

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Nilgün GÜNEŞ

YEREL HALKIN TURİZM ALGISI ve TURİZME KATILIMI:
ANTALYA KONYAALTI ve KEPEZ İLÇESİ ÖRNEĞİ

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2014

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Nilgün GÜNEŞ

YEREL HALKIN TURİZM ALGISI ve TURİZME KATILIMI:
ANTALYA KONYAALTI ve KEPEZ İLÇESİ ÖRNEĞİ

Danışman

Prof. Dr. A. Akın AKSU

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2014

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Nilgün GÜNEŞ'in bu çalışması, jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Doç. Dr. Beykan ÇİZEL (İmza)

Üye (Danışmanı) : Prof. Dr. A. Akın AKSU (İmza)

Üye : Doç. Dr. Cem Oktay GÜZELLER (İmza)

Tez Başlığı: Yerel Halkın Turizm Algısı ve Turizme Katılımı: Antalya Konyaaltı ve Kepez İlçesi Örneği

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

Tez Savunma Tarihi :24/01/2014

Mezuniyet Tarihi :30/01/2014

Prof. Dr. Zekeriya KARADAVUT
Müdür

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ.....	iii
TABLolar LİSTESİ.....	iv
KISALTMALAR LİSTESİ	vi
ÖZET.....	vii
SUMMARY.....	viii
ÖNSÖZ.....	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM GELİŞİMİ ve TURİZM GELİŞİMİNE YÖNELİK YAKLAŞIMLAR

1.1 Turizm Gelişimi Kavramı	3
1.2 Turizm Gelişimine Yönelik Yaklaşımlar	4
1.2.1 Butler Destinasyon Yaşam Seyri Modeli (TALC)	4
1.2.2 Doxey Irridex Modeli	9
1.2.3 Topluluğa Bağlılık (Community Attachment)’ Teorisi.....	11
1.2.4 Büyüyen Örgüt (Growth Machine) Teorisi.....	12
1.2.5 Sosyal Değişim (Social Exchange) Teorisi.....	12
1.2.6 Turizm Gelişimine Yönelik Farklı Yaklaşımlar	17

İKİNCİ BÖLÜM

YEREL HALKIN TURİZM GELİŞİMİNE YÖNELİK ALGI, TUTUM ve DAVRANIŞLARININ İNCELENMESİ

2.1 Turizmin Etkileri	20
2.1.1 Turizmin Ekonomik Etkileri	22
2.1.2 Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri.....	26
2.1.3 Turizmin Çevresel Etkileri.....	30
2.2 Yerel Halkın Turizm Gelişimi ve Etkilerine Yönelik Algı, Tutum ve Davranışları .	32
2.3 Yerel Halkın Turizm Gelişimine Yönelik Algı ve Desteğini Etkileyen Faktörler	36

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ANTALYA ve TURİZM

3.1	Antalya’da Turizmin Tarihsel Gelişimi	44
3.2	Antalya’da Turizm Endüstrisi	48
3.2.1	Antalya’nın Turistik Tesisleri	48
3.2.2	Antalya’da Bulunan Seyahat Acenteleri	50
3.2.3	Antalya’nın Turist Profili	51
3.3	Antalya’da Turizm Alanları ve Turizm Çeşitleri	55
3.3.1	Kültür Turizmi	55
3.3.2	Deniz-Kum-Güneş Turizmi	60
3.3.3	Yayla Turizmi	62
3.3.4	Kış Turizmi	63
3.3.5	Golf Turizmi	65
3.3.6	Kongre Turizmi	67
3.3.7	İnanç Turizmi	68
3.3.8	Mağara Turizmi	69
3.3.9	Sağlık Turizmi	69

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YEREL HALKIN TURİZM ALGISI ve TURİZME KATILIMI: ANTALYA

KONYAALTI ve KEPEZ İLÇESİ ÖRNEĞİ

4.1	Araştırmanın Amacı, Kapsam ve Sınırlılıkları	72
4.2	Araştırmanın Yöntemi	72
4.2.1	Araştırmanın Evren ve Örneklemi	74
4.2.2	Veri Toplama Aracı	74
4.2.3	Verilerin Analizi	83
4.3	Araştırmanın Bulguları	84

SONUÇ 100

KAYNAKÇA 105

EK 1- Anket Formu 117

ÖZGEÇMİŞ 119

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1 Butler Destinasyon Yaşam Seyri Modeli	5
Şekil 1.2 Doxey Irridex Modeli	10
Şekil 1.3 Sosyal Değişim Teorisi Modeli.....	14
Şekil 2.1 Turizm Gelişim Etkilerinin Algılanması	33
Şekil 2.2 Algılamalar, Tutumlar ve Davranışlar Arasındaki İlişki.....	34

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1 Destinasyon Yaşam Seyri Aşamaları ve Özellikleri	7
Tablo 1.2 Butler Destinasyon Yaşam Seyri Modelinde Kullanılan Ölçümler	9
Tablo 2.1 Turizmin Olumlu ve Olumsuz Etkileri.....	21
Tablo 2.2 Turizmin Ekonomik Etkileri İlgili Yapılan Çalışmalar.....	26
Tablo 2.3 Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri İle İlgili Yapılan Çalışmalar	30
Tablo 2.4 Turizmin Çevresel Etkileri İle İlgili Yapılan Çalışmalar	32
Tablo 3.1 Bakanlıktan Belgeli Tesislerin İlçe Dağılımları (2013)	50
Tablo 3.2 Antalya İl Geneli Seyahat Acenteleri (2008).....	51
Tablo 3.3 En Çok Ziyaretçi Çeken İlk 10 Şehir (2010).....	51
Tablo 3.4 Antalya Ziyaretçi Sayısı ve Milliyet Dağılımı (2010-2013 Ocak-Kasım)	52
Tablo 3.5 Antalya İç Turist Konaklama Verileri (2008-2010).....	53
Tablo 3.6 Antalya İlinde Turistlerin Tercih Ettiği Konaklama Türü.....	53
Tablo 3.7 Antalya'ya Tatile Gelen Turistlerin Yaptıkları Aktiviteler	54
Tablo 3.8 Antalya İlini Ziyaret Etme Nedenleri.....	54
Tablo 3.9 Müze Ziyaretçi Verileri (Ocak-Kasım 2013)	57
Tablo 3.10 Örenyeri Ziyaretçi Verileri (Ocak-Kasım 2013).....	60
Tablo 3.11 Antalya Mavi Bayraklı Plaj Sayısı.....	61
Tablo 3.12 Antalya Kış Turizmi Alanları	64
Tablo 3.13 Antalya'da Sahası Bulunan Golf Tesisleri (2013)	66
Tablo 3.14 Antalya Golf Turnuvaları (Eylül-Aralık 2013).....	66
Tablo 3.15 Uluslararası Hastaların Geldikleri İlk 10 İl (2012)	70
Tablo 3.16 Turist Sağlığı Kapsamında Tercih Edilen İlk 10 İl.....	71
Tablo 4.1 Hipotezler Tablosu	73
Tablo 4.2 Ölçekte Kullanılan İfadeler.....	75
Tablo 4.3 Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları.....	77
Tablo 4.4 Güvenilirlik Analizi Sonuçları.....	79
Tablo 4.5 Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları	82
Tablo 4.6 Araştırma Sonuçlarının Standart Uyum İyiliği Ölçütleri ile Karşılaştırılması	83
Tablo 4.7 Katılımcıların Kişisel Özelliklerine İlişkin Dağılım	85
Tablo 4.8 Katılımcıların Ölçek Maddelerine İlişkin Ortalamaları ve Standart Sapmaları	86
Tablo 4.9 Katılımcıların Cinsiyetine Göre Turizm Etkileri Algısına İlişkin T Testi Sonuçları	87

Tablo 4.10 Katılımcıların Doğum Yerine Göre Turizm Etkileri Algısına İlişkin T Testi Sonuçları.....	88
Tablo 4.11 Katılımcıların Mesleğine Göre Turizm Etkileri Algısına İlişkin T Testi Sonuçları	89
Tablo 4.12 Katılımcıların Turistlerle Etkileşimde Bulunma Durumuna Göre Turizm Etkileri Algısına İlişkin T Testi Sonuçları.....	90
Tablo 4.13 Katılımcıların İkamet Yerine Göre Turizm Etkileri Algısına İlişkin T Testi Sonuçları.....	91
Tablo 4.14 Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Turizm Etkileri Algısına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları.....	93
Tablo 4.15 Katılımcıların Yaşam Sürelerine Göre Turizm Etkileri Algısına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları.....	94
Tablo 4.16 Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Turizm Etkileri Algısına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	96
Tablo 4.17 Turizmin Pozitif Etkileri ve Turizme Verilen Desteğe İlişkin Korelasyon Analizi Sonuçları.....	98
Tablo 4.18 Turizmin Pozitif Etkilerinin Turizme Verilen Desteğe Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları	98

KISALTMALAR LİSTESİ

ANFAŞ	: Antalya Fuarçılık İşletme ve Yatırım A. Ş.
ATAV	: Antalya Tanıtım Vakfı
BAKA	: Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı
BETUYAB	: Belek Turizm Yatırımcıları Ortak Girişimi
BKK	: Bakanlar Kurulu Kararı
CAC	: Cognitive Affective Conative Model
ICCA	: International Congress and Convention Association
OECD	: Organisation for Economic Co-operation and Development
STK	: Sivil Toplum Kuruluşu
TEBİAD	: Turizm Ekonomi Bilimsel Araştırma ve Tanıtma Merkezi
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu

ÖZET

Turizm gelişimi ekonomik kalkınma sağlayan ve destinasyonların gelişmesinde etkin rol oynayan ve aynı zamanda ekonomik gelişim ile birlikte sosyo-kültürel ve çevresel kalkınmayı da beraberinde getiren karmaşık bir olgu niteliğindedir. Turistik faaliyetlerin etkin olduğu destinasyonlarda meydana gelen ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkiler tüm turizm paydaşlarını doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemektedir. Fakat ortaya çıkan pozitif ve negatif etkilerden en çok etkilenen kesim turizm destinasyonunda ikamet eden yerel halktır. Turizm planlamalarının başarılı ve sürdürülebilir olması için yerel halkın turizm gelişimine yönelik algısının belirlenmesi gerekmektedir. Yerel halkın turizm gelişimine yönelik olumlu/olumsuz algısı turizm gelişimine verdiği desteğin belirleyicisidir. Bu doğrultuda yerel halkın turizm gelişimine yönelik algıladığı negatif etkileri azaltarak turizm gelişimine yönelik desteğin artmasını sağlamak mümkün olacaktır.

Bu çalışma, yerel halkın, turizm gelişiminin ortaya çıkarmış olduğu pozitif ve negatif etkilere yönelik algısı ve turizm gelişimine yönelik verdiği desteği incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu amaç doğrultusunda, Antalya merkezde ikamet eden 570 kişiden oluşan bir örnekleme anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 16.0 paket programı ile analiz edilmiş ve yerel halkın turizm gelişim etkilerine yönelik algısı ve turizme yönelik desteği arasında anlamlı farklılık olup olmadığı test edilmiştir.

Anahtar kelimeler: turizm, turizm algısı, yerel halk, Antalya.

SUMMARY

RESIDENT PERCEPTION OF TOURISM AND PARTICIPATION IN TOURISM: A CASE STUDY OF ANTALYA KONYAALTI AND KEPEZ DISTRICT

Providing economic development, tourism development played an active role in the development of destinations and also the socio-cultural and environmental development along with economic development, which brings a complex phenomenon in nature. Destinations that tourist activities occurring in the effective, all tourism stakeholders are directly or indirectly affected by economic, socio- cultural and environmental impacts of tourism. However, tourism destinations residents in the local community are affected by the positive and negative effects of tourism mostly. To be successful tourism planning and sustainable development of tourism is necessary to determine the perception of local people. The local people, positive / negative perception is a determinant of support for tourism development. In this respect, the development of tourism for local communities by reducing the perceived negative effects of tourism development will be able to provide support for the tourism development.

In this study, residents' perceptions of positive and negative effects of tourism development has revealed and their support for tourism development was investigated. As purpose consists of a sampling of 570 people who residing in Antalya were surveyed. The resulting data were analyzed with SPSS 16.0 package program and residents' perceptions of impacts of tourism development and tourism support were tested.

Keywords: tourism, tourism perception, residents, Antalya.

ÖNSÖZ

Turizm gelişiminin yaşandığı destinasyonlarda, turizm gelişiminin hem pozitif hem de negatif etkileri sonucu sosyal, ekonomik ve çevresel alanlarda birçok değişim yaşanmaktadır. Yerel halkın turizm gelişimine yönelik algısı ve desteği algıladığı pozitif ve negatif etkiler doğrultusunda farklılık göstermektedir. Bu tez çalışması, Antalya merkezde ikamet eden yerel halkın turizm gelişimi sonucu ortaya çıkan pozitif ve negatif etkilere yönelik algılarını ve turizm gelişimine yönelik katılımlarını, cinsiyet, yaş, doğum yeri, eğitim seviyesi, yaşam süresi, meslek, turistlerle etkileşim, turizm merkezine yakınlık değişkenleri aracılığı ile incelemek amacıyla hazırlanmıştır.

Bu çalışmanın hazırlanmasında bilgisini ve tecrübesini benimle paylaşan tez danışmanım Sayın Prof. Dr. A. Akın Aksu'ya ve desteğini hiçbir zaman benden esirgemeyen arkadaşlarım Arş. Gör. Remziye Ekici, Arş. Gör. Zeynep Karsavuran'a teşekkürlerimi sunarım. Tez yazım aşamasında desteği ve yönlendirmeleri ile yanımda olan arkadaşım Arş. Gör. Ece Ömüriş'e sonsuz teşekkürler ve bu süreçte her zaman yanımda olan annem İklim Güneş'e ve kardeşim Recep Güneş'e vermiş oldukları destek için ayrıca teşekkür ederim.

Nilgün GÜNEŞ

Antalya, 2014

GİRİŞ

Ekonomik kalkınmanın belirleyicisi olarak toplumların gelişiminde etkin bir rol oynayan turizm endüstrisi, algılanan pozitif etkiler doğrultusunda birçok ülke ve topluluk tarafından desteklenmekte ve bu doğrultuda daha fazla gelişimin sağlanması amacıyla girişimler ve planlamalar yapılmaktadır. Gerçekleştirilen girişim ve planlamaların temel amacı elde edilen pozitif etkilerin artmasını sağlayarak toplumun gelişim sürecini hızlandırmaktır. Ancak pozitif etkilerin yanı sıra turizm gelişimi sonucu ortaya çıkan negatif etkiler de söz konusudur. Kontrolsüz bir şekilde gerçekleşen turizm planlamaları ortaya çıkan negatif etkilerin artmasına neden olmakta ve yerel halkın olumsuz yönde etkilenmesine yol açmaktadır. Algılanan negatif etkiler doğrultusunda yerel halk turizm gelişimine yönelik daha olumsuz bir duruş sergilemektedir. Yerel halkın elde ettiği faydaların ortaya çıkan zararlardan daha az olması turizm gelişimine yönelik algı ve tutumlarının zaman içerisinde daha olumsuz olmasına neden olmaktadır.

Başarılı bir turizm gelişimi sektörde yer alan tüm turizm paydaşlarının bir arada etkin bir şekilde çalışmasıyla gerçekleşmektedir. Sektör temsilcileri, politaka yapımcılar, yerel hizmetler ve yerel halk ortak bir payda da buluşarak turizm gelişimine yönelik girişimlerin başarılı ve sürdürülebilir olmasında etkin rol oynamaktadır. Ancak bu paydaşlar içerisinde sadece bir kesimin bile turizm gelişimine yönelik olumsuz bir algıya sahip olması gerçekleştirilen girişimlerin başarısız olmasına neden olacaktır. Dolayısıyla algılanan negatif etkileri tüm paydaşların görüş ve algıları doğrultusunda en az indirmek turizm gelişiminin sürdürülebilir olmasını sağlayacaktır. Bu doğrultuda turizm gelişimi sonucu ortaya çıkan etkilerin nasıl algılandığını belirlemeye çalışmak, var olan sıkıntıları çözüme ulaştırmak ve turizm planlamalarının etkin bir şekilde uygulamasını sağlamak sürdürülebilir turizm gelişiminin ve başarılı bir kalkınmanın belirleyicisi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışma, Antalya merkezde ikamet eden yerel halkın turizm gelişimi sonucu ortaya çıkan pozitif ve negatif etkilere yönelik algılarını ve turizm gelişimine yönelik katılımlarını, cinsiyet, yaş, doğum yeri, eğitim seviyesi, yaşam süresi, meslek, turistlerle etkileşim, turizm merkezine yakınlık değişkenleri aracılığı ile incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Birinci bölümde turizm gelişimi kavramına, turizm gelişimine yönelik yaklaşımlara, Butler Destinasyon Yaşam Seyri Modeli'ne, Doxey Irridex Modeli'ne, Sosyal Değişim Teorisi'ne, Topluluğa Bağlılık Teorisi'ne, Büyüyen Örgüt Teorisi'ne ve turizm gelişimine yönelik diğer yaklaşımlara değinilmiş ve daha önce gerçekleştirilen çalışma sonuçları incelenerek değerlendirilmiştir.

İkinci bölümde ise, turizm gelişimini sosyo-kültürel etkileri, ekonomik etkileri, çevresel etkilerine değinilmiş ve yerel halkın turizmin gelişimine yönelik desteğine ilişkin tutumunun incelenmesi ve tutumları etkileyen faktörlere yönelik araştırmalara yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde Antalya'daki turizmin tarihsel gelişimi, Antalya'daki mevcut turizm endüstrisi, Antalya'da bulunan turistik tesisler, Antalya'daki seyahat acenteleri, Antalya'nın turist profili ve Antalya'daki turizm alanları ve mevcut turizm türleri konuları incelenmiştir.

Dördüncü ve son bölümde ise araştırmanın amaç, kapsam ve sınırlılıkları, araştırmanın yöntemi, araştırmanın evren ve örnekleme, veri toplama aracı, verilerin analizi ve araştırmanın bulguları yer almaktadır. Analizler sonucu elde edilen bulgular doğrultusunda değerlendirmeler yapılmış ve öneriler geliştirilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM GELİŞİMİ ve TURİZM GELİŞİMİNE YÖNELİK YAKLAŞIMLAR

1.1 Turizm Gelişimi Kavramı

Gelişim, doğası gereği bir değişim sürecidir ve çeşitli şekillerde açıklanabilmektedir. İnsan yaşamının gereklilikleri, yaşam standartları üzerinde etkili olan gelişim, süreç ve hedeften oluşan çift yönlü yapıya sahip (Ingham, 1993; Todaro 1994), evrimsel bir süreçtir (Chon, 1990).

Goulet'e (1992) göre gelişim, toplumların sosyal, kültürel, politik, ekonomik tüm yaşam paradigmasını etkileyen, sürekli ve pozitif bir değişim sürecidir. Gelişim, yaşamın her bir alanındaki iyileştirmeleri ortaya koyacak arayışlar bütünüdür. Dolayısıyla gelişim stratejileri bu doğrultuda yoksulluğu, işsizliği ve eşitsizliği azaltmaya yönelik girişimleri hedef almaktadır (Firebaugh ve Beck, 1994). Gelişim, toplum tarafından öncelikle ekonomik sonuçlar olarak algılanmaktadır. Ekonomik gelişimin algılanmasının ardından yerel halk daha farklı alanlara yönelik bir gelişimi beklemektedir (Theodori, 2000).

Hızlı ve istikrarlı bir gelişim gösteren endüstrilerden biri olan turizm, doğal, çevresel ve kültürel kaynaklara ihtiyaç duyan ve bu kaynakları ekonomik girdi olarak kullanan bir endüstri olarak karşımıza çıkmaktadır (Duran, 2011). Harrill'e (2004) göre turizm tüm dünyada ekonomik gelişim programlarının en önemli bölümlerinden birini oluşturmaktadır ve turizm gelişimi, bu programlarda yerel ekonomileri güçlendirmeye yönelik gerçekleştirilen ekonomik faaliyetler olarak ortaya çıkmaktadır. Yeni istihdam olanakları, gelir, ek gelir vergisi, döviz girdisine kaynak oluşturan turizm gelişimi, aynı zamanda toplumun alt yapısını güçlendirir, diğer ekonomileri etkiler (Ko ve Stewart, 2002). Turizm, farklı sosyal ve kültürel yapıda olan toplumların birbirleriyle ilişkiler kurmasını, farklı gelenek ve kültür düzeyleri arasında etkileşimi sağlayan, sosyal yapı, ahlak anlayışı ve toplumsal davranış kalıpları üzerinde değişikliklere yol açan sosyal bir olaydır (Baykan, 2007).

Latkova (2008) turizm gelişiminin yerel halkın yaşam kalitesini artırmaya yönelik olması gerektiğini vurgulamaktadır. Bunun gerçekleşmesi için de turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerini yerel halkın faydasına çevirmek gerekmektedir.

Inskeep'e (1991) göre, turizm planlamasının toplum düzeyinde gerçekleşmesi turizmin sürdürülebilirliği açısından önem taşımaktadır. Dolayısıyla planlama süreci, toplumun mevcut kültürel, tarihsel ve çevresel birikimlerini, zenginliğini koruyan ve sürdürülebilir kılan; turizm gelişiminin olumsuz etkilerini en düşük seviyelere indirgeyen; toplumsal

değerlere duyarlılık prensiplerine uygun bir şekilde yürütülmelidir. Doğru planlama olmadan yürütülen gelişim stratejilerinin geri dönüşü, toplum açısından sağlıklı bir gelişim ve toplumsal hedeflerden sapmalar şeklinde olmaktadır (Inskeep, 1991; McIntyre, 1993).

Turizm gelişimi toplulukların sosyal yapılarında değişiklikler ortaya çıkarmaktadır. Doğru planlanmayan, yerel değerlere önem vermeyen ve çevre ile uyum sağlamayan bir çerçevede gerçekleşen turizm gelişimi, yerel halkın sosyal, kültürel ve ekonomik bağlamda zarar görmesine neden olmaktadır. Yerel halkın algı ve tutumunun dikkate alınması turizm gelişiminin sürdürülebilir olmasını, bireylerle ve yerel değerlerle uyumluluğun sağlanmasını mümkün kılmaktadır (Sheldon ve Abenoja, 2001).

Turizm gelişiminin sürdürülebilir olmasını sağlamak turistik destinasyonların gelişimi sürecinde toplumdaki her bireyin katılımı ile gerçekleşmektedir (Dyer vd., 2007). Turizm gelişimine yönelik inanışların oluşumu sürecinde yerel halkın davranışları önem taşımaktadır (Ambroz, 2008). Lepp'e göre (2007) turizm hakkında bilgi sahibi olmayan toplumlarda gerçekleşen turizm hareketleri merak, korku ve şüphe ile karşılanmaktadır. Ancak turizm gelişimi konusunda güven sahibi olan toplum bireylerinin turizm işletmeleri ile aralarında ortaya çıkabilecek olumsuzluklar en düşük seviyededir (Chane, 2011).

Turizm gelişimi sadece amaç olarak görülmemelidir. Turizm aynı zamanda toplumun gelişimi için bir araç ya da düzeni teşkil etmektedir (Ko ve Stewart, 2002). Yerel halkın turizm gelişimine verdiği desteğin anlaşılması, yerel hükümetler, politika üretkenler ve işverenler açısından önem taşımaktadır. Yerel halkın aktif desteğinin alınması gelişimin başarılı ve sürdürülebilir olmasını sağlamaktadır. Tam tersi bir durumun ortaya çıkması gelişimi engelleyebilir ya da tamamen durdurabilir. Yerel halkın yeni yatırımlara ihtiyaç duyması, ortaya çıkacak faydalar konusunda daha olumlu düşüncelerini ve olumsuz etkileri göz ardı etmelerini sağlamaktadır (Gürsoy ve Rutherford, 2004). Değişimi problem olarak algılayan toplumların, turizm gelişimine yönelik olumsuz bir tavır göstermesi mümkündür (Andriotis, 2005). Turizme yönelik desteğin ve bakış açısının daha olumlu olması toplum bireylerinin turizm konusunda daha iyi kararlar alması aracılığı ile ortaya çıkacaktır (Huh ve Vogt, 2008).

1.2 Turizm Gelişimine Yönelik Yaklaşımlar

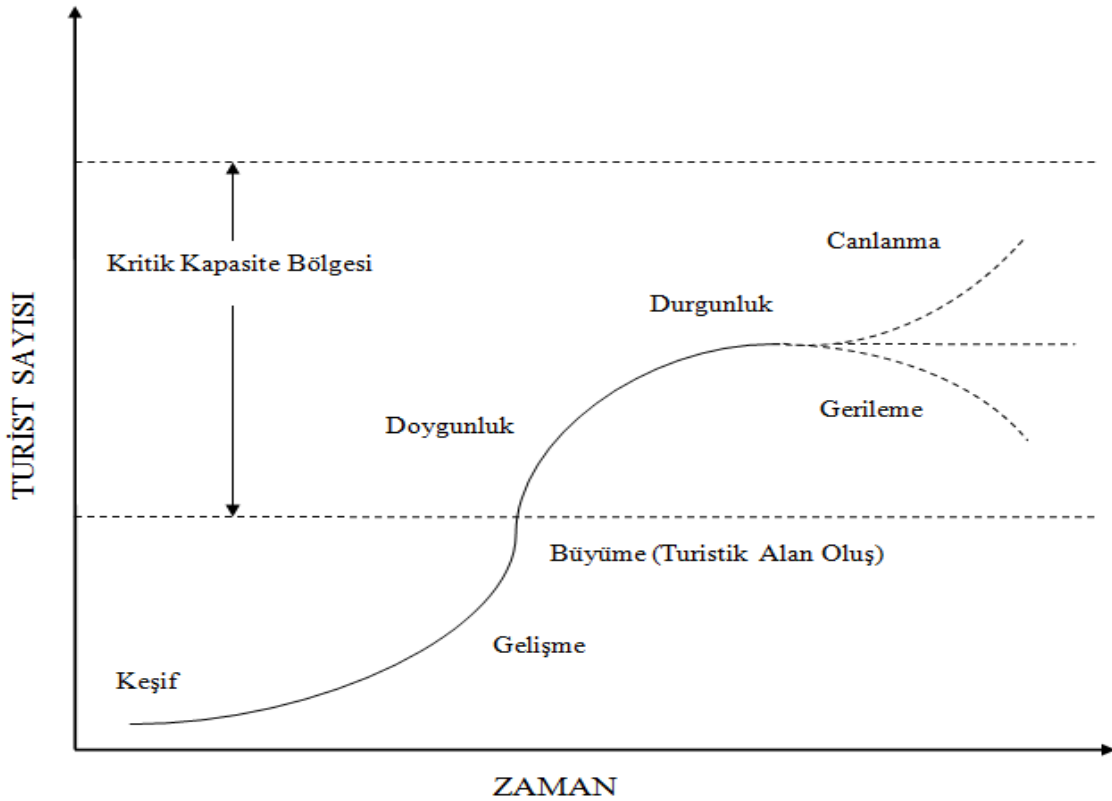
1.2.1 Butler Destinasyon Yaşam Seyri Modeli (TALC)

Butler 1980 yılında, destinasyonda gerçekleşen başlangıç döneminden büyük gelişime, doygunluk zamanlarına, durgunluk ve gerileme dönemine kadar uzanan döngüyü açıklamak ve destinasyonun taşıma kapasitesine bağlı kalarak destinasyon pazarlaması ve planlamasından faydalanmak, aynı zamanda düşüş döneminde gerekli önlemleri almak

amacıyla ziyaretçi sayısı ve alt yapıyı dikkate alarak Destinasyon Yaşam Seyri Modelini (TALC) geliştirmiştir.

Butler'ın destinasyon yaşam seyri ile ilgilenmesi 1950 yıllarında İngiltere'de bulunan turistik beldelerde yaşadığı kişisel deneyimler sonrası başlamıştır. İlk deneyimi 1966 yılında Avrupa kıtasında yer alan Opatija'da ve ardından Mallorca'da gerçekleştirmiştir. Gerçekleştirmiş olduğu bu seyahatler sayesinde Avrupa ve İngiltere turizminde gerçekleşen köklü değişikliklere şahsen tanıklık etmiştir. 1960'lar ve öncesi dönemde kısıtlı olan turizm literatüründe var olan çalışmalar içerisinde Gilbert (1939), Ogilvie (1993) ve Barrat (1958) tatil yeri morfolojisi, turizm pazarı, tatil yerleri gelişimi ile ilgili analizler gerçekleştirmişlerdir. Turizm literatüründe yer alan bu çalışmalar destinasyon yaşam seyri çalışmalarına kaynak oluşturmuş, Butler'ın destinasyon yaşam seyri modelini (TALC) geliştirmesinde etkili olmuştur.

Destinasyon yaşam seyri modeline göre (TALC), destinasyon Keşif, Gelişme, Büyüme, Doygunluk, Durgunluk, Gerileme/Yeniden Canlanma olmak üzere altı yaşam döneminden geçmektedir.



Şekil 1.1 Butler Destinasyon Yaşam Seyri Modeli

Kaynak: Butler R.W. (1980), "The Concept of Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources", Canadian Geographer, 24(1), 9.

Modelin amacı, destinasyonların dinamik olan doğalarına dikkat çekmek, gelişim süreçlerini öngörmek ve uygun müdahaleler (planlama, yönetme ve geliştirme) ile destinasyonların düşüş döneminden kaçınabileceğini göstermektir. Düşüş döneminde destinasyon taşıma kapasitesi belirleyici unsurdur (Butler, 2011). Destinasyonun taşıma kapasitesi, beklenmeyen bir kötüleşme düzeyi gerçekleşmeden önce belirli bir zaman diliminde desteklenebilecek ziyaretçi miktarıdır. Destinasyonun yaşam süresi ve taşıma kapasitesi kavramları dinamik olarak birbirleriyle ilişkilidir. Taşıma kapasitesi destinasyonun yaşam seyrini şekillendirmede etkilidir. Sınırlı gelişime sahip (adalar gibi) ve kitle turizmine yönelik yeterli miktarda fiziksel kapasiteye sahip olmayan destinasyonlarda taşıma kapasitesi göz ardı edilirse, kontrolsüz gelişen hedef bölgenin ve yerel halkın olumsuz etkilenmesi kaçınılmazdır (Uysal ve Baloğlu, 1994). Dolayısıyla kapasite, bölgeye ne kadar turistin geleceğinden ziyade yerel halk tarafından ne kadar turistin kabul edileceği olarak tanımlanabilir. Modelin en önemli amacı destinasyonun taşıma kapasitesini aşan gelişimi engelleyerek yönetime müdahale etmektedir (Butler, 2009).

Tablo 1.1 Destinasyon Yaşam Seyri Aşamaları ve Özellikleri**Keşif**

- Az sayıda maceraperest turist; kişisel planlanmış güzergahlar; düzensiz ziyaret davranışları
- Doğa/kültüre yönelik ilgi; yerel halk ile yakın etkileşim; yerel imkanların kullanımı
- Sosyal, kültürel ve fiziksel çevre üzerinde en düşük seviyede etki

Gelişme

- Turist sayısında artış; turistik tesislerin oluşumunun başlaması; bazı reklam çalışmaları; turist pazarının ve sezonunun oluşması; etkileşimli konaklamaların yükselmesi
- Yerel halkın sosyal hayatında değişimlerin yaşanması; alt yapı çalışmaları için kamu sektörüne yönelik baskı

Büyüme (Turistik Alan Oluş)

- Yerel halk nüfusuna eşit ya da aşan düzeyde turist artışı; yoğun reklamcılık
- Yerel kontrolün kaybolması; bölgesel/ulusal planlama ve alt yapı imkanlarının sağlanması
- Sanatsal çekiciliklerin tanıtımı; göçmen işçi istihdamı

Doygunluk

- Büyüme oranında düşüş; turizm önemli bir ekonomik sektör durumunda
- Turist sezonunu ve pazarını genişletmek için yoğun reklamcılık çalışmaları; turizme yönelik karışıklığın başlaması
- Açık rekreatif merkezlerin oluşturulması; eski tesislerin kötüleşmesi

Durgunluk

- Turist kapasitesine ulaşılmış/aşılmış; tekrar eden ziyaretlere ve sözleşmelere güven
- Otel kapasitelerinde fazlalık ve el değiştirmeler; turist sayınsa odaklanma; destinasyonda yeni çevresel gelişimler
- Yerleşmiş fakat moda dışı imaj; sosyal, çevresel ve ekonomik problemler

Gerileme/Yeniden Canlanma

- Turist pazarının kaybolması; ziyaretçi sayısında azalma
- Haftasonu tatilcileri ya da günlük ziyaretçilere yönelik beklenti; yerel ilginin azalması (Gerileme)
- Kamu ve özel sektörün birleşme çabaları; yeni turist pazarı arayışı (Canlanma)
- Tesislerin ve imajın değişimini tamamlaması; yüksek emlak cirosu; birçok tesisin dönüşümü

Kaynak: Tooman, L. A. (1997), "Application of The Lifecycle Model in Tourism", *Annals of Tourism Research*, 24(1), 214–234.

Gelişim arttıkça destinasyon daha geniş bir pazara ulaşmakta, sağladığı hizmetler ve ürünler gelişmektedir. Böylece destinasyon farklı ve çok sayıda turisti kendisine çekmektedir. Ancak bu süreç bölgeyi doygunluk noktasına getirmekte ve destinasyonun sahip olduğu çekici özellikler ortadan kaybolmaktadır. Bu aşamaları yaşayan destinasyonlar Butler'ın destinasyon yaşam seyri modeline göre durgunluk aşamasında destinasyonun performansını pazar bölümlerinde tehdit eden birçok zorlukla karşılaşmaktadır. Sosyal ve çevresel etkiler açısından kabul edilebilir olan değişiklik sınırlarının aşılması, destinasyonun önemini kaybetmesi, eskimiş alt yapı sistemleri algısının oluşması, demode imkanlar sonucu pazar beklentilerinin karşılanamaması, destinasyon tarafından sunulan ürün ve hizmetlerin müşteri ihtiyaçlarının değişimine ayak uyduramaması, pazar ihtiyaçlarına uyum sağlayan daha yeni ve daha rekabetçi destinasyonların var olması ile destinasyon pazar paylaşımının yok olmaya başlaması bu zorluklar içerisinde gösterilmektedir (Faulkner, 2002).

Destinasyonların kaçınmaya çalıştığı gerileme dönemi, bölgenin fiziksel ve sosyal şartlarındaki baskılar yoluyla ortaya çıkabilir. Ayrıca destinasyonda gerileme ya da duraklama döneminin yaşanması, iş dalgalanmaları (arz şokları dâhil), geçici moda, alternatif mekânların fiyatları, ya da rassal olumsuz olaylar (fırtınalı hava gibi), destinasyonun yerleşim yeri veya destinasyonun kontrolünde olmayan dışsal faktörlere de bağlı olarak da gelişebilir (Hovinen, 1981).

Gonçalves ve Aguas'a (1997) göre durgunluk aşaması sonrası destinasyon üç farklı dönem yaşayabilmektedir. Sunulan hizmet ve ürünlerin aynı seviyede kalmasını sağlayarak turistlerin mevcut sayılarını koruma eğiliminde olan sabitleme dönemi, farklı ve yaratıcı turistik ürünler sunarak destinasyonun yeniden canlanma dönemi, gelen turist sayısında kayıplar yaşaması sonucu destinasyonun düşüş dönemi.

Turist sayısında azalma ile beraber düşüş aşamasına giren destinasyon, öte yandan yeniden canlanma dönemine geçebilmektedir. Rekabetten sıyrılarak işbirliğine girme, değişen pazar trendlerine uyum sağlama, uygun planlama, ürün çeşitlendirmesi, bilgi ve iletişim teknolojilerinden faydalanma, etkilenen paydaşlardan geribildirim sağlayarak kapsamlı bir strateji geliştirme gibi unsurlar destinasyonun yeniden canlanma dönemine geçmesini sağlamaktadır (Brooker ve Burgess, 2008).

Destinasyon yaşam seyri modelinde belirli bir zaman ölçeği söz konusu değildir. Destinasyonların bu döngüyü yaşaması bir yüzyıl içinde gerçekleşebileceği gibi bazı destinasyonlarda daha kısa sürede yaşanabilmektedir. Destinasyonlar en fazla iki on yıllık süre içerisinde bu döngüyü yaşamaktadır ancak her destinasyonun tüm bu aşamaları sırasıyla yaşaması söz konusu değildir (Butler, 2011).

Destinasyon yaşam seyri modeli, turistik bölgelerde yerel halkın turizm gelişimi için verdiği desteğin azalması sonucu negatif etkilerin ortaya çıkmasının doğal bir süreç olduğunu vurgulamaktadır (Butler, 2011). Yerel halk ilk aşamada bölgeye gelen turist sayısının artışı hoşgörü ile karşılamaktadır. Ancak uzun dönemde yerel halk turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan sağlayacağı fayda konusuna şüphe ile yaklaşmakta ve dolayısıyla turistlere yönelik davranışları olumsuz yönde gelişmektedir. Turizm gelişiminde ekonomik fayda elde eden yerel halk giderek öne çıkan sosyal ve çevresel maliyetleri gördükçe turistin önemi konusunda şüpheye düşmektedir. Bu sebeple bölgede var olan turizm hareketliliği gerilemeye başlamaktadır (Akış, 1996).

Tablo 1.2 Butler Destinasyon Yaşam Seyri Modelinde Kullanılan Ölçümler

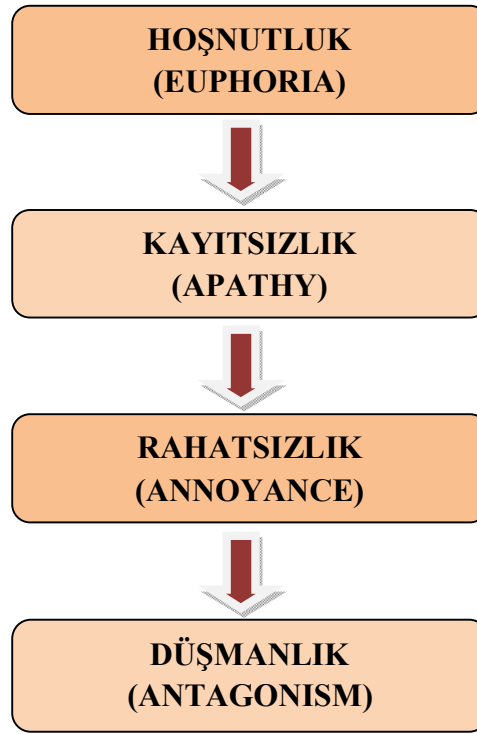
<u>Yazar/Çalışma Yılı</u>	<u>Gerçekleştirilen Ölçümler</u>
Weaver (1990)	-Destinasyon yaşam döngüsünü ortaya koyan faktörlerden 10 yıllık veriler
Akış vd. (1996)	-Destinasyon yaşam döngüsünü ortaya koyan faktörlerden 10 yıllık veriler
Hernandez vd. (1996)	-Destinasyon yaşam döngüsünü ortaya koyan faktörlerden 10 yıllık veriler
Faulkner ve Tideswell (1997)	-Turizm gelişim düzeyi -Turist / Yerel halk oranı -Turist çeşidi -Mevsimsellik
Tooman (1997)	-Destinasyon yaşam döngüsünü ortaya koyan faktörlerden 10 yıllık veriler
Lundtrop ve Wanhill (2001)	Yıllık turist girişleri
Weaver ve Lawton (2001)	-Destinasyon yaşam döngüsünü ortaya koyan faktörlerden 10 yıllık veriler
Hovinen (2002)	-Yıllık gelen turist sayısı -Turizm sektörünün yarattığı brüt satış miktarı -Turizm altyapısındaki değişiklikler
Karplus ve Krakover (2004)	-Uzun süreli olarak aylık geceleme bilgisi -Altyapı yatırımı -Güvenlik Göstergeleri
Russell ve Faulkner (2004)	-Farklı girişimcilik aktiviteleri

Kaynak: Latkova, P. (2008), “ An Examination of Factors Predicting Residents’ Support for Tourism Development”, PhD Thesis, Michigan State University, USA, 56.

1.2.2 Doxey Irridex Modeli

Doxey (1975) destinasyondaki toplumun sosyal etkilerden kaynaklanan davranışlarına açıklık getirmek amacıyla Irridex Modeli’ni geliştirmiştir. Turizm gelişim seviyesi ve yerel

halkın turizm gelişimine yönelik tutumunun değişimi arasında ilişki söz konusudur (Ryan vd., 1998). Doxey Irridex Modeli'ne göre yerel halkın turizm gelişimine yönelik tutumları, “hoşnutluk” (euphoria), “kayıtsızlık” (apathy), “rahatsızlık (annoyance)” ve “düşmanlık” (antagonism)” olmak üzere dört farklı aşamadan geçmektedir (Mason ve Cheyne, 2000).



Şekil 1.2 Doxey Irridex Modeli

Kaynak: Williams, S. (1998), *Tourism Geographies*, New York, Routledge, 88.

Doxey önerdiği modelde, artan turist sayısı ile belirlemiş olduğu dört zamanı birbiriyle ilişkilendirmektedir. Doxey'e (1975) göre, turist sayısı arttıkça yerel halk turistlere karşı daha düşmanca bir tavır sergilemektedir. Topluluğa fayda sağlayan ve yavaş yavaş gelir getirmeye başlayan turizm gelişiminin ilk dönemlerinde yerel halk, turist ziyaretlerini hoş karşılamaktadır ve küçük turizm planlamalarının ortaya konduğu bu süreç “hoşnutluk” (euphoria) dönemi olarak adlandırılmaktadır. Turizm gelişimine paralel olarak artan turist ziyaretleri yerel halk tarafından fark edilmeye başlanır ve turizmin ticari avantajları görülür. Aynı süreçte diğer toplumlarda algılanan ve karşılaşılan değişiklikler konusunda eleştirilerde bulunulur. İlk dönemde söz konusu olan heyecanın olmadığı bu dönem “ilgisizlik” (apathy) dönemidir. Turizm gelişimi devam ettikçe yerel halk artan turist sayısından ve turizm gelişiminden kaygı duymaya başlamaktadır. Endişe duyulan, toplumun turiste doyduğu bu döneme “annoyance” (rahatsızlık) dönemi denir. Gelişimin son döneminde ise bölge kitlesel

turizm hareketlerinin gerçekleştiği bir destinasyon haline gelmektedir. Turistlere hoş bakılmayan, yerel halkın turistlere düşmanca tavırlarla yaklaşım gösterdiği bu son dönem “düşmanlık” (antagonism) dönemidir. Doxey irridex modeli, Long vd., (1990) tarafından gerçekleştirilen, yerel halkın tutumlarının turizm gelişiminin ilk aşamalarında olumlu iken destinasyon kapasitesinin aşılması durumunda turizm gelişimine yönelik olumsuz davranışların sergilendiğini gösteren araştırma sonuçları da desteklenmektedir.

1.2.3 Topluluğa Bağlılık (Community Attachment) Teorisi

Topluluğa bağlılık teorisi genellikle yerel halk ile topluluğa olan bağ arasındaki ilişkiyi çift yönlü bir bakış açısıyla değerlendirmektedir. Birçok farklı disiplinde bağlılık araştırmaları tartışılan bir olgu olarak yer almaktadır. Coğrafya bilimciler bağlılığın açıklanması için “mekanın hissedilmesi” (anlanması) gerektiğini belirtmektedirler. Sosyologlar ise bağlılığı çevresel değerler ve anlamlar gibi kavramlarla açıklamaya çalışmışlardır. Psikolojide, Hidalgo ve Hernandez (2001), yapmış oldukları çalışmada bağlılığın sosyal ve fiziksel boyutlarının bir mekanda nasıl değişik anlamlarla farklılık gösterdiğini ortaya koyarken, Cheng ve arkadaşları (2003), bağlılığı ortak sembollerin, ortak kavram veya ortak bir dilin bir araya getirdiği gruplarla açıklamaya çalışmışlardır.

Topluluğa bağlılık teorisi sosyal katılımı ve yerel halkın yaşamına dâhil olma sürecini duygusallık yönüyle incelemektedir. Sosyal katılım, duygusallık ve arkadaşlık gibi sosyal ilişki seviyesi olarak adlandırılmaktadır. Bağlılık; yaşam süresi, aile bağları ve sosyal gelişim ile artmaktadır. Topluluğa bağlılığı yüksek olan yerel halkın, topluluğa bağlılığı daha az olanlara göre turizm gelişimini daha olumlu algılamaktadırlar (McCool ve Martin, 1994). Aynı şekilde Williams (1995) gerçekleştirdiği çalışmasında, daha yüksek bağlılığa sahip olan yerel halkın turizm gelişimine yönelik desteğinin daha yüksek olduğunu belirtmiştir.

Genellikle olumlu bir algılama ile açıklanmaya çalışılan topluluğa bağlılığın olumsuz yönlerinin ortaya konduğu çalışmalar da bulunmaktadır. Turizm topluluğun yaşam kalitesini azaltan bir sektördür ve topluluğa ne kadar çok insan eklenirse turizm gelişimine yönelik algı o kadar olumsuz olacaktır (Harrill, 2004). Beckley (2003) göre istenmeyen bir bölgeden ayrılmayı engelleyen ya da bağlı bulunulan sosyal ilişkilerden bağımsız bir gelişim isteğinin engellenmesi bağlılık sürecinin olumsuz etkileridir. Um ve Crompton (1987) çalışmalarında doğum yeri, yaşam süresi yönünden topluluğa olan bağlılığı yüksek olan bireylerin, topluluğa bağlılığı az olanlara göre turizm gelişimine yönelik tutumlarının daha olumsuz olduğu sonucuna varmışlardır.

Kasarda ve Janowitz (1973), bölgede kalış süresi, sosyal yapıdaki durum ve yaşam döngüsündeki dönemler arasında sistematik bir etkileşim olduğu varsayımından yola çıkarak

bir topluluğa bağlılık modeli geliştirmişlerdir. Bu modele göre bölgede uzun süre kalış ile sosyal bağların güçlendirilmesi arasında yüksek bir korelasyon olduğu vurgulanmaktadır (arkadaş, akraba ve toplumun diğer kesimleri ile etkileşim). Bölgede kalış süresinin aynı zamanda mekana bağlılığı etkileyen bir faktör olduğu belirtilmektedir. Ancak bazı çalışmalarda ise bunun tam tersi olduğunu ortaya koyan sonuçlar da elde edilmiştir (Cuba ve Hummon, 1993; Stedman, 2002). Bölgeye yeni gelenler bölgede daha uzun kalanlara göre topluluğa daha fazla bağlılık göstermektedir. Buna göre yeni gelenler için sosyal ilişkiler ve yerel ilişkiler yerine yaşanan mekanın fiziksel özellikleri ya da güzelliği ön plana çıkmaktadır (McCool ve Martin, 1994).

1.2.4 Büyüyen Örgüt (Growth Machine) Teorisi

Büyüyen örgüt teorisi, toplum bireyleri arasında gelişim sürecine yönelik gösterilen davranışlardaki farklılıkları belirlemeye çalışmaktadır. Turizm ekonomik gelişim gücü olarak kullanıldığı sürece sektörde büyüyen toplumların oluşumu kaçınılmazdır. Teori bireysel yerleşimlerden çok güçlü çıkar grupları tarafından kontrol edilen turizm gelişimine açıklık getirmektedir (Harrill, 2004). Gelişim/değişim süreci ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel olmak üzere üç ögeden oluşmaktadır. Büyüyen örgüt teorisi ekonomik bakış açısı ile değerlendirildiğinde sosyal değişim teorisi ile bağdaştırılabilir. Dolayısıyla turizmden ekonomik fayda sağlayan yerel halk turizm gelişimine ve turistlere yönelik pozitif bir yaklaşım sergileyecektir. Bununla birlikte ekonomik faktörlerden çok çevresel faktörlere önem veren araştırmacılar da vardır. İstihdam yaratma ve fayda sağlama turizmin öncelikleri olarak kabul görse de yerel halk yerel kültürlerin daha çok öğrenilmesi, geleneksel kültürün korunması amacıyla bu süreçte turizmi kullanmaktadır (Besculides, Lee ve McCormick, 2002).

1.2.5 Sosyal Değişim (Social Exchange) Teorisi

Sosyal değişim teorisi, yerel halkın turizm gelişimine yönelik davranışlarını ve turizmin yerel halk üzerindeki etkilerini açıklamaya yönelik en uygun ve kabul edilebilir modellerden biridir (Perdue, 1990). Antropoloji, davranışsal psikoloji, sosyoloji, sosyal psikoloji ve iktisadi bakış açılarını içeren disiplinler arası bir teori olarak karşımıza çıkmaktadır. “Yarar” ilkesinin ön plana çıktığı sosyal değişim teorisinde, değişik disiplinler bu ilkeye farklı isimler vermişlerdir. Psikolojide “pekiştirme”, sosyolojide “değer”, ekonomide “fayda”, sosyal psikolojide “karar teorisi, ödül, bedel çıktıkları” olarak yer almaktadır (Al-Masroori, 2006).

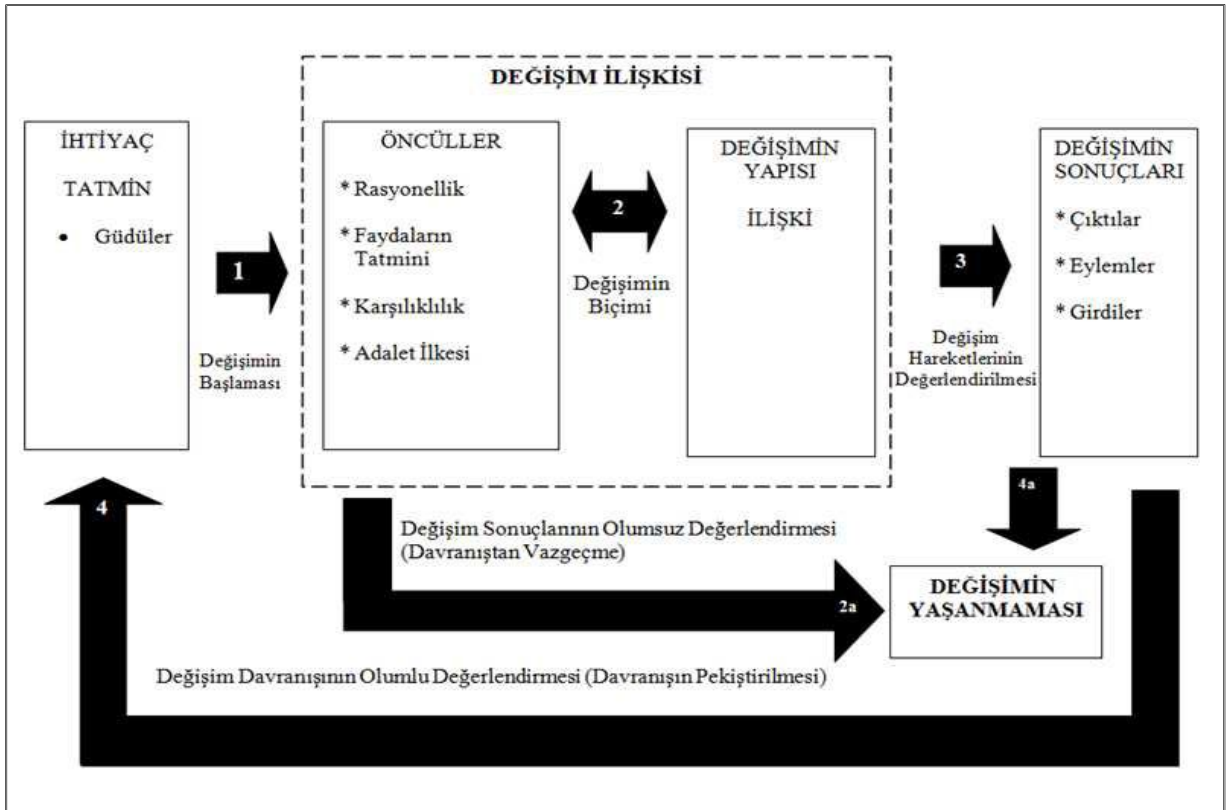
Turizm araştırmacıları, sosyal ve çevresel değişikliklerin turizm gelişimi kaynaklı olduğunu, sosyal değişim teorisi ile açıklamaya çalışmaktadırlar. Bu bağlamda teoriyi organizasyonel bir çerçeve kullanarak, araştırma bulgularına sosyal psikoloji, sosyoloji ve ekonomi arasında açıklık getirmektedirler. Teori kapsamında fayda ve maliyetler dikkatli bir şekilde ele alınmalıdır. Faydaların, maliyetlerden daha fazla olduğu durumlarda bireyler turizm gelişimi konusunda olumlu tutum sergilemektedirler. Maliyetlerin, faydalardan fazla olduğu durumlarda ise olumsuz bir tutumun sergilenmesi doğal kabul edilmektedir. Turizm gelişiminin tüm etkilerinin (ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel) farklı bileşenleri arasındaki ilişkiler, sosyal değişim teorisinin temelini oluşturmaktadır (Garcia, Verdugo ve Ruiz, 2008).

Sosyoloji ve sosyal psikolojiden yararlanarak sosyal değişimi açıklamaya alışan Searle (2000) göre, sosyal değişim teorisinin ilkeleri:

1. Bireyler ödöl beklentisi ile ilişkiye girmektedirler.
2. Ödöl söz konusu ise ve ödöl büyüme eğiliminde ise ilişki devam etmektedir.
3. Taraflardan biri karşılıktta bulunduğunda, verilen ödöl karşı tarafa adil geldiğinde bireyler ilişkiyi sürdürmektedirler.
4. Var olan ilişkinin bedeli ödölü aşmamalıdır.
5. Alınması beklenen ödülleri elde etme ihtimali yüksek olmalıdır.

Taylor vd., (2007) göre sosyal değişim teorisinde etkileşim biçimleri bireye sağladığı ödülleri ve bedeller bazında ele alınmaktadır. İlişkiden elde edilenler “ödöl”, ilişkiye verilenler ise “bedel” olarak karşımıza çıkılmaktadır. Genel olarak bireyler buldukları etkileşimlerde ödülleri yükseltmek, bedelleri ise azaltmayı isterler. Ancak almak için vermek zorunluluğu olduğundan ödülleri bedelleri gerekli kılmaktadır.

Sutton’a (1967) göre değişim, ev sahibi ve turistler arasındaki karşılaşmayı ifade eden sosyal bir değerdir. Karşılaşma oransız ve dengesiz olabilir. Ödöl için fırsat ve memnun edici değişimler sağlayabilecek olan bu karşılaşmanın aynı zamanda ev sahibi halkın şüphelenmesi, gücenmesi gibi olumsuz duygular da ortaya çıkarması söz konusudur.



Şekil 1.3 Sosyal Değişim Teorisi Modeli

Kaynak: Ap, J. (1992), "Residents' Perceptions on Tourism Impacts", *Annals of Tourism Research*, 19(4), 67.

Ap 1992 yılında sosyal değişim teorisini kullanarak bölge sakinlerinin turizm algısını belirlemek amacıyla bir model geliştirmiştir. Levi-Strauss (1969), Homans (1961), Blau (1964) ve Emerson'un (1972) yapmış olduğu çalışmalardan yararlanarak geliştirdiği modelin ana bileşenlerini; ihtiyaçların tatmini, değişim ilişkisi, değişim sonuçları ve değişimin gerçekleşmediği durumlar olarak belirlemiştir (Şekil 1.3.). Ana bileşenleri birleştiren süreçler ise; değişimin başlaması (1), değişimin biçimi (2), değişim hareketlerinin belirlenmesi (3), değişim sonuçlarının olumlu değerlendirilmesi (4), değişim davranışında azalmaya yol açacak değişim sonuçlarının olumsuz değerlendirilmesi (2a), değişimin yaşanmamasıyla sonuçlanan değişim davranışının iptali (4a) olarak ortaya çıkmaktadır.

Ap (1992) bu modelde aktörler arasındaki kaynakların değişimi aracılığıyla bir sosyal ilişki yaşandığını, aktörlerin bu sosyal ilişki ile karşılıklı fayda sağladıklarını, bölgede yaşayan yerel halkı değişime yönelten temel motivasyonun toplumu sosyal ve ekonomik olarak ilerletmek olduğunu aynı zamanda bölge sakinlerinin algı ve tutumlarının turizm gelişimine yönelik gösterdikleri davranışların belirleyicisi olarak göstermektedir.

İlk aşama değişim sürecinin başlangıç noktasını temsil etmektedir. Bu aşamada, halk turizm gelişimi sürecine dâhil olmayı bir ihtiyaç olarak görmektedir. Yerel halk ihtiyaç varlığından haberdar olduktan sonra, değişim başlamaktadır. İlk süreçte belirtilen değişim etkileşiminin farkına varmaktadırlar. Başlangıç aşamasından sonra, ikinci aşama olan “değişim ilişkisi” aşaması başlamaktadır. Bu ilişkiye giriş dört fırsatın ya da öncül koşulların değerlendirilmesine bağlıdır. 1. Rasyonellik (ödül kazanma fırsatı), 2. Faydalardan tatmin olma (değişimden kaynaklanan memnuniyet seviyesi kazanma fırsatı), 3. Karşılıklılık (Eşit oranda ödül kazanma fırsatı) ve 4. Adalet prensibi (adil ve eşit ödül kazanma fırsatı). Değişim ilişkisi başlamadan önce koşulların sağlanması gerekmektedir, sağlanmadığı durumda toplum modelde 2a akışında belirtilen kaynakların değişimi gerçekleşmemektedir. Değişimin oluşumu sosyal değişim sürecinin üçüncü aşamasıdır. Bu aşama, turizm gelişim etkilerinin toplum tarafından neden olumlu ya da olumsuz yönde algılandığını açıklama için bir temel oluşturmaktadır. Bu değişim hareketlerinin değerlendirilmesi sürecidir. Son aşama ise değişimin sonuçlarının değerlendirilmesi, değişime yani döngüye tekrar girip girmeyeceği ilişkisidir. Modele göre değişimin sonuçları pozitif ya da negatif olarak değerlendirilmektedir. Değişimin sonucundan memnun olanlar değişimi olumlu olarak algılamaktadır. Ancak 4a akışında olduğu gibi sonuçlar negatif olarak değerlendirilirse değişim davranışı devam etmemektedir (Ap, 1992).

Sosyal değişim teorisi turizme yönelik desteğin yerel halkın turizm gelişim etkilerinin nasıl algılandığına bağlı olduğunu açıklamak için kullanılmaktadır. Ayrıca bu teori, turizm gelişimini algılanan etkilerini biçimlendiren dört faktör arasındaki ilişkiyi de açıklık getirmektedir. Bu faktörler; ekonomik kazanç, turizm kaynaklarını kullanma, yaşama süresi ve çevreye yönelik davranışlardır (Jurowski vd., 1997).

Mathieson ve Wall’a (1982) göre, yerel halkın turistlere yönelik hem mekânsal hem zamansal olarak bir tolerans sınırları vardır. Turist sayısı arttıkça ve ekonomik etkiler olumlu olmaya devam ettiği sürece destinasyondaki turistlerin varlığı kabul görmeye devam etmekte ve yerel halk tarafından hoş karşılanmaktadır. Ancak bu sınırın aşılması söz konusu olduğunda, kızgınlık, öfke ve sömürü gibi birçok olumsuz tutum ortaya çıkmaktadır.

Sosyal değişim teorisi ile turizm gelişimini değerlendiren yerel halk için önemli olan, sağladıkları hizmetler karşılığında elde ettikleri fayda ve maliyetlerdir. Dolayısıyla yerel halk kendi ekonomik, sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla turizm gelişimini önemsemektedir. Yerel halk, turizm gelişimi sonucu istenmeyen ve kabullenilmeyecek maliyetlerin olmayacağına inandığı takdirde turistlerle kaynak değişiminde bulunmaktadır (Ap, 1992).

Yerel halkın, turizm planlaması ve gelişmesine yönelik algı tutum ve tepkisini ölçmek amacıyla sosyal değişim teorisi birçok araştırmacı tarafından kullanılmıştır. Gerçekleştirilen çalışmalarda turizm gelişiminin faydaları, ortaya çıkan maliyetler, turizm gelişiminin etkileri ve yerel halkın turizme yönelik destek algısı ve aralarındaki ilişki incelemiştir (Perdue vd., 1987; Ap, 1992; Jurowski vd., 1997; Teye vd., 2002; Yoon vd., 2001). Ayrıca destinasyonda yaşanan ekonomik gelişmenin, sosyo-kültürel, çevresel tahribi de beraberinde getireceğini varsayan araştırmacılar çalışmalarında sosyal değişim teorisini kullanmışlardır (Harrill, 2004).

Perdue, Long ve Allen Colorado'da gerçekleştirdikleri çalışmada sosyal değişim teorisinden yararlanarak rekreatif faaliyetlere katılan bölge halkının turizme yönelik algı ve tutumlarını incelemiştir. Turistlerin de rekreatif faaliyetlere katılımı ile yoğunluk yaşanabileceği için rekreatif faaliyetlere katılan bireylerin, faaliyetlere katılım göstermeyenlere göre turizmi daha olumsuz algılayacakları ön görülmüştür. Fakat çalışmanın sonuçlarına göre faaliyetlere katılım gösteren ve göstermeyen bölge halkının turizme yönelik algısı bir farklılık göstermemiştir. Bölge halkının turist yoğun bölgeye gitmiyor olması, sezonun yoğun dönemlerinde faaliyetlere daha az katılım göstermesi ve turizmin geliştirici etkisinden memnuniyet duymaları farklılığın oluşmamasının nedenleri olarak sunulmuştur (Perdue vd., 1987).

Jurowski vd., (1997) söz konusu değişim faktörleri etkileşiminin, turizm gelişiminin ortaya çıkardığı etkilere yönelik yerel halkın algısı ve tutumunu nasıl etkilediğini incelemiştir. Ekonomik kazanç elde etmek için gerekli olan potansiyelin varlığı, turizm kaynaklarının kullanılması, ekolojik tutum ve topluma aidiyet gibi değişim faktörlerinin yerel halkın turizm etkilerine yönelik algısı ve turizm gelişimine yönelik verdikleri destek üzerinde doğrudan ya da dolaylı olarak etkili olduğunu belirtmişlerdir.

Sosyal değişim teorisi yerel halkın tutumlarına yönelik uygulandığında, bölgedeki yerel halk tur operatörü ve turistlere yönelik sağladıkları kaynak ve hizmetlere denk olacak fayda elde etmek istemektedir. Gerçekleşen değişim ilişkisinde bölgedeki yerel halk misafirperver olma, turizm gelişiminin ortaya çıkardığı çevre kirliliği, trafik sıkışıklığı, sunulan hizmetlerde yaşanan yoğunluk gibi sorunları hoşgörüyle karşılayarak ek bedeller ödemektedir. Yerel halkın turizm planlamasına katılımının sağlanması, topluma yönelik bir turizm gelişiminin elde edilmesi, bölgedeki yerel halkın söz konusu değişim ilişkisine dahil olmasını teşvik etmektedir (Teye vd., 2002).

Aynı şekilde Yoon ve diğerlerine (2001) göre de, yerel halk kabul edilemeyecek bedeller ödmeden değişimden fayda elde edeceğine inandığı sürece değişim ilişkisine girmeye isteklidir. Ancak bölgedeki yerel halk turizmin olumsuz etkilerinin olumlu

etkilerinden daha fazla olacağını algıladığı zaman turizm gelişimine yönelik gösterdikleri desteği geri çekmektedir.

Bununla birlikte McGehee ve Andereck (2004) gerçekleştirdikleri çalışmalarında sosyal değişim teorisine yönelik destekleyici ve destekleyici olmayan sonuçlar elde etmişlerdir. Turizm gelişiminde elde edilen kişisel fayda ile turizm gelişimine verilen destek arasında bir ilişki tespit etmelerine rağmen turizmden elde edilen kişisel fayda ile turizm planlamasına yönelik verilen destek arasında herhangi bir ilişki bulamamışlardır. Yerel halkın turizm planlamasını gerçekleştirecek olan liderlere güven duymaması ve turizmden elde edilen kişisel faydayı göz önünde bulundurmaksızın herkesin turizm planlamasına destek vermesi, bulunamayan ilişkinin nedenleri olarak belirtilmiştir.

1.2.6 Turizm Gelişimine Yönelik Farklı Yaklaşımlar

Ap ve Crompton (1993), turizm gelişiminin etkilerini ve yerel halk tarafından algılanmasını, turizmin gelişim süreci içerisinde açıklamaya çalışmışlardır. Butler'ın "destinasyon yaşam seyri modeli" ile benzerlik gösteren bu sürece göre turizm gelişimi kabullenme, tolerans, dengeleme ve geri çekilme dönemlerinden oluşmaktadır. Turizm talebi ve büyüme arttıkça, toplum üzerindeki etkileri daha net ve etkilenme daha olumsuz yönde olmaktadır.

Horn ve Simmons (2002) Doxey'den farklı olarak, benzer seviyede olan destinasyonların turizm gelişimi konusunda çok farklı tutumlar sergileyebileceklerini vurgulamaktadırlar. Turizm gelişiminde doyum noktasına ulaşıldığında planlama otoriteleri belli tahminlerde bulunabilmektedir fakat bu süreci dikkate almamaları Doxey Modeli'nin eksikliğinden kaynaklanmaktadır.

Doxey ve Butler'ın modellerinde önermedikleri "gelişim öncesi dönemi" turizm gelişim sürecine ekleyen Hernandez, Cohen ve Garcia (1996), herhangi bir destinasyon gelişim sürecinde yerel halk davranışlarının olumlu olabileceğini açıklamaya çalışmışlardır. Porto Riko'da gerçekleştirdikleri çalışmada yerel halkın farklı duygulara sahip olduğunu, turizmin getirdiği fayda ve maliyetlerinin bilincinde olduğunu göstermişlerdir.

Florida'da yaptıkları çalışmada, Davis, Allen ve Cosenza (1988), yerel halkı beş gruba ayırmışlardır. "Turizmden Nefret Edenler" grubu ilk grubu oluşturmaktadır. Bu grupta yer alan bireyler turiste ve turizme yönelik olumsuz bir tutum sergilemektedirler. İkinci grup "Turizmi Sevenler" grubudur ve turizme karşı pozitif bir yaklaşım sergilemektedirler. Üçüncü grubu oluşturan "Tedbirli Romantikler" ise turizmin gelişimi konusunda bilinçli olmakla birlikte büyümeye yönelik olumsuz düşünceye sahiptirler. "Aradakiler" grubunu oluşturan bireyler dengeli bir düşünce yapısına sahiptirler aynı zamanda sektörün büyümesini de destek

vermektedirler. “Bir Sebep Sevenler” grubu ise turizm gelişiminin iş olanakları yarattığının ve yerel halka rekreasyonel yönden fayda sağladığının farkında olan bireylerden oluşmaktadır.

Ap ve Crompton (1993), Teksas’ta gerçekleştirdikleri çalışmada yerel halkı turizm etkilerine bağlı olarak dört gruba ayırmışlardır. “Kucaklama” (Embracement) grubunda yer alan bireyler turizmden doğrudan fayda sağladıklarında turizm gelişimini desteklemektedirler. “Tolerans” (Tolerance) grubu bireyleri turizm etkilerine bağlı olarak oluşan maliyetleri ve uygunsuzlukları kabullenmektedirler. “Düzeltilme” (Adjustment) grubu bireylerinin turizm gelişimi ile yaşanan gerçekliği kabul etmesinin yanı sıra sektörle ilgili olumlu ya da olumsuz herhangi bir duygu açılımında bulunmamaktadırlar. “Geri Çekilme” (Withdrawal) grubu ise turizm gelişimine yönelik sessiz kabullenmeyi ifade etmektedir. Turizm gelişimine karşı kızgınlığı olan yerel halk sektör ile paylaşımda bulunmak yerine kendini geri çekmektedir.

Smith ve Krannich’in (1998) üç tipoloji ortaya koydukları çalışmaya göre “Turizme Doymuş” bir destinasyon yüksek gelişimin başlangıcını tamamlamıştır ve yerel halk ya az turist istemekte ya da hiç turist istememektedir. Bu süreci yaşayan topluluk gelecekte daha az turizm ve az artan nüfus beklentisi içinde olmaktadır. Bununla birlikte toplum sektördeki gelişmelere yönelik olumsuz bir bakış açısına sahiptir ve aynı zamanda ekonomik ve sosyal tatmin daha az düzeydedir. “Turizmin Farkına Varmış” topluluklarda artan bir turizm bilinci söz konusudur ve yerel halk daha fazla turizmi talep etmektedir. “Turizme Aç” toplulukların ise yerel ekonomiye daha fazla katkı sağlaması adına turizm gelişimine yönelik daha güçlü bir istekleri vardır.

Avustralya’da kırsal bölge ve şehir arasında kalan bir bölgede yaşayan yerel halkın turizm gelişimi konusunda tutumlarını ölçmeye yönelik çalışmaları sonucunda Weaver ve Lawton (2005), yerel halkı üç gruba ayırmışlardır. Bu üç grup “Destekleyiciler”, “Tarafsızlar” ve “Karşı Çıkanlar” dan oluşmaktadır. Yeni, ziyarete açık aynı zamanda kendi toplulukları dışında bulunan bireylerle paylaşımaya hazır, turistlerle sürekli iletişime geçen ve turizm sektöründe çalışan bireyler “Destekleyiciler” grubunu oluşturmaktadır. “Tarafsızlar” grubunda yer alan bireyler turizmin ekonomik avantajlarının farkında olmakla birlikte turizmin gelişimi sonucunda ortaya çıkan çeşitli sosyal olumsuzlukların da bilincindedirler. Turizmin faydasının maliyetinden daha fazla olduğunu bilerek hareket etmektedirler. “Karşı Çıkanlar” grubu ise turistlerle daha az iletişimde bulunurlar ve turizm gelişimine yönelik daha olumsuz bir bakış açısına sahiptirler. Turizm gelişimine karşı çıkmaktadırlar.

“Doğruluk peşinde olan” insanların turizmden yeteri kadar faydalanamadığını ve giderek artan bir koruma etiğine sahip olduklarını belirten Getz (1994), İngiltere’de gerçekleştirdiği çalışmada Doxey’in geliştirdiği irridex modelini kısmen desteklemektedir.

Ekonomik gelişimin sağlanması için turizmden başka alternatifin olmadığı bölgelerde yerel halkın daha fazla turist kabul etmektedir ve bu da turizm gelişimine yönelik olumsuz düşünceleri arttırmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

YEREL HALKIN TURİZM GELİŞİMİNE YÖNELİK ALGI, TUTUM ve DAVRANIŞLARININ İNCELENMESİ

2.1 Turizmin Etkileri

Turizm sadece ekonomik bir olay olmayıp aynı zamanda toplumsal, politik ve çevresel yönleri ile toplumsal yapıyı etkileyen bir olgudur. Bu nedenle turizmin etkileri değerlendirilirken sadece maddi ve ekonomik sonuçları değil aynı zamanda toplumsal ve kültürel yansımaları içeren yönleri de ele alınmalıdır (Özdemir, 1992).

Turizm istihdam yaratan, iş fırsatları ortaya çıkaran bir olgu olmanın yanı sıra yerel ekonominin dengeli hale gelmesi, yerel halk ve turistler arasındaki kültürel değişimin sağlanması, topluluk refahı ve daha iyi rekreatif faaliyetlerin oluşturulması için gereklidir (Richardson, 1991).

Avcıkurt'a (2007) göre turizmin birey, sosyal yapı ve kültür üzerindeki etkilerinin bilinmesi, turizmin toplumsal yapı üzerinde meydana getirdiği değişimlerin anlaşılmasını sağlamaktadır. Bunun için sosyolojik bir bakış açısıyla hareket edilmelidir. Yerel halk ve turist arasında ortaya çıkan ilişkilerin yapısı irdelenmeli, ilişkiler sonucunda gelişen bireysel davranışlar ele alınmalı, grup ilişkilerinin yapısı ve ilişkilerde meydana gelen değişimler değerlendirilmelidir.

Dyer vd., (2007) göre turizm tabanlı aktiviteler, ürünler, hizmetler, topluluktan topluluğa değişiklik gösteren önemli sosyal, ekonomik ve çevresel etkiler ortaya çıkartmaktadır. Turizm çeşitliliğin artması turizmin ortaya çıkardığı sosyal-kültürel, ekonomik ve çevresel etkilerin daha önemli hale gelmesine neden olmaktadır. Nunkoo ve Ramkissoon (2007), turizm gelişiminin toplam etkisinin ölçümünün turizmin karmaşık bir yapıya sahip olması sebebiyle neredeyse imkansız olduğunu belirtmektedirler. Dolayısıyla sosyal, ekonomik ve çevresel etkiler birbirine bağlıdır ve birbirlerinden etkilenirler.

Oliveira, turist gönderen ülkeyi, turist kabul eden ülkeyi, turisti, yerel halkı, turizm işletmelerinde çalışanları etkileyen karmaşık bir olay olarak tanımladığı turizmin ortaya çıkardığı etkileri Lovel ve Feuerstein'den uyarlayarak olumlu ve olumsuz olarak iki gruba ayırmıştır (Oliveira, 2003).

Tablo 2.1 Turizmin Olumlu ve Olumsuz Etkileri

<u>Etki Alanı</u>	<u>Olumlu Etkiler</u>	<u>Olumsuz Etkiler</u>
Çevre / Ekoloji	<ul style="list-style-type: none"> - Turizm çevresel korumayı teşvik eder. - Ekoturizm. 	<ul style="list-style-type: none"> - Su kirliliği, katı atık, gürültü, doğa tahribi, hava kirliliği artışı, doğal manzaranın değişimi.
Ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> - Yerel halk için yeni iş olanakları. - Vergi gelirlerinde artış. - Yeni yatırımlar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Geleneksel endüstrinin yıkılması. - Düşük maaşlı vasıfsız işler . - Yerel fiyatların artması. - Yerel halkın statüsünde düşüş. -Ekonomi üzerindeki yerli kontrolün azalması.
Eğitim	<ul style="list-style-type: none"> -Seyahat edenlerden öğrenme (kültürel eğitim). - Seyahat esnasında öğrenme (kültür turizmi). - Yerel miras farkındalığının artması. - Turizm çalışmaları/eğitimi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Yerel şartların kısmen anlaşılması. - Turizmin çok yönlü doğasını görememe. - Göç sebebiyle artan nüfus için okul yetersizliği.
Kültür	<ul style="list-style-type: none"> - Yerel kültür ve geleneklere saygı. - Farklı kültürler arası etkileşim/karşılıklı öğrenme. 	<ul style="list-style-type: none"> - Bir günlüğüne kültürü ödünç almak. - Kaba turistler. - Sosyal gerilim. - Uyuşturucu, alkol ve fuhuş. - Yabancı düşmanlığı.
Cinsiyet	<ul style="list-style-type: none"> - Genç eğitimli kadınlar için daha geniş ufuklar. - Yerli kadınlar için daha fazla fırsat. 	<ul style="list-style-type: none"> -Seks turizmi - Çocuk istismarı. - Yerel kadınların en düşük seviyedeki işlerde kümelenmesi.
Sağlık	<ul style="list-style-type: none"> - Dinlenme ve sağlığını geri kazanma. - Aile etkileşimi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Düşük seviye sanitasyon.. - Sağlıksız gıdalar. - Temel hijyen eksikliği. - Hastalıkların ithalatı/ihracatı. - Uyuşturucu ve alkol sorunları.
Tarım / Balıkçılık	<ul style="list-style-type: none"> - Yerel ürün talebinin artması. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tarım/balıkçılıkta azalma. - Arazi değerlerinin ve vergilerin yükselmesi.
Özel mülkiyet	<ul style="list-style-type: none"> - Yerel sahiplenmenin artması. - Yerel halk özel mülkiyet değerinin artması. 	<ul style="list-style-type: none"> - Yerel sahiplenmenin kaybolması. - Arazi spekülasyonu. - Mülkiyet hakkı çatışmaları.
Gelecek beklentiler	<ul style="list-style-type: none"> - Sürdürülebilir turizm. - Turist ahlakı. 	<ul style="list-style-type: none"> - Turizmde kalabalıklaşma. - Kirlilik. -Memnuniyetsiz seyahatler.

Kaynak: Oliveira, J. P. D. (2003), "Governmental Responses to Tourism Development: Three Brazilian Case Studies", *Tourism Management*, 24(1),100.

Ko ve Stewart'a (2002) göre, turizmin etkileri kavramı, uzun yıllardır turizm yazınında önemle üzerinde durulan ve tartışılan bir konudur. Son yıllarda gerçekleştirilen çalışmalar turizm gelişimi sonucu ortaya çıkan etkilerin yerel halk tarafından nasıl algılandığı konusu üzerine odaklanmıştır. Turizm gelişiminin olumlu etkileri olması dışında yerel düzeyde olumsuz etkilerinin olduğunun bilinmesi bu alanda gerçekleştirilen çalışmalara ağırlık verilmesinin en önemli sebebini oluşturmaktadır.

Çalışkan ve Tütüncü (2008) turizmin ortaya çıkardığı etkilerin bilinmesinin sorunlara yönelik çözüm üretmeyebileceğini fakat etkilerin kaynaklarını belirlemenin turistler, yerel halk ve çevre arasında gerçekleşen etkileşimin boyutlarını ortaya çıkarma adına önem taşıdığını belirtmektedirler. Bu kaynaklar "turist faktörü" ve "turistik bölge faktörü" olarak ikiye ayrılmaktadır. Turistlerin turistik bölgeye getirdiği etkiler turist faktörü kaynaklıdır ve demografik faktörler, sosyal farklılıklar ve ziyaretçi sayısı gibi öğeleri kapsamaktadır. Turistik bölge faktörü ise bölgeye ait olan seyahat zinciri ve döngüsü, yerel halkın turizm algısı, yerel yaşam ve liderlik gibi konuları içermektedir.

Turizm gelişimine bağlı olarak ortaya çıkan etkiler üç kategoride değerlendirilmektedir; ekonomik etkiler, sosyo-kültürel etkiler ve çevresel etkiler. Ekonomik etkiler, vergi geliri, artan iş imkânları, ek gelir, vergi yükü, enflasyon, bölgesel yönetim borçları gibi konuları kapsamaktadır. Sosyo-kültürel, etkiler geleneksel sanatların, gelenek ve göreneklerin yeniden canlanması, kültürlerarası etkileşimin artması ve kültürlerin tanınması olarak karşımıza çıkmaktadır. Çevresel etkiler ise parkların ve doğal yaşamın korunması, kalabalıklaşma, hava, su ve gürültü kirliliği ve doğal yaşamın yok edilmesi gibi etkilerden oluşmaktadır (Andereck vd., 2005).

2.1.1 Turizmin Ekonomik Etkileri

Turizm en çok ekonomik yönüyle ele alınan toplumsal bir etkinlik olarak görülmektedir. Ekonomik yaklaşımın yaygınlaşması turizmin ülkelere gelir getirici ve döviz kazandırıcı özelliğinden kaynaklanmaktadır. Ekonomik ve kitlesele bir olgu haline gelen turizmin ülke ekonomileri üzerindeki olumlu etkileri turizmin ekonomik yönünün ön plana çıkmasına neden olmuştur. Ziyaretçi sayısında yaşanan artış, yeni konaklama, yiyecek-içecek ve rekreasyon tesisleri, alışveriş alanlarının yanı sıra diğer alt yapı yatırımlarına olan gereksinimi de arttırmaktadır. Turizmin ekonomik etkileri sektöre yansımakla birlikte turizm endüstrisinde gerçekleştirilen bir yatırım diğer endüstriler için de ekonomik bir faaliyeti de beraberinde getirmekte, yeni istihdam alanlarının yaratılmasına katkıda bulunmakta, yaratılan bir birimlik gelir ise, hem turizm endüstrisinde hem de diğer endüstrilerdeki yatırımlara etkide bulunmaktadır (Kozak, 2001).

Turizmin ekonomiye yönelik yarattığı katkılar farklı şekillerde görülmektedir; turizmin emekyoğun bir yapıya sahip olması hem vasıflı hem de vasıfsız işgörenler için istihdam olanakları sağlamakla birlikte, sanatçı ve müzisyenler gibi diğer meslek sahipleri de turistlerin yerel kültüre gösterdiği ilgi nedeniyle iş olanaklarına kavuşmaktadır. Turizm döviz kazandırıcı ve gelir getirici bir etkiye sahip olmakla birlikte ekonominin çeşitlenmesine, gayri safi milli hasılanın büyümesinde, bölgesel kalkınmada ve devlet gelirlerinin artmasında da etkili rol oynamaktadır. Ayrıca altyapı çalışmalarının tamamlanmasında yardımcı olan turizm, yöredeki ticari faaliyetlerin gelişmesine sebep olmaktadır. (McIntosh, Goeldner and Ritchie, 1995).

Turizmin olumlu etkilerinin yanında olumsuz ekonomik etkileri de söz konusudur. Turizm enflasyona, fırsat maliyetlerine ve turizme olan aşırı bağımlılığa neden olmaktadır. Enflasyon, arsa, ev, yiyecek-içecek fiyatlarını artırırken, fırsat maliyetleri, turizm sektöründe yapılan yatırım sonucunda başka bir ekonomik alanda yapılamayan yatırımın maliyetine dikkat çekmektedir. Turizme aşırı bağımlılık sonucu küçük topluluklar başka bir gelişme stratejisi izlemedikleri için turizm gelirlerinde yaşadıkları bir azalma sonucu krize maruz kalmaktadırlar (Mason, 2003). Dış ülkelere bağımlılık, mevsimsel dalgalanma, yabancı işgücü etkisi ve dışalım eğilimindeki artış gibi etkiler turizmin diğer olumsuz ekonomik etkileri arasında yer almaktadır (Kozak vd., 2001).

Vellas ve Becherel'e (1995) göre, turizm gelişiminin ortaya çıkardığı istihdam olanakları üç başlık altında toplanabilir. Turizm sektöründe doğrudan yer alan işletmelerde (konaklama, yiyecek-içecek, ulaşım gibi) gerçekleşen "doğrudan istihdam", doğrudan turistik tüketicilere hizmet sağlamayan fakat endüstriye girdi veren diğer endüstrilerde oluşan "dolaylı istihdam" (destinasyonda gerçekleşen turizm gelişimi sonucu açılan eğlence ya da alışveriş merkezlerine istihdam edilen iş gücü) ve turizm gelişiminden elde edilen gelirin harcanması ile ortaya çıkan "uyarılmış istihdam" (bu durumun ortaya çıkmasında turizmin çarpan etkisi etkilidir).

Turizmin istihdam üzerindeki etkisi genel olarak kabul görmekle birlikte bu etkinin tam olarak belirlenmesi mümkün değildir. Turistik işletmelerin önemli bir bölümünün küçük ölçekli işletmelerden oluşuyor olması sebebiyle kendi işinde çalışan insanların sayısı oldukça fazladır. Dolayısıyla turizm istihdam istatistiklerinin tam olarak gerçeği yansıtmıyor olması mümkündür. Ayrıca turizmle ilgili bazı işlerde çalışanlar turizmde istihdam ediliyor olarak gösterilmeyebilir (Burkart ve Meldik, 1982).

Olalı ve Timur'a (1986) göre turizmin gelişmesi ve turizmin gelir etkisinin artması ile birlikte tarım endüstrisinde üretim kalitesi yükselir, standardizasyon sağlanır ve ürünün değeri artar. İç ve dış turizmin yarattığı ek talep ve turizm mevsimindeki kısa süreli bölgesel fiyat

artışları sonucunda tarım endüstrisinin toplam hasılatı yükselir. Ayrıca turistik yiyecek-içecek işletmelerinin talepleri nedeniyle endüstride bir canlanma yaşanır.

Turizm gelişimi sanayi endüstrisinde, tüketim ara malı ve yatırım malı üreten sanayi dallarını canlandırmaktadır. Özellikle inşaat malzemeleri, mobilya, dokuma, kimyasal maddeler üreten işkollarında, turizm işletmelerinin talepleri doğrultusunda bir iş kapasitesi artışı yaşanmaktadır (Kozak vd., 2001).

Hizmet sektörü üzerindeki turizm gelişiminin etkileri beş başlık altında toplanabilir. (1) Cari tüketim ile ilgili olarak hizmet üretim endüstrisini geliştirir (ekmek, et, manav, bakkal vb.). (2) Donatım satanlar ile ilgili olarak hizmet endüstrisini geliştirir (elektrikçi, boyacı, demirci vb.). (3) Konforla ilgili olarak hizmet endüstrisini geliştirir (moda evleri, kuaförler, spor malzemeleri, pastane vb.). (4) Yardım ve güvenlikle ilgili olarak hizmet endüstrisini geliştirir. (5) Lüks ihtiyacı ile ilgili olarak hizmet endüstrisini geliştirir (kuyumcu, gece kulübü vb.) (Olalı ve Timur, 1986).

Turizmin ekonomik etkileri üzerine turizm yazınında gerçekleştirilmiş birçok çalışma bulunmaktadır. Liu ve Var, (1986); Milman ve Pizam, (1988); Sheldon ve Var, (1984); turizm gelişiminin yerel halk üzerindeki ekonomik etkileri üzerinde çalışmışlardır. Akış vd., (1996); Ritchie, (1988); yerel halkın en fazla önem verdiği faktörün ekonomik fayda sağlamak olduğunu belirtmişlerdir. Belisle ve Hoy, (1980); Tosun (2002); Davis vd., (1988); turizmin istihdamı artırdığını, Sethna ve Richmond, (1978) ise turizmin yeni yatırım olanakları yarattığını, Jurowski vd., (1997); yerel halka ve yerel yönetimlere gelir sağladığını ortaya koyarken, Keogh, (1990); Gürsoy ve Rutherford, (2004); ekonomik fayda ve tutumlar arasında olumlu bir ilişki olduğunu saptamışlardır.

Walpole ve Goodwin'e (2000) göre turizm ekonomik yönden gelişmenin bir aracıdır. Ağır piyasa koşulları altında ileri düzeyde sanayileşmiş ülkelerle rekabet şansı azalan, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeleri turizme yöneltmektedir. Doğal ve kültürel zenginlikleri olan ülkeler teknolojiye olan gereksinimim daha az olması sebebiyle turizmin ülkesine ve insanına getireceği faydalardan yararlanmak istemektedir. Az gelişmiş ülkelerin turizme olan bağımlılığı, gelişmiş ülkelere göre daha fazladır (Sharpley, 2000).

Geleneksel endüstrilerini kaybeden veya ekonomik anlamda gelişim göstermek isteyen ülkeler olumlu bir bakış açısıyla değerlendirdikleri turizmi bir kurtarıcı olarak görürler. Tarihsel süreç incelendiğinde bu olumlu bakış açısı tüm turizm paydaşları için geçerli değildir. Uluslararası firmalar turizmden büyük miktarlarda kar elde ederken yerel halk gerekli payı alamamaktadır. Dolayısıyla en zengin ve en fakirler arasında var olan uçurum giderek büyümektedir. Turizm çalışmaları gerçekleştirilirken kapitalizm ve küreselleşme süreçleri eleştirel bir yönle ele alınmalıdır (Reid, 2003).

Ekonomik anlamda sıkıntı içerisinde olan bölgelerde yerel halk turizmin getireceği ekonomik kazançlar konusunda daha hevesli olurken turizm gelişim maliyetini göz ardı etmektedirler (Liu ve Var, 1986).

Yerel halk turizmin ekonomik öneminin farkında olmakla birlikte bölgelerinde gerçekleşen gelişimin devamına izin verilip verilmeyeceği konusunda kaygılanmaktadır (Ryan, Scotland ve Montgomery, 1998). Harrill'e (2004) göre turizm faaliyetleri doğru planlama veya yönetimle gerçekleştirilmediğinde turizmin ekonomik faydaları eşit dağılım göstermemektedir. Dolayısıyla bu süreçte yerel halk/toplumlar turizme yönelik olumsuz davranışlar göstermektedir.

Sadler ve Archer, turizmin olumlu ve olumsuz ekonomik etkilerinden döviz kazandırıcı etkisine, gelir etkisine, istihdam etkisine, altyapı değişikliklerine olan etkisine, iç fiyat seviyesine olan etkisine ve turizme ekonomik olarak bağımlı olma etkisine dikkat çekmiştir (Aktaran: Altunel, 2009).

Tablo 2.2 Turizmin Ekonomik Etkileri İlgili Yapılan Çalışmalar

<u>Pozitif Ekonomik Etkiler</u>	<u>Yazar/Çalışma Yılı</u>
Turizmin gelir ve yaşam standardına yönelik katkısı	Pizam (1978); Belisle ve Hoy (1980); Liu ve Var (1986); Milman ve Pizam (1988); Haralambopoulos vd., (1994); Johnson vd., (1994); Akış vd., (1996)
Ekonomik kazanç sağlama	Getz, (1994); Haralambopoulos ve Pizam, (1996); Jurowski vd.,(1997); Madrigal, (1993); Ross, (1992)
Yerel ekonomiyi güçlendirme	Tyrell ve Spaulding (1984); Perdue, Long ve Allen (1990)
İş fırsatlarını artırma	Rothman (1978); Belisle ve Hoy (1980); Tyrell ve Spaulding (1984); Sheldon ve Var (1984); Liu ve Var (1986); Milman ve Pizam (1988)
Yatırım, gelişim ve altyapı harcamalarını geliştirme	Belisle ve Hoy (1980); Sheldon ve Var (1984); Milman ve Pizam (1988); Brayley vd., (1990); Liu vd., (1986)
Kamu işletmeleri altyapısını geliştirme	Rothman (1978); Sethna ve Richmond (1978)
Ulaşım altyapısını geliştirme	Belisle ve Hoy (1980)
Alışveriş imkânlarını artırma	Liu ve Var (1986)
<u>Negatif Ekonomik Etkiler</u>	<u>Yazar/Çalışma Yılı</u>
Fiyat artışı ve ürün hizmetlerinde sınırlılık	Pizam (1978); Belisle ve Hoy (1980); Brougham ve Butler (1981); Liu ve Var (1986); Liu, Sheldon ve Var (1987); Husbands (1989); Haralambopoulos vd., (1996); Johnson vd., (1994)
Gelir dağılımında eşitsizlik	Perdue vd., (1987); Milman ve Pizam (1988)
Arazi ve mesken fiyatlarında artış	Pizam (1978); Perdue, Long ve Allen (1990); Caneday ve Zeiger (1990)
Yaşam maliyetinde ve mülk vergilerinde artış	Liu ve Var (1986); Perdue, Long ve Allen (1990)

Kaynak: Tablo İçerisinde Yer Alan Kaynaklardan Araştırmacı Tarafından Derlenmiştir.

2.1.2 Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri

Sosyal ve kültürel kavramların iç içe geçmesi, inanç, kurum, değer ve sosyal ilişkiler arasında mevcut olan sıkı bağlar sayesinde gerçekleşmektedir. Sosyo kültürel yapı, kültür unsurlarının ve sosyal kurumların zaman içinde tekrarlanarak meydana getirdikleri ve onların karşılıklı etkileşimleri sonucu oluşan sosyal denge olarak adlandırılmaktadır. Sosyo-kültürel yapı içerisindeki etkileşimin düzenliliği temel normlar tarafından sağlanır. Temel normlar, insanlar arası etkileşimin yönelimini belirler böylece sosyo-kültürel yapıda yer alan sosyal ilişki ve etkileşimler tahmin edilebilir bir hal alır. Sonuç olarak bir örgü meydana gelir ve bu örgü aile, inanç, iktisat, eğitim, siyaset gibi sosyal kurumları olan ve bunların karşılıklı etkileşimi/bütünleşmesi sonucu sosyo-kültürel yapı ortaya çıkar (Yazıcı, 1988).

Turizm farklı sosyal ve kültürel yapılara sahip olan toplumların birbirleriyle ilişkiler kurmasına, farklı bilgi, görgü, gelenek ve kültür düzeyleri arasında etkileşime neden olmaktadır. Etkileşimler sonucu turizm sosyal yapıdaki ahlak anlayışının ve toplumsal davranış kalıplarının değişmesine yol açan sosyal bir olay olarak karşımıza çıkmaktadır (Kozak vd., 2001).

Berber'e (2003) göre de farklı sosyo-kültürel yapıya sahip toplumlar arasındaki etkileşim turizm ile gerçekleşmektedir ve bu etkileşim, sosyal yapıda bazı değişimlere yol açmaktadır. Sosyal çevrenin etkisi turizm sektörü açısından, oldukça önemlidir. Sosyal yapının benimsemediği, tolerans gösteremediği süreçler, işletme ya da bölge turizminin yaşamını sona erdirebilmektedir. Turizmin sosyo-kültürel etkileri, temel olarak turizm endüstrisinin gelişimi veya turistlerin varlığının (ve turist yerli ilişkisinin niteliği) bir sonucudur (Ratz, 2000).

Usta'ya (2009) göre, gidilen ülkede ortaya çıkan sosyo-kültürel değişiklikler; (1) Turizm sosyal yapı üzerinde değişikliklere neden olmaktadır. (2) Turizm toplumun değer yargılarını değiştirmektedir. (3) Turizm kültürel çevrede değişimlere neden olmaktadır. (4) Turizm halkın gelenek ve göreneklerini etkilemektedir. Turistler de benzeri etkileri ve değişimleri yaşamaktadır.

Avcıkurt'a (2007) göre turizmin sosyo-kültürel olumlu ve olumsuz etkileri söz konusudur. Olumlu etkiler; yaşam kalitesini iyileştirme, yeni fikir, değer ve yaşam biçimleri ortaya çıkarma, farklı toplumlar arasında hoşgörü ve barışa katkı sağlama, mesleklerde profesyonelleşme, ev sahibi toplumun tarihi ve kültürel mirasının korunmasını sağlama olarak karşımıza çıkmaktadır. Olumsuz etkiler ise; fuhuş, sigara, alkol, kumar gibi kötü alışkanlıkların ortaya çıkmasına, tüketim kalıplarında değişime, kaçakçılık, toplumun sosyal yapısının değişmesine, ırksal gerginliklerin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir.

Turist ve yerel halk arasındaki ilişkilerin türü onların etkileşimini ve birbirlerine olan davranışlarını etkilemektedir. Bu durum, turizmin sosyo-kültürel etkilerinin belirlenmesinde büyük bir öneme sahiptir. Turist, bir bölge için farklı inanç, kültür, tutum, alışkanlık ve davranışlara sahip bir yabancıdır. Yerel halk ile turistler arasındaki etkileşimin yansımaları özellikle yerel halk açısından gözlemlenebilen ve ölçülebilen sonuçlar ortaya çıkarmaktadır (Tayfun ve Kılıçlar, 2004).

Brunt ve Courtney'e (1999) göre uzun dönemde sosyal değerler, inançlar ve kültürel uygulamalarda kademeli değişimler, turizmin sosyo-kültürel etkilerine bağlı olarak gelişmektedir. Turist sayısı, turizmin bölgedeki gelişim düzeyi gibi faktörler hangi sosyo-kültürel niteliklerin ne derecede etkileneceğini belirlemektedir. Turizmin mevcut sosyal değerlere, yöre halkına, aile içi ilişkilere, ahlaki kurallara ve toplumun sosyal yapısına,

kültürüne doğrudan veya dolaylı yapmış olduğu etkiler sosyo-kültürel etkileri oluşturmaktadır.

Esman, (1984) yaptığı araştırmada yerel halkın geleneksel el sanatlarını ortaya çıkarma ve turistlere yönelik hediye eşya talebini karşılamaya yönelik üretimlerini, geleneksel sanat biçimlerine yenilikler getirerek turizme katkıda bulunduğunu ortaya koymaktadır.

Besculides vd., (2002) turizmin geleneksel sanatlara yönelik talep yarattığını, kültürel kimliği geliştirdiğini, toplumları birbirine yaklaştırdığını, fikirlerin karşılıklı olarak değişim olanağı bulunduğunu ve bölgenin kültürü hakkında bilgilerinin arttığını, kültürel değişim ve yerel geleneklerin yaşatılması için fırsat yarattığını, yaşam kalitesini arttırdığını ve toplumun imajını yenilediğini vurgulamaktadır.

Diğer taraftan, birçok yazar geleneksel sanatların kademeli olarak ortadan kaybolduğunu ya da taklitleri ile yer değiştirdiğini vurgulamaktadır. Kültürün ticarileşmesi ve yozlaşması ortaya çıkan diğer bir olumsuzluktur (Haralambopoulos ve Pizam, 1996). Benzer şekilde turist ve yerel halk arasındaki satın alma gücü ve kültürel farklılıkları yerel halk üzerinde sosyal ve kültürel karmaşıklığa neden olmaktadır (Tosun, 2002). Değişimin bir sonucu olarak turizm gelişimi geleneksel aile değerlerini olumsuz yönde etkileyerek olumsuz kültürel etkiler de yaratmaktadır (Kousis, 1989).

Ülkelerinde çeşitli sosyal baskılar ve kısıtlamalar nedeniyle özgürce hareket edemeyen turistler yabancı bir ülkede diledikleri gibi davranışlar sergilemektedirler. Turistlerin istekleri çoğu zaman yerel halk tarafından karşılanmaktadır. Bu sayede turistlerle karşılaşan ve onlarla iletişim kuran yerel halkın ahlaki değerleri zayıflamaya ve değişmeye başlamaktadır. Yalnızca ekonomik anlamda çıkar sağlamak için turistlere sunulan hizmetlerden (yabancı madde, fuhuş, kumar vs.) bir süre sonra kendileri de yararlanmaya başlamaktadırlar (Aktaran: Altunel, 2009).

Pizam ve Pokela 1985 yılında gerçekleştirdikleri çalışmada Massachusetts kasabalarında yaşayan yöre halkının, turist çekmek için bölgelerinde açılan casino otelinden rahatsızlık duyduğunu ve kumar oynamanın yasallaşmasıyla birlikte suç ve fuhuş oranında da artış yaşandığını düşündüklerini belirtmişlerdir.

Park ve Stokowski, (2009) “toplumsal düzensizlik teorisi”nden yararlanarak kırsal bölgelerde turizmin gelişmesi ile birlikte artış gösteren suç oranını incelemişlerdir. “Toplumsal düzensizlik teorisi”ne göre hızla gelişen toplumlar krize girmekte ve toplumsal değerlerini kaybetmektedirler. Bireylerin dünya görüşleri, değerleri ve alışkanlıkları bu kriz neticesinde değişmektedir. Çalışmada hızla gelişen turizm yörelerinde suç oranının artış gösterdiği doğrulanmıştır.

Gustafson, (2002) ise yazlarını İsveç'te, kışlarını İspanya'da geçiren İsveçli emeklilerin üzerinde yaptığı araştırmada, emeklilerin turizm ve turistlerle kendi aralarında bir boşluk bırakmak istediklerini belirlemiştir. Turizmin yoğun olduğu dönemde diğer ülkeye göç eden "turizm karşıtı" olarak nitelenen emekliler, turizmin olumsuz etkilerinden uzak durmak istemektedirler.

Turistlerle yerel halkın arasında gerçekleşen etkileşim neticesinde tarafların değerlerinde değişiklikler yaşanabilmektedir. Toplumun oluşturmuş olduğu gelenek ve görenekler, örf ve adetler bu etkileşim neticesinde değişikliğe uğrayabilmektedir (Zengin, 2006). Cinsel ahlakın turizmden etkilendiği, yerli kültürün değer yapısının daha maddeci ve ticari bir niteliğe büründüğü, gelenek ve törenlerin ticari bir özellik göstermeye başladığı ve anlamından uzaklaştığı, güzellik kavramının değişikliğe uğradığı özellikle belirtilen noktalardan bazılarıdır (Doğan, 2004).

Ko ve Stewart'a (2002) göre turizmin sosyal etkilerini inceleyen araştırmacıların önemli bir bölümü, turizm paydaşlarının konuyla ilgilenmelerini tavsiye etmektedir. Toplum temelli planlamanın uygulanması turizm gelişiminin başlangıç düzeyinin parçası olmalıdır. Planlama sürecinde yerel halk yer aldığı zaman turizm gelişiminin sosyal yönü ortaya çıkacak ve sosyal etkiler yerel topluluk tarafından daha uygun biçimde anlaşılır olacaktır.

Tablo 2.3 Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri İle İlgili Yapılan Çalışmalar

<u>Yazar/Çalışma Yılı</u>	<u>Konu/Etki</u>
White (1974)	Oteller büyük bir sosyo-kültürel tehdittir.
Collins (1978)	Yerel halkın davranışları geçici olarak değişmektedir.
De Kadt (1979)	El sanatları, yerel kültür tekrar canlanmaktadır.
Mathieson ve Wall (1982)	Turizm toplumun içyapısını değiştirir, toplumu turizm/turist ile iletişimi olanlar/olmayanlar olarak ayırır.
Murphy (1985)	Tutum değişiklikleri kültürel arası uyumun göstergesidir.
Krippendorff (1987)	Turizm sömürgeci bir yapıdadır.
Allen vd., (1988)	Düşük/orta düzey turizm gelişiminin yararlı olma ihtimali daha fazladır.
Cohen (1988)	Otellerin negatif etkileri kabul edilir.
Nunez (1989)	Kültürler arası uyum her iki kültürün yönlerini kabul etmesi ile başlar
Crompton ve Sanderson (1990)	Turizmde istihdam cinsiyet ayrımcılığı yaratan esnek çalışma biçimlerini gerektirir.
Urry (1991)	Daha fazla ekonomik bağımsızlık sağlayan turizmde kadınlar için daha fazla fırsat vardır.
Harrison (1992)	Turizm yeni imkanlar sağlar ve sosyal değişimi başlatır.
McKercher (1993)	Kar hizmetlerine yönelik yatırımların yapılması (kanalizasyon sistemleri yerine yüzme havuzlarına yatırım yapılması)
Browne (1993)	Turizm geleneksel kültürü yok eder.
Sharpley (1994)	Turizm gelişim bölgelerindeki istihdam fırsatları ve ziyaretçilerin varlığı gençleri cezp eder. Hediye eşya satışı perakende sektörünü değiştirir.
Burns ve Holden (1995)	Turizm sosyo-ekonomik fayda sağlarken bir yandan sosyal farklılıkları kuvvetlendirir. Yoğunluk/kalabalıklık en büyük problemdir. Değişim için baskı, halkın baskısına karşılık olarak girişimciler veya politikacılar tarafından kültürlerarası siyasi bir hareket olarak başlatılmıştır.

Kaynak: Tablo İçerisinde Yer Alan Kaynaklardan Araştırmacı Tarafından Derlenmiştir.

2.1.3 Turizmin Çevresel Etkileri

Belirli bir yöreye ya da ülkeye yönelik turizm talebinin oluşması ve bu talebin sürdürülmesi sırasında fiziksel (tarihi ve doğal) çevre önemli bir etken olmaktadır. Ayrıca, turistlerin gidecekleri yerin seçiminde ve kalış sürelerinin saptanmasında da fiziksel çevre önemli bir belirleyicidir. Turizm ve fiziksel çevre birbirinden ayrılmaz bir ilişki içerisindedir. Turizm tümüyle fiziksel çevrede oluşmakta ve fiziksel çevrenin çekim öğeleri turizm talebi

üzerinde etkilidir. Turizm faaliyetleri fiziksel çevre üzerinde çeşitli şekillerde etki göstermektedir. Bu etkiler, doğal ve tarihi çevrenin tahribatı şeklinde olumsuz olabileceği gibi, onların kazanılmasına yönelik ciddi önlemlerin alınması şeklinde olumlu yönde de olabilmektedir (Kozak vd., 2001).

Mansuroğlu'na (2006) göre, doğal, arkeolojik ve tarihi alanların korunması, çevre kalitesinin iyileştirilmesi, çevrenin değerinin arttırılması, altyapı olanaklarının geliştirilmesi, çevrenin ön plana çıkarılması çevresel olumlu etkiler içerisinde yer alır iken olumsuz etkiler olarak su, hava ve gürültü kirlilikleri, görsel kirlenme, katı atıklar, ekolojik bozulmalar ve biyolojik çeşitliliğin azalması, arkeolojik ve tarihi alanların zarar görmesi ile alan kullanım sorunlarını göstermektedir.

Turizm gelişimi mevcut tarihi yöre, anıt ve yapıların restorasyonu ya da iyileştirilmesi yönünde itici bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır. Tarihi öneme sahip yöreleri çekim ögesi olarak kullanan turizm bu yörelerin korunmasında olumlu yönde katkıda bulunmaktadır. Ayrıca turizm eski yapıtların yeni kimlikleriyle günümüzde de yaşamalarını sağlayacak düzenlemelere gidilmesini de sağlamaktadır (eski hanların, kışlaların, sarnıçların, kalelerin restore edilerek otel, restoran vb. tesislere dönüştürülerek kullanılması). Pazarlamasını yaparak para kazandığı en önemli meta olan çevrenin korunmasına yönelik politikaların geliştirilmesini sağlama turizmin çevre üzerindeki olumlu etkileri arasında yer almaktadır (Kozak vd., 2001).

Turizmin doğal çevre üzerindeki olumsuz etkileri, turistlerin doğanın kendisini yenileyebilmek için insanlara sunabileceğinden daha fazlasını tüketmeleri sonucunda meydana gelmektedir. Kontrolsüz bir şekilde büyüyen turizm giderek doğal alanları ve kaynakları tüketmeye başlamaktadır. Bu durum tüm dünya için ciddi bir sorun oluşturmakla birlikte özellikle yörenin yerel halkı için çok daha vahim sonuçlara yol açabilmektedir. Turizmin fiziksel çevre üzerindeki olumsuz etkileri pek çok örgüt, akademisyen ve araştırmacı tarafından sınıflandırılmıştır. OECD tarafından 1980 yılında yapılan sınıflandırma şu şekildedir (Ap ve Crompton, 1998):

- Kirliliğe olan etkisi (hava, su, gürültü, çöp)
- Tarımsal ve kırsal araziler dahil olmak üzere doğal alanların yok olması
- Bitki örtüsü ve hayvanların yok olması
- Doğal alanların ve tarihsel yapıların tahrip edilmesi
- Kalabalıkların yaratmış olduğu etki
- Çatışma ve anlaşmazlıkların etkisi
- Rekabetin etkisi

Turizm, benzer şekilde, yerel kaynakların tükenmesine de sebep olabilmektedir. Bu kaynaklar yerel halkın geçimini sağladığı yiyecekler, hammaddeler ve enerji kaynaklarıdır. Özellikle yoğun sezonlarda turistik ihtiyaçların artması sonucunda yörenin tüm kaynakları kısa bir sürede tüketilebilmektedir. Turizm toprağın bozulmasına ve kaybolmasına da sebebiyet verebilmektedir. Gerçekten de turistik işletmelerin ve altyapı çalışmalarının inşaatları nedeniyle toprak kayıpları yaşanmaktadır. Bu inşaatlar sırasında ormanlar tahrip edilmekte, toprağın içindeki mineraller zarar görmekte, vahşi yaşam tükenme noktasına gelmektedir. Turizm potansiyelinin Akdeniz Bölgesi'ne yönelmesiyle birlikte tarımsal araziler turizm lehine küçülmeye başlamıştır. Uygulanan kitle turizmi politikası doğrultusunda tatil köyü ve kıyı oteli yatırımları plansız bir şekilde desteklenerek kamu arazisi olan ormanlık alanlar turizm yatırımcılarına tahsis edilmiştir (Akış, 1999).

Tablo 2.4 Turizmin Çevresel Etkileri İle İlgili Yapılan Çalışmalar

<u>Pozitif Çevresel Etkiler</u>	<u>Yazar/Çalışma Yılı</u>
Doğal kaynakların korunması / ekolojik korunma	Sethna ve Richmond (1978); Belisle ve Hoy (1980); Liu ve Var (1986); Liu, Sheldon ve Var (1987)
Tarihi yapı ve eserlerin korunması	Sethna ve Richmond (1978); Sheldon ve Var (1984); Liu, Sheldon ve Var (1987)
Çevre görüntüsünün gelişiminin sağlanması	Perdue, Long ve Allen (1990)
<u>Negatif Çevresel Etkiler</u>	<u>Yazar/Çalışma Yılı</u>
Trafik yoğunluğunun artması	Pizam (1978); Rothman (1978); Brougham ve Butler (1981); Tyrell ve Spaulding (1984)
Aşırı kalabalıklaşmanın ortaya çıkması	Pizam (1978); Rothman (1978); Brougham ve Butler (1981); Var, Kendall ve Tarakçıoğlu (1985); Liu ve Var (1986)
Gürültü kirliliği ve çöp artışı	Pizam (1978); Rothman (1978)

Kaynak: Ap, J. and Crompton, J. L. (1998): "Developing and Testing A Tourism Impact Scale", Journal of Travel Research, 37(2), 120-131

2.2 Yerel Halkın Turizm Gelişimi ve Etkilerine Yönelik Algı, Tutum ve Davranışları

Algı, herhangi bir nesne, olay, olgu, sözcük, kavram vb. uyarıcının; kişinin beş duyu organının ve sezgilerinin yardımı ile düşünsel yapısında belirlenmesi, anlaşılması, tanınması ve tanımlanması, yorumlanması ve açıklanmasıdır (Usal ve Kuşluvan, 2002). Tutum ise genel anlamıyla bireyin belirli bir nesneye ya da bir kimseye karşı düşünsel/zihinsel anlamda hazır oluş durumu veya belirli bir biçimdeki tavrıdır (Wang ve Pfister, 2008). Başka bir deyişle tutum, bireyletin belirli objelere karşı, geçirdiği deneyimler sonucu düzenli bir tavır alışlarını

ve davranış biçimi sergilemelerini ifade etmektedir ve düşünce, duygu, davranış olmak üzere üç öğeden oluşmaktadır (Usal ve Kuşluvan, 2002).

Carmichael'e (2000) göre tutumlar kişinin belirli bir çevreye doğru devamlı olarak gösterdiği eğilimi ifade etmektedir. Tutumlar, bilişsel-inançlar, bilgi, algılamalar; duygusal-hoşlanma/hoşlanmama; davranışsal-belirli bir şey ya da yere karşı içgüdüsel faaliyetler olmak üzere üç boyutta yapılanmaktadır. Bu üç boyutun mantıkla açıklanması zordur. İlişkilerin gücü, bir tutumun önemi ya da ilgisi durumsal faktörleri de içeren birçok faktörden etkilenmektedir.

Turizm gelişiminin yerel halk üzerindeki etkisinin, destinasyondaki bireyler arasında algılanma süreci söz konusudur. Bu algılama sürecinin başlaması için turizm gelişim aşamasında, destinasyondaki bireylerin turizm gelişiminin etkilerini algılaması gerekmektedir. Turizm gelişim etkilerinin algılanmasının ardından turizmin yerel halk üzerindeki etkileri günlük yaşamda kendini göstermeye başlar ve günlük yaşam içerisinde olumlu ya da olumsuz yönde sonuçlanır (Kim, 2002).



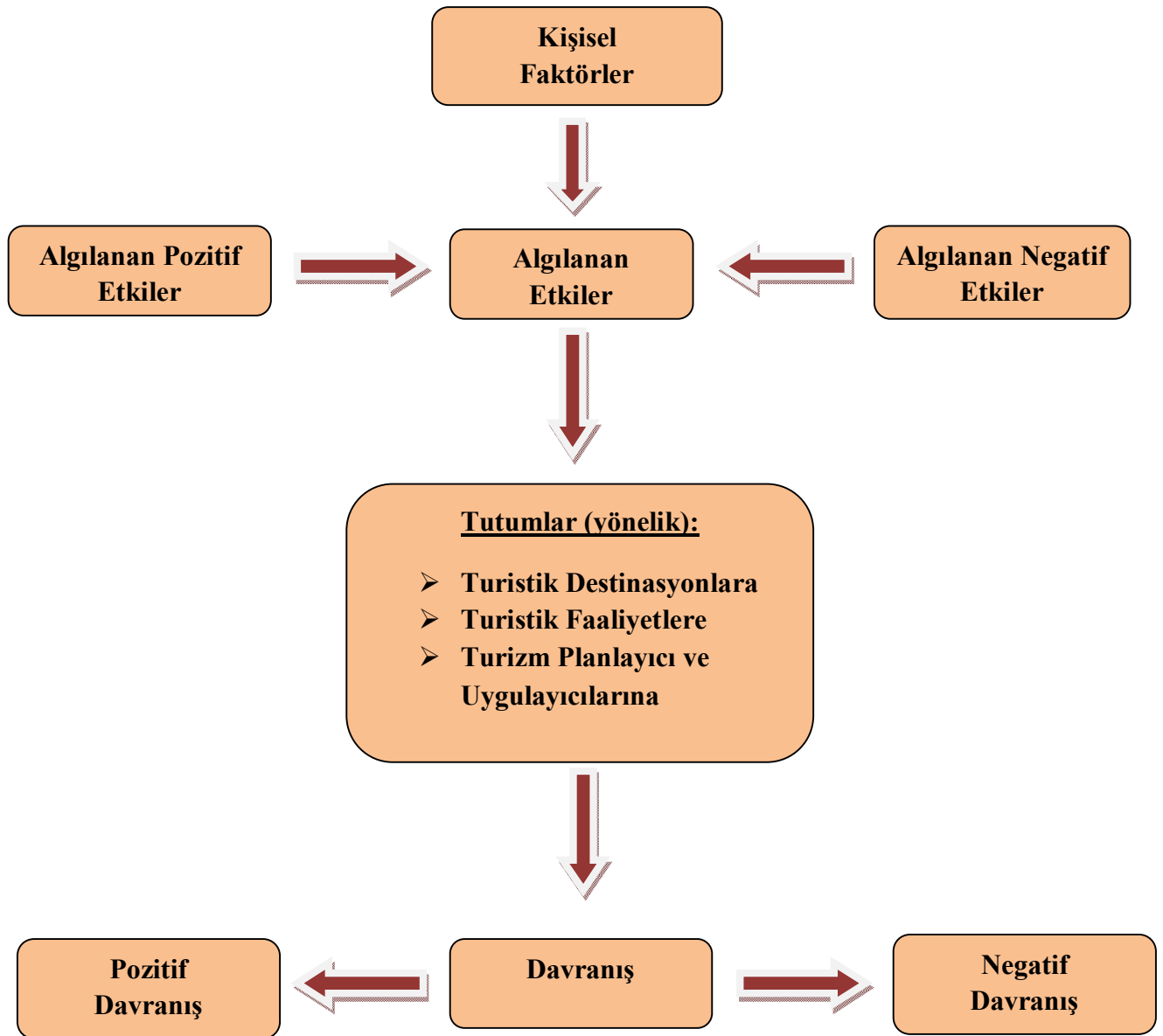
Şekil 2.1 Turizm Gelişim Etkilerinin Algılanması

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

Algıların ve davranışların ölçülmesine yönelik modeller daha çok tüketici davranışları alanında geliştirilmiştir. Modeller içerisinde CAC (Cognitive-Affective-Conative) modeli yaygın olarak kullanılmaktadır. Modele göre bilişsel (cognitive) bileşenler yerel halkın, insanlar, binalar gibi fiziksel varlıklar üzerinden turizmi nasıl algıladığına açıklık getirmektedir. Duygusal (affective) bileşenler, bireylerin hoşlanma/hoşlanmama gibi

hislerinin kavramsal algılamalarının dışı vurumudur. Konatif (conative) bileşenler ise bireyin reaksiyonlarına bağlı olarak gelişmektedir (Vaughan ve Edwards, 1999).

Yerel halkın davranışlarını anlama konusunda geliştirilen bir diğer teori ise hiyerarşik bir modelden oluşan “Sebepli Hareket Teorisi” dir (Theory of Reasoned Action). Modele göre davranışlar niyetlenmiş davranış öğeleri tarafından etkilenirken niyetlenmiş davranış öğeleri de tutumlar ve öznel normlardan etkilenmektedir. Tutumlar ve normlar ise inanışlardan etkilenerek hiyerarşik bir hareketi ortaya çıkarmaktadır. Yerel halkın turizmi pozitif tutumla desteklemeleri sonucunda profesyonel turizm davranışlarının görülmesi, turizm yönetimi açısından bu teorinin önemini ortaya koymaktadır (Aktaran: Altıntaş, 2010).



Şekil 2.2 Algılamalar, Tutumlar ve Davranışlar Arasındaki İlişki

Kaynak: Carmichael, B.A. (2000), “ A Matrix Model for Resident Attitudes and Behaviours in a Rapidly Changing Tourist Area”, *Tourism Management*, 21, 604.

Destinasyondaki turizm gelişimi, o destinasyondaki yerel halkın davranışlarıyla büyük ölçüde ilgilidir. Turizm endüstrisi yerel halkın iyi niyeti, katılımı ve desteği doğrultusunda gelişimini sürdürebilmektedir. Bir destinasyonaki turizm gelişimi yerel halk açısından iki ucu keskin çift ağızlı bir bıçak olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla turizm sadece fayda sağlayıcı değil aynı zamanda maliyet yükleyici bir özelliğe sahiptir (Jafari 2001).

Turizm gelişimi halkın birbirleri ve toplum ile olan ilişkilerini değiştirebilmektedir. Bu yüzden, turizm gelişim etkilerine karşı yerel halkın tutum ve algısının belirlenmesi başarılı turizm gelişim politikasına, turizm pazarlamasına, var olan ve gelecekte oluşturulacak turizm programları düzenlenmelerine yön verecek bir unsur olarak görülmektedir (Huang ve Stewart, 1996).

Bir bölgede turizmin geliştirilebilmesi için birçok bileşenin (turizm altyapısı, çekicilikler, kentsel altyapı v.b.) birbirini desteklemesi gerekmektedir (Alaeddinoğlu, 2007). Bu bileşenlerden biri de, yerel halkın turizmi nasıl algıladığı ve yerel halkın neler beklediği sorusudur. Yerel halk turizm gelişim sürecinde rolü olduğunu gördüğünde ve turizm gelişimine karşı olumlu bir tutuma sahip olduğunda turizm başarılı bir gelişim gösterebilir ve aynı zamanda büyüyebilir. (Ambroz, 2008).

Turizmin kabul gördüğü göstergelerden biri, yerel halkın turizme karşı takındığı tutumdur (Lepp, 2007). Örneğin bir turizm bölgesinde daha uzun yaşayan yerel halkın, turizm gelişimi konusunda daha olumsuz bir tutum sergilemesi mümkündür (Um ve Crompton, 1987). Dolayısıyla yerel halkın turizm gelişimine yönelik algı ve davranışları, turizm gelişiminde başarılı politikaları ortaya koyma, planlama, mevcut ve gelecekteki turizm programlarının yürütme ve pazarlama açısından önem taşımaktadır (Ko ve Stewart, 2002).

Choi ve Sırakaya'ya (2005) göre turizm gelişimini başarılı bir şekilde sürdürebilmek amacıyla gelişimde temel nokta yerel halk olmalıdır. Topluluğa bağlılık, bölgede kalış süresi, turizme olan ekonomik bağlılık gibi sosyal ve ekonomik faktörler yerel halkın turizm gelişimine yönelik algı davranışlarını etkilemektedir (Besculides, Lee ve McCornick, 2002). Yerel halkın turizm gelişimine karşı çıktığı ya da destek verdiğinin bilinmesi, negatif sosyal etkileri azaltarak, turizm gelişimi konusunda desteğin arttırılmasını sağlayacaktır (Williams, 2001). Turizm planlayıcıları, yerel halkın turistik merkezlere olan yakınlığı/uzaklığına bağlı olarak sergilenen tutumu dikkate almalıdır. Turistik merkezlere yakın yaşayan yerel halkın ziyaretçilerle daha sıkı ilişki içinde olacağı ve bu nedenle turizmin faydaları konusunda olumsuz düşünceye sahip oldukları, dolayısıyla turizm gelişimi konusunda da çekingen bir tavır sergileyecekleri düşünülmektedir. (McCool, Moisey ve Nickerson, 2001).

Gerçekleştirilen ampirik çalışmalarda genellikle kişisel faktörler ve turizm gelişimine yönelik yerel halkın tutumları değerlendirilmiş ve incelenmiştir. Kişisel faktörler, bilgi,

istihdam, turizm destinasyonuna olan mesafe, sosyo-demografik gibi değişkenlerden oluşmaktadır. Yerel halkın turizmle ilgili tutumunu belirleyen faktörler ise ekonomik sonuçlar, artan istihdam imkanları, vergi gelirleri, gayrimenkul fiyatları, sosyal çevresel sonuçlar, rekreasyon fırsatları, tarihi değerler, trafik, doğal çevre gibi değişkenleri içinde barındırmaktadır. Ap ve Crompton (1998) gerçekleştirdikleri çalışmada 147 tutum önermesi içinden 35 önermeli bir ölçek oluşturmuşlardır. Daha sonra bu ölçeği farklı turizm gelişim özelliği gösteren üç bölgede bulunan üniversite öğrencilerine uygulamışlardır. Yedi boyuttan oluşan bu ölçek ile (sosyal, kültürel, ekonomik, çevresel, kargaşa, hizmetler, vergiler ve topluluk davranışları) boyutsal farklılıkları ve aynı zamanda yapı ve yakınsama geçerliliğini de ortaya koymuşlardır. Lankford ve Howard da (1994) Oregon'un kırsal bir bölgesinde yaptıkları çalışmada 92 önerme havuzundan 27 önermeyi seçerek uyguladıkları anket çalışması ile bölge halkının turizm gelişimine yönelik tutumlarını değerlendirmeye çalışmışlardır.

Turizmin yerel ekonomi için önemli katkısı olduğu bölgelerde yapılan araştırmaların çoğu yerel halkın davranışlarını ölçmeye odaklanmaktadır ancak gerçekleştirilen çalışmaların çok az bir kısmı destinasyon yaşam eğrisinin başlangıç dönemindeki yerel halkın davranışlarını araştırmaya yöneliktir (Mason ve Cheyne, 2000; Keogh, 1990). Bu nedenle uzun vadeye yayılmış yerel halkın turizm algılamalarını ölçmeye yönelik çalışmalar, turizm gelişiminin aşamaları ve yerel ekonomi üzerindeki sonuçları, politika yapıcılar ve destinasyon geliştiriciler açısından daha sonraki aşamalarda gerçekleşen gelişmeleri karşılaştırabilmek ve olumsuz etkileri en aza indirmek için uygun önlemleri almak adına önem arz etmektedir (Sırakaya, Teye ve Sönmez, 2002).

2.3 Yerel Halkın Turizm Gelişimine Yönelik Algı ve Desteğini Etkileyen Faktörler

Gerçekleştirilen yazın taraması sonucu, turizm gelişiminin yerel halk üzerinde çeşitli düzeylerde etkisi olduğu görülmüştür. Çalışmaların büyük bir bölümü yerel halkın turizm gelişimine yönelik ilgilerini ve tutumlarını keşfetmek, farklı yerel halk gruplarının turizme yönelik algılarındaki farklılıkları belirlemeye odaklanmıştır. Bu tür çalışmalar; turizm bölgesinin gelişmişlik düzeyi, halkın yaşam süresi, turizme ekonomik anlamda bağlılık, yörenin yerlisi olup olmama durumu, turizm merkezinin yerli halka göre uzaklığı/mesafesi, turistlerle iletişim seviyesi, yaşama süresi ve demografik faktörler aracılığıyla yürütülmüştür. Bununla birlikte yazında bu değişkenlerle ilgili tam bir görüş birliği yoktur. Yerel halkın turizmin gelişimine ilişkin tutumları farklı durumlarda olumlu ya da olumsuz yönde olabilmektedir.

Harrill'e (2004) göre sosyo-ekonomik faktörler, mekansal faktörler, ekonomik bağımlılık, yerel halkın ve toplumun sınıflandırılması, yerel halkın turizme verdiği desteği etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. Gürsoy ve Rutherford (2004) ise gerçekleştirdikleri çalışmada topluluğa bağlılığın, sosyal ve ekonomik faydaların yerel halkın turizm gelişimine yönelik tutumunu etkilediğini belirlemişlerdir. Benzer bir şekilde Jurowski vd., (1997) turizmden ekonomik kazanç, topluluğa bağlılık, turizm gelişimi desteğinde etkili olan ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerin algısı gibi faktörlerin yerel halkın turizm gelişimine verdiği desteği etkilediğini ortaya koymuşlardır.

Demografik Değişkenler: Sosyo-demografik değişkenler yerel halkın turizm algılamaları üzerinde etkili olmaktadır. Sosyo-demografik değişkenler içerisinde cinsiyet, yaş, doğum yeri (yörenin yerlisi olup olmama durumu), medeni durum, eğitim seviyesi, ikamet süresinin uzunluğu gibi unsurlar yer almaktadır. Ancak bu değişkenler kullanılarak gerçekleştirilen çalışmaların sonuçları benzerlik göstermemektedir. Davis vd., (1988), Liu ve Var, (1986), Madrigal, (1995) ve Pizam, (1978) halkın tutumunu etkileyen sosyo demografik değişkenleri (yaş, dil, cinsiyet, eğitim, medeni durum) inceleyerek gerçekleştirdikleri çalışmalarda bu değişkenlerin halkın tutumunu etkilemediklerini belirtmişlerdir. Perdue vd., (1990) yaptıkları çalışmada turizmin etkileri ile ilgili algılamaların ve değerlendirmelerin yerel halkın özellikleriyle doğrudan ilgili olmadığını ortaya koymaktadır. Ancak, Brougham ve Butler (1980) turizmin ev sahibi toplumların sosyal ve kültürel yapısı üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla İskoçya'da gerçekleştirdikleri çalışmada halkın turizme yönelik tutumunun yaş, dil, yörede yaşama süresi, turistlerle ilişki derecesi gibi faktörlere bağlı olarak değiştiğini doğrulamışlardır.

Cinsiyet: Cinsiyet faktörü yerel halkın turizm gelişimine yönelik algısında ve turizm gelişimine verdiği desteğin belirlenmesinde rol oynayan faktörlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Turizme yönelik bakış açılarında, turizm gelişimine yönelik beklentilerinde ve turizme verilen destek konusunda erkek ve kadınlar arasında farklılıklar bulunmaktadır. Petrzalka vd., (2005) göre erkek ve kadınlar turizm gelişimine yönelik birbirlerinden farklı tutum geliştirmektedirler. Bu çalışmada, erkeklerin kadınlara göre turizm gelişimine karşı daha olumsuz tavır sergiledikleri ortaya çıkmıştır. Milman ve Pizam (1988) da cinsiyete göre yerel halkın turizme karşı tutumlarında farklılıklar ortaya çıktığını belirtmektedir.

Harrill ve Potts'un (2003) Güney Carolina, Charleston'da gerçekleştirdikleri çalışmada, cinsiyetin turizmin ekonomik faydaları algısını belirlemede önemli bir faktör olduğu ve erkeklerden çok kadınların turizm gelişimine karşı olduğu sonucuna varılmıştır. Mason ve Cheyne (2000) Yeni Zelanda'nın kırsal bir bölgesinde yaptıkları araştırmada kadınların erkeklere göre turizmin suç, trafik, kirlilik gibi olumsuz etkilerini daha fazla

algıladıklarını ve bunun sonucunda turizme verdikleri desteğin erkeklere göre daha geride kaldığını belirtmişlerdir. Örneğin kadınlar kafeterya ve barların sayısının artmasına, gürültü ve yol güvenliğinin azalacağı endişesiyle turizme karşı dururken, erkekler işlerinin açılacağı düşüncesiyle destek vermektedirler.

Yaş: Yaş grupları arasında turizm gelişimine yönelik bakış açısı ve beklentilerde farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla turizm planlamacılarının gerçekleştirecekleri girişimler sırasında yaş grupları arasındaki farklı ihtiyaçları göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Linberg vd. (1999) Danimarka'nın Allinge-Gudhjem bölgesinde yaptıkları araştırmada yerel halka turizm gelişimiyle ilgili çeşitli senaryolar sunulmuş ve bunlara verecekleri destek ölçülmüştür. Yaşlılar gençlere göre verilen senaryoları daha olumsuz şekilde değerlendirmişlerdir. Bu durumun nedeni yaşlıların bu tür gelişmelere ihtiyaç duymama ihtimali olabileceği gibi değişime direnç gösterme ihtimali de mümkündür. Bastias-Perez ve Var (1995) Avustralya'da yaptıkları araştırmada yaşın yerel halkın davranışlarında ve turizm algılamalarında önemli bir belirleyici olduğu hipotezini oluşturmuşlardır. Gençlerin yaşlılara göre yöredeki turizm faaliyetlerine daha fazla destek verecekleri düşünülmüş, ancak orta yaşlıların turizmden elde edilen ekonomik faydaları gençlere göre daha fazla takdir ettikleri görülmüştür. Tomljenovic ve Faulkner (2000) Avustralya Gold sahilinde yaptıkları araştırmada da daha yaşlı insanların en az gençler kadar turizm gelişimine destek verdiklerini ve turizm gelişimine yönelik tutumlarının olumlu olduğu sonucuna varmışlardır. Huh ve Vogt (2008) ise yerel halkın turizmin ekonomik etkilerine yönelik yaşa bağlı tutumunu bir Alaska adasında yedi yıllık bir süreçte araştırmışlar ve gençlerin daha olumlu tutuma sahip olduğunu belirlemişlerdir. Brougham ve Butler (1981) da çalışmalarında yaşı daha ileride olan kişilerin turizm gelişimine yönelik gençlere oranla daha olumsuz tutum sergilediklerini vurgulamışlardır.

Sheldon ve Abenoja (2001), Hawaii'de bulunan Waikiki bölgesinde yaptıkları araştırmada yaş faktörünün özellikle 65 yaş üstündeki insanlar ile genç nüfus arasında anlamlı bir farklılık oluşturduğunu ortaya çıkarmışlardır. Araştırmada ileri yaştaki insanların Waikiki'de bulunan fiziksel olanaklardan memnuniyet duydukları, gençlerin ise bu olanakların daha fazla geliştirilmesini istedikleri vurgulanmıştır.

Çavuş ve Tanrısevdi (2002) Kuşadası'nda yaptıkları araştırmada yaşam süresi, yaş ve yerel halkın turizm gelişimi arasında anlamlı bir ilişki bulmuşlardır ve yaşlı insanların turizm gelişimine yönelik tutumlarının daha olumsuz olduğu sonucuna varmışlardır.

Eğitim Durumu: Farklı eğitim seviyesine sahip yerel halk arasında turizm gelişimine yönelik algı ve tutumlarda çeşitli farklılıklar bulunmaktadır. Ayres ve Potter (1989) ve Korça (1998) çalışmalarında, eğitim seviyesi yüksek olan bireylerin turizm gelişimine daha ilgili ve

destekçi oldukları sonucuna varmışlardır. Ahmed (1986) gerçekleştirdiği çalışmasında eğitilmiş bireylerin turizm gelişimine daha tepkili olduğunu tespit ederken, Bastias vd. (1999) ise eğitilmiş bireylerin turizm gelişimine yönelik daha bilinçli bir yaklaşım içinde oldukları sonucuna varılmıştır.

Lindberg vd., (1999) çalışmasında 13 yıl ve üzeri süreyle eğitim görmüş olan yerel halkın turizmin gelişimine daha fazla destek verdikleri görülmüştür. Haralambopoulos ve Pizam (1996) çalışmalarında eğitim ile turizm gelişimine yönelik olumlu tutum arasında bir ilişki olduğunu öne sürmüş ve eğitim seviyesi yükseldikçe turizme yönelik olumlu davranışların arttığını belirtmişlerdir.

Medeni Durum: Gerçekleştirilen yazın taraması sonucu turizm gelişimine verilen desteğin medeni duruma göre farklılık göstermediğini söylemek mümkündür. Haralambopoulos ve Pizam (1996) Sisam adasında yaptıkları araştırmalarında, bekâr halkın turizm ve cinsel taciz arasında bir ilişki olmadığını düşünmelerine rağmen, evli insanların bu konuda turizmin olumsuz etkisinden söz ettiklerini belirtmişlerdir. Kuvan ve Akan (2005) Antalya'nın Belek bölgesinde yaptıkları araştırmalarında ormanlarla ilgili yaşanan sorunların ve ekonomik sorunların medeni durum, yaş ve cinsiyet durumlarıyla bir ilişkisinin bulunmadığını vurgulamışlardır

Doğum Yeri: Başka yerden göç etmiş bireyler kendini o topluma ait hissedebilmekle beraber, zaman zaman yörenin yerlisi kadar toplumla bütünleşemeyebilmektedir. Dolayısıyla turizme verdikleri destek bölgenin yerlisi olup olmama durumuna göre farklılık gösterebilmektedir. Turizm gelişiminin sağlıklı sonuçlar verebilmesi adına yöre yerlisinin hassasiyetlerinin yanı sıra topluma dışarıdan katılmış bireylerin ihtiyaçları da göz önünde bulundurulmalıdır.

Davis vd., (1988) Florida'da yaptıkları çalışmada yerel halk turizme olan tepkilerine göre kümelendirilmiştir. "Sevenler" ve "nefret edenler" iki ayrı uç olmak üzere toplam beş grup oluşturulmuştur. Çalışmanın sonuçlarından bir tanesi "nefret edenler" grubuna dahil olanların yörenin yerlisi oldukları ve Florida'daki turizm hakkında çok az bir fikre sahip olduklarıdır. "Sevenler" grubuna dahil olanlar ise yörenin yerlisi olmayanlar ve turizm hakkında bilgi sahibi olanlardır. Lindberg vd (1999) turizme verilen destekle yörenin yerlisi olup olmama, cinsiyet ve yörede ikamet süresi hakkında herhangi bir ilişki bulamamışlardır.

Yaşam (İkamet) Süresi: Uzun süre bölgede yaşayan yerel halk turizmin olumsuz etkilerine karşı daha hassas davranabilmektedir. Turizm gelişimine yönelik girişimlerde bölgede uzun süredir yaşayan yerel halkın desteğinin alınabilmesi için görüşlerine önem verilmeli ve olumsuz etkileri azaltacak düzenlemelere gidilmelidir. Sheldon ve diğerlerine (1986) göre, toplumda uzun süredir yaşayanların turizm gelişimine karşı tutumlarının kısa

sürelili yaşayanlara göre daha hassas ve olumsuz olmaktadır. Weaver ve Lawton'un (2001) Avustralya'nın Tamborine dağında yaptıkları bir çalışmaya göre ikamet süresi daha uzun olan bireyler ikamet süresi daha kısa olanlarla karşılaştırıldığında, turizm gelişimine yönelik daha olumsuz bir tavır sergilemektedir. Turizm gelişimine karşı olanlar yörede ortalama 12,7 yıl ikamet etmişken, turizmi destekleyenler ortalama 8,7 yıl, tarafsız olanlar ise ortalama 9,1 yıl ikamet etmişlerdir.

McCool ve Martin (1994) çalışmasında, uzun süreli yaşayan yerel halkın turizm gelişimi algısının kısa süreli yaşayan halka göre daha negatif olduğu sonucuna varılmıştır. Pizam (1978) ve Um vd., de (1987) gerçekleştirdikleri çalışmalarında, o yörede daha uzun süre yaşayanların, turizm gelişim etkilerini daha olumsuz olarak algıladıkları belirtilmektedir. Uzun yaşam süresine sahip olan yerel halkın, turizm gelişimine yönelik tutumunun daha olumsuz olduğu çalışmalarda belirtilmiştir (Ryan ve Montgomery 1994; Çavuş ve Tanrısevdi 2002; Brunt ve Courtney 1999). Daha kısa yaşam süresine sahip olanların tutumlarının ise daha olumlu olduğu araştırmalarla desteklenmiştir (Duffield ve Long 1979; Snaith ve Haley 1995).

Ancak Liu ve Var (1986), Hawaii'de gerçekleştirdikleri araştırmalarında yaşam süresi değişkenine göre, halkın turizm gelişimine yönelik tutumları arasında manidar bir farklılık bulunamamıştır. Lindberg ve Johnson (1997) turizmin yerel halkın kendi arasındaki sosyal ilişkilere etkisinin bulunabileceğini belirtmektedirler. Davis, Allen ve Cosenza (1988) ile Um ve Crompton (1987) böyle bir etkiden söz ederek ikamet süresi uzun olan halkın, bu ilişkilere zarar verdiği gerekçesiyle turizmi reddetme eğiliminde olduğunu belirtmişlerdir.

Meslek: Gerçekleştirilen birçok çalışmaya göre, turizm ile ilişkili mesleğe sahip olan bireylerin turizm gelişimi etkilerine yönelik daha olumlu bir yaklaşım göstermektedirler (Lankford 1994; Milman ve Pizam 1988; Pizam, Milman ve King, 1994; Tyrell ve Spaulding 1984). Tosun'a (2002) göre yerel halk temel ihtiyaçlarını karşılayabilmek için yeni iş fırsatlarına olumlu yaklaşmakta, turizmin istihdam yaratıcı özelliğinden dolayı turizm gelişimine karşı hoşgörüyüyle yaklaşmaktadır.

Andereck vd., (2005) Amerika Birleşik Devletleri'nin Arizona eyaletinde yaptıkları araştırmada doğrudan ya da dolaylı olarak turizm endüstrisinden gelir elde eden halkın turizm etkilerine karşı daha olumlu yaklaştıkları görülmüştür. Ancak turizmin toplum sorunlarına yol açtığına yönelik sorularda turizm sektöründe çalışmayanlar ile aralarında bir farklılık bulunamamıştır. Kuvan ve Akan (2005) da gerçekleştirdikleri çalışmada, turizmle ilgili işlerde çalışan yerel halkın, turizmin ekonomik faydaları algısı yüksek bulunmuş ve turizm sektöründe istihdam edilmeyenler ise turizmin ekonomik sorunlara yol açtığı ifadesini desteklemişlerdir.

Lindberg ve Johnson'a (1997) göre turizm yeni iş olanakları yaratma yönünde ekonomik fayda sağlamakta, bu olanaklardan yararlananlar ise turizmi daha çok desteklemek eğiliminde olmaktadır.

Ekonomik Bağımlılık: Bireyin ve toplumun turizmden kazanılan gelire olan bağımlılığı artış gösterdikçe turizm gelişimine yönelik vereceği destek de artmaktadır (Harrill, 2004). Haralabopoulos ve Pizam (1996) turizme olan bağımlılığı, doğrudan ekonomik bağımlılığı olanlar ve olmayanlar olmak üzere iki grup altında incelemiştir. Çalışma sonuçlarına göre, turizm ile doğrudan bağlantılı bir işi olan birey olmayana göre turizm gelişimi ve etkilerine yönelik daha olumlu algıya sahiptir. Bununla birlikte bazı sosyal, ekonomik ve adli olaylar iki grup tarafından da olumsuz olarak algılanmıştır ancak turizme bağımlılığı olmayan bireyler olanlara göre daha olumsuz tepki göstermişlerdir.

Ko ve Stewart (2002) turizm gelişiminden bireysel gelir sağlayan halkın turizm gelişimini muhtemelen daha fazla destekleyeceğini savunmaktadır. Lankford ve Howard (1994) çalışmasında da, yerel halkın ekonomik refahı turizme ne kadar bağlı olursa, turizm gelişimi tutumunda daha olumlu ve işbirlikçi olacağı sonucuna varılmıştır. Pizam da (1978) bireyin geçimi turizme ne kadar bağlı ise turizm gelişimine karşı tutumun da o denli olumlu olacağını belirtmiştir.

Besculides vd., (2002) yerel halkın turizm endüstrisini kabulü ile o endüstriye duyulan ekonomik bağlılık arasındaki ilişkiyi incelemişler ve olumlu bir ilişki bulmuşlardır; çalışmalarına göre turizm pazarında yer edinen halk, pazarın dışında kalanlara oranla turizmi daha fazla destekleme eğilimindedir.

Halkın turizme olan ekonomik bağımlılığı üstelik Liu ve Var (1986) çalışmasında analiz edilmiştir. Çalışmalarında, yerel halk turizme ne kadar bağlıysa ve geçiminin çoğunluğunu turizmden sağlıyorsa, halkın tutumunun turizm gelişimi projelerine yönelik destekleyici bir tutum içerisinde oldukları sonucuna varılmıştır.

Quinn'in (2007) İtalya'da bulunan tarihi şehir merkezi Venedik'te yaptığı araştırmada, yerel halk turizme olan bağımlılığına göre gruplandırılmıştır. Ekonomik olarak bağımlılığı olan bireylerin % 62.5'i turizm gelişiminin sağladığı faydaların zararlardan daha fazla olduğunu belirtirken % 18.8'i bunun tersi bir görüş bildirmiştir. Turizme ekonomik bağımlılığı olmayan bireylerin % 33.3'ü ise faydaların zararları aştığını belirtirken % 51.1'i aksi görüş bildirmiştir.

Ancak ekonomik bağımlılık ile halkın tutumu arasındaki olumlu ilişkiyi desteklemeyen bazı araştırmalar da söz konusudur. Teye, Sönmez ve Sırakaya (2002) araştırmalarında turizm ile ilişkili bir meslekte çalışan ve ekonomik olarak turizme bağımlılığı olan bireylerin turizm gelişimine yönelik tutumlarının olumsuz olduğu sonucuna varılmıştır.

McGehee ve Andereck'e (2004) göre toplumun turizme olan bağımlılığı arttıkça, turizmin olumsuz etkileri daha fazla fark edilmeye başlanmaktadır ve fark edilen bu olumsuz etkiler turizmin olumlu etkilerini gölgelemektedir. Smith ve Krannich (1998) de çalışmalarında, turizme bağımlı olan yerel halkın turizm gelişimine yönelik tutumunun daha negatif olduğu sonucuna varmışlardır.

Turistlerle Etkileşim: : Turistlerle etkileşim seviyesi halkın turizm gelişimine yönelik tutumunu olumlu/olumsuz yönde etkilemektedir (Brougham ve Butler, 1981; Lankford ve Howard, 1994; Murphy, 1985). Akış vd., (1996) farklı yerlerde, halkın tutumları ve turistlerle etkileşim yoğunluğu arasındaki ilişkiyi test etmişler ve turistlerle yoğun etkileşim içerisinde bulunan bireylerin tutumlarının daha olumlu olduğunu belirlemişlerdir. Rothman (1978) çalışmasında turistlerle yüksek etkileşimde bulunan halkın, pozitif tutum sergilediğini belirtmiştir. Martin vd., de (1994) turistlerle daha fazla etkileşimde bulunan halkın, turizmin pozitif yönlerini görmeye daha yatkın olduğunu ve turizm gelişimine yönelik olumlu tutum sergilediklerini ortaya koymuşlardır. Yerel halk turistlerle ne kadar sık iletişim halinde bulunursa turizm gelişiminin sağladığı faydalara yönelik algısı o denli olumlu olacaktır (Andereck vd., 2005).

Ancak Pizam (1978) turistlerle daha fazla etkileşim halinde olan yerel halkın, turizm gelişimine yönelik tutumunun daha olumsuz olduğunu belirtmiştir. Lankford ve Howard (1994) da çalışmalarında turistlerle etkileşim seviyesi ve halkın tutumu arasında anlamlı bir ilişki bulamamışlardır.

Mekânsal Faktörler: Araştırmacılar, yerel halkın turizmin yoğunlaştığı yerlere ne kadar yakın oturursa, turizmin gelişmesine yönelik olumsuz görüşlerinin o kadar artacağını ileri sürmüşlerdir. Pizam 1978 yılında Massachusetts, Cape Cod'da yaptığı araştırmada yerel halkın turizm olanaklarının aynı bölgeye yoğunlaşmasından rahatsız olduğunu ortaya çıkarmıştır. Tyrell ve Spaulding (1984) Rhode adasında yaptıkları çalışmada yerel halkın turizmden genel olarak memnun olduğunu ancak turistik olanakların evlerine yakın olmasından kirlilik ve çöp nedeniyle rahatsız olduklarını belirlemiştir (Harrill, 2004). Belisle ve Hoy benzer şekilde kişinin turizm algısının, eviyle turistik bölge arasındaki mesafeye göre değişeceğini bildirmiştir (Ap, 1990). Jurowski ve Gürsoy Virjinya'da bulunan milli parkı çevreleyen 5 ayrı kasabada yaptıkları araştırmada, yörede kaynakları yoğun şekilde kullanan insanların turizmin gelişmesine destek vermediklerini ve turizmin faydalarını olumsuz şekilde algıladıklarını görmüştür. Jurowski ve Gürsoy bunun sebebinin, yerel halkın turist artışıyla birlikte parkın olanaklarının zayıflamasından korkması olabileceğini belirtmiştir (Jurowski ve Gürsoy, 2004).

Belisle ve Hoy'un görüşleri doğrultusunda, yoğunlaşmış turistik merkeze yakın oturanların turizmin etkilerini daha olumsuz algılayacağı görüşü Weaver ve Lawton tarafından da test edilmiş ancak bu hipotez doğrulanmamıştır (Weaver ve Lawton, 2001). Snaith ve Haley de İngiltere'nin tarihi şehri York'ta yaptıkları araştırmalarında, turistik alanın merkezinden uzakta yaşayan halkın turizmin gelişmesine daha olumsuz yaklaştığını tespit etmişlerdir (Snaith ve Haley, 1999). Turizmin yoğun olduğu yerlere yakınlık Clements, Schultz ve Lime'in (1993) araştırmasında anlamlı çıkarken, Lankford ve Howard'ın (1994) araştırmasında çıkmamıştır (Lindberg ve Johnson, 1997). Carmichael, Foxwood kumarhanelerinin yerel halk üzerindeki etkisini araştırdığı çalışmada kumarhaneye yakın oturanların çevresel etkilerden daha fazla rahatsız olduklarını ve olumsuz yönleri daha fazla algıladıklarını görmüştür (Carmichael, 2000).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ANTALYA ve TURİZM

3.1 Antalya’da Turizmin Tarihsel Gelişimi

1940’lı yıllara kadar Antalya’nın ziyaretçileri; arkeologlar, tarih severler, otostopla gelen birkaç yabancı turist ve çok az sayıda yerli turistten oluşmaktaydı. Bu dönem içerisinde turizm kavramı daha oluşmamıştı. Antalya’da turizm bilinci 1946 yılında Dr. Burhanettin Onat’ın Antalya Belediye Başkanı seçilmesi ile oluşmaya başlamıştır. Antalya turizmi Antalya Tanıtma ve Turizm Derneğinin faaliyete geçirilmesiyle ivme kazanmaya başlamıştır. (Çimrin, 2005).

1950’li yıllarda Antalya’ya olan ulaşım ve ulaşım araçları ile ilgili imkânlar kısıtlıdır. Şehirde konaklama tesislerinin bulunmaması nedeniyle Antalyaya gelen turistler kent sakinlerine ait ev pansiyonlarında konaklamakta, Antalya’yı Tanıtma ve Turizm Derneği üyesi olup yabancı dil bilen Antalya Lisesi öğretmenleri de gezginlere ücretsiz olarak tercümanlık veya rehberlik yapmaktadır (Aktaran: Demircan, 2010).

1953 yılında Ankara Devlet Tiyatroları ekibi Antalyaya gelerek Aspendos’ta tiyatro gösterileri düzenlenmiştir. Ayrıca bölgedeki kültürel mirası tanıtma amacı ile İhsan Sabri Çağlayangil, Mehmet Konuk, İleri Gazetesi sahibi Suphi Türel ile Atina’da yaşayan Antalyalı mübadil Yorgo Pehlivanidis’in çabaları ile Konyaaltı Plajı, Yivli Minare, Paşa Camili Kale kapısı, Aspendos Tiyatrosu ve Side’nin ilk posterleri bu dönemde bastırılmıştır (Çimrin, 2006).

1954 yılında Antalya’yı Tanıtma ve Turizm Derneği aracılığı ile adı daha sonradan Belkıs Tiyatro ve Müzik Festivali olarak anılan Antalya Tiyatro ve Müzik Festivali gerçekleştirilmiştir. Antalya Valiliği ile Antalya Belediyesi’nin maddi desteğini alan Antalya’yı Tanıtma ve Turizm Derneği, 1956 yılından itibaren her yıl Mayıs ayının son haftasında “Antalya Belkıs Tiyatro ve Müzik Festivali” nin kutlanmasını sağlamıştır. Festivalin adı –yönetmen ve filmci Behlül Dal’ın önerisiyle- 1963 yılında “Antalya Altın Portakal Müzik, Tiyatro ve Film Festivali” olarak değiştirilmiştir (Güçlü 2006).

“Noel Baba” hatıra pulları 01 Aralık 1955 tarihinde bastırılarak PTT merkezlerinde satışa sunulmuştur. 06 Aralık 1955’te Antalya’da çekilen “Noel Baba Türkiye’de” isimli film Amerika’da televizyonda gösterilmiş ve radyoda “Noel Haftası” programlarında Demre’deki Noel Baba Kilisesi’ne yönelik tanıtıcı programlar yayınlanmıştır. Böylece Noel Baba (Saint Nikolas) Kilisesi ve dolayısıyla Antalya’nın tanıtımı gerçekleştirilmiştir (Çimrin, 2005).

Yayla Palas Otel 1956’da açılarak hizmet vermeye başlamış ve aynı yıl Alanya-Antalya Sahil Turistik Yolu inşa edilmeye başlanmıştır. Park Otel ve Ege Otel’leri de 1957 yılında hizmete açılmıştır. (Çimrin, 2005).

NATO ülkelerinin gazetecilerinden oluşan bir grup ziyaretçi 15 Haziran 1957’de Antalyaya gelerek Aspendos, Side, Perge ören yerleri gibi turistik merkezleri ziyaret etmişlerdir. THY ve Kıbrıs Hava Yolları 01 Ağustos 1957 tarihi itibarıyla Kıbrıs’ta görev yapan İngiliz subay ve askerlerin izinlerini aileleriyle birlikte Antalya’da geçirmeleri için Antalya’ya seferler düzenlemişlerdir (Çimrin, 2005).

Antalya’daki turizm hareketleri 1958 yılına kadar bireysel olarak gerçekleşmiştir ve turizmin başladığı bu ilk yıllarda Antalyanın ziyaretçileri genellikle Alman turistlerden oluşmaktadır. Karayolu ile seyahat eden Alman turistler ilk olarak tren ile Burdur’a kadar geliyor ve buradan Antalya’ya otobüslerle ulaşıyorlardı. Bu dönemde Antalya’ya gelen turist gemileri ise iskeleden uzak demirlediğinden turistler öncelikle kayık ya da motorlu tekneler aracılığı ile iskeleye taşıyor, daha sonra otobüslerle Perge, Aspendos, Side gibi tarihi ören yerlerini ziyaret ettikten sonra tekrar gemilere dönüyorlardı.

Antalya’daki turizm hareketleri 1958 yılına kadar amatör bir şekilde gerçekleştirilmiştir. Antalya’nın ilk seyahat acentesi “Express Tourist Office” 1958 yılında kurulmuştur ve İngiltere’deki R.K.Swann seyahat acentesinin Antalya ve Türkiye organizatörlüğünü üstlenmiştir. Acente Antalya, Kuşadası, Dikili ve Alanya’ya yolcu gemileriyle gelen turistlere Perge-Aspendos-Manavgat şelalesi ve Side turları düzenlemektedir (Çimrin, 2005).

1958 yılı itibarıyla Antalya’ya yönelik iç turizm de canlanmış, turistler bayram ve festival günlerinde Antalya’ya gelmeye başlamışlardır. Fakat Antalya’da otel sayısı yetersizdir ve gelen turistler Antalya’yı Tanıtma ve Turizm Derneği’sağladığı araçlar ile ev pansiyonlarına gönderiliyordu. Antalya’nın ilk lüks oteli olarak kabul edilen üç yıldızlı Teras Otel 06 Kasım 1958 tarihinde açılmıştır (Çimrin, 2006).

1959 yılında Konyaaltı Plajı obalarının Alman ziyaretçilerin kullanımına açılması ile Alman turist akını yaşanmıştır. Antalya’da turizm etkinlikleri 1960’lı yıllarda hareket kazanmıştır. Turizmde yaşanan hareketlilik doğrultusunda yerel seyahat acenteleri, yerel ve milli kültürün korunmasına yönelik dernekler ile turizm sektörüne yönelik işçi sendikası gibi

STK'ların kuruluşu gerçekleşmiş ve çeşitli radyo, gazete ve dergiler yayın hayatına başlamıştır. 1960'ların başında Alanya'da 60 yataklı Motel Riviera açılmıştır. Teras Otel ve Motel Riviera'nın bölgede hizmet vermeye başlaması ile turistler ilk kez bir otelde konaklama imkânı bulmuşlardır. Antalya'nın ikinci seyahat acentesi 1961 yılında "Yeşil Antalya" kurulmuştur.

Antalya Turizm Bölge Müdürlüğü 1964 yılında Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'na bağlı olarak kurulmuş böylece Antalya'nın turizm değerleri araştırılmaya başlanmıştır. Antalya Turizm Bölge Müdürlüğü aracılığı ile pansiyonculuk geliştirilmeye, turizmde çalışacak personel yetiştirilmeye, işbaşı eğitim kursları açılmaya, turizme elverişli kıyı beldelerinde halka turizm eğitimi verilmeye başlanmıştır (Aktaran: Demircan, 2010).

1965 yılında Aspendos seyahat acentesi kurulmuştur. Turistlerin Antalya'ya yönelik yoğun ilgisi beraberinde rehber ihtiyacını arttırmış ve 14 Ekim 1965 tarihinde Antalya'da ilk kez Tercüman-Rehber kursu Turizm ve Tanıtma Bakanlığı tarafından açılmıştır. 1966 yılında Akay Turizm ve Seyahat Acentesi kurulmuş ve aynı yıl Karaalioğlu Parkında Villa Park Oteli hizmete açılmıştır.

Alman tur firmaları 1967 yılı itibariyle İzmir üzerinden Antalya'ya haftada bir gün charter seferi düzenlemeye başlamıştır. 1967 yılında Antalya'daki yatak sayısı otellerde 193, motellerde 1218, pansiyonlarda 162 olup toplam yatak kapasitesi 1365'tir.

01 Mart 1969 tarihinde "Pamfilya Seyahat Acentesi" adıyla ilk seyahat acentesi kurulmuştur. 28 Mart 1969 tarihi itibariyle Almanya-Antalya arasında ilk defa turizm amaçlı charter uçak seferleri başlatılmıştır (Çimrin, 2005).

1971 yılının Ocak ayında Antalya'da turistik belgeli tesis bakımından üç ve dördüncü sınıf 4 otel, ikinci sınıf 3 motel ve 8 pansiyon bulunmaktadır. En büyük konaklama tesisi Vakıflara ait olan 56 odalı Büyük Otel'dir. 25 Kasım 1972 tarihinde Antalya Müzesi törenle açılmıştır. 1973 yılında İtalyanlar tarafından işletmeye açılan Kemer'deki VALTUR tatil köyü turizm yatırımlarının ilki olarak kabul edilmektedir.

1970'li yıllarda bölgedeki tarihi dokunun korunması ile ilgili çalışmalar başlatılmıştır. 9 Haziran 1973 tarihinde Kültür ve Gayrimenkul Eski Eserler ve Anıtlar Yüksek Kurulunun 7176 sayılı kararı ile Antalya Kaleiçi Bölgesi sit alanı olarak ilan edilmiştir (Çimrin, 2005). Antalya'nın ilk modern 5 yıldızlı oteli olan Antalya Otel (Talya Otel) 17 Kasım 1975 tarihinde açılmıştır.

1976 yılında Antalya'nın güneybatı sahillerinde, Olympos-Beydağları Milli Parkı sınırları içinde, 3-10 km eninde, 80 km uzunluğunda bir alanı kapsayan Güneybatı Antalya Turizm Gelişim Projesi Dünya Bankası tarafından onaylanmış ve dönemin hükümeti ile kredi protokolü imzalanmıştır (Aktaran: Demircan, 2010).

Side ve Güney Antalya Turizm Gelişim Projeleri altyapı inşaatları bölgede yeni turizm merkezlerinin inşaaata açılmasını sağlamıştır (Ulusoy, 1986). 23 Kasım 1978 tarihinde gerçekleştirilen “Akdeniz Bilimsel Deniz Araştırmaları Kongresi”ne 400’ün üzerinde gazeteci katılmış ve bu kongre sayesinde Antalya dört hafta boyunca dünya basınında yer almıştır (Çimrin, 2005).

1980’li yıllarda Antalya’da kitle turizmine yönelik adım atılmış bölgede uluslararası toplantılar düzenlenmeye başlanmıştır. 06 Aralık 1981 tarihinde Uluslararası Birinci Noel Baba Festivali Demre’de kutlanmış ve böylece inanç turizmine yönelik etkinlikler başlatılmıştır (Çimrin, 2005).

Güney Antalya Projesi kapsamında yer alan Çamyuva Tatil Köyü’nün temeli 19 Nisan 1982 tarihinde atılmıştır. 25.08.1982 tarihli BKK ile Antalya Kaleiçi ve Konyaaltı bölgeleri turizm merkezi olarak belirlenmiştir.

Antalya Bölgesinde kitle turizmine geçiş 1984-85 yıllarında bölgede 4 büyük tatil köyünün açılması ile gerçekleşmiştir. 1985 yılında açılan Antalya Uluslararası Hava Limanı turizmin gelişmesinde en büyük etken olmuştur (Aktaran: Demircan, 2010). 28 Temmuz 1985 tarihinde Antalya Belek sahilindeki 100 obanın açılışı gerçekleşmiştir. Antalya Kaleiçi’ndeki restorasyon 10 Ekim 1985 tarihinde tamamlanarak ve yat limanındaki çeşitli işleve sahip dükkânlar hizmete açılmıştır (Çimrin, 2005). Serik Çolaklı bölgesi 07.11.1985 tarihli BKK ile Antalya’daki turizm merkezleri arasına girmiştir.

04.07.1986 tarihli BKK ile Antalya Serik-Manavgat kıyı kesimi turizm merkezi ve 18.01.1990 tarihli BKK ile Kaş Kalkan kıyı şeridi turizm alanı olarak belirlenmiştir. Antalya Arapsuyu turizm merkezi 07.02.1991 tarihli BKK ile oluşturulmuş ve 13.08.1991 tarihli BKK ile Antalya Side turizm alanı teşvik edilmiştir.

14 Nisan 1994’te turistlerin alışveriş yapmasına yönelik olarak Antalya Belediyesi tarafından Festival Çarşısı hizmete açılmıştır. Alanya Akdağ 15.12.1994 tarihli BKK ile kış sporları turizm merkezi, Antalya İbradı Maşata yaylası 06.01.1998 tarihli BKK ile turizm merkezi olarak, kabul edilmiştir.

1998 yılında Antalya’da önemli uluslararası toplantılar gerçekleşmiştir. 16 Nisan 1998’de Türkiye, Romanya ve Bulgaristan Devlet Başkanlarının katıldığı zirve toplantısı, 12 Ekim 1998 tarihinde Güneydoğu Avrupa ülkeleri hükümet başkanları toplantısı, 22 Ekim 1998 tarihinde de Türkiye-Avrupa Birliği Gazeteciler Konferansı Antalya’da gerçekleşmiştir. 16 Ekim 1999 tarihinde Turizm, Ekonomi, Bilimsel Araştırma ve Tanıtma Merkezi (TEBİAD), Ekonomi Zirvesi konferansını Antalya’da düzenlemiştir. (Çimrin, 2005).

Antalya Kemerağzı-Kundu bölgesi, 03.08.2004 tarihli BKK ile Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi olarak kabul edilmiştir. 22.10.2004 tarihli BKK ile Antalya’nın

kuzeyinde Kuzey Antalya Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi, Side'de II Nolu Turizm Merkezi ve Alanya'daki Alara Çayı Güneyi Turizm Merkezi kurulması kabul edilmiş ve İncekum Turizm Merkezi'nde sınır değişikliği yapılması kararı alınmıştır. 27.12.2004 tarihli BKK ile de Antalya Merkez Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi oluşturulurken, Alanya Çenger Turizm Merkezinde sınır değişikliği yapılmıştır (Çimrin, 2005).

3.2 Antalya'da Turizm Endüstrisi

3.2.1 Antalya'nın Turistik Tesisleri

1970 yılında Türkiye'de 292 adet turizm işletme belgeli konaklama tesisi varken bu sayı 2008 yılı sonunda 2.566'ya ulaşmıştır (TUİK 2008). Türk turizminin başarılı bir şekilde gelişmesinde devlet ve özel sektörün büyük çabaları olmuştur. Merkezi idare turizme önem vermiş ve Marmara, Ege, Akdeniz bölgeleri ile özellikle Antalya öncelikli kesimler olarak beş yıllık kalkınma planlarında yer almıştır. Turizm ile ilgili yapılan çalışmalar neticesinde Türkiye'ye yılda 26.336.677 yabancı turist ziyaret etmektedir (TUİK, 2008). 2008 yılı sonu itibariyle Antalya'ya havayolu ile gelen ziyaretçilerin sayısı 8.564.513'tür. Türkiye'deki konaklama tesisleri türlerine göre sıraladığında en üst sınırı oluşturan 5 ve 4 yıldızlı oteller İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük şehirler ile Antalya, Side, Kemer gibi turizm merkezlerinde toplanmıştır.

1958 yılına kadar Antalya'da yıldızlı konaklama tesisi bulunmamaktadır. 1958'de Antalya'da ilk defa yıldızlı (üç yıldız) bir otel açılmış ve bu konaklama tesisi 1992 yılına kadar hizmet vermiştir. Teras Oteli adıyla açılan bu otel daha sonradan Büyük Otel olarak adlandırılmıştır. 1959 yılında Konyaaltı plajında genel olarak yerel halkın yararlanması için obalar kurulmuş ve buradan yerel halk ve yabancı turistler de faydalanabilmiştir.

1982 yılından sonra Turizm Teşvik Kanunu ile yabancı sermaye ve özel sektörün özendirilmesinde kalkınma planlarında turizme öncelik verilmesi ile Türkiye'de ve Antalya'daki konaklama tesisleri artmıştır. Uygulanan turizm politikaları ve teşviklerle büyük projeler Akdeniz Bölgesine kaydırılmış ve Türkiye'deki Turizm İşletme Belgeli konaklama tesislerinin bölgesel dağılışında en büyük payı Akdeniz Bölgesi ve özellikle Antalya ili almıştır. 1997 yılı itibariyle Türkiye'de gerçekleşen turizm yatırımları sıralamasında Akdeniz Bölgesi (yüzde 35,0) pay ile ilk sırayı alırken, Ege Bölgesi (yüzde 30,9) ile ikinci, Marmara Bölgesi (yüzde 21,1) ile üçüncü sırayı almıştır. Yerli ve yabancı turist gecelemelelerinde de bu sıra değişmemiştir (Emekli, 1998).

80'li yıllar sonrası ivme kazanan Antalya turizmi köklü değişiklikler yaşamış ve sahip olduğu tesis, oda ve yatak kapasitesi günümüze kadar sürekli bir artış göstermiştir. 2006

yılına ait verilere göre Antalya’da, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi ve Turizm Yatırımı Belgeli toplam 892 tesis bulunmakta olup, bu tesislere ait oda sayısı 157.549 ve yatak sayısı 340.566’dır. Bu tesislerin 277’si Turizm Yatırımı Belgeli olup, yatırım belgeli tesislere ait oda sayısı 56.591 ve yatak sayısı 125.082’dir. 2006 yılsonu verilerine göre, Ülke genelindeki belgeli tesis sayısı 3.344 olup, bu tesislere ait oda sayısı 365.028 ve yatak sayısı 783,319’dur. Antalya, Ülke genelindeki toplam tesis sayısında yaklaşık % 27, oda ve yatak sayısında yaklaşık % 43 oranında bir paya sahiptir.

2007 yılı verilerine göre; ilde belgeli konaklama tesisi sayısı toplam 853 olup, bu tesislere ait toplam oda sayısı 160.602, yatak sayısı da 347.377’dir. Bu tesislerin 629’u İşletme Belgeli olup, İşletme Belgeli tesislere ait odasının 111.104 ve yatak sayısının da 238.428 olduğu görülmektedir.

2010 yılı Şubat ayı verilerine göre; Antalya’daki belgeli konaklama tesislerinin toplam sayısının 789 olduğu, bu tesislere ait toplam odasının 161.721, yatak sayısının da 348.159 olduğu, bu tesislerden 675’inin İşletme Belgeli, 114’ün de Yatırım Belgeli olduğu tespit edilmiştir. Bu çerçevede İşletme Belgeli tesislere ait toplam odasının 139.082, toplam yatak sayısının da 298.145 olarak gerçekleştiği, Yatırım Belgeli tesislere ait toplam odasının ise 22.639, toplam yatak sayısının da 50.014 olduğu anlaşılmaktadır.

2011 yılı verilerine göre ise; Antalya’daki belgeli konaklama tesislerinin toplam sayısının 862 olduğu, bu tesislere ait toplam odasının 186.656, yatak sayısının da 400.622 olduğu, bu tesislerden 721’inin İşletme Belgeli, 141’inin de Yatırım Belgeli olduğu tespit edilmiştir. Bu çerçevede İşletme Belgeli tesislere ait toplam odasının 157.232, toplam yatak sayısının da 335.668 olarak gerçekleştiği, Yatırım Belgeli tesislere ait toplam odasının ise 29.424, toplam yatak sayısının da 64.954 olduğu anlaşılmaktadır (Dünden Bugüne Antalya, 2011).

2013 yılı son dönem verileri incelendiğinde ise bölgedeki işletme belgeli tesis sayısı 716’dır. İşletme belgeli tesislerde yer alan oda sayısı 16.8124 ve yatak kapasitesi ise 359.912’dir. Yatırım belgeli tesislerin toplam sayısı 54, yatırım belgeli tesislerde bulunan oda sayısı 32.440 ve yatak sayısı da 71.382’dir. Genel toplamlar incelendiğinde ise mevcut olan tesis sayısı 870, oda sayısı 200.564 ve yatak sayısı 431.294 olarak görülmektedir (Tablo 3.1).

Tablo 3.1 Bakanlıktan Belgeli Tesislerin İlçe Dağılımları (2013)

İlçe	İşletme Belgeli Tesisler			Yatırım Belgeli Tesisler			Toplam		
	Tesis	Oda	Yatak	Tesis	Oda	Yatak	Tesis	Oda	Yatak
Manavgat	157	48377	105109	52	10656	23124	209	59033	128233
Alanya	236	41994	88739	45	10412	22816	281	52406	111555
Kemer	117	27024	57593	15	2407	5616	132	29431	63209
Serik	70	25126	53586	12	3412	8057	82	28538	61643
Aksu	19	9277	20051	4	1551	3451	23	10828	23502
Konyaaltı	45	8109	17564	6	984	2149	51	9093	19713
Muratpaşa	50	6871	14313	10	1582	3126	60	8453	17439
Demre	-	-	-	6	1205	2515	6	1205	2515
Kaş	14	612	1256	3	209	484	17	821	1740
Kumluca	4	500	1227	1	22	44	5	522	1271
Kepez	3	219	430	-	-	-	3	219	430
Döşemealtı	1	15	44	-	-	-	1	15	44
Toplam	716	168124	359912	154	32440	71382	870	200564	431294

Kaynak: Antalya İl Kültür Turizm Bakanlığı İstatistiklerinden Araştırmacı Tarafından Derlenmiştir.

3.2.2 Antalya'da Bulunan Seyahat Acenteleri

Türkiye'deki turizm endüstrisi belirli bir büyüklüğe ulaşmış olmasına rağmen hala büyüme potansiyeline sahiptir. Bu potansiyele bağlı olarak seyahat acenteciliği hizmetleri pazarı da büyüme potansiyeli taşımaktadır. Seyahat acenteleri genel olarak büyük il merkezlerinde ve turistik çekim merkezleri olan bazı ilçe ve beldelerde yoğunlaşmıştır. Havayolu-denizyolu gibi yurda giriş noktalarının bulunması, şehirleşmenin yüksek olması, tatile çıkma oranının yüksek olması, yurt dışına çıkışlarda en çok kullanılan çıkış kapıları olması gibi nedenler büyükşehirlerde seyahat acentelerinin daha çok kurulmasının nedenleri arasında gösterilmektedir. Turizm merkezlerinde daha çok seyahat acentesi bulunmasının nedeni bu tür merkezlerde daha çok turist bulunmasıdır.

2012 yılı verilerine göre Antalya il genelinde toplam 1.033 seyahat acentesi bulunmaktadır. Bölgedeki seyahat acentelerinin yoğunlaştığı alanlara baktığımızda, acentelerin %42,11'i (435 adet) Antalya merkezinde bulunmaktadır. İkinci sırada %23,33 (241 adet) ile Alanya ilçesi, üçüncü sırada %14,62 ile (151 adet) Manavgat yer almaktadır. Dördüncü sırada %12,29 ile (127 adet) Kemer ilçesi yer alır iken, beşinci sırada %4,36 ile (45 adet) Kaş ilçesi, altıncı sırada %2,61 ile (27 adet) Serik/Belek, yer almaktadır. Kumluca ilçesinde 5 adet (%0,48) ve Finike ilçesinde de 2 adet (%0,19) seyahat acentası bulunmaktadır (Tablo 3.2).

Tablo 3.2 Antalya İl Geneli Seyahat Acenteleri (2008)

Faaliyet Bölgesi	A Grubu	AG Grubu	B Grubu	C Grubu	Belge Bekleyen	Toplam	Oranı (%)
Antalya	355	45	1	8	26	435	42,11
Alanya	197	26	5	6	7	241	23,33
Manavgat	127	11	2	3	8	151	14,62
Kemer	101	5	1	-	20	127	12,29
Kaş	32	3	4	-	6	45	4,36
Serik/Belek	24	-	1	-	2	27	2,61
Kumluca	2	2	-	-	1	5	0,48
Finike	2	-	-	-	-	2	0,19
Toplam	840	92	14	17	70	1033	100,00

Kaynak: Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü İstatistiklerinden Araştırmacı Tarafından Derlenmiştir.

3.2.3 Antalya'nın Turist Profili

Antalya'nın kara, deniz ve hava yolları ile iç ve dış pazarlarla bağlantılı olması her yönü ile kapasitesini arttırmaktadır. Antalya, Türkiye'nin en büyük deniz limanlarından birine ve hava trafiği bakımından ikinci büyük hava limanına sahiptir. Ülke turizminin öncüleri arasında yer alan ve turistik potansiyeli yüksek olan Antalya'ya her yıl kara, deniz ve özellikle havayolu ile çok sayıda turist gelmektedir.

2010 yılı verileri incelendiğinde Antalya ağırladığı 9.260 ziyaretçi ile Paris, Londra ve Singapur'dan sonra dördüncü sırada yer alarak en çok ziyaretçi çeken ilk 10 şehir arasına girmeyi başarmıştır.

Tablo 3.3 En Çok Ziyaretçi Çeken İlk 10 Şehir (2010)

Şehir	Ziyaretçi Sayısı (000)
Paris	14.800
Londra	14.100
Singapur	9.700
Antalya	9.260
Kuala Lumpur	9.110
Hong Kong	8.960
New York	8.700
Bangkok	8.460
İstanbul	7.610
Dubai	6.810

Kaynak: http://www.dha.com.tr/Antalya-dunya-genelinde-4-oldu_141941.html

Tablo 3.4 Antalya Ziyaretçi Sayısı ve Milliyet Dağılımı (2010-2013 Ocak-Kasım)

Milliyet	Yıllar			Milliyet Payı		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Rusya	2 706 754	2 748 858	3 323 084	26,16	27,01	30,22
Almanya	2 720 487	2 818 270	2 772 462	26,29	27,69	25,22
Hollanda	531 418	522 757	540 972	5,14	5,14	4,92
İngiltere	457 970	404 948	437 327	4,43	3,98	3,98
Ukrayna	350 048	326 162	383 321	3,38	3,20	3,49
İsveç	366 762	346 239	376 631	3,54	3,40	3,43
Norveç	275 719	297 514	297 696	2,66	2,92	2,71
Belçika	229 235	234 711	263 903	2,22	2,31	2,40
Kazakistan	188 241	224 089	260 226	1,82	2,20	2,37
Avusturya	264 105	230 076	227 347	2,55	2,26	2,07
Fransa	334 086	248 061	219 135	3,23	2,44	1,99
Danimarka	207 460	200 374	214 589	2,00	1,97	1,95
Polonya	259 625	213,073	206,022	2,51	2,09	1,87
İsviçre	153 714	157 832	166 654	1,49	1,55	1,52
Çek Cumhuriyeti	158 446	157 642	147 080	1,53	1,55	1,34
Finlandiya	113 474	116 816	133 260	1,10	1,15	1,21
Belarus(Beyaz Rusya)	73 763	79 976	125 439	0,71	0,79	1,14
Slovakya	99 954	97 331	99 368	0,97	0,96	0,90
Romanya	89 476	82 546	77 611	0,86	0,81	0,71
İsrail	28 967	26 415	76 812	0,28	0,26	0,70
Litvanya	48 888	41 162	54 778	0,47	0,40	0,50
Moldova	40 220	45 883	46 989	0,39	0,45	0,43
Macaristan	50 101	42 654	40 765	0,48	0,42	0,37
Sırbistan	33 377	39 740	39 864	0,32	0,39	0,39
İtalya	55 152	39 587	38 738	0,53	0,39	0,35
İran	138 778	70 231	36 734	1,34	0,69	0,33

Kaynak: Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü İstatistiklerinden Araştırmacı Tarafından Derlenmiştir.

2010- 2013 dönemi verileri incelendiğinde, Antalya'ya en çok gelen ziyaretçiler arasında Ruslar, Almanlar ve Hollandalılar yer almaktadır. Rus ziyaretçilerin sayısı her yıl artış göstermiş ve 2013 yılında toplam Rus ziyaretçi sayısı 3.323.084 kişiye ulaşmıştır. Rus ziyaretçilerin oluşturduğu pay 30,22'dir. Rus ziyaretçilerden sonra Antalya iline en çok gelen ziyaretçiler Almanlar olarak görülmektedir. Alman ziyaretçilerin sayısında diğer dönemlere nazaran 2013 döneminde biraz düşüş yaşansa da gelen ziyaretçi sayısı bakımından 2.772.462 kişi ile ikinci sıradaki yerini korumuştur. Alman ziyaretçilerin aldığı pay ise 25,22'dir. Üçüncü sırada yer alan milliyet ise Hollandalı ziyaretçilerdir. 540.972 Hollandalı ziyaretçi 2013 döneminde Antalya'yı ziyaret etmiştir. Hollandalı ziyaretçilerin aldığı pay 4,92 olarak görülmektedir (Tablo 3.4).

Tablo 3.5 Antalya İç Turist Konaklama Verileri (2008-2010)

Yıllar	İşletme Belgeli		Belediye Belgeli		Tesise Geliş Toplam
	Tesise Geliş Toplam	Ort. Kalış Süresi	Tesise Geliş Toplam	Ort. Kalış Süresi	
2008	1.371.459	2.9	864.052	1.8	2.235.511
2009	1.871.527	2.9	1.299.919	1.5	3.171.446
2010	2.257.463	2.9	618.130	2.6	2.875.593

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı İstatistiklerinden Araştırmacı Tarafından Derlenmiştir.

Antalya'ya gelen iç turist verileri incelendiğinde 2008 döneminde işletme belgeli tesislere gelen yerli turist sayısı 1.371.459 kişi ve belediye belgeli tesislere geliş sayısı 864.052 kişidir. 2009 yılı verilerine göre Antalya'yı ziyaret eden yerli turist sayısı işletme belgeli tesislerde 1.871.571 kişi ve belediye belgeli tesislerde ise 1.299.919'dur. 2010 döneminde ise işletme belgeli tesislere gelen yerli ziyaretçi sayısında bir artış yaşanmış ve sayı 2.572.463 kişiye ulaşmıştır. Belediye belgeli tesislere gelişte bir düşüş yaşanmış ve kişi sayısı 618.130 olarak gerçekleşmiştir (Tablo 3.5).

Tablo 3.6 Antalya İlinde Turistlerin Tercih Ettiği Konaklama Türü

Konaklama Türü	2011		2008	
	Sayı	Yüzde	Sayılar	Yüzde
Otel	10.792	80,95	7.366	72,85
Tatil Köyü	1.476	11,07	1.622	16,04
Pansiyon	144	1,08	185	1,83
Apart Otel	471	3,53	589	5,83
Diğer	448	3,36	349	3,45

Kaynak: Antalya Yöresi Turist Profili Araştırması, 2011, 26

2011 yılında gerçekleştirilen Antalya bölgesi turist profili araştırmasına göre, 2008 yılında olduğu gibi 2011 yılında da Antalya'ya gelen turistlerin %80,95'i otelde konaklamayı tercih etmiştir. Tatil köyünde konaklamayı tercih edenler %11,07'lik bir payı oluşturmaktadır. Apart otelde konaklamayı tercih edenlerin payı ise %3,53 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 3.7 Antalya'ya Tatile Gelen Turistlerin Yaptıkları Aktiviteler

Aktiviteler	Yıllar			
	2011		2008	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Alışveriş	4876	36,9	5597	54,1
Doğa Turları	3359	25,4	2984	29
Hiçbiri	2265	17,2	1175	11,4
Sportif Faaliyetler	855	6,5	2974	28,8
Tarih ve Arkeoloji Turları	838	6,3	2949	28,5
Şehir Turu	445	3,4	3252	31,4
Diğer	373	2,8	812	7,9
Sanatsal ve Kültürel Etkinlikler	189	1,4	2094	20,3

Kaynak: Antalya Yöresi Turist Profili Araştırması, 2011, 28.

Antalya'ya gelen turistlerin tatillerini değerlendirme süreçlerinde gerçekleştirdikleri aktivitelere göre %36,9'u alışveriş yapmayı tercih etmektedir. %25,4'ü doğa turlarına %6,5'i sportif faaliyetlere, %6,3'ü tarih ve arkeoloji turlarına ve %3,4'ü şehir turlarına katılım gerçekleştirmiştir. %17'2'side herhangi bir aktiviteye katılım göstermemiştir (Tablo 3.7).

Tablo 3.8 Antalya İlini Ziyaret Etme Nedenleri

Ziyaret Nedeni	Yıllar			
	2011		2008	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Akraba/Arkadaş Ziyareti	351	2,8	322	3,4
İş Gezisi	115	0,9	140	1,5
Sağlık Tedavi	288	2,3	146	1,6
Tatil Eğlence	10.855	85,3	7.293	74,2
Her şey Dahil Sistemi	1.029	8,1	2.170	22,8
Diğer	80	0,6	161	1,7
Dini/İnanç	-	-	87	0,9

Kaynak: Antalya Yöresi Turist Profili Araştırması, 2011, 29.

Turistlerin Antalya'yı ziyaret etme nedenleri incelendiğinde %85,3'ü gibi büyük bir çoğunluğun tatil ve eğlence amaçlı Antalya'ya geldikleri görülmektedir. %8,1'lik bir kısım ise her şey dahi sistem için Antalya'yı tercih etmektedir. %2,8'i arkadaş ve akraba ziyareti için Antalya'da bulunurken %2,3'ü sağlık ve tedavi için Antalya'yı tercih etmektedir.

3.3 Antalya’da Turizm Alanları ve Turizm Çeşitleri

3.3.1 Kültür Turizmi

Eski sanat eserleri, tarihi yapılar ve tarihi yapılara ait kalıntıların görülmesi, araştırma, keşif ve dini amaçlı seyahatler, yerel mimari ve özgün özellikler, kütüphaneler, yerel mutfak, festivaller ve fuarlar, tiyatro ve sinema, müzik ve dans, lisans ve edebi çalışmalar ve alt kültürleri tanıma amacı ile yapılan seyahatler kültür turizmi olarak değerlendirilmektedir. Bir bölgeye olan turist akımını en fazla yönlendiren çekiciliklerden biri de bölgenin kültürel ve tarihsel değerleridir. Dünyanın her yerinde tarihsel alanlar ve yapılar, bazı tarihsel olaylar veya kişilerle ilgili oldukları için özel önem taşımaktadır. Çünkü insanlar her zaman kendilerinin ve diğer insanların geçmişlerine özel ilgi duymuşlardır (Olalı ve Timur, 1988). Antalya doğal güzellikleri ile olduğu kadar tarih ve kültür hazineleri ile de ön plana çıkan bir destinasyondur. Kültürün, tarihin hissedilebileceği birçok müze ve ören yeri Antalya’yı vazgeçilmez bir turizm merkezi haline getirmektedir.

Antalya Müzesi: Antalya Müzesi, 1922 yılında öğretmen Süleyman Fikri Erten tarafından 1. Dünya Savaşı’ndan sonra bölgeye gelen işgal güçlerinin yağmasından kurtarılan eserlerin korunması amacıyla kurulmuştur. Antalya Müzesi bugün 30.000 metre kareyi kaplayan bir alanda 14 sergi salonu ile heykel ve değişik eserlerin sergilendiği açık hava galerileri ve bahçeden oluşmaktadır. İnsanlık tarihine kesintisiz tanıklık etmiş Anadolu topraklarının en zengin geçmişe sahip köşelerinden biri olan Antalya Bölgesi’nin sınırları içerisinde yer alan üç antik kültür bölgesi Likya, Pamfilya ve Pisidya’nın önemli bir bölümü Antalya Müzesi’nin sorumluluk alanını oluşturmaktadır (<http://www.antalyakentmuzesi.org.tr> Erişim Tarihi: 06.09.2013)

Alanya Arkeoloji Müzesi: Müze arkeolojik ve etnografik eserlerin korunması ve sergilenmesinin amacıyla 1967 yılında iki bölüm halinde ziyarete açılmıştır. Müzenin ilk açılışında; bölgede henüz kalıntılara rastlanmayan ancak, Anadolu kronolojisini tamamlaması bakımından gerekli olan Eski Tunç, Urartu, Frig ve Lidya dönemine ait eserler, Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesinden getirilerek, arkeoloji bölümünde sergiye sunulmuştur. Müzenin bahçesi açık sergi alanı olarak düzenlenmiş olup; bölgeye özgü ostoteklerle, Roma dönemi nekropollerini anlatılmak istenmiştir. Ostotekler, müze koleksiyonunun önemli bir bölümünü oluşturmakta olup, burada özgün örnekleri görmek mümkündür (www.kulturvarliklari.gov.tr Erişim Tarihi: 12.08.2013).

Side Müzesi: Manavgat ilçesine bağlı Side beldesinde bulunmaktadır. Roma Devrine ait agoranın karşısında bulunan, M.S. 5-6 yüzyıldan kalma antik agoranın hamamı 1960/61 yıllarında restore edilerek müze haline getirilmiştir. Müzede sergilenen eserlerin büyük bir bölümü, 1947-1967 yılları arasında Side antik kentinde yapılan kazılarda, çıkarılan

buluntulardır. Hellenistik, Roma ve Bizans devrinden; yazıtlar, silah kabartmaları, Roma devrinden yapılmış Grek orjinallerinin kopyası olan heykeller, torsolar, lahitler, portreler, ostotekler, amphoralar, sunaklar, mezar stelleri, sütun başlıkları ve sütun kaideleri sergilenmektedir (Atvur, 2000).

Elmalı Müzesi: Antalya'nın 11km güneybatısında yer alan Elmalı ve çevresi, kendine özgü stratejik ve coğrafi konumu ile Neolitik dönemden günümüze dek, kesintisiz olarak pek çok uygarlığın gelişmesine sahne olmuştur. Bölgede yapılan arkeolojik araştırmalar ve kazılar sonucu ortaya çıkarılmış olan yerleşim yerleri, mezarlar, mimari bulgular ve buluntular bölgede oldukça yüksek ve farklı kültürlerin varlığına işaret etmektedir. Türkiye'nin arkeolojik ve tarihi müzeleri arasında önemli bir yere sahip olan Elmalı Müzesi'nde bölgenin tarihini aydınlatan çok önemli arkeolojik eserler sergilenmektedir. Elmalı Müzesi, Gündoğan Mahallesi, İbrahim Elmalı caddesi üzerinde bulunan Eski Hükümet Konağı'nda kurulmuştur. Yapıldığı 141 yılından 1987 yılına kadar ilçenin Hükümet Konağı, daha sonra Vergi Dairesi ve bir bölümü öğretmen evi görevini yapmış olan bu yapının içerisinde müze ihtiyaçlarına uygun biçimde değişiklik yapılarak, üçü zemin, sekizi birinci katta olmak üzere, on bir adet sergi salonu oluşturulmuştur (www.kulturvarliklari.gov.tr Erişim Tarihi:12.08.2013).

Noel Baba Müzesi: Aziz Nikolaos Kilisesi, Bizans sanat tarihinin önemli bir mimari üslubu ve süslemesiyle Orta Bizans Dönemi'nin en seçkin örneğidir. İ.S. 5.yüzyılda Myra'nın (Demre) Likya eyaletinin başkenti, Myra Başpiskoposu'nun da Anadolu'nun ikinci büyük din otoritesi olması, Aziz Nikolaos'un ölümünden sonraki yıllarda şehrin saygınlığının artmasında büyük rol oynamıştır. Myra halkı ölümünden sonra Aziz adına önce bir anıt, sonra da büyük bir bazilika inşa ettirmiştir. Myra'daki bazilika depremler ve şehre yapılan akınlar sonucu 8.yüzyılda büyük hasar görmüş, 9. yüzyılda ise kubbeli kilise olarak yeniden inşa edilmiştir (Batı Akdeniz Mimarlık Dergisi, 1999).

Antalya Atatürk Evi: Cumhuriyetin ilk yıllarında Valiliğe ait olan ve Antalya'yı ziyaretlerinde Atatürk'e tahsis edilmiş olan köşk, Atatürk Müzesi olarak onun anılarını yaşatmak üzere 1984 yılında Kültür Bakanlığı'na tahsis edilmiştir. Şehrin yeni imar planı uygulaması sırasında caddede kaldığı için yıkılan binanın aynısı Kepez elektrik Şirketi tarafından biraz geri çekilerek yeniden yaptırılmıştır. Dikdörtgen planlı, iki katlı, iki cepheli, üzeri kiremit örtülü kırma çatılı taş-tuğla duvarlı olan bina 1986 yılından beri Atatürk Evi ve Müzesi olarak hizmet vermektedir (Batı Akdeniz Mimarlık Dergisi, 1999).

Alanya Atatürk Evi: 18 Şubat 1935 yılında Alanya'ya gelen Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu Ulu Önder Atatürk'ün Alanya'yı ziyareti sırasında bir süre kalıp dinlendiği ev, sahibi Tevfik Azakoğlu tarafından Kültür Bakanlığına hibe edilmiş ve 1987 yılında da restore edilip döşenerek "Atatürk Evi ve Müzesi" olarak ziyarete açılmıştır.

Müzenin birinci kat odalarında Atatürk'ün kişisel eşyaları, fotoğrafları, Atatürk'ün Alanyalılarına yazmış olduğu bir telgraf ve diğer tarihi belgeler sergilenmekte, ikinci kattaki diğer odalarda ise tipik bir Alanya evi tüm elemanları ile canlandırılmakta, çevreye özgü etnografik eşyalardan örnekler sergilenmektedir (Alanya Müze Müdürlüğü, 1998).

Tablo 3.9 Müze Ziyaretçi Verileri (Ocak-Kasım 2013)

Müzeler	Ücretli Ziyaretçi	Ücretsiz Ziyaretçi	İndirimli Grup	Müze Karth Ziyaretçi	Kurumsal Karth Ziyaretçi	Toplam Ziyaretçi
Antalya Müzesi	40 924	40 780	30 031	16 872	1 466	130 073
Alanya Müzesi	15 022	7 735	-	3 508	-	26 275
Side Müzesi	21 411	10 178	2 810	7 735	-	42 134
Elmalı Müzesi	1 417	6 448	-	1 426	-	9 291
Noel Baba Müzesi	40 471	62 508	394 150	26 675	-	522 804
Antalya Atatürk Evi	-	76 903	-	-	-	76 903
Alanya Atatürk Evi	-	7 778	-	-	-	7 778

Kaynak: Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü İstatistiklerinden Araştırmacı Tarafından Derlenmiştir.

Arykanda Ören Yeri: Antalya İli, Finike İlçesi, Arif Köyü sınırları içerisinde yer alan Arykanda Antik Kenti'nin ismi Likya dilinde "Ary-ka-wanda", "yüksek kayalığın yanındaki yer" anlamına gelmektedir. Kentin adının filolojik açıdan yerli Anadolu dilini yansıması, bölgenin en eski şehirlerinden biri olduğunu göstermektedir. Arykanda kenti, Şahinkaya diye bilinen sarp bir kaya yüzeyinin dibinden başlayan, güneye eğimli arazi üzerinde yer almaktadır. Kentte en üst seviyede yer alan yapı, Şahinkaya'nın güney batı eteğindeki gözetleme kulesidir. Kulenin güneyindeki üçgen plan veren Akropol'ün kentin ilk yerleşim yeri olduğu düşünülmektedir. Bu alanın doğusunda bouleuterion ve doğusundaki üç dükkânın kuzeyinde İ.Ö. 4.yy.'da inşa edilmiş Güneş Tanrısı Helios adına yapılmış tapınak bulunmaktadır. Kentin gözetleme kulesinden sonra en üst seviyedeki diğer yapısı İ.S. 1.y.y'da inşa edilen stadiondur. Tek uzun kenarlarında oturma sıraları yer almakta, diğer uzun kenar yamaca açılmaktadır. Bir alttaki terasta, bölgenin ufak fakat en iyi korunmuş tiyatrosu yer almaktadır. En alttaki terasta ise agora ve meclis binası işlevi de veren odeon görülmektedir. Şehrin güneydoğusunda bulunan gymnasium, hamamın hemen yanında yer almakta ve

hamam-gymnasium görünümü vermektedir. Şehrin “doğu nekropolü” olarak isimlendirilen mezar alanı, birçoğu ayakta kalmış anıt mezarlarla dikkati çekmektedir (Bayburtoğlu, 2004).

Aspendos Ören Yeri: Aspendos, sadece Anadolu’nun değil tüm Akdeniz dünyasının en iyi korunmuş Roma dönemi tiyatrosuna sahip olmasıyla ünlüdür. Şehir, bölgenin en büyük nehirlerinden Köprüçay (Antik Eurymedon) yakınlarındaki tepe düzlüğünde kurulmuştur. İ.Ö. 5. y.y’da basılmış sikkelerinde adı Estvediys olarak geçer. Anadolu kökenli bu isim, şehrin çok eskilerden beri yerleşim gördüğünün kanıtıdır. Akdeniz ile ulaşımını ve gelişmesini yakınındaki nehre ve dolayısıyla çevresindeki bereketli topraklara borçlu olan Aspendos’ta bugün çoğunlukla tiyatro ve su yolları ziyaret edilmektedir. Şehre ait diğer yapıların kalıntıları ise tiyatronun yaslandığı tepenin düzlüğünde yer almaktadır. Aspendos Tiyatrosu, gerek mimari özellikleri gerekse iyi korunmuş olması ile Roma dönemi tiyatrolarının günümüzdeki en seçkin temsilcilerinden biridir (Antalya Kültür Envanteri, 2004).

Perge Ören Yeri: Aksu sınırları içerisinde yer alan Perge, sadece bölgenin değil, tüm Anadolu’nun en düzenli Roma dönemi kentlerinden biridir. Mimarisi yanında mermer heykeltıraşlığıyla da ünlüdür. 1946 yılından beri İstanbul Üniversitesi tarafından yürütülen kazılar sonucu şehir merkezinin önemli anıtsal yapıları gün ışığına çıkarılmış, ele geçen heykel buluntuları sayesinde Antalya Müzesi dünyanın en zengin Roma Dönemi heykel müzelerinden birisi olma özelliğini kazanmıştır (Çevik, 2002).

Myra Ören Yeri: Bugünkü Demre ilçe merkezinde yer alan Myra Antik Kenti, aynı adı taşıyan ova üzerinde kurulmuştur. Myros nehrinin (bugünkü Demre Çayı) batısındaki ulaşımına elverişli kanal ile şehrin denizle bağlantısı sağlanmaktaydı. Kanalin diğer yanında yer alan Andriake (Çayağzı) limanından da bölgenin deniz ulaşımı ve ticareti yürütülmekteydi. Myra Antik Kenti özellikle Likya dönemi kaya mezarları, Roma dönemi tiyatrosu ve Bizans dönemi Aziz Nikolaos Kilisesi (Noel Baba) ile ünlüdür. Kaya mezarları, Likçe yazıtları ve sikkeler, Myra’nın en azından İ.Ö. 5. y.y’den itibaren varlığını sürdürdüğünü göstermektedir. Strabon’un verdiği bilgiye göre Likya Birliğinin altı büyük kentinden biri olan Myra, Likçe yazıtlarda Myrrh adıyla anılmaktadır. İ.S. 2. yy. Myra’nın büyük bir gelişmeye sahne olduğu dönemdir. Likya Birliğinin Metropolisi olan şehirde, Likyalı zengin kişilerin yardımları ile birçok yapı inşa edilmiş ve onarılmıştır (Bayburtoğlu, 2004).

Xanthos Ören Yeri: Fethiye-Kaş karayolu üzerinde, Kınık Beldesinde yer alan şehir, Xanthos Nehri (bugün Eşen Çayı) kenarındaki ovaya hâkim iki tepe üzerinde kurulmuştur. İlki Eşen Çayı’nın kenarından sarpça bir kayalık şekilde yükselen surla çevrili Likya akropolü; ikincisi ise kuzeydeki daha yüksek ve geniş olan Roma akropolüdür. Likya Birliği’nin idari merkezi olarak nitelendirilen Xanthos’un ismi Likya dilinde yazılmış kitabelerde “Arnna” şeklinde geçmektedir. Homeros, Sarpedon yönetimindeki Xanthosluların

Troya savaşlarına katıldıklarını anlatmaktadır. Ancak kazılarda elde edilen buluntular şehrin iskânını İ.Ö. 8.y.y. öncesine götürmeye imkân vermemektedir. Xanthos örenyeri, Likya uygarlığının özgünlüğü ve kazılarda elde edilen buluntuların önemi nedeniyle UNESCO tarafından Dünya Kültür Mirası listesine dâhil edilmiştir (Antalya Kültür Envanteri, 2004).

Simena Ören Yeri: Günümüzde Kaleköy olarak anılan antik Simena küçük bir Likya kıyı kenti olup, M.Ö. 4.y.y.'dan günümüze kadar iskan görmüş stratejik bir nokta olma özelliği göstermektedir. Bu özelliğini en canlı yansıtan kalıntı günümüze dek sağlam kalmış kale olup, buradan Kekova ve çevresinin en mükemmel manzaralarını izlemek mümkündür (Umar, 2004)

Patara Ören Yeri: Fethiye-Kalkan arasında Xanthos vadisinin güneybatı ucunda bugünkü Ovagelemiş Köyünde yer alan Patara Antik Kenti, Likya'nın en önemli ve en eski şehirlerinden biridir. Akdeniz Üniversitesinden Prof. Dr. Fahri Işık ve ekibi tarafından 1988 yılından beri kazıları sürdürülen Patara Antik Kenti, arkeolojik ve tarihsel değerlerinin yanında Akdeniz kaplumbağaları Caretta Carettaların milyonlarca yıldır yumurtalarını bırakıp yavruladıkları ender sahillerden biri olması ile de ayrı bir öneme sahiptir. Kent, Doğucasarı Akropol suru ile Alakür Tepesi'ndeki Batı Suru arasında ve güneyde Limanağzı'nda yükselen Kurşunlutepe ile kuzeyde kente giriş konumundaki Kısık Geçidi arasında 10 km²'lik bir alanı kaplamaktadır (Antalya Kültür Envanteri, 2004).

Termessos Ören Yeri: Termessos Pisidia bölgesinin "Milyas" olarak anılan güneybatı bölümünde, bugün "Güllük" adını taşıyan Solymos Dağı'nın dorukları arasındaki vadide, Anadolu'nun en eski halklarından Luvilerin soyundan gelme Solym'ler tarafından kurulmuş önemli bir antik kenttir. Orman içinde korunan ören yerlerinin en çarpıcılarından biri olup, aynı adı taşıyan Milli Park içinde yer almaktadır. Güllük Dağı (Termessos) Milli Parkı; bitki örtüsü ile bölgenin botanik, içlerinde soyu tükenmekte olanların da bulunduğu pek çok hayvanı barındırma özelliği ile de açık hayvanat bahçesi görünümündedir. Antalya-Korkuteli karayolunun 24. km.den sola tırmanan özel yolla, Güllük Dağı'ndaki kalıntılara ulaşılabilir (Kunar, 1997).

Olympos Ören Yeri: Antalya'nın güney sahillerinde Phaselis'ten sonra ikinci önemli liman kenti Olympos'tur. Şehir adını, 16. km. kuzeyindeki Torosların batı uzantılarından biri olan 2375 m. yüksekliğe sahip Tahtalı Dağı'ndan alır. Beydağları-Olympos Milli Parkı sınırları içinde yer alan şehre ulaşım, Antalya - Kumluca karayolundan güneye ayrılan iki sapaktan da mümkün olup, gerek plajı gerekse ormanlık alanları ile Antalya'nın beğenilen günübirlik tatil alanlarından biridir. Kesin kuruluş tarihi bilinmemekle birlikte İ.Ö.167-168 yıllarında basılan Likya Birlik sikkelerinde adı geçen Olympos, Likya Birliği'nde üç oy hakkına sahip 6 şehirden biridir. Birlik'te Likya'nın doğusunu temsil etmektedir. Kentin

günümüze ulaşmış kalıntılarının çoğu orman içinde ağaç ve çalılarla örtülü olup, Helenistik, Roma, Bizans dönemlerine aittir (Antalya Kültür Envanteri, 2004).

Alanya Kalesi: Denizden ve karadan zor ulaşılabilirliği ve doğal korunaklı oluşu nedeniyle tarih boyunca kesintisiz yerleşim görmüş olan Alanya Kalesi, Anadolu'yu süsleyen yüzlerce kaleden bugün ayakta kalabilmiş, en iyi korunmuş Ortaçağ kalelerinden birisidir. Kale, 6,5 km'yi bulan surlarının uzunluğu, 140'ı bulan burçları, içindeki 400'e yakın sarnıcı, görkemli, yazıtlı ve bezemeli kapıları ile bir açık hava müzesi görünümündedir. Surlar Kızılkule'den başlayarak planlı bir şekilde Ehmedek, İç Kale, Adam Atacağı, Cilvarda Burnu Üstü, Arap Evliyası Burcu ve Esat Burcu'na inerek Tophane ve Tersane'yi geçip başladığı yer olan Kızılkule'de son bulmaktadır (www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 12.08.2013).

Syedra Kalesi: Alanya'nın 25 kilometre doğusunda bulunan tarihi yapının Alanya Müzesi'nin yaptığı kazı çalışmaları sonunda kent tarihinin İ.Ö 7'inci yüzyıla kadar uzandığı tahmin edilmektedir. Varlığını 13'üncü yüzyıla kadar sürdüren kente, halen ayakta olan anıtsal kapıdan girilmektedir. Kentin çevresi surlarla çevrilidir. Doğal su kaynaklarından beslenen ve içi sıvalı su sarnıçları antik çağdan günümüze kalan yapılar arasındadır (Antalya Kültür Envanteri, 2004).

Tablo 3.10 Örenyeri Ziyaretçi Verileri (Ocak-Kasım 2013)

Ören Yerleri	Ücretli Ziyaretçi	Ücretsiz Ziyaretçi	İndirimli Grup	Müze Karth Ziyaretçi	Kurumsal Karth Ziyaretçi	Toplam Ziyaretçi
Aspendos	78 468	44 539	227 158	35 378	10	385 553
Perge	34 893	17 225	113 139	13 616	-	178 873
Phaselis	121 248	13 233	34 623	32 275	2	201 381
Myra	37 215	48 692	354 685	16 188	-	456 780
Xanthos	24 215	3 716	3 965	6 260	-	38 656
Simena	26 756	1 389	2 206	5 388	-	35 739
Patara	85 947	34 459	2 792	20 120	-	143 318
Termessos	26 515	5 958	2	3 063	-	35 538
Olympos	99 956	36 176	1 571	47 767	-	185 170
Arykanda	1 961	280	104	753	-	3.098
Alanya Kalesi	198 104	82 774	117 996	15 570	-	414 624
Syedra Kalesi	264	-	-	-	-	264

Kaynak: Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü İstatistiklerinden Araştırmacı Tarafından Derlenmiştir.

3.3.2 Deniz-Kum-Güneş Turizmi

Türkiye'nin en önemli turizm merkezi olan Antalya'nın kıyılarının uzunluğu, girinti, çıkıntı dâhil 640, düz hat 500 km'dir. Antalya'nın batı kıyılarında dağların denize dik inmesi

nedeniyle deniz derindir ve plajlar süreklilik göstermemektedir. Ancak Kemer, Tekirova, Kumluca, Finike, Demre ve Kaş kıyılarında iyi olanaklı doğal plajlar bulunmaktadır. Ayrıca Beldibi Plajları, Göynük Sahilleri ile Kemer, Tekirova, Olympos ve Gelindonya burnundan Xsantos'a kadar olan sahillerde turizm için gerekli bütün doğal unsurlar bulunmaktadır. Konyaaltı ve Reşat Adası Plajları da Antalya'nın batısında yer almaktadır. Antalya'nın doğu kesiminde ise dağların denize paralel uzanması, dağlarla deniz arasında bir ova oluşmasını sağlamış, böylece Antalya'dan başlayıp Side ve Gazipaşa yakınlarına kadar ince kumdan meydana gelen plajlar oluşmuştur. Lara, Karpuzkaldıran, Belek, Kundu plajları Antalya'nın doğusunda yer alan plajlardandır.

Antalya'da Mavi Bayrak ödüllü çok sayıda plaj mevcuttur. Mavi Bayrak, Avrupa Çevre Eğitim Vakfı'nın (EEE) 1987'den bu yana yürüttüğü; deniz ve göl sularının temizliğini, kıyıların düzenini, plaj hizmetlerinin niteliğini yükseltmeyi amaçlayan bir kampanyadır. Ülkemizde 1992'de Akdeniz kıyılarımızda başlatılan kampanya çalışmaları, Avrupa Çevre Eğitim Vakfı üyesi Türkiye Çevre Eğitim Vakfı tarafından yürütülmektedir.

Tablo 3.11 Antalya Mavi Bayraklı Plaj Sayısı

Yıllar-Mavi Bayraklı Plaj Sayısı						
1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
45	47	50	61	59	72	87
Yıllar-Mavi Bayraklı Plaj Sayısı						
2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
90	126	143	156	163	174	190

Kaynak: Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü İstatistiklerinden Araştırmacı Tarafından Derlenmiştir.

Antalya'daki ince kumlu doğal plajlar ve güzel manzaralı koyların yanı sıra mart-aralık aylarında iklimin ve deniz suyu sıcaklığının uygun olmasıyla devam eden deniz mevsimi bölgenin turizm potansiyelini arttırmaktadır (Antalya Kültür Envanteri, 2004).

Kleopatra Plajı: Adını mısır Kraliçesi Kleopatra'dan alan plaj 2 kilometrelik uzunluluğa sahiptir ve Alanya'nın batısında yer almaktadır.

İncekum Plajı: Çadır kampı yapılması için uygun olan plaj Alanya'nın yaklaşık 20 km. batısında yer almaktadır ve doğal, ince kumlardan oluşmaktadır.

Alanya Doğu Plajı: Alanya'nın doğusunda, Antalya-Mersin karayolu üzerinde yer alan Keykubat Plajı ile 14 km'lik sahil uzantısından oluşmaktadır. Sahil boyunca plaj tesisleri bulunmaktadır.

Koru Plajı: Gazipaşa'nın Koru Mahallesi'nde bulunan plajdaki deniz; kendi kendini filtre eden tek deniz olma özelliğine sahiptir ve üç doğal havuza sahiptir.

Konyaaltı Plajı: Antalya'nın 3 km. batısında, yaklaşık 1.5 km. uzunluğundaki plajda belediyenin yaptırarak işletmeye açtığı halka açık plaj tesisleri ile yeme, içme ihtiyacına cevap verebilecek gazinolar, pansiyonlar ve oteller bulunmaktadır.

Phaselis Plajı: Tarih, dağ, deniz, orman, sığ bir koy ve ince kum birleşiminden oluşan bir plajdır.

Tekirova Kıyıları: Kayalık ve kumsal kıyıları ile vahşi doğa güzelliklerine sahiptir.

Adrasan Kıyıları: Antalya'nın doğal bir limanı olup kayalık ve ince kumlu doğal plajlara sahiptir.

Karpuz Kaldıran Plajı: Lara Plajı'nın batısında Düden Şelalesi'nin denize döküldüğü yerde bulunmaktadır. Askeri dinlenme kampı olarak kullanılan plajın kumu ince, denizi sığdır.

Ulaş Plajı: Alanya merkezine 6 kilometrelik uzunluktaki Ulaş Plajı, denize girmek için en çok tercih edilen yerlerdendir. Plajın uzantısı halindeki Karayolu Ulaş Dinlenme Parkı ise arabalı turistlerin dinlenme yeri olarak düzenlenmiştir.

Lara Plajı: Antalya'nın 12 km. doğusunda yer almaktadır ve kumu gayet ince olup çam ormanları ile kaplıdır. Halka açık plajları, yiyecek ve içecek ihtiyacını karşılayacak gazinoları ve soyunma kabinleri bulunmaktadır.

Kemer Plajı: Kemer'de Beldibi mevkiinden başlayıp Tekirova'ya kadar olan bölümü genellikle ince kumlardan oluşan doğal bir plajdır.

Patara Kumsalı: Özel Çevre Koruma Bölgesi olan Patara (Ovagelemiş), Kaş-Fethiye yolu üzerinde ilçe merkezine 45 km. uzaklıktadır.

Finike Sahilleri: İnce kumları ve güzel manzarası ile Akdeniz sahillerinin doğal plajlarına sahiptir.

Sorgun Plajı: Antalya'nın en güzel plajlarından. Manavgat'a giderken güneye inen yoldan yaklaşık 6 km. gidildiğinde ulaşılan doğal bir plaj ve sahildir.

Adalar Plajı: Karaalioğlu Parkı'nda kayalık bir plajdır. Yeme içme ihtiyacının karşılandığı gazinosu ve soyunma kabinleri vardır (Antalya Kültür Envanteri, 2004).

3.3.3 Yayla Turizmi

Türkiye'de yayla turizmi açısından geniş olanaklara sahip dağlardan birisi de Toros Dağları'dır. Toros Dağları Alp Dağları sisteminin güney kanadına ait olup, geniş bir alana yayılmaktadır. Bu dağ kuşağının Antalya Körfezi'nin kuzeyinde kalan kısmı Batı Torosları oluşturmaktadır. Batı Toroslar, sahip oldukları eşsiz güzellikteki manzaraları, gölleri, ormanları, yaylaları ve alpin çiçeklerle süslü çayırıları bölge sakinlerini Nisan ayından başlayarak, Ekim ayına kadar kendisine çekmektedir. Yöredeki tarımsal hayat tarzının

karakteristik bir uygulaması olan yaylaya çıkma geleneği günümüzde yeni anlamlar yüklenerek sürdürülmektedir. Geleneksel yaylacılık faaliyetlerinde kullanılan yaylalar, günümüzde fonksiyonel değişime uğrayarak, insanların tatillerini geçirdiği sahalar niteliğini kazanmış ve turizm sektöründe değerlendirilmeye başlanmıştır (Zaman, 2007). Bu sayede tatil anlayışları birbirine tamamen zıt olan iki farklı turist tipini aynı bölgede ağırlama olanağına sahip Antalya yaylaları, yerli ve yabancı turistlerin uğrak yeri olmuştur (Sarı, 2007).

Antalya batısındaki Beydağlarında yer alan yaylalar; Üçoluk Yaylası, Belen Yaylası, Beydağı Yaylası, Emzik Çeşme Yaylası, Karagöl Yaylası, Göllü Yaylası, Altınyaka (Gödene) Yaylası, Söğütçuma Yaylası (Sarı ve Tepeli, 2003). Antalya bölgesinde yer alan diğer yaylalar ise şunlardır: Finike - Ördübek Yaylası, Gömbe Yaylası; Saklıkent (Saklı) Yaylası; Serik - Ovacık Yaylası; Serik Beşkonak, Altınkaya (Zerk-Selge), Ballıbucak Köyleri, Gödre ve İkiz Yaylaları; Akseki - Piser Yaylası; İbradı Maşad, Kocaoluk, Sütleğen, Elmalı, Gebesin, Söğütbeli, Sülek Yaylaları; Alanya - Dereköy Yaylası; Alanya - Demirtaş Nahiyesi Kaş - Sapadere - Tokar ve Söğüt Yaylaları (Antalya Kültür Envanteri, 2004).

3.3.4 Kış Turizmi

Dünya turizm hareketlerinden önemli oranda yararlanan ülkeler, turizm türlerini arttırarak turizm sezonunu uzatmak, bu sektörden sağladıkları geliri yükseltmek ve istihdamın yıl boyunca devam etmesini sağlamak çabası içindedir (Akova, 1999). Bu bağlamda dünyada nadir olarak rastlanan bir durum Antalya ili için söz konusudur ve mutlaka değerlendirilmesi gereken bir olgudur. Bu olgu, kıyı turizminin uygulandığı bir merkezin, aynı zamanda kış turizmi ve kayak merkezi olarak önem kazanmasıdır. Antalya ili genel olarak yaz mevsiminde yoğunluk kazanan kıyı turizmi ile ün kazanmış olsada, yılın belirli bir kısmına sıkışan bu turizm türüne alternatif oluşturacak alansal çeşitliliğe de sahiptir (Sarı, 2007).

Saklıkent Kayak Merkezi, Antalya'nın hemen batısında ve Beydağlarının bir parçası olan Bakırlıdağı (2.547 m.)'nin kuzey yamaçlarındaki Saklı yaylası ve çevresini kapsamaktadır. Saklıkent Kayak Merkezi'nin denizden yüksekliği, 1.915 m. (tesisler sahasında) olup, söz konusu rakam kayak pistleri yakınlarında 1.970 m.ye kadar çıkmaktadır. Bu merkezde genellikle 1.800-2.000 m. arasında kalan alanlar yerleşim merkezi, 2.000 m.den yukarıda yer alan kesimler ise kayak alanları olarak değerlendirilmiştir (Doğanay ve Zaman, 2002).

Kayak sezonu, Aralık ayı ortalarında başlar ve Mart ayı sonlarında son bulmaktadır. Toplam uzunluğu 2.5 km. olan, amatör, orta derecede ve profesyonel kayak yapılabilen farklı zorluk derecelerinde (eğim ve kayma güçlük derecelerine göre) toplam üç pist yapılmıştır. Pistlerin ortalama eğimi %35-40 civarındadır. Tesislerde 2 adet teleski (240 kişi/saat ve 340

kişi/saat kapasiteli biri 750 m. ve diğeri 850 m. lik), 1 adet telesiyej, 2 adet bayb lift kullanıma sunulmuştur. Saklıkent'te toplam 120 yatak kapasiteli üç konaklama tesisi bulunmaktadır (Sarı, 2007).

Bir diğerkayak merkezi olan Tahtalı dağı Kayak Merkezi, Kemer'de Tahtalı dağı (2.366 m.)'nin zirvesinde 60 hektarlık bir alanda kurulmuştur. Tesislerin olduğu alana Tekirova'dan (Kemer) 4.351 m. uzunluğundaki teleferik hattı ile ulaşılmaktadır. Üç ayrı kayak pistinin yer aldığı zirveye 9 dakikada ulaşmayı sağlayan teleferik hattı, 80 kişilik iki vagonuyla günde 2.000 kişi taşıyacak (saatte 470 yolcu) şekilde planlanmıştır (Antalya Kültür Envanteri, 2004).

Tablo 3.12 Antalya Kış Turizmi Alanları

Adı	Uzaklık (km.)	Dağ	Yükselti Kuşağı (m)	Kayak Sezonu
Saklıkent	Antalya 50km	Bakırlıdağı	1.800-2000m	Aralık-Mart
Akdağ	Antalya 45km	Akdağ	1.600-2.300m	Aralık-Nisan
Tahtalıdağı	Kemer 7km	Tahtalıdağı	2300m	Aralık-Mart
Kızlarsivirisi	Elmalı 20km	Kızlarsivirisi	-	-
Akdağ	Kaş 70km	Akdağ	-	-

Kaynak: Sarı, C. (2007), "Antalya'nın Alternatif Turizm Kaynakları", Akdeniz Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Araştırma Merkezi Müdürlüğü Yayınları, 20. Yüzyılda Antalya Sempozyumu, Antalya, 473-495.

Saklıkent ve Tahtalı dağı yanı sıra Antalya'da kış sporları merkezi olarak değerlendirilebilecek potansiyel sahalara Ak dağ (Alanya) da dâhil edilebilir. Alanya'nın hemen kuzeyinde yükselen ve Toros Dağları'nın bir parçası konumundaki Ak dağ, yükseltisi nedeniyle etkili kar yağışları almakta ve kış sporları için gerekli doğal şartlara sahip bulunmaktadır. Alanya'ya 45 km. uzaklıkta olup, Saklıkent Kayak Merkezi'nin Antalya ile olan karşılıklı etkileşiminin bir benzeri sahadır. Ak dağ'ın kış turizm potansiyeli Alanya'nın yaz turizm olanaklarıyla bütünleştiğinde, Alanya hem yaz hem de kış mevsimi boyunca turizm aktivitelerine sahne olarak, turizm pazarındaki etkinliğini daha fazla arttırma imkânına kavuşacaktır. Deniz seviyesinden 1.600-2.300 m. ler arasında yer alan potansiyel sahaya Alanya- Dereköy-Kadınhanı-Derinedere-Balıca-Yellicebelen (son 4-5 km. lik kısmı yürünmesi gerekmekte) yolu izlenerek ulaşılmaktadır. Yörede kar kalınlığı 2 m. ye kadar çıkmakta, karın yerde kalma süresi 6 ayı bulmaktadır. Bu meteorolojik verilere göre 20 Aralık-30 Nisan tarihleri arasında kayak yapmak mümkündür (Sarı, 2007).

3.3.5 Golf Turizmi

Türkiye'deki ilk golf kulübü 1895 yılında Constantinapole Golf Club adıyla Okmeydanı'nda kurulmuştu ve günümüzde İstanbul Golf Kulübü olarak Maslak'ta faaliyetini sürdürmektedir. Golf sporu 1980'lerde Türkiye'de çöküşe uğramış, 1990'lı yılların ortasında bu alanda yapılan yatırımların faaliyete geçmesi ve federasyonun kurulmasıyla yeniden ivme kazanmıştır.

1994 yılında Türkiye'nin ilk profesyonel golf sahası olan Klassis Golf ve Country Club ile Antalya Belek'teki ilk saha olan National Golf Kulübü hizmete girmiştir. 1995 yılında da Türkiye Golf Federasyonu kurulmuştur. Gerek turizmde teşvik yasalarının çıkmış olması gerekse Türkiye Golf Federasyonu'nun yürüttüğü çalışmalar sonucun 2000 yılı sonrasında golf sektörü önemli gelişmelere ve başarılarla imza atmıştır.

BETUYAB verilerine göre 2010 yılında Antalya Belek'teki golf sahalarında toplam 483 bin oyun oynanmıştır. Oyuncuların büyük bir bölümü yabancılardan oluşmaktadır. Yabancılar arasında ilk sırada Almanlar, ikinci sırada İngilizler, üçüncü sırada da İsveç'den gelenler yer almaktadır.

Belek'te gerçekleşen oyun sayılarındaki artış incelendiğinde; 2000 yılında 121 bin olan oyun sayısı, 2010'da 483 bine yükselmiştir. 10 yıl içinde yıllık ortalama artış oranı % 15'dir. Sadece 2010 yılı artışı ise % 10'dur (2009 oyun sayısı 437 bin).

Uluslararası Golf Tur Operatörleri Birliği 2008 yılında Belek'i "Yılın Golf Destinasyonu" ödülüne layık görmüştür. 2012 yılında ise Dünya Amatör Golf Şampiyonası için Belek'in ev sahipliği yapmış olması Türk Golf Turizminin Antalya – Belek sahaları ile kendini dünyaya ispat ettiğini göstermektedir.

2010 yılında Belek'teki golf tesislerinde oynanan oyunların % 64,7'si Kasım-Nisan arasındaki 6 aylık dönemde gerçekleşmiştir. Bilindiği gibi bu dönem Antalya bölgesinin düşük turizm sezonudur ve birçok konaklama tesisi de kapalı durumdadır. Golf sahalarına sahip olan bölgelerde konaklama tesisleri genelde yıl boyu açıktır, buralarda hem doluluk oranları hem de fiyatlar yaz ve kış dönemleri arasında çok büyük farklılıklar göstermemektedir. Dolayısıyla yatırımların geri dönüş süreleri kısalmaktadır (BAKA, 2011).

Tablo 3.13 Antalya’da Sahası Bulunan Golf Tesisleri (2013)

Golf Tesisi	Golf Sahası Yeri	Golf Sahası Sayısı
Antalya Golf Club	Belek-Antalya	2
Carya Golf Club	Belek-Antalya	1
Cornelia Golf Club	Belek-Antalya	3
Gloria Golf Resort	Belek-Antalya	3
Kaya Eagles	Belek-Antalya	1
Lykia Links	Manavgat-Antalya	1
Papillon Golf Club- The Montgomerie	Belek-Antalya	1
National Golf Course	Belek-Antalya	1
Rabinson Nobilis	Belek-Antalya	1
Sueno Golf Club	Belek-Antalya	2
Tat Golf Courses	Belek-Antalya	3

Kaynak: Türkiye Golf Federasyonu İstatistiklerinden Araştırmacı Tarafından Derlenmiştir.

Antalya Belek bölgesinin sahip olduğu iklim şartları, 30km yakınında bulunan uluslararası havalimanı, sahaların bulunduğu bölgedeki otellerin kaliteli hizmet sunması, golf sahalarının ünlü golf mimarları tarafından hazırlanmış olması bölgeyi golf turizmi açısından çekici kılmaktadır (BAKA, 2011).

Tablo 3.14 Antalya Golf Turnuvaları (Eylül-Aralık 2013)

Ay	Turnuva Adı	Saha
Eylül	TGF Yıldızlar Şampiyonası 1.Ayak	National-Antalya
Eylül	Belek Trophy	National-Antalya
Eylül	Sueno Hotels Monthly Tournament	Sueno Pines-Antalya
Ekim	AGK Ekim Turnuvası	Gloria-Antalya
Ekim	Sueno Hotels Monthly Tournament	Sueno Pines-Antalya
Kasım	Uluslar arası Türkiye Açık Final Şampiyonası	Montgomerie-Antalya
Kasım	Ngc Classics Turnuvası	National-Antalya
Kasım	Beko Classic Pro-Am	Gloria-Antalya
Kasım	Access Tour Mineks Ladies	National-Antalya
Kasım	Sueno Hotels Monthly Tournament	Sueno Pines-Antalya
Aralık	Titanic Pro-Am Turnuvası	National-Antalya
Aralık	National Başkanlık Turnuvası	National-Antalya
Aralık	Juniors Team Championship 2	National-Antalya
Aralık	Aylık Medal Turnuvası	National-Antalya
Aralık	Millenium Open Turnuvası	National-Antalya

Kaynak: Türkiye Golf Federasyonu İstatistiklerinden Araştırmacı Tarafından Derlenmiştir.

3.3.6 Kongre Turizmi

Kongre turizmi, giderek artan kongre ve konferans faaliyetlerinin ortaya çıkardığı bir turizm kolu olarak karşımıza çıkmaktadır. Kongre kavramı turizm sektörü açısından değerlendirildiğinde ulusal ve uluslararası kongre ve yabancı kongreler şeklinde bir ayırım yapmak mümkündür. Ulusal kongre; kongre sahibinin Türkiye’den bir kurum ve katılımcıların tamamının Türkiye’den olduğu kongrelerdir. Uluslararası kongreler, kongre turizminin en önemli kısmını oluşturan, Türkiye’de organizasyon sahibi veya sahibini temsilen bir kurumun var olduğu, kongre katılımcılarının Türkiye’den ve Türkiye dışından katılanlardan oluşmaktadır. Yabancı kongreler, kongre sahibinin ve katılımcıların Türkiye dışından olduğu, toplanılacak yer olarak Türkiye’nin seçildiği, genellikle meslek örgütlerinin seçimli veya seçimsiz genel kurul toplantılarıdır.

Antalya merkezinde ve ilçelerinde kongre salonuna sahip, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan belgeli 225 beş yıldızlı otel bulunmaktadır. Antalya’da, kongre turizminin diğer önemli bileşeni olan bir fuar merkezi Antalya Fuarcılık İşletme ve Yatırım A. Ş. (ANFAŞ) ve orta büyüklükte bir sergi merkezi (Cam Piramit) bulunmaktadır. Antalya ilindeki büyük kapasiteli beş yıldızlı oteller Antalya’nın kongre turizmi konusunda konumunu güçlendirmektedir. Söz konusu otellerin birçoğu gelişmiş ses, ışık ve görüntü teknolojileri ile ileri derecedeki teknolojik alt yapıya sahip olmalarının yanı sıra konaklamalar sırasında ihtiyaç duyulabilecek bir çalışma masası, kapalı devre yayın sistemi her odada standart olarak sunulmaktadır.

Antalya özellikle kara ve hava ulaşımı alanlarında da güçlü bir ulaştırma altyapısına sahip olmasıyla ön plana çıkmaktadır. Yaz döneminde 10 hedef Avrupa kenti ile düşük maliyetli tarifeli günlük uçuşlar yapılmaktadır. Ulaştırmanın da kongre turizmi açısından önemi göz önüne alındığında Antalya’nın avantajlı konumu pekişmektedir.

Antalya’nın salon kapasitesi yaklaşık 165 bin kişi ile, 87 bin kişilik salon kapasitesine sahip olan İstanbul’un iki katına yakındır. Antalya Türkiye’nin kongre kapasitesi içinde %37’lik pay ile ilk sırada yer almaktadır.

Antalya kısa dönemde kongre turizmi konusunda büyük ilerlemeler kaydetmiştir. 2010 yılında 40 uluslararası ve 46 ulusal olmak üzere toplamda 86 kongreye ev sahipliği yapmıştır. Bu kongrelere refakatçiler hariç 37 bin kişi katılmıştır.

Ayrıca, dünya çapında 95 ülkeden kongre düzenleyicisi ve dünya kongre sektörüne yön veren en az 3500 profesyonelin katılacağı Uluslararası Kongre ve Konvansiyon Birliği’nin International Congress and Convention Association, (ICCA) 2014 genel kurulunun Antalya’da yapılmasına karar verilmiştir.

Antalya Kongre Bürosu (Antalya Convention Bureau-ACB) 1996 yılında Antalya Tanıtım Vakfı (ATAV) bünyesinde kurulmuştur. Büronun kurulmasının başlıca sebebi Antalya’da kongre turizminin gelişimini sağlamak ve yaygınlaştırmaktır. Antalya Kongre ve Ziyaretçi Bürosu, Antalya Ticaret ve Sanayi Odası’nın da katkılarını aldığı 2010 yılından bu yana faaliyetlerini arttırmış, Antalya’nın ciddi bir potansiyeli olan kongre, toplantı, seminer organize edebilme potansiyelini hayata geçirmek için tanıtım faaliyetlerine hız vermiştir (BAKA, 2012).

3.3.7 İnanç Turizmi

İnanç turizmi, dinlerce kutsal sayılan beldeleri ziyaret etmek, dinsel toplantı ve törenlere katılmak veya bunları izlemek, hac gibi dinsel görevleri yerine getirmek kutsal ve ünlü mabetleri görmek amacıyla yapılan ve zaman zaman çok önemli boyutlara ulaşan seyahatlerin ve konaklamaların oluşturduğu bir turizm olayı olarak karşımıza çıkmaktadır (Usta, 2001).

İnanç turizmi, insanların inançlarını sergileme amacıyla kutsal olarak nitelendirdikleri yerleri ziyaret etmeleriyle başlamıştır. Dinlerin ortaya çıkışından itibaren dini öğretiler doğrultusunda kutsal yerlerin ziyareti kişisel tercihlerin ötesine geçmiştir. Bunun sonucu olarak kutsal yerler yüz binlerce kişiye ev sahipliği yapmış ve kitlesel bir hareket olarak kendisini göstermiştir. Günümüzde ise bu hareketler yeni biçim ve anlayışlarla alternatif bir olgu olarak yerini almıştır (Tarcan ve Atılğan, 1999).

Antalya’nın Finike ve Kaş ilçeleri arasında konumlanmış olan Demre (Myra), Likya uygarlığının en önemli altı kentinden birisidir. Kuruluş tarihi M.Ö. V. yüzyıla dayanmakta olup, birçok tarihi kalıntıya günümüzde ev sahipliği yapmaktadır. Kaya mezarları, tiyatro ve Aziz Nicholas Kilisesi yıl içerisinde binlerce turistini ziyaret noktası konumundadır (Yörük, 2010). Noel Baba olarak da adlandırılan Aziz Nicholas’ın burada yaşadığına inanılmaktadır. Demre piskoposu olarak yıllarca görev yapmış olan Aziz, burada ölmüş ve gömülmüştür. Ölüm tarihi olan 6 Aralık’ta özellikle Katolikler başta olmak üzere, her mezhepten insan kiliseyi ve antik kenti ziyaret etmekte ve büyük kısmı da ibadet ederek hacı olmaktadır. 5-7 Aralık 1983’te yapılan Noel Baba Sempozyumu ile kente olan ilgi artmış ve o tarihten itibaren devamlı bir turist akını sağlanmıştır. Toplamda 6 otel ve 294 yatak kapasitesinin bulunduğu Demre’ye her yıl yaklaşık bir milyon günübirlikçi turist gelmektedir. Ocak-Temmuz 2013 döneminde ziyaretçi sayısı 514.840 olarak tespit edilmiştir. (<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr> Erişim tarihi:19.08.2013).

Ayrıca bölgede bulunan Yivli Minare (Merkez), Kesik Minare Cami (Merkez), Kale Cami (Alanya), Aziz Nicolaos Kilisesi (Demre), Aya Yorgi Kilisesi (Alanya) inanç turizmi

kapsamında ziyaret edilen merkezler arasında yer almaktadır (Antalya İl Çevre Durum Raporu, 2007).

3.3.8 Mağara Turizmi

Mağara oluşumları bakımından önemli bir jeolojik-jeomorfolojik nitelik olan karstlaşma (karstik alanlar) Antalya’da geniş alanlar kaplamaktadır (Köksal, 1994; Akova, 1999). Antalya ili sınırları içerisinde, Karain (Yağca/Antalya), Damlataş (Alanya), Altınbeşik (İbradi) ve Dim (Alanya) mağaraları gibi, turizme açılmaları nedeniyle ulusal ve uluslararası düzeyde çok iyi tanınan belli başlı mağaraların yanı sıra, turistik çekiciliklere sahip birçok mağara bulunmaktadır (Sarı, 2007). Özellikle Antalya il merkezinin 30 km. kuzeybatısında, eski Antalya-Burdur karayoluna 5-6 km. uzaklıkta bulunan Yağca köyü sınırları içindeki Karain mağarasını Ocak-Kasım 2013 dönemlerinde 22.857 kişi ziyaret etmiştir (Antalya İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2013).

Aynı zamanda Antalya’da turizme açılmayı bekleyen pek çok mağara bulunmaktadır. Yalan Dünya Mağarası, Altınbeşik Mağarası, Kocain Mağarası, Beldibi Mağarası, Sırtlanini Mağarası, Geyikbayırı Mağarası, Konakaltı Mağarası ve Zeytintası Mağarası bunların başında gelmektedir. Bunlardan başka Küçükdipsiz Mağarası, Yerköprü Mağarası, Gürleyik Mağarası, Derya Mağarası, Karataş Semahöyük Mağarası, Çimeniçi Mağarası, Mahrumçalı Mağarası, Peynirdeliği Mağarası, Tilkiler Mağarası, Mavi Mağara, Düdensuyu Mağarası, Aslanlı (Yaren) Mağarası, Hasbahçe Mağarası, Kadiini Mağarası, Korsanlar Mağarası, Âşıklar Mağarası, Kekova Adası Deniz Mağarası, Asırlı Adası Deniz Mağarası, Güvercinlik Deniz Mağarası, Güvercinini Deniz Mağarası, İncirli Deniz Mağarası, Hıdrellez Mağarası ve İnbaş Mağarası gibi mağaralar tespit edilmiştir (Antalya Kültür Envanteri, 2004).

3.3.9 Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi, sağlığın korunması, geliştirilmesi ve hastalıkların tedavi edilmesi amacıyla ikâmet edilen yerden başka bir yere seyahat edilmesi ve gidilen yerde en az 24 saat kalınarak sağlık ve turizm olanaklarından yararlanılması olarak tanımlanmaktadır. Belirtilen amaçlarla seyahat eden kişiye de “sağlık turisti” denilmektedir. Sağlık turizmi türlerine bakıldığında ağırlıklı olarak; medikal turizm, termal/SPA/wellness turizmi, yaşlı turizmi ve engelli turizmi olmak üzere dörtlü bir sınıflama yoluna gidildiği görülmektedir (Aydın, Constantinides, Mike, Yılmaz, Genç ve Lanyi, 2012).

Global ölçekte değerlendirildiğinde son 10-15 yılda bazı ülkelerin sağlık turizmi destinasyonları anlamında ön plana çıktıkları gözlemlenmektedir. En fazla ön plana çıkan ülkeler arasında; Türkiye, ABD, Hindistan, Singapur, Malezya, Güney Kore, Tayland, Macaristan, Brezilya, Arjantin, Güney Afrika, Küba, Meksika, Almanya, İtalya, Fransa,

Polonya, İspanya, Yunanistan ve Birleşik Arap Emirlikleri gibi ülkeleri belirtmek olanaklıdır (Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu, 2013).

Turizm açısından en fazla tercih edilen Antalya aynı zamanda uluslararası hastalar tarafından en fazla tercih edilen il olarak ilk sırada yer almaktadır (Tablo 3.15).

Tablo 3.15 Uluslararası Hastaların Geldikleri İlk 10 İl (2012)

İller	Hasta Sayısı
Antalya	87.167 hasta
İstanbul	68.842 hasta
Ankara	18.926 hasta
Kocaeli	14.101 hasta
İzmir	13.925 hasta
Muğla	13.183 hasta
Aydın	7.128 hasta
Karaman	4.590 hasta
Adana	4.031 hasta
Sakarya	3.493 hasta

Kaynak: Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu, 2013.

Sağlık hizmetlerinin uluslararası düzeyde üretimi, tüketimi ve bu bağlamda hastaların uluslararası düzeyde dolaşımı tarih boyunca her zaman var olan bir olgu olmuştur. Ancak özellikle de son yıllarda ağırlıklı olarak bilgi ve iletişim teknolojisinin kaynaklık ettiği küreselleşme süreci ile birlikte bu dolaşım daha da artmış ve sağlık turizmi etiketi odaklı olarak ciddi bir pazar yaratılmıştır.

Uluslararası hastayı, ikamet ettiği ülke dışında başka bir ülkedeyken veya başka bir ülkeye giderek sağlık hizmetlerinden yararlanan kişi olarak tanımlamak mümkündür. Uluslararası hasta kavramı yerine, anlam detaylarında farklılıklar olmasına karşın; sınır ötesi hasta, sınır ötesi sağlık turisti, sağlık turisti, turistin sağlığı gibi kavramlar da kullanılabilir. Uluslararası hasta kavramı kapsamına; 1) medikal turizm kapsamındaki hastalar (medikal turist), 2) turistin sağlığı kapsamındaki hastalar, 3) sağlık alanında ikili anlaşmalar kapsamında hizmet alan hastalar ve 4) Sosyal Güvenlik Kurumu'yla anlaşma kapsamında hizmet alan hastalar dâhil edilmektedir (Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu, 2013).

Tablo 3.16 Turist Sağlığı Kapsamında Tercih Edilen İlk 10 İl

2012 yılı		2011 yılı	
İller	Hasta Sayısı	İller	Hasta Sayısı
Antalya	35.020 hasta	Antalya	46.583 hasta
Muğla	7.613 hasta	İstanbul	14.735 hasta
İstanbul	7.533 hasta	Muğla	8.434 hasta
İzmir	3.944 hasta	İzmir	4.479 hasta
Aydın	3.409 hasta	Ankara	3209 hasta
Ankara	1.569 hasta	Aydın	2824 hasta
Bursa	992 hasta	Trabzon	1250 hasta
Sakarya	834 hasta	Bursa	1087 hasta
Mersin	812 hasta	Nevşehir	914 hasta
Kocaeli	747 hasta	Konya	859 hasta

Kaynak: Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu, 2013.

Tablo 3.16'daki veriler doğrultusunda, turistin sağlığı kapsamında 2011 yılında birinci sırada yer alan Antalya ilinin sıralaması 2012 yılında ağırladığı hasta sayısında dūşüş yaşısa da değişmemiştir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YEREL HALKIN TURİZM ALGISI ve TURİZME KATILIMI: ANTALYA KONYAALTI ve KEPEZ İLÇESİ ÖRNEĞİ

4.1 Araştırmanın Amacı, Kapsam ve Sınırlılıkları

Turizm gelişmiş toplumlar için olduğu kadar aynı zamanda gelişmekte olan toplumlar için de oldukça önemli bir kalkınma aracı olarak görülmektedir. Turizm gelişimi sonucu ortaya çıkan ekonomik, sosyal ve çevresel olumlu etkileri fark eden yerel halk, bölgelerine daha fazla turistin gelmesini sağlamak amacıyla daha fazla girişimde bulunmaktadır. Fakat bölgelerini ziyaret eden turist sayısında artışın yaşanması istenmeyen olumsuz etkileri de beraberinde getirmektedir. Gerçekleştirilen araştırmanın amacı, Antalya merkezde ikamet eden yerel halkın turizm gelişimi sonucu ortaya çıkan pozitif ve negatif etkilere yönelik algılarını ve turizm gelişimine yönelik katılımlarını, cinsiyet, yaş, doğum yeri, eğitim seviyesi, yaşam süresi, meslek, turistlerle etkileşim, turizm merkezine yakınlık gibi değişkenler aracılığı ile incelemektir.

Araştırma kapsamına Antalya merkezde yer alan Konyaaltı-Kepez ilçelerinde yaşayan yerel halk dâhil edilmiş ve görüşleri değerlendirmeye alınmıştır.

Araştırmanın Konyaaltı-Kepez ilçelerinde ikamet eden ve kolayda örnekleme yolu ile seçilen yerel halk ile gerçekleştirilmesi; araştırma verilerinin bölge halkının anketlere verdiği cevaplar ile sınırlı olması; araştırma sonuçlarından elde edilen bulgular doğrultusunda yapılan çıkarımların ve değerlendirmelerin bu örneklem ile sınırlı olması araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

4.2 Araştırmanın Yöntemi

Gerçekleştirilen yerli ve yabancı yazın taraması sonucu araştırmanın içeriği oluşturulmuştur. İlgili yazında turizm gelişiminin yerel halk üzerinde çeşitli düzeylerde etkisi olduğu vurgulanmaktadır. Gerçekleştirilen çalışmaların büyük bir bölümü yerel halkın turizm gelişimine yönelik algılarını ve tutumlarını keşfetmek, farklı yerel halk gruplarının turizme yönelik algılarındaki farklılıkları belirlemeye yöneliktir. Bu tür çalışmalar; turizm bölgesinin gelişmişlik düzeyi, halkın yaşam süresi, turizme ekonomik anlamda bağlılık, yörenin yerlisi olup olmama durumu, turizm merkezinin yerli halka göre uzaklığı/mesafesi, turistlerle iletişim seviyesi, yaşam süresi ve demografik faktörler aracılığı ile yürütülmüş ve araştırma tarama modeline dayalı olarak gerçekleştirilmiştir.

Bu bağlamda araştırmada cinsiyet, yaş, doğum yeri, eğitim seviyesi, yaşam süresi, meslek, turistlerle etkileşim, turizm merkezine yakınlık değişkenleri kullanılarak Antalya merkezde ikamet eden yerel halkın turizm gelişim etkilerine yönelik algısı ve turizme katılımı belirlenmeye çalışılmış ve araştırmanın hipotezleri bu doğrultuda oluşturulmuştur. Araştırmanın hipotezleri hipotezler tablosunda gösterilmiştir (Tablo 4.1).

Tablo 4.1 Hipotezler Tablosu

H1.	Yerel halkın turizm gelişim etkilerine yönelik algısı yerel halkın bireysel özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
H1.a	Yerel halkın turizmin sosyo-kültürel pozitif etkilerine yönelik algısı yerel halkın bireysel özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
H1.b	Yerel halkın turizmin sosyo-kültürel negatif etkilerine yönelik algısı yerel halkın bireysel özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
H1.c	Yerel halkın turizmin ekonomik pozitif etkilerine yönelik algısı yerel halkın bireysel özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
H1.d	Yerel halkın turizmin ekonomik negatif etkilerine yönelik algısı yerel halkın bireysel özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
H1.e	Yerel halkın turizmin çevresel pozitif etkilerine yönelik algısı yerel halkın bireysel özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
H1.f	Yerel halkın turizmin çevresel negatif etkilerine yönelik algısı yerel halkın bireysel özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
H1.g	Yerel halkın turizm gelişimine verdiği destek bireysel özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
H2.	Turizm gelişimine verilen destek yerel halkın bireysel özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
H3.	Turizmin gelişimine yönelik yerel halkın verdiği destek yerel halkın turizm gelişim etkilerini algılama biçimi ile anlamlı bir ilişki içindedir.
H3.a	Turizmin gelişimine yönelik yerel halkın verdiği destek yerel halkın turizmin sosyo-kültürel pozitif etkilerinin algısı ile anlamlı bir ilişki içindedir.
H3.b	Turizmin gelişimine yönelik yerel halkın verdiği destek yerel halkın turizmin ekonomik pozitif etkilerinin algısı ile anlamlı bir ilişki içindedir.
H3.c	Turizmin gelişimine yönelik yerel halkın verdiği destek yerel halkın turizmin çevresel pozitif etkilerinin algısı ile anlamlı bir ilişki içindedir.

4.2.1 Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evreni Antalya il merkezine bağlı ilçelerde ikamet eden yerel halk olarak belirlenmiştir. Araştırmanın örnekleme ise kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen Konyaaltı-Kepez ilçelerinde ikamet eden 570 kişiden oluşmaktadır.

4.2.2 Veri Toplama Aracı

Gerçekleştirilen yazın taramasından sonra araştırma için bir ölçüm aracı geliştirilmiştir. Ölçek, turizmin algılanan sosyo-kültürel, ekonomik, çevresel pozitif etkilerini, turizmin algılanan sosyo-kültürel, ekonomik, çevresel negatif etkilerini ve turizm gelişimine verilen desteği ölçmeye yönelik ifadelerden oluşmaktadır.

Yerel halkın turizm gelişim etkileri algısı ölçeği, turizmin sosyo-kültürel pozitif etkileri (4 madde), sosyo-kültürel negatif etkileri (4 madde), ekonomik pozitif etkileri (5 madde), ekonomik negatif etkileri (3 madde), çevresel pozitif etkileri (4 madde), çevresel negatif etkileri (4 madde) ve turizm gelişimine verilen destek (4 madde) ifadelerinden oluşmaktadır. Turizm gelişim etkilerine ilişkin yerel halkın algısına yönelik cevaplar 5'li Likert tipi ölçek (1=kesinlikle katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4=katılıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum) ile değerlendirilmiştir. Ölçme aracında kullanılan ifadeler; Hong Long, (2012); Andereck ve Vogt, (2012); Oviedo-Garcia vd., (2007); Long ve Kayat, (2011); Altıntaş, (2010); Yoon vd.; (2001); Chen ve Chen (2010); Goltardi vd., (2012); Dyer vd., (2006); Johnson ve Akış, (1993); Oviedo-Garcia vd., (2007); Vargas Sanchez vd., (2009); Ritchie ve Inkari (2006); Lankford ve Howard, (1994) tarafından gerçekleştirilen çalışmalar kapsamında oluşturulmuştur.

Araştırmada kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümü katılımcıların demografik özelliklerine yönelik cinsiyet, yaş, eğitim seviyesi, medeni durum, meslek, doğum yeri, yörede yaşam süresi, turistlerle etkileşim, gelir düzeyi ve ikamet edilen ilçe ile ilgili toplam dokuz sorudan oluşmaktadır. Anketin ikinci bölümünde ise yerel halkın turizm gelişim etkilerine yönelik algısını ve turizm gelişimine yönelik desteğini ölçen sorular (28 ifade) yer almaktadır. Ölçekte kullanılan ifadelerin alındığı kaynak çalışmalar Tablo 4.2'de yer almaktadır.

Tablo 4.2 Ölçekte Kullanılan İfadeler

İfadeler	Yazar/Çalışma Yılı
<p>Turizmin Algılanan Sosyo-kültürel Pozitif- Negatif Etkileri</p> <p>Turizm kültürel aktivitelerin gelişimini sağlamaktadır.</p> <p>Turizm yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır.</p> <p>Turizm yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir.</p> <p>Turizm yerel halkın eğlence serbest zaman değerlendirme olanaklarını arttırmaktadır.</p> <p>Turizm yerel halkın tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir.</p> <p>Turizm kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır.</p> <p>Turizm yerel halkın turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır.</p> <p>Turizm suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlere neden olmaktadır.</p>	<p>Andereck ve Vogt,(2012)</p> <p>Andereck ve Vogt, (2012)</p> <p>Hong Long, (2012)</p> <p>Yoon vd., (2001)</p> <p>Chen ve Chen, (2010)</p> <p>Long ve Kayat, (2011)</p> <p>Hong Long, (2012)</p> <p>Oviedo Garcia, (2007)</p> <p>Hong Long, (2012)</p>
<p>Turizmin Algılanan Ekonomik Pozitif-Negatif Etkileri</p> <p>Turizm geleneksel ürünlerin üretimini sağlamaktadır</p> <p>Turizm ekonomik kazanç sağlamaktadır.</p> <p>Turizm yerel ekonomiyi desteklemektedir.</p> <p>Turizm yerel halk için yeni iş fırsatları yaratmaktadır.</p> <p>Turizm bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır.</p> <p>Turizm bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını arttırmaktadır.</p> <p>Turizm bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır.</p> <p>Turizm yerel halk arasında ekonomik kazanç eşitsizliği yaratmaktadır.</p>	<p>Hong Long, (2012)</p> <p>Andereck ve Vogt, (2012)</p> <p>Hong Long, (2012)</p> <p>Hong Long, (2012)</p> <p>Long ve Kayat, (2011)</p> <p>Chen ve Chen,(2010)</p> <p>Ritchie ve Inkari, (2006)</p> <p>Wang vd., (2006)</p>
<p>Turizmin Algılanan Çevresel Pozitif- Negatif Etkileri</p> <p>Turizm doğal çevrenin korunmasını ve gelişimini desteklemektedir.</p> <p>Turizm gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir.</p> <p>Turizm çevre bilincini arttırmaktadır.</p> <p>Turizm tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir.</p> <p>Turizm çevre kirliliğine (toprak, hava, su) neden olmaktadır.</p> <p>Turizm doğayı (bitkiler, hayvanlar, ekosistem) olumsuz etkilemektedir.</p> <p>Turizm çarpık kentleşmeye neden olmaktadır.</p> <p>Turizm kalabalıklaşma, gürültü kirliliği, trafik sıkışıklığı gibi problemler yaratmaktadır.</p>	<p>Andereck ve Vogt, (2012)</p> <p>Andereck ve Vogt, (2012)</p> <p>Andereck ve Vogt, (2012)</p> <p>Oviedo ve Garcia, (2007)</p> <p>Long ve Kayat, (2011)</p> <p>Chen ve Chen, (2010)</p> <p>Long ve Kayat, (2011)</p> <p>Chen ve Chen, (2010)</p>
<p>Turizm Gelişimine Verilen Destek</p> <p>Turizmin daha fazla gelişimi için çaba sarf edilmelidir.</p> <p>Turizm yatırımları artarak devam etmelidir.</p> <p>Turizm gelişimini destekliyorum.</p> <p>Turizm, toplumumuzun bir parçası olmaya devam etmelidir.</p>	<p>Oviedo ve Garcia, (2007)</p> <p>Andereck ve Vogt, (2012)</p> <p>Çavuş ve Tanrısevdi,(2003)</p> <p>Wang vd., (2006)</p>

Oluşturulan ölçeğin güvenilirliğini test etmek için 13-14-15 Mayıs 2013 tarihlerinde Antalya merkezde ikamet eden 150 kişi ile bir pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Pilot uygulama sonrası ölçeğin boyutlarını ortaya çıkarmak amacıyla açımlayıcı faktör analizi ve güvenilirlik analizi uygulanmıştır.

Açımlayıcı faktör analizinin temel amacı aralarında ilişki bulunduğu düşünülen çok sayıdaki değişken arasındaki ilişkilerin anlaşılmasını ve yorumlanmasını kolaylaştırmak için daha az sayıda temel boyuta indirgemek veya özetlemektir. Açımlayıcı faktör analizinde temel mantık, karmaşık bir olgunun daha az sayıda faktör (temel değişkenler) yardımıyla açıklamaktır. Açımlayıcı faktör analizinde araştırmacı öncelikle araştırma bağlamında kullanılan değişkenler setinin temelini oluşturan ana (temel) faktörlerin neler olduğu ve bu faktörlerden her birinin değişkenlerden her birini açıklama derecesini de görme imkânına sahiptir. Bu sayede araştırmacı elinde bulunan çok sayıda değişkenden oluşan değişkenler setini daha az sayıda yeniden oluşturulmuş değişkenler (faktörler) cinsinden ifade etme ve anlama imkânına sahiptir. (Altunışık vd.,2010).

Açımlayıcı faktör analizi uygulamada çeşitli amaçlar için kullanım alanı bulmaktadır. Birincisi, çeşitli sayıda değişkenden oluşan bir değişkenler setinin (grubunun) temelini teşkil eden boyutlarını (faktörlerin) ortaya konulması için kullanılmaktadır. İkincisi, bir kavramın ölçülmesinde kullanılan değişkenlerden açıklayıcılığı yüksek olanların faktörler şeklinde tespit edilmesi ve araştırma bağlamında yapılacak olan diğer çok değişkenli analizlere girdi değişken olarak oluşturmada da açımlayıcı faktör analizinden yararlanılmaktadır. Üçüncüsü, bir değişkenler setinde yer alan değişkenlerden ilişkisiz olanların veya zayıf ilişkide olanların belirlenmesinde özellikle ölçek geliştirme kapsamında faydalı olmaktadır. Dördüncüsü ise, çok sayıda değişken içinden belirgin veya öne çıkanların belirlenmesinde kullanılmaktadır. Belirlenen bu değişkenler regresyon veya ayırma türü analizlerde bağımlı veya bağımsız değişken olarak kullanılabilir (Altunışık vd., 2010).

Yazın taraması sonucu oluşturulan turizm gelişim etkileri algısı ölçeğinin alt boyutlarını oluşturmak amacıyla gerçekleştirilen açımlayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 4.3'te yer almaktadır.

Tablo 4.3 Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Boyutlar	Ekonomik Pozitif	Çevresel Pozitif	Çevresel Negatif	Sosyo-kültürel Pozitif	Sosyo-kültürel Negatif	Ekonomik Negatif	Destek
Yerel ekonomiyi desteklemektedir.	,829						
Yerel halk için yeni iş fırsatları yaratmaktadır.	,811						
Ekonomik kazanç sağlamaktadır.	,801						
Bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır.	,793						
Turizm geleneksel ürünlerin üretimini sağlamaktadır.	,682						
Gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir.		,824					
Doğal çevrenin korunmasını desteklemektedir.		,786					
Çevre bilincini arttırmaktadır.		,785					
Tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir.		,629					
Çevre kirliliğine (toprak, hava, su) neden olmaktadır.			,786				
Doğayı olumsuz etkilemektedir.			,764				
Çarpık kentleşmeye neden olmaktadır.			,757				
Kalabalıklaşma, gürültü kirliliği, trafik sıkışıklığı gibi problemler yaratır.			,695				
Yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır.				,803			
Kültürel aktivitelerin gelişimini sağlamaktadır.				,735			
Yerel halkın yaşam kalitesini yükselmektedir.				,716			
Eğlence serbest zaman değerlendirme olanaklarını arttırmaktadır.				,652			
Yerel halkın tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir.					,804		
Kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır.					,768		
Turizm yerel halkın turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır.					,683		
Suç, fuhuş, uyuşturucu, gibi sosyal problemlere neden olmaktadır.					,543		
Bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır.						,802	
Bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını arttırmaktadır.						,742	
Yerel halk arasında ekonomik kazanç eşitsizliği yaratmaktadır.						,648	
Turizmin gelişimi için çaba sarf edilmelidir.							,828
Turizm yatırımları devam etmelidir.							,820
Turizm gelişimini destekliyorum.							,784
Turizm, toplumumuzun parçası olmaya devam etmelidir.							,767
Ortalama	4,01	3,38	3,17	3,44	3,01	3,88	3,90
Varyans Açıklama Oranı (%)	13,99	10,51	10,35	9,58	8,34	6,55	11,57
Özdeğer	9,67	1,83	1,39	1,13	1,09	1,06	3,65
Güvenilirlik	,911	,889	,831	,842	,767	,674	,875

KMO= 0,927 Bartlett Küresellik Testi= 9545,23(p<0,01)

Oluşturulan turizm gelişim etkileri algısı ölçeğinde kullanılan 28 ifade faktör analizine dâhil edilmiş, eşkökenliliği (communality) 0,5'in üzerinde olan ifadelerin toplam varyansın %70,91'ini açıklayan ve özdeğeri 1'in üzerinde olan yedi boyut elde edilmiştir.

Birinci boyut toplam varyansın %13,99'unu açıklamakta olup "ekonomik pozitif etkiler" olarak isimlendirilmiştir. Birinci boyutu oluşturan ifadeler; turizm yerel ekonomiyi desteklemektedir, turizm yerel halk için yeni iş fırsatları yaratmaktadır, turizm ekonomik kazanç sağlamaktadır, turizm bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır, turizm geleneksel ürünlerin üretimini sağlamaktadır.

İkinci boyut toplam varyansın %10,51'ini açıklamakta olup "çevresel pozitif etkiler" olarak isimlendirilmiştir. İkinci boyutu oluşturan ifadeler; turizm gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir, turizm doğal çevrenin korunmasını desteklemektedir, turizm çevre bilincini arttırmaktadır, turizm tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir.

Üçüncü boyut toplam varyansın % 10,35'ini açıklamaktadır ve "çevresel negatif etkiler" olarak adlandırılmıştır. Üçüncü boyutu oluşturan ifadeler; turizm çevre kirliliğine neden olmaktadır, turizm doğayı olumsuz etkilemektedir, turizm çarpık kentleşmeye neden olmaktadır, turizm kalabalıklaşma, gürültü kirliliği, trafik sıkışıklığı gibi problemler yaratır.

Dördüncü boyut toplam varyansın %9,58'ini açıklamaktadır ve "sosyo-kültürel pozitif etkiler" olarak isimlendirilmiştir. Dördüncü boyutu oluşturan ifadeler; turizm yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır, turizm kültürel aktivitelerin gelişimini sağlamaktadır, turizm yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir, turizm eğlence, serbest zaman değerlendirme olanaklarını arttırmaktadır.

Beşinci boyut toplam varyansın %8,34'ünü açıklamaktadır ve "sosyo-kültürel negatif etkiler" olarak isimlendirilmiştir. Beşinci boyutu oluşturan ifadeler; turizm kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır, turizm yerel halkın turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır, turizm suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlere neden olmaktadır.

Altıncı boyut toplam varyansın %6,55'ini açıklamaktadır ve "ekonomik negatif etkiler" olarak adlandırılmıştır. Altıncı boyutu oluşturan ifadeler; Turizm bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır, turizm bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını arttırmaktadır, turizm yerel halk arasında ekonomik kazanç eşitsizliği yaratmaktadır.

Yedinci boyut toplam varyansın %11,57'sini açıklamaktadır ve "turizme verilen destek" olarak isimlendirilmiştir. Yedinci boyutu oluşturan ifadeler; turizmin gelişimi için çaba sarf edilmelidir, turizm yatırımları devam etmelidir, turizm gelişimini destekliyorum, turizm toplumumuzun bir parçası olmaya devam etmelidir.

Açımlayıcı faktör analizinin ardından turizm gelişim etkileri algısı ölçeğinde kullanılan 28 ifade güvenilirlik analizine dâhil edilmiştir. Güvenilirlik analizinde Alpha

modeli kullanılmıştır. Cronbach's Alpha sorular arası korelasyona bağlı uyum değeridir. Cronbach's Alpha değerinin 0,70 ve üstü olduğu durumlarda ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilmektedir. Ancak, soru sayısı az olduğunda bu sınır 0,60 değeri ve üstü olarak kabul edilir (Sipahi vd., 2010). Gerçekleştirilen güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 4.4'te gösterilmiştir.

Tablo 4.4 Güvenilirlik Analizi Sonuçları

	Cronbach's Alfa	İfade Sayısı
Turizm Gelişim Etkileri Algısı Ölçeği	,832	28

Değişkenler üzerinde yapılan güvenilirlik analizi sonucu $\alpha = 0,832$ bulunmuş ve $\alpha \geq 0,80$ olduğundan veriler yüksek derecede güvenilir çıkmıştır. Elde ettiğimiz veriler doğrultusunda anketten değişken çıkarmaya veya eklemeye gerek kalmamıştır.

Gerçekleştirilen açımlayıcı faktör analizi ve güvenilirlik analizi sonucunda ölçek güvenilir bulunmuştur ve esas anket çalışmasında kullanılmıştır. Esas çalışma 2013 yaz döneminde (Haziran-Temmuz-Ağustos) kolayda örnekleme ile Konyaaltı-Kepez ilçelerinde ikamet eden yerel halk ile gerçekleştirilmiştir. Esas çalışma sırasında 700 anket dağıtılmış ve çalışma sonrasında kullanılabilir 570 anket elde edilmiştir.

Esas çalışma sonrasında elde edilen veriler ile açımlayıcı faktör analizi sonucunda ortaya çıkan boyutların geçerliliği doğrulayıcı faktör analizi ile teyit edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi verinin temelindeki yapıyı değerlendiren açımlayıcı faktör analizinin uzantısıdır. Açımlayıcı faktör analizi bir belirleme işlevini, hipotez kurmaya yönelik bilgi edinilmesini sağlamaya çalışırken, doğrulayıcı faktör analizi belirlenen bu faktörler arasında yeterli düzeyde ilişkinin olup olmadığını, hangi değişkenlerin hangi faktörlerle ilişkili olduğunu, faktörlerin birbirinden bağımsız olup olmadığını, faktörlerin modeli açıklamakta yeterli olup olmadığını sınamak için kullanılır (Özdamar, 2004). Doğrulayıcı faktör analizinin metodunun tam olarak geliştirilmesi, 1960 yılında Karl Jöreskog tarafından sağlanmıştır. Doğrulayıcı faktör analizinin öncelikli amacının, önceden tanımlanan bir faktör modelinin gözlenen veri seti ile uyuşma yeteneğini saptamak olduğu göz önüne alınarak, dört ana amaç için kullanıldığı belirtilmektedir. Bunlar; test araçlarının psikometrik değerlendirmesi, yapı geçerliliği, metot etkileri ve ölçüm değişmezliği hesaplamalarıdır.

Test araçlarının psikometrik değerlendirmesi; ölçek geliştirme sürecince ölçüm aracının gizil yapısını sınamayan doğrulayıcı faktör analizi, faktör sayısını ve bunların maddelerle olan ilişkisini (faktör yüklerini) doğrulamak için kullanılır.

Yapı geçerliliği; yapı teorik bir kavramdır. En geniş anlamda yapı geçerliliği, yapılar arasındaki ilişkileri sınamaktadır ve bu amaç için doğrulayıcı faktör analizi kullanılmaktadır.

Metot etkileri; hangi soruların sorulacağını ve mevcut yanıt seçeneklerini kapsayan, kullanılan ölçüm yaklaşımından ortaya çıkan değişkenler ya da maddeler arasındaki ilişkileri ifade eder. Yani metot etkileri, sosyal isteklilik gibi yanıt yanlı etkileri de kapsayabilir. Yaygın metot etkisi, araştırmada geniş bir problemdir ve gözlenen bir korelasyonun doğru bir ilişkinin sonucu mu, yoksa paylaşılan metotların sonucu mu olduğunu belirlemeyi zorlaştırdığından, iki ölçüm arasında bir korelasyon oluşturabilir. Farklı metotlar ya da isimlendirme yapılar arasında beklenen korelasyondan daha düşüğü ortaya çıkabilir. Örneğin, ölçümlerin negatif ya da pozitif biçiminde seçenekleri olduğunda, bu seçeneklerden sadece birisi teori tabanlı beklenildiğinden dolayı veri analizi, iki faktör olduğunu gösterir.

Ölçüm değişmezliği, modellerin gruplar ya da zaman karşısında ne kadar iyi bir şekilde genelleştireceğini test etmeyi sağlar. Bu, özellikle bir ölçümün, geçmişte geliştirilen ya da kullanılan farklı olan bir toplumda kullanım için uygun olup olmadığı test edilirken önemlidir.

Daha önceden belirlenmiş bir yapının doğrulanmasını test etmek amacıyla gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi sürecinde, modelin elde edilen veriyi ne kadar iyi açıkladığı uyum iyiliği indeksleri ile belirlenir. Uyum iyiliği testleri modelin kabul ve reddedilme kararının verilmesini sağlar. Ki-kare (χ^2), oluşturulan modelin veri tabanına mutlak uygunluğunu değerlendiren önemli bir testtir (Bollen, 1989). Bu testte normal ki-kare testinin tersi olarak ki-kare değerinin mümkün olduğunca düşük olması arzulanır. Serbestlik derecesi de ki-kare testinde önemli bir ölçüttür. Serbestlik derecesinin büyük olduğu durumlarda ki-kare anlamlı sonuçlar vermektedir. Bu testi ki-kareyi daha az örnek büyüklüğüne bağımlı hale getiren bir yöntem olup ki-karenin serbestlik derecesi bölümünden elde edilir. Bu değer 3'ten küçük olması beklenir (Ayyıldız ve Cengiz, 2006). RMSEA; hata karelerinin ortalamasının karekökü olup, modelin anlamlı olabilmesi için RMSEA'nın 0.05 veya daha düşük olması beklenir. Ancak model 0.05 il 0.08 arasında bir RMSEA değeri almışsa kabul edilebilir uyum içerisindedir. GFI; varsayılan modelce hesaplanan gözlenen değişkenler arasındaki genel kovaryans miktarını gösterir. GFI değeri 0 ile 1 arasında değişir. GFI'nın 0.90'ı aşması iyi bir model göstergesi olarak alınmaktadır. Bu gözlenen değişkenler arasında yeterince kovaryansın hesaplandığı anlama gelmektedir (Ayyıldız ve Cengiz, 2006). AGFI; düzenlenmiş iyi uyum indeksidir. Örneklem sayısı dikkate alınarak düzeltilmiş olan bir GFI değeridir. Örneklem sayısının özellikle büyük olduğu durumlarda AGFI daha temsili bir uyum indeksidir. AGFI değeri 0-1 arasındadır. Bu değer 1'e ne kadar yaklaşırsa model uyumu o kadar iyi olur. CFI; karşılaştırmalı uyum indeksidir. Mevcut modelin uyumu ile gizil değişkenler arası korelasyonu ve kovaryansı yok sayan sıfır hipotez modelinin uyumunu karşılaştırır (Ayyıldız ve Cengiz, 2006). CFI 0 ile 1 arasında değişen değerler alır. 0.97 ile 1

arasında CFI değerine sahip bir modelin iyi uyum içinde olduğu, 0.90 ile 0.97 arasında CFI değerine sahip bir modelin kabul edilebilir uyum içinde olduğu söylenebilir. NFI; normlaştırılmış uyum indeksi olup, CFI'a alternatif olarak geliştirilmiştir. Örneklem sayısı ile pozitif ilişkilidir. Bu indeks varsayılan modelin temel ya da sıfır hipotezi ile olan uygunluğunu araştırır. 0-1 arasında değişen değerler alır. 0.95 ile 1 arasında NFI değerine sahip bir modelin iyi uyum içinde olduğu, 0.90 ile 0.95 arasında NFI değerine sahip bir modelin kabul edilebilir uyum içinde olduğu söylenebilir.

Gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi sonucu elde edilen bulgular tablo 4.5'te verilmiştir.

Tablo 4.5 Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Örtük ve Gözlenen Değişkenler	β	S.E	t	R²
Sosyo-kültürel Pozitif Etkiler				
Turizm kültürel aktivitelerin gelişimini sağlamaktadır.	.63	.61	15.39	.39
Turizm yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır.	.64	.30	22.32	.70
Turizm yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir.	.74	.46	18.94	.54
Turizm yerel halkın eğlence serbest zaman değerlendirme olanaklarını arttırmaktadır.	.62	.62	15.08	.38
Sosyo-kültürel Negatif Etkiler				
Turizm yerel halkın tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir.	.74	.45	18.86	.55
Turizm kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır.	.74	.46	18.60	.54
Turizm yerel halkın turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır.	.59	.65	14.17	.35
Turizm suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlere neden olmaktadır.	.69	.52	17.18	.48
Ekonomik Pozitif Etkiler				
Turizm geleneksel ürünlerin üretimini sağlamaktadır	.61	.63	15.41	.37
Turizm ekonomik kazanç sağlamaktadır.	.86	.26	25.12	.74
Turizm yerel ekonomiyi desteklemektedir.	.85	.27	24.65	.73
Turizm yerel halk için yeni iş fırsatları yaratmaktadır.	.81	.35	22.74	.65
Turizm bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır.	.72	.48	19.19	.52
Ekonomik Negatif Etkiler				
Turizm bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını arttırmaktadır.	.66	.56	16.20	.44
Turizm bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır.	.66	.25	22.17	.75
Turizm yerel halk arasında ekonomik kazanç eşitsizliği yaratmaktadır.	.63	.60	15.24	.40
Çevresel Pozitif Etkiler				
Turizm doğal çevrenin korunmasını ve gelişimini desteklemektedir.	.79	.37	21.88	.63
Turizm gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir.	.87	.24	25.18	.76
Turizm çevre bilincini arttırmaktadır.	.85	.28	24.24	.72
Turizm tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir.	.67	.55	17.42	.45
Çevresel Negatif Etkiler				
Turizm çevre kirliliğine (toprak, hava, su) neden olmaktadır.	.76	.42	20.27	.58
Turizm doğayı (bitkiler, hayvanlar, ekosistem) olumsuz etkilemektedir.	.84	.29	23.29	.71
Turizm çarpık kentleşmeye neden olmaktadır.	.77	.41	20.53	.59
Turizm kalabalıklaşma, gürültü kirliliği, trafik sıkışıklığı gibi problemler yaratmaktadır.	.62	.61	15.52	.39
Turizme Verilen Destek				
Turizmin daha fazla gelişimi için çaba sarf edilmelidir.	.82	.33	23.49	.67
Turizm yatırımları artarak devam etmelidir.	.88	.23	26.01	.77
Turizm gelişimini destekliyorum.	.90	.19	27.06	.81
Turizm, toplumumuzun bir parçası olmaya devam etmelidir.	.83	.32	23.72	.68

Tablo 4.6’ da, doğrulayıcı faktör analizi sonucu elde edilen uyum değerleri yer almaktadır.

Tablo 4.6 Araştırma Sonuçlarının Standart Uyum İyiliği Ölçütleri ile Karşılaştırılması

Uyum Ölçütleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Araştırmada Elde Edilen Uyum Değerleri
χ^2	$0 \leq \chi^2 \leq 2df$	$2df \leq \chi^2 \leq 3df$	1045.12
χ^2/df	$0 \leq \chi^2/df \leq 2$	$2 \leq \chi^2/df \leq 3$	3.17
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0.05$	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.08$	0.06
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1.00$	$0.90 \leq NFI \leq 0.95$	0.94
CFI	$0.97 \leq CFI \leq 1.00$	$0.95 \leq CFI \leq 0.97$	0.96
GFI	$0.95 \leq GFI \leq 1.00$	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$	0.88
AGFI	$0.90 \leq AGFI \leq 1.00$	$0.85 \leq AGFI \leq 0.90$	0.86
RFI	$0.90 < RFI < 1.00$	$0.85 < RFI < 0.90$	0.93

Kaynak: Schermell-Engel, K., Moosbrugger, H. ve Müller, H. (2003), “Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive”, *Goodness-Of-Fit Measures Of Psychological Research Online*, 8(2), 23-27.

Elde edilen verilere göre; $\chi^2= 1045.12$; $\chi^2/df= 3.17$ olarak belirlenmiştir. χ^2/df oranı 5 ve daha küçük olması durumunda model veri uyumunun çok iyi olduğu kabul edilmektedir (Anderson ve Gerbing, 1987; Sümer, 2000). RMSEA= 0.06; GFI= 0.88; AGFI= 0.86; NFI= 0.94; CFI= 0.96; RFI= 0.93 olarak bulunmuştur. GFI değerinin 0,85’ten düşük çıkması modelin gerçek verilerle uyumu için kabul edilebilir düzeydedir (Anderson ve Gerbing, 1984; Cole, 1987; Tabachnick ve Fidell, 2001; Harrington, 2008).

Ölçeğin uyum indeksleri incelendiğinde uyum indekslerinin kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmektedir. Bu bulgulara dayanarak ölçeğin yapı geçerliğinin sağlandığı ifade edilebilir.

4.2.3 Verilerin Analizi

Verilerin analizi ve tanımlayıcı istatistikleri için SPSS for Windows 16.0 paket programı kullanılmıştır. Elde edilen 570 veri kullanılarak; algı farklılıklarını tespit etmek amacı ile “Bağımsız t-Testi”, “Tek Yönlü Varyans Analizi (Anova)”, algılanan turizm etkileri ve turizm gelişimine verilen desteğin arasındaki ilişkiyi ölçmek için “Korelasyon Analizi” ve turizm gelişim etkilerinin, turizm gelişimine verilen destek üzerindeki etkisini ölçmek için

“Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi” gerçekleştirilmiştir. Ayrıca örneklemeden elde edilen sonuçların yokluk hipotezinde tanımlanan beklentilerden sapma düzeyini gösteren istatistiksel değer olan eta kare (Cohen, 1994; Vacha-Haasse ve Thompson, 2004) değerleri de hesaplanarak yorumlanmıştır.

4.3 Araştırmanın Bulguları

Katılımcıların demografik özellikleri Tablo 4.7’de yer almaktadır. Ankete dâhil olan 570 katılımcının %51,8’i kadın, %48,2’si erkek, %53,2’si bekâr, ve %46,8’i evli durumdadır. Katılımcıların yaş grupları incelendiğinde, %17’si 20 yaş ve altı, %24,6’sı 21-30 yaş aralığı, %18,1’i 31-40 yaş aralığı, %17,5’i 41-50 yaş aralığı, ve %22,8’i ise 51 yaş ve üstü yaş grubunda yer almaktadırlar. Katılımcıların eğitim düzeyleri incelendiğinde ise, %36,3’ünün lise mezunu, %30,2’sinin üniversite mezunu, %26,3’ünün ilköğretim ve sadece %7,2’sinin Master/Doktora mezunu oldukları görülmektedir. Anket katılımcılarının %50,2’sinin mesleğinin turizmle ilgili olmadığı, %48,8’inin ise mesleğinin turizmle ilgili olduğu görülmektedir. Doğum yerleri incelendiğinde katılımcıların %51,6’sının Antalya doğumlu olduğu ve %48,4’ünün diğer şehirlerde doğdukları elde edilmiştir. Bölgedeki yaşam süreleri incelendiğinde ise katılımcıların %18,8’inin 21 yıl ve üzeri, %16,3’ünün 16-20 yıl arası, %17,9’unun 11-15 yıl arası, %15,8’nin 6-10 yıl arası, %16,8’inin 1-5 yıl arası ve %14,4’nün 1 yıldan az bir süredir buldukları yörede yaşadıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların turistlerle etkileşimde bulunup bulunmama durumuna bakılacak olursa %47,4’ünün turistlerle etkileşimde bulunduğu ve %52,6’sının turistlerle etkileşimde bulunmadığı görülmektedir. Katılımcıların %49,1’i, Konyaaltı, %50,9’u ise Kepez ilçelerinde ikamet etmektedir.

Tablo 4.7 Katılımcıların Kişisel Özelliklerine İlişkin Dağılım

Cinsiyet	n	%
Kadın	295	51,8
Erkek	275	48,2
Medeni Durum	n	%
Evli	267	46,8
Bekar	303	53,2
Yaş	n	%
20 yaş ve altı	97	17,0
21-30 yaş	140	24,6
31-40 yaş	103	18,1
41-50 yaş	100	17,5
51 yaş ve üzeri	130	22,8
Eğitim Durumu	n	%
İlköğretim	150	26,3
Lise	207	36,3
Üniversite	172	30,2
Master/Doktora	41	7,2
Meslek	n	%
Turizmle ilgili	284	48,8
Turizmle ilgili değil	286	50,2
Doğum Yeri	n	%
Antalya	294	51,6
Diğer	276	48,4
Yaşam Süresi	n	%
1 yıldan az	82	14,4
1-5 yıl	96	16,8
6-10 yıl	90	15,8
11-15 yıl	102	17,9
16-20 yıl	93	16,3
21 yıl ve üzeri	107	18,8
Turistlerle İletişim Kurma	n	%
Evet	270	47,4
Hayır	300	52,6
İkamet Edilen İlçe	n	%
Konyaaltı	280	49,1
Kepez	290	50,9
Toplam	570	100

Katılımcıların turizm gelişim etkileri algısı ölçeğinde yer alan maddelere ilişkin değerlendirmeleri tablo 4.8’de gösterilmiştir.

Tablo 4.8 Katılımcıların Ölçek Maddelerine İlişkin Ortalamaları ve Standart Sapmaları

	Ort.	Std. Sap.
Turizm kültürel aktivitelerin gelişimini sağlamaktadır.	3,40	1,27
Turizm yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır.	3,64	1,20
Turizm yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir.	3,78	1,16
Turizm yerel halkın eğlence serbest zaman değerlendirme olanaklarını arttırmaktadır.	3,57	1,24
Turizm yerel halkın tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir.	2,79	1,33
Turizm kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır.	2,63	1,36
Turizm yerel halkın turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır.	2,65	1,39
Turizm suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlere neden olmaktadır.	2,97	1,41
Turizm geleneksel ürünlerin üretimini sağlamaktadır	4,06	1,06
Turizm ekonomik kazanç sağlamaktadır.	4,35	,955
Turizm yerel ekonomiyi desteklemektedir.	4,17	1,05
Turizm yerel halk için yeni iş fırsatları yaratmaktadır.	4,25	1,03
Turizm bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır.	4,16	,965
Turizm bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını arttırmaktadır.	3,99	1,16
Turizm bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır.	3,65	1,23
Turizm yerel halk arasında ekonomik kazanç eşitsizliği yaratmaktadır.	3,96	1,29
Turizm doğal çevrenin korunmasını ve gelişimini desteklemektedir.	3,60	1,27
Turizm gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir.	3,64	1,27
Turizm çevre bilincini arttırmaktadır.	3,64	1,28
Turizm tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir.	3,96	1,16
Turizm çevre kirliliğine (toprak, hava, su) neden olmaktadır.	2,71	1,36
Turizm doğayı (bitkiler, hayvanlar, ekosistem) olumsuz etkilemektedir.	2,79	1,30
Turizm çarpık kentleşmeye neden olmaktadır.	2,76	1,31
Turizm kalabalıklaşma, gürültü kirliliği, trafik sıkışıklığı gibi problemler yaratmaktadır.	3,24	1,43

Halk turizmin gelişiminin sosyo-kültürel negatif etkilerine katılmamaktadır. Turizmin yerel halkın davranışlarını olumsuz yönde etkilemediğini (2,79), kültürel değerleri yok etmediğini (2,63), turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmadığını (2,65), suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlere neden olmadığını (2,97) düşünmektedir. Ayrıca yerel halk turizmin geleneksel ürünlerin üretimini (4,06) ve ekonomik kazanç (4,35) sağladığını, yeni iş fırsatları yarattığını (4,25), bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağladığını (4,16) belirtmişlerdir. Turizmin çevresel negatif etkileri değerlendiren halk turizmin çevre kirliliği yaratmadığını (2,71), doğayı olumsuz etkilemediğini (2,79) ve turizmin çarpık kentleşmeye neden olmadığını (2,76) düşünmektedir.

Tablo 4.9 Katılımcıların Cinsiyetine Göre Turizm Etkileri Algısına İlişkin T Testi Sonuçları

Boyutlar	Cinsiyet	n	Ort.	Std. Sap.	t	p																																																															
Sosyo-kültürel Pozitif Etkiler	Kadın	295	3,02	1,17	6,82	,000**																																																															
	Erkek	275	3,64	,938			Ekonomik Pozitif Etkiler	Kadın	295	3,73	1,11	6,15	,000**	Erkek	275	4,23	,780	Çevresel Pozitif Etkiler	Kadın	295	3,22	1,14	6,41	,007**	Erkek	275	3,82	1,08	Sosyo-kültürel Negatif Etkiler	Kadın	295	3,24	,983	5,33	,011*	Erkek	275	2,76	1,12	Ekonomik Negatif Etkiler	Kadın	295	3,84	1,03	5,95	,013*	Erkek	275	3,23	1,35	Çevresel Negatif Etkiler	Kadın	295	3,41	1,04	4,87	,017*	Erkek	275	2,97	1,14	Turizme Yönelik Destek	Kadın	295	3,55	1,28	6,66	,000**	Erkek
Ekonomik Pozitif Etkiler	Kadın	295	3,73	1,11	6,15	,000**																																																															
	Erkek	275	4,23	,780			Çevresel Pozitif Etkiler	Kadın	295	3,22	1,14	6,41	,007**	Erkek	275	3,82	1,08	Sosyo-kültürel Negatif Etkiler	Kadın	295	3,24	,983	5,33	,011*	Erkek	275	2,76	1,12	Ekonomik Negatif Etkiler	Kadın	295	3,84	1,03	5,95	,013*	Erkek	275	3,23	1,35	Çevresel Negatif Etkiler	Kadın	295	3,41	1,04	4,87	,017*	Erkek	275	2,97	1,14	Turizme Yönelik Destek	Kadın	295	3,55	1,28	6,66	,000**	Erkek	275	4,17	,912								
Çevresel Pozitif Etkiler	Kadın	295	3,22	1,14	6,41	,007**																																																															
	Erkek	275	3,82	1,08			Sosyo-kültürel Negatif Etkiler	Kadın	295	3,24	,983	5,33	,011*	Erkek	275	2,76	1,12	Ekonomik Negatif Etkiler	Kadın	295	3,84	1,03	5,95	,013*	Erkek	275	3,23	1,35	Çevresel Negatif Etkiler	Kadın	295	3,41	1,04	4,87	,017*	Erkek	275	2,97	1,14	Turizme Yönelik Destek	Kadın	295	3,55	1,28	6,66	,000**	Erkek	275	4,17	,912																			
Sosyo-kültürel Negatif Etkiler	Kadın	295	3,24	,983	5,33	,011*																																																															
	Erkek	275	2,76	1,12			Ekonomik Negatif Etkiler	Kadın	295	3,84	1,03	5,95	,013*	Erkek	275	3,23	1,35	Çevresel Negatif Etkiler	Kadın	295	3,41	1,04	4,87	,017*	Erkek	275	2,97	1,14	Turizme Yönelik Destek	Kadın	295	3,55	1,28	6,66	,000**	Erkek	275	4,17	,912																														
Ekonomik Negatif Etkiler	Kadın	295	3,84	1,03	5,95	,013*																																																															
	Erkek	275	3,23	1,35			Çevresel Negatif Etkiler	Kadın	295	3,41	1,04	4,87	,017*	Erkek	275	2,97	1,14	Turizme Yönelik Destek	Kadın	295	3,55	1,28	6,66	,000**	Erkek	275	4,17	,912																																									
Çevresel Negatif Etkiler	Kadın	295	3,41	1,04	4,87	,017*																																																															
	Erkek	275	2,97	1,14			Turizme Yönelik Destek	Kadın	295	3,55	1,28	6,66	,000**	Erkek	275	4,17	,912																																																				
Turizme Yönelik Destek	Kadın	295	3,55	1,28	6,66	,000**																																																															
	Erkek	275	4,17	,912																																																																	

*p<0.05 **p<0.01

Yerel halkın turizm gelişim etkileri algılarında cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olup olmadığını ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen t-testi sonucuna göre, turizmin gelişimi etkileri algısında cinsiyete göre anlamlı farklılık tespit edilmiş ve sonuçlar tablo 4.9'da gösterilmiştir. Elde edilen bulgulara göre erkek katılımcıların turizm gelişiminin sosyo-kültürel pozitif (3,64, $\eta^2 = .075$), ekonomik pozitif (4,23, $\eta^2 = .063$) ve çevresel pozitif (3,82, $\eta^2 = .068$) etkileri algıları kadın katılımcıların algılarına göre daha olumlu olduğu söylenebilir. Etki büyüklüğü bakımından elde edilen eta kare değerleri incelendiğinde elde edilen farklılıkların büyük etkiye sahip olduğu ve pratik manidarlık taşıdığı söylenebilir. Ayrıca erkek katılımcıların turizm kaynaklı gelişen sosyo-kültürel negatif (2,76, $\eta^2 = .048$), ekonomik negatif (3,23, $\eta^2 = .060$) ve çevresel negatif (2,97, $\eta^2 = .040$) etkilere yönelik algıları kadın katılımcıların algılarına göre daha düşüktür. Kadın katılımcıların turizm gelişim kaynaklı ortaya çıkan negatif etkileri göz ardı etmedikleri söylenebilir. Elde edilen eta kare değerlerine göre sosyo-kültürel negatif ve çevresel negatif etkilere yönelik algı farklılığın orta etkiye ve ekonomik negatif etkilere yönelik algı farklılığın ise büyük etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Turizm gelişimine verilen destek algısı da kadın ve erkek katılımcılara göre anlamlı bir farklılık göstermiştir. Turizm gelişiminin ortaya çıkardığı negatif etkilerin farkında olan kadın katılımcıların turizm gelişimine verdikleri desteğin (3,55) erkek katılımcıların verdiği desteğe (4,17) göre daha düşük olduğu söylenebilir. Eta kare değeri incelendiğinde ($\eta^2 = .071$)

turizm gelişimine verilen desteğe yönelik algı farklılığı büyük etkiye sahiptir. Turizm gelişiminin pozitif etkilerinden ziyade negatif etkilerinin daha fazla olduğunu düşünen bayan katılımcılar turizm gelişimini daha az desteklemektedirler.

Tablo 4.10 Katılımcıların Doğum Yerine Göre Turizm Etkileri Algısına İlişkin T Testi Sonuçları

Boyutlar	Doğum Yeri	n	Ort.	Std. Sap.	t	p
Sosyo-kültürel Pozitif Etkiler	Antalya	276	3,26	1,17	4,96	,000**
	Diğer	294	3,71	,943		
Ekonomik Pozitif Etkiler	Antalya	276	3,56	1,24	7,13	,014*
	Diğer	294	4,18	,766		
Çevresel Pozitif Etkiler	Antalya	276	3,32	1,14	6,10	,004**
	Diğer	294	3,88	1,04		
Sosyo-kültürel Negatif Etkiler	Antalya	276	4,00	1,03	9,84	,000**
	Diğer	294	2,95	1,49		
Ekonomik Negatif Etkiler	Antalya	276	3,85	1,00	5,97	,002**
	Diğer	294	3,25	1,36		
Çevresel Negatif Etkiler	Antalya	276	3,56	1,07	6,01	,000**
	Diğer	294	3,00	1,14		
Turizme Yönelik Destek	Antalya	276	3,58	1,21	6,76	,005**
	Diğer	294	4,21	1,01		

*p<0.05 **p<0.01

Tablo 4.10 incelendiğinde katılımcıların doğum yerine göre yani yörenin yerlisi olup olmama durumuna göre turizm gelişimi etkileri algılarında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Antalya'nın yerlisi olan katılımcıların turizmin gelişiminin sosyo-kültürel pozitif (3,26, $\eta^2 = .042$), ekonomik pozitif (3,56, $\eta^2 = .084$), çevresel pozitif etkileri (3,32, $\eta^2 = .062$) algısı, yerlisi olmayan katılımcılara göre daha olumsuz ve turizmin sosyo-kültürel negatif (4,00, $\eta^2 = .143$), ekonomik negatif (3,85, $\eta^2 = .140$) ve çevresel negatif (3,56, $\eta^2 = .060$) etkileri algılarının ise daha yüksek olduğu söylenebilir. Elde edilen eta kare değerlerine göre sosyo-kültürel pozitif etkilere yönelik algı farklılığı orta etkiye sahip iken diğer boyutlara yönelik algı farklılıkların büyük etkiye sahip olduğunu söylemek mümkündür. Bölgesindeki turizm gelişimine en başından beri tanıklık eden yöre halkının zamanla turizm gelişiminin ortaya çıkarmış olduğu negatif etkileri fark ettiğini ve turizm gelişiminin sağladığı pozitif etkilere yönelik algısının olumsuz yönde geliştiğini söylemek mümkündür. Ayrıca turizm gelişimine verilen desteğin yörenin yerlisi olup olmama durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterdiği bulunmuştur. Turizm gelişim kaynaklı ortaya çıkan turizmin pozitif etkileri algısı daha yüksek olan Antalya'nın yerlisi olmayan katılımcılar turizm gelişimine destek (4,21) vermektedirler. Antalya'nın yerlisi olan bireylerin turizme yönelik desteği (3,58) daha olumsuzdur. Elde edilen

eta kare değerine göre $\eta^2 = .075$ doğum yerine göre turizm gelişimine verilen desteğe yönelik algı farklılığı büyük etkiye sahiptir.

Tablo 4.11 Katılımcıların Mesleğine Göre Turizm Etkileri Algısına İlişkin T Testi Sonuçları

Boyutlar	Meslek	n	Ort.	Std. Sap.	t	p
Sosyo-kültürel Pozitif Etkiler	Turizmle ilgili	284	3,78	,921	6,49	,001**
	Turizmle ilgili değil	286	3,21	1,15		
Ekonomik Pozitif Etkiler	Turizmle ilgili	284	4,16	,817	6,38	,000**
	Turizmle ilgili değil	286	3,60	1,21		
Çevresel Pozitif Etkiler	Turizmle ilgili	284	3,73	1,10	7,93	,009**
	Turizmle ilgili değil	286	2,94	1,28		
Sosyo-kültürel Negatif Etkiler	Turizmle ilgili	284	2,93	1,46	6,48	,013*
	Turizmle ilgili değil	286	3,66	1,19		
Ekonomik Negatif Etkiler	Turizmle ilgili	284	3,12	1,40	8,71	,000**
	Turizmle ilgili değil	286	3,99	,957		
Çevresel Negatif Etkiler	Turizmle ilgili	284	3,00	1,12	4,30	,000**
	Turizmle ilgili değil	286	3,40	1,08		
Turizme Yönelik Destek	Turizmle ilgili	284	4,07	1,07	7,07	,000**
	Turizmle ilgili değil	286	3,33	1,40		

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

Katılımcıların mesleklerine göre turizm gelişimi etkileri algısı incelendiğinde turizmle ilgili bir meslekte çalışanların çalışmayanlara göre turizm gelişim etkilerinden sosyo-kültürel pozitif (3,78, $\eta^2 = .069$), ekonomik pozitif (4,16, $\eta^2 = .067$), çevresel pozitif (3,73, $\eta^2 = .100$) algılarının daha olumlu ve turizm gelişiminin sosyo-kültürel negatif (2,93, $\eta^2 = .069$), ekonomik negatif (3,12, $\eta^2 = .118$), çevresel negatif (3,00, $\eta^2 = .032$) etkilerine yönelik algılarının daha düşük seviyede olduğu söylenebilir. Elde edilen eta kare değerlerine göre meslekler arası farklılıkların çevresel negatif etkilere yönelik algı farklılığı hariç büyük etkiye sahip olduğu ve pratik manidarlık taşıdığı söylenebilir. Turizm ile ilgili bir alanda çalışmayan katılımcılar turizm gelişimine daha olumsuz yaklaşmaktadırlar. Katılımcıların turizme yönelik destek algıları incelendiğinde de turizm gelişim etkilerine yönelik algılarının daha olumlu olduğu turizm çalışanlarının, turizm gelişimine verdikleri destek (4,07) daha yüksek bulunmuştur. Turizm gelişiminin negatif etkileri algısı daha yüksek olan turizm çalışanı olmayan katılımcıların, turizm gelişimine yönelik verdikleri destek (3,33) daha düşüktür.

Aynı zamanda elde edilen eta kare değeri incelendiğinde $\eta^2 = .081$ meslekler arası turizm gelişimine yönelik destek algısındaki farklılık büyük etkiye sahiptir.

Tablo 4.12 Katılımcıların Turistlerle Etkileşimde Bulunma Durumuna Göre Turizm Etkileri Algısına İlişkin T Testi Sonuçları

Boyutlar	Turistlerle Etkileşim	n	Ort.	Std. Sapma	t	p
Sosyo-kültürel Pozitif Etkiler	Evet	270	3,76	,894	5,83	,019*
	Hayır	300	3,25	1,18		
Ekonomik Pozitif Etkiler	Evet	270	4,20	,818	7,11	,000**
	Hayır	300	3,59	1,18		
Çevresel Pozitif Etkiler	Evet	270	3,87	1,03	7,78	,000**
	Hayır	300	3,12	1,24		
Sosyo-kültürel Negatif Etkiler	Evet	270	2,77	1,02	7,19	,000**
	Hayır	300	3,50	1,39		
Ekonomik Negatif Etkiler	Evet	270	3,11	1,41	5,67	,002**
	Hayır	300	3,71	1,10		
Çevresel Negatif Etkiler	Evet	270	2,92	1,11	5,72	,000**
	Hayır	300	3,45	1,06		
Turizme Yönelik Destek	Evet	270	4,08	1,17	6,62	,017*
	Hayır	300	3,39	1,30		

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

Katılımcıların turistlerle etkileşimde bulunma durumuna göre turizm gelişim etkileri algısında anlamlı bir farklılık tespit edilmiş ve sonuçlar Tablo 4.12’de gösterilmiştir.. Turistlerle etkileşimde bulunan katılımcıların turizm gelişim etkilerinden sosyo-kültürel pozitif (3,76, $\eta^2 = .055$), ekonomik pozitif (4,20, $\eta^2 = .079$) ve çevresel pozitif (3,87, $\eta^2 = .095$) etkileri algısı turistlerle etkileşimde bulunmayanlara göre daha olumludur. Turistlerle etkileşimde bulunmayan yerel halk turizm gelişimine daha olumsuz yaklaşmaktadır ve turizm gelişim etkilerinden sosyo-kültürel negatif (3,50, $\eta^2 = .081$), ekonomik negatif (3,71, $\eta^2 = .052$), çevresel negatif (3,45, $\eta^2 = .055$) etkiler algısı turistlerle etkileşimde bulunan katılımcıların algısına göre daha olumsuzdur. Eta kare değerleri incelendiğinde turistler ile etkileşimde bulunma durumuna göre pozitif ekilere yönelik algı farklılıkların büyük etkiye sahip olduğu söylenebilir. Turizm gelişiminin ekonomik negatif ve çevresel negatif etkilerine yönelik algı farklılığının orta; sosyo-kültürel negatif etkilere yönelik algı farklılığının ise büyük etkiye sahip olduğu görülmektedir. Turizm gelişiminin negatif etkileri algısı daha yüksek olan turistlerle etkileşimde bulunmayan katılımcıların, turizm gelişimine verdikleri destek (3,39) turistlerle etkileşimde bulunan katılımcılara göre daha düşüktür. Algıladıkları negatif etkiler doğrultusunda turizm gelişimini desteklemedikleri söylenebilir. Elde edilen eta kare değerine

göre $\eta^2 = .071$ turistlerle etkileşimde bulunma durumuna göre turizm gelişimine verilen destek algısındaki farklılığın büyük etkiye sahiptir.

Tablo 4.13 Katılımcıların İkamet Yeri Göre Turizm Etkileri Algısına İlişkin T Testi Sonuçları

Boyutlar	İkamet Yeri	n	Ort.	Std. Sap.	t	p
Sosyo-kültürel Pozitif Etkiler	Konyaaltı	280	3,76	,884	6,07	,000**
	Kepez	290	3,22	1,20		
Ekonomik Pozitif Etkiler	Konyaaltı	280	4,20	,801	7,55	,000**
	Kepez	290	3,55	1,21		
Çevresel Pozitif Etkiler	Konyaaltı	280	3,99	,935	8,86	,000**
	Kepez	290	3,20	1,17		
Sosyo-kültürel Negatif Etkiler	Konyaaltı	280	2,77	1,08	7,53	,000**
	Kepez	290	3,55	1,35		
Ekonomik Negatif Etkiler	Konyaaltı	280	3,51	1,30	4,04	,004**
	Kepez	290	3,92	1,07		
Çevresel Negatif Etkiler	Konyaaltı	280	2,87	1,04	7,36	,000**
	Kepez	290	3,53	1,09		
Turizme Yönelik Destek	Konyaaltı	280	4,14	,998	7,73	,000**
	Kepez	290	3,37	1,34		

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$

Katılımcıların ikamet ettikleri ilçelere göre turizm gelişim etkileri algısında anlamlı bir farklılık olup olmadığı test edilmiş ve algılar arası anlamlı bir farklılık elde edilmiştir. Konyaaltı ilçesinde ikamet eden yerel halkın turizm gelişiminin, sosyo-kültürel pozitif (3,76, $\eta^2 = .062$), ekonomik pozitif (4,20, $\eta^2 = .092$) ve çevresel pozitif (3,99, $\eta^2 = .122$) etkilerine yönelik algısı daha olumlu iken turizm gelişimi kaynaklı ortaya çıkan sosyo-kültürel negatif (2,77, $\eta^2 = .092$), ekonomik negatif (3,51, $\eta^2 = .029$) ve çevresel negatif (2,87, $\eta^2 = .087$) etkilere yönelik algısı Kepez ilçesinde oturan katılımcılara göre daha düşüktür. Dolayısıyla turizm gelişiminin negatif etkilerinin farkında olan Kepez ilçesi sakinlerinin turizm gelişiminin sağladığı pozitif etkileri göz ardı ettikleri söylenebilir. Ayrıca Kepez ilçesinde ikamet eden katılımcıların Konyaaltında ikamet eden katılımcılara göre turistik çekiciliklere daha uzak olmaları turizm gelişim etkilerine yönelik algılarının daha olumsuz olmasına neden olabileceği düşünülebilir. Elde edilen eta kare değerlerine göre ikamet yerine göre turizm gelişiminin ekonomik negatif etkilerine yönelik algı farklılığı düşük diğerleri ise büyük etkiye sahiptir. Katılımcıların turizme yönelik verdikleri destek de ikamet ettikleri ilçeye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Kepez ilçesinde ikamet eden katılımcıların turizme yönelik verdikleri destek (3,37, $\eta^2 = .096$) daha düşüktür. Elde edilen eta kare değeri incelendiğinde ilçeler arası desteğe yönelik farklılık büyük etkiye sahiptir.

Katılımcıların turizm gelişim etkilerine yönelik algılarında yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği incelenmiş ve farklılık tespit edilmiştir. Tablo 4.14 incelendiğinde 51 yaş ve üzeri yaş grubuna dâhil olan katılımcıların turizm gelişiminin sosyo-kültürel (2,85, $\eta^2 = .061$) ve ekonomik (3,27, $\eta^2 = .082$) pozitif etkilerine yönelik algıları diğer yaş gruplarına dâhil olan katılımcılara göre daha olumsuzdur ve elde edilen eta kare değerlerine göre yaş grupları arası farklılıklar büyük etkiye sahiptir. 20 yaş ve altı yaş grubu ile 31-40 yaş grubuna dahil olan katılımcılar ile 41-50 yaş grubuna dahil olan katılımcıların turizm gelişiminin çevresel pozitif etkilerine yönelik algıları arasında farklılık tespit edilmiştir. 20 yaş ve altı yaş grubu (3,75) ve 31-40 yaş grubu (3,72) katılımcıların algılarının 41-50 yaş grubu katılımcılara göre (3,05) daha olumlu olduğu görülmektedir. Eta kare değeri incelendiğinde $\eta^2 = .060$ yaş grupları arası çevresel pozitif etkilere yönelik algı farklılığının büyük etkiye sahip olduğu söylenebilir. Yaş gruplarına göre katılımcıların turizm gelişiminin sosyo-kültürel ve ekonomik negatif etkilere yönelik algısı incelendiğinde 20 yaş ve altı yaş grubu ile 51 yaş ve üzeri yaş grubu arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Tablo 4.14'e göre 20 yaş ve altı yaş grubu katılımcılarının sosyo-kültürel (2,77, $\eta^2 = .079$) ve ekonomik (3,65, $\eta^2 = .010$) negatif etkilere yönelik algısının 51 yaş ve üzeri yaş grubuna dâhil olan katılımcılara göre daha düşüktür. Elde edilen eta kare değerlerine göre katılımcıların yaş gruplarına göre sosyo-kültürel negatif etkilere yönelik algı farklılığı büyük ve ekonomik negatif etkilere yönelik algı farklılığı küçük etkiye sahiptir. Katılımcıların yaş gruplarına göre turizm gelişiminin çevresel negatif etkilere yönelik algısı incelendiğinde 20 yaş ve altı (2,81) yaş grubuna dahil olan katılımcıların algısının 21-30 yaş (3,28) ve 41-50 (3,31) yaş arası grubuna dahil olan katılımcılara göre daha düşük olduğu ve eta kare değeri incelendiğinde $\eta^2 = .076$, yaş grupları arasındaki farklılığın büyük etkiye sahip olduğu söylenebilir. Turizm gelişimine verilen destek algısı da yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermiştir. 51 yaş üzeri yaş grubu katılımcıların turizm gelişimine yönelik destek algısının (3,21) diğer tüm yaş gruplarına göre daha olumsuz olduğu görülmektedir. Elde edilen eta kare değerine göre $\eta^2 = .096$ turizm gelişimine yönelik destek algı farklılığı büyük etkiye sahiptir. Turizmin pozitif etkilerine olumlu yaklaşan diğer yaş gruplarının turizm gelişimine yönelik verdikleri destek daha yüksektir.

Tablo 4.14 Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Turizm Etkileri Algısına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Boyutlar	n	Ortalama	Std. Sapma	F	p	Anlamlılık
Sosyo-kültürel Pozitif Etkiler	20 yaş ve altı (97)	3,72	,883	10,596	,000**	A-E*
	21-30 yaş arası (140)	3,59	,917			B-E*
	31-40 yaş arası (103)	3,40	1,12			C-E*
	41-50 yaş arası (100)	3,55	1,10			D-E*
	51 yaş ve üzeri (130)	2,85	1,26			
Sosyo-kültürel Negatif Etkiler	20 yaş ve altı (97)	2,77	1,11	2,706	,030*	A-E*
	21-30 yaş arası (140)	2,97	1,05			
	31-40 yaş arası (103)	2,95	1,15			
	41-50 yaş arası (100)	3,11	1,02			
	51 yaş ve üzeri (130)	3,25	1,16			
Ekonomik Pozitif Etkiler	20 yaş ve altı (97)	4,21	,725	18,617	,000**	A-E*
	21-30 yaş arası (140)	4,11	,842			B-E*
	31-40 yaş arası (103)	4,07	,943			C-E*
	41-50 yaş arası (100)	4,27	,663			D-E*
	51 yaş ve üzeri (130)	3,27	1,53			
Ekonomik Negatif Etkiler	20 yaş ve altı (97)	3,65	,834	3,255	,012*	A-E*
	21-30 yaş arası (140)	3,87	,952			
	31-40 yaş arası (103)	3,79	1,03			
	41-50 yaş arası (100)	3,96	,928			
	51 yaş ve üzeri (130)	4,07	,816			
Çevresel Pozitif Etkiler	20 yaş ve altı (97)	3,75	,999	4,562	,001**	A-D*
	21-30 yaş arası (140)	3,40	1,11			C-D*
	31-40 yaş arası (103)	3,72	1,29			
	41-50 yaş arası (100)	3,05	1,30			
	51 yaş ve üzeri (130)	3,43	1,20			
Çevresel Negatif Etkiler	20 yaş ve altı (97)	2,81	1,05	3,211	,013*	A-B*
	21-30 yaş arası (140)	3,28	1,14			A-D*
	31-40 yaş arası (103)	3,23	1,18			
	41-50 yaş arası (100)	3,31	1,15			
	51 yaş ve üzeri (130)	3,17	1,10			
Turizme Yönelik Destek	20 yaş ve altı (97)	4,17	1,00	9,901	,000**	A-E*
	21-30 yaş arası (140)	4,04	,963			B-E*
	31-40 yaş arası (103)	4,29	,752			C-E*
	41-50 yaş arası (100)	3,92	1,11			D-E*
	51 yaş ve üzeri (130)	3,21	1,28			

*p<0.05 **p<0.01

Tablo 4.15 Katılımcıların Yaşam Sürelerine Göre Turizm Etkileri Algısına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Boyutlar	n	Ort.	Std. Sapma	F	p	Anlamlılık
Sosyo-kültürel Pozitif Etkiler	1 yıldan az (82)	3,70	,933	11,372	,000**	A-F*
	1-5 yıl (96)	3,61	,846			B-F*
	6-10 yıl (90)	3,66	,990			C-F*
	11-15 yıl (102)	3,35	1,14			D-F*
	16-20 yıl (93)	3,84	,912			
	21 yıl ve üzeri (107)	2,88	1,29			
Sosyo-kültürel Negatif etkiler	1 yıldan az (82)	2,41	1,19	24,490	,000*	A-E,F*
	1-5 yıl (96)	3,27	1,24			B-E,F*
	6-10 yıl (90)	3,17	1,20			C-E,F*
	11-15 yıl (102)	3,43	1,27			D-E,F*
	16-20 yıl (93)	4,03	1,18			
	21 yıl ve üzeri (107)	4,27	,682			
Ekonomik Pozitif Etkiler	1 yıldan az (82)	4,22	,756	19,024	,001**	A-E,F*
	1-5 yıl (96)	4,11	,856			B-E,F*
	6-10 yıl (90)	4,19	,714			C-E,F*
	11-15 yıl (102)	4,17	,858			D-E,F*
	16-20 yıl (93)	3,46	1,24			
	21 yıl ve üzeri (107)	3,22	1,30			
Ekonomik Negatif Etkiler	1 yıldan az (82)	3,92	,820	18,716	,001**	A-F*
	1-5 yıl (96)	3,81	,911			
	6-10 yıl (90)	3,00	1,39			
	11-15 yıl (102)	3,10	1,59			
	16-20 yıl (93)	4,02	,898			
	21 yıl ve üzeri (107)	4,11	,671			
Çevresel Pozitif Etkiler	1 yıldan az (82)	3,76	1,02	6,825	,000**	A-E,F*
	1-5 yıl (96)	3,48	1,01			
	6-10 yıl (90)	3,49	1,16			
	11-15 yıl (102)	3,80	1,03			
	16-20 yıl (93)	3,23	1,19			
	21 yıl ve üzeri (107)	3,06	1,13			
Çevresel Negatif Etkiler	1 yıldan az (82)	2,75	1,02	6,619	,000**	A-E,F*
	1-5 yıl (96)	2,75	1,02			B-E,F*
	6-10 yıl (90)	3,18	1,08			
	11-15 yıl (102)	3,26	1,20			
	16-20 yıl (93)	3,27	1,12			
	21 yıl ve üzeri (107)	3,39	,955			
Turizme Yönelik Destek	1 yıldan az (82)	4,21	1,03	8,149	,000**	A-F*
	1-5 yıl (96)	4,07	,931			B-F*
	6-10 yıl (90)	4,06	,945			C-F*
	11-15 yıl (102)	4,13	,926			D-F*
	16-20 yıl (93)	3,88	1,10			E-F*
	21 yıl ve üzeri (107)	3,40	1,23			

*p<0.05 **p<0.01

Katılımcıların bölgedeki yaşam sürelerine göre turizm gelişimine yönelik algısı ve turizme gelişimine yönelik desteği anlamlı bir farklılık göstermiş ve sonuçlar Tablo 4.15'te gösterilmiştir. Katılımcıların turizmin gelişiminin sosyo-kültürel pozitif etkilerine yönelik algısı incelendiğinde 21 yıl ve üzeri Antalya'da ikamet eden katılımcıların algısının (2,88) diğer yaşam süresi gruplarına dâhil olan katılımcılara göre; ekonomik pozitif etkilere yönelik algısı 16-20 yıl arası (3,46) ve 21 yıl ve üzeri (3,22) Antalya'da ikamet eden katılımcıların algısı diğer yaşam süresi gruplarına dahil olan katılımcılara göre daha olumsuz ve çevresel pozitif etkilere yönelik algısı incelendiğinde 1 yıldan daha az süredir Antalya'da ikamet eden katılımcıların algısının (3,76) 16-20 yıl arası (3,23) ve 21 yıl ve üzeri (3,06) yaşam süresine dahil olan katılımcılara göre daha olumludur. Elde edilen eta kare değerleri incelendiğinde sosyo-kültürel pozitif ($\eta^2 = .092$) ve ekonomik pozitif ($\eta^2 = .144$) etkilere yönelik algı farklılıkları büyük etkiye, çevresel pozitif ($\eta^2 = .057$) etkilere yönelik algı farklılığı orta etkiye sahiptir. Katılımcıların turizm gelişiminin negatif etkilere yönelik algısı incelendiğinde; sosyo-kültürel negatif etkilere yönelik algısı 16-20 yıl arası (4,03) ve 21 yıl ve üzeri (4,27) Antalya'da ikamet eden katılımcıların algısı diğer yaşam süresi gruplarına dahil olan katılımcılara göre daha yüksek; ekonomik negatif etkilere yönelik algısı incelendiğinde ise 1 yıldan az süredir Antalya'da ikamet eden katılımcıların algısının (3,92) 21 yıl ve üzeri Antalya'da ikamet edenlere göre daha (4,11) düşük olduğu görülmektedir. Çevresel negatif etkilere yönelik algı farklılığı incelendiğinde, 1 yıldan az (2,75) ve 1-5 yıl arası (2,75) Antalya'da ikamet edenlerin algısı 16-20 yıl arası (3,27) ve 21 yıl ve üzeri (3,39) ikamet edenlere göre daha düşüktür. Eta kare değerlerine göre sosyo-kültürel negatif ($\eta^2 = .178$) ve ekonomik negatif ($\eta^2 = .142$) etkilere yönelik algı farklılıkları büyük etkiye, çevresel negatif ($\eta^2 = .055$) etkilere yönelik algı farklılığı orta etkiye sahiptir. Tablo 4.15' göre turizm gelişimine verilen destek algı farklılığı incelendiğinde, 21 yıl ve üzeri Antalya'da ikamet eden katılımcıların algısının (3,40) diğer tüm yaşam süresi gruplarına dâhil olan katılımcılara göre daha düşük olduğu görülmektedir ve eta kare değerine göre ($\eta^2 = .067$) yaşam süresi gruplar arası farklılık büyük etkiye sahiptir.

Tablo 4.16 Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Turizm Etkileri Algısına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Boyutlar	n	Ort.	Std. Sapma	F	p	Anlamlılık	
Sosyo-kültürel Pozitif Etkiler	İlköğretim (150)	3,06	1,21	9,124	,000**	A-B*	
	Lise (207)	3,50	1,08				
	Üniversite (172)	3,63	,943				A-C*
	Master (41)	3,68	,998				A-D*
Sosyo-kültürel Negatif etkiler	İlköğretim (150)	3,13	1,18	3,841	,010*	A-C,D*	
	Lise (207)	3,14	1,01				B-C,D*
	Üniversite (172)	2,82	1,09				
	Master (41)	2,79	1,10				
Ekonomik Pozitif Etkiler	İlköğretim (150)	3,77	1,28	5,347	,001**	A-C*	
	Lise (207)	3,98	1,04				A-D*
	Üniversite (172)	4,21	,709				
	Master (41)	4,16	,795				
Ekonomik Negatif Etkiler	İlköğretim (150)	3,97	,884	5,498	,001**	B-D*	
	Lise (207)	4,09	,838				
	Üniversite (172)	3,82	,915				
	Master (41)	3,58	,899				
Çevresel Pozitif Etkiler	İlköğretim (150)	3,21	1,19	3,917	,009**	A-C*	
	Lise (207)	3,41	1,20				A-D*
	Üniversite (172)	3,59	1,03				
	Master (41)	3,60	1,17				
Çevresel Negatif Etkiler	İlköğretim (150)	3,44	1,17	5,218	,000**	A-C,D*	
	Lise (207)	3,19	1,09				
	Üniversite (172)	2,96	1,14				
	Master (41)	2,96	1,04				
Turizme Yönelik Destek	İlköğretim (150)	3,38	1,22	6,607	,000**	A-C,D*	
	Lise (207)	3,48	1,25				B-C,D*
	Üniversite (172)	4,10	,919				
	Master (41)	4,25	1,08				

*p<0.05 **p<0.01

Tablo 4.16 incelediğinde yerel halkın turizm etkilerinin algısı eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Eğitim seviyesi yüksek olanların turizm gelişiminin pozitif etkileri algısı eğitim seviyesi düşük olanlara göre daha olumludur. İlköğretim mezunu olan katılımcıların (3,06) turizm gelişiminin sosyo-kültürel pozitif etkilere yönelik algısı lise (3,50), üniversite (3,63), master/doktora (3,68) mezunu olan katılımcılara göre daha olumsuz olduğu söylenebilir ancak elde edilen eta kare değerine göre ($\eta^2 = .032$) farklılığın küçük etkiye sahip olduğu görülmektedir. İlköğretim mezunu olan katılımcıların ekonomik pozitif

ve çevresel pozitif etkilere yönelik algısının (3,77/3,21) üniversite (4,21/3,59) ve master/doktora (4,16/3,60) mezunu olan katılımcılara göre daha olumsuz ve eta kare değerleri incelendiğinde ekonomik pozitif etkilere yönelik algı farklılığı ($\eta^2=.144$) büyük ancak çevresel pozitif etkilere yönelik algı farklılığı ($\eta^2=.020$) küçük etkiye sahiptir. İlköğretim mezunu olan katılımcıların lise, üniversite, master/doktora mezunu olan katılımcılara göre turizm gelişimine daha olumsuz yaklaştıkları ve turizm gelişiminin ortaya çıkardığı pozitif etkileri göz ardı ettikleri söylenebilir. Sosyo-kültürel negatif etkilere yönelik algı farklılığı incelendiğinde ilköğretim (3,13) ve lise (3,14) mezunu olan katılımcıların algısının üniversite (2,82) ve master/doktora (2,79) mezunu olan katılımcılara göre; lise mezunu (4,09) olan katılımcıların ekonomik negatif etkilere yönelik algısı master/doktora (3,58) mezunu olan katılımcılara göre ve ilköğretim mezunu (3,44) katılımcıların çevresel negatif etkilere yönelik algısı üniversite (2,96) ve master/doktora (2,96) mezunu olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Elde edilen eta kare değerleri incelendiğinde sosyo-kültürel negatif etkilere yönelik algı farklılığı $\eta^2=.024$ küçük, ekonomik negatif etkilere yönelik algı farklılığı $\eta^2=.144$ büyük ve çevresel negatif etkilere yönelik algı farklılığı $\eta^2=.055$ orta etkiye sahiptir. Turizm gelişimine verilen desteğe yönelik algı farklılığı incelendiğinde ilköğretim (3,38) ve lise (3,48) mezunu olan katılımcıların algısının üniversite (4,10) ve master/doktora (4,25) mezunu olan katılımcılara göre daha düşüktür ve elde edilen eta kare değerine göre $\eta^2=.067$ eğitim duruma göre turizm gelişimine verilen desteğe yönelik algı farklılığı büyük etkiye sahiptir. Buna bağlı olarak turizm gelişiminin negatif etkileri algısı daha yüksek olan ilköğretim ve lise mezunu katılımcıların, üniversite, master/doktora mezunu olan katılımcılara göre turizm gelişimine verdikleri destek daha düşüktür. İlköğretim ve lise mezunu olan katılımcılar turizm gelişimine daha olumsuz yaklaşmaktadırlar.

Tablo 4.17 Turizmin Pozitif Etkileri ve Turizme Verilen Desteğe İlişkin Korelasyon Analizi Sonuçları

		Destek	Sosyo-kültürel Pozitif	Ekonomik Pozitif	Çevresel Pozitif
Destek	Pearson Correlation	1	,706**	,776**	,708**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	570	570	570	570
Sosyo-kültürel Pozitif	Pearson Correlation	,706**	1	,787**	,684**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	570		570	570
Ekonomik Pozitif Etkiler	Pearson Correlation	,776**	,787**	1	,735**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	570	570	570	570
Çevresel Pozitif Etkiler	Pearson Correlation	,708**	,684	,735	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	570	570	570	570

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Turizm kaynaklı ortaya çıkan pozitif etkiler ile turizm gelişimine verilen destek arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını test etmek için gerçekleştirilen korelasyon analizi sonuçları tablo 4.16’da yer almaktadır. Turizmin sosyo-kültürel pozitif ($r=,706$) ve çevresel pozitif ($r=,708$) etkileri ile turizm gelişimine verilen destek arasında orta düzeyde, pozitif ve anlamlı; ekonomik pozitif ($r=,776$) etkiler ile turizm gelişimine verilen destek arasında yüksek düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

Tablo 4.18 Turizmin Pozitif Etkilerinin Turizme Verilen Desteğe Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	β	t	p
Sosyo-kültürel Pozitif Etkiler	,181	4,298	000*
Ekonomik Pozitif Etkiler	,400	9,966	000*
Çevresel Pozitif Etkiler	,258	6,888	000*

$R^2=,809$ $F=356,793$ $p=0,000$

* $p<0,01$

**Bağımlı Değişken: Turizme Verilen Destek

Turizm kaynaklı ortaya çıkan sosyo-kültürel-pozitif, ekonomik pozitif ve çevresel pozitif etkilerin, turizm gelişimine verilen desteğe etkisini test etmek için çok değişkenli doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre model bir bütün olara anlamlı ($F=356,793$ $p=0,000$) ve tüm özelliklere ait β katsayıları anlamlıdır. Model

turizme verilen desteğin %80'ni açıklamaktadır. Turizme verilen desteği en fazla etkileyen değişken ekonomik pozitif (,400) etkiler olarak görölmektedir. Çevresel pozitif (,258) ve sosyo-költürel pozitif (,181) etkiler de turizm gelişimine verilen destek de etkisi olan diğer değişkenlerdir. Elde edilen bulgulara göre turizmin algılanan pozitif etkileri turizm gelişimine yönelik desteği arttırmaktadır. Özellikle turizmin algılanan ekonomik pozitif etkileri ardından çevresel pozitif etkileri ve sosyo-költürel pozitif etkileri turizme yönelik verilen desteği etkilemektedir.

SONUÇ

Dünyanın en hızlı gelişim gösteren sektörü haline gelen turizm, destinasyon ve ülkeler için ekonomik kazanç sağlayan önemli bir olgudur. Ekonomik etkilerinin yanı sıra sosyo-kültürel ve çevresel etkileri de beraberinde getiren turizm gelişimi dikkatli planlama sürecini gerektirmektedir. Planlanmamış turizm gelişimi destinasyonun ve yerel halkın ekonomik, kültürel ve çevresel alanlarda zarar görmesine neden olabilir. Etkili bir turizm gelişimi yerel halkın da planlamaya sürecine dâhil edilmesi ile gerçekleştirilebilir.

Yerel halkın turizm gelişim etkilerine yönelik yaklaşımı yoğun olarak araştırılan bir alandır. Turizm yerel ve ulusal boyutta kazanç getiren bir alan olarak kabul edilmekte ve bölgedeki başarılı turizm gelişimi için yerel halkın desteği büyük önem taşımaktadır. Turizmin başarılı olması ve turistler ile yerel halk arasında karşılıklı faydanın sağlanması sürecinde yerel halkın istekli olması gerekmektedir.

Yerel halkın turizm gelişiminin pozitif ve negatif etkilerini nasıl algıladığı, turizm gelişimine ve planlamasına ne yönde tepki vereceği hususunda da belirleyici olmaktadır. Dolayısıyla turizmin ekonomik, sosyo-kültürel, çevresel fayda ve zararlarının yerel halk üzerindeki etkileri konusu araştırmacılar ve akademisyenler tarafından ilgi görmeye devam etmektedir. Turizm gelişiminin ortaya çıkardığı etkiler Doxey irridex modeli, sosyal değişim teorisi, topluluğa bağlılık teorisi, büyüyen örgüt teorisi gibi yazında kabul görmüş teoriler ve yerel halkın turizm gelişimine yönelik algısını ve desteğini etkileyen faktörler aracılığı ile belirlenmeye çalışılmıştır.

Bu çalışmada Antalya merkezde yaşayan yerel halkın turizm gelişimine yönelik algısı ve buna bağlı olarak turizm gelişimine yönelik desteği belirlenmeye çalışılmıştır. Katılımcıların turizm gelişimine yönelik algı ve desteği cinsiyet, yaş, doğum yeri, eğitim seviyesi, yaşam süresi, meslek, turistlerle etkileşim, turizm merkezine yakınlık gibi değişkenler aracılığı ile incelenmiş ve oluşturulan hipotezler test edilmiştir.

Katılımcıların cinsiyetine göre turizm gelişimine yönelik algısı ve turizm gelişimine yönelik desteği anlamlı bir farklılık göstermiştir. Kadın katılımcıların turizm gelişimine yönelik algılarının daha olumsuz olduğu ve buna bağlı olarak turizm gelişimine verdikleri desteğin daha düşük olduğu görülmüştür. İlgili yazın incelendiğinde; Mason ve Cheyne (2000) Yeni Zelanda'nın kırsal bölgesinde yaptıkları araştırmada kadınların turizm gelişimi sonucu ortaya çıkan suç, trafik, kirlilik gibi olumsuz etkileri erkeklere göre daha fazla algıladıklarını ve bu olumsuz algı sonucunda turizm gelişimine verdikleri desteğin erkeklere göre daha arka planda kaldığını ortaya koymuşlardır. Çalışmada kadınlar, gürültü kirliliği ve

yol güvenliğinin azalacağı kaygısıyla kafeterya ve bar sayısındaki artışa karşı dururken, erkekler işlerinin açılacağı beklentisiyle destek vermektedirler. Milman ve Pizam (1988) ve Potts'un (2003) gerçekleştirdikleri çalışmalarda da turizmin ekonomik faydaları algısını belirlemede cinsiyetin önemli bir faktör olduğu ve erkeklerden çok kadınların turizm gelişimine karşı olduğu sonucunu elde etmişlerdir.

Yaş grupları arasında turizm gelişimine yönelik algı ve destek algısında da anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Test edilen bir diğer faktör olan yaş gruplarına göre katılımcıların turizm gelişimine yönelik algısı ve desteği değişiklik göstermektedir. Elde edilen bulgular doğrultusunda yaş ilerledikçe turizm gelişimine yönelik algının olumsuzlaştığını ve turizm gelişimine verilen desteğin azaldığını söylemek mümkündür. Genç yaş grubu turizm gelişimine daha olumlu yaklaşmakta ve turizm gelişimini desteklemektedir. Araştırmacılara göre yaş grupları arasında turizm gelişimine yönelik bakış açısı ve beklentilerde farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Linberg vd. (1999) Danimarka'nın Allinge-Gudhjem bölgesinde yaptıkları araştırmada yerel halka turizm gelişimiyle ilgili çeşitli senaryolar sunulmuş ve bu senaryolara verecekleri destek ölçülmüştür. Gençlerin yaşlılara göre ortaya konulan senaryoları daha olumlu değerlendirmişlerdir. Yine aynı doğrultuda Çavuş ve Tanrısevdi (2002) Kuşadası'nda yaptıkları araştırmada yaşam süresi, yaş ve turizm gelişimi arasında anlamlı bir ilişki bulmuşlar ve yaşlı insanların turizm gelişimine yönelik tutumlarının daha olumsuz olduğu sonucuna varmışlardır.

Yörenin yerlisi olup olmama durumuna göre (doğum yeri) yerel halkın turizm gelişimine yönelik algısı ve desteği de anlamlı bir farklılık göstermektedir. Yörenin yerlisi olan katılımcılar turizm gelişimine daha olumsuz yaklaşmakta ve turizm gelişimini yörenin yerlisi olmayan bireyle göre daha az desteklemektedirler. Elde edilen bu sonuç Davis ve diğerlerinin 1988 yılında Florida'da gerçekleştirdikleri çalışma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Çalışmada yerel halk turizm gelişimine yönelik gösterdikleri tepkilere göre kümelendirilmiş ve "sevenler" olarak adlandırılan grup turizm hakkında bilgi sahibi ve turizm gelişimine destek veren, yörenin yerlisi olmayan bireylerden oluşmaktadır.

Farklı eğitim seviyesine sahip yerel halk arasında turizm gelişimine yönelik destek ve algıda çeşitli farklılıklar bulunmaktadır. Daha önce gerçekleştirilen çalışma sonuçları incelendiğinde; Lindberg vd., (1999) çalışmalarında 13 yıl ve üzeri süreyle eğitim görmüş olan yerel halkın turizm gelişimine daha fazla destek verdiği görülmüştür. Haralambopoulos ve Pizam'ın (1996) yaptıkları çalışmada eğitim ile turizm gelişimine yönelik olumlu tutum arasında bir ilişki olduğu öngörülmüş ve eğitim seviyesi yükseldikçe turizm gelişimine yönelik olumlu yaklaşımın arttığı belirtilmiştir. Çalışmada eğitim faktörü ile ilgili elde edilen bulgular ilgili yazın ile benzerlik göstermektedir. İlköğretim ve lise mezunu olan bireylerin

turizm gelişimine yönelik algısı daha olumsuz ve turizm gelişimine yönelik desteği daha düşük seviyededir. Eğitim seviyesi düşük düzeyde olan katılımcıların turizmin ekonomik getirilerinden daha az yararlandıklarını düşündükleri söylenebilir. Ayrıca eğitim seviyesi yükseldikçe turizm gelişimine yönelik algının olumlu yönde geliştiğini ve turizme yönelik desteğin sahip olunan olumlu algı doğrultusunda arttığı söylenebilir.

Gerçekleştirilen çalışmada yerel halkın turizm gelişimine yönelik algısı ve desteği bölgede geçirdikleri ikamet süresine göre farklılık göstermektedir. Yaşam süresi daha uzun olan bireylerin yaşam süresi daha kısa olan bireylere göre turizm gelişiminin pozitif etkilerine yönelik algıları daha olumsuz iken turizm gelişimi kaynaklı negatif etkilere yönelik algıları daha yüksek ve bu doğrultuda turizm gelişimine verdikleri desteğin daha düşük olduğu görülmüştür. İlgil yazındaki çalışmalar değerlendirildiğinde Mansfeld (1992), Ryan ve Montgomery'nin (1994) çalışmalarında ikamet süresi uzadıkça turizm gelişimine yönelik tepkilerin arttığı ortaya konulmuştur.

Lankford (1994); Milman ve Pizam, (1988); Pizam, Milman ve King, (1994); Tyrell ve Spaulding (1984), çalışmalarında turizm ile ilişkili mesleğe sahip olan bireylerin turizm gelişimi sonucu ortaya çıkan etkilere yönelik daha olumlu yaklaştıkları görülmüştür. Çalışmada katılımcıların mesleğine göre turizm gelişimine yönelik algı ve desteği anlamlı bir fark göstermektedir. Turizm sektöründe iş sahibi olan bireylerin turizm kaynaklı gelişen sosyo-kültürel negatif, ekonomik negatif ve çevresel negatif etkileri göz ardı ettiği ve turizm gelişimine verdikleri desteğin turizm sektöründe iş sahibi olmayan bireylere göre daha yüksek olduğu görülmüştür.

Turistlerle etkileşim seviyesi halkın turizm gelişimine yönelik tutumunu olumlu/olumsuz yönde etkilemektedir (Brougham ve Butler, 1981; Lankford ve Howard, 1994; Murphy, 1985). Araştırmada elde edilen bulgular doğrultusunda turistlerle etkileşimde bulunan bireylerin turizmin gelişimine daha olumlu yaklaşmaktadırlar ve turizm gelişimine verdikleri destek turistlerle etkileşimde bulunmayan bireylere göre daha yüksektir.

Çalışmada test edilen bir diğer faktör olan ikamet edilen ilçeye göre (turizm merkezine yakınlık) yerel halkın turizm gelişimine yönelik algısı ve desteği farklılık göstermektedir. Turizm çekiciliklerinin daha az olduğu bir merkez olan Kepez ilçesi sakinleri turizmin ortaya çıkarmış olduğu negatif etkileri kabul etmektedir ve bu doğrultuda turizm gelişimine yönelik verdikleri destek Konyaaltı ilçesinde ikamet eden bireylere göre daha düşüktür. Elde edilen bulgular daha önce gerçekleştirilen çalışma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Snaith ve Haley de İngiltere'nin tarihi şehri York'ta yaptıkları araştırmalarında, turistik alanın merkezinden uzakta yaşayan halkın turizmin gelişmesine daha olumsuz yaklaştığını tespit etmişlerdir (Snaith ve Haley, 1999).

Bu doğrultuda çalışmada geliştirilen; “H1. Yerel halkın turizm gelişim etkilerine yönelik algısı yerel halkın bireysel özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir” ve “H2. Turizm gelişimine verilen destek yerel halkın bireysel özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir” temel hipotezlerimiz kabul edilmiştir.

Gerçekleştirilen çalışmada turizm kaynaklı ortaya çıkan pozitif etkiler ile turizm gelişimine verilen destek arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı test edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre yerel halkın algıladığı sosyo-kültürel pozitif, ekonomik pozitif, çevresel pozitif etkiler ile turizm gelişimine verdikleri destek arasında doğrusal, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Yerel halkın turizme verdiği destek algıladığı pozitif etkiler ile ilişkilidir. Bu doğrultuda “H3. Turizmin gelişimine yönelik yerel halkın verdiği destek yerel halkın turizm gelişim etkilerini algılama biçimi ile anlamlı bir ilişki içindedir” üçüncü temel hipotezimiz de kabul görmüştür. Yerel halkın turizm gelişimine verdiği destek en fazla algıladığı ekonomik pozitif etkilerden etkilenmektedir. Turizmin sağladığı ekonomik faydaları algılayan yerel halk turizm gelişimine daha fazla destek vermektedir. Ayrıca çevresel pozitif etkiler ve sosyo-kültürel pozitif etkiler de yerel halkın turizm gelişimine verdikleri destek üzerinde etkili olduğu söylenebilir. Ekici'nin (2013) gerçekleştirdiği çalışmada turizmin algılanan pozitif etkileri ile turizm gelişimi desteğine ilişkin tutum arasındaki ilişkiyi Kaş-Kalkan ve Manavgat-Serik bölgesinde yaşayan yerel halk ile ölçmüşlerdir. Kaş-Kalkan bölgesinde pozitif etkiler ile destek arasında bir ilişki bulamazken, Manavgat-Serik bölgesinde yaşayan yerel halkın algıladıkları pozitif etkiler arttıkça, destek algı seviyelerinin de arttığı görülmüştür.

Çalışmada değerlendirilen her faktör ile ilgili elde edilen bulgular ilgili yerli ve yabancı yazın ile uyumluluk göstermektedir. Yerel halkın turizm gelişimine yönelik algısı ve desteği birçok faktöre göre değişiklik göstermektedir. Yerel halkın sahip olduğu algının ve desteğin hangi faktörlere bağlı olarak olumlu ya da olumsuz yönde geliştiğini tespit etmek destinasyonda gerçekleştirilecek planlama ve girişimlerin başarılı olması adına önem arz etmektedir. Yerel halkın sahip olduğu olumsuz algı turizm gelişimine yönelik desteği aksatmakta ve turizm gelişimini engellemektedir. Dolayısıyla turizm gelişimine yönelik desteğin azalmaması adına sahip olunan olumsuz algının ortadan kaldırılması için algılanan negatif etkilerin en aza indirilmesi ve pozitif etkilerin görülmesini sağlamak gerekmektedir.

Yerel yönetimler, politika yapımcılar, planlamacılar ve girişimciler yerel halkın turizm gelişimine yönelik bakış açısının ve desteğinin hangi koşullarda değiştiğini, bu doğrultuda gerçekleştirilen çalışmalar ile görebilir ve bu doğrultuda gerekli iyileştirme ve düzenlemeleri hayata geçirebilirler. Yapılacak girişim ve yatırımların başarılı olmasını sağlamak yerel halkın beklenti ve isteklerini dikkate alarak mümkün olacaktır. Ayrıca yerel halk gerçekleştirilecek

planlamalara dâhil edilerek görüşleri dikkate alınabilir ve turizm planlaması sürecinde başarılı ve kaliteli girişimler gerçekleştirilebilir.

Yerel halkın turizm gelişimine yönelik algı ve desteğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen çalışmalardan sağlıklı sonuçların elde edilmesi, turizmden elde edilen gelişimin dengeli dağılım göstermesi, var olan problemlere yönelik uygun çözümlerin geliştirilmesi ve önerilmesi için yerel yönetimlerin ve yerel halkın istekli olması ve birlikte çalışması gerekmektedir. Ayrıca yerel halkın ve yerel yönetimlerin birlikte hareket etmemesi bu doğrultuda gerçekleştirilen çalışmaların sadece akademik amaçlara yönelik olmasını sağlamaktadır.

Gerçekleştirilen çalışmada turizm gelişimine yönelik algı ve desteği yaş, doğum yeri, eğitim seviyesi, yaşam süresi, meslek, turistlerle etkileşim ve turizm merkezine yakınlık değişkenleri ile değerlendirilmiştir. İleride yapılacak olan çalışmalarda ilgili yazında yer alan topluluğa bağlılık, kişisel fayda sağlama, turizm gelişimine yönelik memnuniyet, destinasyon yaşam seyri gibi değişkenler de eklenerek turizm gelişimine yönelik algı ve destek ilişkisi incelenebilir. Ayrıca çalışma sadece Konyaaltı ve Kepez ilçelerinde ikamet eden yerel halk ile gerçekleştirilmiştir. Antalya il merkezine bağlı tüm ilçelerde ikamet eden yerel halk çalışmalara dâhil edilerek örneklem sayısı arttırılabilir ve elde edilen sonuçların değişip değişmeyeceği görülebilir. Gerçekleştirilecek çalışmalar belirli zaman aralıkları ile yapılabilir ve elde edilen sonuçlar kıyaslanarak dönemler arası farklılık olup olmadığı test edilebilir. Ayrıca turizm gelişimine yönelik algı ve destek çalışmaları genellikle nicel yöntemle gerçekleştirilmektedir. İleride gerçekleştirilecek çalışmalarda nitel yöntem seçilerek yerel halkın algıladığı sorunlar tespit edilebilir, neden-sonuç ilişkisi kurularak doğru değerlendirmeler yapılabilir ve çözüm önerileri sunulabilir.

KAYNAKÇA

- Ahmed, S. A. (1986), "Understanding Residents' Reaction to Tourism Marketing Strategies", *Journal of Travel Research*, 25(2), 13-18.
- Akış, S. (1999), "Sürdürülebilir Turizm ve Türkiye", *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10, 40-43.
- Akis, S., Peristians N. ve Warner J. (1996), "Residents' Attitudes to Tourism Development: The Case of Cyprus", *Tourism Management*, 17(7),481–494.
- Akova, İ. (1999), "Alanya'nın Turizm Olanakları", *İ. Ü. Edebiyat Fakültesi Coğrafya Dergisi*, 7, 183-208.
- Alaeddinoğlu, F. (2007), "Van Halkının Turisti ve Turizmi Algılama Şekli", *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 5(1), 1-16.
- Al-Masroori, R.S. (2006), "Destination Competitiveness: Interrelationships Between Destination Planning and Development Strategies and Stakeholders' Support in Enhancing Oman's Tourism Industry", *PhD Thesis*, Griffith University.
- Altıntaş, V. (2010), "Turizm Gelişiminin Yerel Halkın Yaşam Kalitesi üzerine Etkileri: Alanya Bölge Modeli", Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik anabilim Dalı, *Doktora Tezi*, Antalya.
- Altunel, M. C. (2009), "Yerel Halkın Turizmin Gelişimine Verdiği Desteği Etkileyen Faktörlerin Sosyal Değişim Teorisi Açısından İncelenmesi: Alaçatı Örneği", Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, *Yüksek Lisans Tezi*, Sakarya.
- Altunışık, R., Coşkun R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E., Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Spss Uygulamalı, Sakarya Yayıncılık, Sakarya, 2010.
- 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.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C. ve Vogt, C. A., (2005), "Residents' Perceptions of Community Tourism Impacts", *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.
- Andriotis, K. (2005), "Community' Group Perceptions of and Preferences for Tourism Development: Evidence from Crete", *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 29, 67-90.

- Antalya Belediyesi, Antalya Şehir Rehberi, ABC Ajansı, Pres Ofset Matbaacılık, Antalya, 1985.
- Antalya Kültür Envanteri 2004, 22-185.
- Antalya Yöresi Turist Profili Araştırması, 2011, 26-29
- Ap, J. (1990), "Residents' Perceptions Research on the Social Impacts of Tourism", *Annals of Tourism Research*, 31(2), 611.
- Ap, J. (1992), "Residents' Perceptions on Tourism Impacts", *Annals of Tourism Research*, 19(4), 67.
- Ap, J.ve Crompton, J. (1993), "Residents' Strategies for Responding to Tourism Impacts" *Journal of Travel Research*, 32(1), 47-50.
- Ap, J. ve Crompton, J. L. (1998), "Developing and Testing A Tourism Impact Scale", *Journal of Travel Research*, 37(2), 120-131.
- Atvur, O., Side Antik Kent ve Müze Rehberi, İstanbul, 2000.
- Avcıkurt, C., Turizm Sosyolojisi, Detay Yayıncılık, Ankara, 2007.
- Aydın D, Constantinides C, Mike C, Yılmaz C, Genç A ve Lanyi A. (2012). Sağlık Turizminde Süreçler ve Aracı Kuruluşlar Araştırma Raporu, Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Ayres, J. S,ve Potter, H. R. (1989), "Attitude Toward Community Change: A Comparison Between Rural Leaders and Residents", *Journal of The Community Development Society*, 20(1), 1-18.
- Ayyıldız, H., Cengiz ve Ustasüleyman, T., (2006), "Üretim ve Pazarlama Bölüm Çalışanları Arası Davranışsal Değişkenlerin Firma Performansı Üzerine Etkisine İlişkin Yapısal Bir Model Önerisi", *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17-17.
- Baka, (2011), Gol Turizmi Sektörü Raporu, 18-20.
- Barret J. A. (1958), "The Seaside Resort Towns of England and Wales" PhD Thesis, University of London, London.
- Bastias, P. P. ve Var, T. (1995), "Percieved Impacts of Tourism by Residents-Research, Notes and Reports", *Annals of Tourism Research*, 22(1), 208-209.
- Batı Akdeniz Mimarlık Dergisi, 1999, 19-20.
- Bayburtluoğlu, C., Lykia, Ankara Turizmi, Eski Eserleri ve Müzeleri Sevenler Derneği Yayınları, 2004.
- Baykan, E. (2007), "Turizmin Yerel Kültür Üzerindeki Etkilerinin Yöre Halkı Tarafından Algılanması", Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Ana Bilim Dalı, *Master Tezi*, Ankara.

- Beckley, T. M. (2003), "The Relative Importance of Sociocultural and Ecological Factors in Attachment to Place", in *Understanding Community-Forest Relations*, ed: L. E. Kruger Portland , OR, Department of Agriculture Forest Service, Pacific Northwest Research Station USA.
- Belisle, F. J. ve Hoy, D. R. (1980), "The Perceived Impact of Tourism by Residents: A Case Study in Santa Marta, Columbia", *Annals of Tourism Research* 7, 83-101.
- Berber, Ş. (2003), "Sosyal Değişme Katalizörü Olarak Turizm ve Etkileri", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9, 205-221.
- Besculides, M., Lee E. ve McCormick P. J. (2002), "Residents' Perceptions of the Cultural Benefits of Tourism", *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303–319.
- Blau, P. M., *Exchange and Power in Social Life*, Wiley, New York, 1964.
- Brooker, E. ve Burgess, J. (2008), "Marketing Destination Niagara Effectively Through the Tourism Life Cycle", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(3), 279-93.
- Bollen, K. K. (1989), *Structural Equations with Latent Variables*, John Wiley and Sons, New York.
- Brougham, J., ve Butler, R. (1981), "A Segmentation Analysis of Resident Attitudes to Social Impacts of Tourism", *Annals of Tourism Research*, 7(4), 569-90.
- Brunt, P. ve Courtney, P. (1999), "Host Perceptions of Sociocultural Impacts", *Annals of Tourism Research*, (26)3, 493-515.
- Burkart, A. ve Medlik, J. S., *Tourism: Past, Present and Future*, Heinemann Ltd., London, 1982.
- Butler R.W. (1980), "The Concept of Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources", *Canadian Geographer*, 24(1), 9.
- Butler, R. W. (2009), "Tourism in The Future: Cycles, Waves or Wheels?", *Futures*, 41(6), 346-352.
- Butler, R.W. (2011), "Tourism Area Life Cycle, Contemporary Tourism Reviews", *Goodfellow Publishers Ltd*, Oxford, 20-29.
- Carmichael, B. A. (2000), "A Matrix Model for Resident Attitudes and Behaviours in a Rapidly Changing Tourist Area", *Tourism Management*, 21, 601-611
- Cheng, A. S., Kruger, L. E. ve Daniels, S. E. (2003), "Place As an Integrating Concept in Natural Resource Politics: Propositions for a Social Science Research Agenda", *Society and Natural Resources*, 16,87-104.

- Choi, H. S. ve Sırakaya, E. (2005), "Measuring Residents' Attitude toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale", *Journal of Travel Research*, 43(4), 380-394.
- Chon, K. (1990), "The Role of Destination Image in Tourism: A Review and Discussion", *The Tourist Review*, 45(2), 2-9.
- Clements, C. J., Schultz, J. H. ve Lime, D. W. (1993), "Recreation Tourism and The Local Residents, Partnership or Coexistence?", *Journal of Park and Recreation Administration*, 11(4), 78-89.
- Cohen, J. (1994), "The Earth is Round ($p < .05$). *American Psychologist*, 49, 997-1003.
- Cuba, L. ve Hummon, D. M. (1993), "A Place to Call Home: Identification with Dwelling, Community and Region", *Sociological Quarterly*, 34, 111-131.
- Çalışkan, U. ve Tütüncü, Ö. (2008), "Turizmin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri ve Kuşadası İlçesi Uygulaması", *IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Kitapçığı*, Belek, Antalya, 127-148.
- Çavuş, S., ve Tanrısevdi, A. (2002), "Residents Attitudes Toward Tourism: A Case Study Of Kuşadası, Turkey", *Tourism Analysis*, 7, 259-268.
- Çevik, N., Taşların İzinde Likya, 2002.
- Çimrin, H., Antalya Kent Kronolojisi, ATSO Kültür Yayını, Azim Matbaası, Antalya, 2005.
- Çimrin, H., Bir Zamanlar Antalya Tarih Gözlem ve Anılar, ATSO Kültür Yayını, İkinci Matbaa, Antalya, 2006.
- Davis D., Allen J. ve Cosenza R. (1988), "Segmenting Local Residents by Their Attitudes. Interests and Opinions Toward Tourism", *Journal of Travel Research*, 27(2), 2-8.
- Demircan, Ş. (2010), "Turizmin Sosyo Kültürel Etkileri: Antalya7Muratpaşa İlçesi Örneği", Akdeniz Üniversitesi sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, *Yüksek Lisans Tezi*, Antalya.
- Doğan, H. Z., Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri, Detay Yayıncılık, Ankara, 2004.
- Doğanay, H. ve Zaman, S. (2002), "Antalya'da Az Tanınan Bir Kış Turizm Merkezi: Saklıkent". *Doğu Coğrafya Dergisi*. 8, 149-162.
- Doxey, G. V. (1975), "A Causation Theory of Visitor-Resident Irritants, Methodology and Research Inferences", in *Conference Proceedings: Sixth Annual Conference of Travel Research Association*, San Diego.
- Duffield, B. ve Long J. (1979), "Reward and Conflict Associated with Tourism in the Highlands and Islands of Scotland" , *Tenth Conference of The European Society for Sociology*, Cordoba.

- Duran, E. (2011), “Turizm, Kültür ve Kimlik İlişkisi; Turizmde Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Sürdürülebilirliği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi*. 10(19), 291-313.
- Dyer, P., Gürsoy. D., Sharma. B. ve Carter, J. (2007), “Structural Modeling of Resident Perceptions of Tourism and Associated Development on the Sunshine Coast Australia”, *Tourism Management*, 28, 409-422.
- Ekici, R. (2013), “Destinasyon Yaşam Seyri ve Yerel Halkın Turizm Gelişimine İlişkin Tutumlarının İncelenmesi”, Akdeniz Üniversitesi sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, *Yüksek Lisans Tezi*, Antalya.
- Emekli, G. (1998), “Bergama’da Turizm ve Sosyo-Ekonomik Etkileri”, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Ege Üniversitesi, SBE, İzmir.
- Emerson, R. M. (1972), “Exchange Theory, Part I: A Psychological Basis for Social Exchange”, *In Sociological Theories in Progress*, ed: J. Berger, M. Zelditch and B. Anderson. Boston: Houghton Mifflin Company, 38-57.
- Erman, E. U., SPSS 15.0 Veri Analiz Yöntemleri, İstatistik Merkezi Yayın, 2007.
- Esman, M. R. (1984), “Tourism as Ethnic Preservation: The Cajuns of Louisiana”, *Annals of Tourism Research*, 11, 451-467.
- Faulkner, B. (2002), “Rejuvenating A Maturing Tourist Destination: The Case of the Gold Coast”, *Current Issues in Tourism*, 5(6),472-520.
- Firebaugh G. ve Beck F. (1994), “Does Economic Growth Benefit the Masses? Growth, Dependence and Welfare in the Third World”, *American Sociological Review*, 59(5), 631-653.
- Güçlü, M., “Dr. Burhanettin Onat ve Antalya’daki Faaliyetleri”, Akdeniz Üniversitesi, Son Bin Yılda Antalya Sempozyumu, Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayını, Antalya, 2006.
- Garcia, M. A. O., Verdugo, M. C. ve Ruiz, D. M. (2008), “Gaining Residents’ Support for Tourism and Planning”, *International Journal of Tourism Research*, 10(2), 95-110.
- Getz, D. (1994), “Residents' Attitudes Toward Tourism: A Longitudinal Study in Spey Valley, Scotland”, *Tourism Management*, 15(4),247-258.
- Gilbert, E. W. (1939), “The Growth of Inland and Seaside Health Resorts in England”, *Scottish Geographical Magazine*, 55, 16-35.
- Gonçalves, V.F. ve Águas P.M. (1997), “The Concept of Life Cycle: An Application to the Tourist Product”, *Journal of Travel Research*, 12-22.
- Goulet, D. (1992), “Participation in Development: New Avenues”, *World Development*, 17(2), 165-178.

- Gustafson, P. (2002), "Tourism and Seasonal Retirement Migration", *Annals of Tourism Research*, Volume 29(4), 899.
- Gürsoy, D. and Rutherford, D. G. (2004), "Host Attitudes toward Tourism: An Improved Structural Model", *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516.
- Haralambopoulos N. ve Pizam A. (1996), "Perceived Impacts of Tourism-The Case of Samos", *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503-526 .
- Harrill R. (2004), "Resident Attitudes toward Tourism Development: A literature Review with Implications for Tourism Planning ", *Journal of Planning Literature*, 18(3), 251-266.
- Harrill, R. ve Potts, T. D. (2003), "Tourism Planning in Historic Districts: Attitudes toward Tourism Development in Charleston", *Journal of The American Planning Association*, 69(3), 233-244.
- Hernandez, S. A., Cohen, J. ve Garcia, H. J. (1996), "Residents Attitudes Towards An Instant Resort Enclave", *Annals of Tourism Research*, 23(4),754-779.
- Hidalgo, M. C. ve Hernandez, B. (2001), "Place Attachment: Conceptual and Empirical Questions", *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 273-281.
- Homans, G. C. (1961), "Social Behavior: Its Elementary Forms", *Harcourt Brace*, New York, 93-97.
- Horn, C. ve Simmons, D. (2002), "Community Adaption to Tourism: Comparisons Between Rotorua and Kaikova, New Zealand", *Tourism Management*, 23, 133-143.
- Hovinen, G. (1981), "A Tourist Cycle in Lancaster Country, Pennsylvania", *Canadian Geographer*, 15(3),283-286.
- Huh, C. ve Vogt, C. A. (2008), "Changes in Residents' Attitudes toward Tourism over Time: A Cohert Analytical Approach: *Journal of Travel Research*, 46, 446-455.
- Huang, Y. ve Stewart, W. P. (1996), "Rural Tourism Development: Shifting Basis of Community Solidarity", *Journal of Travel Research*, 36(4), 26-31.
- Ingham, B., *Economics and Development*, Maidenhead, McGraw Hill, 1995.
- Inskip, E., *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991.
- Jafari J., *The Scientification of Tourism*. In *Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st century*, Edited by Valene L. Smith and Maryann Brent, Elmsford, Cognizant Communication Corporation, New York, 2001.
- Jurowski, C. Uysal, M. ve Williams, R. D. (1997), "A Theoretical Analysis of Host Community Resident Reactions to Tourism", *Journal of Travel Research*, 36(2), 3-11.

- Jurowski, C. ve Gursoy, D. (2004), "Distance Effects on Residents' Attitudes Toward Tourism", *Annals Of Tourism Research*, 31(2), 296-312.
- Kasarda, J. D. ve Janowitz, M. (1973), "Community Attachment in Mass Society", *American Sociological Review*, 39,328-339.
- Keogh, B. (1990), "Public Participation in Community Tourism Planning", *Annals of Tourism Research*, 17, 449-465.
- Kim, K. (2002), "The Effects of Tourism Impacts Upon Quality of Residents in The Community", *PhD Thesis*, The Virginia Polytechnic Institute and State University, USA, 8.
- Ko, D. W. ve Stewart, W. P. (2002), "A Structural Equation Model of Resident's Attitudes for Tourism Development", *Tourism Management*, 23, 521-530.
- Korça, P. (1998), "Resident Perceptions of Tourism in a Resort Town", *Leisure Sciences*, 20, 193-212.
- Kousis, M. (1989), "Tourism and The Family in a Rural Cretan Community", *Annals of Tourism Research*, 16(3), 318-332.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak M., Genel Turizm: İlkeler- Kavramlar, Detay Yayıncılık, Ankara, 2001.
- Kunar, S., Antalya Çevresi, Kültür Tarih ve Doğa Rehberi, 1997.
- Kuvan, Y. ve Akan, P. (2005), "Residents' Attitudes Toward General and Forest-Related Impacts of Tourism: The Case of Belek, Antalya", *Tourism Management*, 26(5), 691-706.
- Lankford, S.V. ve Howard D. R., (1994), "Developing A Tourism Impact Attitude Scale", *Annals of Tourism Research*, 21, 121-139.
- Latkova, P. (2008), "An Examinaitaion of Factors Predicting Residents Support for Tourism Development", *PhD Thesis*, Michigan State University, USA, 56.
- Lawton, L. J. (2005), "Resident Perceptions of Tourism Attractions on the Gold Coast of Australia", *Journal of Travel Research*, 44,188-200.
- Liu, J. L. ve Var T. (1986), "Resident Attitudes to Tourism Impacts In Hawaii." *Annals of Tourism Research*, 13, 193-214.
- Lévis -Strauss, C., The Elementary Structures of Kinship, Beacon Press, Boston, 1969.
- Lepp, A. (2007), "Residents' Attitudes towards Tourism in Bigodi Village, Uganda", *Tourism Management*, 28, 876-885.
- Lindberg, K. ve Johnson, R. L. (1997), "The Economic Values of Tourism Social Impacts", *Annals of Tourism Research*, 24(1), 90-116.

- Lindberg, K., Dellaert B. ve Rassing C. (1999), "Resident Trade-Offs. A Choice Modeling Approach", *Annals of Tourism Research*, 26(3), 554-69.
- Long, P.T., Perdue R. ve Allen L. (1990), "Rural Resident Tourism Perceptions and Attitudes By Community Level of Tourism", *Journal of Travel Research*, 23(9), 3-9.
- Madrigal, R. (1995), "Residents' Perceptions and the Role of Government", *Annals of Tourism Research*, 22, 86-102.
- Mansuroğlu, S. (2006), "Turizm Gelişmelerine Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Akseki/Antalya Örneği", *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 19(1), 36-46
- Mason, P., *Tourism Impacts, Planning and Management*, Butterworth Heinemann, Amsterdam, Boston, 2003.
- Mason, P. ve Cheyne, J. (2000), "Residents' Attitudes to Proposed Tourism Development", *Annals of Tourism Research*, 27(2), 391-411.
- Mathieson, A. ve Wall, G., *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, Longman, New York, 1982.
- McCool, S. F. ve Martin, S. R. (1994), "Community Attachment and Attitudes Toward Tourism Development", *Journal of Travel Research*, 32(3), 29-34.
- McCool, S. F., Moisey, N. R. ve Nickerson, N. P. (2001), "What Should Tourism Sustain? The Disconnect with Industry Perceptions of Useful Indicators", *Journal of Travel Research*, 40, 124-131.
- McGehee, N. G. ve Andereck, K. L. (2004), "Factors Predicting Rural Residents' Support for Tourism", *Journal of Travel Research*, 43(2), 131-140.
- McIntosh, R.W. ve Goeldner G.R., *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, Wiley, New York, 1986.
- McIntyre, G., *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*, World Tourism Organization, Madrid, Spain, 1993.
- Milman, A. ve Pizam, A. (1988), "Social Impact of Tourism on Central Florida", *Annals of Tourism Research*, 15(2), 191-204.
- Murphy, P. E., *Tourism: A Community Approach*, Routledge, London, 1985.
- Nakip, M., *Pazarlama Araştırmaları: Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2006.
- Çevik, N., *Taşların İzinde Likya, Arkeoloji ve Sanat Yayınları*, İstanbul, 2002.
- Nunkoo, R. ve Ramkissoon, H. (2007), "Residents's Perceptions of the Socio-cultural Impact of Tourism in Mauritius", *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 18(1), 138-144.
- Ogilvie, F. F., *The Tourist Movement*, Staples Press, London, 1993.

- Olalı, H., ve Timur, A., Turizm Ekonomisi, Ofis Ticaret Matbaacılık Şti., İzmir, 1988.
- Oliveira, J. P. D. (2003), "Governmental Responses to Tourism Development: Three Brazilian Case Studies", *Tourism Management*, 24(1), 100.
- Özdamar, K. (2004), Tabloların Oluşturulması, Güvenirlik ve Soru Analizi Paket Programlarla İstatiksel Veri Analizi, Kaan Kitabevi, Eskişehir.
- Özdemir, M., Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri, Turizm Bankası A. Ş. Yayınevi, Ankara, 1992.
- Park, M. ve Stokowski, P. A. (2009), "Social Distruption Theory and Crime in Rural Communities: Comparisons across Three Levels of Tourism Growth", *Tourism Management*, 30, 905-915.
- Perdue, R. R., Long, P. T. ve Allen, L. (1987). "Rural Resident Tourism Perceptions and Attitudes", *Annals of Tourism Research*, 14, 420-429.
- Perdue, R. R., Long P. T. ve Allen L. (1990), "Resident Support for Tourism Development", *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586-99.
- Petrzelka, P., Krannich, R. S., Brehm, J. ve Trentelman, C. K. (2005), "Rural Tourism and Gendered Nuances", *Annals of Tourism Research*, 32(4), 121-1137.
- Pizam, A. (1978), "Tourism's Impacts: The Social Costs to the Destination Community As Perceived by Its Residents", *Journal of Travel Research*, 8-12.
- Pizam, A., Milman, A. ve King, B. (1994), "The Perceptions of Tourism Employees and Their Families towards Tourism: A Cross- Cultural Comparison", *Tourism Management*, 15(1), 53-61.
- Pizam, A. ve Pokela, J. (1985), "The Perceived Impact of Casino Gambling on a Community", *Annals of Tourism Research*, 12(2), 147.
- Quinn, B. (2007), "Performing Tourism. Venetian Residents in Focus", *Annals of Tourism Research*, 34(2), 458-476.
- Ratz, T., Residents Perceptions of The Socio-cultural Impacts of Tourism at Lake Balaton, Hungary, *Tourism and Sustainable Community Development*, Routledge, London, 2000.
- Reid, D. G., *Tourism, Globalization and Development: Responsible Tourism Planning*, Pluto Press, London, Starling, Virginia, 2003.
- Richardson, S. L., *Colorado Community Tourism Action Guide*, Boudler: University of Colorado, 1991.
- Ritchie, J. R. B. (1988), "Consensus Policy Formulation in Tourism: Measuring Resident Views Via Survey Research", *Tourism Management*, 9(3), 199-212.

- Rothman, R. (1978), "Residents and Transients: Community Reactions to Seasonal Visitors", *Journal of Travel Research*, 16, 8-13.
- Ryan, C. ve Montgomery, D. (1994), "The Attitudes of Bakewell Residents to Tourism and Issues in Community Responsive Tourism", *Tourism Management*, 15, 35-369.
- Ryan, C., Scotland. A. ve Montgomery, D. (1998), "Resident Attitudes to Tourism Development-A Comparative Study Between the Rangitikei, New Zealand and Bakewell United Kingdom", *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 4(2), 115-130.
- Sarı, C. (2007), "Antalya'nın Alternatif Turizm Kaynakları", Akdeniz Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Araştırma Merkezi Müdürlüğü Yayınları, 20. Yüzyılda Antalya Sempozyumu, Antalya, 473-495.
- Schermell-Engel, K., Moosbrugger, H. ve Müller, H. (2003), "Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive", *Goodness-Of-Fit Measures Of Psychological Research Online*, 8(2), 23-27.
- Searle, M. S. (2000), "Is Leisure Theory Needed for Leisure Studies?", *Journal of Leisure Research*, 32(1), 138-139.
- Sethna, R. J. ve Richmond, B. (1978), "U.S. Virgin Islanders' Perceptions of Tourism", *Journal of Travel Research*, 17, 30-31.
- Sharply, R. (2000), "Tourism and Sustainable Development: Exploring the Theoretical Divide", *Journal of Sustainable Tourism*, 8(1), 1-19.
- Sheldon, P. J. ve Abenoja, T. (2001), "Resident Attitudes in A Mature Destination: The Case of Waikiki", *Tourism Management*, 22, 435-443.
- Sheldon, P. J. ve Var T. (1984), "Residents Attitudes to Tourism in North Wales", *Tourism Management*, 5(1), 40-48.
- Sırakaya, E., Teye, V. ve Sonmez, S. (2002), "Understanding Residents' Support for Tourism Development in The Central of Ghana", *Journal of Travel Research*, 41(3), 57-67.
- Sırakaya, E., Teye, V. ve Sönmez, S. (2001), "Understanding Residents' Support for Tourism Development in the Central Region of Ghana", *Journal of Travel Research*, 41, 57-67.
- Sipahi, B., Yurtkoru, E. S. ve Çinko, M. (2010), *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*, Beta Basım Yayım Dağıtım A. Ş., İstanbul.
- Smith M. D. ve Krannich R. S. (1998), "Tourism Dependence and Resident Attitudes", *Annals of Tourism Research*, 25(4), 783-802.
- Snaith, T. ve A. Haley J., *Tourism's Impact On Host Lifestyle Realities, The State of The Art*, Ed: A.V. Seaton, Wiley, Newyork, 1995.

- Snaith, T. ve Haley, A. (1999), "Residents' Opinion of Tourism Development in the Historic City of York, England", *Tourism Management*, 20(5), 661.
- Stedman, R. C. (2002), "Towards a Social Psychology of Place: Predicting Behavior from Place-Based Cognitions, Attitude and Identity", *Environment and Behavior*, 34(5), 405-425.
- Sutton, W. A. (1967), "Travel and Understanding: Notes on the Social Structure of Touring.", *International Journal of Comparative Sociology*, 8, 218-223.
- Taylor, S. E., Letitita, A. P., David, O. S., (2007), Sosyal Psikoloji, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara, 2007.
- Tayfun A. ve Kılıçlar, A. (2004), "Turizmin Sosyal Etkileri ve Yerli Halkın Turistlere Bakışı", *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 1-17.
- Tarcan, E. ve Atılğan, E. (1999), 2000 Yılına Doğru Türkiye'nin İnanç Turizmi Açısından Önemi ve Antalya'da Faaliyet Gösteren Seyahat Acenteleri Üzerine Bir Araştırma, İki binli Yıllara Girerken Kapadokya'nın Turizm Değerlerine Bir Bakış, Erciyes Üniversitesi Matbaası, Kayseri.
- Teye, V., Sönmez, S. F. ve Sirakaya, E. (2002), "Residents' Attitudes Towards Tourism Development", *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668-688.
- Theodori, G. (2000), "Level of Analysis and Conceptual Clarification in Community Attachment and Satisfaction Research: Connections to Community Development", *Journal of the Community Development Society*, 31(1), 35-58.
- Todaro, M. P., Economic Development in The Third World, Longman, New York, 1994.
- Tomljenovic, R., ve Faulkner B. (2000), "Tourism and Older Residents in a Sunbelt Resort" , *Annals of Tourism Research*, 27(1), 93-114.
- Tooman, L. A. (1997), "Application of The Lifecycle Model in Tourism", *Annals of Tourism Research*, 24(1), 214-234.
- Tosun, C. (2002), "Host Perceptions of Impacts: A Comparative Tourism Study", *Annals of Tourism Research*, 29, 231-253.
- Türkiye İstatistik Kurumu, İstatistik Göstergeler 1923-2007, TÜİK Matbaası, Ankara, 2008.
- Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu, 2013, 11-20.
- Tyrell, T. ve Spaulding P. (1984), "A Survey of Attitudes Toward Tourism Growth in Rhode Island", *Hospitality Education and Research Journal*, 8, 22-23.
- Um, S. ve Crompton J. L. (1987), "Measuring Resident's Attachment Levels in A Host Community", *Journal of Travel Research*, 26(2), 27-29.
- Umar, B., Lykia, Bir Tarihsel Coğrafya Araştırması ve Gezi Rehberi, 2004.

- Usal, A. ve Kuşluvan, Z., Davranış Bilimleri, Sosyal Psikoloji, Fakülteler Kitabevi, İzmir, 2002.
- Usta, Ö., Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım, Detay Yayıncılık, Ankara, 2009.
- Usta, Ö., Genel Turizm, Anadolu Matbaacılık, İzmir, 2001.
- Uysal, M. ve Baloğlu, Ş. (1994), “Destinasyon Yaşam Süresi İle Taşıma Kapasitesi Arasındaki İlişki”, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 37-41.
- Vaughan, D. R. ve Edwards, J. R. (1999), “Experiential Perceptions of Two Winter Sun Destinations: The Algarve and Cyprus”, *Journal of Vacation Marketing*, 5(4), 356-368.
- Vacha-Haase, T. ve Thompson, B. (2004). How to Estimate and Interpret Various Effect Sizes. *Journal of Counseling Psychology*, 51, 473-481.
- Vellas, F. ve Becherel, L., International Business: An Economic Perspective, St. Martin's Press, New York, 1995.
- Walpole, M. ve Goodwin, H. (2000), “Local Economic Impacts of Dragon Tourism in Indonesia”, *Annals of Tourism Research*, 27(3), 559-576
- Wang, Y. A. ve Pfister, R. E. (2008), “Resident Attitudes toward Tourism and Perceived Personal Benefits in a Rural Community”, *Journal of Travel Research*, 47(1), 84-93
- Weaver, D. B. ve Lawton L. J. (2001), “Resident Perceptions of Tourism in the Urban-Rural Fringe”, *Annals of Tourism Research*, 28(2), 439-58.
- Williams, S., Tourism Geographies, New York, Routledge, 1998.
- Williams, A. (1995), “A Supply Side Examination of Farm Stay in Australia”, National Tourism and Hospitality Conference, *Bureau of Tourism Research*, Canberra.
- Yazıcı, E. (1988), “Türk Sosyo-Kültürel Yapısında Gözlenen Değişmeler: Karmaşık Bir Dönüşümün Hikâyesi”, *Yeni Türkiye Cumhuriyet Özel Sayısı*, 1834.
- Yoon, Y., Gürsoy, D. ve Chen, J. (2001), “Validating A Tourism Development Theory With Structural Equation Modelling”, *Tourism Management*, 22, 363-372.
- Yörük, G. (2010), “İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Demre'nin Değerlendirilmesi”, Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı Dinler Tarihi Bilim Dalı, *Yüksek Lisans Tezi*, Isparta.
- Zaman, S., Fonksiyonel Değişim Sürecinde Antalya Beydağları Yaylaları, Atatürk Üniversitesi Yayınları, Eser Ofset Matbaacılık, Erzurum, 2007.
- Zengin, B., Turizm Coğrafyası, Değişim Yayınları, İstanbul, 2006.
- www.kulturvarliklari.gov.tr Erişim Tarihi: 12.08.2013.
- www.muze.gov.tr Erişim Tarihi: 12.08.2013
- <http://www.antalyakulturturizm.gov.tr> Erişim tarihi: 19.08.2013.
- http://www.dha.com.tr/Antalya-dunya-genelinde-4-oldu_141941.html

EKLER

EK 1- Anket Formu

Değerli Katılımcı,	
Bu araştırmanın amacı yerel halkın turizm gelişimine yönelik algısını ve turizm gelişimine verdiği desteği incelemektir. Elde edilecek veriler yalnızca akademik amaçlar için kullanılacaktır. Gösterdiğiniz ilgi ve yardımdan dolayı teşekkür ederiz.	
Arş. Gör. Nilgün GÜNEŞ Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi	
Cinsiyet	<input type="checkbox"/> Erkek <input type="checkbox"/> Kadın
Medeni Durum	<input type="checkbox"/> Evli <input type="checkbox"/> Bekar
Yaş	<input type="checkbox"/> 20 yaş ve altı <input type="checkbox"/> 21-30 yaş <input type="checkbox"/> 31-40 yaş <input type="checkbox"/> 41-50 yaş <input type="checkbox"/> 51 yaş ve üzeri
Eğitim Durumu	<input type="checkbox"/> İlköğretim <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Üniversite <input type="checkbox"/> Master/Doktora
Meslek	<input type="checkbox"/> Turizmle İlgili <input type="checkbox"/> Turizmle İlgili Değil
Aylık Gelir	<input type="checkbox"/> 500tl ve altı <input type="checkbox"/> 501tl-1000tl <input type="checkbox"/> 1001tl-2000tl <input type="checkbox"/> 2001tl ve üzeri
Doğum Yeri	<input type="checkbox"/> Antalya <input type="checkbox"/> Diğer
Yaşam Süresi	<input type="checkbox"/> 1 yıldan az <input type="checkbox"/> 1-5 yıl <input type="checkbox"/> 6-10 yıl <input type="checkbox"/> 11-15 yıl <input type="checkbox"/> 16-20 yıl <input type="checkbox"/> 21 yıl ve üzeri
Turistler İle İletişim Kurma	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
İkamet Edilen İlçe

Lütfen aşağıda yer alan ifadeleri değerlendiriniz.					
1=Kesinlikle Katılmıyorum 2=Katılmıyorum 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum 4=Katılıyorum 5=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 edilmelidir.	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
Turizm yatırımları artarak devam etmelidir.	[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]

TEŞEKKÜRLER.

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Nilgün GÜNEŞ
Doğum Tarihi -Yeri : 06.09.1986 – Koubrat/BULGARİSTAN

Eğitim Durumu

Mezun Olduğu Lise : Lüleburgaz Anadolu Lisesi, 2005, Kırklareli
Lisans Diploması : Ege Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik
 Yüksekokulu, Turist Rehberliği Bölümü, 2009, İzmir
Yüksek Lisans Diploması : Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm
 İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, 2014, Antalya
Tez Konusu : Yerel Halkın Turizm Algısı ve Turizme Katılımı: Antalya
 Konyaaltı ve Kepez İlçesi Örneği
Yabancı Diller : İngilizce, Almanca, İtalyanca

İş Denevimi

2007 (Haziran-Eylül) : Otel Parkim Ayaz (Respsiyonist) Gumbet/Bodrum
 2008 (Haziran-Eylül) : İmren Han Pastanesi (Personel Şefi) Alaçatı/Çeşme
 2009 (Mayıs-Eylül) : Jolly Tut Kemer Bölge Rehberi Kemer/Antalya
 2010 (Şubat-) : Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Araştırma Görevlisi

Aldığı Belge ve Sertifikalar

- İçki Teknolojileri Eğitimi Katılım Belgesi, 20 Aralık 2011, Antalya.
- İletişim Becerileri Eğitimi Katılım Belgesi, 21 Aralık 2011, Antalya.
- Bologna Sürecinde Eğitim Öğretim Etkinliklerinde Ölçme-Değerlendirme Eğitimi Katılım Belgesi, 30 Kasım 2011, Antalya.
- Toplantı Sektörüne ve Destinasyon Pazarlamasına Genel Bir Bakış Eğitim Semineri Katılım Belgesi, 14 Aralık 2011, Antalya.
- II. İnsan Kaynakları Gelişimi Sempozyumu Katılım Belgesi, 11-13 Mart 2011, Antalya.
- III. International Tourism Week (ITW) 2011 “e-Tourism: New Roles and Future Trends” Sempozyum Katılım Belgesi, 14-16 Nisan 2011, Antalya.
- Micros/FIDELIO Suite8 Front Office Modülü Eğitim Sertifikası, 10-14 Ekim 2011, Antalya.

- I. Ulusal Ünye İ.İ.B.F. İşletmecilik Sempozyumu Katılım Belgesi, 24-25 Nisan 2012, Ünye, Ordu.
- I. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi Katılım Belgesi, 12-15 Nisan 2012, Kemer, Antalya.
- Bologna Sürecinde Program Yeterlilikleri ve Ders Kazanımları Eğitimi Katılım Belgesi, 08 Şubat 2012, Antalya.
- IV. International Tourism Week (ITW) 2012 “Destination Management and Branding in the Mediterranean Region Sustainable Tourism in times of Crisis” Sempozyum Katılım Belgesi, 19-21 Nisan 2012, Antalya.
- III. Turizmde İnsan Kaynakları Gelişimi Sempozyumu Katılım Belgesi, 10-11 Mayıs 2012, Antalya.
- 13. Ulusal Turizm Kongresi Katılım Belgesi, 6-9 Aralık 2012, Antalya.
- “Sosyal Medya, Online Dünya ve Turizm” Semineri Katılım Belgesi, 15 Mart 2013, Antalya.
- V. International Tourism Week (ITW) 2013 “New Trends in Tourism Management and Marketing” Sempozyum Katılım Belgesi, 15-16 Nisan 2013, Antalya.