

**TURİZM FAALİYETLERİNİN YEREL HALK TARAFINDAN
NASIL ALGILANDIĞININ ANALİZİ: ADANA ÖRNEĞİ¹**

Kaan ÇEVİKER²

Doç. Dr. Ceyhun Can ÖZCAN³

ÖZET

Turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği destinasyonlar üzerinde ekonomik, sosyokültürel ve çevresel olmak üzere çeşitli etkiler görölmektedir. Bu etkilerin yerel halk tarafından nasıl algılandığının bilinmesi; ülke ve bölge turizminin geleceği açısından büyük bir öneme sahiptir. Çalışmanın amacı yerel halkın gözünden Adana’da turizm kaynaklı meydana gelen etkilerin değerlendirilmesi ve yerel halkın demografik özellikleri ile turizmin bölgede yarattığı ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkiler arasında farklılıklar olduğunun tespit edilmesidir. Bu kapsamda 239 kadın ve 261 erkek olmak üzere toplam 500 kişinin görüşü değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen veriler istatistik paket programı yardımı ile analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda; çalışma altı alt boyutta ele alınmıştır. Hipotezlerin test edilmesinde cinsiyet ve medeni hâl değerışkenleri için Mann Whitney U testi ve yaş, eğitim düzeyi, gelir düzeyi ve Adana’da yaşama süresi gibi değerışkenler içinde Kruskal Wallis H testi ile analizler yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda; demografik özellikler ile Adana’da yaşayan yerel halkın turizm algıları arasında anlamlı farklılıklara rastlanmıştır. Genel olarak Adana’da ikamet eden yerel halkın, turizmin kaynaklı meydana gelen ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilere karşı olumlu bir bakış açısına sahip oldukları ve bölgede turizmin gelişimini destekledikleri belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Adana, Yerel Halk, Turizm Algısı.

¹ Bu makale, Kaan ÇEVİKER’in Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ABD’de Doç. Dr. Ceyhun Can ÖZCAN’ın danışmanlığında hazırlamış olduğu “Turizm Faaliyetlerinin Yerel Halk Tarafından Nasıl Algılandığının Analizi: Adana Örneği” başlıklı yüksek lisans tezinden derlenmiştir.

² Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakóltesi ve Turizm İşletmeciliği Bölümü, kaanceviker01@gmail.com

³ Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakóltesi ve Turizm İşletmeciliği Bölümü, ceyhuncan5@hotmail.com

ANALYSIS OF HOW TOURISM ACTIVITIES ARE PERCEIVED BY LOCAL PEOPLE: THE CASE OF ADANA

ABSTRACT

Tourism has various economic, sociocultural and environmental impacts on the places where tourism activities are carried out. Knowing how these effects are perceived by the local community; has a great importance for the future of the country and the region's tourism. The aim of the study is to evaluate the effects of tourism- related happens in Adana from the eyes of the local people and to determine the differences between the demographic characteristics of the local people and the economic, socio-cultural and environmental impacts of tourism in the region. In this context, the answers of 500 people, 239 women and 261 men, were evaluated. The data were analyzed with the help of statistical package program. As a result of the analysis; The study is covered in six factors. The Mann Whitney U test was used to test the hypothesis and sex and marital status variables. The Kruskal Wallis H test was used for the variables such as age, education level, income level and survival time in Adana. As a result of the analysis; There were significant differences between the demographic characteristics and the tourism perceptions of the local people living in Adana. In general, it is determined that the local people residing in Adana have a positive perspective against the economic, socio-cultural and environmental impacts caused by tourism and support the development of tourism in the region.

Keywords: Adana, Local People, Tourism Perception.

GİRİŞ

Geçmişe nazaran artık ülkelerin ekonomik açıdan kalkınmaları birçok sektörü de direkt olarak etkilemektedir. Ülkelerin gelişen ekonomik yapıları ve beraberinde sağladığı kişilerin refah düzeylerindeki artış; insanların sosyalleşmeye olan ilgilerinde de artışa neden olmuştur. Bireyler sosyalleşme kapsamındaki boş zamanlarını turizm faaliyetlerine katılarak da değerlendirmektedirler. Bireylerin gelir düzeylerindeki artış, gelişmiş teknoloji, kişilerin kendilerine ayırdıkları vakitteki artış, kara yolu, hava yolu ve deniz yolu gibi ulaşım kanallarındaki imkânların artması vb. etkenler gelişen turizm sektörünün en büyük destek sağlayıcılarından. Bu sayede günümüzde artık turizm faaliyetlerine katılmak basit bir hâl almakla birlikte kişilerde gezme, yeni yerleri görme ve yeni kültürleri tanıma isteklerini arttırmıştır. Turizm faaliyetlerine genel pencereden bakıldığında; öncelik olarak turizm olayının amacı deniz, kum, güneş üçlüsü ve turistik mekanlara gitme maksadıyla gerçekleşse de bölgedeki yerel halkla ve kültürleriyle tanışmakta bölgeyi ziyaret eden turistler için önem arz etmektedir. Dolaylı yollardan da gerçekleşse bile bu açıdan bakıldığında bölgeyi ziyarete gelen turistler ve yaşamlarını bu bölgede yaşamlarını sürdüren yerel halk arasındaki etkileşimden söz etmek gerekir.

Turizm sektörü bünyesinde barındırdığı birçok avantaj nedeniyle fazlasıyla önem arz etmekle birlikte hızlı bir şekilde gelişmekte olan sektörlerin de başında gelmektedir. Turizm sektörünün; ulusal ve bölgesel ekonomilere sağladığı katkılar da yadsınamayacak derecede önemli bir yer tutmaktadır.

Ülkeler, geçmişten günümüze gelişen ve gelişmeye devam etmekte olan turizm pazarında, kendilerine daha çok yer edinebilmek için sektörel yatırımlara ağırlık vermektedirler. Bu kapsamda sektörel anlamda verimliliği ve sürekliliği sağlayabilmek temel hedefler arasında yer almaktadır. Turizm yatırımlarından verim alınabilmesi çeşitli etkenlere bağlıdır. Bu hedefler doğrultusunda yerel yönetimler, sektör çalışanlarına görevler düştüğü gibi yerel halka da birtakım görevler düşmektedir. Fakat yerel halkın teoride ve pratikte; yerel yönetimler ve sektör çalışanlarına nazaran daha az bilgi ve tecrübeye sahip olması sebebiyle öncelikle turizm algılarının ve sektörle ilgili donanımlarının belirlenmesi gerekmektedir. Bu amaçla turizm olayının bir parçası olan yerel halkı bilinçlendirme ve bilgilendirmeye yönelik hem de alanda ilgili konularda kaynak teşkil etmesi amacıyla yapılan çalışmada “turizm” genel çerçevesiyle ele alınmıştır.

1. TURİZM ÇEŞİTLERİ

Bireylerin yaşama biçimleri, zevk aldıkları şeyler, eğlenmeye yönelik tercihleri, gelirleri ve turizm faaliyetlerine ayırdıkları bütçe birbirinden farklılık göstermektedir. Bu nedenle her bireyinde turizm algısı ve turizm tercihi de birbirinden farklı olmaktadır (Susan, 2016).

İnsanlar artık sağlık sorunlarından kurtulmak için, sadece yaşadıkları ülkedeki sağlık imkânlarıyla yetinmeyip, en iyi imkân, en iyi fiyat ve en iyi hekimleri de göz önüne alarak hareket etmektedirler. Bu kapsamda tedavi ve iyileşme amaçlı, ulusal ve bölgesel olarak gerçekleştirilen her türlü seyahat “sağlık turizmi” olarak değerlendirilmektedir (Aydın, 2012). Sağlık turizmi süreç bakımından ise şöyle ifade edilmektedir; sağlık amacıyla gerçekleştirilen seyahatler bir süreye tabii olmalı ve bu süreç hasta kişilerin en az bir gün, en fazla ise bir sene kalmak koşuluyla, tedavi amaçlı farklı şehir ve ülkelere olan seyahatlerini kapsamaktadır (Akdeve, Barca & Balay, 2013).

İnanç turizmi belki de turizm çeşitleri arasında bilinen en eski turizm çeşididir. İncil’de Müslümanların yaptıkları hac ziyaretleri gibi, yıl içerisinde üçten az olmamak kaydıyla hasat festivalleri için Kudüs’e dini ziyaret gerçekleştirmekten bahseder. Dini veya inancı baz alan bu turizm türü sadece hac ziyaretiyle sınırlı değildir. Bireylerin yaşamları boyunca inanç amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatleri de bu kapsamda değerlendirilebilir (Eşitti & Kınır, 2015).

Latince “congressus” olarak kullanılan ve bu kelimedenden türetilerek türkçeye geçiş yapan kongre sözcüğü anlam olarak “bir araya gelme” ve “buluşma” kelimelerine karşılık gelmektedir. Şimdilerde ise iş dünyasında sıkça duyulan konferans, sempozyum ve seminer gibi kavramları karşılamak için kullanılmaktadır. İlave olarak Amerikan parlamentosundaki bir kesimi içinde “kongre” sözcüğünün kullanılmasından ötürü kongre anlamına gelen “convention” sözcüğü kullanılmaktadır (Garda, Kurnaz & Avcı, 2016). Kongre turizmi, bireylerin yaşamlarını sürdürdükleri yerlerden farklı yerlere, bilimsel ve mesleki alanlarda uzmanlık isteyen konular üzerinde toplanan bireylerin bilgilendirilmesi ve karşılıklı bilgi aktarımının sağlanması amacıyla gerçekleştirilen seyahat ve konaklama faaliyetleridir (Özdemir, 2014).

Gastronomi kavramı, Yunancada mide anlamına gelen gastro, kural anlamına gelen nomos kelimelerinden türeyerek kullanılmaya başlanmıştır.

Buradan hareketle gastronominin aslında yeme ve içme üzerine tüm kuralları ele aldığı ve incelediği söylenilebilir (Aksoy & Sezgi, 2015). Gastronomi; yemeklerin bilimsel, sanatsal yanlarına lezzet hazzını da ilave ederek yeme-içmenin keyfini açığa çıkarmaktadır. Son zamanlarda oldukça ilgi gören gastronomik unsurlar kültürel anlamda bir ilgi odağı olmakta ve ülkelerin yeme-içme faaliyetlerine verdikleri değer gün geçtikçe artmaktadır. Bu açıdan ele alındığında gastronomi turizmi; turistik seyahatlere katılan bireyleri cezbeden faktörlerin başında yeme-içme faaliyetlerinin yer almasıdır (Gökdeniz, Dinç & Çelik Uğuz, 2015).

Bireylerin yaşamlarını sürdürdükleri yerlerden farklı yerlere spor yapmak ve spor faaliyetlerini takip etmek amacıyla gerçekleştirdikleri turizm hareketlerine spor turizmi denir. Yapılan seyahatleri spor turizmi kapsamında değerlendirebilmek için, yapılan seyahatin turizmin açıklamasına uygun ve odak noktasında sportif gayeler yer almalıdır (Hazar, 2007). Bu tanımda da dikkat çekildiği üzere spor turizmi için üç temel etken vardır. Bunlar; spor müsabakalarında aktif olarak diğer bir deyişle oyuncu, antrenör vb. olarak yer almak, ikincisi bu müsabakalara destekçi, taraftar olarak katılmak ve son olarakta spor müsabakaları ve oyunların gerçekleştirildiği yerlere ziyaretler gerçekleştirmektir (Öztürk & Yağcıoğlu, 2002).

Ekoturizm Yunan dilindeki ev anlamına gelen “oikos” ve kelime anlamına gelen “logos” kelimelerinden türemiştir (Kuter & Ünal, 2009). Şehir hayatından, kalabalıktan ve stresten bunalan birçok doğa dostu, refah düzeyinin artması ve ulaşım imkânlarının düzelmesi ile birlikte huzurlu ve sakin bir zaman geçirmek için çareyi yeni doğal yerlerde aramakta bulmuşlardır. Böylece 1970’li yılların sonunda ekoturizm kavramı ortaya çıkmıştır (Eskin, Tuncer & Demirçivi, 2017).

Yat turizmi, insanların dinlenmek, fiziksel ve zihinsel açıdan rahatlamak, huzur ve sükûnet aradıkları, bunun yanında gezmek, eğlenmek ve spor gereksinimlerini karşılamak için tercih ettikleri bir turizm türüdür (Kınacı, Pehlivan, Albuz & Güneş, 2011). Farklı bir tanıma göre ise yat turizmi, yat adı verilen deniz araçları vasıtasıyla spor veya gezme amacıyla körfezler, koylar ve yat limanlar arasında gerçekleştirilen konaklama ve yeme içme gibi ihtiyaçlarında yat adı verilen bu ulaşım araçlarında karşılandığı bir turizm türüdür (Doğaner, 2001).

2. YÖNTEM

Bu çalışma; yerel halkın gözünden, Adana ilindeki, turizm faaliyetleri ve turizmden kaynaklı oluşan etkilerin değerlendirilmesi ve genel olarak turizme bakış açılarının tespit edilmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın evrenini, “Adana’da yaşayan yerel halk” oluşturmaktadır.

Çalışmanın örnekleme hesaplanırken, 0,05 anlamlılık düzeyinde ve 0,05 örneklem hatasında belirtilen örneklem dikkate alınmıştır. Buna göre 100.000 ile 10.000.000 arası evren büyüklüklerinde 384 sayı örnekleme için yeterli bulunmaktadır (Peker, 2017).

Bu kapsamda Adana il merkezindeki yerel halkın görüşlerini almak için 650 adet anket formu hazırlanmıştır. Bu anketlerin bir bölümü, Adana’da yaşayan yerel halkla (merkez ilçeleri Çukurova, Seyhan, Yüreğir) yüz yüze görüşülerek, geri kalan bölümü ise bölge halkına dağıtılıp tekrar toplanmak suretiyle uygulanmıştır. Araştırma sonucunda toplanan anketlerden hatalı veya eksik olanlar çıkartılmış, kalan anketler içerisinden de nizami olarak doldurulmuş olan 500 adet anket formu değerlendirmeye alınmış ve ilgili paket programa girişleri yapılmıştır.

Gerçekleştirilen literatür taraması sonucunda, çalışmada değişkenler arasındaki ilişkileri araştırmak üzere oluşturulan ana hipotez aşağıdaki şekilde oluşturulmuş olup; bütün demografik özellikler ayrı ayrı varlık ve yokluk hipotezleri şeklinde değerlendirilmiştir.

H1: Katılımcıların demografik özelliklerine göre (cinsiyet, yaş, medeni hal, eğitim düzeyi, gelir düzeyi, ikamet süreleri) turizm faaliyetlerine göre anlamlı bir farklılık vardır.

H0: Katılımcıların demografik özelliklerine göre (cinsiyet, yaş, medeni hal, eğitim düzeyi, gelir düzeyi, ikamet süreleri) turizm faaliyetlerine göre anlamlı bir farklılık yoktur.

2.1. Veri Toplama Araçları ve Verilerin Analizi

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Hazırlanan anket formları iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların; cinsiyet, yaş, medeni hal, eğitim düzeyi, gelir düzeyi ve ikamet süresi vs. demografik sorular yer almaktadır. İkinci bölümdeki sorular için Likert ölçeği kullanılarak ifadelere katılım derecesini gösteren (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, (4) Katılıyorum ve (5) Kesinlikle Katılıyorum şeklinde belirtilmesi istenmiştir. Araştırma kapsamında oluşturulan anket formlarının ikinci bölümünde ise, çalışmanın konusunu oluşturan Adana'daki turizm faaliyetleri ve etkilerini içeren ilgili alanı kapsayan sorulara yer verilmiştir. Araştırmada kullanılan anket formu Güneş (2014) ve Erdem (2017) tarafından yapılan çalışmalardan uyarlanmıştır.

3. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Yapılan istatistiksel veri analizi ile ankete katılan 500 örneklemin demografik özelliklerini gösteren tablo aşağıda verilmiştir.

Tablo 1: Araştırmaya Katılan Katılımcıların Demografik Özellikleri

	n	%
Cinsiyet		
Kadın	239	47,8
Erkek	261	52,2
Toplam	500	100,0
Yaş		
15-24	86	17,2
25-34	172	34,4
35-44	111	22,2
45-54	81	16,2
55 ve üzeri	50	10,0
Toplam	500	100,0
Medeni hal		
Evli	202	40,4
Bekar	298	59,6
Toplam	500	100,0

Eğitim		
İlkokul	47	9,4
Ortaokul	121	24,2
Lise	194	38,8
Üniversite	131	26,2
Lisansüstü ve üzeri	7	1,4
Toplam	500	100,0
Gelir		
1-1000	125	25,0
1001-2000	206	41,2
2001-3000	122	24,4
3001 ve üzeri	47	9,4
Toplam	500	100,0
Yaşam		
Doğduğumdan beri	148	29,6
1 yıldan az	12	2,4
1-5 yıl	45	9,0
6-10 yıl	42	8,4
11-15 yıl	77	15,4
16-20 yıl	67	13,4
21 yıl ve üzeri	109	21,8
Toplam	500	100,0

Bir test veya ölçek ne derece güvenilir ise ondan elde edilen veriler de o derece güvenilirlerdir. Güvenilir olmayan bir ölçek yardımıyla elde edilen veriler faydasızdır (Coşkun, Altunışık & Yıldırım, 2015). Bu nedenle Adana'daki yerel halkın turizm faaliyetlerini nasıl algıladıklarını belirlemeye yönelik ölçeğin güvenilirlik analizi Cronbach'ın Alpha katsayısı dikkate alınarak değerlendirilmiştir.

Tablo 2: Güvenirlik Analizi

α	İfade Sayısı
0,839	26

- $0,00 < \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir.
- $0,41 < \alpha < 0,60$ ise ölçek güvenilirliği düşüktür.
- $0,61 < \alpha < 0,80$ ise ölçek güvenilirliği kabul edilebilir seviyededir.
- $0,81 < \alpha < 1,00$ ise ölçek güvenilirliği yüksektir (Almaçık & İslamoğlu, 2016).

Tablo 2’de yer alan verilere göre araştırmada elde edilen 0,839’luk alfa değeri, ölçeğin güvenilirliğinin oldukça yüksek olduğunu göstermektedir

Faktör analizi, birbirleriyle ilişkili çok sayıda değişkeni bir araya getirerek az sayıda kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) bulmayı amaç edinen çok değişkenli bir istatistik olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle faktör analizi; bir grup değişkenin yapısını incelemek ve bu değişkenler arasındaki ilişkileri, faktör olarak isimlendiren çok daha az sayıdaki gruplara ayırarak, gözlenemeyen gizli değişkenler bakımından açıklamayı sağlamak amacıyla düzenlenmiş olan bir tekniktir (Büyüköztürk, 2002).

Tablo 3: Faktör Analizi

Boyutlar	Özdeğer	Varyans Oranı	Birikimli Varyans Oranı	Faktör Yükleri	Faktörlerin Cronbach’s Alpha Değerleri
Faktör 1: Olumlu Ekonomik Etkiler	8,617	34,466	34,466		0,905
Turizm, yerel halka daha fazla ekonomik kazanç sağlamaktadır.				0,862	
Turizm, yerel ekonominin canlanmasını sağlamaktadır.				0,830	
Turizm, yerel ürünlerin üretiminin artmasını sağlamaktadır.				0,820	
Turizm, yerel halk için yeni iş olanakları ortaya çıkarmaktadır.				0,807	
Turizmin gelişmesi bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır.				0,683	
Faktör 2: Olumsuz Çevresel ve Kültürel Etkiler	4,126	16,504	50,970		0,898
Doğayı (bitkiler, hayvanlar, ekosistem vb.) olumsuz etkilemektedir.				0,861	
Turizm, çevre kirliliğine (toprak, hava, su vb.) neden olmaktadır.				0,841	
Turizm, kalabalıklaşma, gürültü kirliliği vb. problemler oluşturmaktadır.				0,803	
Turizm, kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır.				0,738	
Turizm, yerel halkın şehirdeki turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır.				0,729	
Turizm, yerel halkın davranışlarını olumsuz etkilemektedir.				0,705	

Faktör 3: Olumlu Çevresel ve Kültürel Etkiler	1,663	6,652	57,622		0,865
Turizm, gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir.				0,814	
Turizm, doğal çevrenin korunmasını ve gelişimini desteklemektedir.				0,774	
Turizm, çevre bilincini arttırmaktadır.				0,770	
Turizm, tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir.				0,716	
Turizm, yerel halkın farklı kültürlerle tanışmasını sağlamaktadır.				0,447	
Faktör 4: Turizme Verilen Destek	1,393	5,571	63,193		0,934
Turizm sektörünün gelişimi için daha fazla çaba sarf edilmelidir.				0,879	
Turizm yatırımları artarak devam etmelidir.				0,846	
Turizm sektörünün gelişmesini destekliyorum.				0,830	
Faktör 5: Olumsuz Ekonomik Etkiler	1,280	5,121	68,314		0,809
Turizm, bölgedeki mal ve hizmetlerin fiyatlarını arttırmaktadır.				0,852	
Turizm, bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır.				0,840	
Turizm, yerel halk arasında kazanç eşitsizliği yaratmaktadır.				0,723	
Faktör 6: Olumlu Sosyal Etkiler	1,077	4,307	72,620		0,759
Yerel halkın boş zaman değerlendirme imkanlarını çeşitlendirmektedir.				0,798	
Turizm, yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir.				0,538	
Turizm, Adana'nın dışa açılımını sağlamaktadır.				0,492	
KMO	barlett's		p		
0,898	8471,636		0,000		

Elde edilen verilere hangi testlerin uygulanacağını belirleyebilmek için, ilk olarak verilerin normallik dağılımlarının belirlenmesi gerekmektedir. Normallik dağılımı ile ilgili uygulanan Kolmogorov-Smirnov testi sonucunda; p değerlerinin 0,05'ten küçük olduğu tespit edilmiştir. Bu veriye göre, parametrik testler için gerekli şartlar sağlanamamış ve yapılacak olan analizlerde; parametrik olmayan testlerin kullanılması uygun görülmüştür.

Bu bağlamda araştırmanın amaçlarına ulaşılabilmesi için; bağımsız iki grubun karşılaştırılmasında kullanılan Mann-Whitney U testi ve birbirinden bağımsız ikiden fazla grubun karşılaştırılmasını sağlayan Kruskal-Wallis H testi kullanılmıştır (Şahin, 2017).

Mann-Whitney U testine ilişkin bulgulara bakıldığında; cinsiyet değişkenine göre, “Olumlu Ekonomik Etkiler (p: 0,032), Olumsuz Çevresel ve Kültürel Etkiler (p:0,040) ve Olumlu Sosyal Etkiler (p:0,044)” boyutları ile ilgili görüşler arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır. Katılımcıların medeni hallerine göre Mann-Whitney U testi uygulandığında ise; “Olumlu Ekonomik Etkiler (0,003), Olumlu Çevresel ve Kültürel Etkiler (0,005) ve Olumlu Sosyal Etkiler (0,015)” boyutları ile ilgili görüşler arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Kruskal Wallis testine ilişkin bulgulara bakıldığında; katılımcıların yaş değişkenine göre, “Olumsuz Ekonomik Etkiler (p: 0,000)” boyutunun katılımcıların yaşlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların eğitim durumu değişkenine göre ise, “Olumsuz Çevresel ve Kültürel Etkiler (p: 0,000), Olumlu Çevresel ve Kültürel Etkiler (p: 0,023), Turizme Verilen Destek (p: 0,000), Olumsuz Ekonomik Etkiler (p: 0,000) ve Olumlu Sosyal Etkiler (p:0,013)” boyutlarının katılımcıların eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların gelir durumu değişkenine göre, “Olumlu Ekonomik Etkiler (p: 0,019) ve Olumsuz Ekonomik Etkiler (p:0,003)” boyutlarının katılımcıların gelir durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Katılımcıların Adana’da yaşam süreleri değişkenine göre ise, “Olumsuz Çevresel ve Kültürel Etkiler (p: 0,044) ve Olumsuz Ekonomik Etkiler (p: 0,007)” boyutlarının katılımcıların Adana’daki yaşam süresi durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizmin ülkelere sağladığı çeşitli yararlar ve gelişen yapısı ile en önemli sektörler arasında yer almaktadır. Turizm sektörü yarattığı istihdam alanları, sağladığı döviz girdisi, ülkeler arasındaki ilişkileri düzeltmedeki etkileri, bölgesel kalkınmayı teşvik eden yapısı ve ihracatı canlandırmadaki etkiler vb. özellikleri ile birçok yönden ülkelerin cazibe noktası konumundadır. Bu yüzden turizm sektörü diğer bir deyişle “bacasız sanayi” olarak da bilinmektedir. Fakat birçok faydasının yanı sıra turizm sektörünün bazı handikapları da vardır. Örnek olarak; turizm sektörünün oldukça kırılgan yapısından dolayı her türlü olumlu veya olumsuz olaydan çok çabuk etkilenebilmekte olduğunu söyleyebiliriz. Bu etkilerin de sektöre yansması turizm faaliyetlerinde yarattığı dalgalanmalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Hâl böyle olunca ülkelerde bu pazarlardaki yerlerini korumak, sürekliliği sağlamak adına çeşitli politikalar uygulamaktadırlar. Artan rekabetçi ortamda rakiplerden sıyrılmak ve kaliteyi arttırmak adına turizmin bir parçası olan yerel halka da önemli görevler düşmektedir. Yerel halk her ne kadar direkt etki etmese de yapısı gereği turizm olayının içinde yer alır.

Kültürünü, tarihini, yaşadığı yeri kısacası turizm değerlerini ve bunun yanında turizmin kendi iç yapısını, çeşitlerini ve ülke üzerindeki etkilerini bilen bir toplumun bireylerinin ülke turizmine sağlayacağı katkılar aşikardır. Bu kapsam doğrultusunda yerel halkın bilinçlendirilmesi, ülke turizmi açısından oldukça önemlidir.

Genel olarak bakıldığında, Adana’da ikamet eden katılımcıların turizmin gelişimine yönelik algı ve destekleri pozitif yöndedir. Yapılan araştırma neticesinde, söz konusu olumlu algı ve desteklerin artarak devam etmesi ve Adana turizminin daha iyi yerlere gelmesi için, ilgili taraflara birtakım öneriler getirilebilir. Bu öneriler:

- Bir bölgenin turizm bölgesi olarak anılması ve turist ağırlaması için en başta halledilmesi gereken sorunların başında bölgenin alt ve üstyapı sorunları gelir. Bu sebeple Adana’da altyapı ve üstyapı sorunlarının halledilmesinde daha kalıcı ve radikal çözümler getirilmelidir.

- Turizm sektörünün en temel sorunlarının başında gelen tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin yetersizliği Adana turizmi içinde önemli bir eksikliklerdir. Doğru planlama ve projelerle Adana turizmi daha geniş kitle hitap edebilir.

- Adana Türkiye’nin en büyük ve en gelişmiş şehirlerinden biri olmasına rağmen, şehir merkezinin yıllardır gereken önemi görememesi, modern mimariden uzak kalan bina ve yapıları, çarpık kentleşme, şehir ve bölge planlamasının çok eskilere dayanması, trafik sorunu gibi sebepler şehrin imajına gölge düşürmektedir.

- Şehirde karşılaşılan sorunlardan bir diğeri de turizm sektöründe hizmet veren işletmelerin bünyelerinde; gereğinden fazla eğitimsiz personel çalıştırmalarıdır. Turizmin gelişiminin hedeflendiği bir bölgede, işletmelerde çalışan ve istihdam edilecek nitelikli personel sayısının artması gerekmektedir.

- Belediyeler hem yerel halkı hem de Adana’ya gelen turistleri düşünerek şehre yeni rekreasyon alanları kazandırmalıdır.

- Adana turizminde rastlanan sıkıntılardan biride; örgütlenme sorunudur. Fiili olarak hizmet vermekte olan turizm örgütlerinin yetersizliği, bunun yanı sıra merkezi ve yerel yönetimler ile meslek kuruluşları arasındaki kopukluk ve iletişimsizlik turizmde yaşanan örgütlenme sorunlarının başlıca nedenlerindendir.

- Adana’daki halkın ve gelen turistlerin bilinçlendirilmesi için yürütülen çalışmaların sayılarının artırılması olarak sayılabilir.

Adana’da ikamet eden yerel halkın turizm algısı ve desteğinin araştırıldığı bu çalışmanın; gelecekte yapılabilecek benzer konudaki yerli ve yabancı araştırmalara faydalı olabileceği öngörülmektedir. Türkiye’de de farklı illerde, gerçekleştirilmiş veya gerçekleştirilecek olan benzer konudaki çalışmalar için, bir karşılaştırma olanağı sağlayarak ilgili literatüre katkı da bulunabilir.

Turizm faaliyetlerinde yalnızca yerel halk yer almamaktadır. Adana’yı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerinde turizm algılarının ölçülmesi Adana turizminin gelişmesine katkı sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- AYDIN, O. (2012). Türkiye’de Alternatif Bir Turizm; Sağlık Turizmi, *Kahraman Maraş Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 92.
- AKDEVE, E., Barca, M., & Balay Gedik, İ. (2013). Türkiye Sağlık Turizm Sektörünün Analizi ve Strateji Önerileri, *İşletme Araştırma Dergisi*, 5 (3), 66.
- AKSOY, M. & Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları, *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 3 (3), 80.
- ALNİAÇIK, Ü., & İslamoğlu, A. H. (2016). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, 5. Baskı, İstanbul: Beta Basın Yayın Dağıtım.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2002). Factoranalysis: Basic Concepts And Using To Development Scale, Educational Administraion in Theory & Practice, 47 C, 472.
- COŞKUN, R., Altunışık, R., & Yıldırım, E. (2015). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, 8. Baskı, İstanbul: Sakarya Yayıncılık.
- DOĞANER, S. (2001). Türkiye Turizm Coğrafyası, 1. Baskı, İstanbul: Çantay Kitabevi.
- ERDEM, A. (2017). *Turizm Faaliyetlerinin Yerel Halk Tarafından Nasıl Algılandığının Tespitine Yönelik Bir Çalışma: Kayseri Örneği*, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kayseri.
- ESKİN, B., Tuncer, M. & Demirçivi, B. M. (2017). Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Ekolojik Turizm: Hasan Dağı Örneği, *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9 (3), 16.
- EŞİTTİ, B. & Kınır S. (2015). Konya İli Örneğinde Kalkınma ve İnanç Turizmi, *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (12), 179.
- GARDA, B., Kurnaz A. & Avcı, H. (2016). Konya İlinin Kongre Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, 11, 2.
- GÖKDENİZ, A., Dinç, Y. & Çelik Uğuz, S. (2015). Gastronomi Turizmi: Ayvalık’ta Yerli Turistler Üzerinde Görgül Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3 (1), 16.
- GÜNEŞ, N. (2014). *Yerel Halkın Turizm Algısı ve Turizme Katılımı: Antalya Konyaaltı ve Kepez İlçesi Örneği*, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Antalya.
- HAZAR, A. (2007). Spor ve Turizm, 1. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- KINACI, B., Pehlivan Albuz N. & Güneş, S. (2011). Turizm ve Çevre, 1. Baskı, Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- KUTER, N. & Ünal, H. E. (2009). Sürdürülebilirlik Kapsamında Eko Turizmin Çevresel, Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Etkiler, *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 9 (2), 148.
- ÖZDEMİR, S. S. (2014). Kongre Ve Toplantı Otellerinin Rekabet Stratejileri: *İzmir Örneği*, VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, 474.
- ÖZTÜRK, Y. & Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5.

- PEKER, M. R. (2017). *Sosyal Medyanın Pazarlama İletişiminde Kullanımı-Twitter Mecrasında Örnek Marka Uygulaması*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- SUSAN, F. (2016). *Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü ve Balıkesir Örneği*, Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- ŞAHİN, G. (2017). *Artvin’de Yaşayan Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı Ve Tutumları Üzerine Bir Araştırma*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

ANALYSIS OF HOW TOURISM ACTIVITIES ARE PERCEIVED BY LOCAL PEOPLE: THE CASE OF ADANA

Kaan ÇEVİKER⁴

Doç. Dr. Ceyhun Can ÖZCAN⁵

EXTENSIVE SUMMARY

Compared to the past, the economic development of countries directly affects many sectors. The developing economic structures of the countries and the increase in the welfare level of the people they provide; It has also caused an increase in people's interest in socialization. Individuals also spend their free time within the scope of socialization by participating in tourism activities. Increase in income levels of individuals, advanced technology, increase in time allocated to them, increase in opportunities in transportation channels such as highway, airline and seaway and similar factors are among the biggest support providers of the developing tourism sector. In this way, although it is now simple to participate in tourism activities, it has increased the desire of people to travel, see new places and get to know new cultures. When the tourism activities are viewed from the general window; Although the purpose of tourism as a priority is to go to the sea, sand, sun trio and touristic places, it is important for the tourists visiting the region to meet the local people and their cultures. Even if it takes place indirectly, from this point of view, it is necessary to mention the interaction between the tourists who come to visit the region and the local people who live in this region. Although the tourism sector is extremely important due to its many advantages, it is also one of the rapidly developing sectors. Tourism industry; Its contribution to national and regional economies is also undeniably important. Countries focus on sectoral investments in order to gain more place for themselves in the tourism market, which has been developing and developing from the past to the present. In this context, it is among the main targets to ensure efficiency and continuity in the sectoral sense. Efficiency from tourism investments depends on various factors. In line with these goals, local administrations and sector employees have some duties as well as local people. But local people in theory and practice; Since they have less knowledge and experience compared to local administrations and sector employees, first of all, their perception of tourism and their knowledge of the sector should be determined. For this purpose, "tourism" has been handled within the general framework of the study, which aims to raise awareness and inform the local people, which is a part of the tourism event, and to create a resource for related issues in the field.

⁴ Necmettin Erbakan University Institute of Social Science

⁵ Necmettin Erbakan University Faculty of Tourism

In the first part of the study; General information about the definition of tourism concept, tourism types and effects of tourism are given. Within the scope of tourism concept; How tourism event emerged, its meaning and history are emphasized. Tourism types are included as subheadings as “health, rural, belief, congress, gastronomy, sports, culture, mountain and winter, sea, industry, yacht, hunting, plateau”. The effects of tourism are discussed under three main headings as socio-cultural effects, economic effects and environmental effects. In the second part of the study; Information on tourism, historical development, geographical location, climate, demographic structure, economy and transportation of Adana province, where the surveys will be conducted, were included. In the third part of the study; Information on the purpose and importance of the research, its scope, data collection technique, population and sample, the hypotheses, limitations, method, findings and examination of the research carried out in order to determine the perception, attitude and behavior of the local people living in Adana province towards the tourism event and developments in the sector are included. Finally, the results and recommendations are included in the study. Within the scope of this study, which aims to evaluate how tourism activities and effects arising from tourism are perceived from the eyes of local people; A survey was conducted with the local people to measure the thoughts and perceptions of the local people residing in Adana, which represents the universe of the study. As a result of the researches made for local people to perceive tourism activities and effects; Views of 500 participants, 239 women and 261 men, were evaluated. The data were analyzed with the help of statistical package program. It is seen that the study is gathered in six dimensions. Mann Whitney U test was used to test the variables of gender and marital status with the hypothesis. Kruskal Wallis H test was used for variables such as age, education level, income level and survival time of the local population in Adana. When the results of the positive economic effects dimension are examined first in the study consisting of six dimensions; Differences emerged between the perception of the positive economic effects of tourism by the local people participating in the research and the gender, marital status and income level. As the second dimension of the study, when the positive environmental and cultural effects of tourism are examined, it has been determined that there are differences between the perception of the positive environmental and cultural effects of tourism by the local people participating in the research and their marital status and education level. When the third dimension, ‘the positive social effects of tourism’, is examined, differences have emerged between the perception of the positive social effects of tourism by the local people participating in the research and the gender, marital status and education level. When the support given to tourism as the fourth dimension is examined; A difference was found between the perception of support given to tourism and the education level of the local people participating in the study. As the fifth dimension of the study, when the perceptions of the local people about the negative economic effects of tourism are examined, it has been determined that there are significant differences between the perception of the local people about the negative economic effects of tourism and their age, education level, income level and residence time. Finally, in the sixth dimension of the study, it was concluded that there are significant differences between local people’s perception of the negative environmental and cultural effects of tourism and gender, education level and residence time. In general, it has been concluded that the participants residing in Adana have a positive perception and support towards the development of tourism.

As a result of the research, some suggestions can be made to the relevant parties in order to increase the positive perception and support and to bring Adana tourism to better places. These suggestions: One of the most important problems to be solved for a region to be mentioned as a tourism region and to host tourists are the infrastructure and superstructure problems of the region. For this reason, more permanent and radical solutions should be brought in dealing with infrastructure and superstructure problems in Adana. The inadequacy of promotion and marketing activities, which are the main problems of the tourism sector, is an important deficiency in Adana tourism. Adana tourism can appeal to a wider audience with the right planning and projects. Adana despite being one of Turkey's largest and most developed city, to see the importance to many years of the city center, away from the buildings and structures of modern architecture, urban sprawl, the city and the region to withstand very old planning undermines the image of the city of reasons such as traffic problems. Another problem encountered in the city is within the structure of businesses serving in the tourism sector; they employ uneducated personnel more than necessary. In a region where the development of tourism is targeted, the number of qualified personnel working and to be employed in enterprises should increase. Municipalities should bring new recreation areas to the city, considering both the local people and the tourists coming to Adana. One of the problems encountered in Adana tourism; is a problem of organization. The inadequacy of tourism organizations, as well as the disconnection and lack of communication between central and local governments and professional organizations, are the main reasons for organizational problems in tourism. It can be counted as increasing the number of activities carried out to raise the awareness of the public and incoming tourists in Adana. In this study, which investigates the tourism perception and support of the local people residing in Adana; It is anticipated that it may be beneficial for domestic and foreign studies on similar subjects that may be conducted in the future. In different cities of Turkey, for the work it performed or to be performed on similar issues that may contribute to the literature by providing a compare. In addition, not only local people are involved in tourism activities. It is thought that measuring tourism perceptions of local and foreign tourists visiting Adana can contribute to the development of Adana tourism.