

Yerel Halkın Turizm Algısını Belirlemeye Yönelik Alternatif Bir Ölçek Geliştirme: Karataş Destinasyonu Örneği¹

An Alternative Scale Development For Determination Of The Tourism Perception Of Local People: Sample Of Karataş Destination

Selim GÜNDÜZ, Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Türkiye, sgunduz@adanabtu.edu.tr

Öz: Bir bölgede turizmin gelişmesi ve geliştikten sonra sürekliliğinin olması, o bölgede ikamet eden yerel halkın tutum ve davranışlarına bağlıdır. Bu çalışmanın amacı da, bir bölgede turizmin gelişmesi halinde karşılaşılması muhtemel olumlu ve olumsuz durumlara ilişkin yerel halkın algısını ve beklentilerini belirleyebilen, literatürde yer alan ölçeklere alternatif geçerli ve güvenilir bir ölçek geliştirmektir. Yerel halkın turizm algısını ölçmek için, konuyla ilgili daha önce yapılan çalışmalarda yer alan soru maddelerinden, akademisyenlerden ve turizm sektörü aktivistlerinden görüşler alınarak bir madde havuzu oluşturulmuş ve bu doğrultuda ölçek hazırlanmıştır. Hazırlanan ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik testi Adana ili Karataş ilçesindeki yerel halka uygulanarak yapılmıştır. Çalışmanın ana külesini oluşturan Karataş ilçesinde, güven aralığının %90 ve örneklem hatasının %5 olarak kabul edilmesi durumunda çalışma 286 birimlik bir örnekleme gerçekleştirilmiştir. Açıklayıcı faktör analizi uygulanarak yerel halkın turizm algısı ölçeğinin faktörleri; "Sosyo-Kültürel Gelişim Etkisi", "Ekonomik Gelişim Etkisi", "Çevresel Tahrifat Etkisi", "Sosyal Tahrifat Etkisi" ve "Kültürel Tahrifat Etkisi" olarak belirlenmiştir. Belirlenen bu faktörler, cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, meslek, ikamet süresi vb. değişkenler açısından kıyaslanmıştır. Bu karşılaştırmalar da Mann Whitney U ve Kruskal Wallis testleri kullanılarak yapılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre; Karataş ilçesindeki yerel halkın belirlenen bütün faktörlerce değerlendirilmesi neticesinde ilçelerinde turizmin gelişmesinin büyük ölçüde kendileri ve ilçeleri için olumlu sonuçlar doğuracağı algısının hâkim olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Turizm Algısı Ölçeği, Yerel Halk, Turizm Desteği, Turizm Etkileri, Karataş

Abstract: The development of tourism in a region and its continuity after it has developed depends on the attitudes and behaviors of the local people residing in that region. The aim of this study is to develop a valid and reliable scale alternative to the scales in the literature that can determine the perceptions and expectations of the local people regarding possible positive and negative situations in the case of tourism development in a region. In order to measure the perception of tourism by the local people, an item pool was formed by taking the opinions from academicians and activists of the tourism sector and questionnaires from previous survey studies on the subject. And this direction the scale is prepared. The validity and reliability analysis of the prepared scale was conducted on the local people in Karatas District of Adana. The study was conducted with a sample of 286 units in the district of Karatas, which constitutes the population of the study, where 90% of the confidence interval and 5% of the sample error are accepted. Factors of tourism perception scale of local people by applying explanatory factor analysis; "Socio-Cultural Development Impact", "Economic Development Impact", "Environmental Demolition Impact", "Social Demolition Impact" and "Cultural Demolition Impact". These factors were compared in terms of gender, age, educational status, occupation, residence time etc. variables. These comparisons were performed using the Mann-Whitney and Kruskal-Wallis tests. According to the results of the study; it has been determined that the development of tourism in the territories of the people of Karataş is determined by all factors, and that the perception of tourism is likely to have a positive effect on them and their district.

Keywords: Tourism Perception Scale, Local People, Tourism Support, Effects of Tourism, Karataş

1. Giriş

Turizm sektöründen elde edilen gelir dünya genelinde 1 trilyon 260 milyar dolar ve uluslararası ziyaretçi sayısı 1 milyar 186 milyon kişiye ulaşmıştır (Dünya Turizm Örgütü, 2015). Bu verilere bakıldığında dünya ekonomisi içerisinde turizm sektörünün gücü açık bir şekilde görülmektedir. Bu gücün farkında olan ülkeler bu pastadan daha büyük pay alabilmek için turizm alanındaki gelişmeleri yakından takip etmekte, alternatif turizm çeşitlerine yönelmekte ve turizmi ülkenin belirli bölgelerine yığmak yerine turizme elverişli olan her alana yaymaya çalışmaktadırlar. Ancak, bu yayılım gerçekleştirilip yeni turizm alanları oluşturulurken çeşitli zorluklarla karşılaşmaktadır. Çünkü turizm sektörünün etkin olduğu bölgelerde zamanla olumlu ya da olumsuz büyük değişimlerin yaşandığı aşikârdır. Bu değişim ekonomi alanı başta olmak üzere çevresel, sosyal ve kültürel çevrede de büyük etkilere sebebiyet vermektedir. Özellikle gelişmişlik düzeyi düşük olan ve/veya muhafazakârlık seviyesi yüksek olan bölgelerde yaşamlarını sürdüren halklar sosyal ve kültürel anlamdaki değişimleri kolay kabullenmemektedir. Eğer bu bölgelerde ikamet eden halkların algıları tespit edilip bilinçlendirme çalışmaları yapılmaz ise içine kapanmayı tercih edip, turizmin gelişmesi yönünde istekli olmayacaklardır. Bu nedendir ki yerel halkın görüşünün ve desteğinin alınmadığı bir bölgenin turizm anlamında gelişmesi pek de mümkün görünmemektedir. Turizm sektörünün sürdürülebilirliğinin olması için bölge halkının bu sektöre güvenmesi, kendi menfaatlerine zarar vermeyeceğine inanması ve hatta gerek sosyo-kültürel gerekse de ekonomik olarak fayda sağlayacağını hissetmesi gerekmektedir. Bu söylemlerin gerçekleşmesinin de yerel halkın eğitim durumu, inanç durumu, ekonomik durumu gibi pek çok demografik değişken ve bölgenin gelişmişlik düzeyi ile ilişkili olduğu bilinen bir gerçektir. Bundan dolayı bir bölgenin turizm planlaması ya da turizm yatırım planı yapılırken yerel halkın turizm algısının ölçülmesi ve onların bu husustaki tutumlarının belirlenmesi büyük önem arz etmektedir. Çünkü yerel halka rağmen

¹ Bu çalışma 26-27 Nisan 2018 tarihlerinde İstanbul'da düzenlenen Uluslararası Sosyal Araştırmalar Kongresi'nde (USAK-2018) sözlü olarak sunulmuş ve özet metni basılmıştır.

gerçekleştirilen turizm planlamalarının ve yatırımlarının turizmin sağlıklı gelişimini ve geleceğini olumsuz etkileyeceği açıkça ortadadır. Bunun yanı sıra, yerel halkın turizmin gelişimine verdiği desteğin anlaşılması, yerel hükümetler ve turizm sektöründeki işverenler açısından önem taşımaktadır (Kervankıran ve Bulut, 2015).

Turizmin etkilerine yönelik halkın algı tespit çalışmaları 1970’li yıllara kadar uzanmaktadır (Ünlüönen ve Özekici, 2017). Eğer halk turizmden avantaj sağlayıp, turizmin etkilerini olumsuz algılamazsa turizme verdiği destek de buna bağlı olarak yüksek olmaktadır. Bu doğrultuda yerel halkın turizme yönelik tutum ve algılarını baz alan pek çok model geliştirilmiştir. Bu modellerden bazıları sadece ekonomik nedenlere dayandırılırken, bazıları ise turizmin tüm etkilerine (sosyal, kültürel, çevresel, ekonomik) ilişkin nedenlere dayandırılmaktadır. Geliştirilen modellerden biri olan Doxey’in “Tolerans Modeli”, bir bölgedeki turizm hareketliliğinin, turizme yönelik algı üzerinde olumludan olumsuza doğru bir dönüşüme neden olacağını öne sürmektedir (Butler, 1980). Daha sonraları ortaya çıkan Butler’ın “Turizm Yaşam Döngü Modeli” de Doxey’in modeli ile benzer varsayımlara sahiptir. Yerel halkın turizm algısı ve tutumunu belirlemeye yönelik geliştirilen modellerden bir diğeri ise Ap (1992) tarafından önerilen modeldir. Sosyal değişim teorisine dayandırılan bu modelde, halkın turizme yönelik tutumu ve turizm desteği algılanan değere göre değişkenlik arz etmektedir (Boğan ve Sarıışık, 2016).

Günümüzde ziyaretçilerin farklı turizm destinasyonları arayışında olmalarından yola çıkılarak, son yıllarda gastronomi turizmi ve festivallerle gündeme gelen, Kilikya koridorunda yer alan ve Akdeniz bölgesinin önemli illerinden biri olan Adana ili çalışmanın yapılacağı il olarak belirlenmiştir. Adana ilinin Akdeniz’e kıyısı bulunmasına rağmen deniz turizminin Akdeniz’e ve Ege’ye kıyısı olan diğer illere göre yeterli düzeyde geliştirilememesi hem Adana hem de çevre iller için büyük eksiklik teşkil etmektedir. Bu durum göz önünde bulundurularak, Adana’nın denize kıyısı bulunan iki ilçesinden biri olan Karataş ilçesi, sahip olduğu turizm envanterlerinin diğer ilçeye göre daha fazla olmasından dolayı bu çalışmanın alanı olarak belirlenmiştir. İlk etapta sadece çalışma alanında ikamet eden yerel halkın turizm algısını belirlemeye yönelik olarak planlanan bu çalışma, literatürde yer alan mevcut ölçeklerin Karataş bölgesi için uygun sonuçlar vermemesi sebebiyle alternatif bir ölçek geliştirme çalışmasına dönüşmüştür.

Yerel halkın turizm algısını belirlemeye yönelik bir ölçeğin geliştirilmesi hedeflenen bu çalışmanın devamında, yerel halkın turizm algısı ve beklentileri ile ilgili daha önce yapılan çalışmalara değinilmiş, çalışma alanı ve bu alanının turizm zenginliklerinden bahsedilmiş, sonrasında ise araştırmada kullanılan yöntemler anlatılmıştır. Çalışmanın sonunda ise Karataş halkının, ilçelerinde turizmin gelişmesi durumunda karşılaşılabilecek etkilere karşı algı ve beklentileri tespit edilmiş ve bu hususlarda gerekli önermelerde bulunulmuştur.

2. Literatür Taraması

Karataş ilçesi, deniz turizmi ve kuş gözlemciliği başta olmak üzere pek çok farklı turizm türü için önemli potansiyele sahip olmasına rağmen ilgili literatür araştırıldığında Karataş ilçesinde yaşayan yerel halkın turizm algısı ile ilgili bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Ancak turizm algısını belirlemeye yönelik olarak uluslararası yazında (Butler, 1980; Murphy, 1985; Liu ve Var, 1986, Liu vd., 1987; Perdue vd., 1990; Ap, 1992; Prentice, 1993; Getz, 1994; McCool ve Martin, 1994; Akis, 1996; Fesenmaier, 1996; Sirakaya vd., 2001; Choi ve Sirakaya, 2005) ve çeşitli turizm destinasyonlarında ikamet eden yerel hakların turizme bakışını belirlemeye yönelik olarak ulusal yazında (Eralp, 1974; Ünlüönen ve Erdoğan, 1993; Avcıkurut ve Soybalı, 2002; Çavuş ve Tanrısevdi, 2003; Ünlüönen ve Tayfun, 2003; Tayfun ve Kılıçlar, 2004; Kuvan ve Akan, 2005; Akova, 2006; Cengiz ve Kırkbir, 2007; Alaeddinoğlu, 2007; Alaeddinoğlu, 2008; Çalışkan ve Tütüncü, 2008; Gümüş ve Özüpekçe, 2009; Özdemir ve Kervankıran, 2011; Doğan ve Üngüren, 2012; Bilim ve Özer, 2013; Türker ve Türker, 2014; Toprak, 2015; Ayazlar ve Ayazlar, 2016; Yılmaz ve Filiz, 2017) pek çok çalışma mevcuttur. Bu nedenle özellikle son yıllarda turizm alanında ciddi yatırımlara ve önemli organizasyonlara ev sahipliği yapan Adana ilinin, yüksek turizm potansiyeline sahip Karataş ilçesi için yerel halkın turizm algısının belirleneceği bir çalışmanın yapılmasının gerekli olduğu düşünülmüştür.

Son dönemlerde ulusal yazın başta olmak üzere yerel halkın turizm algısını belirlemeye yönelik yapılan çalışmalarda artış olduğu görülmektedir. 2000 yılından itibaren bu konuda yapılan çalışmaların bir kısmına ayrıntılı bir şekilde aşağıda yer verilmiştir.

Mason ve Cheyne (2000), belirli bir bölgede turizmin gelişmesi durumunda, o bölgede ikamet eden yerel halkın turizme yönelik tepkilerini araştırmış ve kırsal turizmin geliştirilmesi açısından bu tepkileri değerlendirmişlerdir. Ayrıca turizm ile ilgili gelişmelerin yerel halk üzerinde doğurabileceği olası olumsuzluklara ve sebep olabileceği olumlu sonuçlara da çalışmalarında yer vermişlerdir.

Yoon vd. (2001), turizmin gelişmesi durumunda dört turizm etki faktörünün (sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel) toplam turizm etkisi ve turizm desteği değişkenleri üzerindeki etkilerini incelemiş ve bu etkileri belirlemeye yönelik olarak araştırma hipotezleri önermişlerdir. Dört etki faktörü ile iki endojen yapıyı ele alan dört dışsal yapıyı, yapısal eşitlik modelleme prosedürleri ile analiz etmişlerdir. Çalışmanın sonucunda dört turizm etkisinin toplam turizm etkisini belirlemede anlamlı etkilerinin olduğunu belirlemiş ve toplam etki ile de turizm desteği arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair kurdukları araştırma hipotezlerinin doğruluğunu göstermişlerdir. Bu doğrultuda literatüre yerel halkın algısını belirlemede kullanılabilecek bir ölçekte kazandırmışlardır.

Avcıkurut ve Soybalı (2002), Ayvalık halkının turizm sektörü hakkındaki görüşlerini tespit etmeye yönelik bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmada Ayvalık halkının, turizmi ilçeleri için önemli bir gelir kapısı olarak gördükleri ve bundan dolayı turizmin gelişmesini destekledikleri görülmüştür. Ancak her ne kadar turizmin ekonomik etkisinin kendileri için önemli olduğunu düşünseler bile, bu gelişimin hızlı bir şekilde olmaması, kontrollü ve belirli bir plan

çerçevesinde gerçekleşmesi gerektiğini hatta bazı turist gruplarına sınırlamaların getirilmesini bile savundukları tespit edilmiştir.

Çavuş ve Tanrısevdi (2003), Kuşadası'nda ikamet eden halkın turizme karşı algısını ve tutumlarını incelemişlerdir. Bu doğrultuda, bölgede ikamet eden kişilerden seçilen örneklem üzerinde yaptıkları çalışma neticesinde, yerel halkın özellikle yoğun turizm sezonunda bölgede oluşan kalabalıktan ötürü hem altyapı sorunlarından hem de fiyatlardaki artışlardan dolayı rahatsızlık duydukları sonucuna varmışlardır. Bu duyulan rahatsızlığın da Doxey'in tolerans modelinde belirtilen kızgınlık seviyesinde olduğunu belirtmişlerdir.

Tayfun ve Kılıçlar (2004), çalışmalarını ülkenin en önemli turizm bölgelerinden olan Antalya ilinin Alanya ve Gazipaşa ilçelerinde gerçekleştirmişlerdir. Çalışma neticesinde, kültürel zenginlik ve ekonomik anlamda kazanımlar sağlanmasından dolayı yerel halkın turizmin gelişmesine yönelik olumlu bir algısının olduğu, ancak ilçelerinde oluşan çevre ve gürültü kirliliği, kültürel dezenformasyon ve kalabalıktan ötürü de rahatsızlık duydukları tespit edilmiştir.

Kuvan ve Akan (2005) da yine ülkenin önemli turizm bölgelerinden biri olan Antalya'nın Belek beldesinde çalışmalarını gerçekleştirmişlerdir. Çalışmalarında bölgede ikamet eden yerel halkın turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarına yönelik tutumlarını incelemişlerdir. Çalışmanın uygulandığı örneklemdeki kişiler, turizmin ormanlık alanlarda verdiği tahrifat dışında sağladığı ekonomik avantajlar ve sosyo-kültürel gelişimlerine yaptığı katkılardan dolayı turizmi desteklediklerini belirtmişlerdir. Ancak katılımcıların turizme karşı olan tutumlarının bazı demografik özelliklerine göre değişiklik arz ettiği de tespit edilmiştir.

Akova (2006), Cumalıkızık destinasyonunda iki farklı tarihte yerel halkın turizm algısı ve tutumlarını belirlemeye yönelik bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmanın sonuçları genel yazında yer alan turizm etkilerine ilişkin halkın algılarını doğrulayıcı şekilde elde edilmiştir. Yani öncelikli olarak turizmin ekonomik etkisinin, sonrasında da diğer etkilerin halk tarafından olumlu karşılandığı görülmüştür.

Cengiz ve Kırkibir (2007) ise, Yoon vd. (2001) tarafından geliştirilen ölçeği kullanarak Bodrum'da ikamet eden yerel halk üzerine bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmanın sonucunda da turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel boyutlarının toplam turizm etkisini değişik biçimlerde belirlediği ve bu toplam etkinin de yerel halkın turizme destek vermesini biçimlendirdiği görüşüne varmışlardır.

Alaeddinoğlu (2007), Van bölgesinde yaşayan halkın turizme bakış açılarını, Çalışkan ve Tütüncü (2008) ise Kuşadası destinasyonunda yerel halkın turizm algısını incelemişlerdir. Gümüş ve Özüpekçe (2009) ise çalışmalarında, Foça'da ikamet eden yerel halkın turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel boyutlarını nasıl algıladıklarını incelemişlerdir. Çalışmada ayrıca turizmin gelişiminin, kadınların çalışma hayatındaki oranlarının yükselişine ve eğitim seviyelerinde önemli düzeyde artışlara zemin hazırladığı ifadeleri yer almıştır.

Özdemir ve Kervankıran (2011) Afyonkarahisar'da yüksek bir örnek küme ile (1025 kişi) yerel halkın algısını belirlemeye yönelik bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Örneklemde yer alan çoğu kişi turizmin Afyonkarahisar ilinin ekonomik ve sosyo-kültürel gelişiminde çok olumlu etkilerinin olduğunu ifade etmişlerdir. Ancak bir kısım katılımcı da turizmin şehirde bazı olumsuz çevresel etkiler meydana getirdiğine dair negatif görüşler belirtmiştir.

Doğan ve Üngüren (2012), Isparta ilindeki yerel halkın turizm hakkındaki görüşlerini ve algısını araştırmışlardır. Isparta ili turizm varlıkları açısından oldukça zengin olmasına rağmen yerel halkın önemli bir kesiminin bu zenginliğin farkında olmadığı yapılan çalışma ile belirlenmiştir. Ayrıca çalışmada Isparta halkında bölgede turizmin gelişmesi için gerekli sinerjinin ve yatırımın oluşmadığı kanaatinin hâkim olduğu belirtilmiştir.

Bilim ve Özer (2013), Konya ilindeki turizmin gelişim sürecini, yerel halkın turizme bakış açısını, beklentilerini ve memnuniyetlerini değerlendirmiştir. Çalışmanın sonucunda da yerel halkın turizmin etkilerini olumlu bulduğu ve bu etkiler içerisinde de literatüre paralel olarak ekonomik etkilerini daha olumlu karşıladığı görülmüştür.

Türker ve Türker (2014), Muğla'nın Dalyan ilçesinde yaşayan yerel halkın turizmin hangi etkisini ne seviyede algıladıklarını belirlemeye ve turizmin gelişmesine verilen desteğin ne ölçüde olduğunu tespit etmeye çalışmışlardır. Bu amaç doğrultusunda da, Yoon vd. (2001) tarafından geliştirilen ve Cengiz ve Kırkibir (2007) tarafından geçerlilik ve güvenilirliği test edilen ölçeği kullanmışlardır. Çalışmanın sonunda da turizmden doğrudan fayda sağlayanların veya sağlama potansiyeli olanların turizmin gelişmesini daha çok destekledikleri bulgusuna ulaşılmıştır.

Toprak (2015), turizm açısından gerek kültürel gerekse tarihi zenginlikleri ile büyük önem arz eden bir destinasyon olan Mardin ilinde yaşayan halkın turist ve turizm algısını belirlemeye yönelik bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada ayrıca yerel halk üzerindeki turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerinin olumlu ve olumsuz yönlerinin belirlenmesi amacıyla da bir ölçek geliştirilmiştir. Geliştirilen ölçek yardımıyla elde edilen verilerin analiz edilmesi neticesinde, Mardin halkının en çok turizmin ekonomik etkisini önemsendiği ve turizmin gelişmesi sonucunda meydana gelecek değişiklikler için olumlu yönde görüş bildirdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Ayazlar ve Ayazlar (2016) ise yerel halkın turizm etkilerine yönelik tutumlarında aidiyet duygusu ve yaşam tatmininin rolü üzerine bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Didim'de gerçekleştirilen bu çalışmadan elde edilen verilerin analizi yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak yapılmıştır. Çalışma sonunda elde edilen bulgulara göre yerel halkın turizmin olumlu ve olumsuz etkilerine yönelik tutumlarında aidiyet duygusunun önem arz ettiği tespit edilmiştir. Yerel halkın aidiyet duygusunun, turizmin olumlu etkilerini pozitif, olumsuz etkilerini ise negatif yönde etkilediği, yaşam tatmini duygusunun ise turizmin olumlu ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri ile turizmin olumsuz etkilerinden etkilendiğini çalışmanın sonucunda görülmüştür.

Yılmaz ve Filiz (2017), Butler'in "Turizm Yaşam Döngü Modeli" ve Doxey'in "Tolerans Modeli" ile farklı gelişim seviyelerinde iki destinasyon olan Mazı Köyü ve Türkbükü'nde ikamet eden yerel halkın turizm algıları ve tutumları

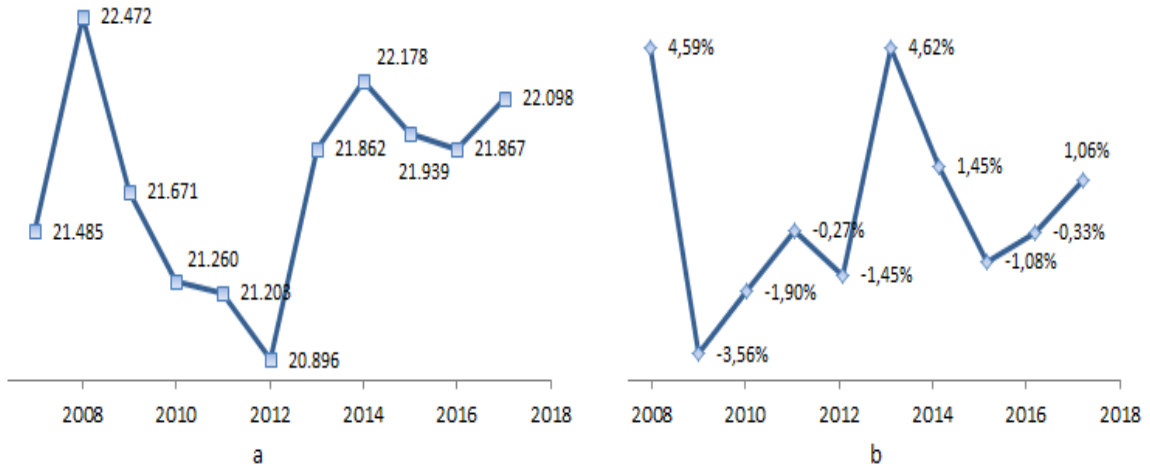
arasındaki farklılığı araştırmışlardır. Çalışma nitel araştırma tekniklerinden gömülü teori yaklaşımı ile analiz edilmiş ve iki destinasyonda ikamet eden halkların tutumları arasında ciddi farklılıklar olduğu saptanmıştır.

3. Araştırma Alanı

Çalışmanın giriş bölümünde de bahsedildiği gibi günümüzde farklı turizm çeşitlerine ve yeni turizm destinasyonlarına olan ilgi artmaktadır. Bu doğrultuda ülkeler, ulusal ve uluslararası düzeyde ziyaretçi çekebilmek için gerek kamu kurumları gerekse diğer turizm paydaşları aracılığıyla alternatif turizm aktiviteleri tertip etmekte ve turizm potansiyeli olan ama tam olarak turizme açılmamış olan yerlere yatırımlar yapmaktadır. Türkiye için düşünüldüğünde ise, özellikle son zamanlarda yapılan turizm yatırımları, düzenlenen festivaller ve etkinlikler ile Adana ili bu açıdan pek çok şehirden pozitif ayrılmaktadır. İlk olarak 1969 yılında “Altın Koza Film Şenliği” olarak yapılan ve 2005 yılından itibaren düzenli olarak her yıl ekim ayında düzenlenmeye başlanan Uluslararası Adana Film Festivali, 2013 yılından itibaren her yılın nisan ayında gerçekleştirilen Portakal Çiçeği Festivali, ilki 2017 yılının ekim ayında tertip edilen Adana Lezzet Festivali, her yılın aralık ayında gerçekleştirilen ve önceki ismi “Dünya Rakı Festivali” olan Adana Kebap ve Şalgam Festivali, mart ayında başlayan ve bir ay süren Uluslararası Tiyatro Festivali vb. etkinlikler ve son yıllarda çeşitli bölgelerde açılan çok sayıda konaklama tesisi bahsedilen pozitif ayrılmaya gerekçe olarak sunulabilmektedir. Turizmin gelişmesi için gerçekleştirilen bu kadar çalışma ve yapılan yatırımlar göz önünde bulundurularak çalışmanın yapılacağı il olarak Adana ili belirlenmiştir. Sonrasında ise Adana ilinin Akdeniz’e kıyısı bulunmasına rağmen deniz turizminde Ege ve Akdeniz’e kıyısı olan diğer illerin gerisinde kaldığı tespit edilmiş ve bu yönde gelişimine katkı sağlamak amacıyla Adana’nın denize kıyısı olan ilçelerinin turizm envanterleri incelemeye alınmıştır. Araştırmacı tarafından yapılan incelemeler neticesinde Adana’nın Akdeniz’e kıyısı olan Yumurtalık ve Karataş ilçelerinden, turizm envanterlerinin daha fazla ve kapsamlı olduğu tespit edilen Karataş ilçesi çalışma alanı olarak belirlenmiştir.

Araştırma alanı olarak belirlenen Karataş ilçesi ile Adana şehir merkezi arasında yaklaşık 48 km mesafe bulunmaktadır. Karataş, Adana’nın Yüreğir ve Seyhan merkez ilçeleri, turizm açısından büyük bir önem arz eden Yumurtalık ilçesi, Ceyhan ilçesi ve bölgenin önemli şehirlerinden biri olan Mersin ili ile komşu olan, aynı zamanda Seyhan nehri ile batıdan, Ceyhan nehri ile doğudan, Akdeniz kıyısında bulunan doğal kumsalları ile güneyden sınırları çizilen, yeşil ile mavinin etkileyici harmonisine sahip bölgenin en önemli turistik değer taşıyan ilçelerinden biridir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, Karataş ilçesinin 2017 yılı nüfusu, 11.260 (%50,95) erkek, 10.838 (%49,05) kadın olmak üzere toplam 22.098 kişidir. Şekil 1 de yer alan 2007-2017 yılları arasındaki ilçenin nüfus rakamları ve nüfus artış hızları incelendiğinde yıllara göre büyük değişkenliklerin yaşandığı gözlemlenmektedir. 2009 yılında nüfus artış hızı %(-3,56) iken, 2013 yılında %4,62 değerine ulaşması ilçenin nüfusunda ciddi değişimlerin olduğunu bir göstergesidir.

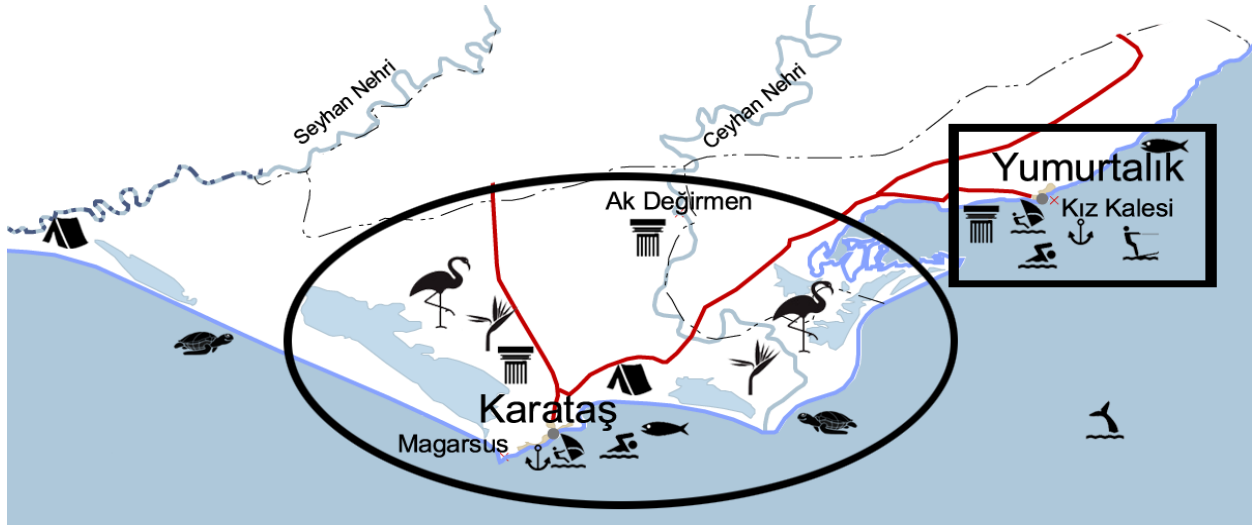


Şekil 1. Karataş ilçesinin 2007-2017 yılları arasında (a) nüfus dağılımı ve (b) nüfus artış hızı grafiği

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)

Adana merkezine yaklaşık 50 km, Karataş merkezine ise yaklaşık 5 km uzaklıkta bulunan Magarsus Antik kenti ve çevresinde yer alan Amfi tiyatro, Athena Tapınağı, hanlar, zindanlar vb. kalıntılar turizm açısından ilçenin zengin bir tarihe sahip olduğunu göstermektedir. Sulak Alanları Koruma Sözleşmesi (RAMSAR) kapsamına alınan, 1987 yılında Yaban Hayatı Koruma ve Üretme sahası, 2005 yılında Yaban Hayatı Geliştirme Sahası ilan edilen, yıllık yaklaşık 90 bin adeti flamingolardan oluşan 300 bin kuşun göç ettiği, nesli tükenmek üzere olan bitki, memeli ve kuşlara ev sahipliği yapan, aynı zamanda Caretta caretta’ların önemli yumurtlama alanlarından biri olan ülkenin en büyük lagün ve kuş cenneti Akyatan Lagünü’ nün yanı sıra Ağyatan ve Tuzla lagünleri de Karataş ilçesinde bulunan önemli değerlerdir. Deniz turizmi açısından da çok büyük bir potansiyele sahip olan Karataş, Harbiş Plajı, Orman Altı Plajı, Tuzla Plajı gibi önemli

ve uzun kumsalları bünyesinde barındırmaktadır. Ayrıca Karataş, su altında yer alan tarihi kalıntılar, bölgeye has balık türleri ve resifler nedeniyle dalış meraklılarının dikkatini çekerken, nesli tükenmek üzere olan bitkilerin koruma altında tutulduğu yer olması sebebiyle bitki gözlemcilerinin ve çok farklı kuş türlerine ev sahipliği yapması nedeniyle de kuş gözlemcilerinin foto safari yapmak için akın ettikleri bir ilçedir (Demir ve Gündüz, 2016, syf. 91).



Şekil 2. Karataş, Yumurtalık Turizm Gelişim Koridoru ve Bölgesi

Kaynak: Adana Turizm Yatırım Rehberi ve Haritası, 2016

4. Yöntem

Bu çalışmada öncelikle ölçülmek istenen yerel halkın turizm algısı kavramının temelini oluşturduğu düşünülen varsayımsal faktörler belirlenip, sonrasında her bir faktör altına çok sayıda madde (*item*) eklenmiştir. Bu maddelerin belirlenmesi sürecinde, başta Yoon vd. (2001), Akova (2006), Ayaz vd. (2009), Okuyucu ve Somuncu (2012), Türker ve Türker (2014) ve Toprak (2015) olmak üzere pek çok çalışmada kullanılan ölçeklerden faydalanılmış, ilgili alanlarda uzman akademisyenler ve turizm sektörü paydaşlarından gerek madde önermeleri gerekse eklenen maddelerin uygunluğunun kontrolü yönünde destek ve görüş alınmıştır. Maddelerin muhteviyatını ise, ilgili destinasyonda turizmin gelişmesi halinde karşılaşılması muhtemel olumlu ve olumsuz durumlara ilişkin ifadeler oluşturmuştur. Her bir maddenin sadece bir faktör ile ilişkisinin olmasına özen gösterilmiş ve tekrar gözden geçirilerek 46 maddelik bir taslak ölçek formu hazırlanmıştır. Hazırlanan taslak ölçeğin maddelerinin anlaşılabilirliğinin ve birbiri içindeki tutarlılık ve tamamlayıcılık özelliklerinin test edilmesi için kolayda örnekleme yöntemiyle 50 kişilik bir örneklem seçilmiş ve bir ön test uygulaması gerçekleştirilmiştir. Her bir ifadenin, faktör analizi sonucunda madde toplam korelasyonu hesaplatılarak güçsüz maddeler ve katılımcıların tam olarak algılayamadıkları düşünülen 10 madde ölçekten çıkarılmış ve bunun sonrasında da gerekli düzenlemeler yapılarak ölçeğin belirlenen örnekleme uygulanacak olan son taslak hali hazırlanmıştır.

Karataş ilçesinin çalışma alanı olarak seçilme sebebi, araştırma alanı kısmında belirtildiği gibi ilçenin hem turizm varlıkları açısından oldukça zengin olması hem de bulunduğu lokasyon olarak bölge için oldukça değerli olmasıdır. Çalışmanın ana kütesini ise Adana'nın Karataş ilçesinde yaşayan, 18 yaş ve üzerindeki bireyler oluşturmaktadır. Belirlenen ana kütenin tamamına erişimin çeşitli zorluklar barındırmasından ötürü, 2018 Şubat ayı içerisinde olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi ile örneklem seçilmiştir. Seçilen bu örnekleme, uygulanan ön test sonrasında kalan 36 maddelik ölçek ve demografik özellikleri belirlemeye yönelik sorulardan oluşan anket yüz yüze olarak uygulanmıştır. Örneklem sayısı belirlenirken Karataş ilçesinin 2017 yılı toplam nüfusunun 22.098 olduğu (TÜİK) görülmüş ve güven aralığının %90, örneklem hatasının da %5 olarak belirlenmesi durumunda çalışma yapılacak minimum örneklem sayısı 274 olarak hesaplanmıştır. Gerek maddi olanakların sınırlı olması gerekse süre sıkıntısından dolayı bu hata payı ile çalışılması tercih edilmiştir. Anketlerdeki sorulara verilen cevaplar içinde aşırı sapan değerlerin olabileceği veya özensiz doldurulabileceği göz önünde bulundurularak 300 kişiye anket uygulanmış ve nitekim özensiz doldurulduğu tespit edilen 14 anketin verilerinin, veri setinden çıkarılması uygun görülmüştür. Sonuç olarak belirtilen güven düzeyi ve örneklem hatası çerçevesinde anakütleyi temsil edebilir yeterlilikte olan 286 birimlik bir örnekleme bu çalışma gerçekleştirilmiştir. Ölçekte yer alan ifadeler 5'li Likert derecelemesi kullanılarak değerlendirilmiştir (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum). Ankete katılanların algı ifadelerine verdikleri yanıtların puanları toplanarak, toplam algı puanına ulaşılmıştır. Toplam algı puanı hesaplarında olumsuz maddelerin puanlaması, ters kodlama yapılarak düzenlenmiştir.

Anketler vasıtasıyla elde edilen veriler, istatistiksel paket program kullanılarak analiz edilmiş ve yerel halkın turizm algısı faktörleri, cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, gelir durumu vb. değişkenler açısından kıyaslanmıştır. Bu karşılaştırmalar ise Mann Whitney U testi ve Kruskal Wallis testi kullanılarak yapılmıştır.

5. Bulgular

Karataş ilçesindeki yerel halkın turizm algısını belirlemeye yönelik olarak hazırlanan ölçeğin yer aldığı anket formunda, katılımcıların demografik özelliklerini ve belirli konulardaki bakış açılarını tespit etmek amaçlı sorular da yer almaktadır. Araştırmanın bulgular kısmında da öncelikli olarak bu sorulara verilen cevaplar irdelenmiştir. Yapılan çalışmaya katılan bireylerin demografik özelliklerine ait veriler analiz edilmiş ve Tablo 1 ile sunulmuştur. Tablodan görüldüğü üzere çalışmaya katılanların yaklaşık %90'ının 16 yıldan daha fazla süredir ilçede yaşadığı belirlenmiştir. İlçede yaşam süresi yüksek olan katılımcıların oranının bu denli fazla olması çalışmanın amacına daha net ulaşılması açısından oldukça olumlu olmuştur. Aynı zamanda ankete katılanların %56,6'sının (n=162) erkekler, %43,4'ünün (n=124) ise kadınlardan oluştuğu ve TÜİK tarafından 2017 yılında yayınlanan Karataş ilçesindeki cinsiyet dağılımına yakın bir dağılım olduğu görülmüştür. Çalışmaya katılanların cinsiyet dağılımlarının birbirine bu şekilde yakın olması çalışma için olumlu sayılabilecek bir diğer unsur olmuştur. Demografik verilerden gelir düzeyi ve meslek grupları incelendiğinde de, katılımcıların %87,4'ünün (n=249) hane gelirinin 3500 TL ve altında olduğu, turizmde ekonomik olarak etkilenme ihtimali yüksek olan esnaf gruplarının toplam katılımcı içerisindeki oranının ise, %32,5 (n=93) olduğu görülmüştür. Ayrıca anket uygulananların %72,7'sinin (n=208) 45 yaş ve altında olduğu ve %51,4'ünün (n=147) lise ve üzeri öğrenim düzeyine sahip olduğu da tabloda sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcılara ilişkin demografik veriler

<i>Değişkenler</i>	<i>Gruplar</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Değişkenler</i>	<i>Gruplar</i>	<i>Yüzde</i>	
<i>Yaşam Süresi</i>	<i>1 yıldan az</i>	1,1	<i>Cinsiyet</i>	<i>Erkek</i>	56,6	
	<i>1-5 yıl</i>	4,5		<i>Kadın</i>	43,4	
	<i>6-10 yıl</i>	3,1				
	<i>11-15 yıl</i>	1,4				
	<i>16 yıldan fazla</i>	89,9				
<i>Meslek</i>	<i>Kamu personeli</i>	4,2	<i>Gelir Düzeyi</i>	<i>1000 TL ve altı</i>	8,4	
	<i>Esnaf</i>	32,5		<i>1001-1500 TL</i>	23,9	
	<i>Ev hanımı</i>	31,1		<i>1501-2500 TL</i>	35,4	
	<i>Öğrenci</i>	8,7		<i>2501-3500 TL</i>	19,6	
	<i>Emekli</i>	6,6		<i>3501-5000 TL</i>	7,0	
	<i>Balıkçı</i>	2,1		<i>5001-7500 TL</i>	4,2	
	<i>Çiftçi</i>	10,8		<i>7501-10000 TL</i>	1,1	
	<i>İşçi</i>	2,1		<i>10000 TL ve üstü</i>	0,4	
	<i>İşsiz</i>	1,7				
	<i>Yaş</i>	<i>18-25</i>		26,9	<i>Öğrenim Durumu</i>	<i>İlköğretim</i>
<i>26-35</i>		25,2	<i>Ortaöğretim</i>	23,4		
<i>36-45</i>		20,6	<i>Lise</i>	41,3		
<i>46-55</i>		14,7	<i>Lisans</i>	8,7		
<i>56-65</i>		9,1	<i>Lisansüstü</i>	1,4		
<i>66 ve üzeri</i>		3,5				

İlçe halkının turistlere bakışlarını belirlemek açısından çalışmaya katılan kişilere bazı sorular sorulmuş ve verdikleri cevaplara göre dağılımları Tablo 2 de sunulmuştur. Bunlardan, "İlçenize en çok ne tür turist gelmesini istersiniz?" sorusuna katılımcıların sadece %1'i hiçbir turistin gelmesini istemiyoruz cevabını verirken, %68,2'lik büyük bir bölümü hem yerli hem de yabancı turistlerin gelmesini istiyoruz yanıtını vermişlerdir. Karataş halkının turistlerde beğendikleri veya rahatsız oldukları özellikleri belirlemeye yönelik olarak yöneltilen sorulara ise, katılımcıların neredeyse %70'i hiçbir şekilde rahatsız olmuyorum yanıtını verirken, %6,6'lık bir kesimi turistlerin rahat/serbest hareketlerinden rahatsız olduklarını belirtmişlerdir. Ayrıca katılımcıların %34,4'ü turistlerin modern olmalarını, %29,1'i ise cana yakın olma özelliklerini beğendiklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 2. Çalışmaya katılanların turistlere bakışlarını içeren ifadelerin dağılımı

Sorular	Seçenekler	Yüzde
<i>İlçenize en çok ne tür turist gelmesini istersiniz?</i>	<i>Yerli</i>	5,2
	<i>Yabancı</i>	25,6
	<i>Hem yerli hem yabancı</i>	68,2
	<i>Hiç turist gelmemeli</i>	1,0
<i>Yabancı turistlerin en çok hangi yönünden rahatsız oluyorsunuz?</i>	<i>Az para harcamaları</i>	6,3
	<i>Lisanlarının farklı oluşu</i>	4,9
	<i>Dinlerinin farklı oluşu</i>	4,2
	<i>Kültürlerinin farklı oluşu</i>	5,6
	<i>Kıyafetleri</i>	2,4
	<i>Rahat/Serbest davranmaları</i>	6,6
	<i>Rahatsız olmuyorum</i>	69,9
<i>Yabancı turistlerin en çok hangi yönlerini beğeniyorsunuz?</i>	<i>Rahat/Serbest davranmaları</i>	5,7
	<i>Cana yakın olmaları</i>	29,1
	<i>Modern olmaları</i>	34,4
	<i>Kültürlerinin farklı olması</i>	6,8
	<i>Nazik olmaları</i>	5,7
	<i>Çevreyi temiz tutmaları</i>	12,2
	<i>Hiçbir yönlerini</i>	6,1

Karataş halkının turizm sektörüyle olan ekonomik ilişkilerini belirlemek amacıyla katılımcılara sektörde kendisinin veya ailesinden birinin çalışıp çalışmadığı sorulmuş, %18,9'u kendisinin çalıştığını ve %22,4'ü de aile fertlerinden birinin çalıştığını söylemiştir. İmkânlarının olması durumunda turizm sektörüne yatırım yapmayı düşündüklerini söyleyenlerin oranı ise %67,1 olarak belirlenmiştir. Ayrıca "turizme yatırım yapacak olursanız hangi işletme alanını düşünürdünüz?" sorusuna neredeyse eşit oranda konaklama, restoran ve eğlence işletmesi cevapları verilmiştir (Tablo 3).

Tablo 3. Çalışmaya katılanların turizm sektörüyle doğrudan ekonomik ilişkileri ve düşünceleri

Sorular	Seçenekler	Yüzde
<i>Turizm sektöründe çalıştınız mı?</i>	<i>Evet</i>	18,9
	<i>Hayır</i>	81,1
<i>Ailenizde turizm sektöründe çalışan birisi var mı?</i>	<i>Evet</i>	22,4
	<i>Hayır</i>	77,6
<i>Turizme yönelik yatırım yapmayı düşünür müsünüz?</i>	<i>Evet</i>	67,1
	<i>Hayır</i>	32,9
<i>Turizme yatırım yapacak olursanız hangi işletme alanını düşünürdünüz?</i>	<i>Konaklama işletmesi</i>	29,7
	<i>Eğlence işletmesi</i>	28,7
	<i>Restoran işletmesi</i>	29,0
	<i>Hediyelik eşya işletmesi</i>	8,0
	<i>Seyahat acentesi</i>	4,5

Yerel halkın turizm algısını belirlemek için literatürdeki ilgili çalışmalarda yer alan soru maddelerinden faydalanılarak ve akademisyenler ile turizm sektörü paydaşlarından destek alınarak oluşturulan madde havuzundan ön test sonrasında geriye kalan 36 madde ile 286 kişiye uygulanan bu ölçeğin katılımcılar tarafından kaç farklı boyutta algılandığını belirlemek için, temel bileşenler analizi ve varimax dikey döndürme tekniği ile faktör analizi uygulanmıştır. Madde toplam korelasyonu düşük olan, faktörlerin güvenilirliğini düşüren ya da faktörlerin altında tek kalan soruların ölçekten çıkarılması neticesinde geriye kalan 23 maddelik ölçeğin analiz sonuçları çalışmanın ilerleyen kısmında sunulmuştur. Faktör analizinde değişkenler arasında yeterli ölçüde bir ilişkinin var olması ön koşulunu ölçen Barlett küresellik testinin bu çalışma için p değeri 0,05 anlamlılık düzeyinden küçük olduğundan yeterli düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizinin yapılabilmesi için örneklem büyüklüğünün yeterliliğini ölçen KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) testinin değeri de 0,859 olarak hesaplanmış ve bu uygunluğun mükemmel düzeyde olduğu görülmüştür (Durmuş, B. vd, 2010, syf. 80). Ölçeğin güvenilirliğini belirleyen Cronbach's alfa değeri de 0,837 olarak elde edilmiş ve ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğu belirlenmiştir. Açıklayıcı faktör analizi sonucunda yerel halkın turizm algısı ölçeğindeki gözlenen değişkenler; "Sosyo-Kültürel Gelişim Etkisi", "Ekonomik Gelişim Etkisi", "Sosyal Tahrifat Etkisi", "Kültürel Tahrifat Etkisi" ve "Çevresel Tahrifat Etkisi" olmak üzere beş farklı faktör altında toplanmıştır. Faktör sayısı belirlenirken öz değerlerinin 1'den büyük olma kriterinden yararlanılmıştır. Beş faktörün toplam varyansı açıklama yüzdesi de %58,695 olarak hesaplanmıştır. Ayrıca her bir faktörün kendi içinde güvenilirlikleri incelenmiş ve ilgili tabloların içinde elde edilen değerler sunulmuştur.

Açıklayıcı faktör analizi neticesinde belirlenen faktörlerden “Sosyo-Kültürel Gelişim Etkisi” ile ilgili istatistiksel bilgiler Tablo 4’te yer almaktadır. Faktörün kendi içindeki güvenilirlik seviyesini ifade eden *Cronbach’s alfa* değeri 0,778 olarak hesaplanmış ve hesaplanan bu değer faktörün güvenilirliğinin iyi düzeyde olduğunu göstermiştir. Bu faktör altında, turizmin gelişmesinin gerek sosyal gerekse kültürel açıdan bölgede yaşayan insanlara olumlu kazanımlar sağlaması ile ilgili yerel halkın algısını tespit etmeye yönelik beş madde bulunmaktadır. Bu maddelere katılımcılar tarafından verilen yanıtların ortalamasına bakıldığında, tüm maddelerin ortalamasının 4 (Katılıyorum) ile 5 (Kesinlikle Katılıyorum) değeri arasında yer aldığı görülmektedir. Bu sonuçlardan hareketle, turizmin ilçedeki insanların sosyal hayatında bir iyileşmeye, kültürel anlamda da buna paralel olarak önemli bir gelişime sebebiyet vereceği görüşünün hâkim olduğu anlaşılmaktadır. Buradan elde edilen sonuçlar, literatürde yer alan ve turizmin gelişmesinin yerel halkın sosyal gelişimini artıracak aynı zamanda da kültürel olarak hem kendi kültürlerinin aktarılmasını hem de karşılıklı etkileşimlerden kültürel zenginlikler doğacağını savunan bir kısım çalışmayı desteklemektedir (Mason ve Cheyne, 2000; Andiotis ve Vaughan, 2003; Türker ve Türker, 2014; Toprak, 2015; Işık ve Çalkın, 2016).

Tablo 4. Sosyo-Kültürel Gelişim Etkisi

<i>İfadeler</i>	<i>Ort.</i>	<i>St. Sapma</i>	<i>Faktör Yüğü</i>	<i>Güvenilirlik</i>
<i>Turizm sosyal hayat standartlarını yükseltir</i>	4,55	0,646	0,759	0,778
<i>Turizm farklı coğrafyalardan insanlarla iletişim kurmayı sağlar</i>	4,43	0,740	0,734	
<i>Turizm eğlence ve dinlenme mekânlarının artmasını sağlar</i>	4,47	0,728	0,725	
<i>Turizm farklı kültürlerin tanınması ve kültür alışverişini sağlar</i>	4,45	0,656	0,712	
<i>Turistik bir ilçede yaşamak insanları mutlu eder</i>	4,41	0,844	0,709	

Yerel halkın turizm algısını belirlemeye yönelik olarak elde edilen faktörlerden bir diğeri olan “Ekonomik Gelişim Etkisi” faktörüne ait istatistiksel bilgiler Tablo 5’te yer almaktadır. Bu bilgiler incelendiğinde ise, katılımcıların turizmin gelişmesi durumunda kendilerine ve ilçelerine ekonomik anlamda büyük katkılar sağlanacağı doğrultusunda hazırlanan maddelere verdikleri yanıtların ortalamalarının 4 (Katılıyorum) ile 5 (Kesinlikle Katılıyorum) değeri arasında yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca yerel halkın, turizmin yeni iş imkânları yaratacağı düşüncesine olan inançlarının az da olsa diğer maddelere göre bir miktar daha yüksek olduğu görülmektedir. Elde edilen bu bulgulardan, literatürdeki pek çok çalışmaya paralel olarak, yerel halkın turizmin ekonomik gelişim etkisine olan algılarının oldukça olumlu olduğu sonucuna varılmıştır (Mc Cool ve Martin, 1994; Mason ve Cheyne, 2000; Andereck ve ark., 2005; Aref ve ark., 2009).

Tablo 5. Ekonomik Gelişim Etkisi

<i>İfadeler</i>	<i>Ort.</i>	<i>St. Sapma</i>	<i>Faktör Yüğü</i>	<i>Güvenilirlik</i>
<i>Turizmin gelir yaratıcı etkisi vardır</i>	4,65	0,625	0,755	0,611
<i>Turizm ekonomiyi canlandırır</i>	4,70	0,721	0,708	
<i>Turizm yerel halka ekonomik zenginlik getirir</i>	4,61	0,830	0,668	
<i>Turizm yeni iş imkânları yaratır</i>	4,74	0,521	0,582	

“Sosyal Tahrifat Etkisi” faktörüne ait maddeler ve ilgili değerler Tablo 6’da yer almaktadır. Bu faktörü oluşturan maddelere verilen cevaplar irdelendiğinde, çalışmaya katılanların turizmin sosyal açıdan olumsuz sonuçlar doğurabileceği yönündeki düşüncelere pek katılmadıkları görülmüştür. Sadece turizmin alkol kullanımını artırıcı etkisi olduğu yönünde, diğer maddelere nazaran yüksek bir beklenti sergilenmiştir.

Tablo 6. Sosyal Tahrifat Etkisi

<i>İfadeler</i>	<i>Ort.</i>	<i>St. Sapma</i>	<i>Faktör Yüğü</i>	<i>Güvenilirlik</i>
<i>Turizm uyuşturucu kullanımını artırır</i>	1,70	1,063	0,748	0,675
<i>Turizm bulaşıcı hastalıklar getirir</i>	2,34	1,475	0,723	
<i>Turizm alkol kullanımını artırır</i>	3,17	1,535	0,614	
<i>Turizm suç oranını artırır</i>	1,78	1,224	0,580	

Yüksek güvenilirlik düzeyine (0,841) sahip olan “Kültürel Tahrifat Etkisi” faktörüne ait soru maddeleri ve ilgili istatistikler Tablo 7 ile verilmiştir. Bu tablo incelendiğinde Karataş ilçesindeki yerel halktan seçilen örneklemdeki kişilerin vermiş olduğu yanıtlara göre, ilçede turizmin gelişmesinin kendilerinin manevi değerleri, aile hayatları, gelenek ve göreneklerine bağlılıkları ya da kişilik gelişimleri üzerine ciddi anlamda bir zararının olmayacağı algısının varlığı ortaya çıkmıştır.

Tablo 7. Kültürel Tahrifat Etkisi

<i>İfadeler</i>	<i>Ort.</i>	<i>St. Sapma</i>	<i>Faktör Yükü</i>	<i>Güvenilirlik</i>
<i>Turizm toplumun gelenek ve göreneklerinde tahribat yaratır</i>	1,85	1,384	0,844	
<i>Turizm bölgesinde yaşamak aile hayatına zarar verir</i>	1,73	1,291	0,843	
<i>Turizm ilçedeki gençlerin kişilik gelişimlerini olumsuz yönde etkiler</i>	1,98	1,339	0,756	0,841
<i>Turizm manevi değerlerin yerini maddi değerlerin almasına sebep olur</i>	2,51	1,595	0,750	
<i>Turizm geleneklerimizin körelmesine sebep olur</i>	1,67	1,180	0,716	

Tablo 8’de görüldüğü üzere, katılımcılar tarafından “Çevresel Tahrifat Etkisi” faktörü içinde yer alan maddelere verilen yanıtlara göre, turizmin gelişmesinin ilçede oluşturacağı yoğunluk sebebiyle alt yapıda yaşanacak sıkıntılar ve trafik yoğunluğundaki artıştan başka ciddi anlamda çevresel bir olumsuzluk yaratmayacağı algısı mevcuttur. Bu bulgular, turizmin gelişmesinin çevreye verebileceği tahribattan dolayı yerel halkın algısının olumsuz yönde olacağını savunan literatürdeki bazı çalışmalardan (Doxey, 1995; Mc Cool ve Martin, 1994; Kuran ve Akan, 2005) ziyade, turizmin çevreye olumsuz bir etkisi olmayacağını savunanlarla (Akova, 2006; Eren ve Aypek, 2012) uyum göstermektedir.

Tablo 8. Çevresel Tahrifat Etkisi

<i>İfadeler</i>	<i>Ort.</i>	<i>St. Sapma</i>	<i>Faktör Yükü</i>	<i>Güvenilirlik</i>
<i>Turizm şehrin dokusunu bozar</i>	1,90	1,377	0,774	
<i>Turizm çevre kirliliğine yol açar</i>	2,49	1,399	0,730	
<i>Turizm doğal alanların erozyonuna yol açar</i>	2,05	1,388	0,726	0,819
<i>Turizm gürültü kirliliği yaratır</i>	2,35	1,375	0,717	
<i>Turizm alt yapıda aksaklıklara sebep olur</i>	3,36	1,327	0,707	
<i>Turizm trafik yoğunluğunu artırır</i>	3,01	1,440	0,691	

Çalışmaya katılan kişilerin cinsiyetlerine, yaşlarına, öğrenim düzeylerine, meslek gruplarına ve ikamet sürelerine göre faktör analizi sonucunda elde edilen beş adet faktöre yaklaşımlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olup olmadığı test edilmiştir. Her bir faktörde yer alan maddelerin ortalamaları alınarak istatistiksel analizler yapılmıştır. Ortalama skorları hesaplanan faktörlerin normallik testleri sonucunda hiçbirinin normallik varsayımını sağlamadığı görüldüğünden parametrik olmayan testlerle analizler yapılmıştır.

Cinsiyetin faktörler üzerinde anlamlı bir farklılık yaratıp yaratmadığı Mann Whitney *U* testi ile test edilmiş ve sonuçlar Tablo 9 ile verilmiştir. Test yapılırken iki grubun ortalamaları yerine ortanca değerleri karşılaştırılmıştır. Erkek ve kadın katılımcıların faktör değerlerinin ortancalarının eşit olduğu hipotezinin reddedilemediği, başka bir deyişle cinsiyetin faktörlerin tamamı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık arz etmediği, tüm *p* değerlerinin (SKG:0,903, EG:0,133, ST:0,196, KE:0,818, ÇE:0,924) 0.05’den büyük çıkması sonucuyla anlaşılmıştır. Ancak “Sosyal Tahrifat Etkisi” faktörü incelendiğinde ortalama rank değerlerinden hareketle, istatistiksel olarak anlamlı olmasa da, kadın katılımcıların olumlu algısının erkek katılımcılardan bir miktar yüksek olduğu görülmektedir. Faktörlerde yer alan maddelerin alacağı değerler 1 ile 5 arasında iken, tabloda yer alan ortalama rank değerlerinin bu aralıkların içinde olmaması, aritmetik ortalama yerine iki grubun değerlerinin sıralı hale getirildikten sonra aldığı yeni sıra değerlerinin ortalamalarının alınmasından kaynaklanmaktadır (Durmuş vd., 2010, syf 188).

Tablo 9. Faktörlere yaklaşımın cinsiyet açısından değerlendirilmesi

<i>Faktörler</i>	<i>Cinsiyet</i>	<i>Ort. Rank</i>	<i>Rank Toplamı</i>	<i>Mann-Whitney U</i>	<i>Sig. (p)</i>
<i>Sosyo-Kültürel Gelişim Etkisi (SKG)</i>	<i>Erkek</i>	142,99	23164,00	9961,5	0,903
	<i>Kadın</i>	144,17	17876,50		
<i>Ekonomik Gelişim Etkisi (EG)</i>	<i>Erkek</i>	137,44	22266,00	9063,0	0,133
	<i>Kadın</i>	151,41	18775,00		
<i>Sosyal Tahrifat Etkisi (ST)</i>	<i>Erkek</i>	138,00	22355,50	9152,5	0,196
	<i>Kadın</i>	150,69	18685,50		
<i>Kültürel Tahrifat Etkisi (KT)</i>	<i>Erkek</i>	142,53	23089,50	9886,5	0,818
	<i>Kadın</i>	144,77	17951,50		
<i>Çevresel Tahrifat Etkisi (ÇT)</i>	<i>Erkek</i>	143,91	23313,00	9978,0	0,924
	<i>Kadın</i>	142,97	17728,00		

Katılımcıların yaşlarına göre belirlenen faktörlere yaklaşımlarında anlamlı farklılıklar olup olmadığı Kruskal Wallis testi uygulanarak araştırılmış ve sonuçlar Tablo 10’de sunulmuştur. Analizler sonucunda *ki-kare* ve *p* değerleri incelenmiş ve yaş değişkeninin sadece “Çevresel Tahrifat Etkisi” faktörü üzerinde etkili olduğu ($p=0,024<0,05$) görülmüştür. Bu

farklılığın da 56 ve üzeri yaş gruplarında gözleendiği belirlenmiştir. 56 yaş ve üzerindeki bireylerde diğer yaş gruplarına göre turizmin gelişiminin çevre üzerinde olumsuz bir etki yaratacağı algısının mevcut olduğu görülmüştür.

Tablo 10. Faktörlere yaklaşımın yaş grupları açısından değerlendirilmesi

Faktörler	Yaş Grupları	Ort. Rank	Ki-kare	Sig. (p)
<i>Sosyo-Kültürel Gelişim Etkisi (SKG)</i>	18-25 yaş	144,13	2,787	0,733
	26-35 yaş	154,73		
	36-45 yaş	135,76		
	46-55 yaş	136,86		
	56-65 yaş	134,08		
	66 yaş ve üstü	155,85		
<i>Ekonomik Gelişim Etkisi (EG)</i>	18-25 yaş	139,69	2,167	0,826
	26-35 yaş	147,65		
	36-45 yaş	151,94		
	46-55 yaş	137,06		
	56-65 yaş	131,02		
	66 yaş ve üstü	152,65		
<i>Sosyal Tahrifat Etkisi (ST)</i>	18-25 yaş	150,66	6,737	0,241
	26-35 yaş	133,37		
	36-45 yaş	132,15		
	46-55 yaş	140,79		
	56-65 yaş	172,90		
	66 yaş ve üstü	163,25		
<i>Kültürel Tahrifat Etkisi (KT)</i>	18-25 yaş	154,98	10,553	0,061
	26-35 yaş	124,35		
	36-45 yaş	135,27		
	46-55 yaş	142,88		
	56-65 yaş	167,31		
	66 yaş ve üstü	182,25		
<i>Çevresel Tahrifat Etkisi (ÇT)</i>	18-25 yaş	154,75	12,915	0,024
	26-35 yaş	120,53		
	36-45 yaş	138,85		
	46-55 yaş	140,80		
	56-65 yaş	176,94		
	66 yaş ve üstü	174,15		

Kruskal Wallis testi kullanılarak bu kez de öğrenim düzeylerinin belirlenen faktörlere yaklaşımlarda anlamlı bir farklılık meydana getirip getirmediği analiz edilmiş ve sonuçları Tablo 11 ile sunulmuştur. Katılımcıların öğrenim düzeylerindeki farklılığın, faktörlere yaklaşımda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yaratmadığı yapılan analizler neticesinde elde edilen *p* değerleri (SKG:0,817, EG:0,255, ST:0,540, KE:0,206, ÇE:0,248) incelenerek görülmüştür.

Meslek grupları ve Karataş'ta ikamet edilen süre değişkenleri ile faktör analizi sonucunda elde edilen faktörler arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı da test edilmiştir. "Çevresel Tahrifat Etkisi" faktörünün katılımcıların mesleğine göre değişkenlik gösterdiği ($p:0,024 < 0,05$) tespit edilmiş ve işçilerin diğer meslek gruplarından olumlu yönde ayrıştığı görülmüştür. Geriye kalan dört faktörün ise meslek gruplarına göre bir değişkenlik arz etmediği *p* değerleri (SKG:0,082, EG:0,322, ST:0,230, KT:0,402) incelendiğinde tespit edilmiştir. Farklı sürelerde Karataş ilçesinde ikamet eden katılımcıların faktör değerlerinin ortancaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı, *p* değerlerinin (SKG:0,535, EG:0,756, ST:0,274, KT:0,374, ÇT:0,137) 0,05 den büyük çıkması neticesi ile anlaşılmıştır.

Tablo 11. Faktörlere yaklaşımın öğrenim düzeyleri açısından değerlendirilmesi

<i>Faktörler</i>	<i>Öğrenim Düzeyleri</i>	<i>Ort. Rank</i>	<i>Ki-kare</i>	<i>Sig. (p)</i>
<i>Sosyo-Kültürel Gelişim Etkisi (SKG)</i>	<i>İlkokul</i>	143,01	1,552	0,817
	<i>Ortaokul</i>	134,93		
	<i>Lise</i>	149,74		
	<i>Lisans</i>	138,28		
	<i>Lisansüstü</i>	144,38		
<i>Ekonomik Gelişim Etkisi (EG)</i>	<i>İlkokul</i>	140,21	5,669	0,225
	<i>Ortaokul</i>	133,18		
	<i>Lise</i>	155,03		
	<i>Lisans</i>	123,64		
	<i>Lisansüstü</i>	159,50		
<i>Sosyal Tahrifat Etkisi (ST)</i>	<i>İlkokul</i>	155,15	3,110	0,540
	<i>Ortaokul</i>	144,03		
	<i>Lise</i>	140,73		
	<i>Lisans</i>	125,04		
	<i>Lisansüstü</i>	122,00		
<i>Kültürel Tahrifat Etkisi (KT)</i>	<i>İlkokul</i>	160,30	5,911	0,206
	<i>Ortaokul</i>	148,51		
	<i>Lise</i>	133,67		
	<i>Lisans</i>	132,38		
	<i>Lisansüstü</i>	116,63		
<i>Çevresel Tahrifat Etkisi (ÇT)</i>	<i>İlkokul</i>	160,17	5,406	0,248
	<i>Ortaokul</i>	146,28		
	<i>Lise</i>	132,08		
	<i>Lisans</i>	144,22		
	<i>Lisansüstü</i>	129,25		

6. Sonuç ve Öneriler

Turizm günümüzde ülke ekonomilerine büyük katkılar sağlayacak bir potansiyele sahiptir. Eğer ülkeler turizm paydaşlarının ortak koordinasyonunu ve bir plan çerçevesinde hareket etmelerini sağlarsa bu pastadan önemli oranda pay almamaları için hiçbir neden görülmemektedir. Bu koordinasyon içerisinde çoğu zaman ihmal edilen önemli faktörlerden biri ise yerel halktır. Çünkü özellikle büyük maliyetler ve zaman harcanarak ülkeye getirilen yabancı turistlerin devamlılığını sağlamak ve ülkelere döndüklerinde olumlu görüş bildirmeleri için yerel halkın tavır ve tutumları büyük önem arz etmektedir. Bundan dolayı bir bölgenin turizm pazarlaması yapılmadan önce orada yaşayan yerel halkın turizme bakışı tespit edilmelidir. Bu çalışmada da bahsedilen amaçlar doğrultusunda yerel halkın turizme olan algısını tespit etmeye yönelik bir ölçek geliştirilmiştir. Geliştirilen bu ölçek, yerel halkın bölgelerinde turizmin gelişmesi durumunda karşılaşacaklarına inandıkları olası olumlu ve olumsuz durumlara ilişkin düşüncelerinin ortaya çıkarılmasına yardımcı olmaktadır. Yapılan faktör analizi neticesinde ortaya çıkarılması hedeflenen bu düşüncelerin beş farklı faktör altında değerlendirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu faktörler; “Sosyo-Kültürel Gelişim Etkisi”, “Ekonomik Gelişim Etkisi”, “Sosyal Tahrifat Etkisi”, “Kültürel Tahrifat Etkisi” ve “Çevresel Tahrifat Etkisi” olarak ifade edilmiştir. Literatürde yer alan ölçeklerde de genel olarak turizmin ekonomik etkileri, sosyal etkileri, kültürel etkileri ve çevresel etkileri üzerinde durulmakta, ancak faktörlerin isimlendirilmesinde farklılıklar olabilmektedir (Yoon vd., 2001, Cengiz ve Kırkbir, 2007, Eren ve Aypek, 2012, Toprak, 2015). Aynı zamanda bazı ölçeklerde bahsedilen bu etkilere ek olarak duygusal bağlılık, turizm arzı, tanıtım faktörü gibi farklı etkiler de yer almaktadır (Çalışkan ve Tütüncü, 2008).

Yerel halkın turizm algısını belirlemeye yönelik olarak geliştirilen ölçek, son zamanlarda gerek düzenlenen festivallerle gerekse turizme yönelik yapılan yatırımlarla turizm alanında önemli adımların atıldığı Adana ilinin deniz turizmi açısından da geliştirilmesi hedefi doğrultusunda, Akdeniz’e kıyısı olan Karataş ilçesindeki yerel halk üzerine uygulanmıştır. Bu ölçekte yer alan maddelere verilen cevaplar tek tek irdelendiğinde, Karataş halkının genel olarak ilçelerindeki turizmin gelişmesine karşı olumlu bir bakış açısına sahip oldukları görülmüştür. Araştırmacılar genel olarak gelişmişlik seviyesi düşük olan bir bölge için, o bölgenin gelişme düzeyi ile yerel halkının turizm algısı arasında negatif yönlü bir korelasyon olduğunu ifade ederler (Doxey, 1975; Butler, 1980; Gunn, 1988; Martin ve Uysal, 1990, Aktaran: Akova, 2006). Yani, bölgede turizm geliştikçe olumsuz algıların da buna paralel olarak azalacağını belirtirler. Bu düşünce doğrultusunda, Karataş ilçesinin turizmin gelişmişlik seviyesi açısından henüz ilk aşamada olduğu düşünüldüğünde, çalışmadan elde edilen sonuçlara göre zaten düşük düzeyde olan olumsuz algı seviyesinin zamanla daha da azalacağı sonucuna ulaşılmaktadır. Bu sonuç da, gerek tarihi ve kültürel kalıntıları, gerek iklimi ve konumu gerekse de doğal güzellikleri ile turizm açısından gelişmeyi hak eden bir bölgeye çok önemli bir güç daha katmıştır. Ancak halkın bu olumlu görüşünün korunması için ilçede turizmin gelişmesi durumunda hem devletin hem de turizm işletmelerinin üzerlerine düşeni yapmaları gerekmektedir.

Çalışmaya katılanların cinsiyetlerinin turizm algı faktörleri üzerinde anlamlı bir farklılık yaratıp yaratmadıkları uygun istatistiksel yöntemlerle analiz edilmiştir. Bu analizler neticesinde katılımcıların cinsiyetlerinin herhangi bir turizm algı faktörü üzerinde anlamlı bir farklılık yaratmadığı, elde edilen tüm p değerlerinin (SKG:0,903, EG:0,133, ST:0,196, KE:0,818, ÇE:0,924) 0.05'den büyük çıkması sonucunda görülmüştür. Toplumun belli bir kesiminde, turizmin gelişmesiyle birlikte erkeklerin aile hayatından uzaklaşacağı ve dolayısıyla aile bütünlüğünde bozulmaların yaşanacağı görüşünün hâkim olmasından dolayı özellikle sosyal, kültürel ve ekonomik etkiler açısından kadınların erkeklere göre daha olumsuz bir algıya sahip olduğu düşünülmektedir. Bu görüşün aksine, toplumun başka bir kesiminde de geleneksel bir hayat anlayışı olan Türk erkeklerinin, turizmin gelişmesinde özellikle sosyal ve kültürel etki yönünden kadınlara kıyasla daha olumsuz bir algıya sahip oldukları düşünülmektedir. Ancak, bu çalışmadan elde edilen bulgulara göre Karataş ilçesinde, toplumda yaygın olan bu iki görüşün de aksine cinsiyetin turizm algısı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yaratmadığı görülmüştür.

Yaş gruplarının farklı oluşunun turizm algı faktörlerinden sadece “Çevresel Tahrifat Etkisi” faktörü üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yarattığı ($p=0,024<0,05$) ve diğer faktörler üzerinde anlamlı bir farklılığın oluşmadığı (p değerleri; SKG:0,733, EG:0,826, ST:0,241, KE:0,061) görülmüştür. Çevresel Tahrifat Etkisi faktöründeki bu farklılığın da 56 ve üzeri yaş gruplarından kaynaklandığı belirlenmiştir. 56 yaş ve üzerindeki bireylerde daha genç yaş gruplarına nazaran turizmin gelişiminin çevre üzerinde olumsuz bir etki yaratacağı algısının mevcut olduğu görülmüştür. Benzer şekilde öğrenim düzeylerinin algı faktörleri üzerinde farklılığa sebebiyet verip vermemesinin test edilmesi sonucunda elde edilen p değerlerine göre (SKG:0,817, EG:0,255, ST:0,540, KE:0,206, ÇE:0,248) katılımcıların öğrenim düzeylerinin hiçbir faktör üzerinde farklılığa neden olmadığı görülmüştür. Son olarak ise meslek gruplarının farklılığı ile ilgili yapılan analiz neticesinde, “Çevresel Tahrifat Etkisi” faktörünün katılımcıların mesleğine göre değişkenlik gösterdiği ($p= 0,024<0,05$) ve geriye kalan dört faktörün ise meslek gruplarına göre bir farklılık arz etmediği p değerleri (SKG:0,082, EG:0,322, ST:0,230, KT:0,402) incelendiğinde tespit edilmiştir.

Araştırmadan elde edilen bulgular neticesinde, literatürdeki çalışmalara paralel olarak, yerel halkın turizmden beklediği en önemli etkilerden birinin ekonomik gelişim etkisi olduğu görülmüştür (Mc Cool ve Martin, 1994; Mason ve Cheyne, 2000; Andereck ve ark, 2005; Aref ve ark., 2009). Dolayısıyla eğer yerel halk ekonomik yönden tatmin olur ise, turizmin gelişmesi durumunda ortaya çıkabilecek olumsuzluklarla ilgili düşüncelerinin de büyük oranda olumluya döneceği söylenebilir. Çünkü Ünlüönen ve Özekici'nin (2017) ifade ettiği gibi, yerel halk turizmden fayda sağladığı müddetçe turizme yönelik algısı da olumlu olacaktır. Bu sebeple bölgeye yapılacak olan yatırımlarda, yerel halkın çıkarlarının göz önünde bulundurulmasında büyük fayda vardır. Yerel halkın ekonomik çıkarlarının gözetilmesi ve tatmini, kamu nezdinde bölge esnafına uygun kredi veya teşvikler verilerek doğrudan ya da bölgeye yapılacak kamu yatırımları ile dolaylı olarak sağlanabilecekken, turizm işletmeleri veya ilgili diğer özel işletmeler tarafından ise, çalıştıracağı personellerin yerel halktan seçilmesiyle veya bir miktar bütçenin halkın faydalanabileceği tesislere ayrılması ile mümkün olabilecektir.

İlgili kamu kurumlarının, turizmin gelişmesi durumunda oluşması muhtemel olan alt yapı sorunlarını önceden belirleyip halka yansımadan önlemlerini alması ve artan yoğunluğun güvenlik sorunlarına neden olabileceğini varsayarak emniyet önlemlerini artırması önem arz etmektedir. Bunların yanı sıra, gelen turistlere bölgenin kültürü ile ilgili eğitimlerin verilmesi sağlanarak kültürel farklılıklardan kaynaklanabilecek sorunların da önüne geçilmesi amaçlanmalıdır.

Teşekkür

Bu çalışma Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından kabul edilen 17113005 nolu BAP projesi kapsamında desteklenmiştir.

KAYNAKÇA

- Akis, S. N., Peristianis, N., Warner, J. (1996). Residents' Attitudes To Tourism Development: The Case Of Cyprus. *Tourism Management*, 17(7), 481-494.
- Akova, O. (2006). Yerel halkın turizmin etkilerini algılamalarına ve tutumlarına yönelik bir araştırma. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 1(2).
- Alaeddinoğlu, F. (2007). Van halkının turisti ve turizmi algılama şekli. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 5 (1), 1-16.
- Alaeddinoğlu, F. (2008). Sivas Kentinde Halkın Turiste Ve Turizme Bakışı. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(2), 1-23.
- Andereck, K. L., Vogt, C. A. (2000). The Relationship between residents'attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel Research*, 39, 27-36.
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of tourism Research*, 19(4), 665-690.
- Aref, F., Redzuan, M., Gill, S. S. (2009). Community Perceptions Toward Economic And Environmental Impacts Of Tourism And Local Communities. *Asian Social Science*, 5(7), 130-137.
- Ayaz, N., Aruğer, S., & Türkmen, F. (2009). Tarihi Zela (Zile) İlçesindeki Yerel Halkın Turizme Bakış Açılarını Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Haziran–Aralık.
- Ayazlar, R. A., & Ayazlar, G. (2016). Yerel Halkın Turizmin Etkilerine Yönelik Tutumunda Aidiyet Duygusu ve Yaşam Tatmininin Rolü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(4), 1451-1470.
- Bilim, Y., & Özer, Ö. (2013). Yerel Halk Gözüyle Konya'da Turizmin Önemi ve Ekonomik, Sosyal, Çevresel Etkileri. Ulusal KOP Bölgesel Kalkınma Sempozyumu, 14-16.
- Boğan, E., ve Sarıışık, M. (2016). Yerel Halkın Turizm Faaliyetine Yönelik Görüş ve Algılamalarının Belirlenmesi Üzerine Alanya'da Bir Araştırma. *Kastamonu University Journal of Economics & Administrative Sciences Faculty*, 12.
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *The Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, 24(1), 5-12.
- Cengiz, E., & Kırkbir, F. (2007). Yerel Halk Tarafından Algılanan Toplam Turizm Etkisi İle Turizm Desteği Arasındaki İlişkiye Yönelik Yapısal Bir Model Önerisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1).
- Çalışkan, U., & Tütüncü, Ö. (2008). Turizmin yerel halk üzerindeki etkileri ve Kuşadası İlçesi uygulaması. IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, 23-27.
- Çavus, S., & Tanrisevdi, A. (2003). Resident's Attitudes Toward Tourism Development: A Case Study in Kusadası, Turkey. *Tourism Analysis*, 7(3-4), 259-269.
- Choi, H. C., & Sirakaya, E. (2005). Measuring Residents' Attitude Toward Sustainable Tourism: Development Of Sustainable Tourism Scale. *Journal of Tourism Research*, 43, 380-394.
- Demir, F. & Gündüz, S. (2016). Adana Turizm Master Planı, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Adana.
- Doğan, H., & Üngüren, E. (2012). Yerel Halkın Isparta Turizmine Yönelik Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(1).
- Doxey, G.V.(1975). “ A. Causation Theory of Visitor-Resident Irritation: Methodology And Research Inference.” *Proceedings of The 6th Annual Conference of the Travel Research Association*. San Diego, CA:Travel Research Association, .195-98.
- Durmuş, B., Yurtkoru, E. S., & Çinko, M. (2010). Sosyal bilimlerde SPSS'le veri analizi. Beta Yayınevi, 3. Baskı, İstanbul.
- Dünya Turizm Örgütü, 2015. <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2016-edition>.
- Eralp, Z. (1974). Socio-Economic Effects of Tourism towards Communal Changes. Ankara University Press, Ankara
- Eren, R. & Aypek, N. (2012) Kırsal Turizm Bölgesinde Yerel Halkın Turizmin Gelişimine Karşı Tutumları: Cumalıkızık Köyü Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, (2), 43-47.
- Fesenmaier, D. R., O'Leary, J. ve Uysal, M. (Eds.)(1996), *Advances in Tourism Marketing Methodologies*. Haworth Press, New York.
- Getz, D. (1994), “Residents' Attitudes Toward Tourism: A Longitudinal Study in Spey Valley, Scotland”, *Tourism Management*, 15(4), 247-258.
- Gunn, C. (1988). *Tourism Planning*. 2nd. *Taylor and Francis Revised and expanded New York*.
- Gümüş, N., & Özüpekçe, S. (2009). Foça'da turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerine yönelik yerel halkın görüşleri. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 398-417.
- <http://www.karatas.bel.tr>, Adana, Karataş Belediyesi resmi web sitesi, Erişim tarihi: 12.02.2018.
- <http://www.tuik.gov.tr>, *Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK)*
- Işık, C., Çalkın, Ö. (2016). Yerel Halkın Turizm Algısı: TRA2 Bölgesi Analizi. *IUJEAS*, 1(2), 19-48.
- Kervankıran, İ., & Bulut, E. (2015). Antalya ili turizminin gelişimini ve etkilerini yerel halk nasıl değerlendirmektedir?. *Türk Coğrafya Dergisi*, (65), 35-46.
- Kuvan, Y., & Akan, P. (2005). Residents' attitudes toward general and forest-related impacts of tourism: the case of Belek, Antalya. *Tourism Management*, 26(5), 691-706.
- Liu, J. C., Sheldon, P. ve Var, T. (1987), “Resident Perceptions of The Environmental Impact of Tourism”, *Annals of Tourism Research*, 14, 17-37.

- Liu, J. C., & Var, T. (1986). Resident Attitudes Toward Tourism Impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, 13, 193-214.
- Martin, B.S. ve M. Uysal (1990). "An Examination of the Relationship Between Carrying Capacity and the Tourism Lifecycle : Management and the Policy Implications". *Journal of Environmental Management* 31: 327-333.
- Mason, P., & Cheyne, J. (2000). Residents' attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 391-411.
- McCool, S. F. ve Martin, S. T. (1994), "Community Attachment and Attitudes Toward Tourism Development", *Journal of Travel Research*, 32(3), 29-34.
- Murphy, P. E. (1985), *Tourism: A community approach*, Routledge, New York.
- Okuyucu, A., & Somuncu, M. (2012). Kültürel Mirasın Korunması ve Turizm Amaçlı Kullanılmasında Yerel Halkın Algı ve Tutumlarının Belirlenmesi: Osmaneli İlçe Merkezi Örneği. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 4(1), 37-51.
- Özdemir, M. A., & Kervankıran, İ. (2011). Turizm ve turizmin etkileri konusunda yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi: Afyonkarahisar örneği.
- Perdue, R.R., Long, P. T. ve Allen, L. (1990), "Rural Resident Tourism Perceptions and Attitudes by Community Level of Tourism", *Journal of Travel Research*, 28(3), 3-9.
- Prentice, R. (1993), "Community-Driven Tourism Planning and Residents' Preferences", *Tourism Management*, 14, 218-227.
- Sirakaya, E., Teye, V., Sonmez, S. (2001). Understanding Resident's Support For Tourism Development In The Central Region Of Ghana. *Journal of Travel Research*, 41, 57-67.
- Tayfun, A., & Kılıçlar, A. (2004). Turizmin sosyal etkileri ve yerli halkın turiste bakışı. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 1-17.
- T.C. Adana Valiliği İl kültür ve Turizm Müdürlüğü, Adana Turizm Yatırım Rehberi ve Haritası, 2016.
- Toprak, L. (2015). Mardin'de Halkın Turizm Algısı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(54).
- Türker, G. Ö., & Türker, A. (2015). Yerel Halkın Turizm Etkilerini Algılama Düzeyi Turizm Desteğini Nasıl Etkiler: Dalyan Destinasyonu Örneği. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 4(1), 81-98.
- Ünlüönen, K., & Erdoğan, S. (1993). Güneydoğu Anadolu Bölgesinin Turizm Potansiyeli. *Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 6, 541-563.
- Ünlüönen, K., & Tayfun, A. (2003). Turistlerin Yerli Halkın Tüketim Davranışlarına Etkileri Üzerine Ampirik Bir Araştırma. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 1-18.
- Ünlüönen, K., & Özekici, Y. K. (2017). Yeni Gelişen Destinasyonlarda Turizm Algısı: Yozgat İli Üzerine Bir Alan. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 466, 488.
- Yılmaz, Ö. D., & Filiz, A. (2017). Turizm Gelişim Yaklaşımları Kapsamında Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı ve Tutumları: Mazı Köyü-Türkbükü Karşılaştırmalı Analizi. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 1799-1824.
- Yoon, Y., Gursoy, D., & Chen, J. S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism Management*, 22(4), 363-372.