



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş: 11.01.2017 ✓Accepted/Kabul: 17.02.2017

DOI: 10.5505/pausbed.2017.71602

## KAYSERİ ÖRNEĞİNDE YEREL HALKIN TURİZM FAALİYETLERİNİ NASIL ALGILADIĞININ TESPİTİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA\*

Ömer ŞANLIOĞLU\*\* Ahmet ERDEM\*\*\*

### Özet

Bu çalışmanın amacı, turizmin Kayseri iline olan ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerinin yerel halk tarafından nasıl algılandığını tespit etmek ve turizm faaliyetlerine yönelik verdikleri destek düzeyini ortaya çıkarmaktır. Çalışmada örneklem yöntemi olarak, olasılığa dayalı olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örneklem yöntemi tercih edilmiştir. Bu kapsamda örneklem, ana kütleyi oluşturan şehir merkezinin farklı kesimlerinden belirlenmiş ve 600 kişi ile bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, bayanların erkeklere oranla turizm algısının daha olumsuz olduğu ve eğitim düzeyi yükseldikçe turizm sektörüne verilen desteğin orantılı olarak arttığı tespit edilmiştir. Ayrıca, Kayseri’de yerel halkın turizm sektörünün gelişmesine olumlu yaklaşımları ve bu bağlamda sektörün gelişimini destekledikleri belirlenmiştir. Son olarak, turizm sektörünün ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerine yönelik mevcut algının genelde olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** *Turizm, Yerel Halk, Algı, Turizmin Etkileri, Kayseri*

## A STUDY ON THE DETERMINATION OF HOW LOCAL PEOPLE PERCEIVE TOURISM ACTIVITIES IN KAYSERİ

### Abstract

The aim of this study is to determine how local people perceive the economic, socio-cultural and environmental effects of the tourism in Kayseri and to define the level of support provided for tourism activities by local people. As sampling technique, convenience sampling which is one of the non-probability sampling techniques was preferred. Within this scope, the sample was consisted of people residing in the different parts of city center and the survey was carried out with 600 people. As a result of the analysis, it was determined that the perception of tourism is more negative for women than for men and that as the level of education increases, the support given to the tourism sector increases proportionally. Besides, it was concluded that local people in Kayseri find the development of tourism favourable and support it in accordance. Finally, it has been concluded that perception of economic, socio-cultural and environmental impact of the tourism sector is generally positive.

**Key Words:** *Tourism, Local People, Perception, The Effects of Tourism, Kayseri*

\* Bu makale, Erdem, A. (2017), "Turizm Faaliyetlerinin Yerel Halk Tarafından Nasıl Algılandığının Tespitine Yönelik Bir Çalışma: Kayseri Örneği", Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri, künyeli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

\*\* Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, KAYSERİ.

e-posta: omersanlioglu@gmail.com

\*\*\* Arş. Gör., Harran Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, ŞANLIURFA.

e-posta:ahmet-erdem@hotmail.com.

## **1. Giriş**

Turizm sektörü özellikle son elli yıldır tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de hızlı bir gelişim gösteren ve önemini gittikçe artıran bir sektördür. Her geçen yıl büyüyen turizm pazarından daha fazla pay alabilmek için ülkeler yeni yatırımlar yapmakta ve bu konuda planlamalar devam etmektedir. Ancak, multidisipliner bir sektör olan turizme yönelik yatırımların başarılı bir şekilde sonuçlanabilmesi birçok faktöre bağlıdır. Bu faktörlerin başında da ilgili destinasyondaki yöre halkının turizme yönelik düşünceleri ve tavırlarının geldiği söylenebilir. Çünkü turizm sektörünün bir destinasyon bölgesinde gelişimini sürdürmesi, bölge halkının turizm faaliyetlerine yönelik görüşleri, beklentileri ve deneyimleri ile doğrudan ilişkilidir.

Yerel halkın turizm algısına yönelik çok sayıda çalışma yapılmış (King vd.,1993: 651; Brunt ve Courtney, 1999: 494) ve yapılan araştırmalarda turizmin, genel anlamda yerel halkın yaşamını büyük oranda etkilediği gözlenmiştir (Andereck vd., 2005: 1057). Lepp (2007:883), turizm sektörünün ilgili destinasyon bölgesine sağladığı bir takım avantajlar sebebiyle çalışmasında, yerel halkın turizm algısının olumlu olduğunu belirtmiştir. Zaei ve Zaei (2013: 20) ise, turizm sektörünün özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerine önemli katkılar sağladığını ve yöre halkına sosyal ve ekonomik açıdan çeşitli faydalarının olduğu yönünde değerlendirmede bulunmuşlardır. Ancak sadece ticari beklentiler ile yapılan turizm yatırımları hem destinasyon için yıkıcı sonuçlar doğurmakta hem de yerel halkı uzun vadede olumsuz yönde etkilemektedir (Williams ve Lawson, 2001: 270).

Yerel halkın turizm sektöründen etkilenme şekli veya sektöre yönelik düşüncelerinin soyut bir özellik taşımasından dolayı konunun analiz edilmesi çeşitli zorluklar içermektedir. Turizm faaliyetlerinin bölge insanını sağlık, güvenlik, sosyal statü, refah düzeyi ve sosyo-kültürel açıdan etkilemesi ve/veya tatmin etmesi halkın sektöre olan desteğini doğrudan etkilemektedir. Bu desteğe bakılarak da yöre halkının olumlu yada olumsuz açıdan etkilendiği sonucuna ulaşmak daha kolay olacaktır (Gullion vd., 2015: 187-188).

Turizm endüstrisinin gelişimi için sektörde yer alan tüm piyasa aktörlerinin etkin ve koordineli bir şekilde çalışması gerekmektedir. Sektör temsilcileri, yerel yönetimler, STK'lar ve yöre halkı ortak bir amaç etrafında birleşerek, turizmin bölgede sürdürülebilir hale gelmesinde çeşitli sorumlulukları paylaşmaları uygun olacaktır. Zira, bu paydaşlar içerisinde herhangi bir kesimin turizm sektörü hakkında olumsuz bir düşünceye sahip olması bütün girişimlerin ve planlamaların istenilen şekilde sonuçlanmasına engel olabilmektedir.

Doğal, tarihi ve kültürel varlıklar açısından oldukça zengin olan ve bu çalışma kapsamında örnek il olarak seçilen Kayseri önemli bir çekim merkezidir. Kış turizmi açısından önemli bir destinasyon olan Erciyes Dağı'nda turizm sektörünü geliştirebilmek adına yatırımlar devam etmektedir. Özellikle Kayseri Büyükşehir Belediyesi tarafından 16 Şubat 2006 tarihinde başlatılan "Erciyes Dağı Kış Sporları ve Turizm Master Planı" bunun en önemli örneği olarak gösterilebilir. Projenin toplam maliyeti yaklaşık 275 milyon avro olarak ifade edilmektedir. Projenin amacı "Büyük çapta ulusal ve uluslararası spor olaylarına ve uzun vadede dünya şampiyonası ve hatta olimpiyat oyunlarına ev sahipliği yaparak Kayseri'yi, Türkiye'nin kış sporları merkezi haline getirmek, kış sporları ve kış turizmini, Kayseri kimliğinin önemli bir parçası yapmak"

olarak tespit edilmiştir. Ancak bu tarz önemli yatırımların tam anlamıyla başarıya ulaşabilmesi için tüm paydaşların ortak hususlarda buluşması gerekmektedir. Bu sebepten dolayı, turizm sektörü içerisinde önemli bir kesimi oluşturan yerel halkın turizme yönelik bakış açısının analiz edilmesi önem arz etmektedir.

Bu kapsamda bu çalışmada ilk olarak turizm faaliyetlerinin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri değerlendirilmiştir. Daha sonra Kayseri ilinin turizm potansiyeli ve tüketici profili analiz edilmiştir. Bir sonraki bölümde ise, yapılan bu araştırmanın yöntemi hakkında bilgi verilmektedir. Daha sonra araştırmada elde edilen bulgular geniş bir şekilde değerlendirmeye tabi tutulmaktadır.

## **2. TURİZMİN EKONOMİK, SOSYO-KÜLTÜREL VE ÇEVRESEL ETKİLERİ**

Turizm sektörü ulusal ekonomilere ve toplumlara önemli katkılar sağlamaktadır. Çünkü turizm sektörü ülkeler için sürdürülebilir gelişmenin üç temel bileşeni olan ekonomik, sosyal ve çevresel konularda önemli katkılar sunmaktadır. Turizmin bölgeye ve bölge halkına etkileri tartışıldığında, öncelikli olarak odaklanılan konu ekonomik etkiler olmaktadır (Archer vd., 2005:79). Birçok ülkenin ekonomisinde önemli bir paya sahip olan turizm endüstrisi, özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından istihdam imkanlarını çeşitlendiren, ödemeler dengesine katkıda bulunan, bölgeye olumlu bir imaj sağlayan, milli geliri artıran, yabancı sermaye girişini teşvik eden, bütçe gelirini artıran (Oh, 2005: 39; Filiposki vd., 2016:135) ve söz konusu bölge insanına yüksek yaşam standartları sunan bir özelliğe sahiptir (Zengin, 2010: 105). Bunların yanında turizm, yetersiz altyapı yatırımları, düşük hizmet kalitesi, kapasitenin etkin kullanılmaması gibi problemlerin çözümünde etkin bir rol oynamasından dolayı, sorunların çözülmesine katkı sağlayan bir sektör olarak görülebilir (Dwyer vd., 2011:10).

Turizm endüstrisinden sağlanan kazancın ülke veya bölge ekonomisi açısından sadece olumlu veya olumsuz olarak düşünülmesi doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Zira, turizm sektörü ilgili destinasyona ekonomik anlamda çeşitli girdiler sağladığı gibi, bir takım maliyetler de ortaya çıkarmaktadır (Seetanah, 2011: 292). Turizm sektörünün negatif ekonomik etkileri arasında ürün ve hizmet fiyatlarını artırması, bölgesel kira maliyetlerini yükseltmesi ve teknik altyapı maliyetlerini artırması gibi olumsuzluklar sayılabilir (Kreag, 2001: 6).

Turizm faaliyetleri, yalnızca ekonomik bir aktivite olmayıp, sosyo-kültürel, siyasal ve çevre ile ilgili pek çok unsuru da kendi içerisinde barındıran ve ayrıca toplumun bütün kesimlerini etkileyen bir eylem özelliğine sahiptir. Bu kapsamda turizm endüstrisinin etkileri analiz edilirken sosyo-kültürel etkilerinin de değerlendirilmesi önem arz etmektedir (Civelek, 2010: 333). Turizm sektöründen kültürel açıdan etkilenme derecesini ve hızını; yerel halkın turizme yönelik olan tutumu, bölgeye gelen turistlerin tavır, davranış ve değerleri, güvenlik hissi, potansiyel suç unsurları, turist ve yerel halk arasındaki etkileşim ve iletişim gibi faktörler belirlemektedir. Sektörün kültürel etkileri, halkın değerleri, inanışları ve gelenekleri üzerinde yavaş yavaş etkisini göstererek uzun dönemde ortaya çıkmaktadır (Brunt ve Courtney, 1999: 496-497). Bu açıdan değerlendirildiğinde, turizm sektörünün yerel halk üzerindeki etkilerinin kısa vadeli olarak değil, daha çok uzun vadeli analiz edilmesi gerekmektedir (Gullion vd., 2015: 185).

Turizm, karşılıklı kültürel etkileşim sağlayan, ilgili destinasyonun saygınlığını artıran, ulusal kimliği geliştiren, daha fazla kültürel aktivitenin gerçekleşmesine olanak tanıyan ve boş zamanı değerlendiren bir faaliyet alanıdır (Pranic vd., 2012: 242). Ancak, turizm aktivitelerinin gerçekleştiği bölgelerde doğru yapılanma ve planlamalar mevcut değilse, yerel halkın kimliğinin ve kültürel değerlerinin yok olmasına neden olabilmektedir. Ayrıca, suç oranlarını artırması, kültürün ticarileşmesi, ahlak yapısında bozulmalara neden olması gibi olumsuz etkileri söz konusudur (Andereck vd., 2005: 1058; Fridgen, 1996:96). Turizm sektörünün yerel kültür üzerindeki bir diğer olumsuz etkisi de yöre halkında dayanışma ve yardımlaşma kültürünü azaltarak, daha bireysel ve egoist bir toplum haline gelmesine neden olmaktadır. Bu gibi olumsuz etkiler bölge insanının yaşam biçiminde önemli değişikliklere neden olmaktadır (Cohen, 1984: 385). Turizmin bu tarz sosyo-kültürel olumsuz etkileri planlama sürecinde değerlendirilerek, faydaları en üst düzeye çıkarılabilir; sorunları ise minimum seviyelere indirilebilir (Brunt ve Courtney, 1999: 494).

Turizmin ayrıca çevre üzerindeki etkileri, geleceğe yönelik planlamalar değerlendirildiğinde tarihi ve sanat değeri yüksek yapıların korunmasını sağlamakta ve bu sayede halkın bilinçlenerek bu varlıkları günlük yaşamlarında özenli şekilde kullanmalarına olanak tanımaktadır (Ogaboh Agba vd., 2010: 356). Kontrol edilemeyen turizm faaliyetleri dünyadaki birçok doğal alanda toprak kayması, kirliliğin artması, denizlerin kirlenmesi, canlıların yok olması, nesli tükenmekte olan türler üzerindeki baskının artması, ormanların tahrip edilmesi, su kaynaklarının kirlenmesi ve aşırı kullanımı gibi (GhulamRabbany vd., 2013: 118) büyük riskler ortaya çıkarmasının yanında, kaynak suları ve dağ ekosistemleri için ciddi sorunlar oluşturabilmektedir (Lim ve McAleer, 2005: 1432).

Günümüzde çevre, turizmin birincil ve temel kaynağı olarak görülmektedir. Turizm sektörünün hammaddesi sahip olunan doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi zenginlikler olarak gösterilebilir. Hammaddesi doğal ve kültürel kaynaklar olan turizm sektörünün sürekliliğinin sağlanması da bu kaynakların sürdürülebilirliğine bağlıdır. Bu bağlamda turizm ve çevre arasında doğrudan bir ilişki söz konusudur (Yıldız ve Kalağan, 2008: 43). Turizm sektöründe çevre koruma faaliyetleri toplam kalite yönetimi açısından anahtar bir rol oynamaktadır (Orboi vd., 2015: 195). Turizm sektörünün planlı olarak geliştiği bölgelerde bir taraftan tabiatın korunması sağlanırken, diğer taraftan destinasyon bölgesine gelen turistler keyifli zaman geçirmekte, tur operatörleri önemli karlar elde etmekte ve yöre halkı da bu faaliyetleri fırsat bilerek kazanç sağlamaktadır (Ardoin vd., 2015: 839).

Bu çerçevede değerlendirildiğinde, turizm sektörünün ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açıdan turist gönderen ülke ile turist kabul eden ülkeyi etkilediği görülmektedir. Turizm faaliyetlerinin sonuçlarını olumlu ya da olumsuz olarak tek taraflı değerlendirmek doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Ancak, turizm sektörünün ilgili destinasyon açısından pek çok avantajının olduğunu ileri sürmek yanlış olmayacaktır.

### **3. KAYSERİ İLİNİN TURİZM POTANSİYELİ**

Anadolu'nun coğrafik açıdan neredeyse tam ortasında yer alan Kayseri ili tarih boyunca ticaret yollarının üzerinde yer almış ve bu avantajını da önemli ölçüde olumlu şekilde değerlendirmiştir. Özellikle Kayseri'nin doğu ve batı arasındaki ticaret yolları üzerinde bulunması, İpek yolunun önemli bir kavşağında yer alması hem iktisadi açıdan

hem de sosyo-kültürel açıdan şehre tarih boyunca önemli bir iktisadi canlılık getirmiştir. İpek Yolu'nun Kayseri'den geçmiş olması ilin ticaret alanında önemini arttırmıştır. Çin'den başlayarak Avrupa'ya kadar uzanan İpek Yolu, Kayseri'nin sosyo-kültürel gelişimine de katkıda bulunmuştur. Bu yolun öneminin farkında olan Selçuklular ve Osmanlılar yol boyunca kervansaraylar ve hanlar inşa etmiştir (Erkiletlioğlu, 2006: 213; İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2011: 9).

Asurlular döneminde Kaniş-Karum'un, Selçuklular döneminde ise Yabancı Pazarı'nın ticaret merkezi oluşu, Osmanlı döneminde de şehrin aynı amaçla kullanılması ve günümüzde de Kayseri'nin ticarete söz sahibi olması bu bölgede yaşayan halkın sahip olduğu ticari zekanın bir tesadüf sonucu oluşmadığının kanıtı olarak değerlendirmek mümkündür (Subaşı, 1998: 219). Geçmiş dönemlerden beri ilmin ve ticaretin merkezi konumunda olan Kayseri'nin sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik yapısında ahilik kavramı önemli bir yer tutmaktadır. Ahilik, üretim gerçekleştirmeden tüketmeyi veya ihtiyacından fazla tüketmeye karşı çıkan bir anlayıştır. Ayrıca, haksız rekabetin oluşmasına, güçlülerin zayıf kesimi sömürmesine, haksız şekilde kazanç elde edilmesine, insanların kandırılmasına ve ahlaki olmayan her türlü davranışa karşı çıkmışlardır (Durak ve Yücel, 2010:152). Ahilik teşkilatının Anadolu'daki öncüsü Ahi Evran, Anadolu'ya geldiğinde Kayseri'ye yerleşmiştir. Böylece Kayseri'de Türk kültürünün, İslam ahlakının ve ahi disiplininin yerleşmesi şehir kültürünün gelişmesi üzerinde önemli bir etken olmuş ve ahilik teşkilatının kurulması sağlanmıştır (Ecer, 2001:16). Zaman içerisinde tüm Anadolu'ya yayılan bu teşkilatın Kayseri'de ve tüm Anadolu halkının üzerinde önemli etkisi olmuştur.

Zengin tarihi geçmişinin yanında Kayseri turizm arz kaynakları bakımından İç Anadolu Bölgesi'nin en önemli illerinden biri olma özelliğine sahiptir. Özellikle Antik Çağın kalıntılarına sahip olan Kapadokya Bölgesi'nin içerisinde olması, Kayseri'deki turist sayısının artması için önemli bir gerekçe teşkil etmiştir (Subaşı, 1998: 101). Kayseri ili tarihi değerlerinin yanında doğal kaynaklar açısından da oldukça zengin bir destinasyondur. Türkiye'de kış turizmi açısından Erciyes Dağı çok fazla talep gören kış sporları merkezlerinden biri olmuştur. Ayrıca, Kayseri tarihi ve doğal kaynaklar bakımından oldukça zengin bir yapıya sahip olmasından dolayı, turistik ürün açısından çeşitlendirme yoluna gidilebilmektedir. Ancak, daha çok yerli turistler için önemli bir çekim merkezi olan Kayseri, yabancı turist sayısı açısından istenilen düzeye henüz ulaşamamıştır.

Kayseri'de tüketici profili analiz edildiğinde ise; Kayseri'deki tüketiciler için fiyat ve kalite dengesinin birbiriyle paralel olduğu düşüncesi hakimdir. Tüketiciler pahalı olan ürünün daha kaliteli olduğunu düşünmektedir. Bu durum genel olarak pahalı = kaliteli algısı ile uyum göstermektedir. Ayrıca Kayserili tüketicilerin ürün ve markalar hakkındaki düşüncelerinin satın alma karar süreçlerini doğrudan etkilediği söylenebilir (Karaarslan, 2008: 200-201). Toksarı (2010: 174-175) ise, Kayseri'de yaşayan tüketicilerin tercih ettikleri işletmelerin ürettikleri ürünlerin kaliteli olması, vermiş olduğu satış sonrası hizmetlerinin yaygın olması ve kendilerine prestij sağlaması gibi hususlara dikkat ettikleri bulgularına ulaşmıştır. Varinli ve Acar (2011:18), çalışmalarında tüketicilerin ürün ve işletme sadakatlerinin oluşmasında işletmelerin fiziki durumlarının ve çalışan personelin etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Son olarak Kayseri halkının, güvenlik açısından endişe duymayan, şehirde sağlanan hizmetten memnun, temel problemlerini önemli ölçüde çözmüş, yüksek yaşam standartlarına sahip bir tüketici profili çizdiği

belirlenmiştir (Karamustafa, Güllü ve Acar, 2010: 23). Kayseri ili örneğinde yapılmış ilgili çalışmalar incelendiğinde, Kayseri’de bulunan tüketicilerin refah düzeyi yüksek, modern pazarlama uygulamalarına uyum sağlayabilen, kaliteli ürünleri tercih eden, ürünün sağlayacağı prestiji ve geniş hizmet ağını önemseyen bir profile sahip oldukları tespit edilmiştir.

#### **4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ**

Bu çalışmanın amacı, turizmin Kayseri iline olan ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerinin yerel halk tarafından nasıl algılandığını tespit etmek ve turizm faaliyetlerine yönelik verdikleri destek düzeyini ortaya çıkarmaktır. Araştırmanın evrenini, Kayseri ilinde ikamet eden yöre halkı oluşturmaktadır. 2015 yılı adrese dayalı nüfus kayıt sistemine göre Kayseri ilinin nüfusu 1.341.056 kişi olarak belirlenmiştir (TUİK, 2015). Çalışmanın örneklem sayısı  $\pm 0,05$  güven aralığında 384 olarak tespit edilmiştir. Anket formları tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi ile Kayseri’nin merkez ilçelerinde (Kocasinan, Melikgazi, Talas) ikamet eden yerel halkla yüz yüze görüşülerek uygulanmıştır. Çalışmanın anket formu Güneş (2014) tarafından geliştirilen ölçek maddelerinden yararlanılarak hazırlanmış ve çalışmanın amacı doğrultusunda yeniden uyarlanmıştır.

Araştırmada kullanılmak üzere 600 adet anket formu basılmış ve bu formlar Nisan ve Mayıs (2016) aylarında uygulanmıştır. Dağıtılan anket formlarından 42 adedi katılımcılar tarafından tam olarak doldurulmadığı için değerlendirmeye alınmamıştır. Çıkarılan 42 adet anket formu sonucunda 558 anket değerlendirmeye alınarak ilgili paket programa girişi yapılmıştır. Daha sonra yapılan çok değişkenli sapan analizi sonucunda 36 adet verinin değerlerinin kabul edilen ölçüt olan  $p < .001$  Mahalanobis uzaklığından (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2014: 15, Kalaycı, 2016: 212) fazla olduğu belirlenmiş ve bu veriler veri setinden çıkarılmıştır. Çıkarılan 36 adet veriden sonra araştırmanın analizleri 522 adet anket üzerinden yürütülmüştür. Daha sonra araştırmada hangi tür testlerin (parametrik veya parametrik olmayan testler) yapılacağına karar vermek için çok değişkenli normal dağılım analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda parametrik testler kullanılmıştır.

Veri setinin nicel özellik taşıması, normal dağılım göstermesi ve denek sayısının 30’un üzerinde olması gibi parametrik test koşullarını sağlamasından dolayı (Coşkun vd., 2015:166-167; Aziz, 2014:171), araştırmada yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılamalarının ve turizmin bölgede gelişmesine yönelik verdikleri destek düzeyinin, cinsiyetlerine, medeni durumlarına, yaşlarına, gelir durumlarına, eğitim düzeylerine ve şehirdeki ikamet sürelerine göre değişip değişmediği parametrik testler kullanılarak analiz edilmiştir. Bu bağlamda yöre halkının turizme yönelik görüşlerini ve destek düzeylerini değerlendirme hususunda, cinsiyetlerine ve medeni durumlarına göre değişip değişmediği “Bağımsız Örneklem T-testi”; eğitim düzeylerine, gelir durumlarına, yaşlarına ve ikamet sürelerine göre değişip değişmediği “Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)” kullanılarak analiz edilmiştir.

#### **4.1. ARAŞTIRMANIN BULGULARI**

##### **4.1.1. Araştırmanın Demografik Bulguları**

Yapılan analiz sonucunda 522 katılımcının demografik özelliklerinin dağılımı Tablo 1’de sunulmuştur. Cinsiyetleri açısından ankete cevap verenlerin %52,1’i erkek ve

%47,9’u kadınlardan oluşmaktadır. Ankete cevap veren kişilerin cinsiyetleri bakımından homojen bir kütle oluşturdukları görülmektedir. Medeni durumları açısından katılımcılarının özellikleri incelendiğinde %55,6’sının evli olduğu; %44,4’ünün ise bekar olduğu görülmektedir.

**Tablo 1:** Katılımcıların Demografik Değişkenleri (n=522)

VERİ ADI	FREKANS	YÜZDE %	VERİ ADI	FREKANS	YÜZDE %
<b>Cinsiyet</b>			<b>Medeni Durum</b>		
Erkek	272	52,1	Evli	290	55,6
Kadın	250	47,9	Bekâr	232	44,4
<b>Yaş</b>			<b>Gelir Düzeyi</b>		
18-25 yaş aralığı	133	25,5	Geliri olmayanlar	102	19,5
26-35 yaş aralığı	159	30,5	1-1500 ₺	129	24,7
36-45 yaş aralığı	122	23,4	1501-3000 ₺	184	35,2
46 ve üzeri	108	20,7	3001+ ₺	107	20,5
<b>Eğitim Düzeyi</b>			<b>Kayseri’deki Kalış Süresi</b>		
Okur-Yazar	8	1,5	Doğduğumdan beri	151	28,9
İlkokul	33	6,3	1 yıldan az	36	6,9
Ortaokul	51	9,8	1 - 5 yıl	88	16,9
Lise	144	27,6	6 - 10 yıl	59	11,3
Önlisans	60	11,5	11 - 15 yıl	50	9,6
Lisans	179	34,3	16 - 20 yıl	62	11,9
Master/Doktora	47	9,0	21 yıl ve üzeri	76	14,6
<b>Meslek</b>					
İşçi	96	18,4			
Memur	114	21,8			
Esnaf-Sanatkâr	73	14,0			
Emekli	50	9,6			
Öğrenci	77	14,8			
Ev Hanımı	52	10,0			
Diğer	60	11,5			

Gelir durumları incelendiğinde, ankete katılan katılımcıların %19,5’ini geliri olmayanlar, %35,2’sini ise 1501-3000 ₺ arası geliri olanlar oluşturmaktadır. Gelir durumları açısından katılımcıların %55,7’sinin 1501-3000 ₺ üzeri bir gelire sahip oldukları görülmektedir. Meslekleri bakımından ise araştırmaya en çok katılımı memurlar yaparken, en az katılımı ise emekliler oluşturmaktadır. Ankete cevap verenlerin Kayseri ilindeki ikamet sürelerine göre değerlendirildiğinde, en yüksek orana sahip seçeneğin %28,9 ile “doğduğumdan beri” olduğu görülmektedir. Ayrıca, katılımcıların %14,6’sının “21 yıl ve üzeri” zamandan beri Kayseri’de yaşadıkları görülmektedir. İlgili iki oranın (%28,9 “doğduğumdan beri”, %14,6 “21 yıl ve üzeri”) toplamına bakıldığında, katılımcıların %43,5’inin 21 yıl ve üzeri süreden beri Kayseri’de ikamet ediyor olmaları ulaşılan bulguların genel olarak yerel halkın görüşlerini yansıtması bakımından önem taşımaktadır.

#### **4.1.2. Yerel Halkın Algılamalarına İlişkin Ortalamalar**

Yerel halkın algılamalarına ilişkin ortalamalara bakıldığında, halkın turizm sektörünün gelişmesini desteklediği, yatırımlarının artarak devam etmesi gerektiği, turizmin toplum için önemli bir faaliyet alanı olduğu ve gelişimi için daha fazla çaba sarf

edilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, Kayseri ilinde yaşayan yerel halk, turistik faaliyetlerin, yerel ürünlerin üretiminin artmasına, daha fazla ekonomik kazanç ve yerel ekonominin canlanmasına yardımcı olduğunu, yeni iş imkanlarını ortaya çıkardığını ve bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağladığını ifade etmişlerdir.

**Tablo 2:** Yerel Halkın Algılamalarına İlişkin Ortalamalar

İfadeler	$\bar{x}$	Standart Sapma
Turizm sektörünün gelişmesini destekliyorum.	4,16	,926
Turizm sektörünün gelişimi için daha fazla çaba sarf edilmelidir.	4,12	,939
Turizm yatırımları artarak devam etmelidir.	4,10	,973
Turizm, yerel ekonominin canlanmasını sağlamaktadır.	4,10	,855
Turizm, yerel halka daha fazla ekonomik kazanç sağlamaktadır.	4,09	,860
Turizm, toplumumuz için önemli bir faaliyet alanı olmalıdır.	4,05	,954
Turizm, yerel halk için yeni iş olanakları ortaya çıkarmaktadır.	4,03	,904
Turizm, yerel halkın farklı kültürlerle tanışmasını sağlamaktadır.	4,03	,957
Turizmin gelişmesi bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır.	4,02	,971
Turizm, yerel ürünlerin üretiminin artmasını sağlamaktadır.	3,94	,958
Turizm, tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir.	3,93	,940
Turizm, kültürel faaliyetlerin gelişimini sağlamaktadır.	3,91	,980
Turizm, bölgedeki mal ve hizmetlerin fiyatlarını arttırmaktadır.	3,83	1,08
Turizm, Kayseri'nin dışa açılımını sağlamaktadır.	3,74	1,04
Turizm, bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır.	3,73	1,14
Turizm, doğal çevrenin korunmasını ve gelişimini desteklemektedir.	3,69	1,01
Yerel halkın boş zaman değerlendirme imkânlarını çeşitlendirmektedir.	3,68	1,02
Turizm, gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir.	3,61	,998
Turizm, çevre bilincini arttırmaktadır.	3,60	,998
Turizm, yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir.	3,60	1,00
Erciyes Dağı Kış Sporları ve Turizm Master Planı hakkında bilgiye sahibim.	3,42	1,20
Turizm, yerel halk arasında kazanç eşitsizliği yaratmaktadır.	3,14	1,22
Turizm kalabalıklaşma, gürültü kirliliği vb. problemler oluşturmaktadır.	2,98	1,16
Turizm, çevre kirliliğine (toprak, hava, su vb.) neden olmaktadır.	2,77	1,20
Turizm, yerel halkın davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir.	2,71	1,21
Doğayı (bitkiler, hayvanlar, ekosistem vb.) olumsuz etkilemektedir.	2,69	1,17
Turizm, suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlere neden olmaktadır.	2,69	1,20
Çarpık kentleşmeye neden olmaktadır.	2,62	1,15
Turizm, yerel halkın şehirdeki turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır.	2,53	1,10
Turizm, kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır.	2,46	1,17

Not: 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum

Genel olarak yerel halkın turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerine yönelik olumlu bir bakış açısına sahip oldukları sonucuna ulaşmak mümkündür. Turizm ekonomik açıdan bölgeye çeşitli katkılar sağladığı gibi, sosyo-kültürel açıdan da farklı kültürlerin öğrenilmesine ve halkın kendi kültürel kimliğinin değerini anlamasına yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda turizm, halkın sahip oldukları tarihi değerleri korumalarında ve bu bağlamda çevre bilincinin gelişmesinde önemli katkılar sağlamaktadır. Elde edilen bu sonuçlardan katılımcıların turizm sektörünün gelişmesini ve bölgeye gelen turist sayısının artmasını istedikleri sonucuna ulaşmak mümkündür. Sanayi ve ticaret sektörleri açısından Türkiye'nin önemli şehirlerinden biri olan Kayseri'de turizm yatırımlarının yapılması yönünde oldukça istekli oldukları ileri sürülebilir.



#### 4.1.3. Yerel Halkın Turizm Algılarını Etkileyen Faktörler

Ölçekteki ifadelerin kaç boyuta ayrıldığını belirlemek için faktör analizi yapılmıştır. Anket verilerinin faktör analizine uygun olup olmadığını değerlendirmek için *Barlett Küresellik* testi ve *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)* örneklem yeterliliği testleri uygulanmıştır. *Barlett's Küresellik* testi, ifadeler arasında hangi oranda ilişkinin olduğunu göstermektedir. KMO örnekleme yeterliliğinin kabul edilen alt sınırı 0,50'dir (Sipahi vd.,2010: 80). Ancak KMO oranı ne kadar yüksek olursa veri seti faktör analizi yapmak için o kadar iyi olduğu söylenebilir (Kalaycı, 2014:322). Ölçeğe uygulanan analiz sonucunda KMO değerinin ,928 çıkması verilerin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

Ölçekte bulunan 29 ifadeye faktör analizi uygulanmış ve özdeğeri 1 ve üzerinde olan faktörler dikkate alınmıştır. Toplam varyansın %68,14'ü kümülatif yüzdelerle bakıldığında 6 faktör tarafından açıklanmaktadır. Yapılan faktör analizi Tablo 3'de gösterilmektedir.

**Tablo 3: Ölçeğe İlişkin Faktör Analizi Sonucu**

	Yük	Öz değer	Açıklanan Varyans	λ	Alfa
<b>Olumsuz Sosyal ve Çevresel Etkiler</b>		<b>10,555</b>	<b>15,974</b>		<b>,895</b>
Turizm, çevre kirliliğine (toprak, hava, su vb.) neden olmaktadır.	,795			2,77	
Çarpık kentleşmeye neden olmaktadır	,777			2,62	
Doğayı (bitkiler, hayvanlar, ekosistem vb.) olumsuz etkilemektedir.	,768			2,69	
Turizm kalabalıklaşma, gürültü kirliliği vb. problemler oluşturmaktadır.	,733			2,98	
Turizm, suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlere neden olmaktadır.	,722			2,69	
Turizm, yerel halkın şehirdeki turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır.	,670			2,53	
Turizm, kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır.	,618			2,46	
Turizm, yerel halkın davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir.	,585			2,71	
<b>Yerel Halkın Desteği</b>		<b>3,382</b>	<b>13,164</b>		<b>,943</b>
Turizm sektörünün gelişimi için daha fazla çaba sarf edilmelidir.	,842			4,12	
Turizm, toplumumuz için önemli bir faaliyet alanı olmalıdır.	,832			4,05	
Turizm sektörünün gelişmesini destekliyorum.	,804			4,16	
Turizm yatırımları artarak devam etmelidir.	,799			4,10	
<b>Olumlu Ekonomik Etkiler</b>		<b>1,859</b>	<b>11,449</b>		<b>,866</b>
Turizm, yerel halka daha fazla ekonomik kazanç sağlamaktadır.	,782			4,09	
Turizm, yerel ürünlerin üretiminin artmasını sağlamaktadır.	,777			3,94	
Turizm, yerel ekonominin canlanmasını sağlamaktadır.	,758			4,10	

Turizm, yerel halk için yeni iş olanakları ortaya çıkarmaktadır.	,660			4,0 3	
Turizmin gelişmesi bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır.	,531			4,0 2	
<b>Olumlu Çevresel Etkiler</b>		<b>1,577</b>	<b>9,920</b>		<b>,871</b>
Turizm, gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir.	,838			3,6 1	
Turizm, çevre bilincini arttırmaktadır.	,793			3,6 0	
Turizm, doğal çevrenin korunmasını ve gelişimini desteklemektedir.	,787			3,6 9	
Turizm, tarihi bina ve yapıların korunmasına teşvik etmektedir.	,543			3,9 3	
<b>Olumlu Sosyal Etkiler</b>		<b>1,294</b>	<b>9,863</b>		<b>,820</b>
Yerel halkın boş zaman değerlendirme imkânlarını çeşitlendirmektedir.	,792			3,6 8	
Turizm, yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir.	,689			3,6 0	
Turizm, Kayseri'nin dışa açılımını sağlamaktadır.	,627			3,7 4	
Turizm, yerel halkın farklı kültürlerle tanışmasını sağlamaktadır.	,563			4,0 3	
Turizm, kültürel faaliyetlerin gelişimini sağlamaktadır.	,524			3,9 1	
<b>Olumsuz Ekonomik Etkiler</b>		<b>1,094</b>	<b>7,771</b>		<b>,773</b>
Turizm, bölgedeki mal ve hizmetlerin fiyatlarını arttırmaktadır.	,830			3,8 3	
Turizm, bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır.	,824			3,7 3	
Turizm, yerel halk arasında kazanç eşitsizliği yaratmaktadır.	,724			3,1 4	
Faktör Çıkarma Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi; Döndürme Yöntemi: Varimax Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliği: %92,8 Bartlett Küresellik Testi için Ki-Kare: 9469,528; df: 406; p<0,000 Açıklanan Toplam Varyans: %68,140 Ölçeğin Tamamı İçin Güvenilirlik Katsayısı: .761					

Ölçeğe ilişkin faktör analizi sonucu oluşan ilk faktör (Olumsuz Sosyal ve Çevresel Etkiler) sekiz maddeyi kapsamaktadır. Birinci faktörün öz değeri 10,555'dir ve toplam varyansın %15,974'ünü açıklamaktadır. Birinci faktörün güvenilirliği 0,89'dur. İkinci faktör (Yerel Halkın Desteği) dört maddeden müteşekkil olup, öz değeri 3,382'dir. İkinci faktör toplam varyansın %13,164'ünü açıklamaktadır ve güvenilirliği 0,94 olarak tespit edilmiştir. Üçüncü faktör (Olumlu Ekonomik Etkiler) beş maddeden oluşmaktadır ve öz değeri 1,859'dur. Toplam varyansın %11,449'unu açıklamakta olup, güvenilirliği 0,86 olarak tespit edilmiştir. Dördüncü faktör (Olumlu Çevresel Etkiler) ise dört maddeden oluşmaktadır. Dördüncü faktörün öz değeri 1,577 olup, toplam varyansın %9,920'sini açıklamaktadır. Dördüncü faktörün güvenilirliği 0,87 olarak tespit edilmiştir. Beşinci faktör (Olumlu Sosyal Etkiler) ise, beş maddeden oluşmaktadır ve öz değeri 1,294 olup toplam varyansın %9,863'ünü açıklamaktadır. Beşinci faktörün güvenilirliği 0,82 olarak belirlenmiştir. Son faktör olan altıncı boyut (Olumsuz Ekonomik Etkiler) ise üç maddeden oluşurken, öz değeri 1,094'dür. İlgili faktör toplam varyansın %7,771'ini açıklamaktadır ve güvenilirliği ,77 olarak tespit edilmiştir.

#### 4.1.4. Demografik Değişkenler İtibariyle Yerel Halkın Algısının Değerlendirilmesi

Turizmin etkilerine yönelik katılımcıların cinsiyetleri bakımından istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığın olup olmadığını test etmek amacıyla bağımsız örneklem t-testi yapılmıştır. Elde edilen veriler aşağıdaki Tablo 4'de ayrıntılı şekilde gösterilmektedir.

**Tablo 4:** Cinsiyet Bakımından Boyutlara Göre T-testi Sonuçları

Boyutlar	Cinsiyet	n	$\bar{x}$	Standart Sapma	t	p
Olumlu Ekonomik Etkiler	Erkek	272	4,14	,619	3,73	,000
	Kadın	250	3,91	,826		
Olumlu Sosyal Etkiler	Erkek	272	3,88	,623	2,80	,005
	Kadın	250	3,69	,885		
Olumlu Çevresel Etkiler	Erkek	272	3,79	,794	2,38	,017
	Kadın	250	3,61	,877		
Olumsuz Ekonomik Etkiler	Erkek	272	3,40	1,03	3,98	,000
	Kadın	250	3,73	,826		
Olumsuz Sosyal ve Çevresel Etkiler	Erkek	272	2,60	,868	2,10	,036
	Kadın	250	2,76	,910		
Yerel Halkın Desteği	Erkek	272	4,21	,792	2,60	,009
	Kadın	250	4,01	,948		

Katılımcıların cinsiyetleri bakımından turizmin olumlu ekonomik etkileri ( $p < 0,05$ ,  $p = ,000$ ), turizmin olumlu sosyal etkileri ( $p < 0,05$ ,  $p = ,005$ ), turizmin olumlu çevresel etkileri ( $p < 0,05$ ,  $p = ,017$ ), turizmin olumsuz ekonomik etkileri ( $p < 0,05$ ,  $p = ,000$ ), turizmin olumsuz sosyal ve çevresel etkileri ( $p < 0,05$ ,  $p = ,036$ ) ve yerel halkın turizm sektörüne verdiği destek ( $p < 0,05$ ,  $p = ,009$ ) boyutlarında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulgular doğrultusunda, erkek katılımcıların bayanlara oranla turizmin etkilerine yönelik algılarının nispeten daha olumlu olduğunu söylemek mümkündür. İlgili literatür incelendiğinde, Mason ve Cheyne (2000) araştırmalarında bayanların erkeklere oranla turizm sektörüne yönelik algılarının daha olumsuz olduğu sonucuna ulaşmışlardır. İlgili araştırmadaki elde edilen bu sonuç, çalışmamızda ulaşılan sonucu desteklemektedir.

Aşağıdaki Tablo 5'de ise katılımcıların medeni durumları bakımından turizmin olumlu ve olumsuz ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri ile yerel halkın turizm sektörüne yönelik verdikleri destek düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığın olup olmadığını tespit etmek amacıyla t-testi yapılmıştır. İlgili analiz sonuçları ayrıntılı şekilde Tablo 5'de gösterilmektedir.

**Tablo 5:** Katılımcıların Medeni Durumları Bakımından Boyutlara Göre T-testi Sonuçları

Boyutlar	Medeni Durum	n	$\bar{x}$	Standart Sapma	t	p
Olumlu Ekonomik Etkiler	Evli	290	3,98	,824	3,73	,061
	Bekar	232	4,10	,599		
Olumlu Sosyal Etkiler	Evli	290	3,78	,817	,202	,840
	Bekar	232	3,79	,697		
Olumlu Çevresel Etkiler	Evli	290	3,73	,887	,974	,331
	Bekar	232	3,66	,773		
Olumsuz Ekonomik Etkiler	Evli	290	3,52	1,00	3,98	,279
	Bekar	232	3,61	,879		
Olumsuz Sosyal ve Çevresel Etkiler	Evli	290	2,67	,936	,361	,718

	Bekar	232	2,69	,834		
Yerel Halkın Desteği	Evli	290	4,03	,926	2,45	<b>,015</b>
	Bekar	232	4,22	,792		

Yapılan analiz sonucunda katılımcıların medeni durumları bakımından turizmin olumlu ve olumsuz ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Tablo 5 incelendiğinde, sadece yerel halkın turizm sektörünün gelişmesine yönelik verdikleri destek boyutunda anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır ( $p < 0,05$ ,  $p = ,015$ ). Elde edilen bulgu incelendiğinde, bekarların ve evlilerin turizmin gelişmesini destekledikleri görülmektedir. Ancak bekarların turizmin bölgede gelişmesini evlilere oranla nispeten daha çok desteklediklerini söylemek mümkündür.

Tablo 6’da katılımcıların turizmin etkilerine yönelik algılarında gelir gruplarına göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olup olmadığına bakılmıştır. Toplam beş boyutta anlamlı farklılık ortaya çıkarken, sadece olumsuz ekonomik etkiler boyutunda anlamlı farklılık tespit edilememiştir.

**Tablo 6:** Katılımcıların Gelirleri Bakımından ANOVA Sonuçları

Boyutlar	Gruplar	n	$\bar{x}$	Standart Sapma	F	p	Fark
Olumlu Ekonomik Etkiler	a) Geliri yok	102	3,73	,923	8,496	<b>,000</b>	a<b,c,d <b>(Tukey HSD)</b>
	b) 1-1500 ₺	129	4,00	,657			
	c) 1501-3000 ₺	184	4,14	,650			
	d) 3001 ₺ ve üzeri	107	4,15	,679			
Olumlu Sosyal Etkiler	a) Geliri yok	102	3,47	,930	7,782	<b>,000</b>	a<b,c,d <b>(Tukey HSD)</b>
	b) 1-1500 ₺	129	3,82	,744			
	c) 1501-3000 ₺	184	3,87	,696			
	d) 3001 ₺ ve üzeri	107	3,91	,651			
Olumlu Çevresel Etkiler	a) Geliri yok	102	3,50	,839	4,116	<b>,007</b>	a<c <b>(Tukey HSD)</b>
	b) 1-1500 ₺	129	3,63	,897			
	c) 1501-3000 ₺	184	3,85	,795			
	d) 3001 ₺ ve üzeri	107	3,73	,878			
Olumsuz Ekonomik Etkiler	a) Geliri yok	102	3,72	,859	2,180	<b>,089</b>	
	b) 1-1500 ₺	129	3,61	,950			
	c) 1501-3000 ₺	184	3,53	,959			
	d) 3001 ₺ ve üzeri	107	3,40	1,01			
Olumsuz Sosyal ve Çevresel Etkiler	a) Geliri yok	102	3,07	,904	8,515	<b>,000</b>	a<b,c,d <b>(Tukey HSD)</b>
	b) 1-1500 ₺	129	2,62	,803			
	c) 1501-3000 ₺	184	2,57	,920			
	d) 3001 ₺ ve üzeri	107	2,57	,840			
Yerel Halkın Desteği	a) Geliri yok	102	3,78	1,03	7,981	<b>,000</b>	a<b,c,d <b>(Tukey HSD)</b>
	b) 1-1500 ₺	129	4,14	,840			
	c) 1501-3000 ₺	184	4,14	,825			
	d) 3001 ₺ ve üzeri	107	4,36	,736			

Katılımcıların gelir grupları bakımından turizmin olumlu ekonomik etkileri boyutunda farklılıklar tespit edilmiştir ( $F:8,496$ ,  $p=,000$ ). Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla ve varyanslar homojen olduğundan ( $p > ,05$ ,  $p = ,371$ ) *Tukey HSD* analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda ilgili farkın “gelirim yok” grubu ile diğer gelir grupları arasında ortaya çıktığı belirlenmiştir. Yüksek gelir grubuna sahip

katılımcıların turizmin olumlu ekonomik etkilerine karşı nispeten daha pozitif bir yaklaşıma sahip oldukları ileri sürülebilir. Katılımcıların gelir grupları bakımından turizmin olumlu sosyal etkileri boyutuna yönelik algıları arasında istatistiksel açıdan anlamlı fark ortaya çıkmıştır (F:7,782, p=,000). Bu farklılığın hangi gelir grubundan kaynaklandığını belirlemek amacıyla ve varyansların dağılımı homojen olduğundan (p>,05, p=,725) *Tukey HSD* analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda ortaya çıkan farkın geliri olmayanlar ile geliri olanlar arasında olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların turizmin olumlu çevresel etkileri (F:4,116, p=,007) ve olumsuz sosyal ve çevresel etkilerine (F:8,515, p=,000) yönelik görüşlerinde gelir dağılımı açısından anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (*ANOVA*) sonucunda farklılık tespit edilmiştir. Farklılığın hangi gelir grupları arasında olduğunu tespit etmek amacıyla *Tukey HSD* analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda olumlu çevresel etkiler boyutunda bu farkın “gelirim yok” grubu ile “1501-3000 ₺” gelir grubuna dahil olan katılımcılar arasında olduğu belirlenmiştir. Olumsuz sosyal ve çevresel etkiler boyutunda ise, geliri olmayanlar ile geliri olanlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Tablo 6’ya göre katılımcıların turizmin olumsuz ekonomik etkilerine yönelik algılarında gelir dağılımına göre anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir (F:2,180, p=,089). Son olarak katılımcıların gelir grupları ile turizm sektörüne verilen destek boyutuna yönelik algılamaları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (F:7,981, p=,000). Ortaya çıkan bu farklılığın “gelirim yok” grubu ile diğer gelir grupları arasında olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların gelir seviyesi arttıkça turizm sektörüne verdikleri destekte de artış görülmektedir.

Aşağıdaki Tablo 7’de ise turizmin etkilerinin katılımcıların meslek gruplarına göre algılanmaları arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Faktörlerin varyanslarının homojen olması (p>,05) nedeniyle farklılıkların tespiti için *Tukey HSD* testi yapılmıştır. Katılımcıların meslek grupları bakımından turizmin olumlu ekonomik etkilerini algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır (F: 12,583, p=,000). İlgili boyutta ortaya çıkan farklılığın hangi gruplar arasında oluştuğunu belirlemek amacıyla *Tukey HSD* analizi yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre farklılık ev hanımları ile diğer meslek grupları arasında meydana gelmektedir. Olumlu sosyal etkiler boyutuna yönelik yapılan analize göre farklılıkların olduğu tespit edilmiştir (F:6,275, p=,000). Elde edilen bulgulara göre, turizmin olumlu sosyal etkileri boyutunda ortaya çıkan farklılık, ev hanımları ile işçi, memur, esnaf-sanatkâr, emekli, öğrenci grupları arasındadır. Bu boyutta ev hanımları (3,26), diğer meslek gruplarına göre daha olumsuz görüşe sahipken, en olumlu yaklaşım ise memur (3,94) katılımcılarda ortaya çıkmıştır.

**Tablo 7:** Katılımcıların Meslekleri Bakımından *ANOVA* Sonuçları

Boyutlar	Gruplar	n	$\bar{x}$	Standart Sapma	F Değeri	p Değeri	Fark (Tukey HSD)
Olumlu Ekonomik Etkiler	a) İşçi	96	4,01	,639	12,583	,000	f<a,b,c,d,e,g
	b) Memur	114	4,14	,636			
	c) Esnaf-Sanatkâr	73	4,26	,655			
	d) Emekli	50	3,97	,651			
	e) Öğrenci	77	4,20	,570			
	f) Ev Hanımı	52	3,30	1,03			
	g) Diğer	60	4,05	,709			

Olumlu Sosyal Etkiler	a) İşçi	96	3,81	,667	6,275	,000	f < a,b,c,d,e
	b) Memur	114	3,94	,679			
	c) Esnaf-Sanatkâr	73	3,98	,608			
	d) Emekli	50	3,78	,774			
	e) Öğrenci	77	3,83	,709			
	f) Ev Hanımı	52	3,26	1,04			
	g) Diğer	60	3,65	,825			
	Olumlu Çevresel Etkiler	a) İşçi	96	3,60			
b) Memur		114	3,87	,876			
c) Esnaf-Sanatkâr		73	3,92	,608			
d) Emekli		50	3,65	,893			
e) Öğrenci		77	3,69	,774			
f) Ev Hanımı		52	3,35	1,01			
g) Diğer		60	3,63	,881			
Olumsuz Ekonomik Etkiler		a) İşçi	96	3,55	,933	2,135	,048
	b) Memur	114	3,40	1,09			
	c) Esnaf-Sanatkâr	73	3,43	1,01			
	d) Emekli	50	3,64	,852			
	e) Öğrenci	77	3,67	,794			
	f) Ev Hanımı	52	3,90	,886			
	g) Diğer	60	3,55	,895			
	Olumsuz Sosyal ve Çevresel Etkiler	a) İşçi	96	2,59	,810		
b) Memur		114	2,38	,837			
c) Esnaf-Sanatkâr		73	2,66	1,03			
d) Emekli		50	2,88	,751			
e) Öğrenci		77	2,68	,739			
f) Ev Hanımı		52	3,25	1,01			
g) Diğer		60	2,75	,866			
Yerel Halkın Verdiği Destek		a) İşçi	96	4,02	,875	13,054	,000
	b) Memur	114	4,42	,674			
	c) Esnaf-Sanatkâr	73	4,23	,839			
	d) Emekli	50	3,76	,915			
	e) Öğrenci	77	4,28	,681			
	f) Ev Hanımı	52	3,36	1,12			
	g) Diğer	60	4,27	,729			

Olumlu çevresel etkiler boyutunda (F:3,627, p=,002) ise ortaya çıkan farklılık memur (3,87) ile esnaf-sanatkâr (3,92) ve ev hanımları (3,35) grupları arasında oluşan farklılardan kaynaklanmaktadır. Turizmin olumsuz ekonomik etkileri boyutunda araştırmaya katılan katılımcıların meslek grupları arasında yapılan analiz sonucunda anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır (p<0,05, p=,048). Yapılan *Tukey HSD* analizine göre ortaya çıkan bu farklılık ev hanımları (3,90) ile memurlar (3,40) arasındadır.

Katılımcıların meslek gruplarına göre turizmin olumsuz sosyal ve çevresel etkilerine yönelik algılarında farklılıkların olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan analiz sonucuna göre (F:6,829, p=,000) anlamlı farklılığın olduğu belirlenmiştir. Tespit edilen bu farklılık ev hanımları (3,25) ile işçi (2,59), memur (2,38), esnaf-sanatkar (2,66) ve öğrenci (2,68) grupları arasında ortaya çıkmıştır. Ayrıca memurlar (2,38) ile emekliler (2,88) arasında farklılıklar analiz edilmiştir. Tablo 7’de bir başka boyut olan yerel halkın turizm sektörünün gelişimine verdikleri desteğe yönelik algıların meslek gruplarına göre farklılıkların olduğu tespit edilmiştir (F:13,054, p=,000). Ortaya çıkan bu farklılıkların memur (4,42) ile işçi (4,02), emekli (3,76) ve ev hanımı (3,36) grupları arasında ayrıca emekli (3,76) ile öğrenci (4,28), esnaf-sanatkar (4,23) ve diğer (4,27) grupları arasında

ve son olarak ev hanımları (3,33) ile işçi (4,02), esnaf-sanatkar (4,23), öğrenci (4,28) ve diğer (4,27) meslek grupları arasında olduğu bulunmuştur.

Aşağıdaki Tablo 8’de katılımcıların yaş gruplarına göre turizmin etkilerine yönelik algıları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığın olup olmadığı analiz edilmiştir. Yaş gruplarına göre turizmin etkilerine yönelik algılarında farklılıkların olup olmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda tek boyutta farklılık ortaya çıkmıştır.

**Tablo 8:** Katılımcıların Yaşları Bakımından ANOVA Sonuçları

Boyutlar	Gruplar	n	$\bar{x}$	Standart Sapma	F	p	Fark
Olumlu Ekonomik Etkiler	a) 18-25	133	4,12	,597	1,294	,276	
	b) 26-35	159	4,02	,755			
	c) 36-45	122	4,02	,687			
	d) 46+	108	3,94	,888			
Olumlu Sosyal Etkiler	a) 18-25	133	3,83	,705	,218	,884	
	b) 26-35	159	3,76	,772			
	c) 36-45	122	3,77	,738			
	d) 46+	108	3,80	,859			
Olumlu Çevresel Etkiler	a) 18-25	133	3,77	,776	1,648	,177	
	b) 26-35	159	3,59	,874			
	c) 36-45	122	3,79	,778			
	d) 46+	108	3,69	,914			
Olumsuz Ekonomik Etkiler	a) 18-25	133	3,58	,877	,200	,896	
	b) 26-35	159	3,59	,938			
	c) 36-45	122	3,51	1,06			
	d) 46+	108	3,54	,948			
Olumsuz Sosyal ve Çevresel Etkiler	a) 18-25	133	2,56	,787	1,306	,272	
	b) 26-35	159	2,72	,957			
	c) 36-45	122	2,67	,935			
	d) 46+	108	2,77	1,00			
Yerel Halkın Verdiği Destek	a) 18-25	133	4,34	,713	5,087	,002	a>c,d Tukey HSD
	b) 26-35	159	4,11	,830			
	c) 36-45	122	4,05	,908			
	d) 46+	108	3,92	1,02			

Araştırmaya katılan katılımcıların yaş gruplarına göre turizmin olumlu ekonomik (F:1,294, p=,276), sosyal (F:,218, p=,884) ve çevresel etkileri (F:1,648, p=,177) boyutlarında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Ayrıca turizmin olumsuz ekonomik (F:,200, p=,896) ve olumsuz sosyal ve çevresel etkileri (F:1,306, p=,272) ile ilgili algılama düzeylerinde de katılımcıların yaş gruplarına göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Yerel halkın turizm sektörüne verdiği destek ile katılımcıların yaş grupları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık belirlenmiştir (F:5,087, p=,002). Varyanslar homojen dağılım gösterdiğinden (p>0,5, p=291) ve ortaya çıkan farklılığın hangi yaş grupları arasında olduğunun tespit edilmesi amacıyla çoklu karşılaştırma testlerinden *Tukey HSD* analizi yapılmıştır. Yapılan bu analiz neticesinde ortaya çıkan farklılık 18-25 yaş grubu (4,34) ile 36-45 yaş arası (4,05) ve 46 yaş ve üzeri (3,92) arasında oluşmuştur.

Tablo 9’da ise, araştırmaya katılan katılımcıların eğitim durumlarına göre turizmin etkilerine yönelik algılarında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığın olup olmadığını tespit etmek için tek yönlü varyans (ANOVA) analizi yapılmıştır. Örneklem grubunun eğitim gruplarına göre 4 boyutta anlamlı bir fark ortaya çıkmıştır.

Varyansların homojen dağılım göstermesi ( $p>,05$ ) ve farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek adına *Post Hoc* (Çoklu Karşılaştırma) testlerinden *Tukey HSD* testi uygulanmıştır. Yapılan analizlerde okur-yazar seçeneğinin örneklem ( $n=8$ ) sayısının düşük olmasından dolayı ilgili analize dahil edilmemiştir. Değişken grubu arasında dört boyutta farklılıklar tespit edilmiş, iki boyutta ise herhangi bir farklılık ortaya çıkmamıştır.

**Tablo 9:** Katılımcıların Eğitim Durumları Bakımından ANOVA Sonuçları

Boyutlar	Gruplar	n	$\bar{x}$	Standart Sapma	F	p	Fark
Olumlu Ekonomik Etkiler	a) İlkokul	33	3,87	,672	5,367	,000	e>b,c f>b,c (Tukey HSD)
	b) Ortaokul	51	3,82	,802			
	c) Lise	144	3,90	,832			
	d) Önlisans	60	4,07	,602			
	e) Lisans	179	4,21	,599			
	f) Master/Doktora	47	4,24	,583			
Olumlu Sosyal Etkiler	a) İlkokul	33	3,93	,699	1,907	,092	
	b) Ortaokul	51	3,60	,806			
	c) Lise	144	3,72	,793			
	d) Önlisans	60	3,87	,652			
	e) Lisans	179	3,89	,723			
	f) Master/Doktora	47	3,78	,673			
Olumlu Çevresel Etkiler	a) İlkokul	33	3,62	,718	2,138	,060	
	b) Ortaokul	51	3,49	,873			
	c) Lise	144	3,71	,801			
	d) Önlisans	60	3,92	,709			
	e) Lisans	179	3,79	,873			
	f) Master/Doktora	47	3,58	,791			
Olumsuz Ekonomik Etkiler	a) İlkokul	33	3,63	,867	2,577	,026	d>e (Tukey HSD)
	b) Ortaokul	51	3,67	,798			
	c) Lise	144	3,57	1,00			
	d) Önlisans	60	3,83	,937			
	e) Lisans	179	3,37	,991			
	f) Master/Doktora	47	3,59	,783			
Olumsuz Sosyal ve Çevresel Etkiler	a) İlkokul	33	3,23	,753	7,464	,000	a>c,d,e,f e<b,c (Tukey HSD)
	b) Ortaokul	51	3,01	,918			
	c) Lise	144	2,71	,927			
	d) Önlisans	60	2,66	,751			
	e) Lisans	179	2,43	,835			
	f) Master/Doktora	47	2,60	,790			
Yerel Halkın Verdiği Destek	a) İlkokul	33	3,84	,939	13,26	,000	e>a,b,c f>a,b,c d>a,b,c (Tukey HSD)
	b) Ortaokul	51	3,62	,987			
	c) Lise	144	3,89	,931			
	d) Önlisans	60	4,35	,659			
	e) Lisans	179	4,37	,688			
	f) Master/Doktora	47	4,45	,545			

Katılımcıların eğitim gruplarına göre turizmin olumlu ekonomik etkilerine yönelik algılarında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ( $F:5,367$ ,  $p=,000$ ). Farklılığın hangi eğitim grupları arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan *Tukey HSD* analizine göre farklılık lisans (4,21) ile ortaokul (3,82) ve lise (3,90) ayrıca master/doktora (4,24) ile ortaokul (3,82) ve lise (3,90) eğitim grupları arasında oluşmuştur. Olumlu sosyal ( $F:1,907$ ,  $p=,092$ ) ve çevresel ( $F:1,907$ ,  $p=,060$ ) etkilerine yönelik katılımcıların eğitim gruplarına yönelik algılarında farklılığın olup olmadığını tespit etmek amacıyla tek yönlü varyans (ANOVA) analizi yapılmış ve herhangi bir farklılık tespit edilememiştir.



Olumsuz ekonomik etkilerine yönelik eğitim grupları arasında katılımcıların algılamalarına göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (F:2,577, p=,026). Bu farklılığın önlisans (3,83) ile lisans (3,37) grupları arasında olduğu belirlenmiştir. Turizmin olumsuz sosyal ve çevresel etkilerine yönelik katılımcıların eğitim grupları arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır (F:7,464, p=,000). Ortaya çıkan bu farklılık yapılan çoklu karşılaştırma (*Pos Hoc*) Tukey HSD analizine göre ilkökul (3,23) ile lise (2,71), önlisans (2,66), lisans (2,43) ve master/doktora (2,60) grupları arasında ayrıca lisans (2,43) ile ortaokul (3,01) ve lise (2,71) grupları arasında olduğu belirlenmiştir. Son olarak yerel halkın turizm sektörüne verdiği destek ile eğitim gruplarına yönelik yapılan analiz sonucuna göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır (F:13,260, p=,000). Bu farklılık, önlisans (4,35) ile ilkökul (3,84), ortaokul (3,62) ve lise (3,89) grupları arasında ve lisans (4,37) ile ilkökul (3,84), ortaokul (3,62) ve lise (3,89) grupları arasında son olarak master/doktora (4,45) ile ilkökul (3,84), ortaokul (3,62) ve lise (3,89) eğitim düzeyleri arasındadır.

Aşağıdaki Tablo 10'da katılımcıların Kayseri'de kalış sürelerine göre turizmin etkilerini algılama düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığın olup olmadığını tespit etmek amacıyla tek yönlü varyans (ANOVA) analiz yapılmıştır. Boyutların hiçbirinde istatistiksel açıdan anlamlı bir fark ortaya çıkmamıştır.

**Tablo 10:** Katılımcıların Kayseri'de Kalma Süreleri Bakımından ANOVA Sonuçları

Boyutlar	Gruplar	n	$\bar{x}$	Standart Sapma	F	p	Fark
Olumlu Ekonomik Etkiler	a) Doğduğumdan beri	151	3,99	,663	,973	,443	
	b) 1 yıldan az	36	4,13	,675			
	c) 1 - 5 yıl	88	4,10	,676			
	d) 6 - 10 yıl	59	3,99	,860			
	e) 11 - 15 yıl	50	3,96	,885			
	f) 16 - 20 yıl	62	3,92	,855			
	g) 21 yıl ve üzeri	76	4,15	,634			
	Olumlu Sosyal Etkiler	a) Doğduğumdan beri	151	3,77			
b) 1 yıldan az		36	3,81	,780			
c) 1 - 5 yıl		88	3,75	,741			
d) 6 - 10 yıl		59	3,77	,886			
e) 11 - 15 yıl		50	3,82	,786			
f) 16 - 20 yıl		62	3,80	,867			
g) 21 yıl ve üzeri		76	3,84	,671			
Olumlu Çevresel Etkiler		a) Doğduğumdan beri	151	3,69	,779	,862	,523
	b) 1 yıldan az	36	3,77	,743			
	c) 1 - 5 yıl	88	3,62	,916			
	d) 6 - 10 yıl	59	3,55	,974			
	e) 11 - 15 yıl	50	3,71	,883			
	f) 16 - 20 yıl	62	3,79	,830			
	g) 21 yıl ve üzeri	76	3,82	,768			
	Olumsuz Ekonomik Etkiler	a) Doğduğumdan beri	151	3,59	,863		
b) 1 yıldan az		36	3,44	,962			
c) 1 - 5 yıl		88	3,63	,854			
d) 6 - 10 yıl		59	3,68	1,09			
e) 11 - 15 yıl		50	3,42	,864			
f) 16 - 20 yıl		62	3,56	1,09			
g) 21 yıl ve üzeri		76	3,48	1,05			

Olumsuz Sosyal ve Çevresel Etkiler	a) Doğduğumdan beri	151	2,72	,858	,784	,368
	b) 1 yıldan az	36	2,51	,984		
	c) 1 - 5 yıl	88	2,64	,818		
	d) 6 - 10 yıl	59	2,77	,947		
	e) 11 - 15 yıl	50	2,64	,839		
	f) 16 - 20 yıl	62	2,85	1,06		
	g) 21 yıl ve üzeri	76	2,54	,820		
Yerel Halkın Verdiği Destek	a) Doğduğumdan beri	151	4,17	,843	,759	,602
	b) 1 yıldan az	36	4,20	,919		
	c) 1 - 5 yıl	88	4,18	,788		
	d) 6 - 10 yıl	59	4,17	,914		
	e) 11 - 15 yıl	50	4,02	,977		
	f) 16 - 20 yıl	62	4,00	,887		
	g) 21 yıl ve üzeri	76	4,01	,910		

Katılımcıların Kayseri’de ikamet sürelerine göre turizmin olumlu ekonomik (F: ,973, p=,443), sosyal (F: ,126, p=,993) ve çevresel etkilerini (F: ,862, p=,523) algılama düzeylerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığın olmadığı belirlenmiştir. Ayrıca olumsuz ekonomik (F:,635, p=,703) etkiler ile olumsuz sosyal ve çevresel etkiler (F:,784, p=,368) ve yerel halkın turizm sektörüne verdiği destek (F:,759, p=,602) boyutunda araştırmaya katılan katılımcıların Kayseri’de kalma süreleri bakımından istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığın olmadığı yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda belirlenmiştir.

## 5. SONUÇ

Turizm faaliyetlerinin iktisadi, sosyal ve çevresel açıdan ortaya çıkardığı sonuçlar kuşkusuz Kayseri halkını da etkilemiştir. Yüzyıllar boyu ticaret yolları kavşağında bulunan ve çok kültürlü bir geçmişe dayanan toplumsal yapısı ilde yeniliklere açık bir tüketici profiline gelişmesine yardımcı olmuştur. Bu çerçevede çalışmada elde edilen bulgular genel itibarıyla yerel halkın turizm faaliyetlerini desteklediği yönündedir.

Elde edilen bulgular detaylı bir şekilde değerlendirildiğinde ise, yerel halkın cinsiyetleri bakımından turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerine yönelik düşüncelerinde farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Kadınların turizm sektörünün neden olduğu etkilere yönelik görüşlerinin erkeklere oranla daha olumsuz olduğunu söylemek mümkündür. Bu kapsamda turizm sektörünün bölgede gelişmesini erkekler, bayanlara oranla nispeten daha çok desteklemektedir. Erkeklerin turizm faaliyetlerini önemli bir gelir kaynağı olarak görmelerinden dolayı daha çok destekledikleri görüşü ileri sürülebilir. Bölgeye gelecek olan turistlerin oluşturacağı ekonomik katkılar, özellikle bölge esnafının gelirlerini artırması bakımından önem arz etmektedir.

Gelir seviyeleri açısından bakıldığında, bireylerin geliri yükseldikçe turizm sektörüne yönelik görüşlerinin olumlu yönde değiştiği tespit edilmiştir. Bireylerin gelir seviyeleri ile turizmin etkilerine yönelik algıları arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Bu durum eğitim düzeyleri açısından değerlendirildiğinde de benzer bir sonuç ortaya çıkmaktadır. Bireylerin turizm sektörünün bölgede gelişmesine yönelik verdikleri destek düzeyleri ile sahip oldukları eğitim seviyeleri doğru orantılıdır. Kişilerin eğitim seviyeleri yükseldikçe, turizm sektörüne verdikleri destek düzeyi de yükselmektedir. İlgili literatür incelendiğinde, Teye vd. (2002)’nin Gana’ya yönelik yapmış oldukları çalışmalarında elde ettikleri sonuçlar bu çalışma ile benzerlik göstermektedir. Eğitim düzeyi yüksek olan Ganalıların turizm sektörünün bölgeye

sağlayacağı katkılarının bilincinde olmalarından dolayı daha çok desteklediklerini tespit etmişlerdir. Bu tespit çalışmada ulaşılan sonuçla uyumludur.

Yerel halk yaş grupları itibariyle değerlendirildiğinde ise, kişilerin yaşları ile turizm sektörüne yönelik verdikleri destek düzeyleri arasında ters bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Bireylerin yaşları büyüdükçe, turizm sektörünün bölgede gelişmesine yönelik verdikleri destek düzeyinin azaldığı ileri sürülebilir. Bu açıdan, genç jenerasyonun turizm sektörünün gelişmesine yönelik daha pozitif bir yaklaşıma sahip olduklarını söylemek mümkündür. Elde edilen sonuca paralel olarak, Gu ve Ryan (2008) Shichahai’de yapmış oldukları çalışmalarında gençlerin turizm sektörüne yönelik algılarının genel anlamda daha olumlu olduğunu belirtmişlerdir.

Araştırmada ulaşılan diğer bir sonuç ise, Kayseri Büyükşehir Belediyesi tarafından hazırlatılan Erciyes Dağı Turizm Master Planı hakkında yerel halkın yeterli bilgiye sahip olmadığı belirlenmiş olmasıdır. Önemli bir proje olan ve büyük yatırımların gerçekleştirildiği bu projenin Kayseri iline sağlayacağı katkılar hakkında daha çok bilgilendirilme yapılması uygun olacaktır.

Turizm, bölgesel üretimi destekleyen, istihdam olanaklarını artıran, bölge insanı için daha fazla ekonomik kazanç sağlayan bir sektör olarak görülmektedir. Bu bakımdan değerlendirildiğinde, sektörün bölgede gelişmesi yerel ekonomiyi canlandıracaktır. Araştırmada ulaşılan sonuçlara paralel olarak, Lepp (2007), çalışmasında Bigodi halkının turizm sektörünü yerel üretimi arttıran ve ürünlerin katma değerlerini yükselten, yeni istihdam imkanları oluşturan ve yerel ürünlerin kullanımını teşvik eden bir faaliyet alanı olarak değerlendirdiklerini belirtmiştir. Sosyo-kültürel açıdan değerlendirmek gerekirse, turizmin farklı kültürlerle tanışma ve kültürel faaliyetlerin gelişmesinde önemli katkılarının olduğu, ancak bölge kültürüne yönelik olumlu katkılar sağlamayacağı düşüncesi hakimdir. Turizm sektörünün çevresel etkilerine yönelik yerel halkın görüşleri analiz edildiğinde ise, sektörün tarihi yapıların korunmasına katkı sağladığı, ancak çevrenin korunmasına yönelik fazla bir etkisinin olmadığı görüşü benimsenmektedir. Ayrıca turizm sektörünün bölgede gelişmesi ve bu tür yatırımların artırılmasının yöre insanı tarafından genel olarak desteklendiği söylenebilir.

Bu kapsamda son olarak, önemli bir turizm potansiyeline sahip olan Kayseri’de özellikle yerel yönetimler tarafından yapılan yatırımlar devam ettirilmeli ve yeni yatırımlar desteklenmelidir. Turizm sektörüne yönelik olumlu bir yaklaşım içerisinde olan yöre halkının sahip oldukları doğal, tarihi ve kültürel zenginlikleri şehre gelecek olan turistlerle paylaşmak adına hazır olduklarını söylemek mümkündür. Önemli bir sanayi ve ticaret şehri olan Kayseri’de turizmin gelişmesi bölge ekonomisi açısından üretimin çeşitlenmesini sağlayacaktır. Ayrıca, Kayseri ilinin muhafazakâr yapısı, tüm pazarlara açık, modern bir turizm şehri olmaya yönelik planlamaların faaliyete geçirilmesinde bir engel oluşturmamaktadır.

İlerde yapılacak olan bu tür araştırmalarda, özellikle önemli kış turizm merkezlerinden biri olan Kayseri ile nüfusun niteliği bakımından benzerlik gösteren ve turizm faaliyetlerinin daha yoğun yaşandığı Kapadokya-Nevşehir Bölgesi’nde yerel halkın turizm algısının karşılaştırmalı olarak incelenmesi uygun olacaktır.

## KAYNAKÇA

- Andereck, K. L., K. M. Valentine, R. C. Knopf and C. A. Vogt. (2005). "Residents' Perceptions Of Community Tourism Impacts", **Annals Of Tourism Research**, 32(4), 1056-1076.
- Archer B., Cooper C. ve Ruhanen L. (2005) "The Positive And Negative Impacts Of Tourism" **Global Tourism**, (Ed: F. T. William), Elsevier, 79-102.
- Ardoin, N. M., M. Wheaton, A. W. Bowers, C. A. Hunt ve W. H. Durham. (2015). "Nature-Based Tourism's Impact On Environmental Knowledge, Attitudes, And Behavior: A Review And Analysis Of The Literature And Potential Future Research". **Journal Of Sustainable Tourism**, 23(6), 838-858.
- Aziz, A. (2008). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Brunt, P. ve P. Courtney. (1999). "Host Perceptions Of Sociocultural Impacts". **Annals Of Tourism Research**, 26(3), 493-515.
- Civelek, A. (2010). "Turizmin Sosyal Yapıya ve Sosyal Değişmeye Etkileri", **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi**, 13(1-2), 331-350.
- Cohen, E. (1984). "The Sociology Of Tourism: Approaches, Issues, And Findings". **Annual review of sociology**, 373-392.
- Çokluk, Ö, G. Şekercioğlu ve Ş. Büyüköztürk. (2010). **Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS Ve LISREL Uygulamaları**. Pegem Akademi, Ankara.
- Coşkun, R., R. Altunışık, S. Bayraktaroğlu ve E. Yildirim. (2001). **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**. Sakarya Kitabevi, Adapazarı.
- Durak, İ. ve A. Yücel. (2010). "Ahiliğin Sosyo-Ekonomik Etkileri ve Günümüze Yansımaları", **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 15(2).
- Dwyer, L., P. Forsyth, A. Papatheodorou, ve C. Cooper, (2011). "Economics Of Tourism". **Goodfellow Publishers**.
- Ecer, A. V. (2001). "Ahmed Yesevi Dervişiahi Evren ve Kayseri'de Ahilik", **Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 11, 1-16.
- Erkiletlioğlu, H. (2006). **Geniş Kayseri Tarihi**. Can Matbaası, Kayseri.
- Filiposki, O., M. Ackovska, N. Petroska-Angelovska ve D. Metodieski. (2016). "Socio-Economics Impacts Of Tourism", **Економски Развој**, 18(1-2), 125-140.
- Fridgen, J. D. (1996). "Dimensions of Tourism", **Educational Institute of the American Hotel & Motel Association**.
- GhulamRabbany, M., S. Afrin, A. Rahman, F. Islam ve F. Hoque. (2013). "Environmental Effects Of Tourism". **American Journal of Environment, Energy and Power Research**, 1(7), 117-130.
- Gu, H. ve C. Ryan, (2008). "Place Attachment, Identity And Community Impacts Of Tourism - The Case Of A Beijing Hutong", **Tourism Management**, 29(4), 637-647.

- Gullion, C., S. Hji-Avgoustis, Y. Y. Fu and S. Lee. (2015). "Cultural Tourism Investment And Resident Quality Of Life: A Case Study Of Indianapolis, Indiana". **International Journal of Tourism Cities**, 1(3), 184-199.
- Kalaycı, Ş. (2014). **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik**. Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Karaarslan, M. H. (2008). "Rekabet Üstünlüğü Sağlama Aracı Olarak Konumlandırma Stratejilerinin Stratejik Pazarlama Yönetiminde Kullanılması: Kayseri İli Tüketicilerinin Kayseri Ve Ankara Mobilyaları Algılarının Ölçümü". **Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Kayseri.
- Karamustafa, K., K. Güllü ve N. Acar. (2010). "Kayseri'nin Pazarlanabilirliğinin Şehir Yaşam Kalitesi Açısından Önem-Başarım Analizi İle Değerlendirilmesi". **Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi**, Sayı 05, 1-26.
- Kayseri Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2011). **Kayseri Kültür Ve Turizm Envanteri**, Ankara.
- King, B., A. Pizam ve A. Milman. (1993). "Social Impacts Of Tourism: Host Perceptions", **Annals Of Tourism Research**, 20(4), 650-665.
- Kreag, G. (2001). "The Impacts Of Tourism. Minnesota Sea Grant". <http://www.seagrant.umn.edu/tourism/pdfs/ImpactsTourism.pdf>. Erişim: 01.02.2017
- Lepp, A. (2007). "Residents' Attitudes Towards Tourism In Bigodi Village, Uganda", **Tourism Management**, 28(3), 876-885.
- Lim, C. ve M. McAleer. (2005). "Ecologically Sustainable Tourism Management". **Environmental Modelling & Software**, 20(11), 1431-1438.
- Mason, P. ve J. Cheyne. (2000). "Residents' Attitudes To Proposed Tourism Development". **Annals Of Tourism Research**, 27(2), 391-411.
- Ogaboh A., A. M., M. U. Ikoh, A. O. Bassey ve E. M. Ushie. (2010). "Tourism Industry Impact On Efik's Culture, Nigeria", **International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research**, 4(4), 355-365.
- Orboi, M., A. Băneş ve S. Stanciu ve T. Iancu. (2015). "Implementation Of The Environmental Management Concept In The Hospitality Industry". **Scientific Papers: Animal Science & Biotechnologies / Lucrari Stiintifice: Zootehnie Si Biotehnoologii**, 48(2), 195-198.
- Pranic, L., L. Petric ve L. Cetinic. (2012). "Host Population Perceptions Of The Social Impacts Of Sport Tourism Events In Transition Countries: Evidence From Croatia", **International Journal of Event and Festival Management**, 3(3), 236-256.
- Seetanah, B. (2011). "Assessing The Dynamic Economic Impact Of Tourism For Island Economies", **Annals of Tourism Research**, 38(1), 291-308.
- Sipahi, B., S. Yurtkoru, ve M. Çinko (2010). **Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi**. Beta İstanbul.
- Subaşı, M. İ. (1998). **Dünden Bugüne Kayseri**, 4. Baskı, Geçit, Kayseri.

- Teye, V., E. Sirakaya ve S. F. Sönmez. (2002). "Residents' Attitudes Toward Tourism Development", **Annals Of Tourism Research**, 29(3), 668-688.
- Toksarı, M. (2010). "Tüketici Temelli Marka Değerinin Ölçümü: Kayseri'de Otomobil Kullanıcıları Üzerine Bir Uygulama". **Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi Ve Pazarlama Bilim Dalı**. Doktora Tezi. Niğde.
- Varinli, İ. ve N. Acar. (2011). "Tüketicilerin Alışveriş Yaptıkları Mağazayı Değerlendirmelerinde Etkili Olan Faktörler İle Sadakat Arasındaki İlişki: Kayseri İlinde Yapılan Bir Araştırma". **C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 12,(1), 1-20.
- Williams, J. ve R. Lawson. (2001). "Community Issues And Resident Opinions Of Tourism", **Annals Of Tourism Research**, 28(2), 269-290.
- Yıldız, E. (2010). "Restoran İşletmelerine Giriş", **Profesyonel Restoran Yönetimi** (Ed: M. Sarıışık, Ş. Çavuş, K. Karamustafa ), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zaei, M. E. ve M. E. Zaei. (2013). "The Impacts Of Tourism Industry On Host Community". **European Journal Of Tourism Hospitality And Research**, 1(2), 12-21.
- Zengin. B. (2010). "Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisine Reel ve Moneter Etkileri", **Akademik İncelemeler Dergisi**, 5(1). 102-126.