için ise Kruskal Wallis testi uygulanmıştır.

Tablo 43: Turizmin Algılanan Sosyo-Kültürel Etkilerine İlişkin Hipotezlerin Sonuçları

Araştırma Hipotezleri	Kabul/Red
H _{1a} : Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerinin cinsiyet faktörü bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmemiştir.
H _{1b} : Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerinin medeni durumlar bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmemiştir.
H _{1c} : Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerinin meslek bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmemiştir.
H _{1d} : Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerinin doğum yeri bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmiştir.
H _{1e} : Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerinin turistlerle iletişim kurma bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmemiştir.
H _{1f} : Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerinin yaş bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmemiştir.
H _{1g} : Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerinin eğitim durumu bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmemiştir.
H _{1h} : Turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerinin yaşam süresi bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmemiştir.

Demografik değişkenler bakımından yerli halkın turizmin sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerine ilişkin algılarına yönelik elde edilen bulgular neticesinde H₁ hipotezi içerisinde yer alan ifadelerden sadece turizmin sosyo-kültürel pozitif-negatif etkileri ile doğum yeri değişkeni bakımından grup görüşlerinde fark bulunmuştur, diğerlerinde fark yoktur. Sonuç olarak doğum yeri Alanya olanların bölgenin sosyo-kültürel pozitif-negatif etkilerine ilişkin algılamalarının daha yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo 44: Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkilerine İlişkin Hipotezlerin Sonuçları

Araştırma Hipotezleri	Kabul/Red
H _{2a} : Turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkilerinin cinsiyet faktörü bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmemiştir.
H _{2b} : Turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkilerinin medeni durumlar bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmemiştir.
H _{2c} : Turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkilerinin meslek bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmiştir.
H _{2d} : Turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkilerinin doğum yeri bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmemiştir.
H _{2e} : Turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkilerinin turistlerle iletişim kurma bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmiştir.
H _{2f} : Turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkilerinin yaş bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmemiştir.
H _{2g} : Turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkilerinin eğitim düzeyi bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmiştir.
H _{2h} : Turizmin algılanan ekonomik pozitif-negatif etkilerinin yaşam süresifaktörü bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmemiştir.

Demografik değişkenler bakımından yerli halkın turizmin ekonomik pozitif-negatif etkilerine ilişkin algılarına yönelik elde edilen bulgular neticesinde H₂ hipotezi içerisinde yer alan ifadelerden sadece turizmin ekonomik pozitif-negatif etkileri ile meslek ve eğitim düzeyi değişkenleri bakımından grup görüşlerinde fark bulunmuştur, diğerlerinde fark yoktur. Sonuç olarak yerli halktan mesleği turizm ile ilgili olmayanların bölgenin ekonomik pozitif-negatif etkilerine ilişkin algılamalarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Eğitim durumu üniversite olanların ise ilköğretim mezunu olanlara göre bölgenin ekonomik pozitif-negatif etkilerini daha fazla algıladıkları tespit edilmiştir.

Tablo 45: Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif-Negatif Etkilerine İlişkin Hipotezlerin Sonuçları

Araştırma Hipotezleri	Kabul/Red
H _{3a} : Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerinin cinsiyet faktörü bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmiştir.
H _{3b} : Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerinin medeni durumlar bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmemiştir.
H _{3c} : Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerinin meslek bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmiştir.
H _{3d} : Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerinin doğum yeri bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmiştir.
H _{3e} : Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerinin turistlerle iletişim kurma bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmemiştir.
H _{3f} : Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerinin yaş bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmemiştir.
H _{3g} : Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerinin eğitim düzeyi bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmemiştir.
H _{3h} : Turizmin algılanan çevresel pozitif-negatif etkilerinin yaşam süresi bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmiştir.

Demografik değişkenler bakımından yerli halkın turizmin çevresel pozitif-negatif etkilerine ilişkin algılarına yönelik elde edilen bulgular neticesinde H₃ hipotezi içerisinde yer alan ifadelerden sadece turizmin çevresel pozitif-negatif etkileri ile cinsiyet, meslek, doğum yeri ve yaşam süresi değişkenleri bakımından grup görüşlerinde fark bulunmuştur, diğerlerinde fark yoktur. Sonuç olarak yerli halktan cinsiyeti kadın olanların algılamaları erkek olanlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiş olup, mesleği turizmle ilgili olmayanların turizmin çevresel etkilerine ilişkin algılarının daha fazla olduğu görülmektedir. Yerli halkın doğum yeri bakımından algılamaları incelendiğinde, doğum yeri Alanya olanlar turizmin çevresel etkilerini daha fazla algılamaktadır. Ancak yaşam süresine ilişkin analiz sonuçları incelendiğinde, 1 yıl ve daha az süreyle Alanya’ da yaşayanların algılamalarının daha fazla olduğu gözlemlenmektedir.

Tablo 46:Turizm Gelişimine Verilen Desteğe İlişkin Hipotezlerin Sonuçları

Araştırma Hipotezleri	Kabul/Red
H _{4a} :Turizme gelişimine verilen desteğin cinsiyet faktörü bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmemiştir.
H _{4b} :Turizmin gelişimine verilen desteğin medeni durumlar bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmemiştir.
H _{4c} :Turizm gelişimine verilen desteğınmeslek bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmemiştir.
H _{4d} :Turizmin gelişimine verilen desteğında doğum yeri bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmiştir.
H _{4e} :Turizm gelişimine verilen desteğinturistlerle iletişim kurma bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmemiştir.
H _{4f} :Turizm gelişimine verilen desteğinyaş bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmemiştir.
H _{4g} :Turizm gelişimine verilen desteğineğitim düzeyi bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmiştir.
H _{4h} :Turizm gelişimine verilen desteğinyaşam süresi bakımından grup görüşlerinde farklılık vardır.	Desteklenmemiştir.

Demografik değişkenler bakımından yerli halkın turizm gelişimine verilen desteğe ilişkin algılarına yönelik elde edilen bulgular neticesinde H₄ hipotezi içerisinde yer alan ifadelerden turizm gelişimine verilen desteğe ilişkin algılamalar incelendiğinde sadece doğum yeri ve eğitim durumu değişkenleri bakımından grup görüşlerinde fark bulunmuştur, diğerlerinde fark yoktur. Analiz sonuçlarına göre; katılımcıların turizm gelişimine verilen desteğe ilişkin algılamaları incelendiğinde eğitim durumu master/doktora olanların diğerlerine göre daha fazla algıladıkları görülmektedir. Aynı şekilde yerli halktan doğum yeri Alanya dışında olan katılımcıların turizm gelişimine verilen desteğe ilişkin algılamalarının en fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmada turizm potansiyeli bakımından birçok zenginlik ve turistik çekiciliğe sahip olan Alanya destinasyonunda ikamet eden yerli halkın cinsiyet, yaş, meslek, eğitim düzeyi, doğum yeri, yaşam süresi vb. demografik özellikleri ortaya konmuş vebu bağlamda Alanya bölgesi halkının hem kentin turizm potansiyeli hem de turizmin mevcut etkilerine ilişkin algıları ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırma neticesinde ilgili değişkenler bağlamında grup görüşleri arasındaki farklılık durumları belirlenmiştir. Bütün bu bilgiler ve araştırma sonuçları incelendiğinde ortaya konan bu çalışmanın Alanya ilçesi halkının bölge turizmine yönelik algılarının bazı değişkenler bakımından farklılık gösterdiği gözlemlenmiştir. Bu anlamda turizm sektöründe yerli halkın algı ve tutumlarının büyük etkisi göz önüne alındığında, gerek turizm destinasyonlarında gerekse bölgeyi ziyaret eden turistler üzerinde yerel halkın etkisi inkar edilemez önemli bir unsurdur. Bu nedenle Alanya bölgesinde turizm endüstrisinin gelişmesi sürecinde hem bilincin artırılması hem de bölgeye daha fazla turist çekilebilmesi

amacıyla düzgün ve doğru bir turizm planlaması yapılması gerekmektedir. Bunun içinde planlama sürecine yerel halkın da dahil edilmesi çok önemlidir. Çünkü yerel halkın kendi yaşadığı bölgenin turistik çekiciliklerine ve değerlerine hakim olması bölgenin destinasyon imajına büyük katkı sağlayarak turistler tarafından önde gelen bir çekim merkezi olmasında etkili olmaktadır. Böylece Alanya bölgesinde turizm sektörünün ve turistik faaliyetlerin hızlı bir şekilde gelişim göstermesi açısından yeni alternatif fikirler ortaya atılmış olunur, hem de bölgede turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir olması sağlanarak Alanya' nın turistler tarafından devamlı tercih edilen bir turizm destinasyonu haline gelmesine katkıda bulunulmuş olunur.

KAYNAKÇA

- Akbulut, B. A. (2014). *Turistik Destinasyon Olarak Ankara' nın Bilişsel ve Duygusal İmaj Bileşenleri Açısından Analizi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Akış, A. (2007). Alanya' da Turizm ve Turizmin Alanya Ekonomisine Etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17: 15-32.
- Akova, O. (2006). Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 3(1): 1-34.
- Akpınar, H. ve Bitiktaş, F. (2016). *Türkiye' deki Kruvaziyer Limanlarının Mevcut Durumu, Potansiyeli ve Gelişimine Yönelik Öneriler*.III. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumunda sunuldu. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.doi: 10.18872/DEU.b.UDTS.2016.0015.
- Aktürk, E. ve Kınır, S. (2018). Sekülerleşme Ve Turistlere Yönelik Tutumlar Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma. *Atlas International Refereed Journal On Social Sciences*, 4(12): 995-1009.
- Alaeddinoğlu, F. (2008). Sivas Kentinde Halkın Turiste ve Turizme Bakışı. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(2): 2-23.
- Alphan, E. (2017). *Turistik Destinasyonlarda Yerel Yiyecek Tüketimine Etki Eden Faktörler Üzerine Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Alrwajfah, M.M. , Almerida-Garcia, F. ve Cortes-Macias, R. (2019). Residents' Perceptions and Satisfaction Toward Tourism Development: A Case Study of Petra Region, Jordan. *Sustainability*, (11): 2-19. doi: 10.3390/sul1071907.
- Altunel, M. C. (2009). *Yerel Halkın Turizmin Gelişmesine Verdiği Desteği Etkileyen Faktörlerin Sosyal Değişim Teorisi Açısından İncelenmesi: Alaçatı Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Ambroz, M. (2008). Attitudes of local residents towards the development of tourism in Slovenia: The case of the Primorska, Dolenjska, Gorenjska and Ljubljana regions. *Anthropological Notebooks*, 14 (1): 63–79.
- Ap, J. (1992). Residents' Perceptions On Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research*, 19: 665-690.

Araboğa, Y. (2018). *Bitlis İlinin Turizm Potansiyeli Ve Yerel Halkın Turizm Olgusuna Bakış Açısı*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep.

Aratımur, V. (2017). *Turistlerin Destinasyon Seçimine Sığınmacıların Etkisi: Türkiye'ye Yönelik Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir).

Ardahaey, F. (2011). Economic Impacts of Tourism Industry. *International Journal of Business and Management*, 6(8): 206-215. doi: 10.5539/ijbm.v6n8p206.

Ateş, H. (2016). Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde Turizm Algısı ve Turizmin Geliştirilmesi Stratejileri. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 11(11): 111-140.

Avcı, N. (2018). Turizmin Yöre Halkının Yaşam Kalitesine Etkileri: Çeşme İlçesi Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(2): 164-174.

Ay, A. (2014). *Yerel Halkın Turizmin Etkileri İle İlgili Algı ve Beklentileri: Edirne İli Üzerine Araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi, İstanbul.

Ayaz, N. , Artuğer, S. ve Türkmen, F. (2009). Tarihi Zela (Zile) İlçesindeki Yerel Halkın Turizme Bakış Açılarını Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2): 103-124.

Bagri, S.C. ve Kala, D. (2016). Residents' Attitudes toward Tourism Development and Impacts in Koti -Kanasar, Indroli, Pattayur Tourism Circuit of Uttarakhand State, India. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14: 23-39. doi: 10.25145/j.pasos.2016.14.002.

Bakan, İ. ve Kefe, İ. (2012). Kurumsal Açından Algı ve Algı Yönetimi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1): 19-34.

Bayazıt, Ş. (2015). *Kruvaziyer Pazarı ve Destinasyonlarının Analizi: Türk Yolcuları ve Kruvaziyer Limanları Hakkında Ampirik Bir Çalışma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.

Biçici, F. (2013). Datça Yerel Halkının Sürdürülebilir Turizm Gelişimine ve Turizm İşletmelerine Yönelik Tutumları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10(1): 19-36.

Boğan, E. ve Dedeoğlu, B. B. (2018). Yerel Halkın Turizmin Etkilerine Yönelik Algılamalarına İlişkin Karşılaştırmalı Bir Çalışma: Alanya ve Sapanca Örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimleri Dergisi*, 10(2): 26-41.

Boyacıoğlu, E. (2019). Yerel Halkın Algı ve Tutumlarının İncelenmesi: Edirne' de Yunan ve Bulgar Ziyaretçilerin Etkilerine Yönelik Bir Araştırma. *Social Sciences Research Journal*, 2 (8): 111-125.

Bozbaşı, A. (2019). Turist Rehberlerinin Demografik ve Mesleki Değişkenler Bakımından İş ve Yaşam Doyumlarının İncelenmesi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Alanya.

Buhalis, D. (2000). Marketing The Competitive Destination of The Future .*Tourism Management*, 21: 97-116.

Butler, R. W. (1980). The Concept Of A Tourist Area Cycle Of Evolution: Implications For Management Of Resources. *Canadian Geographer*, 24: 5-12.

Büyükkuru, M. (2019). *Turizmin Etkilerinin Yerel Halk Ve Diğer Paydaşlar Tarafından Değerlendirilmesine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma: Nevşehir Örneği*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.

Ceylan, S. ve Demirkaya, H. (2006). Dim Mağarasının (Alanya) Kaynak Değerleri, Turizmde Kullanımı ve Sürdürülebilirliği. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 11(15), 199-222.

Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri:SPSS Uygulamalı*. (8. Baskı). Adapazarı: Sakarya Kitabevi.

Çaycı, A. (1997). Alanya Mahmud Seydi Külliyesi. *Selçuk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (19): 73-92.

Çelebi, F. (2017). *Yerel Halkın Kruvaziyer Turizminin Etkilerine Yönelik Algıları: Kuşadası Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.

Çiçek, B. (2016). *Başarılı Bir Destinasyon Oluşturma Sürecinde Kastamonu Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu.

Çiçek, D. ve Sarı, Y. (2018). Yerel Halkın Turizme Olan Desteği: Türkiye'deki Sakin Şehirler Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(2): 185-196. doi: 10.17123/atad.488175.

Çiğdemli, A. Ö. (2016). *Akdeniz Kruvaziyer Turizm Destinasyonlarının Karşılaştırmalı Rekabet Analizi ve Türkiye Destinasyonunun Konumu*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Antalya.

Çinal, H. Ve Kaçmaz, Y. Y. (2016). *Osmanlı Devrinde Alanya Belgelerle Fotoğraflarla*.(1. Baskı). Alanya: Alanya Belediyesi.

Dağdeviren, A. (2015). *Yerel Halkın Turizmin Sosyo-Kültürel Etkilerini Algılamalarının Yaşam Tarzı Boyutuyla İncelenmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.

Demir, V. (2015). *Alanya İlçesinde Turizm ve Konaklama İşletmelerinde Turist Memnuniyetinin Değerlendirilmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi, İstanbul.

Demiral, A. B. (2018). *Turistik Destinasyon Olarak Kars' ın Tercih Edilmesinde Sosyal Medya Paylaşımlarının Motivatör Etkisi: Doğu Ekspresi Yolcuları Üzerine Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kafkas Üniversitesi, Kars.

Demirel, M. (1997). *Alanya' da Turizm*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

Dilek, S. E., Çoban, Ö. ve Harman, S. (2017). Hasankeyf Halkının Turizmin Gelişimine Yönelik Tutumu. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 6(2): 59-72.

Doğan, H. , Üngüren, E. ve Yelgen, E. (2010). Alanya Turist Profiline Yönelik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3): 79-100.

Doğan, H. ve Üngüren, E. (2012). Yerel Halkın Isparta Turizmine Yönelik Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(1): 103-122.

Doğaner, M.S. (2014). Türkiye Kıyı Bölgeleri-I, Coğrafya Lisans Programı. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Yayınları. <https://alonot.com/wp-content/uploads/2019/06/R-T%C3%BCrkiye-K%C4%B1y%C4%B1-B%C3%B6lgeleri-I.pdf>

Duran, E. (2013). Yerel Halkın Sürdürülebilir Turizm Gelişimine Yönelik Tutumları: Bozcaada Örneği. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 2(3): 76-94.

Eines, G. (2015). *Destination Image, Tourist Satisfaction and Destination Loyalty: A Case Study of Hue, Vietnam*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ernst-Moritz-Arndt Üniversitesi, Vietnam.

Ekici, R. (2013). *Destinasyon Yaşam Seyri ve Yerel Halkın Turizm Gelişimine İlişkin Tutumlarının İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Antalya.

Erdmann, K. (2008). Alanya Yakınlarındaki Kargı Han (M. Uysal ve M. Güçlü). *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (18): 247-256. (1931).

Ersun, N. ve Arslan, K. (2011). Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen Temel Unsurlar ve Pazarlama Stratejileri. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(2): 229-248.

Filiz, A. (2017). *Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı Ve Tutumlarının Turizm Gelişim Yaklaşımları Kapsamında Değerlendirilmesi: Mazı Köyütürkbükü Karşılaştırmalı Analizi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

Filiz, A. ve Yılmaz, Ö. D. (2017). Turizm Gelişim Yaklaşımları Kapsamında Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı ve Tutumları: Mazı Köyü-Türkbükü Karşılaştırmalı Analizi. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2): 1800-1824. doi: 10.17218/hititsosbil.329873.

Gerçek, M. (2010). *İşlevini Yitirmiş Kervansarayların, Günümüz Otel Yapılarına Dönüştürülmesindeki Mekansal Sorunlar*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Haliç Üniversitesi, İstanbul.

Giritlioğlu, İ. ve Öksüz, E. N. (2016). Turizmde Destinasyon Marka İmajı ve Destinasyon Aidiyeti: Gaziantep İli Üzerine Bir Alan Araştırması. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 6(15): 270-290.

Gök, H. (2019). *Destinasyon Yönetiminde Toplum Temelli Turizm Algısı: Burdur ve Isparta Yöresinde Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi, Konya.

Güneş, E. (2016). *Destinasyon Seçiminde Etkili Olan Destinasyon Kalite Unsurlarının Analizi: Antalya Örneği*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Antalya.

Güneş, E. ve Alagöz, G. (2018). Yerel Halkın Turizm Algısı: Erzincan' da Bir Araştırma. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (15): 409-442.

Güneş, N. (2014). *Yerel Halkın Turizm Algısı ve Turizme Katılımı: Antalya Konyaaltı ve Kepez İlçesi Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Antalya.

Gürbüz, A. (2001). 16.-17. Yüzyıllarda Alaiye Kalesi. *Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(2), 208-226.

Harrill, R. (2004). Residents' Attitudes toward Tourism Development: A Literature Review with Implications for Tourism Planning. *Journal of Planning Literature*, 18(1): 1-15. doi: 0885412203260306.

Hartl, A. (2002). *Developing Marketing Strategies For Tourism Destinations In Peripheral Areas Of Europe: The Case Of Bornholm*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Bournemouth Üniversitesi, Danimarka.

Işık, C. ve Turan, B. (2018). Yerel Halkın Turizmin Etkilerine Yönelik Algısı: İzmir İli Üzerine Bir Uygulama. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2): 101-133. doi: 10.32572/guntad.443370.

İnan, E., Akıncı, S., Kıymalıoğlu, A. ve Akyürek, M. S. (2011). Kruvaziyer Turizminde Turistlerin Tavsiye Niyetlerinde Destinasyon İmajının Etkisi. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 11(3): 487-497.

Kalaycı, Ş. (2016). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

Karacaoğlu, S. (2017). *Yerel Halkın Toplum Temelli Turizm Gelişimine İlişkin Algı, Tutum ve Desteği: Misi Köyü Örneği*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Mersin Üniversitesi, Mersin.

Karademir, N. , Sandal, E. ve Urhan, F. B. (2018). Kahramanmaraş' ta Turizm Algısı. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 23(39): 45-64.

Karakaş, A. ve Şengün, H. İ.(2017). Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerine Yönelik Tutumları. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(15).

Karakuş, D. (2011). *Taşınmaz Kültür Varlıklarının Müze Olarak Yeniden İşlevlendirilmesi: Alanya Kızılıkule Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Antalya.

Kavacık, M. , Zafer, S. ve İnal, M. E. (2012). Turizmde Destinasyon Markalaması: Alanya Örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (39): 169-192.

Kervankıran, İ. ve Bulut, E. (2015). Antalya ili turizminin gelişimini ve etkilerini yerel halk nasıl değerlendirmektedir?. *Türk Coğrafya Dergisi*, (65): 35-45.

Keskin, E. (2012). *Tanıtım Faaliyetlerinin Destinasyon Seçimine Olan Etkisi: Kapadokya Bölgesini Ziyaret Eden Japon Turistlere Yönelik Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.

Keskin, E. ve Çontu, M. (2011). Mustafapaşa (Sinassos) Kasabasında Yaşayan Halkın Turizme Bakış Açısını Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(2): 37-55.

Kırmızıgül, B. (2015). *Algı Yönetimi İle Destinasyon Merkezlerinin Rekabetçiliği Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İnönü Üniversitesi, Malatya.

Kızıldemir, Ö. ve Sarıışık, M. (2017). Turizm Endüstrisinin Ekonomik Etkilerinin Bölgesel Kalkınmaya Etkileri: Adana'da Yerel Paydaşlar Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 1(2): 38-55.

Kim, K. (2002). *The Effects Of Tourism Impacts Upon Quality Of Life Of Residents In The Community*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, Virginia.

Konyalı, İ. H. (1946). *Alanya-Alaiyye*. İstanbul: Ayaydın Basımevi.

Köleoğlu, N. (2018). Turizmin Etkilerine Karşı Yerel Halkın Algılarının Değerlendirilmesi: Gelibolu Tarihi Alan Bölgesinde Bir Araştırma. *Selçuk İletişim Dergisi*, 11(2): 214-231.

Molina, A. , Gomez, M. ve Martin-Consuegra, D. (2010). Tourism Marketing Information and Destination Image Management. *African Journal of Business Management*, 4(5): 722-728.

Monterrubio, J. C. , Gullette, G. S. ve Mendoza-Ontiveros, M. M., Fernandez, M. J. (2012). Social Impacts of Tourism as Perceived by State-Planned Tourism Destination Residents: The Case of Huatulco, Mexico. *International Journal Tourism Anthropology*, 2(1): 34-52.

Morachat, C. (2003). *A Study Of Destination Attractiveness Through Tourists' Perspectives: A Focus On Chiang Mai, Thailand*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Edith Cowan Üniversitesi, Avusturalya.

Neckermann, W. (2013). *Sustainable Development of a Tourism Destination: Realism or Idealism?*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). NHTV Üniversitesi of Applied Sciences, Breda.

Oğuzbalaban, G. (2017). Türkiye’de Yerel Halkın Turizme Ve Turizmin Etkilerine Yönelik Algı Ve Tutumlarına İlişkin Yazın Taraması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(51): 1321-1329. doi: 10.17719/jisr.2017.1860.

Oran, İ. (2014). *Destinasyon İmajı: İstanbul’ un Destinasyon İmajı ve Destinasyon İletişim Stratejileri Üzerine Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.

Özdemir, M. A. ve Kervankıran, İ. (2011). Turizm ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği. *Marmara Coğrafyas Dergisi*, (24): 1-25.

Özkan, A. H. (2005). *Ekolojik Mimarlık Çerçevesinde Alanya’ daki Turizm Olgusunun İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.

Pallavicini, J. A. (2017). *Factors Influencing Tourism Destination Attractiveness The Case of Malaga*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Radboud Üniversitesi, Nijmegen.

Parlak, U. (2018). *Kırsal Alanlarda Yaşayan Yerel Halkın Kişilik Tipleri Ve Turizm Algısı*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karabük Üniversitesi, Karabük.

Presenza, A. (2005). The performance of a tourism destination. Who manages the destination? Who plays the audit role?. *14th International Leisure and Tourism Symposium Esade*, 1-14.

Sarı, C. (2010). Alanya İlçesi' nin Alternatif Turizm Kaynakları. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(1): 1-28.

Saruhan, Z. (2019). *Alanya' da Turistik Ürün Oluşturmada Yerel Halkın Faaliyetleri ve Turistlerin Yöresel Ürünlere Yönelik Tutumları*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Antalya.

Snepenger, D., O' Connell, R. ve Snepenger, M. (2001). The Embrace-Withdraw Continuum Scale: Operationalizing Residents' Responses toward Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 40: 155-161.

Sönmez, E. (2018). *Kültür Turizminin Korunması ve Geliştirilmesinde Yerel Halkın Algısının Belirlenmesi: Nemrut Dağı Milli Parkı Bölgesi' ndeki Yerel Halk Üzerine Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep.

Surat, H. (2017). Artvin Yusufeli' nde Yerel Halkın Ekoturizme Yönelik Algı ve Tutumları. *Journal Of Forestry*, 13(2): 9-19.

Şahin, E. (2015). *Bir Destinasyon Unsuru Olarak Yerel Gastronominin Marka Şehir Pazarlamasında Etkileri: Gaziantep Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep.

Şahin, İ. ve Güzel, F. Ö. (2018). Destinasyon Deneyimi Bileşenleri: Antalya ve İstanbul Destinasyonları Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(1): 77-89.doi: 10.17123/atad.435713.

Şanlıoğlu, Ö. ve Erdem, A. (2017). Kayseri Örneğinde Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerini Nasıl Algıladığının Tespitine Yönelik Bir Araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (27): 278-298. doi: 10.5505/pausbed.2017.71602.

Şentürk, B. (2019). *Edremit İlçesi Yerel Halkının Turizm Gelişimine Yönelik Algısı*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.

Toprak, L. (2015). Mardin' de Halkın Turizm Algısı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(54): 201-218.

Tunç, A. ve Atılğan, A. (2017). Algı Üzerine Kurulu Yönetimsel Bir Anlayış: Algı' nın Yönetimi. *International Journal of Disciplines Economics&Administrative Sciences Studies*, 3(3): 228-238.

Turan, B. (2018). *Yerel Halkın Turizm Etkilerine Yönelik Algısı İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki: İzmir İli Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi, Erzurum.

Türkyılmaz, K. M. (2014). *Antalya İli Alanya İlçesinin Golf Turizmi Açısından Potansiyelinin İrdelenmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.

Ünal, Ç. ve Yücel, B. (2018). Kırsal Turizmin Geliştirilmesi Ve Yönetilmesinde Yerel Halkın Algı Ve Tutumları. Ödemiş/Birgi Örneği. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 23(39): 113-130.

Ünlüöner, K. ve Özekici, Y. K. (2017). Yeni Gelişen Destinasyonlarda Turizm Algısı: Yozgat İli Üzerine Bir Alan Araştırması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4): 466-488. doi: 10.21325/jotags.2017.161.

Vatan, A. ve Zengin, B. (2015). Söğüt İlçesi'nde Kültürel Miras Ve Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(10): 634-650.

Wang, Y., Pfister, R.E. ve Morais, D. B. (2006). *Residents' Attitudes Toward Tourism Development: A Case Study Of Washington, Nc*. 2006 Kuzeydoğu Rekreasyon Araştırma Bildirileri Sempozyum'. Boston, MASSACHUSETTS.

Yarar, A. E. (2016). *Destinasyonların İtibar Yönetim Süreci ve Online Medyası*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi, Konya.

Yetkin, H. (2002). *Dünden Bugüne Alanya'da Yaşam*. Çali Grafik Matbaacılık, İstanbul.

Yıldırım, M. ve Deniz, F. (2018). Turizmin Yerel Halkın Sosyo-Kültürel Yapısına Etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2): 79-91.

Yıldız, S. ve Doğan, H. (2011). Turistlerin Alanya Kalesine İlişkin Algı ve Değerlendirilmelerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(21), 119-124.

Zaei, M. ve Zaei, M. (2013). The Impacts of Tourism Industry on Host Community. *European Journal of Tourism Hospitality and Research*, 1(2): 12-21.

Zaidan, E. ve Kovacs, J. F. (2017). Resident Attitudes Towards Tourists and Tourism Growth: A Case Study From the Middle East, Dubai in United Arab Emirates. *European Journal of Sustainable Development*, 6(1): 291-307. doi: 10.14207/ejsd.2017.v6n1p291.

Zemla, M. (2016). Tourism Destination: The Networking Approach. *Institute of Geonics, The Czech Academy of Sciences Journal Homepage*, 24(4): 2-14. doi: 10.1515/mgr-2016-0018.

Zengin, B. , Kınır, S. ve Tezcan, N. (2018). Gençlerin Turizm Algısı ve Turizme Verilen Destek: Sakarya Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(18): 147-168.

Zhuang, X. ,Yao, Y. ve Li, J. (2019). Sociocultural Impacts of Tourism on Residents of World Cultural Heritage Sites in China. *Sustainability*, (11): 2-18. doi: 10.3390/su11030840.

İNTERNET KAYNAKLARI

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. Antalya-Alanya Turizm İstatistikleri. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>

Alanya Turistik İşletmeciler Derneği. Alanya Turizm İstatistikleri. <https://www.altid.org.tr/bilgi-hizmet-tipi/turizm-istatistikleri/>

T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü. Alanya Kruvaziyer Gemi İstatistikleri. https://atlantis.udhb.gov.tr/istatistik/istatistik_kruvaziyer.aspx

T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü. Antalya Havalimanı ve Gazipaşa Havalimanı Yolcu İstatistikleri. <https://www.dhmi.gov.tr/sayfalar/istatistik.aspx>

EKLER LİSTESİ

Ek 1. Anket Formu

	Kesinlik Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Turizmin Algılanan Sosyo-kültürel Pozitif- Negatif Etkileri					
Kültürel aktivitelerin gelişimini sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir.	1	2	3	4	5
Yerel halkın eğlence serbest zaman değerlendirme olanaklarını arttırmaktadır.	1	2	3	4	5
Yerel halkın tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir.	1	2	3	4	5
Kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır.	1	2	3	4	5
Yerel halkın turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır.	1	2	3	4	5
Suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlere neden olmaktadır.	1	2	3	4	5
Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkileri					
Geleneksel ürünlerin üretimini sağlamaktadır	1	2	3	4	5
Ekonomik kazanç sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Yerel ekonomiyi desteklemektedir.	1	2	3	4	5
Yerel halk için yeni iş fırsatları yaratmaktadır.	1	2	3	4	5
Bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
Bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını arttırmaktadır.	1	2	3	4	5
Bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır.	1	2	3	4	5
Yerel halk arasında ekonomik kazanç eşitsizliği yaratmaktadır.	1	2	3	4	5
Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif- Negatif Etkileri					
Doğal çevrenin korunmasını ve gelişimini desteklemektedir.	1	2	3	4	5
Gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir.	1	2	3	4	5
Çevre bilincini arttırmaktadır.	1	2	3	4	5
Tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir.	1	2	3	4	5
Çevre kirliliğine (toprak, hava, su) neden olmaktadır.	1	2	3	4	5
Doğayı (bitkiler, hayvanlar, ekosistem) olumsuz etkilemektedir.	1	2	3	4	5
Çarpık kentleşmeye neden olmaktadır.	1	2	3	4	5
Kalabalıklaşma, gürültü kirliliği, trafik sıkışıklığı gibi problemler yaratır.	1	2	3	4	5
Turizm Gelişimine Verilen Destek					
Turizmin daha fazla gelişimi için çaba sarf edilmektedir.	1	2	3	4	5
Turizm yatırımları artarak devam etmektedir.	1	2	3	4	5
Turizm gelişimini destekliyorum.	1	2	3	4	5
Turizm, toplumumuzun bir parçası olmaya devam etmelidir.	1	2	3	4	5

Cinsiyet	[] Erkek [] Kadın	
Medeni Durum	[] Evli [] Bekar	
Yaş	[] 20 yaş ve altı [] 21-30 yaş [] 31-40 yaş	[] 41-50 yaş [] 51 yaş ve üzeri
Eğitim Durumu	[] İlköğretim [] Lise	[] Üniversite [] Master/Doktora
Meslek	[] Turizmle ilgili	[] Turizmle ilgili Değil
Doğum Yeri	[] Alanya	[] Diğer
Yaşam Süresi	[] 1 yıldan az [] 1-5 yıl [] 6-10 yıl	
Turistler ile İletişim Kurma	[] Evet [] Hayır	

