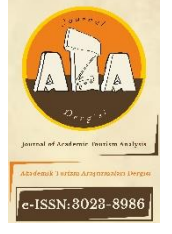




Journal of Academic Tourism Analysis

Akademik Turizm Analizi Dergisi

<https://journalata.com/>



Tourists' Perceptions of Responsible Tourism: A Case of Istanbul*

Turistlerin Sorumlu Turizm Algılamaları: İstanbul Örneği

İcla TOPRAK¹, Sebahattin Emre DİLEK^{2,**}

¹MSc. Graduate, Department of Tourism Management, Institute of Postgraduate Education, Batman University, Batman, TÜRKİYE

²Assoc. Prof., Department of Gastronomy and Culinary Arts, Faculty of Tourism, Batman University, Batman, TÜRKİYE

ARTICLE INFO

Research Article

Article history:

Received : 19 December 2023
Revised : 25 March 2024
Accepted : 26 March 2024
Available : 31 July 2024

Keywords:

Tourists' Perception
Responsible Tourism
Sustainable Tourism İstanbul

MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Makale Süreci:

Gönderim : 19 Aralık 2023
Düzeltilme : 25 Mart 2024
Kabul : 26 Mart 2024
Yayımlanma : 31 Temmuz 2024

Anahtar Kelimeler:

Turist Algısı
Sorumlu Turizm
Sürdürülebilir Turizm
İstanbul

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the perceptions of tourists visiting Istanbul regarding responsible tourism. The data was collected by face-to-face survey technique from local and foreign tourists who visited Istanbul between January-2021 and February-2022. 401 tourists were included in the research. Anova and independent sample t tests were used to analyze the data. According to the findings, significant statistical differences were detected in terms of education level and nationality variables. However, it has emerged that responsible tourism policies should be developed for all stakeholders of tourism, and especially what responsible tourism means for tourists should be supported by different studies.

Journal ATA © 2 by Bayram KANCA is licensed under CC BY-NC 4.0.

ÖZ

Bu çalışmanın amacı İstanbul'u ziyaret eden turistlerin sorumlu turizme ilişkin algılarının incelenmesidir. Veriler, Ocak-2021 ile Şubat-2022 arasında İstanbul'u ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerden yüz yüze anket tekniği ile toplanmıştır. Araştırmaya 401 turist dahil edilmiştir. Verilerin analizinde anova ve bağımsız örneklem t testleri kullanılmıştır. Bulgulara göre, öğrenim durumu ve milliyet değişkenleri açısından anlamlı istatistiksel farklılıklar tespit edilmiştir. Bununla birlikte, turizmin tüm paydaşlarına yönelik sorumlu turizm politikalarının geliştirilmesi gerektiği ve özellikle sorumlu turizmin turistler açısından ne anlama geldiğinin farklı çalışmalar ile desteklenmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır.

ATA Dergisi © yayıncı Bayram KANCA tarafından CC BY-NC 4.0 ile lisanslanmıştır.

1. GİRİŞ

Çevresel ve sosyo-kültürel sorunların küresel çaptaki yıkıcılığı, ilgili tüm paydaşların sorumluluk bilincinde olması ve bu doğrultuda bir turizm yaklaşımı benimsemelerini zorunlu hale getirmektedir. Turizm sektörünün yapısından kaynaklanan olumsuz etkileri azaltmak, sürdürülebilir gelişme temelinde doğal kaynakların bilinçli ve sorumlu kullanımı ile mümkün olmaktadır. Bu nedenle sürdürülebilir turizm ve sorumlu turizm kavramları son yıllarda daha fazla önem kazanmaktadır. Sürdürülebilir turizmin amaçlarının başarıya ulaşması, turizm paydaşlarının sorumluluk bilinci ile hareket etmesini gerekli kılmaktadır. Başka bir ifadeyle turizm paydaşlarının sorumlu davranması ile sürdürülebilir bir turizmin inşası mümkündür. Bu nedenle özellikle 2000'li yılların başından itibaren sürdürülebilirlik felsefesi içerisinde sorumlu turizm kavramı gündeme gelmeye başlamış ve birlikte düşünülmesi gereken bir kavrama (responsustable) dönüşmüştür (Mihalic, 2016). Sorumlu turizm işletmeler açısından daha iyi

* Bu çalışma, "İstanbul'a Gelen Turistlerin Sorumlu Turizm Algılamaları" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

** Sorumlu yazar / Corresponding author

olanaklar, turistler açısından ise daha iyi tatil deneyimi sunulmasına yöneliktir (Spenceley vd., 2002:8). Sosyo-kültürel değerlere verilen önemin artması ve çevre bilincinin gelişmesi ile birlikte sorumluluk bilincine sahip turist profili de artmaya başlamıştır. Özellikle postmodern dönemde turistlerin otantik ürün/hizmet/deneyim arayışı bu durumun bir fonksiyonu olarak ortaya çıkmıştır. Öyle ki turistler, ziyaret ettikleri destinasyonun sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel çekiciliklerini deneyimleyerek yaşamlarına anlam katma çabası içerisindeyler. Bu noktada yaşadıkları deneyimlerde sorumlu davranmak ve o destinasyonun sürdürülebilirliğine katkı sunmak sorumlu turist kavramını öne çıkarmaktadır (Kang ve Moscardo, 2006). Sorumlu turist, turizm faaliyetleri sırasında sosyo-kültürel ve doğal çevreye saygı duyan ve bilinçli olarak turizm faaliyetlerine katılan kişiler olarak tanımlanmaktadır (Stanford, 2006: 196).

Turizm sektörü rekabetin en yoğun yaşandığı sektörlerden birisidir. Nitekim uluslararası düzeydeki rekabette avantaj elde etmenin yollarından biri de o bölgeye özgü çekim unsurlarına yönelik deneyimler sunulmasıdır. Bu bakımdan sorumlu turizm, yerelin bilgi ve becerisinin yine yerelin miras unsurları ile birleştirilerek turizm aracılığıyla sunulmasını içermektedir (State ve Bulin, 2016). Diğer bir deyişle farklı kültürden insanların birbiri ile bütünleşmesini, yerel-turist etkileşiminde karşılıklı birer faydaya dönüştürebilen ve bu bağlamda daha rekabetçi ve zengin ürün/hizmet sunumunun gerçekleştirilebildiği bir turizm modelidir (Frey ve George, 2010: 627). Bu model, turizm sektörünün destinasyonun sosyo-kültürel yapısına ve doğal kaynaklarına bağımlı olması nedeni ile gelişimini planlarken neden olabileceği olumsuz etkileri sürdürülebilirlik temelinde dikkate alan ve çözüm üretebilecek uygulamaları ortaya koyan bir yapıdadır (Aktaş, 2019: 13). Sorumlu turizm bu yönüyle, turizm faaliyetlerinin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel kaynaklar yoluyla herkesin yararına gerçekleştirilmesini, mevcut kaynakların korunmasını ve geliştirilmesini amaçlamaktadır. Bu sayede yerel halkın yaşam kalitesini artırmakta ve yerel kalkınmaya katkı sağlayarak destinasyonun yoğun rekabet ortamında varlığını devam ettirebilmesi için rekabet avantajı sağlamaktadır. Sorumlu turizm yaklaşımının amaçlarına ulaşabilmesi için tüm paydaşların sorumlu olduğu savunulmakta ve tamamı tarafından içselleştirilmesi gerektiği ifade edilmektedir (Sharpley, 2012; Aylan ve Sezgin, 2021). Bu bağlamda çalışmada, İstanbul’u ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin sorumlu turizm algılamaları irdelenmektedir. Böylece sorumlu turizm anlayışından hareketle turizm paydaşlarından biri olan turistlerin İstanbul özelinde ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel sorumluluklarının bilincinde olup olmadığı ortaya koyularak, geleceğe yönelik gerçekleştirilecek plan ve politikalara yönelik önerilerde bulunulması hedeflenmiştir.

2. YAZIN İNCELEMESİ

Turizm, küresel bir olgu olmakla beraber doğal, sosyo-kültürel ve çevresel faktörlere bağımlı, yoğun rekabete dayalı, mikro ve makro ölçekte faaliyet gösteren karmaşık bir sosyo-ekonomik sistemdir (Mathew, 2009: 83). Her ne kadar turizm sektörünün önem düzeyi ekonomik katkıları üzerinden ele alınıp araçsallaştırılsa da, yaratmış olduğu sosyo-kültürel ve çevresel etkileri bakımından da çeşitli olumlu/olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Dolayısıyla turizme atfedilen önem, bir destinasyonun gelişimi bakımından sadece yaratmış olduğu ekonomik fayda ile değil, sosyo-kültürel ve çevresel boyutları ile bütünsel şekilde düşünülmelidir (Gray ve Bebbington, 2001). Bu bakımdan sürdürülebilir turizm gelişimini sağlamanın, turizmin planlamasının ve yönetiminin kapsamlı ve bütünsel bir şekilde tasarlanması ile mümkün olabileceği açıktır. Bu yaklaşımın inşası, çevresel, sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik beklentileri hem arz hem de talep boyutunda karşılayan, destinasyonların yalnızca fiziki ve sosyal yapısına değil aynı zamanda yerel halka karşı sorumlu olan bir turizmin geliştirilmesiyle mümkün olabilecektir (Aktaş, 2019). Sorumlu turizm kavramı, turizm alanındaki her bir aktörün bilinçli hareket etmesi, ortak mirasa yönelik daha sorumlu davranması şeklinde açıklanabilir (Grimwood vd., 2015). Yine alanyazın incelendiğinde sorumlu turizm ile ilgili yapılan çalışmalarda, yerel halkın sorumlu turizm açısından önemi (Gong, Detchkhajornjaroensri ve Knight, 2019), sorumlu turizmin yerel halkın yaşam kalitesine etkisi (Hanafiah vd., 2016) destinasyon yönetimi ve sürdürülebilir gelişim (Mathew ve Sreejesh, 2017; Aktaş ve Kurgun, 2021), sürdürülebilir turizm ve sorumlu turizm arasındaki ilişki (Mihalic, 2016; İlban, Gümrükçü ve Yıldız, 2023) şeklinde daha çok sorumlu turizmin yarattığı etkilerin neler olduğu ve yerel halk nezdinde nasıl algılandığına ilişkin çalışmaların olduğu anlaşılmaktadır. Alanyazında sorumlu turizm tanımlamaları ise farklılıklar göstermektedir. Spenceley vd. (2002: 6) sorumlu turizmi, turistler için daha zengin deneyimler ve turizm işletmeleri için sürdürülebilir iş fırsatları sağlamakla ilgili bir turizm anlayışı olarak tanımlarken; Goodwin ve Francis (2003) ise insanların yaşaması ve ziyaret etmesi için daha iyi yerler yaratmakla ilgili olduğunu, bu doğrultuda işletmecilerin, hükümetlerin, yerel halkın ve turistlerin sorumluluk almasını, turizmi daha sürdürülebilir kılmak için harekete geçmesi gerektiğini ifade etmektedir. Cape Town Deklarasyonu’na (2002) göre ise sorumlu turizm bir tanımdan çok yarattığı etki alanı açısından ele alınmaktadır. Buna göre;

1. Olumsuz ekonomik, çevresel ve sosyal etkileri en aza indirmek,
2. Yerel halk için daha büyük ekonomik faydalar yaratmak ve ev sahibi toplulukların refahını artırmak,
3. Yerel halkın hayatlarını ve hayat şartlarını etkileyen kararlara katılmasını sağlamak,
4. Doğal ve kültürel miras ile var olan çeşitliliğin korunmasına katkıda bulunmak,

5. Yerel halkla daha anlamlı bağlantılar kurmak ve kültürel, sosyal ve çevresel konuların daha iyi anlaşılması yoluyla turistler için daha keyifli deneyimler sunmak,
6. Herkes için turistik faaliyetlere erişim sağlamak,
7. Kültürel olarak hassas olmak, turistler ve yerel halk arasında saygı duymayı ve güven inşa etmeyi amaçlamak şeklinde sorumlu turizmin yedi temel noktada yaratmış olduğu etki ele alınmaktadır (Goodwin, 2012).

Frey ve George (2010: 627) ise sorumlu turizmi, yoksul olan yerel halkın ekonomik olarak turizmden yararlanmasını sağlayarak daha eşit bir toplumun oluşmasına katkı sağlayacağını belirtmektedirler. Sorumlu turizmin ekonomik getirisinin uzun vadede turizm işletmeleri ve yerel halk için motivasyon kaynağı olacağı, destinasyonun gelişimi açısından sosyo-kültürel faydaların önemi görünürde daha az olsa da sürdürülebilir turizm açısından büyük önem taşıdığına vurgu yapmaktadırlar. Giampiccoli ve Saayman'a (2017: 4) göre sorumlu turizm, yerel halkın turizme daha çok katılmasını ve turizmden daha fazla yararlanmasını teşvik etmeyi hedeflemektedir. Bununla birlikte, sorumlu turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açıdan yaratmış olduğu etkinin yerel halk açısından önemine işaret etmektedirler. Bu bağlamda, Goodwin ve Francis (2003) İngiltere'de yaptıkları bir araştırmada, turistlerin destinasyonlardan ve turizm işletmelerinden ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel sorumluluğu olan tatil beklentilerinin olduğunu, fakat beklentiyi karşılamak için yüksek fiyatlar ödemek istemediklerini ifade etmektedirler. Bu noktada Ram ve Arun'un (2018: 2622) 2018 yılında yapmış oldukları çalışma ön plana çıkmaktadır. Çalışmada, 'desteklenebilir turizm (supportable tourism)' kavramı öne çıkarılarak, söz konusu kavramının içeriğinde sorumlu turizm ve sürdürülebilir turizmin amaçlarının ortaklaştığını ve sürdürülebilir turizm için sorumlu turizmin önemli olduğu sonucuna varılarak tüm paydaşların sorumluluk alması ve bunun desteklenmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Bu doğrultuda, Ford ve Acott'ın (2015: 3) sorumlu turizm tanımlaması dikkat çekmektedir. Buna göre sorumlu turizm, turizm yoluyla sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında bireylerin sorumluluk almasını kapsamaktadır. Sorumlu turizm uygulamalarının hedefi, turistik destinasyonları yaşamak için daha iyi yerler haline getirmek, ayrıca yerel halk ve turistlerin iletişim kurmasıyla daha anlamlı bir deneyim sağlayabilmektir. Turizm yoluyla sürdürülebilirliğin sağlanmasında tüm paydaşların, doğrudan turizm sağlayıcıları ve turizmle dolaylı olarak ilgisi olan diğer turizm dışı sektörleri (tarım, perakende vb.) bir araya getirme sorumluluğunun olduğu belirtilmektedir. Özetle sorumlu turizm, turizm yönetiminde bir yaklaşım olarak ele alınmakta, turizm sektöründeki tüm paydaşların sürdürülebilir bir turizm gelişimi için harekete geçmenin sorumluluğu olarak tanımlanmaktadır (Xin ve Chan, 2014: 25).

3. YÖNTEM

Araştırmada nicel yöntem kullanılmış olup, araştırmanın evrenini Ocak 2021- Şubat 2022 tarihleri arasında İstanbul'u ziyaret eden yerli ve yabancı turistler oluşturmaktadır. Çalışmada örneklem yöntemi olarak, ana kütlede hızlı ve ekonomik şekilde verilerin toplanabilmesi nedeniyle kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmada veriler yüz yüze anket tekniği ile toplanmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla 16 farklı soru bulunmaktadır. İkinci bölümde yer alan ölçeğe ait 21 ifade bulunmaktadır. Mathew ve Sreejesh'nin (2017) ekonomik (6 madde), sosyo-kültürel (4 madde), çevresel (5 madde) ve politik sorumluluk (6 madde) olmak üzere dört boyuttan oluşan sorumlu turizm ölçeği (STÖ) kullanılmıştır. 5'li Likert tipi dereceleme ile cevaplar alınmıştır. Ölçek alanında uzman kişiler tarafından Türkçe, Arapça, İngilizce ve Rusça dillerine çevrilerek kullanılmıştır. Bu çalışma, 3 Aralık 2020 tarih ve 2020/12 sayılı Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu Kararı ile etik olarak onaylanmıştır. Uygulanan örneklem formülü $[n=N*p(1-p)/(N-1)\sigma_{pk}^2 + p(1-p)]$ ile örneklem çapı ≥ 460 kişi olarak $[460=9025004*0.5*0.5/(9025003*0,00054345) + 0,5*0,5]$ tespit edilmiştir (Newbold vd., 2013). Araştırma kapsamında, ulaşılan 460 katılımcı sayısındaki örneklem miktarı (n=401) yeterli olup evreni temsil etmektedir. Öyle ki alanyazın incelendiğinde de evrenin > 100000 olduğu durumlarda örneklem sayısının en az 384 olması gerektiği de belirtilmektedir (Sekaran ve Bougie, 2016). Dolayısıyla örneklem sayısı yeterli düzeydedir. Elde edilen veriler SPSS-24 programı ile analiz edilmiştir. Değişkenlerin grup ortalamalarındaki farklılıkları görebilmek için iki gruplu değişkenlerde bağımsız örneklem t-testi; üç ve daha fazla gruplu değişkenlerde ise tek yönlü Anova analizi kullanılmıştır. Ölçekte yer alan boyutların güvenilirlikleri sırasıyla ekonomik boyut ($\alpha=,868$), sosyo-kültürel boyut ($\alpha=,676$), çevresel boyut ($\alpha=,721$), politik boyut ($\alpha=,844$) şeklinde olup, ölçeğin tamamına ait α değeri ise .84'tür. Cronbach Alpha katsayısının 0,60 ile 0,80 arasında olması ölçeğin orta güvenilir, 0,80 ile 1,00 arasında olması ise ölçeğin yüksek güvenilir olduğunu göstermektedir (Kayış, 2009; Kılıç, 2016). Dolayısıyla ekonomik ve politik boyutlarda güvenirliliğin yüksek, sosyo-kültürel ve çevresel boyutlarda ise güvenirliliğin orta düzeyde olduğu anlaşılmaktadır. Araştırma, Şekil 1'de verilen simgesel modelde görüldüğü üzere turistlerin demografik faktörlerine ve seyahat özelliklerine göre sorumlu turizm algılarındaki değişimlerini incelemektedir. Alanyazındaki çalışmalara paralel olarak (Nair ve Azmi, 2008; Andreck, 2009; Carasuk, 2011; Caruana vd., 2014; Gao vd., 2017; Gong vd., 2019; Duong vd., 2023) oluşturulan araştırma hipotezleri aşağıdaki verildiği gibidir.

H₁: Turistlerin cinsiyetlerine göre sorumlu turizm algıları farklılık göstermektedir.

H₂: Medeni durum sorumlu turizm algılamaları üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir

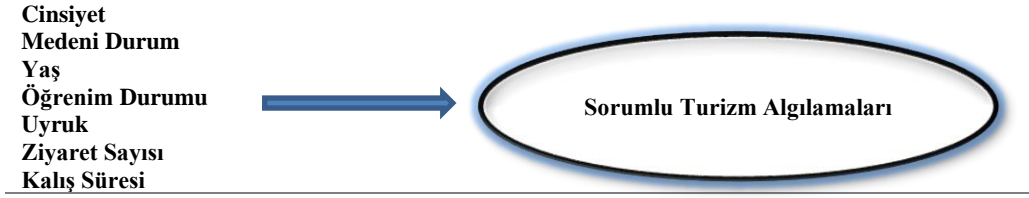
H₃: Yaş sorumlu turizm algılamaları üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₄: Öğrenim durumu sorumlu turizm algılamaları üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir

H₅: Uyruk sorumlu turizm algılamaları üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₆: Ziyaret sayısı sorumlu turizm algılamaları üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₇: Kalış süresi sorumlu turizm algılamaları üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.



Şekil 1. Araştırmanın Simgesel Modeli

4. BULGULAR

4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 1’de verilmektedir. Buna göre katılımcıların çoğunluğu erkek (%53,6) ve 18 ile 33 yaş aralığındadır (%56,7). Medeni durumlarına göre dağılımları incelendiğinde katılımcıların çoğunluğunun bekar (%61) olduğu görülmektedir (Tablo 1).

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular (n=401)

Değişken	Grup	n	(%)	Değişken	Grup	n	(%)
Cinsiyet	Erkek	215	53,6	Medeni Durum	Evli	156	38,9
	Kadın	186	46,4		Bekar	245	61,1
Yaş	18-24	77	19,2	Öğrenim Durumu	Lise ve altı	74	18,5
	25-34	142	35,4		Ön lisans	152	37,9
	35-44	116	28,9		Lisans	117	29,2
	45 yaş ve üstü	66	16,5		Lisansüstü	58	14,5
	T.C.	93	23,2		Çalışmıyorum	100	25,1
Uyruk	Suudi Arabistan	86	21,4	Meslek	Turizm	87	21,8
	Irak	66	16,5		Kamu	81	20,3
	Katar	56	14,0		Diğer (Özel)	131	32,8
	İngiliz	62	15,4		Aile	134	33,4
	Rus	38	9,5		Arkadaşlar	105	26,2
	İlk	123	30,7		Bireysel	126	31,4
Ziyaret Sıklığı	İkinci	90	22,4	Kalış süresi	Aile ve arkadaşlar	36	9,0
	Üçüncü	101	25,2		Günübirlik	25	6,2
	Üçten fazla	87	21,7		1 gece	39	9,7
	Özel araç	56	14,0		2 gece	122	30,4
Geliş şekli	Otobüs	46	11,5	3 gece ve üstü	215	53,6	
	Uçak	188	46,9	Konaklama tesisini tercihi	Bireysel Rezervasyon (önceden)	235	58,6
	Seyahat Acentasının Aracı	83	20,7		Geldikten sonra gezip, araştırarak (sonradan)	62	15,5
	Yat-Tekne	28	7,0		Acenta aracılığıyla	104	25,9

Katılımcıların eğitim durumlarına göre dağılımların da ise çoğunluğun ön lisans ve altı olduğu (%56,4) görülmektedir. Katılımcıların uyruklarına göre dağılımları incelendiğinde sırasıyla %23,2’sinin Türkiye, %21,4’ünün Suudi Arabistan, %16,5’inin Irak, %14’ünün Katar %15,5’inin İngiltere ve %9,5’inin Rusya vatandaşı olduğu anlaşılmaktadır. Diğer demografik bulgulara bakıldığında ise katılımcıların daha çok aile veya arkadaşları ile İstanbul’u ziyaret ettiği, yine çoğunluğun birden fazla kez gelmiş olduğu, çoğunlukla üç gece ve üzeri konaklama yaptıkları Tablo 1’den anlaşılabilmektedir. Bununla birlikte katılımcıların yoğun olarak havayolunu tercih ettiği ve daha önce gelenlerin çoğunlukta olması nedeniyle bireysel rezervasyon ile İstanbul’u deneyimledikleri söylenebilir.

4.2. Demografik Değişkenlere Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi ve T-Testi Bulguları

Yapılan normallik analizinde ölçeklerin basıklık ve çarpıklık değerleri -2; +2 sınırını aşmadığından analizlerde parametrik testler kullanılmış olup, katılımcıların verdikleri cevaplar sonucunda, anlamlı farklılık olup olmadığı tek yönlü varyans analizi (anova) ve t-testi ile incelenmiştir. Yapılan Anova testi sonuçlarına göre, Tablo 2 ve Tablo 3’de İstanbul’a gelen turistlerin öğrenim durumu ve uyruk değişkeni açısından sorumlu turizm algılamaları alt boyutlarında (ekonomik, sosyo-kültürel, çevresel ve politik) istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Tablo 2. Öğrenim Durumu Değişkeni Varyans Analizi Sonuçları

Boyut	Grup	n	Ort.	SS	Var.K	K.T.	SD	K.O.	F	p
Ekonomik Sorumluluk	Lise ve altı	74	25,0946	4,16498	GA	489,255	3	163,085	8,049	,000*
	Ön Lisans	152	25,5066	4,62214	GI	8043,742	397	20,261		
	Lisans	117	25,5897	3,89552	Toplam	8532,992	400			
	Lisansüstü	58	22,3448	5,60561						
	Toplam	401	24,9975	4,61871						
Sosyo-Kültürel Sorumluluk	Lise ve altı	74	14,9054	2,46715	GA	130,778	3	43,593	4,923	,002*
	Ön Lisans	152	13,8947	3,03000	GI	3515,323	397	8,855		
	Lisans	117	13,8246	3,24137	Toplam	3646,101	400			
	Lisansüstü	58	12,9221	2,85902						
	Toplam	401	13,9201	3,01915						
Çevresel Sorumluluk	Lise ve altı	74	16,9189	3,50638	GA	145,064	3	48,355	3,463	,016*
	Ön Lisans	152	16,0428	3,97669	GI	5543,133	397	14,963		
	Lisans	117	15,9573	3,74717	Toplam	5688,197	400			
	Lisansüstü	58	14,8103	3,32168						
	Toplam	401	16,0013	3,77101						
Politik Sorumluluk	Lise ve altı	74	26,2027	3,88527	GA	423,436	3	141,145	9,139	,000*
	Ön Lisans	152	26,8487	3,88026	GI	6161,446	397	15,444		
	Lisans	117	26,8632	3,48125	Toplam	6554,883	400			
	Lisansüstü	58	23,8793	4,86692						
	Toplam	401	26,3042	4,04811						

*p<0.05

Tablo 2'den anlaşılacağı üzere, öğrenim durumu açısından tüm alt boyutlarda anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna varılmıştır (p=<0,05). Öğrenim durumu değişkeni gruplarına göre ekonomik sorumluluk alt boyutunda (p=,000<0,05); sosyo-kültürel alt boyutunda (p=,002<0,05); çevresel sorumluluk alt boyutunda (p=,016<0,05) ve politik sorumluluk alt boyutunda (p=,000<0,05) değerleri bu farklılığı açıklamaktadır. Ekonomik boyutta lise ve altı olanların puanı ortalaması (25,0946±4,16498) lisansüstü olanların puanı ortalamasından (22,3448±5,60561) anlamlı bir şekilde farklı ve büyüktür. Ön lisans düzeyinde eğitime sahip olan katılımcıların puanı ortalaması (13,8947±3,3000) ise lisansüstü eğitim düzeyinde sahip katılımcıların puan ortalamasından (22,3448±5,60561) anlamlı bir şekilde farklı ve büyüktür. Bununla birlikte lisans düzeyindeki katılımcıların puanı ortalaması (25,5897±3,89552) lisansüstü düzeydeki katılımcıların puanı ortalamasından (22,3448±5,60561) anlamlı bir şekilde farklı ve büyüktür. Sosyo-kültürel alt boyunda ise lise ve altı düzeyde eğitim seviyesine sahip katılımcıların puan ortalamaları (14,9054±2,46715) ön lisans düzeyinde (13,8947±3,03000), lisans düzeyinde (13,8246±3,24137) ve lisansüstü düzeyde (12,9221±2,85902) olan katılımcıların puan ortalamalarından anlamlı bir şekilde farklı ve büyüktür. Çevresel sorumluluk alt boyutunda da lise ve altı olanların puan ortalamasının (16,9189±3,50638) lisansüstü olanların puanı ortalamasından (16,0013±3,77101) anlamlı bir şekilde farklı ve büyük olduğu anlaşılmaktadır. Bir diğer alt boyut olan politik sorumluluk boyutunda da yine lise ve altı olanların puan ortalamasının (262027±3,88527) lisansüstü olanların puanı ortalamasından (23,8793±4,86692) anlamlı bir şekilde farklı ve büyük olduğu görülmektedir. Kısacası öğrenim durumu değişkeninin katılımcıların sorumlu turizm algılamalarında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunmasından dolayı H₄ hipotezi kabul edilmiştir. Analiz sonucuna göre puan ortalamalarına bakıldığında gruplar arasındaki farklılık öğrenim durumu lise ve altı olanların ve ön lisans olan katılımcıların ile eğitim durumu lisans ve lisansüstü olan katılımcılara göre sorumlu turizm algı düzeyinin yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3. Uyruk Değişkeni Varyans Analizi Sonuçları

Boyut	Grup	n	Ort.	SS	Var.K	K.T.	SD	K.O.	F	p
Ekonomik Sorumluluk	T.C.	93	25,6667	5,38584	GA	240,124	5	48,025	2,287	,045*
	Suudi Arabistan	86	25,5814	3,91818	GI	8292,874	395	20,995		
	Irak	66	25,0758	4,13730	Toplam	8532,998	400			
	Katar	56	25,1786	3,24798						
	İngiliz	62	23,8710	4,84001						
	Rus	38	23,4737	5,68895						
	Toplam	401	24,9975	4,61871						
Sosyo-Kültürel Sorumluluk	T.C.	93	13,3978	2,98962	GA	257,118	5	51,424	5,994	,000*
	Suudi Arabistan	86	15,2033	2,28241	GI	3388,982	395	8,580		
	Irak	66	14,0758	2,93158	Toplam	3646,101	400			
	Katar	56	13,6607	2,85579						
	İngiliz	62	12,7819	3,47677						
	Rus	38	14,2632	3,20206						
	Toplam	401	13,9201	3,01915						

*p<0.05

Tablo 3. Uyruk Değişkeni Varyans Analizi Sonuçları (Devamı)

Boyut	Grup	n	Ort.	SS	Var.K	K.T.	SD	K.O.	F	p	
Çevresel Sorumluluk	T.C.	93	13,6559	3,51857	GA	928,335	5	185,667	15,408	,000*	
	Suudi Arabistan	86	17,3953	3,46165	GI	4759,862	395	12,050			
	Irak	66	17,2956	3,32916	Toplam	5688,197	400				
	Katar	56	16,1786	3,15714							
	İngiliz	62	15,1129	3,47876							
	Rus	38	17,5263	4,01172							
	Toplam	401	16,0013	3,77101							
Politik Sorumluluk	T.C.	93	27,3871	4,43316	GA	198,127	5	39,625	2,462	,033*	
	Suudi Arabistan	86	26,0930	3,85510	GI	6356,756	395	16,093			
	Irak	66	25,5455	4,07688	Toplam	6554,883	400				
	Katar	56	26,4821	3,13914							
	İngiliz	62	26,2903	3,82137							
	Rus	38	25,2105	4,56874							
	Toplam	401	26,3042	4,04811							

*p<0,05

Uyruk değişkeni açısından alt boyutlar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığına bakıldığında, tüm alt boyutlarda anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna varılmıştır. Uyruk değişkeni gruplarına göre ekonomik sorumluluk alt boyutunda ($p=,045<0,05$); sosyo-kültürel alt boyutunda ($p=,000<0,05$); çevresel sorumluluk alt boyutunda ($p=,000<0,05$) ve politik sorumluluk alt boyutunda ($p=,033<0,05$) değerleri bu farklılığı açıklamaktadır. Suudi Arabistan vatandaşı olanların sosyo-kültürel sorumluluk boyutu puanı ortalamasının ($15,2033\pm 2,28241$) diğerlerinin ortalamasından anlamlı bir şekilde farklı ve büyüktür. Bununla birlikte, politik sorumluluk boyutunda ise Türkiye vatandaşı olanların puan ortalamasının ($27,3871\pm 4,43316$) diğerlerinden daha büyük olduğu görülmektedir. Bütünsel açıdan bakıldığında özetle H_5 hipotezi kabul edilmiştir. Katılımcıların diğer demografik değişkenlerine ilişkin yapılan analiz sonuçlarında ise bazı alt boyutlar açısından istatistiki olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiş olsa da boyutların tamamı için bu durum söz konusu değildir.

Tablo 4. Cinsiyet Değişkeni T Testi Sonuçları

Boyut	Grup	n	Ort.	SS	t	Sd	p
Ekonomik Sorumluluk	Erkek	215	24,8837	4,74789	-,530	399	,596
	Kadın	186	25,1290	4,47389			
Sosyo-Kültürel Sorumluluk	Erkek	215	14,0069	3,09605	,618	399	,537
	Kadın	186	13,8198	2,93286			
Çevresel Sorumluluk	Erkek	215	15,9907	3,76282	-,060	399	,952
	Kadın	186	16,0135	3,79057			
Politik Sorumluluk	Erkek	215	26,1581	4,08589	-,777	399	,438
	Kadın	186	26,4731	4,00835			

*p<0,05

Tablo 4'ten anlaşılacağı üzere, cinsiyet açısından tüm alt boyutlarda anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılmıştır ($p>0,05$). Cinsiyet değişkeninin katılımcıların sorumlu turizm algılamalarında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunmasından dolayı H_1 hipotezi reddedilmiştir. Diğer değişkenlerden biri olan medeni durum değişkeni açısından uygulanan t-testi sonucuna göre yalnızca politik sorumluluk alt boyutundan anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,001<0,05$). Buna göre evli olan katılımcıların politik sorumluluk boyutu puanı ortalaması ($27,1474\pm 3,82488$), bekarların politik sorumluluk boyutu puan ortalamasından ($25,7673\pm 4,10205$) anlamlı bir şekilde farklı ve büyüktür. Dolayısıyla H_2 hipotezi kısmen kabul edilmiştir. Yine yaş değişkeni açısından uygulanan anova testi sonucuna göre yalnızca politik sorumluluk alt boyutundan anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p=,000<0,05$). Buna göre 35-44 yaş aralığındaki katılımcıların politik sorumluluk boyutu puanı ortalaması ($27,1466\pm 3,88140$), 18-24 yaş aralığındaki katılımcıların politik sorumluluk boyutu puan ortalamasından ($25,1299\pm 4,21903$) anlamlı bir şekilde farklı ve büyüktür. 45 yaş ve üzerindeki katılımcıların politik sorumluluk boyutu puanı ortalaması ($27,4242\pm 3,27255$), 18-24 yaş aralığında olanların politik sorumluluk boyutu puanı ortalamasından ($25,1299\pm 4,21903$) anlamlı bir şekilde farklı ve büyüktür. 45 yaş ve üzerinde olanların politik sorumluluk boyutu puanı ortalaması ($27,4242\pm 3,27255$), 25-34 yaş aralığında olanların politik sorumluluk boyutu puanı ortalamasından ($25,7324\pm 4,21903$) anlamlı bir şekilde farklı ve büyüktür. Dolayısıyla H_3 hipotezi de kısmen kabul edilmiştir. Diğer değişkenler olan ziyaret sayısı ($p=,001<0,05$) ve kalış süresi ($p=,001<0,05$) açısından ortaya çıkan sonuçlarda da yine politik sorumluluk alt boyutunda istatistiki olarak anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır. Başka bir ifadeyle kalış süresi ve ziyaret sayısı arttıkça politik alt boyuta ait puan ortalamaları da artmaktadır. Yine her iki değişken açısından sorumlu turizm algılamalarının ekonomik alt boyutunda da istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). Ziyaret sayısı üçten fazla olan katılımcıların ekonomik sorumluluk boyutu puan ortalaması ($24,802\pm 9,89270$), ikinci kez ziyaret sayısına sahip katılımcıların ortalamasından ($24,1222\pm 4,66598$) büyük iken; kalış süresi en az bir gece olanlar katılımcıların ekonomik sorumluluk boyutu puan ortalaması

(24,7949±4,70822), günöbirlikçi olanların ortalamasından (21,3200±4,67903) anlamlı bir şekilde farklı ve büyüktür. Bütönsel açıdan bakıldığında özetle H₆ ve H₇ hipotezleri de kısmen kabul edilmiştir.

5. SONUÇ

Sorumlu tüketim modelinin önem kazanmaya başlaması ile tüketicilerin bu konuda eğilimlerinin artması turizm sektöründe de kendini göstermektedir. Bu noktada turizmin tüm paydaşları sürdürülebilir ekonomik kalkınmayı sağlayabilmek ve gelecek nesillerin beklentilerini karşılayabilmek için çevrenin bütönsel bir şekilde korunmasını öncelmelidir. Öyle ki paydaşların sorumluluklarının bilincinde olarak hareket etmeleri ise sorumlu turizm anlayışı ile mümkün olabilmektedir. Goodwin'in (2005) de belirtmiş olduğu gibi, sorumlu turizm anlayışında sorumluluk herkesindir. Turistler ziyaret ettikleri bölgelerin doğal kaynaklarını koruma ve sürdürülebilir turizm bağlamında gezdikleri destinasyonların tanıtımını yapma ve bilinirliğini artırma sorumluluğu da taşımaktadır. Turistlerin kültürel miras ve destinasyon çevresi ile kontrollü bir şekilde temas kurması sorumlu turizmin sağlayacağı anlayış ile mümkün olabilecektir. Bu doğrultuda çalışma, sorumlu turizmin öncelikli paydaşlarından olan turistlerin sorumlu turizm algılamalarının ne olduğuna ilişkin İstanbul ilinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmada turistlerin verdikleri cevaplar sonucunda sorumlu turizmin farklı boyutları ele alınarak, bu boyutlar ekseninde değerlendirmelerde bulunulmuştur. Burada katılımcıların sorumlu turizm anlayışında üstlenmiş oldukları rolleri ortaya koymak da amaçlanmıştır. Ortaya çıkan sonuçlar maddeler halinde değerlendirildiğinde;

- Cinsiyet değişkeninin katılımcıların sorumlu turizm algılamalarında herhangi bir etkisi bulunamamıştır. Herhangi bir boyutta istatistiki olarak anlamlı bir farklılık yoktur. Her ne kadar alanyazında cinsiyet değişkeninin sorumlu turizm algılamalarına etki edebildiği ifade edilse de (Roberts, 1995; Caruana vd., 2014) bu çalışmanın sonuçları ile örtüşmemektedir.
- Medeni hal değişkeninde yalnızca politik sorumluluk boyutunda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır. Dolayısıyla medeni hal değişkeni katılımcıların sorumlu turizm algılamalarında istatistiki olarak kısmen anlamlı bir farklılığa sahiptir. Sorumlu turizm algılamasında evli olan katılımcıların bekar olan katılımcılardan daha fazla politik sorumluluğa sahip olması Hacıoğlu ve Yetim'in (2019) çalışması ile farklılık göstermektedir.
- Yaş değişkeninde de yine politik sorumluluk boyutunda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ve sorumlu turizm algılamalarında yaşın etkisi sınırlıdır. Analiz sonucunda özellikle 35-45 yaş aralığında olanların 18-34 yaş aralığında olanlara göre çevreye karşı politik sorumluluğunun daha fazla olduğu görölmektedir.
- Bulgular kısmında ifade edildiği gibi öğrenim durumu ve uyruk değişkenleri katılımcıların sorumlu turizm algılamalarındaki her bir boyutta etkilidir. Tahmin edilenin tersine eğitim seviyesi azaldıkça sorumluluk boyutlarında artışlar olduğu sonucunu varılmıştır. Uyruk değişkeni açısından da katılımcıların sorumlu turizm algılamalarında değişiklikler bulunduğu görölmüştür.
- Katılımcıların İstanbul'u ziyaret etme sıklıkları da ekonomik sorumluluk ve politik sorumluluk boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. Bu durum ziyaret etme sıklığı arttıkça çevreye yönelik ekonomik ve politik sorumluluğun da arttığını göstermesi açısından önemlidir.
- Kalış süresi değişkeninde de yine ekonomik ve politik sorumluluk boyutlarında anlamlı farklılıklar görölmüştür. Kalış süresi artıkça katılımcıların ekonomik ve politik sorumluluğu da artmaktadır.

Sorumlu turizm ile ilgili yapılan çalışmalar ile bu çalışmanın sonuçları birlikte değerlendirildiğinde bazı farklılıklar ve benzerliklerin olduğu anlaşılmaktadır. Aylan ve Sezgin (2021) tarafından yapılan araştırmada sorumlu turizm algılamalarına ilişkin katılımcıların cinsiyet ve medeni durum değişkenleri açısından ekonomik, sosyo-kültürel, çevresel ve politik sorumluluk boyutlarında herhangi bir anlamlı farklılık bulunmazken, yaş, gelir ve eğitim durumu değişkenlerinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Çalışmanın sonuçları cinsiyet ve eğitim durumu değişkenleri açısından benzerlik gösterirken, yaş ve medeni durum açısından kısmen benzerlik göstermektedir. En önemli farklılık ise her iki çalışmada da eğitim durumu değişkeninde her bir boyutta istatistiki olarak anlamlı farklılıklar olsa da Aylan ve Sezgin'in (2021) çalışmasında eğitim seviyesi yükseldikçe sorumlu turizm algılamaları artarken bu çalışmada tam tersi bir sonuç ortaya çıkmıştır. Yine bir başka çalışmada da eğitim seviyesi yüksek bireylerin sorumlu turizme yönelik farkındalık düzeylerinin daha yüksek olduğu ifade edilirken (Duong vd., 2023) bu çalışmanın sonuçları ile farklılık göstermektedir. Bu durum çalışmanın farklı ülke vatandaşlarına uygulanması ile açıklanabilir. Nitekim sahip olunan kültür, bu çalışmanın sonuçlarından hem de alanyazındaki diğer çalışmalardan da anlaşılacağı gibi sorumlu turizm algılamalarında farklılık yaratmakta ve sadece eğitim değişkeni ile bu durum açıklanamamaktadır (Kang ve Moscardo, 2006; Al Fahmawee ve Jawabreh, 2023). Başka bir ifadeyle sorumlu turist davranışı ülkeden ülkeye değişiklik gösterebilmektedir (Kim, Park, Reisinger ve Lee, 2018). Öyle ki uyruk değişkeninin sorumlu turizm algılamaları üzerinde her bir boyutta anlamlı farklılık oluşturması da söz konusu değişikliği destekler nitelikte olup, Nair ve Azmi (2008) tarafından yapılan çalışmanın sonuçları ile paralellik göstermektedir. Bununla birlikte Caruana vd. (2014) de kültürel kimliğe işaret ederek, kültürün sorumlu turizm algılamalarına doğrudan etki ettiğini belirtmektedirler.

Destinasyonu ziyaret etme sıklığı ve geceleme sayısı da yine sorumlu turizm algılarını etkileyebilmektedir. Bu durum destinasyona olan aidiyet ve sadakat ile açıklanabilir (Hacıoğlu ve Çelik-Yetim, 2018). Turistlerin ziyaret etmiş oldukları destinasyona yönelik aidiyet ve sadakat düzeyleri arttıkça o destinasyona yönelik sorumluluk bilinci de artmakta ve böylelikle sorumlu turist davranışı gösterebilmektedirler. Tüm bu sonuçlar elbette tek sorumlunun turistler olduğu ve sorumlu turizm yaklaşımına yalnızca turistlerin sahip olması gerektiği söylenemez. Sorumlu turizm aynı zamanda her bir paydaşın sorumluluğunu gerektiren bir sürdürülebilir destinasyon yönetim modelidir (Frey ve George, 2010). Dolayısıyla sorumlu turizm ile ilgili çalışmaların artırılması gerekmektedir. Bu kapsamda destinasyonlardaki yerel işletmelere yönelik sorumlu turizm bilincinin artırılması yönünde çalışmalar yürütülebilir (Carasuk, 2011). Yine farklı destinasyonlar arasında kıyaslamalar yapılarak ekonomik, sosyo-kültürel, çevresel ve politik sorumluluk noktasındaki eksiklikler tespit edilebilir. Yerel halkın gelen ziyaretçilerin sorumlu turizm davranışları konusundaki algıları incelenebilir (Gong vd., 2019). Bununla birlikte turizmin önemli paydaşlarından biri olan rehberlerin sorumlu turizme yönelik sorumluluk düzeyleri incelenebilir. Öyle ki rehberlerin sorumluluk bilinci doğrudan o destinasyonun ziyaretçilerinin bilinçlenmesi ile paralellik gösterebilir. Tüm bunlara ek olarak pratik anlamda bir değerlendirme yapıldığında ise, turizmin tüm paydaşlarına yönelik sorumlu turizm politikaları geliştirilmeli ve her bir paydaş sürece dahil edilmelidir. Sürdürülebilir ilkesi temelinde sorumlu bir turizm modelinin uygulanabilirliği açısından herkesin etkisinin olduğu göz ardı edilmemelidir (Mathew ve Sreejesh, 2017).

TEŞEKKÜR

Bu araştırma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

MENFAAT UYUŞMAZLIĞI

Yazarların, herhangi bir kurum ya da kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi ya da katılımı (hibe; eğitim bursları; konuşmacı bürolarına katılım; üyelik, istihdam, danışmanlıklar, hisse senedi sahipliği veya diğer öz kaynak payları; ve uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

YAZARLARIN KATKILARI

İ. TOPRAK: Kavramsallaştırma, Yazın taraması, Yöntem, Veri Toplama, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Proje Yönetimi, Nihai onayın verilmesi.; S. E. DİLEK: Kavramsallaştırma, Yazın taraması, Yöntem, Veri Toplama, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Proje Yönetimi, Danışmanlık, Nihai onayın verilmesi.

ETİK BEYAN

Bu çalışma, 3 Aralık 2020 tarih ve 2020/12 sayılı Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu Kararı ile etik olarak onaylanmıştır.

KAYNAKÇA

- Aktaş, E. & Kurgun, A. (2021). Sorumlu turizm Yaklaşımı İle Turistik Destinasyonların Gelişimi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(4), 1671-1708
- Aktaş, E. (2019). Sorumlu turizm Yaklaşımı İle Turistik Destinasyonların Gelişimi: Foça Örneği (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Al Fahmawee, E.A.D. & Jawabreh, O. (2023). Sustainability of green tourism by international tourists and its impact on green environmental achievement: Petra Heritage, Jordan. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 46(1), 27-36.
- Andereck, K. L. (2009). Tourists' perceptions of environmentally responsible innovations at tourism businesses. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(4), 489-499.
- Aylan, F. K. & Sezgin, M. (2021). Sorumlu turizmin destinasyon rekabetçiliği ve yerel halkın yaşam kalitesi ile ilişkisinin incelenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(2), 207-227.
- Carasuk, R. (2011). Responsible tourism Qualmark accreditation: a comparative evaluation of tourism businesses and tourists' perceptions. *Land Environment and People Research Report No. 19*, Lincoln University, Canterbury, New Zealand.
- Caruana, R., Glozer, S., Crane, A., & McCabe, S. (2014). Tourists' accounts of responsible tourism. *Annals of Tourism Research*, 46, 115-129.
- Duong, N. D., Thao, V. T., Huong, N. T. T., & Ly, H. T. (2023). Tourists' perception of responsible tourism: A study in Ninh Binh City, Vietnam. *International Journal of Applied Research in Social Sciences*, 5(8), 352-360.
- Ford, A. & Acott, T. (2015). Responsible tourism: A guide for tourism and sustainability in small-scale fisheries and agri-food. Project Report. University of Greenwich, London, UK.
- Frey, N. & George, R. (2010). Responsible tourism management: The missing link between business owners' attitudes and behaviour in the Cape Town tourism industry. *Tourism Management*, 31(5), 621-628.

- Gao, J., Huang, Z., & Zhang, C. (2017). Tourists' perceptions of responsibility: An application of norm-activation theory. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(2), 276-291.
- Giampiccoli, A. & Saayman, M. (2017). Community-based tourism, responsible tourism, and infrastructure development and poverty, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 6 (2), 1-28.
- Gong, J., Detchkhajornjaroensri, P. & Knight, D.W. (2019). Responsible tourism in Bangkok, Thailand: Resident perceptions of Chinese tourist behaviour. *International Journal of Touris Research*, 21(2), 221-233.
- Goodwin, H. & Francis, J. (2003). Ethical and responsible tourism: Consumer trends the UK. *Journal of Vacation Marketing*, 9(3), 271-284.
- Goodwin, H. (2005). Responsible Tourism and the Market. *Occasional Paper*, 4, 1-6 <https://www.responsiblevacation.com/ImagesClient/certification.pdf>. (Erişim tarihi: 14.11.2023)
- Goodwin, H. (2012). Ten years of responsible tourism: an assessment. *Progress in Responsible tTourism*, 2(1), 4-33.
- Gray, R. & Bebbington, J. (2001). *Accounting for the environment* (2nd Edition) London: Sage Publications.
- Grimwood, B.S., Yudina, O., Muldoon, M. & Qiu, J. (2015). Responsibility in Tourism: A Discursive Analysis. *Annals of Tourism Research*. 50, 22-38.
- Hacıoğlu, T. & Yetim, A. (2019). Sorumlu turizm algısının turist davranışlarına etkileri: Fethiye destinasyonuna yönelik bir araştırma. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 8(1), 42-69.
- Hanafiah, M. H., Azman, I., Jamaluddin, M. R., & Aminuddin, N. (2016). Responsible tourism practices and quality of life: Perspective of Langkawi Island communities. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 222, 406-413.
- İlban, M.O, Gümrükçü, S. & Yıldız, N. (2023). Sürdürülebilir Turizm Çalışmalarında Sorumlu Turizm. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 7(1), 201-210.
- Kang, M., & Moscardo, G. (2006). Exploring cross-cultural differences in attitudes towards responsible tourist behaviour: A comparison of Korean, British and Australian tourists. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(4), 303-320.
- Kayış, A. (2009). SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri. İçinde Ş. Kalaycı (Ed.), *Güvenirlilik analizi* (pp. 403–424). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kılıç, S. (2016). Cronbach'ın alfa güvenirlik katsayısı. *Journal of Mood Disorders*, 6(1), 47- 48.
- Kim, M. J., Park, J. Y., Reisinger, Y., & Lee, C.K. (2018). Predicting responsible tourist behavior: Exploring pro-social behavior and perceptions of responsible tourism. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 32(4), 5-20.
- Lorant, D. & Tünde, A. (2010). Responsible tourism and tourism ecology. *Forum Geografic*. 9 (9), 191-196.
- Mathew, P. (2017), Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations. *Journal of Hospitality And Tourism Management*, 31, 83-89.
- Mathew, V. & Sreejesh, S. (2009). Sustainable tourism: A case of destination competitiveness in South Asia. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*. 2(1), 83-89.
- Mihalic, T. (2016). Sustainable-responsible tourism discourse-Towards responsustable tourism. *Journal of Cleaner Production*, 111,461-470.
- Nair, V. & Azmi, R. (2008). Perception of tourists on the responsible tourism concept in Langkawi, Malaysia: Are we up to it. *TEAM Journal of Hospitality & Tourism*, 5(1), 27-44.
- Newbold, P., Carlson, W. L., & Thorne, B. M. (2013). *Statistics for business and economics* (8th edition). New York, NY: Pearson.
- Ram, D. & Arun, K. (2018). Responsibility of responsible tourism in achieving sustainability: A kerala model, *International Journal of Pure and Applied Mathematics*, 119(12), 2617-2631.
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. Chichester, UK: John Wiley & Sons.
- Spenceley, A., Relly, P., Keyser, H., Warneant, P., McKenzie, M., Mataboge, A., Norton, P., Mahlangu, S., and Seif, J. (2002) Responsible Tourism Manual for South Africa, *Department for Environmental Affairs and Tourism*, July 2002.
- Stanford, D. (2006). Responsible tourism, responsible tourists: What makes a responsible tourist in New Zealand? (Doctoral thesis). Victoria University of Wellington, Wellington, New Zealand. <http://researcharchive.vuw.ac.nz/handle/10063/367> (Erişim Tarihi: 12.10.2023)
- Stanford, D. (2008). Exceptional visitors⁴: Dimensions of tourist responsibility in the context⁴ of New Zealand. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(3), 258-275.
- State O. & Bulin, D. (2016). Aspects of responsible tourism-a quantitative approach. *Amfiteatru Economic Journal*, 18(Special Issue No. 10), 781-797.
- Xin, T. K. & Chan, J. K. L. (2014). Tour operator perspectives on responsible tourism indicators of Kinabalu National Park, Sabah. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 144, 25-34.

EXTENSIVE SUMMARY

Introduction

The tourism sector is one of the sectors where competition is most intense. As a matter of fact, one of the ways to gain an advantage in international competition is to offer experiences regarding the attraction elements specific to that region. In this regard, responsible tourism involves presenting local knowledge and skills through tourism by combining them with local heritage elements (State and Bulin, 2016). In other words, it is a tourism model that can

turn the integration of people from different cultures into mutual benefits in local-tourist interaction and in this context, more competitive and rich product/service presentation can be realized (Frey and George, 2010: 627). This model has a structure that takes into account the negative effects that the tourism sector may cause when planning its development, on the basis of sustainability, as it is dependent on the socio-cultural structure and natural resources of the destination, and puts forward applications that can produce solutions (Aktaş, 2019:13). In this aspect, responsible tourism aims to carry out tourism activities for the benefit of everyone through socio-cultural, economic and environmental resources, and to protect and develop existing resources. In this way, it increases the quality of life of the local people and contributes to local development, providing a competitive advantage for the destination to continue its existence in an intensely competitive environment. In order for the responsible tourism approach to achieve its goals, it is argued that all stakeholders are responsible and it should be internalized by all (Sharpley, 2012: Aylan and Sezgin, 2021). In this context, the study examines the responsible tourism perceptions of local and foreign tourists visiting Istanbul. Thus, based on the responsible tourism approach, it is aimed to reveal whether tourists, one of the tourism stakeholders, are aware of their economic, socio-cultural and environmental responsibilities in Istanbul, and to make suggestions for future plans and policies.

Method

Quantitative method was used in the research, and the population of the research consists of local and foreign tourists who visited Istanbul between January 2021 and February 2022. Convenience sampling method was preferred as the sampling method in the study. In the study, data were collected by face-to-face survey technique. The survey form consists of two parts. In the first part, there are 16 different questions to determine the demographic characteristics of the participants. There are 21 statements belonging to the scale in the second part. The scale was created by adapting the 'responsible tourism scale (NGO)' used in the study by Mathew and Sreejesh (2017). Accordingly, the scale in question consists of four dimensions: economic, socio-cultural, environmental and political. CSO is a 5-point Likert type scale with a total of 21 items: economic (6 items), socio-cultural (4 items), environmental (5 items) and political responsibility (6 items).

Finding

Findings regarding the demographic characteristics of the participants are given in Table 1. Accordingly, 53.6% of the participants are men and 46.4% are women. When the distribution according to their marital status is examined, it is seen that the majority of the participants are single (61%). In the findings regarding age distribution, it is understood that more than half of the participants (56.7%) are between the ages of 18 and 33. The distribution of the participants according to their educational status shows that the majority have an associate degree or below (56.4%). When the distribution of the participants according to their nationalities is examined, respectively, 23.2% are from Turkey, 21.4% are from Saudi Arabia, 16.5% are from Iraq, 14% are from Qatar, 15.5% are from England and 9.5% are from England. It is understood that he is a Russian citizen. Looking at other demographic findings, it can be understood from Table 1 that the participants mostly visited Istanbul with their family or friends, the majority of them came more than once, and they mostly stayed for three nights or more. However, it can be said that the participants mostly preferred the airline and experienced Istanbul with individual reservations, since the majority of them came before. As a result of the answers given by the participants, whether there was a significant difference was examined with One-Way Analysis of Variance (ANOVA). According to the Anova test results, statistically significant differences were detected in the sub-dimensions of responsible tourism perceptions (economic, socio-cultural, environmental and political) in terms of the education level and nationality of tourists coming to Istanbul.

Conclusion

When the studies on responsible tourism and the results of this study are evaluated together, it is understood that there are some differences and similarities. In the research conducted by Aylan and Sezgin (2021), while there were no significant differences in the economic, socio-cultural, environmental and political responsibility dimensions of the participants in terms of gender and marital status variables regarding responsible tourism perceptions, significant differences were detected in the variables of age and education level. While the results of the study are similar in terms of gender and educational status variables, they are partially similar in terms of age and marital status. The most important difference is that although there are statistically significant differences in each dimension in the educational status variable in both studies, in Aylan and Sezgin's (2021) study, as the education level increases, responsible tourism perceptions increase, while in this study, the opposite result emerged. This situation can be explained by the application of the study to citizens of different countries. As a matter of fact, as can be understood from the results of this study and other studies in the literature, the culture creates a difference in responsible tourism perceptions and this cannot be explained only by the education variable (Kang and Moscardo, 2006; Al Fahmawee and Jawabreh, 2023). In other words, responsible tourist behavior may vary from country to country (Kim, Park, Reisinger, & Lee, 2018).