

TURİZM FAALİYETLERİNE UZAK YERLEŞİMLERDE TURİZMİN YEREL HALKIN MUTLULUĞU ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ^{1, 2}

Uğur ÇALIŞKAN*

Işıl ARIKAN SALTIK**

ÖZ

Mutluluk, bireylerin hayattaki temel beklentilerinden birisi olmasının ötesinde, kamusal politikaların ve akademik çalışmaların temel konularından birisini oluşturmaktadır. Diğer pek çok iktisadi faaliyette olduğu gibi turizm sektörü de olumlu ve/veya olumsuz etkileri nedeniyle insanların mutluluğuna doğrudan etki edebilmektedir. Önemli turizm destinasyonlarına komşu olan Menteşe (Muğla) ilçesinde gerçekleştirilen bu çalışma yoğun turizm hareketliliğinin yaşanmadığı bölgelerde turizm algısına yönelik yapılan çalışmaların azlığı nedeniyle literatüre katkı sağlayabilecek niteliktedir. Turizmin etkilerinin turizm faaliyetlerinden uzak yerleşimlerin sakinleri tarafından nasıl algılandığı ve mutluluk düzeylerini etkileyip etkilemediğinin incelendiği bu çalışma kapsamında çok değişkenli istatistiksel analiz yöntemleri kullanılmıştır. Olumlu sosyo-kültürel etkiler ile olumlu çevresel etkilerin turizm faaliyetlerinden uzak yerleşimlerde ikamet eden sakinlerin mutluluğu üzerinde etkin olduğuna işaret eden çalışma bulguları turizm planlamasının destinasyon ile çevresinde ikamet eden yerel halkın görüşleri çerçevesinde gerçekleştirilmesi gerektiği sonucunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kavramlar: Yerel Halk, Turizm Etkileri, Turizm Faaliyetlerine Uzaklık, Mutluluk, Turizm.

IMPACTS OF TOURISM ON HAPPINESS OF LOCAL RESIDENTS IN DISTANT SETTLEMENTS

ABSTRACT

Beyond being one of the core expectations of individuals, happiness is one of the basic issues of public policies and academic studies. Tourism sector can have direct effects on the happiness of people due to its positive and / or negative impacts. This paper held in Menteşe (Muğla), where is neighbor to mature tourism destinations, is of a size that can contribute to the literature due to the dearth of studies on tourism perception in the settlement distant from intensive tourism activities. In the scope of the study, whether the perceptions of tourism impacts affect the happiness of the residents who live away from tourism activities were examined through multivariate statistical analysis methods have been used. Findings indicate that positive socio-cultural and environmental impacts are effective on the happiness of residents and therefore underline that tourism planners should consider the local people not only in destinations but also in neighboring settlements.

Keywords: Residents, Impacts of Tourism, Distance to Tourism Activities, Happiness, Tourism.

¹Bu çalışma, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Koordinasyon Birimi tarafından 17/257 kod numaralı ve “Muğla il merkezinde ikamet eden kişilerin mutlulukları ile turizmin sosyal, ekonomik ve çevresel etkilerine yönelik algıları arasındaki ilişki” başlıklı proje ile desteklenmiştir.

²Bu çalışma 2018 yılında “The 2nd International Congress on Future of Tourism” kongresinde sunulan “Turizmin Sosyo-Kültürel Etkilerinin Yerel Halkın Mutluluk Algısına Etkisi” başlıklı bildirden türetilmiştir.

*Dr. Öğr. Üyesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, ugurcaliskan@mu.edu.tr

**Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Konaklama İşletmeciliği Bölümü, isilas@mu.edu.tr

Makalenin kabul tarihi: Aralık 2018

GİRİŞ

Mutluluğu elde etmek ve sürdürülebilir kılmak, en önemli bireysel amaçlardan birisi haline gelmiş olmasının ötesinde kamusal politikaların da önemli hedeflerinden birisidir (Chen ve Li, 2018). Dolayısıyla, toplumun mutluluğunu sürekli hale getirmek ve mutluluğa etki eden unsurları anlamak önem arz etmektedir. Bu kapsamda da turizm gelişiminin yerel halkın yaşamı ve mutluluğu üzerindeki etkilerinin tespit edilmesi önemli bir araştırma ve politika konusunu teşkil etmektedir (Rivera, Croes ve Lee, 2016).

Turizm sektörü, özellikle ekonomik yararları için dünyanın pek çok yerinde yerel ve merkezi hükümetler tarafından desteklenmektedir. Yapılmış çalışmalarda, yerel halkın turizme karşı tutumunun, sürdürülebilir bir gelişim sağlanmasının temel koşullarından olduğu belirtilmektedir (Öztürk, Özer ve Çalışkan, 2015). Bunun yanında, yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılarının, kendi mutluluk düzeyleri üzerinde etkili olabileceği de öne sürülmektedir (Çoban, 2018; Nawijn ve Mitas, 2012).

Bu çalışmanın amacı, turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerinin turizm destinasyonlarına yakın olmakla birlikte yoğun turizm faaliyetlerinden uzak yerleşim sakinlerinin mutluluk algısını etkileyip etkilemediği hususunun belirlenmesidir. Çalışmada aşağıdaki araştırma soruları ele alınmıştır:

- Turizm faaliyetlerinden uzak yerleşimlerin sakinleri turizmin etkilerini nasıl algılamaktadır?
- Turizmin etkilerine yönelik algılar yerel halkın mutluluk düzeyini etkilemekte midir?

I. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bir destinasyonda turizm gelişmeye başladığı andan itibaren bölge sakinlerinin yaşamları etkilenmektedir. Çok boyutlu faaliyetler bütünü olan turizmin etkileri de hem olumlu hem de olumsuz anlamda çok yönlü oluşmaktadır. Bu çerçevede, turizm, insanların refahına ve mutluluğuna olumlu etkide bulunabileceği gibi sektörün aşırı ve istenmeyen türde gelişimi, insanları rahatsız edebilmekte ve dolayısıyla da mutluluğunu olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Doxey, 1975).

Çalışmalar, turizmin sosyal, kültürel, çevresel ve ekonomik etkiler oluşturduğunu belirtmektedir. Ekonomik olarak, turizm gelişimi iş olanakları yaratarak istihdam imkânlarını arttırmakta, işletmeler için gelir sağlamak ve yerel ekonomide canlılık oluşturmaktadır (Çalışkan ve Tütüncü, 2008; Pratt, McCabe ve Movono, 2016). Ayrıca, yatırımları canlandırmak, diğer sektörlerin gelişimine yardımcı olmak ve atıl kaynakları ekonomiye kazandırmak (Rivera, vd. 2016) ve ödemeler dengesindeki açıkları kapatmak (Çımat ve Bahar, 2003) gibi diğer olumlu etkileri de bulunmaktadır. Buna karşın enflasyon oluşturmaması, turizm sektöründeki ücretlerin genelde düşük olması, istihdamın belirli bir sezona sıkışması, tarım, balıkçılık, ormancılık gibi geleneksel sektörlerin daralması ve hatta yok olması olumsuz sonuçlar olarak göze çarpmaktadır (Gürsoy, Jurowski ve Uysal, 2002).

Ayrıca, yerel halkın üretimi bırakarak, tüketici konumuna geçmeleri gibi toplumsal sonuçları da olan olumsuz etkiler de doğurabilmektedir (Pratt vd., 2016).

Turizm, toplumsal ve bireysel anlamda değer ve davranış değişikliklerine yol açan etkilere de sahiptir. Bu çerçevede, insanların birbirini tanımalarına ve anlamalarına katkı sağlaması, yerel ürünlere ve kültüre ilginin artması, bölgeye nitelikli göçün artması nedeniyle de sosyal sermayeyi yükseltmesi, kadınların aile ve toplumdaki konumlarının iyileşmesi, kamusal hizmet kalite ve çeşidinin artması (Liang ve Bao, 2015) gibi olumlu etkiler ortaya çıkarmaktadır. Bununla birlikte toplumsal değerler sisteminin, yaşam tarzlarının, geleneksel tören ve inanç sistemlerinin bozulmasına ve dolayısıyla da özellikle gençlerde kimlik kaybına ve bazen de yabancı düşmanlığının oluşmasına, fuhuş/zina, zararlı madde kullanımı ile suç oranlarının artmasına neden olabilmektedir (Mbaiwa, 2004).

Çevrenin güzel görüntüye kavuşturulması ve çevre bilincinin ve koruma faaliyetlerinin artmasına katkı sağlaması turizmin en olumlu çevresel etkileri olarak görülmektedir. Ancak, yoğun ve kaçak yapılaşmaya neden olması, arazi kullanımlarını değiştirmesi, doğal çevrede dönüşü olmayan tahribata yol açması, trafik sıkışıklığını artırması, çevresel kirliliğe ve aşırı kullanım nedeniyle kaynakların tükenmesine neden olması gibi (Arıkan Saltık ve Aktan, 2016; Dyer, Gürsoy, Sharma ve Carter, 2007) olumsuz etkileri de sıklıkla dile getirilmektedir.

Turizm etkilerinin algılanmasında, nüfus yapısı, yaş, istihdam ve meslek yapısı, sosyal yapı, (Andereck ve Nyaupane, 2011), destinasyonda ikamet süresi (Faulkner ve Tidswell, 1997), turistlerin bölge sakinlerine oranı ve turistlerle temas düzeyi (Deery, Jago ve Fredline, 2012) gibi demografik özelliklerin etkin olduğu belirtilmektedir. Ayrıca, destinasyonun ekonomik gelişmişlik seviyesi ve turizm sezonunun mevsimselliği, bölgede gelişen turizm türü ve düzeyi (Pratt, vd., 2016), destinasyonun ekonomik açıdan turizme bağımlılık seviyesi (Deccio ve Baloglu, 2002) gibi bir dizi ekonomik faktörün de turizm etkilerinin olumlu ya da olumsuz olarak algılanmasında etkili olduğu bilinmektedir. Bunun yanı sıra, turizme ilişkin tavır ve tutumların, fayda ve maliyet algısına dayandığı (Ap, 1990) ve turizmden en çok fayda sağlayan insanların turizm hakkında en olumlu kanaate sahip olacakları görüşü hâkimdir (Harrill, 2004). Bu çerçevede, en büyük etkinin ekonomik faktörlerden kaynaklandığı, başka bir deyişle turizmden ekonomik fayda sağlayanların, turizmden daha az ekonomik getiri elde edenler ile hiç gelir elde etmeyenlere oranla çok daha olumlu bir görüşe sahip oldukları (Jurowski ve Gürsoy, 2004) ifade edilmektedir. Bununla birlikte sosyo-kültürel ve çevresel etkilerin de turizme yönelik bakış açısında etkili olduğu belirtilmektedir (Besculides, Lee ve McCormick 2002; Brunt ve Courtney 1999)

Literatürde ikamet yerinin yoğun turizm faaliyetlerine mesafesinin de turizme yönelik bakış açısını etkileyen unsurlar arasında yer aldığı belirtilmektedir (Uysal, Sirgy, Woo ve Kim, 2016). Bu konuda yapılan çalışmalarda farklı sonuçlar ortaya çıkmıştır. Birçok çalışmada turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği alanlara yakın yaşayanların, turizmin etkilerine karşı daha olumlu algılara sahip olduğunu ve turizm gelişimine karşı daha elverişli bir tutum sergilediklerini bildirilmektedir (Jurowski ve Gürsoy, 2004). Ancak, ikamet yeri ile turizm faaliyetleri arasındaki

mesafe arttıkça görüşlerin olumluluk düzeylerinin arttığını ortaya koyan çalışmalar da bulunmaktadır (Williams ve Lawson, 2001).

Turizm gelişimini destekleyen yerel halk, turistlere dost ve misafirperver olma eğilimindedir ki bu durum turistlerin daha hoş tatil deneyimi yaşamalarını ve destinasyonu yeniden ziyaret etme eğilimlerini etkilemektedir (Carmichael, 2006). Bunun yanı sıra, Nawijn ve Mitas (2012) turizm gelişimi ve etkileri hakkında daha olumlu görüşlere sahip olan kişilerin kendilerini daha mutlu hissettiklerini belirtmektedirler.

Bireyin yaşadığı hayatı bir bütün olarak değerlendirmesi (Diener ve Seligman, 2004) sonucu yaşamından duyduğu memnuniyet ve tatmin düzeyi (Bimonte ve Faralla, 2012) şeklinde tanımlanabilecek olan mutluluk kavramı yüzyılı aşkın süredir araştırma konusu olmaktadır. Özellikle gelişmiş ülkelerde beslenme, konaklama, eğitim ve sağlık gibi temel hizmetler konusunda refah seviyesinin yükselmesiyle birlikte mutluluk araştırmaları son 30-40 yıldır önemli ölçüde artmıştır (Liu, 2013). Mutluluk, hayatın önemli bir parçasını teşkil etmekte ve çoğu insan daha mutlu olmaya çalışmaktadır (Nawijn ve Mitas 2012). Diğer taraftan mutlu insanların toplumlara yarar sağlayan faaliyet ve davranışları benimsemeleri daha olasıdır (Diener, 2000).

İnsanları nelerin mutlu ettiğini anlamaya yönelik yapılan araştırma sayısında son dönemde artış görülmektedir (Lyubomirsky ve Lepper, 1999). Sosyal bilimciler, “mutluluk” kavramını, yaşamın hazzı/egencesinin eşanlamlısı ya da diğer bir ifade ile öznel iyi oluş (Subjective WellBeing - SWB) olarak kullanmaktadır (Rivera vd., 2016). Psikolojik iyi oluş (Psychological WellBeing - PWB) genelde hayatın anlamı, insanların potansiyelleri, kendini geliştirmeleri ve yaşam hedefleri ile ilgilenirken, SWB, insanların mutlulukları ile yani zamanlarının çoğunda nasıl hissettikleri ile ilgilenmektedir (Nawijn ve Mitas 2012). Bu kapsamda, mutluluk, bireyin yaşamıyla ilgili koşulları ve yaşadığı hayatı ne kadar sevdiğini değerlendirmesi sürecidir (Smith ve Diekmann, 2017). Başka bir ifadeyle, mutluluk kavramı, hayatın öznel değerlendirmesi ve yaşamdan duyulan memnuniyet ile yakından ilişkilidir (Rivera vd., 2016).

Mutluluk kavramı çeşitli araştırma alanlarında olduğu gibi turizm araştırmalarında da artan bir şekilde ilgi çekmektedir. Mutluluk ve ilgili diğer kavramlar (özellikle öznel iyi oluş) arasında farklılıklar olduğunu belirten çalışmalar da bulunmakla birlikte yapılan pek çok turizm araştırmasında yaşam kalitesi, yaşam memnuniyeti (Sirgy, Kruger, Lee ve Yu, 2011), iyi oluş (Kelly, 2012), esenlik (wellbeing) (Smith ve Diekmann, 2017) yararlılık (Gundlach ve Opfinge, 2013) terimlerinin mutluluk ile eş anlamlı (veya yerine) kullanıldığı görülmektedir.

Turizmin etkilerinin yerel halk tarafından algılanışı ve söz konusu algıların turizme desteği ne yönde etkilediği 1960'lardan beri en yoğun araştırılan (Sharpley, 2014) konulardan biri olmakla birlikte, turizm ve mutluluk ilişkisi görece yeni bir araştırma alanı olarak belirmektedir (Smith ve Diekmann, 2017). Bunun ötesinde, turizm – mutluluk ilişkisini inceleyen araştırmaların çoğunluğu turistler ve turizm

işletmelerine odaklanmış ve yerel sakinlerin mutluluğu hususu fazla ilgi çekmemiştir (Zhao, Ritchie ve Echtner, 2011).

Turizmde mutluluk araştırmalarında, ilk olarak tatile çıkanlar ve çıkmayanlar karşılaştırılmış ve ilk gruptakilerin tatil öncesinde ve tatil sırasında daha mutlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Chen ve Li, 2018). Çalışmalar, farklı turizm türleri ve farklı sosyo-ekonomik gruptaki katılımcılara göre de genelde aynı sonuçları vermiştir. Başka bir deyişle, tatil deneyimlerinin kişinin mutluluğunu arttırdığı ortaya konmuştur. Örneğin McCabe ve Johnson (2013) sosyal turizm katılımcılarına yönelik yaptıkları çalışmada tatil deneyiminin mutluluğa olumlu katkıda bulunduğunu belirtmişlerdir. Bimonte ve Faralla (2012), turistlerin tüketici davranışları üzerinden mutluluk ve yaşam tarzı arasındaki ilişkinin varlığını araştırdıkları çalışmalarında doğa turizmine katılanların, deniz-kum-güneş turizmini tercih edenlere nazaran daha mutlu olduklarını belirlemiştir.

Bunun ötesinde, deniz-kum-güneş gibi sadece dinlenmeye yönelik tatillerin genellikle hazcı mutluluğa daha fazla etki ederken, SPA, doğa tatilleri, macera turları gibi tatil deneyimlerinin ise daha çok mutluluğun eudaimonik (hayatın anlamı ve kendini gerçekleştirme) yönüyle ilgili olduğu ifade edilmektedir (Chen ve Li, 2018). Tatil deneyimlerinin sadece eğlence ve dinlenme ihtiyacını karşılayarak yaşamdan duyulan hazza ve mutluluğa hizmet etmenin ötesinde de işlevleri bulunmaktadır. Turizmin, sosyal hayatın aile, aşk, maneviyat, entelektüel, iş ve ekonomik, sağlık ve güvenlik, sanat ve kültür gibi alanlarında da memnuniyeti ve dolayısıyla yaşam doyumu ve kalitesini yükseltebileceği ortaya konmuştur (Chen ve Li, 2018; Kim ve Woo, 2014).

Ancak, tatil sonrası için ise mutluluk düzeyleri arasında önemli farklılıkların oluşmadığı ve tatil deneyiminin turistler üzerindeki etkisinin genelde kısa süreli olduğu ifade edilmektedir. Çalışmalarda, tatil sonrasında rutin hayata ve özellikle iş hayatına döndükten kısa süre sonrasında mutluluğun azaldığı ve kaybolduğu belirtilmektedir (Kirillova ve Lehto; 2015; McCabe ve Johnson, 2013). Bunun ötesinde, tatil – mutluluk ilişkisinin milliyet, yaş, cinsiyet, meslek gibi kategorilerde de incelenmesi ihtiyacı da ortada durmaktadır.

Yukarıda da belirtildiği üzere, mutluluk ve turizm arasındaki ilişkiyi, yerel halk açısından inceleyen çalışma sayısı az olmakla birlikte, son dönemlerde bu tür çalışma sayısında artış gözlenmektedir (Sharpley, 2014; Smith ve Diekmann, 2017). Günlük yaşamlarında sektörün kendisi ve etkileri ile birlikte yaşama zorunlulukları nedeniyle, yerel halk, turizmin etkilerini turistlere nazaran çok daha uzun süreli hissetmektedir (Nawijn ve Mitas, 2012). Yerel halkın mutluluğu ile turizm sektörü ilişkisinin incelenmesi, sektörün verimliliği, sürdürülebilirliği ile turistlerin tatil deneyim memnuniyetlerinin artırılmasının yanı sıra, mutlu insanların daha verimli çalışmaları ve daha sağlıklı olmaları nedeniyle de önem arz etmektedir (Lyubomirsky, King ve Diener 2005). Diğer taraftan, “mutluluk”, destinasyonların pazarlanmasında da önemli bir araç olarak kullanılmaktadır (Filep, 2014).

Literatürde, farklı turizm türlerinin, gelişim düzeylerinin ve turizm gelişimine yönelik uygulanan farklı planlama ve uygulama süreçlerinin yerel halkın mutluluğuna etki edeceği (Moscardo ve Murphy, 2016), dolayısıyla, turizm

gelişiminin sadece mevcut hali ile değil, gelişim süreci esnasında da sakinlerin mutluluğu üzerinde etkili olabileceği belirtilmektedir (Çoban, 2018). Popüler turizm destinasyonlarında yaşayan kişilerin mutsuz oldukları ve en mutsuz kesimin ise deniz-kum-güneş turizminin geliştiği sahil kesimlerinde yaşayanlar olduğu ifade edilmektedir (Çoban, 2018). Bu konu, literatürde sıklıkla dile getirildiği gibi, yerel halkın bütün bu süreçlerde yer almasının tüm paydaşların daha fazla faydalanabileceği bir turizm gelişiminin oluşacağına işaret etmektedir.

Nawijn ve Mitas (2012), Palma de Mallorca'da (İspanya) ile Kafashpor, Ganji, Sadeghian ve Johnson (2018), Meşhed'de (İran) yaptıkları çalışmalarda yerel halkın mutluluğunun, turizmin sosyo-kültürel sonuçlarından etkilendiğini tespit etmişlerdir. Fiji'de yaptıkları çalışmada da turizmin sosyo kültürel etkilerini işaret eden Movono, Pratt ve Harrison (2015) çalışma imkânı oluşturması ve ekonomik özgürlük sağlaması gibi nedenlerle turizm faaliyetlerinin kadınların mutluluğuna olumlu yansıtıldığını ifade etmişlerdir.

Aref (2011), Şiraz (İran)'da yaptığı çalışmada, turizm gelişiminin bütün boyutlarıyla yerel halkın mutluluğu üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu tespit ederken, Yu, Cole ve Chancellor (2016) ise olumlu çevresel ve ekonomik sonuçların etkili olduğunu işaret etmektedir. Benzer şekilde Öztürk, vd. (2015) Kuşadası'nda yaptıkları çalışmada olumlu ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkilerin yerel halkın mutluluğunu arttırdığını, olumsuz kültürel ve çevresel etkilerin ise mutsuzluğa neden olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Çalışmalarında dikkati çeken husus ise, olumsuz ekonomik etkilerin yerel halkın mutluluğu üzerinde herhangi bir etkisinin bulunmamasıdır.

Bununla birlikte, literatürde yerel halk üzerine yapılmış çalışmalar doğrudan turizm destinasyonlarında gerçekleştirilmiştir. Turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği alanlara yakın olan ancak yoğun turizm faaliyetlerinin bulunmadığı yerleşmelere yönelik bu kapsamda herhangi bir çalışma tespit edilememiştir. Bu anlamda, Muğla Merkez ilçede gerçekleştirilen bu çalışmanın, turizm ile yerel halkın mutluluğu arasındaki ilişkiye mesafe faktörünü de kattığından literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

II. METODOLOJİ

Çalışmanın ampirik uygulaması Muğla ili merkez ilçesi Menteşe'de gerçekleştirilmiştir. Muğla ili, Bodrum, Datça, Fethiye, Marmaris gibi önemli turizm destinasyonlarına ev sahipliği yapmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018) verilerine göre 2017 yılında Muğla ilini 3.126.008 yerli ve yabancı turist ziyaret etmiştir. Söz konusu turistlerin %86'sı Bodrum, Marmaris ve Fethiye'yi ziyaret ederken, Menteşe ilçesinde ise 870'i yabancı olmak üzere sadece 80.248 misafir konaklamıştır. Bu kapsamda, Marmaris'e 52, Bodrum'a 111 ve Fethiye'ye 124 km mesafede bulunan (Karayolları Genel Müdürlüğü, 2018) Menteşe ilçesinde yoğun bir turizm faaliyeti olmadığı görülmektedir.

Anket formu oluşturulurken Akış, Peristianis ve Warner (1996); Gürsoy, vd. (2002); Jurowski ve Gürsoy (2004); Choi ve Murray (2010) ile Brida, Osti ve Faccioli (2011)'nin çalışmalarından yararlanılmıştır. Anket formunun ilk kısmı

turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerinin algılanmasına yönelik 48 ifade ile ankete katılanların yaşamlarından ne kadar mutlu olduklarına ilişkin bireysel değerlendirmeye dayalı bir ifadeden oluşmaktadır. Mutluluk kavramının ölçülmesinde öz değerlendirmenin etkin şekilde kullanılabilmesi (Andereck ve Nyaupane, 2011; Bimonte ve Faralla, 2012) ve tek maddeli ölçeklerin geçerli bir yöntem olduğu kabul edilmektedir (Abdel-Khalek 2006). İlk 49 soruda katılımcıların ifadeleri “1: Kesinlikle Katılmıyorum” ile “5: Kesinlikle Katılıyorum” aralığında 5’li likert ölçeği üzerinden cevaplandırılması sağlanmıştır. Anketin son kısmı ise cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim ve gelir düzeyinin belirlenmesini amaçlayan beş kişisel değişkenden oluşmaktadır.

Araştırma kapsamında, olasılık temelli olmayan yöntemlerden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Balcı’nın da (1997) belirttiği üzere, söz konusu yöntem zaman ve maliyet açısından tasarruf sağlamaktadır. Adrese dayalı kayıt sistemine göre Menteşe ilçesinde yaşayan 109.979 kişi (Türkiye İstatistik Kurumu, 2017) araştırmanın evrenini oluştururken temsil yeterliliği için ise en az 384 anket yapılması gerektiği belirlenmiştir (Krejcie ve Morgan, 1970). Katılımcıların ana kütleyi temsil edebilmesi için farklı sosyo-ekonomik ve kültürel özellikleri taşımasına dikkat edilmiştir.

Veriler, 2017 yılının Mart - Temmuz ayları arasında toplanmıştır. Anketlerin uygulanması sürecinde farklı gün ve saatlerde merkezi iş bölgeleri, alışveriş merkezleri ve konut alanları ziyaret edilmiştir. Ankete katılanlara, öncelikle çalışmanın içeriği anlatılmış ve kişisel bilgilerinin kayıt altına alınmadığı açıklanarak katılım formlarını doldurmaları talep edilmiştir. Veri derleme sürecinde, 45 katılımcı ile bir pilot çalışma yapılmış ve yanlış anlaşılma olasılığı yüksek olduğu belirlenen ifadeler yeniden düzenlenmiştir. Nihai anket formu 574 adet katılımcıya uygulanmış olmakla birlikte, eksik ve hatalı doldurulan 7 anket formu değerlendirme dışı tutulmuştur.

Veriler çok değişkenli istatistiksel analiz yöntemleri ile analiz edilmiştir. Katılımcıların kişisel değişkenlerine ilişkin frekans analizleri ve tanımlayıcı istatistikler gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin güvenilirlik ve geçerlilik analizleri ile faktör analizi yapıldıktan sonra, bağımlı değişkenlerin bağımsız değişken üzerindeki etkilerini belirlemek ve araştırma sorularını test etmek için SPSS programı aracılığıyla regresyon analizleri uygulanmıştır. Bulgular aşağıda belirtilmektedir.

III. BULGULAR

Katılımcıların %50,4’ünün kadın; %60,2’sinin evli ve yarısından fazlasının (%50,8) ise 26 – 45 yaş arasında yer alan kişilerden oluştuğu belirlenmiştir. Katılımcıların çoğunluğunun (%60,7) lisans ve üstü bir eğitim düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Ortaokul ve lise seviyesinde eğitim alanların oranı % 25,0 iken katılımcıların 14,9’u (82 kişi) ilkököl ve altı eğitim seviyesine sahiptir. 149 adet katılımcının herhangi bir bilgi vermediği gelir düzeyi açısından en büyük grubu %36,86 ile 2000 TL ve altı gelire sahip kişilerin oluşturduğu ve %26,63’ü oluşturan 151 kişi 2001 – 4000 TL arası gelir elde ettiği belirlenmiştir. Sadece 58 kişinin (%10,23) gelirin 4000 TL üzerinde olduğu görülmektedir. Söz konusu

sonuçlar katılımcıların heterojen bir sosyal yapı oluşturduğuna ve bu değişik sosyo-ekonomik kesimlerin görüşlerinin analizlere yansıtıldığına işaret etmektedir.

Araştırmada sonraki adımda, literatürde yer alan diğer çalışmalardan yararlanılarak oluşturulan anket formundaki ölçeklerin geçerliliğini test etmek üzere Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılmıştır. Analiz kapsamında, Temel Bileşenler Analizi ile faktör yükü 0,40 ve üstü olan değişkenler dikkate alınmıştır. Döndürme yöntemi olarak ise Kaiser Normalleşmeyi kullanan Varimax yöntemi uygulanmış ve döndürme 6 tekrarda sonuçlanmıştır.

Analize dâhil edilen turizmin etkilerini ölçmeye yönelik 48 ifadenin tümüne yönelik yapılan güvenilirlik analizinde Alpha değeri (α) 0,908 çıkmıştır. Açıklayıcı Faktör Analizinde, sırasıyla;

- Doğal kaynakların gelecek nesiller için korunmasını önemsiyorum,
- Turizm nedeniyle Muğla'da daha çok trafik olmaktadır,
- Turizm yerel ürünler için pazar imkânı oluşturmaktadır,
- Turizm nedeniyle Muğla merkez gereğinden fazla kalabalık olmaktadır,
- Turizm sayesinde Muğla ilçelerine daha çok yatırım yapılmaktadır,
- Turistler yüzünden su, enerji gibi ihtiyaçlarımı yeterince karşılayamıyorum,
- Turizm nedeniyle Muğla çok fazla göç almaktadır ve
- Göçle gelenler Muğla'nın kültürel yapısında bozulmalara yol açmaktadır

ifadeleri iki farklı faktör üzerinde de yüklenmeleri ve iki faktörün yükleri arasındaki farkın 0,1'den düşük olması nedeniyle analizden çıkarılmıştır. Sonrasında ise faktörlerden birisinin sadece "Muğla'da turizm planlanmasında yerel halkın istekleri göz önünde bulundurulmaktadır" ve "Yerel halk turizm planlaması çalışmalarına katılabilmektedir" ifadelerinden oluştuğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla, Tabachnick ve Fidel (2015) tarafından önerildiği üzere faktöre yüklenen ifade sayısının üçün altında olması nedeniyle, belirtilen ifadeler de analiz dışında tutulmuştur. Sonuç olarak Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Testi sonucu ,887, Bartlett Küresellik Testi Anlamlılık düzeyi $p < 0,001$ olan ve toplam varyansın % 57,376'sını açıklayan 6 Faktörlü bir yapı oluşmuştur. Açıklanan varyans oranının %50'nin üzerinde olması (Yaşlıoğlu, 2017) ve testlerin sonuçları (Büyüköztürk, Şekercioğlu ve Çokluk, 2016) faktör analizinin uygun ve geçerli olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 1: Açıklayıcı Faktör Analizi sonuçları

FAKTÖRLER	Yük	Açıklanan Varyans (%)	Özdeğer	Alpha*	Ortalama
Olumsuz sosyo-kültürel etkiler		23,083	8,771	0,934	2,83
Turizm fuhuşun artmasına neden olmaktadır.	0,833				
Turizm ahlak dışı davranışların artmasına neden olmaktadır.	0,826				
Turizm cinsel serbestliğin artmasına yol açmıştır.	0,806				
Turizm alkol ve uyuşturucu madde kullanımının artmasına yol açmaktadır.	0,798				
Turizm yerel halkın mahremiyetine ve özel yaşamına zarar vermektedir.	0,750				
Turizm toplum düzenini bozucu davranışların artmasına neden olmaktadır.	0,738				
Turizm yerel kültürün yozlaşmasına ve ticarileşmesine yol açmaktadır.	0,701				
Turizm yerel halk ile turistler arasında uyumsuzluk oluşturmaktadır.	0,699				
Turizm Muğla'da suç oranlarının artmasına yol açmaktadır.	0,692				
Turizm aile yapısı ve sosyal bağlara zarar vermektedir.	0,670				
Turizm zengin ve fakir arasındaki farkın açılmasına neden olmaktadır.	0,669				
Turizm Muğla'nın huzurlu ortamını bozmuştur	0,644				
Turizm gereğinden fazla insan kalabalığı oluşturmaktadır.	0,528				
Olumlu ekonomik etkiler		13,694	5,204	0,872	2,88
Muğla merkezde alışveriş imkânları turizm sayesinde artmıştır.	0,827				
Muğla merkez ekonomisi turizm sayesinde çeşitlenmiş ve güçlenmiştir.	0,817				
Muğla merkezin ekonomisi turizme dayanmaktadır.	0,806				
Turizm sayesinde Muğla merkeze daha çok yatırım yapılmaktadır.	0,715				
Muğla genelindeki turizm faaliyetleri Muğla merkeze olumlu yansımaktadır.	0,710				
Turizm daha kaliteli ürünlere ulaşma imkânı sağlamıştır.	0,675				
Turizm sektörü iş garantisi ve sürekliliği sağlamaktadır.	0,664				
Olumsuz çevresel etkiler		6,721	2,554	0,835	3,37
Turizm yapılaşmanın gereksiz şekilde artmasına neden olmaktadır.	0,805				
Turizm faaliyetleri ve turistik tesisler doğayı olumsuz etkilemektedir.	0,805				
Turizm tarım arazilerinin zarar görmesine yol açmaktadır.	0,753				
Otel ve diğer turistik tesislerin inşası doğal çevreye zarar vermektedir.	0,724				
Muğla'da turizm gelişimi olmasaydı çevre daha az bozulurdu.	0,580				
Turistler ve turistik tesisler çok gürültü oluşturmaktadır.	0,526				
Olumlu çevresel etkiler		6,232	2,368	0,765	3,53
Turizm doğal çevrenin korunmasına ve güzelleşmesine katkı sağlamaktadır.	0,805				
Turizm diğer sektörlerle kıyasla çevreyi daha az kirletmektedir.	0,761				
Turizm, tarihi eserlerin korunmasına katkı sağlamaktadır.	0,727				
Turizm yerel halkta çevre bilincinin oluşmasına katkı sağlamaktadır.	0,607				
Turizm nedeniyle topraklarımız daha iyi kullanılmaktadır.	0,517				
Olumlu sosyo-kültürel etkiler		4,462	1,696	0,751	3,25
Turizm kadınların aile içindeki yerinin iyileşmesine destek olmaktadır.	0,806				
Turizm kadınların toplum içindeki yerinin iyileşmesine destek olmaktadır.	0,771				
Turizm sayesinde belediye hizmetleri (yollar, parklar, kentin temizliği gibi) daha iyi olmuştur.	0,515				
Olumsuz Ekonomik etkiler		3,185	1,210	0,568	3,16
En düşük ücretler turizm sektöründe verilmektedir.	0,646				
Muğla ilçelerinde yaşayan insanlar turizm bölgesinde olmanın sıkıntılarını yaşamaktadır.	0,537				
Turizm yerel insanlardan ziyade dışarıdan gelenlere iş imkânı sağlamaktadır.	0,527				
Turizm sektörünün mevsimselliği ekonominin istikrarını bozmaktadır.	0,509				
Kaiser-Meyer-Olkin Testi Örneklem Yeterliliği					,887
Bartlett'in Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare Değeri				7462,163
	Sd				703
	Anlamlılık				,000

6 faktör altında birleşen 38 değişkenin bütününi içerecek şekilde tüm yapının Güvenirlilik değeri (α) 0,889 çıkmıştır.

Faktörlere verilen cevapların ortalamalarının 3'e yakın değerler içerdiği ve dolayısıyla Muğla Menteşe'de yaşayan insanların turizm faaliyetlerine dair belirgin bir algılarının oluşmadığı görülmektedir. Olumsuz ekonomik etkilere yönelik daha belirgin algının olduğu ve yerel halkın turizmin ekonomik zararlarının faydalarından fazla olduğunu düşündüğü görülmektedir. Sosyo-kültürel etkiler açısından ise turizmin olumsuzluktan ziyade olumluluk oluşturduğunu düşünmektedirler. Çevre ile ilgili konularda ise turizmin hem olumlu hem de olumsuz etkilerine yönelik cevapların ortalamalarının diğer faktörlere oranla daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum, katılımcıların çevresel etkilere yönelik algılarının daha belirgin olduğu ve turizmin hem olumlu hem de olumsuz etki oluşturduğunu düşündüklerine işaret etmektedir.

Ortalamalar, yerel halkın çevresel konularda turizmin olumlu etkileri olduğuna katıldığını göstermesinin yanı sıra sosyo-kültürel etkiler konusunda da olumlu etkilerinin, olumsuz etkilere nazaran çok daha baskın olduğunu düşündüğünü göstermektedir. Başka bir ifadeyle olumlu sosyo-kültürel etkilere yönelik cevaplar olumluluk içerirken, turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkiler oluşturduğuna yönelik ifadeler "katılmıyorum / kısmen katılmıyorum" aralığında cevaplanmıştır. Dolayısıyla, sakinlerin turizmin olumsuz sosyo-kültürel etki oluşturmadığını düşündükleri ifade edilebilir. Bununla birlikte, turizmin olumsuz çevresel etkiler oluşturduğu konusunda belirgin bir algı olduğu görülmektedir. Ayrıca, turizmin ekonomik etkileri konusunda da insanların olumsuz bir bakış açısına sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Katılımcılar turizmin olumlu ekonomik etkiler oluşturduğuna "katılmazken", olumsuz ekonomik etkileri olduğuna "katılmaktadırlar". Kısaca, katılımcılar turizmin toplum ve kültür üzerinde olumlu etkiler oluşturduğunu, ekonomik açıdan ise faydadan ziyade zarar getirdiğini düşünmektedirler. Ortalamalar çevresel konularda ise Muğla Menteşe sakinlerinin turizmin hem yapıcı hem de yıkıcı etkiler oluşturduğunun farkında olduklarını vurgulamaktadır.

Faktör analizi ile belirlenen faktör yapılarının bağımlı değişken olan mutluluk algısı (Muğla merkezde yaşamaktan mutluyum) üzerinde etkin olup olmadığının belirlenmesi amacıyla Enter yöntemi üzerinden çoklu doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır (Tablo 2). Durbin-Watson ve Sig. değerleri (sırasıyla 1,752 ve <0,001) analizin istatistiki olarak güvenilir ve anlamlı olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2008).

Tablo 2: Regresyon Analizi sonuçları

Değişkenler	B	Standart Hata	Beta	Anl.
SABİT	3,236	,260		,000
Olumlu ekonomik etkiler	,012	,044	,013	,778
Olumsuz Ekonomik etkiler	,071	,058	,059	,221
Olumlu sosyo-kültürel etkiler	,143	,049	,146	,003
Olumsuz sosyo-kültürel etkiler	-,051	,048	-,051	,296
Olumlu çevresel etkiler	,103	,051	,091	,046
Olumsuz çevresel etkiler	,053	,050	,051	,288

Multiple R= ,230;
f= 5,094;

R Square= ,053;
Signif F.= <0,001

Adjusted R Square= ,043
Durbin-Watson = 1,752

Ortalama olarak 4,36 (St. sapma. 1,024) ile büyük oranda mutlu olduklarını ifade eden katılımcıların mutlulukları üzerinde turizmin etkili olup olmadığının anlaşılması amacıyla çoklu doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır. Sonuçlar olumlu sosyo-kültürel etkiler ($\beta=,146$, $p=,003$) ile olumlu çevresel etkilerin ($\beta=,091$, $p=,046$) turizm aktivitelerinin gerçekleştiği alanlardan uzakta yaşayan insanların mutluluğuna etki ettiğini göstermiştir. Olumlu sosyo-kültürel etkilerin, olumlu çevresel etkilere nazaran mutluluk üzerinde daha büyük etkisi olduğu ve her iki değişkenin katılımcıların mutluluğunun %4'lük kısmını açıkladığı (Adjusted $R^2=0,043$, $p<0,001$) tespit edilmiştir.

SONUÇ

Bu çalışmada, ekonomik anlamda turizme bağımlı olmamakla birlikte olgun turizm destinasyonlarına coğrafi anlamda yakın olan yerleşimlerde “yöre sakinleri turizmin etkilerini nasıl algılamaktadır?” ve “turizmin etkilerine yönelik algılar yerel halkın mutluluk düzeyini etkilemekte midir?” soruları araştırılmıştır. Sonuç olarak literatürdeki diğer çalışmalarla uyumlu şekilde (Dyer, vd. 2007; Gürsoy, vd. 2002), turizmin etkilerinin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel boyutlarda hem pozitif hem de negatif algılandığı belirlenmiştir. Dolayısıyla, turizm gelişiminin destinasyon ölçeğinin ötesinde çevresindeki yerleşimlerde yaşayanların da hayatlarını hem olumlu hem de olumsuz yönde etkilediği belirlenmiştir.

Sonuçlar, olumlu sosyo-kültürel etkiler ile olumlu çevresel etkilerin, çalışma alanında ikamet eden insanların mutluluğuna etki ettiğini vurgulamaktadır. Alanyazın araştırması ile turizm faaliyetlerinin, destinasyonlardan uzak yerleşimlerde yaşayan insanların mutlulukları üzerindeki etkilerine yönelik bir çalışma bulunamamıştır. Dolayısıyla sonuçların turizm destinasyonlarında yapılan diğer çalışmalar ışığında yorumlanması gerekmektedir. Çalışma sonuçları mutluluğun olumlu ekonomik, olumsuz kültürel ve çevresel etkilerin yanı sıra olumlu kültürel ve çevresel sonuçlardan etkilendiğini belirten Öztürk, vd. (2015) ile uyum göstermektedir. Turizmin ekonomik etkilerine ilişkin algıların sosyal ve kültürel etkilerine yönelik algılara nazaran yaşam memnuniyeti üzerinde çok daha etkili olduğunu belirten Kim, Uysal ve Sirgy (2013) ile farklılık arz etmektedir.

Çalışma sonuçları, yerel halkın mutluluklarını sürdürülebilir kılmak için çevre ve kültür politikalarında düzenlemeler yapılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu çerçevede, turizm planlayıcıları ve yerel yöneticilerinin kısa vadeli bakış açısının ötesinde uzun vadeli bakış açısıyla planlama pratiğinde temel bir değişim göstermesinin şart olduğu söylenebilir. Destinasyon ile çevresinde ikamet eden yerel halkın görüşleri dikkate alınarak hem planlama hem de uygulama süreçlerine yansıtılmalıdır.

Çalışmanın temel kısıtlarından birisi, örneklemin Muğla Merkez ilçe kentsel alanda ikamet eden kişilerden oluşmasıdır. Çalışma sonuçlarının benzer özellikleri taşıyan başka yerleşim yerleri veya turizm destinasyonlarına yakın kırsal alanlarda sınılanması gerekmektedir. Bu nedenle çalışma sonuçları genelleştirilemez. Ayrıca, bu çalışma ile turizm etkilerinin mutluluğa etkisi incelenmiş olup, ilişki ters şekilde de incelenmeye değerdir. Başka bir deyişle mutluluk düzeyi, turizm etkilerinin algılanmasını şekillendirebilir.

Ayrıca, çalışma sonuçları deniz-kum-güneş turizminin etkin olduğu olgunlaşmış destinasyonlara yakın bir yerleşim özelinde gerçekleştirilmiştir. Farklı gelişim evrelerini tecrübe eden ve/veya farklı turizm türlerinin geliştiği yerleşimlerde de turizmin etkilerinin algılanışı ile mutluluk ilişkisinin ikamet yerinin uzaklığı, kişisel değişkenler ve kültürel farklılıklar gibi değişkenler üzerinden test edilmesi gereklidir. Bu bağlamda gelecek çalışmalarda belirtilen farklılıklara ilişkin karşılaştırmaların yapılmasını sağlayacak daha geniş kapsamlı araştırmaların yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Abdel-Khalek, A.M. (2006). Measuring happiness by a single item scale, *Social Behavior and Personality*, 34(2), 139–150.
- Akış, S., Peristanis, N. ve Warner, J. (1996). Residents' attitudes to the tourism development: the case of Cyprus, *Tourism Management*, 17(7), 481–494.
- Andereck, K.L. ve Nyaupane, G.P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248–260.
- Ap, J. (1990). Residents' perceptions research on the social impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 610–616.
- Aref F. (2011). The effects of tourism on quality of life: a case study of Shiraz, Iran. *Life Science Journal*, 8(2), 26–30. <https://doi.org/10.7537/marslsj080211.05>
- Arıkan Saltık, I . (2017). Yerli ziyaretçilerin çevresel sürdürülebilirlik algısının belirlenmesine yönelik bir araştırma. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 1 (2), 16-28. Doi: 10.30625/İjctr.360187
- Balcı, A. (1997). *Sosyal Bilimlerde Araştırma: Yöntem, Teknik ve İlkeler*. Ankara: A.Ü. Eğitim Bilimleri Fakültesi, TDFO Bilgisayar–Yayıncılık.
- Belisle, F. J. ve Hoy, D.R. (1980). The perceived impact of tourism by residents: a case study in Santa Marta, Columbia. *Annals of Tourism Research*, 7, 83–101.
- Besculides, A., Lee, M.E. ve McCormick, P.J. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism, *Annals of Tourism Research*, 29, 303–319.
- Bimonte, S. ve Faralla, V. (2012). Tourist types and happiness: a comparative study in Maremma, Italy. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 1929–1950.
- Brida, J. G., Osti, L. ve Faccioli, M. (2011). Residents' perception and attitudes towards tourism impacts. *Tourism Management*, 54, 259–274.
- Brunt, P. ve Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26, 493–515.
- Büyükoztürk, Ş. Şekercioğlu G. ve Çokluk, Ö. (2016). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve Lisrel Uygulamaları* (4. Baskı). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Carmichael, B.A. (2006). Linking quality tourism experiences, residents' quality of life, and quality experiences for tourists. Gayle Jennings, Norma Polovitz Nickerson (Eds.). *Quality Tourism Experiences* içinde (115 - 135). Burlington, ABD: Elsevier Butterworth–Heinemann.
- Chen, Y. ve Li, X.R. (2018). Does a happy destination bring you happiness? evidence from swiss inbound tourism. *Tourism Management*, 65, 256–266.
- Choi, H. C. ve Muray, I. (2010). Resident attitudes toward sustainable community tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 575–594.

- Çalışkan, U. ve Tütüncü, Ö. (2008). Turizmin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri ve Kuşadası İlçesi Uygulaması. N. Kozak (Ed.). IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Bildiri Kitabı içinde (ss. 806 - 824) Ankara: Detay Yayıncılık
- Çımat, A. ve Bahar, O. (2003). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemi üzerine bir değerlendirme. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 6, 11-18.
- Çoban, Ö. (2018). Does tourism really affect the happiness of residents? the evidence from Turkey. *International Journal of Social Science Research*, 6(1), 18–28.
- Deccio, C. ve Baloğlu, Ş. (2002). Nonhost community resident reactions to the 2002 winter olympics: the spillover impacts. *Journal of Travel Research*, 41(1), 46–56.
- Deery, M., Jago, L. ve Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: a new research agenda. *Tourism Management*, 33(1), 64–73.
- Diener, E. (2000). Subjective well-being: the science of happiness and a proposal for a national index. *American Psychologist*, 55(1), 34–43.
- Diener, E. ve Seligman, M.E.P. (2004). Beyond money toward an economy of well-being. *Psychological Science in The Public Interest*, 5(1), 1–31.
- Doxey, G. V. (1975). A causation theory of visitor–resident irritants: methodology and research inferences. *The Impact of Tourism: Sixth Annual Conference Proceedings* içinde (ss. 195 - 198). San Diego: Travel Research Association.
- Dyer, P., Gursoy, D. Sharma, B. ve Carter, J. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on The Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28(2), 409–422.
- Faulkner, B. ve Tideswell, C. (1997). A framework for monitoring community impacts of tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 3–28.
- Filep, S. (2014). Moving beyond subjective wellbeing: a tourism critique. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 38(2), 266–274.
- Gundlach, E. ve Opfinge, M. (2013). Religiosity as a determinant of happiness. *Review of Development Economics*, 17(3), 523–539. Doi:10.1111/Rode.12047
- Gürsoy, D., Jurowski, C. ve Uysal, M. (2002). Resident attitudes: a structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79–105.
- Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: a literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*, 18(3), 251–266.
- Jurowski, C. ve Gürsoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296–312.

- Kafashpor, A. Ganji, S.F.G., Sadeghian S. ve Johnson, L.W. (2018). Perception of tourism development and subjective happiness of residents in Mashhad, Iran. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(6), 521–531. Doi:10.1080/10941665.2018.1476392
- Kalaycı, Ş. (2008). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri* (3. Baskı). Ankara: Dinamik Akademi.
- Karayolları Genel Müdürlüğü (KGM) (2018) İl-İlçe Mesafe Sorgulama. Erişim adresi <http://www.kgm.gov.tr/Sayfalar/KGM/SiteTr/Uzakliklar/ililcelerArasiMesafe.aspx>
- Kelly, C. (2012). Wellness tourism: retreat visitor motivations and experience. *Tourism Recreation Research*, 37(3), 205–213.
- Kim, H. ve Woo, E. (2014). An examination of missing links between quality of life and tourist motivation. *Tourism Analysis*, 19(5), 629–636.
- Kim, K., Uysal, M. ve Sirgy, M.J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism Management*, 36, 527–540.
- Kirilova, K. ve Lehto, X. (2015). An existential conceptualisation of the vacation cycle. *Annals of Tourism Research*, 55(1), 110–123.
- Krejcie, R.V. ve Morgan, D.W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607–610.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018). Turizm İstatistikleri. Erişim Adresi <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9851/turizm-istatistikleri.html>
- Liang, Z.X. ve Bao J.G. (2015). Tourism gentrification in Shenzhen, China: causes and socio-spatial consequences. *Tourism Geographies*, 17(3), 461–481.
- Liu, K. (2013). Happiness and tourism. *International Journal of Business and Social Science*, 4(15), 67–70.
- Lyubomirsky, S., King, L. ve Diener, E. (2005). the benefits of frequent positive affect: does happiness lead to success? *Psychological Bulletin*, 131(6), 803–855.
- Lyubomirsky, S. ve Lepper, H.S. (1999). A measure of subjective happiness: preliminary, reliability and construct validation. *Social Indicators Research*, 46, 137–155.
- Mbaiwa, J. E. (2004). The socio-cultural impacts of tourism development in the Okavango Delta, Botswana. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 2(3), 163–184.
- McCabe, S. ve Johnson, S. (2013). The happiness factor in tourism: subjective well-being and social tourism. *Annals of Tourism Research*, 41, 42–65.
- Moscardo, G. ve Murphy, L. (2016). Using destination community wellbeing to assess tourist markets: a case study of Magnetic Island, Australia. *Journal of Destination Marketing & Management*, 5, 55–64.

- Movono, A., Pratt, S. ve Harrison, D. (2015). Adapting and Reacting to Tourism Development: A Tale of Two Villages on Fiji's Coral Coast, Stephen Pratt ve David Harrison (Eds.). *Tourism in Pacific Islands: Current Issues and Future Challenges* içinde (ss. 101 – 117). Abingdon, İngiltere: Routledge.
- Nawijn, J. ve Mitas, O. (2012). Resident attitudes to tourism and their effect on subjective well-being: the case of Palma De Mallorca, *Journal of Travel Research*, 51(5), 531–541.
- Öztürk, A.B., Özer, Ö. ve Çalışkan, U. (2015). the relationship between local residents' perceptions of tourism and their happiness: a case of Kusadasi, Turkey. *Tourism Review*, 70(3), 232–242. <http://dx.doi.org/10.1108/tr-09-2014-0053>
- Pratt, S., McCabe, S. ve Movono, A. (2016). Gross happiness of a 'tourism' village in Fiji. *Journal of Destination Marketing & Management*, 5, 26–35.
- Rivera, M., Croes, R. ve Lee, S.H. (2016). Tourism development and happiness: a residents' perspective. *Journal of Destination Marketing & Management*, 5, 5–15.
- Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: a review of the research. *Tourism Management*, 42, 37–49.
- Sirgy, M. J., Kruger, P. S., Lee, D.J. ve Yu, G.B. (2011). How does a travel trip affect tourists' life satisfaction? *Journal of Travel Research*, 50(3), 261–27
- Smith, M.K. ve Diekmann A. (2017). Tourism and wellbeing. *Annals of Tourism Research*, 66, 1–13.
- Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (2015). *Çok Değişkenli İstatistiklerin Kullanımı*, (M. Baloğlu, Çev. Ed.) Ankara: Nobel Yayınevi. (Orijinal çalışma basım tarihi 2013)
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2017). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları. Erişim Adresi <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr>
- Uysal, M., Sirgy, M.J. Woo, E. ve Kim, H.L. (2016). Quality of life (QoL) and well-being research in tourism. *Tourism Management*, 53, 244–261.
- Williams, J. ve Lawson, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, 28, 269–290.
- Yaşlıoğlu, M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46(Özel Sayı), 74–85.
- Yu, C.P., Cole, S.T. ve Chancellor, C. (2016). Assessing community quality of life in the context of tourism development. *Applied Research in Quality of Life*, 11(1), 147–162. <https://doi.org/10.1007/S11482-014-9359-6>
- Zhao, W.J.R., Ritchie, B. ve Echtner, C.M. (2011). Social capital and tourism entrepreneurship. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1570–1593.