

Yerel Halkın Kişilik Özelliklerinin Turizm Etkilerini Algılama Düzeylerine Etkisi: Antalya Örneği

DOI: 10.26466/opus.837754

*

Ali İnanır* - Ömür Uçar**

* Öğr. Gör. Dr., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Ağlasun M.Y.O. Burdur/Türkiye

E-Posta: ainanir@mehmetakif.edu.tr

ORCID: [0000-0001-8647-3375](https://orcid.org/0000-0001-8647-3375)

** Dr. Öğr. Üyesi, Giresun Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Giresun/Türkiye.

E-Posta: omur.ucar@giresun.edu.tr

ORCID: [0000-0002-3570-7247](https://orcid.org/0000-0002-3570-7247)

Öz

Kişilik bireylerin yaşamış olduğu toplumdan etkilenen bir olgu olmasından dolayı, algı ve tutumların şekillenmesinde etkili olabilmektedir. Bu nedenden dolayı turistik destinasyonlarda yaşayan yerel halkın kişiliğinden ortaya çıkan algı ve tutumu, yörenin turizminin gelişimini olumlu veya olumsuz etkileyebilmektedir. Bu bağlamda araştırmanın amacı yerel halkın kişilik özelliklerinin turizm etkilerini algılama düzeylerine etkisini araştırmaktır. Araştırmanın evrenini Antalya ili, örneklemi ise Döşemealtı, Muratpaşa, Kepez ve Konyaaltı ilçeleri oluşturmaktadır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış ve verilerin toplanmasında anket yönteminden yararlanılmıştır. Bu kapsamda toplanan 389 anket SPSS 22 paket programı ile analiz edilmiştir. Katılımcıların kişilik özelliklerini ve turizm etkilerini algı düzeylerini belirlemek amacıyla aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri bulunmuştur. Ayrıca, değişkenler arasındaki ilişkilerin hesaplanmasında korelasyon analizi ve bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenleri yordama seviyelerini tespit edebilmek için ise çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Bu bağlamda yerel halkın kişilik özelliklerinin turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel etkilerini algılaması üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Diğer taraftan yerel halkın kişilik özelliklerinin turizmin çevresel etkilerini algılaması üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yerel halk, kişilik özellikleri, turizm algısı, Antalya.

The Effect of Local People's Personality Traits on Perception of Tourism Effects: The Case of Antalya

*

Abstract

Personality is a phenomenon that is affected by the society in which individuals live, it can be effective in shaping perceptions and attitudes. For this reason, the perception and attitude of the local people living in touristic destinations can affect the development of tourism in the region positively or negatively. In this context the aim of this study is to investigate the effects of personality traits of local people on their perception of tourism effects. The population of the study consists of the province of Antalya and the sample consists of the districts of Döřemealti, Muratpaşa, Kepez and Konyaalti. The quantitative research method was used in the research and the survey method was used in the collect of the data. In this context, 389 questionnaires collected were analyzed with SPSS 22 package program. Arithmetic mean and standard deviation values were found to determine the personality traits and perception levels of the participants about tourism effects. In addition, correlation analysis was used to calculate the relationships between variables, and multiple linear regression analysis was used to determine the predictive levels of independent variables for dependent variables. In this context, it is seen that the personality traits of the local people give significant effect on the perception of the economic, social and cultural effects of tourism. On the other hand, it has been determined that the personality traits of the local people do not have a significant effect on the perception of the environmental effects of tourism.

Keywords: *Local people, personality traits, tourism perception, Antalya.*

Giriş

Kişilik, bireylerin davranışları, fiziksel özellikleri, tutumları ve demografik özellikleri sonucunda meydana gelen bir olgudur (Çelik, Öztürk ve Çoşkun, 2019). Diğer bir ifadeyle kişilik doğuştan gelen özellikler ile sonradan kazanılan birikimler sonucunda oluşan bir kavramdır. Bu nedenle kişilik içinde bulunan kültürden etkilenir. Bu durum aynı zamanda kişilerin algı ve tutumunu da şekillendirebilmektedir. Nitekim turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği turistik destinasyonlarda yaşayan yerel halkın kişiliğinden doğan tutum ve davranışı, turizmin gelişimini olumlu veya olumsuz bir şekilde etkileyebilmektedir.

Turistler ziyaret ettikleri destinasyonlarda yerel halk ile karşılıklı etkileşim içerisindedirler. Bu nedenle turistik destinasyonlarda yerel halk ile turistler arasında bazen samimi, bazen de saldırgan davranış biçimleri meydana gelebilmektedir. Bu durumun ortaya çıkmasında yerel halk ile turistler arasındaki kültürel farklılıklar, turistlerin birtakım özellikleri, yerel halkın turizme karşı algı ve tutumları ve kalıplaşmış yargıları ile toplumsal yapı gibi unsurlar etkili olabilmektedir (Şahbaz ve Karaçar, 2013).

Turizm turistik destinasyonlarda yeni istihdam olanaklarını yaratarak yerel halkın refah seviyesini arttırmasının yanı sıra doğal ve kültürel çekiciliklerin korunmasına yönelik bilincin oluşmasına katkı sağlayan bir sektör olarak bilinmektedir (Şit, 2016; Antara ve Sumarniasih, 2017; Scheyvens ve Huges, 2017; Batmas vd., 2020). Fakat diğer taraftan turizm, kalabalıklaşma, trafik, park problemleri, hayat pahalılığı vb. gibi olumsuz etkilere sebep olabilmektedir (Ap ve Crompton, 1993; McCool ve Martin, 1994). Bu bilgiler ışığında araştırmanın amacı, Antalya ilinde yaşayan yerel halkın kişilik özelliklerinin turizm etkilerini algılama düzeylerine etkisini ortaya koymaktır. Araştırmanın Antalya ilinde gerçekleştirilmesinin nedeni Antalya ilinin, 2019 yılı itibariyle yaklaşık 2,4 milyon nüfusa sahip olması ve ortalama 14 milyon turist ağırlanmış olmasıdır. Nüfusunun yaklaşık 6 katı turisti ağırlayan yöre halkının kişilik özelliklerindeki farklılıklara bağlı olarak turizm etkilerini algılama düzeylerinde farklılıklar oluşturması düşünülmektedir. Bununla birlikte alan yazında bu konu üzerine yapılan araştırmaların sınırlı olması (Turan,

2018; Ayaz ve Parlak, 2019) bu araştırmanın temel motivasyonunu oluşturmaktadır.

Kavramsal Çerçeve

Kavramsal çerçeve kapsamında kişilik kavramı, yerel halkın turizme yönelik algısı ile ilgili bilgiler sunulmuş ve bu bilgiler ışığında ilgili hipotezler geliştirilmiştir.

Kişilik Kavramı

Kişilik, kökeni Latince'deki "persona" kelimesinden türeyen bir kavramdır. Persona, Roma tiyatrosundaki oyuncuların temsil ettiği özellikleri yansıtmak için oyun sürecinde yüzlerine takarak kullanmış olduğu maskeyi temsil etmektedir (Karabacak, 2010). Bu maske ile bireylerin kişilik yapısı anlatılmaya çalışılmaktadır (Erdoğan, 1983). Kişilik kavramı kişiler arasındaki farklılıkları ortaya çıkaran bir özelliğe sahiptir. Aynı zamanda kavramın çok boyutlu özelliğe sahip olması, oldukça fazla tanımının da ortaya çıkmasına yol açmıştır (Karaman ve Çetinkaya, 2019).

Kişilik, kısaca bir bireyin iç ve dış çevresi ile diğer bireylerden farklı olarak kurmuş olduğu ilişki biçimi olarak ifade edilmektedir (Cüceloğlu, 1991). Diğer bir ifadeyle kişilik, bir bireyi diğerlerinden ayıran bedensel, zihinsel ve ruhsal olarak taşınmış olduğu özelliklerin tümüdür (Köknel, 1985). Daha geniş bir şekilde ifade edilecek olursa kişilik, bireylerin duygu, düşünce ve davranışlarının yanı sıra mizaçlarını, karakter özelliklerini, eğilimlerini, hedeflerini, kişisel planlarını, yeteneklerini, tutumlarını, fiziksel ve bedensel durumlarını, ruh hallerini ve yaşam hikayelerini ortaya koyan bir kavramdır (Weinstein, Capitano ve Gosling, 2008).

Bir bireyde kişiliğin oluşmasında bireyin doğuştan sahip olduğu genetik yapısı, ebeveynlerinin özellikleri, kitle iletişim araçları, medya, içinde yaşamış olduğu kültürel, sosyal ve çevresel yapının önemli etkisi bulunmaktadır (Sarıtaş, 1997; Bouchard ve Loehlin, 2001; Kuru ve Başbuğ, 2008; Keskin ve Gündoğan, 2019). Bu doğrultuda bireyin cinsiyeti ve cinsiyetinin ortaya çıkarmış olduğu özellikler, ailesinin özgürlükçü

veya bürokratik tutumu, kitle iletişim araçları veya medyanın ortaya koymuş olduğu bilgilerle ortaya çıkan bakış açısı, yaşamış olduğu toplumun gelenek, görenek, örf, adet ve yaşam tarzı, arkadaş çevresi ve iş hayatı kişiliğinin oluşmasında rol oynayan önemli etmenlerdir (İnanır, 2012; Çelik vd., 2019).

Kişilik özellikleri ile ilgili olarak McCrae ve Costa (1997) tarafından ortaya konulan ve birçok araştırmacı tarafından ele alınan (Marshall, Wortman, Vickers, Kusulas ve Hervig, 1994; John ve Srivastava, 1999; McCrae ve Costa, 2008; Karaman, Dogan ve Coban 2010; Develioğlu ve Tekin, 2013; İnanır, Gürsoy ve Sarı, 2017; Arslan ve Kılıçlar, 2018) beş faktör kişilik özellikleri; yeniliklere açıklık, sorumluluk, dışa dönüklük, uyumluluk ve duygusal denge (nevrotik) boyutlarında ifade edilmiştir.

“Yeniliklere açıklık boyutu”, bireylerin meraklı, cesur, liberal, analitik düşünebilme, yaratıcı, fikir sahibi, geleneksel olanın dışında hareket etme, yeni deneyimler bulmaya çalışma gibi özelliklerini (McCrae ve Costa, 2003) “sorumluluk boyutu”, bireylerin işine bağlılık, çok çalışma ve motivasyonunu yüksek tutma eğilimini (Barrick, Mount ve Judge, 2001) dışa dönüklük boyutu, sosyal olma, girişkenlik, kendine güvenme, konuşkanlık ve enerjik olma kişilik özelliklerini, “dışa dönüklük boyutu” bireylerin genellikle büyük gruplar ve kalabalık topluluklar ile iç içe olma durumunu (Barrick ve Mount, 1991), “uyumluluk boyutu”, bireylerin sempatiklik, yakınlık kurma, güvenilirlik, yardımseverlik ve hizmetkarlık kişilik özelliklerini (Gore, Kiefner, ve Coms, 2012) “duygusal denge (nevrotik) boyutu” ise, duygusal uyum problemi, korku, endişe, üzüntü, gerginlik, kaygı, dürtü bozukluğu gibi negatif etkilerin olduğu kişilik özelliklerini ifade etmektedir (Larsen, Esenaliev, Brück, ve Boehnke, 2020).

Yerel Halkın Turizme Yönelik Algısı

Turizm, yerel halka sosyalleşme, farklı kültürleri tanıma, yeni şeyler öğrenme, farklı konularda deneyim kazanma gibi konularda olumlu katkı sağlayan bir sektördür (Uslu, Alagöz ve Güneş, 2020). Bununla birlikte yerel halk üzerinde kültürünün yozlaşması, kültürel kimliğinin kaybedilmesi ve çevresinin bozulması gibi konularda da olumsuzluklar ortaya çıkaran bir sektördür. Diğer bir ifadeye turistik destinasyonlarda

turizm, yerel halkı birçok konuda hem olumlu hem de olumsuz etkileyebilmektedir (Simmons, 1994). Yerel halkın turizmi desteklediğinde turizm faaliyetlerinin yörede ilerleme kaydettiği ancak desteklemediği durumda ise turizm faaliyetlerinin sekteye uğradığı birçok araştırma ile teyit edilmiştir (Gunn, 1988; Fredline ve Faulkner, 2000; Lankford, 2001; Özdemir ve Kervankıran, 2011; Gündüz, 2018). Bu doğrultuda turizm bölgelerinde araştırma yapan araştırmacılar (Maddox, 1985; Long ve Richardson, 1989) yerel halkın turizme yönelik algılarının sürekli olarak ölçülmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Araştırmacılar tarafından yerel halkın turizme bakış açıları genel olarak ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel boyutlarda ölçülmüştür (Yoon, Gürsoy, ve Chen, 2001; Presenza, Del Chiappa, ve Sheehan, 2013; Türker ve Türker, 2014; İnanır, 2018; İnanır, 2019).

Yoon vd., 2001; Durgun, 2006; Doğan ve Üngüren, 2012 yapmış oldukları araştırmalarında turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel boyutta turistik destinasyonlara farklı etkilerinin olduğunu ortaya koymuşlardır. Nitekim ekonomik olarak turizm; bölgelerin kalkınması, istihdam olanaklarının ve hayat standartlarının artması, bölgesel enflasyonun ortaya çıkması gibi konularda etkili olabilmektedir. Sosyal olarak turizm; yerel halkın gelenek, görenek, örf ve adetlerinde, yaşam tarzlarındaki değişimlerinde, suç oranlarında etkili olabilmektedir. Kültürel olarak turizm; yerel halk ile turist arasında kültürel bir değişimde ve kültürel kimliğin oluşmasında etkili olabilmektedir. Son olarak da çevresel olarak turizm; bölgesel turistik mirasın korunmasında, turistik işletmelerin çevre üzerindeki etkisinde, trafik ve gürültü kirliliğinde, turizm bölgelerinde insan yoğunluğunda ve yeni aktivite alanları oluşturmada etkili olabilmektedir.

Hipotezlerin Geliştirilmesi

Turizm ile yerel halk arasındaki ilişkileri ele alan birçok araştırma ortaya konulmuştur. Bu konuyla ilgili olarak Anderect ve Vogt (2000) yerel halkın davranışı ile turizmin gelişimi arasındaki ilişkiyi ele aldıkları araştırmalarında; yerel halkın turizmi olumlu algıladığında turizmin gelişimini desteklediğini bu doğrultuda yerel halkın davranışı ile

turizmin gelişimi arasında olumlu bir ilişkinin olduğu sonucunu ortaya çıkarmışlardır.

Yoon vd., (2001) yerel halkın ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel turizm etkilerini algılama düzeylerinin, toplam turizm algıları ve turizme destekleme durumuna etkilerini inceledikleri araştırmalarında; yerel halkın turizm etkilerine algılamalarının toplam turizm algılarına etkisinin olduğunu, toplam turizm algısının da turizmi desteklemeleri üzerine anlamlı bir etkisinin olduğu sonucunu elde etmişlerdir.

Tayfun ve Kılıçlar (2004) dış kaynaklı turizmin yerel halk tarafından nasıl algılandığını ve yerel halkın turizme bakışını ele aldıkları araştırmalarında; turistik bölge ile turistik olamayan bölgelerde yaşayan yerli halkın turizme bakış açılarında farklılıkların olduğunu tespit etmişlerdir.

Wang, Pfister ve Morais (2006) yerel halkın sosyo-ekonomik ve demografik özelliklerinin turizmin gelişmesine yönelik tutumlarına etkisini ele aldıkları araştırmalarında; yerel halkın sosyo-ekonomik durumu ile yaş ve cinsiyetlerinin turizmin gelişimine yönelik tutumlarını etkilemediğini buna rağmen eğitim düzeyleri turizmin gelişimine yönelik tutumlarını etkilediği sonucunu elde etmişlerdir.

Doğan ve Üngüren (2012) Isparta ilinde yerel halkın turizme yönelik bakış açılarını ele aldıkları araştırmalarında; turizme yönelik Isparta'nın bir potansiyeli olduğunu fakat turizmin tanıtım ve altyapı sorunlarının olduğu sonuçlarını elde etmişlerdir.

Canizares, Tabales ve Garcia (2014) yerel halkın turizmin gelişmesine yönelik algısını ölçmeye çalıştıkları araştırmalarında; turizmin göç veren bölgelere ekonomik bir katkı sağladığı bununla birlikte yörede turizmin alt yapının gelişmesi, konaklama ve perakende işletmelerinin kalitesinin artması gibi etkilerinin olduğu sonucunu elde etmişlerdir.

Gündüz (2018) Adana'nın Karataş ilçesinde yerel halkın turizmin gelişmesine yönelik algısını ölçmeye çalıştığı araştırmasında; yerel halkın ilçede kendileri ve ilçelerinin gelişmesi konusunda olumlu sonuçlar doğurabileceği algısının baskın olduğu bulgusunu elde etmiştir.

Turan (2018) yerel halkın turizm etkisine yönelik algısı ile kişilik ve demografik özellikleri anlamlı bir farklılık olup olmadığını ele aldığı araştırmasında; turizm etkilerine yönelik algı ile cinsiyet, yaş, medeni durum ve eğitim durumu değişkenleri arasında anlamlı bir farklılığın

olduğu sonucunu elde etmiştir. Bununla beraber yerel halkın turizm etkilerine yönelik algısı ile kişilik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır.

Ayaz ve Parlak (2019) Ardahan ilinde yaşayan yerel halkın kişilik tiplerine göre turizm algısını belirlemek amaçlı ortaya koydukları araştırmalarında; yerel halkın turizmin olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz çevresel ve toplumsal etkilerini de önemsediklerini ortaya çıkarmışlardır. Bununla birlikte dışa dönük kişilik özelliğine sahip yerel halkın turizmi daha çok benimsedikleri sonucunu elde etmişlerdir. Bu bilgiler ışığında H1 den H4'e kadar olan hipotezler oluşturulmuştur.

H1: Yerel halkın kişilik özelliklerinin turizmin ekonomik etkilerini algılama düzeylerine etkisi vardır.

H2: Yerel halkın kişilik özelliklerinin turizmin sosyal etkilerini algılama düzeylerine etkisi vardır.

H3: Yerel halkın kişilik özelliklerinin turizmin kültürel etkilerini algılama düzeylerine etkisi vardır.

H4: Yerel halkın kişilik özelliklerinin turizmin çevresel etkilerini algılama düzeylerine etkisi vardır.

Metodoloji

Metodoloji bölümünde araştırmanın amacı, evreni ve örnekleme, yöntemi ve veri toplama araçları ile araştırma bulguları hakkında bilgiler sunulmuştur.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı Antalya'da ikamet eden yerel halkın kişilik özelliklerinin turizm etkilerini algılama düzeylerine etkisini tespit etmektir. Araştırmanın alt amacı ise yerel halkın kişilik özelliklerinin turizmin ekonomik sosyal, kültürel ve çevresel etkilerini algılama düzeylerini tespit etmektir. Bu bağlamda araştırmanın bağımsız değişkeni kişilik özellikleri, bağımlı değişkeni ise yerel halkın turizmin etkilerini algılamasıdır.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Antalya ili oluştururken, örneklemini ise Antalya'nın merkez ilçe statüsünde bulunan; Döşemealtı, Muratpaşa, Kepez ve Konyaaltı ilçeleri oluşturmaktadır. Veri toplama 01.06.2019-31.08.2019 tarihleri arasında kolayda örnekleme yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda dağıtılan 500 anketin 410 tanesi geri dönmüştür. Bu anketlerden araştırma için uygun görülen 389 anket analize tabi tutulmuştur.

Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama Araçları

Araştırmada katılımcı sayısı fazla olmasından dolayı nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Verilerin toplanılmasında ise nicel araştırmalarda en çok tercih edilen anket veri toplama aracından yararlanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümünde yerel halkın demografik özelliklerini (cinsiyet, meslek, medeni durum, eğitim durumu, yaş, turizm sektöründe çalışma durumu, aylık ortalama gelir, yöredeki ikamet süresi, turistlerle temas) tespit etmeye yönelik sorular bulunmaktadır.

Anket formunun ikinci bölümünde, yerel halkın kişilik özelliklerini belirlemeye yönelik Costa ve McCrae (1997) tarafından ortaya koyulmuş ve Marshall vd., (1994) tarafından geliştirilmiş, daha sonra Gülgöz (2002) tarafından Türkçe'ye uyarlanmış ve geçerliliği ve güvenilirliği Bacanlı, İlhan ve Aslan (2009), Bilgin (2011), Çatı, Bilgin ve Kılıç (2013) gibi birçok araştırmacı tarafından test edilmiş Beş Faktör Kişilik Ölçeğinden yararlanılmıştır. Bu araştırmada da beş faktör kişilik ölçeği güvenilirlik analizi sonuçları bütün alt boyutlarda kabul edilebilir seviye olan 0,70 üzeri gerçekleşmiş olup, ölçeğin genel cronbach alfa katsayısı 0,781 olarak tespit edilmiştir. Ölçek 5 boyuttan (yeniliklere açıklık, sorumluluk, dışa dönüklük, uyumluluk, duygusal denge) oluşmaktadır.

Anketin üçüncü bölümünde yerel halkın turizme yönelik algılarını ortaya koymak için Yoon vd., (2001) tarafından geliştirilen ve daha sonra geçerlilik ve güvenilirliği Cengiz ve Kırkbir (2007) tarafından gerçekleştirilen ölçek kullanılmıştır. Bu araştırmada da turizm etkileri ölçeği güvenilirlik analizi sonuçları, bütün alt boyutlarda kabul edilebilir

seviye olan 0,70 üzeri gerçekleşmiş olup, ölçeğin genel cronbach alfa katsayısı 0,838 olarak tespit edilmiştir. Turizm etkilerini algılama ölçeği ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel olmak üzere 4 boyuttan oluşmaktadır. Anketin ikinci ve üçüncü bölümünde kullanılan ölçeğin önermelerine katılımcılardan 5'li likert ölçeğe göre (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne katılıyorum Ne De Katılmıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum) cevap vermeleri istenmiştir.

Verilerin analizinde SPSS 22 Paket Programı kullanılmıştır. Öncelikle aritmetik ve standart sapma değerleri hesaplanan araştırmada, Antalya'da ikamet eden yerel halkın kişilik özelliklerinin turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel algılarına etkilerinin düzeyini belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmış ve bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenleri yordama seviyelerini tespit edebilmek için ise çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır.

Bulgular

Araştırmada elde edilen verilerden yapılan analizler sonucunda Tablo 1'deki sosyo-demografik değişkenlere ait bulgular elde edilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Bilgileri

Cinsiyet	Frekans (n)	Yüzde (%)
Kadın	200	51,4
Erkek	189	48,6
Medeni Durum		
Bekâr	234	61,3
Evli	148	38,7
Öğrenim Durumu		
İlköğretim	44	11,5
Lise	140	36,6
Ön Lisans	74	19,4
Lisans ve Lisansüstü	124	32,4
Yaş		
25 ve altı	160	41,1
26-35	99	25,4
36-45	73	18,8
46-55	47	12,1
56 ve üstü	10	2,5
Meslek		
İşsiz	23	5,9
Öğrenci	111	28,6

Yerel Halkın Kişilik Özelliklerinin Turizm Etkilerini Algılama Düzeylerine Etkisi:
Antalya Örneği

Kamu Kurumu Çalışanı	68	17,5
Özel Sektör Çalışanı	126	32,5
Serbest Meslek Sahibi	13	3,4
Esnaf-İşletme Sahibi	19	4,9
Emekli	17	4,4
Diğer	11	2,8
Aylık Kazanç		
2000 TL ve altı	133	35,8
2001-3000 TL	141	38,0
3001-4000 TL	66	17,8
4000 TL ve üzeri	31	8,4
Toplam	389	100,00

Tablo 1'deki veriler incelendiğinde kadınların oranı %51,4 iken, erkeklerin oranı %48,6'dır. Türkiye demografisi göz önüne alındığında katılımcıların cinsiyetlerine göre dengeli dağıldığı görülmektedir. Katılımcıların %61,3'ü bekâr iken, %38,7'si evlidir. Katılımcıların büyük bir kısmını genç yaş grubu oluşturduğu için çoğunluğunu bekârlar oluşturmaktadır. Katılımcıların %36,6'sı lise, %32,4'ü lisans ve lisansüstü, %19,4'ü ön lisans ve 11,5'i ilköğretim mezunudur. Katılımcıların %41,1'i 25 ve altı, %25,4'ü 26-35, %18,8'i 36-45, %12,1'i 46-55 ve %2,5'i 56 ve üzeri yaş aralığındadır. Katılımcıların %32,5'i özel sektör çalışanı, %28,6'sı öğrenci, %17,5'i kamu kurumu çalışanı, %5,9'u işsiz, %4,9'u esnaf-işletme sahibi, %4,4'ü emekli, %3,4'ü serbest meslek sahibi ve %2,8'i diğer mesleklerde çalışmaktadır. Katılımcıların önemli bir kısmının öğrencilerden oluşmasının sebebi anketlerin genel itibarıyla mesai saatleri içerisinde toplanmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Katılımcıların %38'i 2001-4000, %35,8'i 2001-3000, %17,8'i 3001-4000 ve %8,4'ü 4000 TL ve üzeri gelire sahiptir.

Araştırmada yerel halkın kişilik özelliklerinin turizm etkilerini algılamalarına yönelik olarak her bir boyut için ortalama ve standart sapma değerlerine yönelik bulgular Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2 incelendiğinde yerel halkın turizm etkilerini algılamalarında en yüksek ortalama ekonomik etki boyutunda gerçekleşmiştir ($\bar{x}=4,15$). Yerel halkın kişilik özelliklerinde ise en yüksek ortalama uyumluluk boyutunda olduğu tespit edilmiştir ($\bar{x}=3,43$).

Tablo 2. Yerel Halkın Kişilik Özellikleri ile Turizm Etkilerini Algılamalarının Alt Boyutlarının Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Değişkenler	\bar{x}	S
Ekonomik Etki	4,15	,83
Sosyal Etki	3,08	,92
Kültürel Etki	4,02	,80
Çevresel Etki	3,00	1,15
Yen. Açıklık	3,38	,53
Sorumluluk	3,24	,49
Dışadönük	3,29	,58
Uyumluluk	3,43	,49
Duy. Denge	3,08	,79

Yerel halkın kişilik özellikleri ile turizm etkilerini algılama düzeyleri arasındaki ilişkiyi ele alan korelasyon verileri Tablo 3’de sunulmuştur.

Tablo 3. Yerel Halkın Kişilik Özellikleri ile Turizm Etkilerini Algılamaları Alt Boyutları Arasındaki İlişki

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Ekonomik Etki	1	,112*	,521**	-,059	,242**	,135**	,145**	,199**	-,037
Sosyal Etki		1	,065	,387**	,222**	,212**	,081	,084	,269**
Kültürel Etki			1	-,025	,082	,066	,171**	,160**	-,040
Çevresel Etki				1	,102*	,092	,044	,113*	,084
Yen. Açıklık					1	,375**	,252**	,248**	,119*
Sorumluluk						1	,413**	,310**	,210**
Dışadönük							1	,427**	,211**
Uyumluluk								1	,257**
Duy. Denge									1

** $p < .01$; * $p < .05$

Tablo 3’te yerel halkın kişilik özellikleri ile turizm etkilerini algısı alt boyutları arasındaki ilişki sunulmuştur. Buna göre, yerel halkın kişilik özellikleri (yeniliklere açıklık, sorumluluk, dışa dönüklük, uyumluluk ve duygusal denge) ve turizmin etkilerini (ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel) algılama düzeyleri arasında istatistiki olarak anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Diğer bir deyişle, korelasyon analizi sonuçları kabul edilebilir sınırlar içerisinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yerel halkın kişilik özelliklerin boyutlarından olan yeniliklere açıklık, sorumluluk, dışa dönüklük, uyumluluk ve duygusal denge boyutlarının turizmin ekonomik etkilerini algılamalarına yönelik regresyon analizi sonuçları Tablo 4’de sunulmuştur.

Tablo 4. Yerel Halkın Kişilik Özelliklerinin Turizmin Ekonomik Etkileri Boyutu Algılamalarına Yönelik Regresyon Analizi

Değişken	B	SH	β	T	P
Sabit	2,247	,379		5,934	,000
Yen. Açıklık	,315	,084	,200	3,753	,000
Sorumluluk	,029	,096	,017	,307	,759
Dışadönük	,064	,083	,044	,770	,441
Uyumluluk	,261	,095	,154	2,760	,006
Duy. Denge	-,119	,054	-,113	-2,207	,028

$$F= 7,776 \text{ } p = .00, R = .304, R^2 = .092, \text{ Adjusted } R^2 = .080$$

Tablo 4 incelendiğinde yerel halkın kişilik özelliklerinin turizmin ekonomik etki algılamaları ile birlikte anlamlı ilişkiler verdiği görülmektedir ($R = .304, p = .00, F = 7,776$). Bununla birlikte yerel halkın turizmin ekonomik etkilerini algılamalarının kişilik özelliklerinin %9,2’sini açıklamakta olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca kişilik özelliklerinin alt boyutları ayrı ayrı incelendiğinde, yeniliğe açıklık ($\beta = .200, p < .05$), uyumluluk ($\beta = .154, p < .05$) ve duygusal denge ($\beta = -.113, p < .05$) boyutlarının ekonomik etkiyi algılama boyutunun anlamlı yordayıcıları oldukları; sorumluluk duyanlar ($\beta = .017, p > .05$) ve dışa dönükler ($\beta = .044, p > .05$) boyutlarının ekonomik etkiyi algılama boyutunun anlamlı yordayıcıları olmadıkları tespit edilmiştir. *Bu doğrultuda H_1 hipotezi kısmen Kabul edilmiştir.*

Yerel halkın kişilik özelliklerin boyutlarından olan yeniliklere açıklık, sorumluluk, dışa dönüklük, uyumluluk ve duygusal denge boyutlarının turizmin sosyal etkilerini algılamalarına yönelik regresyon analizi sonuçları Tablo 5’de sunulmuştur.

Tablo 5 incelendiğinde yerel halkın kişilik özelliklerinin turizmin sosyal etkilerini algılamaları ile birlikte anlamlı ilişkiler verdiği görülmektedir ($R = .350, p = .00, F = 10,672$). Bununla birlikte yerel halkın turizmin sosyal etkilerini algılamalarının kişilik özelliklerinin %12,3’ünü açıklamakta olduğu tespit edilmiştir

Tablo 5. Yerel Halkın Kişilik Özelliklerinin Turizmin Sosyal Etkileri Boyutu Algılamalarına Yönelik Regresyon Analizi

Değişken	B	SH	β	T	P
Sabit	,960	,413		2,325	,021
Yen. Açıklık	,295	,092	,168	3,191	,002
Sorumluluk	,243	,105	,130	2,304	,022
Dışadönük	-,083	,091	-,052	-,920	,358
Uyumluluk	-,074	,104	-,039	-,711	,478
Duy. Denge	,282	,059	,242	4,815	,000

$F= 10,672$ $p = .00$, $R = .350$, $R^2= .123$, $Adjusted R^2 = .111$

Buna ek olarak kişilik özelliklerinin alt boyutları ayrı ayrı incelendiğinde; yeniliğe açıklık ($\beta= .168$, $p<.05$), sorumluluk ($\beta= .130$, $p<.05$) ve duygusal denge ($\beta= ,242$, $p<.05$) boyutlarının sosyal etki boyutunun anlamlı yordayıcıları oldukları; dışa dönüklük ($\beta=-.052$, $p>.05$) ve uyumluluk ($\beta=-.039$, $p>.05$) kişilik özelliklerinin sosyal etkileri algılama boyutunun anlamlı yordayıcıları olmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. *Bu doğrultuda H_2 hipotezi kısmen Kabul edilmiştir.*

Yerel halkın kişilik özelliklerin boyutlarından olan yeniliklere açıklık, sorumluluk, dışa dönüklük, uyumluluk ve duygusal denge boyutlarının turizmin kültürel etkilerini algılamalarına yönelik regresyon analizi sonuçları Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. Yerel Halkın Kişilik Özelliklerinin Turizmin Kültürel Etkileri Boyutu Algılamalarına Yönelik Regresyon Analizi

Değişken	B	SH	β	T	P
Sabit	2,934	,374		7,843	,000
Yen. Açıklık	,059	,084	,039	,707	,480
Sorumluluk	-,039	,095	-,024	-,404	,687
Dışadönük	,192	,082	,138	2,338	,020
Uyumluluk	,201	,094	,123	2,143	,033
Duy. Denge	-,102	,053	-,100	-,1918	,056

$F= 3,891$ $p = .00$, $R = .220$, $R^2= .049$, $Adjusted R^2 = .036$

Tablo 6 incelendiğinde yerel halkın kişilik özelliklerinin turizmin kültürel etkilerini algılamaları ile birlikte anlamlı ilişkiler verdiği görülmektedir ($R=.220$, $p=.00$, $F=3,891$). Buna ek olarak yerel halkın turizmin kültürel etkilerini algılamalarının kişilik özelliklerinin %4,9'unu açıklamakta olduğu saptanmıştır. Bununla birlikte kişilik özelliklerinin alt boyutları ayrı ayrı incelendiğinde dışa dönüklük ($\beta= .138$, $p<.05$) ve

uyumluluk ($\beta = .123$, $p < .05$) kişilik özelliklerinin kültürel etki boyutunun anlamlı yordayıcıları oldukları; yeniliğe açıklık ($\beta = .039$, $p > .05$), sorumluluk ($\beta = -.024$, $p > .05$) ve duygusal denge ($\beta = -.100$, $p > .05$) kişilik özelliklerinin kültürel etkileri algılama boyutunun anlamlı yordayıcıları olmadıkları sonucu tespit edilmiştir. *Bu doğrultuda H_3 hipotezi kısmen Kabul edilmiştir.*

Yerel halkın kişilik özelliklerin boyutlarından olan yeniliklere açıklık, sorumluluk, dışa dönüklük, uyumluluk ve duygusal denge boyutlarının turizmin çevresel etkilerini algılamalarına yönelik regresyon analizi sonuçları Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7: Yerel Halkın Kişilik Özelliklerinin Turizmin Çevresel Etkileri Boyutu Algılamalarına Yönelik Regresyon Analizi

Değişken	B	SH	β	T	P
Sabit	1,502	,546		2,751	,006
Yen. Açıklık	,150	,122	,068	1,230	,220
Sorumluluk	,105	,139	,045	,756	,450
Dışadönük	-,086	,120	-,043	-,719	,472
Uyumluluk	,204	,137	,087	1,492	,137
Duy. Denge	,077	,078	,053	,997	,319

$$F = 1,841 \quad p = .104, \quad R = .154, \quad R^2 = .124, \quad Adjusted R^2 = .011$$

Tablo 7 incelendiğinde yerel halkın kişilik özelliklerinin turizmin çevresel etki algılamaları ile birlikte anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ($R = .154$, $p = .104$, $F = 1,841$). *Bu doğrultuda H_4 hipotezi Red edilmiştir.*

Sonuç ve Öneriler

Araştırmada yerel halkın kişilik özelliklerinin turizm etkilerini algılama düzeyleri ele alınmıştır. Bu doğrultuda Antalya’da ikamet eden yerel halk üzerinde bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Yerel halkın kişilik özellikleri ile turizm etkilerini algılamaya yönelik her bir boyutun ortalama ve standart sapma değerleri incelendiğinde; yerel halkın turizm etkilerini algılamasında en yüksek ortalama ekonomik etki boyutunda gerçekleşmiştir. Yerel halkın kişilik özelliklerinde ise en yüksek ortalama uyumluluk boyutunda ortaya çıkmıştır.

Yapılan analiz sonucunda yerel halkın kişilik özelliklerinin turizmin ekonomik etkilerini algılama düzeylerine kısmen etkisi olduğu sonucu

ortaya çıkmıştır. Bu sonuç doğrultusunda yörede yaşayan yeniliklere açıklık, uyumluluk ve duygusal denge kişilik özelliklerine sahip yerel halkın; turizm sektörüne karşı istihdam, yatırım, refah düzeyinin artması ve turizm sektörünün dolaylı katkı sağladığı sektörlerde fayda konularında algılarının olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda araştırma yapan Mason ve Cheyne (2000) yerel halkın davranışlarının turizmin gelişmesine yönelik etkilerini inceledikleri araştırmalarında; araştırmanın yapıldığı yörede gerçekleştirilen sosyal tesisler, istihdam olanakları ve tanıtımın yerel halkta turizme yönelik olumlu bir davranış geliştirdiğini ortaya çıkarmıştır. Bu sonuçtan yola çıkarak bu araştırmada da yeniliğe açıklık, uyumluluk ve duygusal denge kişilik özelliklerine sahip yerel halkın, sorumluluk ve dışa dönüklük kişilik özelliklerine sahip olanlara göre yöredeki ekonomik yatırımlar ve diğer gelişmelere etkisinin olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Yerel halkın kişilik özelliklerinin turizmin sosyal etkilerini algılamalarına yönelik yapılan araştırma sonucuna göre; Yerel halkın kişilik özelliklerinin turizmin sosyal etkilerini algılama düzeylerine kısmen etkisi olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda araştırmanın yapıldığı yörede yaşayan yeniliklere açıklık, sorumluluk ve duygusal denge kişilik özelliklerine sahip yerel halkın algısının yöre turizminin gelenek, görenek, örf, adet ve yaşam tarzları konusunda etkisinin olduğu yönündedir. Bu konu ile ilgili araştırma yapan Bağrı ve Kala (2016) yerel halkın turizmin gelişimine yönelik tutumlarını ele aldıkları araştırmalarında sosyal boyutta olumlu algısı olan yerel halkın turizmin gelişimini desteklediği yönünde algılarının olduğu sonucunu elde etmişlerdir. Bu sonuçtan yola çıkarak bu araştırmada da yeniliklere açıklık, sorumluluk ve duygusal denge kişilik özelliklerine sahip olan yerel halkın, dışa dönük ve uyumluluk kişilik özelliğine sahip olanlara göre yöre turizminin gelişimine etkisinin olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Yerel halkın kişilik özelliklerinin turizmin kültürel etkilerini algılamalarına yönelik yapılan araştırma sonucuna göre; yerel halkın kişilik özelliklerinin turizmin kültürel etkilerini algılama düzeylerine kısmen etkisi olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda dışa dönük ve uyumluluk kişilik özelliklerine sahip yerel halkın yörede kültürel bir kimlik oluşturma, kültürel değişim, farklı kültürlerle ilgili tecrübeler yaşama konularında algılarının olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bu

konuda araştırma yapan Ayazlar ve Ayazlar (2016); Hançer ve Mancı (2017) gibi araştırmacılar yaptıkları araştırmalarında kısmen benzer sonuçları elde etmişlerdir. Bu sonuçlar doğrultusunda bu araştırmada da dışa dönük ve uyumluluk kişilik özelliklerine sahip yerel halkın, yeniliğe açık, sorumluluk ve duygusal denge kişilik özelliklerine sahip yerel halka göre turizm sayesinde yörede ortaya çıkacak kültürel değişime yönelik etkisinin olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Son olarak yerel halkın kişilik özelliklerinin turizmin çevresel etkilerini algılamalarına yönelik yapılan araştırma sonucuna göre; yerel halkın kişilik özelliklerinin turizmin çevresel etkilerini algılama düzeylerine bir etkisinin olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda yörede yaşayan yeniliğe açıklık, uyumluluk, duygusal denge, sorumluluk ve dışa dönüklük kişilik özelliklerine sahip yerel halkın gürültü kirliliği, trafik yoğunluğu ve aşırı turizm gibi konularda herhangi bir etkisinin olmadığı ortaya çıkmıştır.

Elde edilen sonuçlardan yola çıkarak yörenin turizm aktörlerine bazı önerilerde bulunulabilir. İlk olarak yöre ile ilgili olarak yapılan plan, politika ve projeler yerel halkın kişilik özellikleri dikkate alınarak ve yerel halk sürece dâhil edilerek oluşturulabilir. Çünkü yerel halkın farklı kişilik özelliklerinin turizmin gelişmesine yönelik farklı düzeyde algılarının etkili olduğu görülmektedir. Nitekim yeniliklere açık olan kişilerin dış çevreye karşı duyarlılığı oldukça fazladır. Ortaya çıkan değişime hızlı adaptasyon sağlayabilir. Bu araştırmada da ekonomik ve sosyal boyutta turizmin gelişmesi sürecinde yeniliklere açık kişilik özelliklerine sahip olan yerel halkın etkisinin olduğu görülmektedir. Bu sonuç dikkate alınarak yapılan çalışmaların, daha faydalı olabileceği düşünülmektedir. Diğer taraftan, konu ile ilgili araştırma yapacak olan araştırmacılar; yerel halkın kişilik özellikleri ile yaşam doyumu ve tatmini gibi konularda araştırma gerçekleştirebilirler. Aynı zamanda nitel araştırma yöntemleriyle derinlemesine araştırmalar yapılarak daha bütüncül sonuçlar elde edilebilir.

EXTENDED ABSTRACT

The Effect of Local People's Personality Traits on Perception of Tourism Effects: The Case of Antalya

*

Ali İnanır - Ömür Uçar

Burdur Mehmet Akif Ersoy University, Giresun University

Personality is a concept created by features such as the attitude, behavior, physical characteristics, and demographic characteristics of individuals. Therefore, personality emerges as a trait that differentiates individuals from each other. The features that are innate and acquired by individuals influence the emergence of personality. In line with this, features such as the genders, parents' perspectives, and media of the individuals and traditions and customs of the community where the individuals have lived influence the emergence of personality. Personality traits have been researched by many researchers in different dimensions, but generally, in the evaluation of personality traits, they have been researched in the dimensions of the five-factor personality traits (openness to experience, conscientiousness, extraversion, agreeableness, and neuroticism).

Tourism is a sector in which local people are affected both positively and negatively in economic, social, cultural and environmental dimensions in touristic destinations. While the situation of local people, who have experienced positive development in particular due to tourism, supporting the development of tourism in touristic destinations causes the sector to gain positive momentum in that region, the situation of them not supporting it causes the development of the sector to be hindered substantially. Because of this, the effects of tourism in the dimensions of economic, social, cultural, and environmental effects have been investigated by researchers at certain periods. This situation has been an important event in terms of the developmental process of tourism. Thus, this study was aimed to determine the perception levels of the local people personality traits on the effects of tourism on the economic, social, cultural, and environmental dimensions.

In this research, which is conducted for the local people living in Antalya (Döşemealtı, Muratpaşa, Kepez, Konyaaltı), because the sample

size is large, a quantitative research method has been used. The survey method was used to collect data. In the presented survey, questions were put forth to determine in the first part the local people demographic characteristics, in the second part the local people personality traits, and in the last part the local people perception towards tourism. 389 surveys were subject to analysis in this study. The SPSS 22 Packet Program was used to analyze the data. In this study, in which the arithmetic and standard deviation were calculated, a correlation analysis was conducted to determine the perception levels of Antalya's local people personality traits on the effects of tourism on the economic, social, cultural, and environmental dimension, and a multiple linear regression analysis was conducted to determine the prediction levels of the independent variables on the dependent variables.

According to the results of the analysis oriented towards the perception of the local people personality traits on the economic effects of tourism; it has been revealed that the perception of the local people personality traits on the economic effects of tourism has a partial impact. Within the scope of this result, the local people, who live in the region with the personality traits of openness to innovations, compatibility and emotional balance; it can be seen that they have perceptions towards the tourism sector in terms of employment, investment, increasing the level of welfare, and benefits to the sectors to which the tourism sector indirectly contributes.

According to the results of the analysis oriented towards the perception of the local people personality traits on the social effects of tourism: it has been revealed that the perception of the local people personality traits on the social effects of tourism has a partial impact. In this context, it can be seen that the perception of the local people with the openness to experience, conscientiousness, and neuroticism personality traits are that tourism affects traditions, customs, and lifestyles. According to the results of the analysis oriented towards the perception of the local people personality traits on the cultural effects of tourism: it has been revealed that the perception of the local people personality traits on the cultural effects of tourism has a partial impact. In this context, it has been found out that the local people with the extraversion and agreeableness personality traits have perceptions regarding the region's cultural identity creation, cultural changes, and experiences with different cultures.

Lastly, according to the results of the analysis oriented towards the perception of the local people personality traits on the environmental effects of tourism: it has been revealed that the perception of the local people personality traits on the environmental effects of tourism has no impact. In this context, it has been found out that the local people with openness to experience, agreeableness, conscientiousness, and extraversion personality traits do not have any perceptions regarding topics like noise pollution, traffic density, and excessive tourism.

Some suggestions have been made to tourism stakeholders based on the acquired results. Firstly, plans, policies, and projects related to the region could be made by paying attention to the local people personality traits and including them in the process. Because the research has revealed that different personality traits of the local people are effective in the formation of different levels of perception towards the development of tourism. As a matter of fact, it can be seen that individuals who are open to experience, are more sensitive to the external environment. Based on this situation, individuals who have the openness to experience personality trait can quickly adapt to emerging differences. And in this study, it can be seen that the local people with the openness to experience personality trait have an influence on the development of tourism in aspects of economically and socially. It can be said that studies conducted, which consider this result, could be more helpful. On the other hand, researchers who are going to do research related to the topic could research the local people personality traits and topics like life satisfaction. Also, they can through thoroughly conducted research using quantitative research methods acquire holistic results and thus contribute to science.

Kaynakça / References

- Anderect, K. L. ve Vogt, C. A. (2000). The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism developmen options. *Journal of Travel Research*, 39, 27-36.
- Antara, M. ve Sumarniasih, M. S. (2017). Role of tourism in economy of Bali and Indonesia. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 5(2), 34-44.
- Ap, J. ve Crompton, J. L. (1993). Residents' strategies for responding to tourism impacts. *Journal of Travel Research*, 32(1), 47-50.

- Arslan, E. ve Kılıçlar, A. (2018). Otel işletmelerinde çalışanların kişilik özellikleri ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkide iş tatmininin aracılık rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 360-375.
- Ayaz, N. ve Parlak, U. (2019). Kırsal alanlarda yaşayan yerel halkın kişilik tipleri ve turizm algısı. *Journal of History Culture and Art Research*, 8(4), 80-494.
- Ayazlar, R. A. Ve Ayazlar, G. (2016). Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik tutumunda aidiyet duygusu ve yaşam tatminin rolü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(4), 1451-1470.
- Bacanlı, H., İlhan, T. ve Aslan, S. (2009). Beş faktör kuramına dayalı bir kişilik ölçeğinin geliştirilmesi: sıfatlara dayalı kişilik testi (sdkt). *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 261-279.
- Bagri, S. C. ve Kala, D. (2016). Residents' attitudes toward tourism development and impact in Koti Kanasar, Indroli, Pattyur Tourism Circuit of Uttarakhand State India. *Revista de Turismo Patrimonio Cultural*, 14(1), 23-39.
- Barrick, M. R. and Mount, M. K. (1991). The big five personality dimensions job performance: a meta-analysis. *Personnel Psychology*, 44, 1-26.
- Barrick, M. R., Mount, M. K. and Judge, T. A. (2001). Personality and performance at the beginning of the new millennium: what do we know and where do we go next? *International Journal of Selection and Assessment*, 9, 9-30.
- Batmas, K. H., Yıldırım- Ulusoy, H. ve Köroğlu, Ö. (2020). Yerel halkın kırsal turizme ilişkin tutumlarının incelenmesi: balıkesir örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7 (2), 190-208.
- Bilgin, Y. (2011). *Turizmde lisans öğrenimi gören öğrencilerin kişilik özellikleri ve mesleğe yönelik düşünceleri üzerine bir alan araştırması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- Bouchard, T. J. ve Loehlin, J. C. (2001). Genes, evolution and personality. *Behavior Genetics*, 31(3), 243-273.
- Canizares, S. M. S., Tabales, J. M. N. ve Garcia, F. J. F. (2014). Local residents' attitudes towards the impact of tourism development in Cape Verde. *Tourism & Management Studies*, 10 (1), 87-96.
- Çatı, K., Bilgin, Y. ve Kılınç, I. (2013). Correlation between the personality of tourism students and their perception and attitude towards the tourism profession. *Social and Educational Studies*, 5(2), 283-302.

- Çelik, S., Öztürk, E. ve Coşkun, E. (2019). Turistlerin destinasyon kişiliği ve kalite algılarının tekrar gelme eğilimleri üzerindeki etkileri: İspanya/Endülüs Bölgesi'nde Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (1), 340-357.
- Cengiz, E. ve Kırkbir, F. (2007). Yerel halk tarafından algılanan toplam turizm etkisi ile turizm desteği arasındaki ilişkiye yönelik yapısal bir model önerisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 19-37.
- Cüceloğlu, D. (1991). *İnsan ve davranış*. 1. Baskı, Remzi Kitabevi: İstanbul.
- Develioğlu, K. ve Tekin, Ö. A. (2013). Beş faktör kişilik özellikleri ve yabancılaşma arasındaki ilişki: beş yıldızlı otel çalışanları üzerine bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), 15-30.
- Doğan, H. ve Üngüren, E. (2012). Yerel Halkın Isparta Turizmine Yönelik Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(1), 103-122.
- Durgun, A. (2006). *Bölgesel kalkınma da turizmin rolü: Isparta Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Erdoğan, E. (1983). *İşletmelerde davranış*. İstanbul: Evrim Ofset Matbaacılık.
- Fredline, E., ve Faulkner, B. (2000). Host community reaction: a cluster analysis. *Annal of Tourism Research*, 27(3), 763-784.
- Gore, J. S. Kiefner, A. E. and Combs, K. M. (2012). Personality traits that predict academic citizenship behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 42(10), 2433-2456.
- Gülgöz, S. (2002). Five-factor model and NEO-PI-R in Turkey. A. J. Marsella (Series Der.), R.R. McCrae ve J. Allik (Der.), *The Five-Factor Model Across Cultures*, 1-23.
- Gündüz, S. (2018). Yerel halkın turizm algısını belirlemeye yönelik alternatif bir ölçek geliştirme: Karataş Destinasyonu Örneği. *Journal of Yasar University*, 13 (52), 343-357.
- Gunn, C. A. (1988). *Tourism Planning*. Second Edition, Taylor and Francis: New York.
- Hançer, Ş. ve Mancı, A. R. (2017). Yerel halkın turizme bakış açısının belirlenmesi üzerine bir araştırma: Diyarbakır Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 5(4), 70-91.

- İnanır, A. (2012). *Konaklama işletmelerinde işgörenlerin kişilik tipleri ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon.
- İnanır, A. (2018). *Destinasyon yönetimi kapsamında paydaşlar arası ilişkiler üzerine bir araştırma: Göller Yöresi Örneği*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- İnanır, A. (2019). Turistik destinasyon yönetiminde paydaşlar arası ilişkiler: Göller Yöresi Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 517-541.
- İnanır, A., Gürsoy, S. Ve Sarı, S. (2017). Otel işletmelerinde işgörenlerin kişilik özellikleri ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi: Alanya'daki beş yıldızlı otellerde bir uygulama. *Journal of International Multidisciplinary Academic Researches*. 4(1), 43-57.
- John, O. P. ve Srivastava, S. (1999). The Big Five Trait Taxonomy: History, Measurement and Theoretical Perspectives. L. A. Pervin ve O. P. John (Der.). *Handbook of Personality: Theory and Research*. İçinde (ss. 102-138) New York: Guilford Press.
- Karabacak, G. (2010). *İşgörenlerin kişilik özelliklerinin iş stresi üzerine etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Karaman, E. E. ve Çetinkaya, N. (2019). Kişilik özelliklerinin algılanan aşırı nitelikliliğe etkisi: konaklama işletmeleri çalışanları üzerine bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 13-33.
- Karaman, N. G., Dogan, T. ve Coban, A. E. (2010). A study to adapt the big five inventory to Turkish. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2, 2357-2359.
- Keskin, E. ve Gündoğan, H. (2019). Beş faktör kişilik özellikleri ile iş performansı arasındaki ilişkiler: beş yıldızlı oteller üzerine bir uygulama. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(62), 1465-1478.
- Köknel, Ö. (1985). *Kaygıdan mutluluğa kişilik*. 2. Baskı, Altın Kitaplar Yayınevi: İstanbul.
- Kuru, E. ve Başbuğ, G. (2008). Futbolcuların kişilik özellikleri ve bedenlerini algılama düzeylerinin incelenmesi. *Sportmetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 2, 95-101.
- Lankford, S. V. (2001). A comment concerning: developing and testing a tourism impact scale. *Journal Of Travel Research*, (98), 315-316.
- Larsen, M. M. Esenaliev, D. Brück, T. and Boehnke, K. (2020). The connection between social cohesion and personality: a multilevel study in The Kyrgyz Republic. *International Journal of Psychology*, 55(1), 42-51.

- Long, P. T. ve Richardson, S. L. (1989). Integrating Recreation and Tourism Development in Small Winter Cities. *Journal of Physical Education Recreation & Dance*, 60(8), 58-61.
- Maddox, R. N. (1985). Measuring Satisfaction with Tourism. *Journal of Travel Research*, 23, 2-5.
- Marshall, G. N., Wortman, C. B., Vickers, R. R., Kusulas, J. W., Hervig, L. K. (1994). The five factor model of personality as a framework for personality-health research. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67(2), 278-286.
- Mason, P. ve Cheyne, J. (2000). Residents' attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 391-411.
- McCool, S. ve Martin, S. (1994). Community attachment and attitudes towards tourism development. *Journal of Travel Research*, 32(3), 29-34.
- McCrae, R. R., ve Costa, P. T. (2008). The Five-Factor Theory of Personality. (O. P. John, R. W. Robins ve L. A. Pervin (Der.). *Handbook of Personality: Theory and Research*. İçinde (ss. 159-181), New York: The Guild Press.
- McCrae, R. R. and Costa, P. T. (2003). *Personality in adulthood*. New York: The Guilford Press.
- McCrae, R. R. ve Costa, P. T. (1997). Personality trait structure as a human universal. *American Psychologist in the Public Domain*, 52 (5), 509-516.
- Özdemir, M. A. Ve Kervankıran, İ. (2011). Turizm ve turizmin etkileri konusunda yerel halkın yaklaşımlarını belirlenmesi: *Afyon Örneği*. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 24, 1-25.
- Prezenza, A., Del Chiappa, G. ve Sheehan, L. (2013). "Resident Engagement and Local Tourism Governance in Maturing Beach Destinations: Evidence From an Italian Case Study". *Journal of Destination Marketing & Management*, 2: 22-30.
- Şahbaz, R. P. ve Karaçar, E. (2013). Yerel çekiciliklerin turizme kazandırılmasına yönelik yöre halkının tutumları: Çankırı Tuz Mağarası Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(4), 12-19.
- Sarıtaş, M. (1997). Yönetimde kişilik faktörü. *Eğitim Yönetimi Dergisi*, 3(4), 527-548.
- Scheyvens, R. ve Hughes, E. (2019). Can tourism help to "end poverty in all its forms everywhere"? The challenge of tourism addressing SDG1. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1061-1079.

- Simmons, D. G. (1994). Community participation in tourism planning. *Tourism Management*, 15(2), 98-108.
- Şit, M. (2016). Türkiye’de turizm sektörünün istihdama katkısı. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 7 (1), 101-117.
- Tayfun, A., Kılıçlar, A. (2004). Turizmin sosyal etkileri ve yerli halkın turiste bakışı. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 1-17.
- Turan, B. (2018). *Yerel halkın turizm etkilerine yönelik algısı ile kişilik özellikleri arasındaki ilişki: İzmir İli Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Türker, G. Ö. ve Türker, A. (2014). Yerel halkın turizm etkilerini algılama düzeyi turizm desteğini nasıl etkiler: Dalyan Destinasyonu Örneği. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 4(1), 81-98.
- Uslu, A., Alagöz, G., Güneş, E. (2020). Socio-cultural, economic, and environmental effects of tourism from the point of view of the local community. *Journal of Tourism and Services*, 21(11), 1-21. doi: 10.29036/jots.v11i21.147.
- Wang, Y., Pfister, R. E. ve Morais, D. B. (2006). Residents’ attitudes toward tourism development: a case study of Washington NC. *Northeastern Recreation Research*, 14, 411-417.
- Weinstein, T. A. R., Capitanio, J. P. ve Gosling, S. D. (2008). Personality in Animals. O. P. John, R. W. Robins ve L. A. Pervin (Der.). *Handbook of Personality: Theory and Research* içinde (ss. 328-350). New York: The Guild Press.
- Yoon, Y., Gürsoy, D. ve Chen, J. S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism Management*, 22, 363-372.

Kaynakça Bilgisi / Citation Information

İnanır, A. ve Uçar, Ö. (2021). Yerel halkın kişilik özelliklerinin turizm etkilerini algılama düzeylerine etkisi: Antalya örneği. *OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(38), 5161-5185. DOI: 10.26466/opus.837754.