



## Turizmin Yerel Halk Üzerine Etkileri: Seyahat Acentaları Perspektifinden Bir İnceleme

*The Effects of Tourism on Residents: A Review from the Perspective of Travel Agencies*

Gülay ÖZALTIN TÜRKER<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Dr.Öğr. Üyesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, gozaltin@mu.edu.tr

Gönderilme Tarihi / Submitted : 29.12.2019

Kabul / Accepted : 03.06.2020

### Özet

Türkiye’de turizmin yerel halk üzerindeki etkilerini incelemeye yönelik pek çok nicel ve nitel çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların hemen hepsinde araştırma evreni olarak yerel halk seçilmiştir. Yerel halkın turizm etkilerini değerlendirmeye yönelik önemli bir bakış açısı sunmakla birlikte kendileri de sürecin içerisinde bulduklarından söz konusu etkileri objektif olarak değerlendiremeyecekleri düşünülmektedir. Bölgede faaliyet gösteren turizm işletmelerinin de benzer nedenle öznel değerlendirme yapacakları düşünülmektedir. Ancak kültür turları düzenleyen seyahat acentaları hem turistik bölge dışında faaliyet gösterdiklerinden hem de turizmin etkilerini süreç içerisinde gözlemleyebildiklerinden daha objektif bir bakış açısına sahip olacakları düşünülmektedir. Bu nedenle bu çalışmada turizmin yerel halk üzerindeki etkileri seyahat acentaları perspektifinden değerlendirilmiştir. Anket tekniğinin uygulandığı çalışmada 292 acentaya ulaşılmıştır. Katılımcı işletmelerden turizmin sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel etkilerini değerlendirmeleri istenmiştir. Araştırma sonuçlarında seyahat işletmeleri açısından turizmin ekonomik ve kültürel etkilerinin ön plana çıktığı tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Yerel Halk, turizmin etkileri, seyahat acentaları

### Abstract

There are many qualitative and quantitative studies to examine the effects of tourism on the residents in Turkey. In almost all of these studies residents were selected as research universes. Although the locals offer a significant perspective on evaluating the effects of tourism, it is considered that they are not able to objectively evaluate these effects, as they, themselves, are a part of the process, as well. Tourism companies operating in those regions are also expected to make subjective assessments for similar reasons. However, travel agencies operating cultural tours, should have a more objective viewpoint for both they operate outside the touristic region and they can observe the effects of tourism in the process. For this reason, in this study it is aimed to evaluate the effects of tourism on the residents from the perspective of travel agencies. 292 agencies were reached in the study in which the survey technique was applied. Participating companies were asked to evaluate the social, cultural, economic and environmental impacts of tourism. In the research results, it has been determined that the economic and cultural effects of tourism come to the fore in terms of travel businesses.

**Keywords:** Tourism, Residents, Tourism effects, Travel agency.

### GİRİŞ

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) verilerine göre 2018 yılında dünyada seyahat eden insan sayısı bir önceki yıla göre %5 artarak 1.4 milyara ulaşmıştır (UNWTO, 2019). Bu rakam uluslararası turizm hareketliliğini ifade etmekle beraber her ülkede gerçekleşen iç turizm faaliyetlerine çok daha fazla insanın katıldığı bilinmektedir. Bu denli yoğun insan hareketliliği pek çok farklı sonucu da beraberinde getirmektedir. Özellikle belirli bölgelerin aşırı ziyaretçi talebine maruz kalmaları, o bölgelerde turizm kaynaklı olumlu ve olumsuz pek çok sonucun yaşanmasına neden olmaktadır. Bu sonuçları; ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkiler başlıkları altında ele almak mümkündür. Doğal olarak turizm kaynaklı bu etkilerden en çok etkilenen kesimlerden biri de turizm bölgesinde yaşayan yerel halktır. Yerel halk, olumlu ya da olumsuz, turizm kaynaklı ortaya çıkan yeni durumla yaşamayı öğrenme zorunluluğu ile karşı karşıya kalmaktadır. Ancak turizmin yerel halk üzerindeki etkilerinin belirlenmesi ve süreç içerisinde izlenmesi turizm kaynaklı yaşanabilecek olası olumsuzluklara çözüm

bulunmasına ve yerel halkın olası olumsuzluklara karşı korunmasına olanak sağlayacaktır.

Seyahat acentaları turizm sistemi içerisinde önemli bir dağıtım kanalı aracısıdır. Kültür turlarının organizasyonu, satışı, destinasyondaki turizm hareketliliğinin yönlendirilmesi gibi önemli görevler üstlenmektedirler. Bu nedenle seyahat acentaları tur düzenledikleri destinasyonlardaki değişim ve gelişimleri dışarıdan bir göz olarak takip etme olanağına sahip oldukları düşünülmektedir. Turizm kaynaklı olası olumlu ve olumsuz gelişmeler seyahat acentalarının destinasyondaki faaliyetlerini de olumlu veya olumsuz yönde etkilemektedir. Bu nedenle acentaların turizmin destinasyondaki etkilerini takip ederek yaşanabilecek sorunlara çözüm üretmesi önem taşımaktadır.

Literatürde turizmin yerel halk üzerine etkilerini inceleyen pek çok çalışma bulunmaktadır (Mbaiwa & Stronza, 2008; Çalışkan ve Tütüncü, 2008; Zeng vd., 2009; Ayazlar, 2016). Ancak literatürde ulaşılan ampirik çalışmaların önemli bir kısmı turizm etkilerinin ölçümünde yerel halkın görüşlerine başvurma yoluna gitmiştir (Doğan ve Üngüren, 2010; Kervankıran, 2014; Denk, 2016; Sandal ve Karademir, 2016). Teknik olarak problemler olsa da bir olaydan etkilenen kesimin objektif değerlendirme yapmasının mümkün olmayacağı düşünülmektedir. Bu nedenle bu çalışma, turizmin etkilerinin incelenmesinde tarafsız bir göz olduğu varsayımıyla seyahat acentalarının görüşlerine başvurmuştur. Çalışmanın farklı bir evren üzerinde gerçekleştirilmesinin literatüre farklı bir bakış açısı kazandıracağı düşünülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın farklı örneklem tercihi nedeniyle literatüre önemli katkı sağladığı düşünülmektedir. Arıca acentaların şehir ve faaliyet süresi açısından karşılaştırılması fırsatı yakalanmıştır. Ancak TÜRSAB üyesi seyahat acentalarının kaçının kültür turu yaptığı, hangilerinin hangi bölgelere turlar düzenlediğine ilişkin bir veri bulunmamaktadır. Bu bilginin yetersizliği çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. İleride yapılacak çalışmalarda belirli bir destinasyona sadece kültür turu düzenleyen acentaların evren olarak tercih edilmesi daha spesifik sonuçların alınmasına katkı sağlayacaktır.

## LİTERATÜR TARAMASI

1841 yılında Thomas Cook'un gerçekleştirdiği ilk toplu seyahatle başlayan kitlesel turizm hareketi 1945 yılında İkinci dünya savaşının sona ermesiyle birlikte dünya genelinde yayılan barış ortamı ve askeri ulaşım ağlarının sivil ulaşımın hizmetine

sunulması sayesinde seyahatin daha konforlu ve ekonomik hale gelmesi gibi nedenlerle birlikte farklı bir boyut kazanmıştır (İçöz, 2014). Bu tarihten itibaren, başta Avrupa olmak üzere, insanlar giderek artan bir şekilde kitleler halinde başka coğrafyaları ziyaret etme eğilimi göstermeye başlamışlardır. Gerçekleştirilen bu kitlesel seyahatlerin ziyaret edilen bölgelerde bir takım etkilerinin olmaması düşünülemez. Çok sayıda turistin aynı bölgeyi kitlesel olarak seyahat etmesi nedeniyle ortaya çıkabilecek bu etkiler pek çok araştırmacının ilgi alanına girmiştir.

Ulusal ve uluslararası literatürde turizmin yerel halk üzerine etkilerini farklı açılardan inceleyen çok sayıda çalışmaya ulaşmak mümkündür. Araştırma kapsamında ulaşılabilen en erken çalışmalardan biri Foster'ın (1964) çalışmasıdır. Turizmin özellikle ekonomik etkileri üzerinde yoğunlaşan yazar, çalışmasında turizmin ekonomisi nispeten daha iyi durumda olan ülkelerden ekonomisi zayıf olan ülkelere doğru gerçekleşen bir hareket olduğu ve bu hareketin bir takım olumlu ve olumsuz ekonomik etkileri olabileceği üzerinde durmuştur. Ancak günümüzde kültürün metalaşması, geleneklerin ticarileşmesi gibi başlıklarla kavramsallaştırılan ve eleştirilen bir takım sonuçlar araştırmacının çalışmasında olumlu sonuçlar olarak nitelendirilmiştir. Balıkesir'in Erdek ilçesi ile Ankara'nın Kalecik ilçelerini turizmin sosyal ve ekonomik etkileri üzerinden karşılaştıran Eralp'in (1974) çalışması ise ulusal literatürde karşılaşılan öncü çalışmalardan biridir.

Cohen (1979) "Rethinking The Sociology of Tourism" başlıklı çalışmasında turizmin ekonomik olumlu etkilerinin kimi araştırmacıların ifade ettiğinin aksine yerel halk açısından çok da yüksek olmayabileceğini belirtmektedir. Yazar, ekonomik etkilerden çok turizm nedeniyle ortaya çıkabilecek sosyal ve kültürel olumsuzlukların göz ardı edilmemesi gerektiğini ifade etmiştir. Yazar, çalışmasında, turiste olumlu ve olumsuz olmak üzere iki temel bakış açısı olduğunu, ancak turizmin sadece olumlu ya da sadece olumsuz özelliklerinin olmayacağını belirterek turizmin tüm etkilerinin birlikte değerlendirildiği yeni bir bakış açısı ortaya konulması gerektiğini savunmuştur.

Alanda öncü çalışmalardan birini gerçekleştiren Doxey (1975) İritasyon (Kızgınlık) İndeksi'ni geliştirmiştir. Araştırmacı, modelinde, yerel halkın turiste bakış açısının bölgeye gelen turist sayısı ile ters orantılı olduğunu ifade etmektedir. Kızgınlık İndeksi'ne göre destinasyona gelen ilk ve az sayıda turistlere karşı yerel halk gayet misafirperver davranmakta ve mutlu olmaktadır. Ancak zaman geçtikçe ve turist sayısı arttıkça bu mutluluk hali önce turiste karşı ilgisizliğe, daha sonra turistten rahatsızlığa

dönmektedir. Turist sayısının giderek artması durumunda ise yerel halkın kızgınlık, öfke tepkileri ortaya çıkmaktadır. Doxey'in teorisinin günümüzde de halen geçerli olduğunu ifade etmek mümkündür. Zira başta İspanya olmak üzere son yıllarda Aşırı turizm (over tourism) olarak literatürde yer almaya başlayan (Seraphin, Sheeran ve Pilato, 2018), destinasyondaki ziyaretçi sayısının fazlalığı nedeniyle yerel halkın turistlere fiili eyleme varan tepkileri söz konusu olabilmektedir.

Turist ve yerel halk arasındaki ilişkiyi destinasyonun yaşam döngüsü üzerinden açıklamaya çalışan Butler'de (1980) Doxey'e (1975) benzer şekilde destinasyonun yaşam döngüsü içerisinde yerel halkın turizme ve turiste bakış açısının değiştiğini ifade etmektedir. Özellikle ekonomik faktörler nedeniyle ilk aşamalarda turist sayısı arttıkça yerel halkın turiste ve turizme karşı olan tutumu pozitif yönde artmaktadır. Yerel halk daha fazla turist gelmesinden daha çok memnun olmaktadır. Ancak destinasyonun yaşam döngüsü içerisinde 'doygunluk' seviyesine gelindiğinde yerel halk da turistten ve turizm faaliyetlerinden rahatsız olmaya başlamaktadır. Bu aşamada yerel halk, turistlerin günlük yaşamlarını olumsuz yönde etkilediklerini düşünmeye başlamaktadırlar. Butler (1980) çalışmasında, yerel halkın turizme ve turiste karşı olumsuz tavrının turizmin etkileri konusunda bilinç düzeyinin artırılmasıyla aşılabileceğini ifade etmektedir.

Pizam ve Milman (1986), turizmin sadece ekonomik bir fenomen olmadığını, sosyal, kültürel ve çevresel yönlerinin de bulunduğunu ifade ettikleri çalışmalarında turizmin sosyal etkileri üzerinde durmuşlardır. Araştırmacılar, turizmin yerel halk üzerindeki sosyal etkilerinin altı temel başlık altında toplanabileceğini ifade etmektedirler. Bu etkiler; demografik, mesleki, kültürel, normların dönüşümü, tüketim düzeninin değiştirilmesi ve çevre üzerine etki olarak sıralanmaktadır. Araştırmacılar turizmin sosyal etkilerinin ölçülmesi amacıyla genel bir metodoloji geliştirilmesi gerektiği üzerinde durmuşlar, bu sayede uluslararası karşılaştırmalı çalışmaların yapılabileceğini ifade etmişlerdir.

Literatürde turizmin yerel halk üzerindeki etkilerini ölçen kavramsal (Oğuzbalaban,2017), nicel (Çetin, 2009; Gümüş ve Özüpekçe, 2009; Doğan ve Üngüren, 2010; Kervankıran, 2014; Özeltin Türker ve Türker, 2014) ve nitel (Deniz, 2016; Mesci ve Dönmez, 2016; Ayazlar, 2017) pek çok çalışma bulunmaktadır. Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde turizmin yerel halk üzerindeki etkilerinin genel olarak; kültürel,

sosyal, ekonomik ve çevresel etkiler başlıkları altında toplanabileceğini ifade etmek mümkündür.

**Kültürel Etkiler:** “Bir toplumun birlikte yarattığı maddi ve maddi olmayan bütün değerler ile bu değerleri yaratmada, sonraki nesillere aktarmada kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü” olarak tanımlanan kültür kelimesinin Türkçe karşılığı ‘ekin’dir (www.tdk.gov.tr). Bir bölgede yaşanan turizm faaliyetleri, o bölgenin farklı kültürlerden insanların ziyaret ve etkilerine açık olmaları anlamına gelmektedir. Farklı kültürlerin karşılaşması, yerel kültür ile ziyaretçi kültürü arasında bir etkileşimin doğmasına neden olacaktır (Güdü Demirbulat, 2012). Bu etkileşim olumlu olabileceği gibi yerel halkın ‘kültürel öykünme’ eğilimine girmesiyle kültür dejenerasyonuna da neden olabilecektir (Lee & Hsieh, 2016). Diğer taraftan, kültürel unsurların turistik ürünler haline dönüştürülmeleri kaybolmaya yüz tutmuş gelenek ve zanaatların korunmasını sağlayabileceği gibi kültürün metalaşması sorununu da beraberinde getirebilecektir (Akış Roney, 2018).

**Sosyal Etkiler:** Kimi kaynaklar turizmin etkilerini sıralarken sosyal ve kültürel etkileri tek bir başlık altında toplayarak ‘sosyo-kültürel etkiler’ altında incelemektedir (Kuter ve Ünal, 2009; Bertan, 2010). Ancak yukarıda belirtilen kültürel etkilerden farklı olarak sosyal etkilerin ayrı bir boyut altında toplanmasının daha uygun olacağı düşünülmektedir. Zira ‘sosyal etkiler’ başlığı altında; suç oranlarında artış, toplumun yaşam tarzında değişimler, aile bağlarının zayıflaması, değer ve inanç yapısında değişimler gibi olgular ele alınmaktadır (Çakır, 2019).

**Ekonomik Etkiler:** Turizmin yerel halk üzerine etkilerinde en çok incelenen boyutlardan biri ekonomik etkilerdir. Turizm faaliyetlerinin, başta istihdam olanaklarının artması olmak üzere, bölge ekonomisinde olumlu etkileri söz konusudur (Holzner, 2011). Turizm faaliyetleri sayesinde destinasyonda doğrudan, dolaylı ve uyarılmış istihdam olanakları söz konusu olmaktadır (Akış Roney, 2018). Turizm faaliyetleri sayesinde destinasyonda yatırımların artması ve yeni iş olanaklarını ortaya çıkmasıyla birlikte bölge ekonomisi canlanmaktadır (Bajonic & Lo, 2016). Ancak mevsimsellik nedeniyle sürekli istihdamın sağlanamaması, bölgesel enflasyonun ortaya çıkması, yabancı sermaye ağırlıklı bir

ekonominin oluşması (İşçi, 2019) gibi turizm nedeniyle ortaya çıkabilecek olumsuz ekonomik etkilerin de olabileceği göz ardı edilmemelidir.

**Çevresel Etkiler:** Turizm faaliyetleri, faaliyetlerin gerçekleştirildiği çevre üzerinde bir takım baskılar oluşturmaktadır. Bu baskıların başında doğal kaynakların kullanımında yaşanan artışlar gelmektedir (Paramati vd., 2017). Örneğin turizm bölgelerinde özellikle yüksek sezonlarda aşırı tatlı su tüketimi sorun ortaya çıkmaktadır. Ayrıca turizm faaliyetlerini geliştirmek amacıyla yapılan alt ve üst yapı çalışmaları doğal çevreye zarar verebilmektedir (Atabey, 2019). Örneğin golf tesislerinin kurulması amacıyla doğal çevrede bulunan çok sayıda ağacın kesilmesi söz konusu olabilmektedir. Bununla birlikte konaklama işletmelerinden çıkan atıkların yönetimi de başlı başına sorun olarak ortaya çıkmaktadır (Azam vd., 2018). Ancak diğer taraftan taşıma kapasiteleri dikkate alınarak ve çevre bilinci öncelenecek yapılan turizm faaliyetlerinde doğal çevrenin korunması söz konusu olabilmektedir.

Literatürde turizmin yerel halk üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar bu dört temel boyut çerçevesinde şekillenmektedir. Kimi çalışmalar bu boyutlardan sadece birini ele alırken kimi çalışmalar boyutların tamamını beraber değerlendirme yoluna gitmişlerdir. Kimi çalışmalarda ise, yukarıda da ifade edildiği gibi ‘sosyo-kültürel’, ‘sosyo-ekonomik’ gibi birleştirmelerle boyutların tek bir başlık altında ele alındığı görülmektedir. Ancak ister nitel, ister nicel yapılmış olsun, literatürde yer alan çalışmaların tamamında turizmin yerel halk üzerine etkilerini ölçmek üzere belirlenen araştırma evreninin yerel halk olduğu tespit edilmiştir. Literatür incelemesinde bu genellemenin dışında kalan tek çalışmanın Özalpın Türker (2018) tarafından gerçekleştirilen ‘Turizmin Yerel Halk Üzerine Etkileri: Turist Rehberleri Perspektifinden Bir Değerlendirme’ başlıklı çalışma olduğu tespit edilmiştir. Etkileyen-etkilenen ilişkisi içerisinde gerçekleştirilen çalışmalarda etkilerin etkilenen tarafından değerlendirilmesinin objektif sonuçlar ortaya koymayacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla etkiler incelenirken üçüncü bir tarafsız gözün daha sağlıklı değerlendirmeler yapacağı muhakkaktır. Bu bağlamda, bu çalışmada turizmin yerel halk üzerine etkileri incelenirken araştırma evreni tarafsız göz ‘seyahat acentaları’ olarak belirlenmiştir.

## AMAÇ VE YÖNTEM

Araştırmanın temel amacı turizmin yerel halk üzerindeki etkilerinin seyahat acentaları perspektifinden ortaya koymaktır. Bununla birlikte turizmin yerel halk üzerindeki etkileri konusunda seyahat acentalarının faaliyet süreleri, müşteri profilleri ve faaliyette buldukları şehirler açısından anlamlı farklılıklar bulunup bulunmadığının tespit edilmesi araştırmanın alt amaçlarını oluşturmaktadır. Bu amaçların yerine getirilebilmesi için nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniğine başvurulmuştur. Araştırmada güvenilirlik ve geçerliliği sağlamak adına yeni ölçek geliştirmek yerine daha önce literatürde kullanılmış ölçekler incelenmiştir. Bu bağlamda Yoon vd. (2001) tarafından geliştirilen ve daha sonra Cengiz ve Kırkbir (2007) ve Özalpın Türker ve Türker (2014) tarafından kullanılan ölçeğin çalışmaya uyarlanmasına karar verilmiştir. 16 ifadeden oluşan ölçeğe tanımlayıcı verileri ölçen 4 sorunun da ilave edilmesiyle birlikte 20 soruluk bir anket elde edilmiştir. Araştırma evreni olarak TÜRSAB üyesi seyahat acentaları seçilmiştir. Araştırma tarihinde 10297 kayıtlı seyahat acentası bulunmaktadır. TÜRSAB genel merkezinden üye seyahat acentalarının e-posta adresleri talep edilmiş, 8350 acenta e-posta adresine ulaşılmıştır. 2019 Mart ve Nisan aylarında 5 gün arayla üç defa tekrarlanmak suretiyle tüm adreslere e-posta gönderilmiştir. Ancak bu süreçler bazı adreslerin yanlış olduğu, bazılarının ise aktif kullanılmadığı anlaşılmıştır. Sonuç olarak 7500 adrese e-postaların iletildiği tespit edilmiştir. E-posta gönderilen acentalardan 292 analiz edilmeye uygun geri dönüş sağlanmış ve elde edilen örneklem büyüklüğünün uygulanmak istenen analizler için yeterli olduğuna karar verilmiştir.

## BULGULAR

Araştırmaya katılan seyahat acentalarının faaliyet süreleri incelendiğinde 3 yıl ve daha az süredir faaliyette olanların sayısının 23 (%7,9), 4-6 yıl arası süredir faaliyette olanların 73 (%25) 7-10 yıl arası süredir faaliyette olanların sayısının ise 64 (%21,9) olduğu görülmektedir. Katılımcı işletmelerin büyük çoğunluğunun faaliyet süresi ise 11 yıl ve üzeri olarak gerçekleşmiştir (n=132, %45,2). Katılımcı işletmelere müşteri profillerine ilişkin soru yöneltildiğinde ise “sadece yerli” müşteri ile çalışanlar işletmelerin %25 ile en yüksek orana sahip olan grup olduğu, “yoğunlukta yerli” müşteri ile çalışanların oranının ise %24,3 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Bu iki grup tüm



katılımcıların neredeyse yarısını oluşturmuştur. Yoğunlukta yabancı müşteri ile çalıştığını ifade eden grup ise %18,2'lik oran ile üçüncü sırada yer almıştır.

**Tablo 1.** Tanımlayıcı Veriler (n/292)

<b>Faaliyet Süresi</b>	<b>f</b>	<b>%</b>	<b>Müşteri Profili</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
0-3 yıl arası	23	7,9	Sadece Yerli	73	25,0
4-6 yıl arası	73	25,0	Sadece Yabancı	34	11,6
7-10 yıl arası	64	21,9	Yoğunlukta Yerli	71	24,3
11 yıl ve üzeri	132	45,2	Yoğunlukta Yabancı	61	20,9
			Yerli-Yabancı Dengeli	53	18,2
<b>Şehir</b>	<b>f</b>	<b>%</b>	<b>Tur Düzenlenen Bölgeler</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
İstanbul	104	35,6	Akdeniz Bölgesi	84	28,76
Ankara	44	15,1	Karadeniz Bölgesi	68	23,28
Antalya	58	19,9	Marmara Bölgesi	65	22,26
İzmir	15	5,1	Ege Bölgesi	62	21,23
Bursa	13	4,5	İç Anadolu Bölgesi	56	19,17
Gaziantep	6	2,1	G.Doğu Anadolu Bölgesi	29	9,93
Diğer	52	17,7	Doğu Anadolu Bölgesi	17	5,82

Tablo 1, katılımcı işletmelerin faaliyette buldukları şehirler açısından incelendiğinde ise İstanbul'un 104 (%35,6) işletme ile ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Antalya işletmelerinin oranı %19,9, Ankara işletmelerinin oranı ise %15,1 olarak gerçekleşmiştir. Diğer grubunda yer alan şehirler ise; Adana, Aydın, Muğla (5), Nevşehir, Mersin (4), Balıkesir, Bolu, Diyarbakır, Hatay (3), Amasya, Eskişehir, Denizli, Elazığ (2), Çanakkale, Ağrı, Adıyaman, Batman, Gümüşhane, Bitlis, Erzincan, Afyon ve Erzurum (1) olmuştur.

Tablo 1'in son bölümünde ise acentaların yoğunlukta tur düzenledikleri bölgelere yer verilmiştir. Bu bölümde acentaların birden fazla bölgeye tur düzenlemeleri söz konusu olduğundan birden fazla seçeneği işaretleme şansı tanınmıştır. Tablo incelendiğinde, katılımcıların en çok Akdeniz Bölgesi'ne (%28,76) tur düzenledikleri, bu bölgeyi %23,28'lik oran ile Karadeniz Bölgesi'nin takip ettiği görülmektedir. İstanbul gibi en çok turist çeken şehrimizi içinde bulunduran Marmara Bölgesi ise %22,26'lık oranla üçüncü sırada yer almıştır. Güney Doğu Anadolu (%9,93) ve Doğu Anadolu (%5,82) bölgelerine ise tur düzenleme yoğunluğunun düşük olduğu gözlemlenmiştir.

**Tablo 2.** İfadelere İlişkin Aritmetik Ortalamalar

	A.O.	S.S.
Turizm, turistik bölgenin ekonomisini canlandırıyor.	4,70	,87
Turizm, turistik bölge için daha fazla istihdam sağlıyor.	4,65	,86
Turizm, turistik bölgeye daha fazla yatırımın gelmesini sağlıyor.	4,50	,96
Turizm sayesinde yerel halkın farklı kültürleri daha iyi anlama şansı oluyor.	4,31	1,09
Turizm, turistler ve yerel halk arasındaki kültür alışverişini artırıyor.	4,28	1,14
Turizm, bölgede yerel halkın değişik kültürel aktivitelere katılmasına olanak sağlıyor.	4,16	1,05
Turizm bölgenin kültürel kimliğinde olumlu etkiler meydana getiriyor.	4,10	1,07
Turizm daha fazla park ve eğlence alanlarının açılmasını sağlıyor.	4,03	1,15
Turizm trafik yoğunluğuna neden oluyor.	2,67	1,40
Kamu için turistik tesis geliştirme maliyeti çok fazladır.	2,51	1,32
Turizm çevre kirliliğine neden oluyor.	2,13	1,32
Turizm tarihi dokuya zarar veriyor.	2,08	1,33
Turizm, turistik bölgede suç oranını artırıyor.	1,76	1,14
Yerel halk turizm destinasyonu içerisinde yaşamaktan mutlu değildir.	1,65	1,06
Turizm nedeniyle yerel halkın sosyal yaşamı olumsuz yönde etkileniyor.	1,64	1,04
Turizm toplumumuzda yıkıcı etkiler oluşturuyor.	1,41	,96

Tanımlayıcı verilerden sonra katılımcıların ölçek ifadelerine verdikleri cevapların aritmetik ortalamaları incelenmiştir. Ortalamalar incelendiğinde, katılımcıların turizmin ekonomik, olumlu etkileri üzerinde duran ifadelere en yüksek katılımı gösterdikleri tespit edilmiştir. İlk üç sırada yer alan ifadelerin tamamı ekonomik etkilere ilişkin ifadeler olmuşlardır. Ortalamaları en düşük ifadeler ise turizmin sosyal, olumsuz etkilerinde gerçekleşmiştir. Son üç ifade incelendiğinde söz konusu ifadelerin hepsinin turizmin sosyal olumsuz etkileri hakkında olduğu görülmektedir. Bu verilerden hareketle, katılımcıların turizmin olumlu ekonomik etkileri olduğunu düşünürken, sosyal olumsuz etkilerinin söz konusu olmadığını düşündükleri sonucuna varılabilir.

Ölçek ifadelerinin faktör analizine uygunluğunun ölçülebilmesi için öncelikle KMO (,86) ve Barlett's Testleri (,00) gerçekleştirilmiştir. Her iki testin sonuçlarından hareketle verilerin faktör analizine uygunluğuna karar verilmiştir. Faktör analizinde her hangi bir faktörü %40'ın üzerinde açıklamayan ve iki faktörü de birbirine yakın oranlarda açıklayan iki ifadenin analizden çıkarılmasına karar verilmiştir. Analizden çıkarılan ifadeler; *“Turizm daha fazla park ve eğlence alanlarının açılmasını sağlıyor”* ve *“Kamu için turistik tesis geliştirme maliyeti çok fazladır”* ifadeleridir. Geri kalan 14 ifadenin dört faktör altında toplandığı ve elde edilen bu faktörlerin de literatürle örtüştüğü tespit edilmiştir (Yoon vd., 2001; Cengiz ve Kırkbir, 2007; Özalpın Türker ve Türker, 2014). Elde edilen faktörleri oluşturan ifadelerin içeriği ve literatür doğrultusunda faktörlere sırasıyla; “Kültürel Etkiler”, “Ekonomik Etkiler”, “Sosyal Etkiler” ve “Çevresel Etkiler” isimleri verilmiştir. Ölçeğin güvenilirliğini ölçmek amacıyla her bir faktörü oluşturan ifadeler ayrı ayrı ve ölçeğin tamamı ayrıca olmak üzere toplam beş güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiştir. Alpha değerleri incelendiğinde en düşük değer %71 olması nedeniyle ölçeğin güvenilir olduğu sonucuna varılmıştır. Ölçeğin toplam varyansı açıklama oranı ise %70,18 olarak gerçekleşmiştir.

Faktörler tespit edildikten sonra, faktörleri oluşturan ifadelerin aritmetik ortalamaları alınarak sıralı hale getirilmeleri ve böylece faktör değişkenlerinin elde edilmesi sağlanmıştır. Daha sonra, bu yolla elde edilen dört faktöre ilişkin değişkenlerin tanımlayıcı verilere göre karşılaştırılması gerçekleştirilmiştir. Tablo 4’de söz konusu dört faktörün katılımcı işletmelerin faaliyet süreleri açısından karşılaştırılmalarına ilişkin varyans analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Analizi sonuçları incelendiğinde, “kültürel etkiler” faktörü için en yüksek ortalamaya 4,36 ile 11 yıl ve daha uzun süredir faaliyette

bulunan işletmelerin sahip olduğu, buna karşın “ekonomik etkiler” faktöründe 0-3 yıl arası grubun 4,75 ile öne çıktığı görülmektedir. Bu iki faktörü oluşturan ifadeler olumlu anlam yüklü olduklarından bu faktörlerde ortalamaların yüksek olması, katılımcıların olumlu etkiler olduğuna yönelik düşünceleri olduğunu göstermektedir. Sosyal ve çevresel etkilerde ise ifadeler olumsuz olduğu için en yüksek ortalamalar, olumsuz sosyal ve çevresel etkilerin varlığına daha çok inanan grupları işaret etmektedir. Sosyal etkiler faktöründe en yüksek ortalama 1,76 ile 4-6 yıl arası gruba, çevresel etkilerde ise 2,42 ile 7-10 yıl arası gruba ait olmuştur.

**Tablo 3.** Faktör Analizi

	A.O.	S.S.	Faktör Yükü	Öz Değer	Açıklanan Varyans	C. Alpha
<b>Kültürel Etkiler</b>				31,89	21,38	,88
KE1	4,16	1,05	,878			
KE2	4,31	1,09	,875			
KE3	4,28	1,14	,838			
KE4	4,10	1,07	,758			
<b>Ekonomik Etkiler</b>				15,57	17,75	,85
EE1	4,65	,86	,905			
EE2	4,70	,87	,855			
EE3	4,50	,96	,792			
<b>Sosyal Etkiler</b>				12,62	17,00	,75
SE1	1,41	,96	,849			
SE2	1,76	1,14	,722			

SE3	1,64	1,04	,720		
SE4	1,65	1,06	,687		
<b>Çevresel Etkiler</b>				10,11	14,05
ÇE1	2,13	1,32	,843		
ÇE2	2,67	1,40	,826		
ÇE3	2,08	1,33	,675		

*KMO: ,86; Barlett's Test of Sphericity: ,00; Kümülatif Açıklanan Varyans: % 70,18; C.Alpha: ,74*

**Tablo 4.** Faktörlerin Faaliyet Süresi Açısından Karşılaştırılması

	n	KÜLTÜREL EKONOMİK		SOSYAL		ÇEVRESEL			
		A.O	S.S	A.O	S.S	A.O	S.S		
0-3 yıl arası	23	4,06	,91	4,75	,46	1,75	,94	2,01	,90
4-6 yıl arası	73	4,03	,76	4,58	,57	1,76	,76	2,40	1,20
7-10 yıl arası	64	4,16	1,18	4,35	1,17	1,69	,86	2,42	1,23
11 yıl ve üzeri	132	4,36	,89	4,72	,68	1,47	,75	2,22	,95
<b>Toplam</b>	292	4,21	,94	4,61	,79	1,61	,80	2,29	1,08
<b>p</b>			,07		,01		,06		,29

Tablo 4, varyans analizi açısından incelendiğinde, “ekonomik çevre” faktöründe anlamlı farklılık görüldüğü ( $p < ,05$ ) tespit edilmiştir. Anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında gerçekleştiğini tespit etmek amacıyla Scheffe Testi yapılmıştır. Test sonucuna göre 7-10 yıl arası grup (4,35) ile 11 yıl ve üzeri (4,72) grubu arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçtan hareketle, turizmin olumlu ekonomik etkileri

konusunda iki grup arasında farklılık olduğu, 7-10 yıl arası grubun bu etkilere inanmadığı ifade edilebilir.

Tablo 5’de katılımcıların müşteri profilleri açısından faktörlere katılım derecelerinde anlamlı bir farklılık olup olmadığının ölçülmesi amacıyla gerçekleştirilen varyans analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Tablo öncelikle aritmetik ortalamalar açısından incelenecek olursa; kültürel etkiler faktörü için en yüksek ortalamaya “yoğunlukta yerli” (4,37) müşterilerle çalışanların sahip olduğu görülmektedir. Ekonomik faktörlerde ise en olumlu bakış açısı “sadece yabancı” (4,86) müşterilerle çalışanlarda gerçekleşmiştir. Sadece yabancı müşterilerle çalışanlar aynı zamanda sosyal etkiler faktörü için de en düşük (1,45) ortalamaya sahip olmuşlardır. Bu sonuç, bu grubun turizmin sosyal olumsuz etkileri olduğuna da inanmadıklarını göstermektedir. Çevresel etkilerde ise en düşük ortalama 2,07 ile “yoğunlukta yerli” müşterilerle çalışan acenta grubunda gerçekleşmiştir.

**Tablo 5.** Faktörlerin Müşteri Profili Açısından Karşılaştırılması

		KÜLTÜREL		EKONOMİK		SOSYAL		ÇEVRESEL	
	n	A.O	S.S	A.O	S.S	A.O	S.S	A.O	S.S
Sadece yerli	73	4,04	1,11	4,57	,92	1,53	,68	2,44	1,24
Sadece yabancı	34	4,08	1,15	4,86	,28	1,45	,84	2,17	,76
Yoğunlukta yerli	71	4,37	,79	4,40	1,10	1,61	,80	2,07	1,01
Yoğunlukta yabancı	61	4,21	,89	4,74	,42	1,61	,78	2,32	,98
Yerli-Yabancı dengeli	53	4,31	,75	4,64	,56	1,84	,92	2,41	1,18
<b>p</b>			,24		,03		,17		,25

Tablo 5 varyans analizi açısından incelendiğinde, faaliyet sürelerinde olduğu gibi, anlamlı farklılığın “ekonomik etkiler” faktöründe gerçekleştiği tespit edilmiştir ( $p<,05$ ). Söz konusu faktörde “sadece yabancı” müşterilerle çalışanlar ile “yoğunlukta yerli” müşterilerle çalışan gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. “yoğunlukta yerli”

(4,40) müşterilerle çalışan grup aynı zamanda turizmin olumlu ekonomik etkileri olduğuna en az inanan grup olmuştur.

**Tablo 6.** Faktörlerin Şehirler Açısından Karşılaştırılması

		KÜLTÜREL		EKONOMİK		SOSYAL		ÇEVRESEL	
	n	A.O	S.S	A.O	S.S	A.O	S.S	A.O	S.S
Ankara	44	4,03	1,09	4,38	1,01	1,92	,80	2,55	1,39
İstanbul	104	4,38	,91	4,64	,84	1,43	,66	2,28	,98
İzmir	15	3,91	,98	4,71	,54	1,26	,37	2,68	,97
Antalya	58	4,24	,84	4,77	,40	1,74	,90	2,34	1,08
Bursa	13	4,07	1,09	4,69	,63	1,73	,92	2,20	,96
Diğer	58	4,12	,91	4,54	,87	1,64	,88	1,98	,98
<b>p</b>			,20		,24		,00		,09

Araştırmada son olarak seyahat acentalarının faaliyette buldukları şehir açısından faktörlere katılım derecelerinde anlamlı bir farklılık bulunup bulunmadığı analiz edilmiştir. Tablo 6 aritmetik ortalamalar açısından incelenecek olursa, kültürel etkiler için en yüksek ortalama İstanbul (4,38) acentalarının sahip olduğu görülmektedir. Ekonomik etkilerde Antalya (4,77), sosyal etkilerde Ankara (1,92) ve çevresel etkilerde ise İzmir (2,68) ön plana çıkan şehirler olmuşlardır. Varyans analizi sonucunda sosyal etkiler faktöründe; İstanbul ve Ankara acentaları arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $p < ,05$ ). Aritmetik ortalamalar incelendiğinde Ankara acentalarının turizmin sosyal olumsuz etkileri olduğuna ilişkin görüşlerinin ağır bastığını ifade etmek mümkündür.

## SONUÇ

Çalışmada turizmin yerel halk üzerine etkileri seyahat acentaları perspektifinden incelenmiştir. Destinasyonu dışarıdan gözleme fırsatına sahip turizm paydaşlarından

biri olarak seyahat acentalarının turizmin etkilerini daha objektif değerlendireceği varsayımından hareket edilmiştir. Bu bağlamda araştırmadan elde edilen ilk önemli sonuç, katılımcıların turizmin ekonomik etkileri konusundaki yüksek katılım düzeyleridir. Bu sonuç aynı ölçeğin kullanıldığı Özaltın Türker ve Türker (2014) tarafından yerel halk üzerine ve Özaltın Türker (2018) tarafından turist rehberlerine yapılan araştırmaların sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Yerel halk üzerinde yapılan benzer çalışmalarda da katılımcılar turizmin olumlu ekonomik etkilerine yüksek katılımlar göstermişlerdir. Bu bağlamda turizm bölgesinin süreç içerisindeki değişimini dışarıdan gözleme imkânına sahip olan seyahat acentalarının da aynı doğrultuda katılım göstermesi önem taşımaktadır. Ayrıca faaliyet süresi 11 yıl ve üzerine çıktığında bu faktöre katılım derecesinin artması da olumlu ekonomik etkilerin uzun vadede gözlemlenebildiğinin bir kanıtıdır.

Ekonomik etkiler açısından orta çıkan bir diğer sonuç müşteri profillerinde gerçekleşmiştir. Sadece yabancı müşteri ile çalışan acentaların turizmin olumlu ekonomik etkilerine katılım derecelerinin diğer grupların tamamından daha yüksek gerçekleştiği görülmüştür. Aynı şekilde, yoğunlukta yabancı müşteri ile çalışan grubun ortalaması da ikinci sırada yer almıştır. Bu sonucun temel nedeninin yabancı turistlerle çalışan acentaların doğrudan “döviz girdisi” odaklı düşünceleri olduğu tahmin edilmektedir. Şehir bazında değerlendirildiğinde de Antalya acentalarının ekonomik etkilere katılımı en yüksektir. Antalya şehrinin temel sektörlerinden birinin turizm olması ve şehrin ülke turizminden önemli bir pay alması nedeniyle acentaların turizmin olumlu ekonomik etkilerini daha yakından gözlemleyebilmelerinin bir sonucu olarak bu ortalamaların gerçekleştiği düşünülmektedir.

Kültürel etkilere katılım derecelerinde faaliyet süresi açısından anlamlı bir farklılık olmadığı ortaya koyulmuştur. Ancak katılımcı acentaların faaliyet süreleri ile kültürel etkilere katılım dereceleri arasında pozitif yönlü doğrusal bir ilişki olduğu görülmektedir. Seyahat acentasının faaliyet süresi arttıkça olumlu kültürel etkilere katılım derecelerinde doğrusal bir artış söz konusu olmuştur. Bu sonuçtan hareketle turizm faaliyetlerinin her ne kadar kısa vadede fark edilmese de uzun vadede olumlu etkilerinin daha çok ortaya çıktığı ifade edilebilir. Kültürel etkiler konusunda ortaya çıkan bir diğer önemli sonuç ise Antalya acentalarının bu faktörde de en yüksek ortalamaya sahip olmasıdır. Yukarıda da ifade edildiği gibi Antalya'nın şehir olarak ülke turizminden aldığı



önemli pay ve yoğunlukta yabancı müşterilerle çalışılması nedeniyle yaşanan kültürel etkileşimin daha iyi gözlemlenebildiği düşünülmektedir.

Turizmden kaynaklı yaşanan sosyal olumsuzluklarda ise Ankara acentaları ön plana çıkmıştır. Bu şehirde yer alan acentalar diğer şehirlere kıyasla turizm kaynaklı sosyal olumsuzlukların daha çok yaşandığını ifade etmişlerdir. İzmir acentaları ise tam tersine bu sorunların en az yaşandığını ifade eden grup olmuştur. Bu sonuçların acentaların faaliyette buldukları şehirlerin yapıları ile yakından ilgili olduğu düşünülmektedir. Daha muhafazakar olarak nitelendirilebilecek İç Anadolu şehri ile daha açık görüşlü olarak nitelendirilebilecek Batı Anadolu şehrinin karşılaştırılması ortaya çıkmıştır. Yerel halk üzerine yapılan benzer çalışmalarda da turizmin olumsuz etkisi olarak genellikle sosyal etkilerin ön plana çıktığı gözlemlenmektedir (Gümüş ve Özüpekçe, 2009; Duran ve Özkul, 2012).

Bu araştırma turizmin yerel halk üzerine etkilerini seyahat acentaları perspektifinden incelemiştir. Bu alanda daha önce acentaların görüşlerine yer verilen bir çalışma bulunmaması nedeniyle önemli bir çalışmadır. Ayrıca farklı müşteri grupları ve farklı şehirlerin karşılaştırılmasının sağlanması nedeniyle literatüre önemli katkılar sunduğu düşünülmektedir. Ancak ileride alanda yapılacak çalışmalarda daha büyük örneklem grupları ile çalışılmasının gerekli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca tek bir destinasyon seçimi ile o destinasyona tur düzenleyen seyahat acentalarına yönelik bir çalışma gerçekleştirilmesi yerinde olacaktır. Bunun yanı sıra nitel çalışmalarla daha derinlemesine verilere ulaşılmasının da mümkün olacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

Ayazlar, G. (2016). Yerel Halkın Turizmin Etkilerine Yönelik Tutumlarını Anlamak: Yerel Halkın Bölge İmajı ve Turizme Desteği, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (43), 2538-2547.

Akış Roney, S. (2018). *Turizm Bir Sistem Analizi* (2. Basım), Ankara: Detay Yayıncılık.

Atabey, S., (2019). *Güncel Turizm Sorunları* içinde 'Turizmin Doğal Çevre Üzerinde Yarattığı Sorunlar', Ankara: Detay Yayıncılık.

Ayazlar, R. (2017). Kırsal Turizmde Yerel Halkın Tutumu, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 53-69.

Azam, M., Alam, M.S., Hafeez, M.H. (2018). Effect of tourism on environmental pollution: Further evidence from Malaysia, Singapore and Thailand, *Journal of Cleaner Production*, 190, 330-338.

Bajonic, D.C., Lo, M. (2016). A comparison of the moderating effect of tourism reliance on the economic development for islands and other countries, *Tourism Management*, 53, 207-214.

Bertan, S. (2010). Pamukkale'deki Yöre Halkının Turizmi Desteklemesi ile Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri Arasındaki İlişki, *International Journal of Economic & Administrative Studies*, 2(4), 83-91.

Butler, R.W. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources, *Canadiagne Geographer*, 24, 5-12.

Cohen, E. (1979). Rethinking the Sociology of Tourism, *Annals of Tourism Research*, 6(1), 18-35.

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), 19-37.

Çalışkan, U., Tütüncü, Ö. (2008). Turizmin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri ve Kuşadası İlçesi Uygulaması, *IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Bildiriler Kitabı*, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi.

23–27 Nisan 2008, Belek, Antalya

Çetin, T. (2009). Beypazarı'nda Turist-Yerli Halk Etkileşimi ve Turizmin Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Etkileri, *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 9(1), 15-32.

Çakır, H.A. (2019). *Güncel Turizm Sorunları* içinde 'Turizmin Yerel Halk Üzerinde Yarattığı Sorunlar', Ankara: Detay Yayıncılık.

Deniz, M. (2016). Kayaagıl Köyünde (Uşak) Turizmin Etkileri Üzerine Yerel Halkın Turizm Algısı. *Turkish Studies*, 11(18), 57-78.

Denk, E. (2016). Erzurum Oltu İlçesinin Kırsal Turizm Potansiyeli ve Yerel Halkın Turizm Algılamaları, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 6 (2), 07-15.

Doğan, H., Üngüren, E. (2010). Alanya Halkının Turizme Sosyo-Kültürel Açından Bakışı, *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(4), 396-415.

Doxey, G. 1975 *A Causation Theory of Visitor–Resident Irritants: Methodology and Research Inferences. The Impact of Tourism*, In the Sixth Annual Conference Proceedings, 195-198. San Diego: The Travel Research Association.

Duran, E., Özkul, E. (2012). Yerel halkın turizm gelişimine yönelik tutumları: Akçakoca örneği üzerinden bir yapısal model, *International Journal of Human Sciences*, 9 (2), 500-520.

Eralp, Z. (1974). *Socio-Economic Effects of Tourism towards Communal Changes*, Ankara University Press, Ankara.

Foster, J. (1964). The Sociological Consequences of Tourism, *International Journal of Comparative Sociology*, 5, 217-227.

Güdü Demirbulat, Ö. (2012). Turizmin Sosyal ve Kültürel Etkilerinin Turist Rehberleri Tarafından Algılanması Üzerine Bir Araştırma: Trabzon İli Örneği, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 53-75.

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.

Holzner, M. (2011). Tourism and economic development: The beach disease?, *Tourism Management*, 32 (4), 922-933.

İçöz, O. (2014). *Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi* (8. Basım), Ankara: Turhan Kitabevi.

İşçi, C. (2019). *Güncel Turizm Sorunları* içinde ‘Turizmde Ekonomik Sorunlar ve Çözüm Önerileri’, Ankara: Detay Yayıncılık.

Kervankıran, İ. (2014). Beypazarı/Ankara Örneğinde Turizmin Ekonomik, Toplumsal ve Çevresel Etkilerine Yerel Halkın Yaklaşımı, *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 31, 133-153.

Kuter, N. Ünal, H.E. (2009). Sürdürülebilirlik Kapsamında Ekoturizmin Çevresel, Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Etkileri, *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 9 (2), 146-156.

Lee, T.H., Hsieh, H.P. (2016). Indicators of sustainable tourism: A case study from a Taiwan's wetland, *Ecological Indicators*, 67, 779-787.

Mesci, M., Dönmez, M. (2016). Turizmin Bölgesel Kalkınma ve Yerel Halk Üzerindeki Etkisi: Mudurnu Örneği, *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2), 21-50.

Mbaiwa, J.E., Stronza A. L. (2008). The effects of tourism development on rural livelihoods in the Okavango Delta, Botswana, *Journal of Sustainable Tourism*, 18, 635-656.

Oğuzbalaban, G. (2017). Türkiye’de Yerel Halkın Turizme ve Turizmin Etkilerine Yönelik Algı ve Tutumlarına İlişkin Yazın Taraması, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(51), 1321-1329.

Özaltın Türker, G. (2018). *Turist Rehberliği Üzerine Güncel Araştırmalar* içinde ‘Turizmin Yerel Halk Üzerine Etkileri: Turist Rehberleri Perspektifinden Bir Değerlendirme’, Ankara: Detay Yayıncılık.

Özaltın Türker, G., Türker, A. (2014). Yerel Halkın Turizm Etkilerini Algılama Düzeyi Turizm Desteğini Nasıl Etkiler: Dalyan Destinasyonu Örneği. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 81-98.

Paramati, S. R., Shahbaz, M., Alam, M.S.(2017). Does tourism degrade environmental quality? A comparative study of Eastern and Western European Union, *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 50, 1-13.

Pizam, A., Milman, A. (1986) The Social Impacts of Tourism, *Tourism Recreation Research*, 11(1), 29-33.

Sandal, E.K., Karademir, N. (2016). Kahramanmaraş’ta halkın turizme bakışı, *Türk Coğrafya Dergisi*, 66, 63-70.

Seraphin, H., Sheeran, P., Pilato, M. (2018). Over-tourism and the fall of Venice as a destination, *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 374-376.

Yoon, Y., Gürsoy, D., Chen, J.S. (2001). Validating a Tourism Development Theory With Structural Equation Modeling, *Tourism Management*, 22, 363-372.

UNWTO. (2019). UNWTO Tourism Highlights 2019 Edition, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> (Erişim Tarihi: 25.04.2020)

Zeng, B., Carter, R. W., Lacy, T.D., Bauer, J. (2008). Effects of tourism development on the local poor people: Case study in Taibai Region China, inside *Global ‘Cases on Hospitality Industry’*, Taylor & Francis Group.