



Turizm Akademik Dergisi

Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



Yerel Halk Turizmin Gelişimini Neden Destekler? Uyarın-Süreç-Tepki Teorisi*

Elif ŞENEL^a, İlker KILIÇ^{b**}

^a Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, Eskişehir, E-mail: eozelmas@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-0374-6962

^b Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, Eskişehir, E-mail: ilker.kilic@ogu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0617-2260

Öz

Yerel halkın turizmi desteklemesi, turizmin sürdürülebilir gelişimi için temel faktörlerden biri haline gelmiştir. Bu bağlamda yerel halkın turizmi desteklemesine neden olan faktörleri belirlemek üzere bu araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın amacına ulaşmak için kullanılan model uyarın-süreç-tepki teorisi üzerine inşa edilmiştir. Araştırmanın örneklemini başlıca turistik destinasyonlar arasında yer alan Eskişehir ilinde yaşayan bireyler (n=410) oluşturmaktadır. Hipotezlerin test edilmesinde en küçük kareler tabanlı yapısal eşitlik modellemesi (Smart-PLS) kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, yerel halkın algılamış olduğu kültürel, sosyoekonomik ve çevresel değer faktörleri turizme yönelik tutumu olumlu yönde etkilerken, turizme yönelik tutum da turizmin gelişimine yönelik desteğin bir belirleyicisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca turizme yönelik tutum kültürel, sosyoekonomik ve çevresel değer faktörlerinin turizmin gelişimine olan desteğine aracılık etmektedir. Mevcut sonuçlara karşın yerel halkın algılamış olduğu makroekonomik değer turizme yönelik tutuma karşı anlamlı bir etkisi bulunmamıştır. Mevcut sonuçlar bağlamında turizmin gelişmesi için temel faktörlerden biri olan yerel halkın turizme dâhil edilerek ekonomik açıdan gelir elde etmesi sağlanmalıdır. Turizmden elde edilen gelirin halka yayılması için çeşitli politikalar üretilmelidir.

Anahtar Kelimeler: Çevresel Değer, Sosyoekonomik Değer- Kültürel Değer, Makroekonomik Değer, Turizmin Gelişimine Yönelik Destek, Uyarın-Süreç-Tepki Teorisi.

Why Do Local People Support the Development of Tourism? Stimulus-Organism-Response Theory

Abstract

The support of local people for tourism has become one of the main factors in ensuring the sustainable development of tourism. This research has been carried out to find out the factors that increase the support of local people for tourism. The model used to achieve the purpose of the research was based on the stimulus-organism-response theory. The sample of the research is composed of the people living in Eskişehir, which has become one of the main tourist destinations (n=410) recently. Least squares-based structural equation modelling (Smart-PLS) was used to test the research hypotheses. According to the research results, while the cultural, socio-economic and environmental value factors perceived by the local people were found to have positively affected the attitude of local people towards tourism, the attitude towards tourism also appears as a determinant of support for the development of tourism. In addition, the attitude towards tourism mediates the support of cultural, socio-economic and environmental value factors for the development of tourism. This research found no significant effect of the macroeconomic value perceived by the local people on the attitude towards tourism. In line with the current results, local people, which is one of the main factors for development of tourism, should be included in tourism and earn economic income. Various policies should be produced to spread the income from tourism to the public.

Keywords: Environmental Value, Socio-Economic Value, Cultural Value, Macroeconomic Value, Support for the Development of Tourism, Stimulus-Organism-Response Theory.

JEL CODE: Z30, Z32

Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 21.08.2023

Düzeltilme : 22.09.2023

Kabul : 03.11.2023

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Şenel, E., Kılıç, İ. (2023). Yerel Halk Turizmin Gelişimini Neden Destekler? Uyarın-Süreç-Tepki Teorisi, Turizm Akademik Dergisi, 10 (2), 251-264.

* Bu araştırma Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler İnsan Etik Kurulunun 05.04.2023 tarihinde gerçekleştirilen 2023-05 toplantısında alınan onay belgesi ile bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.

** Sorumlu yazar e-posta: ilker.kilic@ogu.edu.tr

GİRİŞ

Turizm dinamik yapısından ötürü sürekli olarak değişimin var olduğu ve gelişim süreçlerinin yaşandığı bir sektördür. Destinasyonlarda turizm tabanlı gelişim o bölgede yaşamını sürdüren yerel halk açısından sosyal, çevresel, ekonomik ve kültürel yönlerden önemli değişimlere yol açmaktadır. Bu noktada yerel halkın turizmin gelişimine yönelik desteği sektörün ortaya çıkarmış olduğu etkilerin halk tarafından ne şekilde ve nasıl algılandığına göre değişim göstermektedir (Abdollahzadeh & Sharifzadeh, 2014; Wilkinson, 2002). Turizmin muhtemel etkilerine karşılık yerel halkın edinmiş olduğu algı olumlu veya olumsuz olarak ortaya çıkabilmektedir. Algı olumlu ise turizmin gelişimine destek vermeye gönüllü olan yerel halk olumsuz bir algı geliştirdiğinde turistik gelişimlere karşı çıkan ve engelleyici bir tavır sergileyebilmektedir. Dolayısıyla yerel halkın turizm sektörünün gelişimi konusundaki yaklaşımlarının belirlenmesi bölgede gerçekleştirilen turizm çeşitleri ve gelişimleri açısından önem arz etmektedir (Choi & Sirakaya, 2005; Yoon ve ark., 2001).

Dahası yerel halkın turizmin gelişimine yönelik olan desteğinin belirlenmesi adına gerçekleştirilen çalışmalar turizm temelli planlama yapan bütün sektörler ve planlılar için yön belirleme hususunda birer pusula niteliği taşımaktadır (Williams & Lawson, 2001). Yerel halkın turizm sektöründeki gelişmelere yönelik düşüncelerini anlamak ve bu konu ile ilgili faktörleri tespit etmek aynı zamanda turizm hareketliliğine yönelik olumsuz duygu ve düşünceleri azaltmada ve daha olumlu bir tavır yaratmada yardımcı bir adım niteliğindedir (Almeida-García ve ark., 2016).

Turizmin yerel halk üzerinde yaratmış olduğu etki ve oluşan algı ile ilgili yapılan araştırmalarda (Nunkoo & Ramkissoon 2011; Rasoolimanesh & Jaafar 2016; Liang ve ark., 2021), turizmin algılanan etkileri sosyal, çevresel ve ekonomik etkiler olarak üç başlık altında incelenmiştir. Dahası alanyazında yerel halkın turizm sektöründeki gelişmelere olan desteği ve tutumu genellikle sosyal değişim teorisi kapsamında incelenmiştir (Al-Badarneh & Al-Makhadmeh; 2015). Teori yaygın bir şekilde kullanılsa da yerel halkın algılarını açıklama konusunda yetersiz kalabilmektedir (Hadinejad ve ark., 2019). Bu noktada yerel halkın turizmin gelişimini neden desteklediğini belirlemek amacıyla yeni yaklaşım ve teorilerden faydalanılması ve bu alanda araştırmalar yapılması gerekmektedir.

Bireylerin çevresel durumlardan etkilenen bilişsel ve duygusal davranışlarını açıklamaya çalışan Stimulus (Uyaran)- Organism (Süreç)- Response (Tepki) teorisi (SOR) uyaranların süreçlere olan etkilerinin yaratmış olduğu tepkileri ölçen (Shah ve ark., 2020) ve daha önce yerel halk ve turizm ilişki içerisinde kullanımı olmayan

bir teori olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüm bu bilgiler konunun eksik yönlerinin olduğunun açık bir göstergesidir. Alanyazındaki mevcut eksikliği gidermek ve literatüre katkı sağlamak amacıyla araştırmanın modeli "Yerel halk turizmin gelişimini neden destekler?" araştırma sorusu ve Uyaran-Süreç-Tepki (Stimulus Organism- Response) teorisi bağlamında tasarlanmıştır. Araştırmada yerel halkın uyaran-süreç-tepki kuramı bağlamında turistik gelişmeleri neden desteklediği ve bu konu ile ilgili algılarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda yerel halkın turizm sektörüne karşı olan beklentileri hakkında bilgi sağlanmış ve buradan yola çıkılarak yerel yönetimlerin iş birlikleri doğrultusunda neler yapabilecekleri hakkında tavsiyelerde bulunulmuştur. Ayrıca araştırma akademik süreçte yerel halkın turizme ve turizmin etkilerine yönelik algı ve tutumlarının sosyal değişim teorisi dışında uyaran-süreç-tepki teorisi gibi önemli bir teori kapsamında değerlendirilebileceği ile ilgili yol gösterici olmuştur.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İnsan hayatı, dünya içerisinde yer alan canlı ve cansız varlıklar ile birlikte uyum ve bütün içerisinde devam eden bir sistemden oluşmaktadır. Var olan bu sistemin parçalarından yalnızca biri olan insan çevresinde yer alan tüm varlıklar ile sağlıklı bir ilişki yürütmek için çaba sarf etmektedir (Kılıç, 2018). Karşılıklı etkileşimin oldukça yoğun olduğu çevresel unsurlar aynı zamanda farklı tanım, karakter ve özelliklere sahiptir. Destinasyonlarda yer alan tarihi, doğal, kültürel ve estetik gibi bütün varlıklar karşımıza çevresel değer olarak çıkmaktadır (Lerner & Haber, 2001). Çevresel değer kavramının gittikçe yaygınlaşması ve bireylerin farkındalık kazanması dünya üzerinde ki birçok ülkede artık çevreye yönelik ilginin ve çevreyi gözetken ürünlere yönelik çabanın artmasına neden olmaktadır. Bu duruma yol açan en temel etmenlerden biri ise bireylerin sosyal sorumluluk ve çevre konuları ile ilgili endişelerinin artması olarak karşımıza çıkmaktadır (Romani ve ark., 2015). Dahası günümüz tüketici profili çevresel değerler ile ilgili herhangi bir konu ile karşı karşıya geldiğinde kendi kişisel değerleri ile uyumlu olan işletme ve markaları tercih etmektedir (Kotler & Sarkar, 2017). Bireylerin, sürdürülebilirlik beklentileri, çevreye karşı olan arzuları ve çevresel ihtiyaçlarının karşılanmasına dayanan tüm düşünceleri çevresel değer olarak nitelendirilmektedir. Çevresel değer aynı zamanda sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan yarattığı fırsatlar ile turizm sektörü içerisinde de önemli bir varlığı temsil etmektedir (Ariffin ve ark., 2016). Çevresel faktörlerin özenle korunması ve bu faktörlerin detaylandırılması ile birlikte turizm çok daha etkin bir hale gelecektir (Kılıç & Şenel, 2021).

Turizm sektörü çevresel değerlerin yanında sosyal ve kültürel açıdan da zamana bağlı değişim ve gelişimlere oldukça kısa sürede uyum sağlayabilen bir yapıya sahiptir. Başka bir ifade ile turizm sektörü sosyal ve kültürel gelişimin hem nedeni hem de sonucudur ki bu durum yerel halk, turistik işletmeler, kurum ve kuruluşlar arasındaki karmaşık ilişkileri kapsamaktadır. Dolayısıyla turizm olgusu içerisinde, çevre ve kültürel süreçlerdeki ilişkilerde, mekâna ve zamana bağlı olarak değişimler yaşanması mümkündür (Singh, 2006). Buna ek olarak sosyokültürel değerler yerel halk açısından özellikle sürdürülebilir bir toplum kültürü ve varlıklarının devamı açısından, sosyal bir kimlik ve sosyal sermayeye saygı anlamı taşımaktadır. Turizm sektörünün sosyal ve kültürel yapı üzerindeki etkileri destinasyonun gelişim düzeyine, turistik faaliyet çeşitlerine, yerel halk ve ziyaretçi nüfusun oranlarına, yeni trendlere ve yerel halkın sosyal ve kültürel değerlere karşı olan düşüncelerine göre değişim göstermektedir (Mckercher, 2003). Sosyokültürel değerlerin yanında turizm sektöründe gerçekleştirilen yatırımlar ve oluşturulan yeni destinasyonlar sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan birçok fayda sağlamakta olup meydana getirdiği temel etkilerin aracılığı ile alt yapı olanaklarında, istihdam sürecinde, ihracat gelirlerinde ve girişimcilik aşamasında önemli değişimlere yol açmaktadır. Ekonomik büyüme oranını artıran ve istihdam yaratan turizm sektörü aynı zamanda ödemeler bilançosunda yer alan açıkların kapatılmasında ve bu açıkların ekonomi üzerinde yaratmış olduğu tehditlerin azaltılmasında da en etkili sektörlerin başında gelmektedir (Özcan, 2015). Dolayısıyla makroekonomik değerler destinasyonlarda yer alan yerel halk açısından göz ardı edilemeyecek kritik bir değere sahiptir.

Sektörel anlamda yaratmış olduğu birçok değer yanında turizm gelişim gösterdiği bütün alanlarda yerel halk üzerinde birtakım etkiler yaratmaktadır. Özellikle bir destinasyonda yaşamını sürdüren bireyler içerisinde değer üzerine bir algılama süreci söz konusudur. Bu noktada turizmin gelişim evrelerinde bireylerin gelişimin meydana getirmiş olduğu etkileri anlaması gerekmektedir (Kim, 2002). Gelişim sürecinin algılanması ile birlikte turizmin yerel halk üzerinde meydana getirdiği etkiler günlük yaşam içerisinde kendisini göstermeye başlamakta ve bunun sonucunda ise olumlu veya olumsuz geri dönüşler meydana gelmektedir. Dahası turizme yönelik algı ve destek yerel halkın değerlendirmeleri sonucu ortaya çıkan ve zaman içerisinde değişim gösterebilen bir yapıya sahiptir. Dolayısıyla yerel halkın turizm sektöründe meydana gelen gelişim ve değişimlere yönelik desteğinde bir genelleme yapılması pek mümkündür değildir. Bunun nedeni bölgede bulunan turizm çeşitlerinin farklılık göstermesi ve bölgeye ait gelişmişlik düzeyindeki farklılıklardır (Faulkner & Tideswell, 1997). Yerel ve bölgesel planlamalarda sade-

ce turistlere yönelik algılar önemli olarak değerlendirilse de bu bakış açısı uzun vadede turizmin gelişimini ve yerel halkın desteğini olumsuz olarak etkileyebilir. Bu noktada bireylerin yaşamlarını sürdürdükleri şehirlere karşı duygularının, tutumlarının ve algılarının göz önünde bulundurulması hareket edilmesi önem taşımaktadır (Hidalgo & Hernández, 2001).

HİPOTEZ GELİŞİMİ

Mehrabian & Russell (1974) tarafından, tüketici davranışlarını anlamak ve onları etkileyen faktörleri belirlemek için geliştirilen uyarın-süreç-tepki teorisinin öncelikli amacı uyarınların süreçlere karşı etkilerinin meydana getirdiği tepkileri ölçmektir. Çevrede meydana gelen tüm uyarınlar insanlarda duygusal ve bilişsel olarak tepkiler oluşturmaktadır. Sonuç olarak davranışsal niyetler meydana getirmektedir. Uyarın-Süreç-Tepki (UST) teorisi kişilerin çevresel faktörlerden etkilenen duygusal ve bilişsel davranışlarını anlamlandırmaya çalışan bir mekanizma olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada Uyarın-süreç-tepki teorisinde var olan dış etmenler bireylerde nasıl davranışsal niyet oluşturmaktadır sorusuna cevap aranmaktadır (Jacoby, 2002; Kılıç & Seçilmiş, 2022; Mehrabian & Russell, 1974; Shah ve ark., 2020). Bu bağlamda araştırma modelini açıklamak üzere U-S-T teorisi kullanılmıştır. Ulusal alanyazında yerel halkın turizmi neden desteklediğini ölçen araştırma modellerinde Uyarın-Süreç-Tepki teorisinin kullanıldığı herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle araştırma mekanizması Uyarın-Süreç-Tepki teorisi üzerine inşa edilmiştir. Araştırma modeli içerisinde uyarın faktörleri olarak kültürel değer, sosyoekonomik değer ve makroekonomik değer ele alınmıştır. Süreç boyutunda turizme yönelik tutum değerlendirilirken tepki boyutunda turizmin gelişimine yönelik destek ele alınmıştır.

Lee (2013), yerel halkın algılamış olduğu ekonomik desteğin sürdürülebilir turizm gelişimi için kritik bir faktör olduğunu, algılanan faydaların toplumsal bağlılık ve sürdürülebilir turizm gelişimi sürecinde karşılıklı ilişki içerisinde olduğunu belirtmiştir. Suntikul ve ark., (2016), yerel halkın yerel yönetimlerde söz sahibi olmasının turizme yönelik olumlu bir tutum oluşturduğunu belirtmişlerdir. Gunjić (2017), çalışmasında kültürel ve çevresel değerlerin yerel halk tarafından oldukça önemli olduğunu bunun yanı sıra bu değerlerin yaratmış olduğu makroekonomik çıktılarının da yerel halkın desteğini sağlayan bir etkisi olduğunu belirtmiştir. Robinson ve ark. (2019), algılanan çevresel değerlerin artması ile birlikte yerel halkın turizme olan desteğinin arttığını ancak çevresel değerlerin azalması durumunda ise yerel halkın turizme yönelik algılarının olumsuz olduğunu belirtmiştir. Kılıç & Şenel (2021), sosyal değişim teorisi kapsamında gerçekleştirdikleri çalışmada turizmin olumlu sosyal ve olumlu kültürel

etkilerinin yerel halkın turizmi desteklemesine neden olduğu sonucuna varmışlardır. Tüm bu bilgiler ve U-S-T teorisi bağlamında aşağıdaki hipotezler test edilmek üzere geliştirilmiştir.

H1: Yerel halkın algılamış olduğu kültürel değer turizme yönelik tutumu olumlu yönde etkilemektedir.

H2: Yerel halkın algılamış olduğu sosyoekonomik değer turizme yönelik tutumu olumlu yönde etkilemektedir.

H3: Yerel halkın algılamış olduğu makroekonomik değer turizme yönelik tutumu olumlu yönde etkilemektedir.

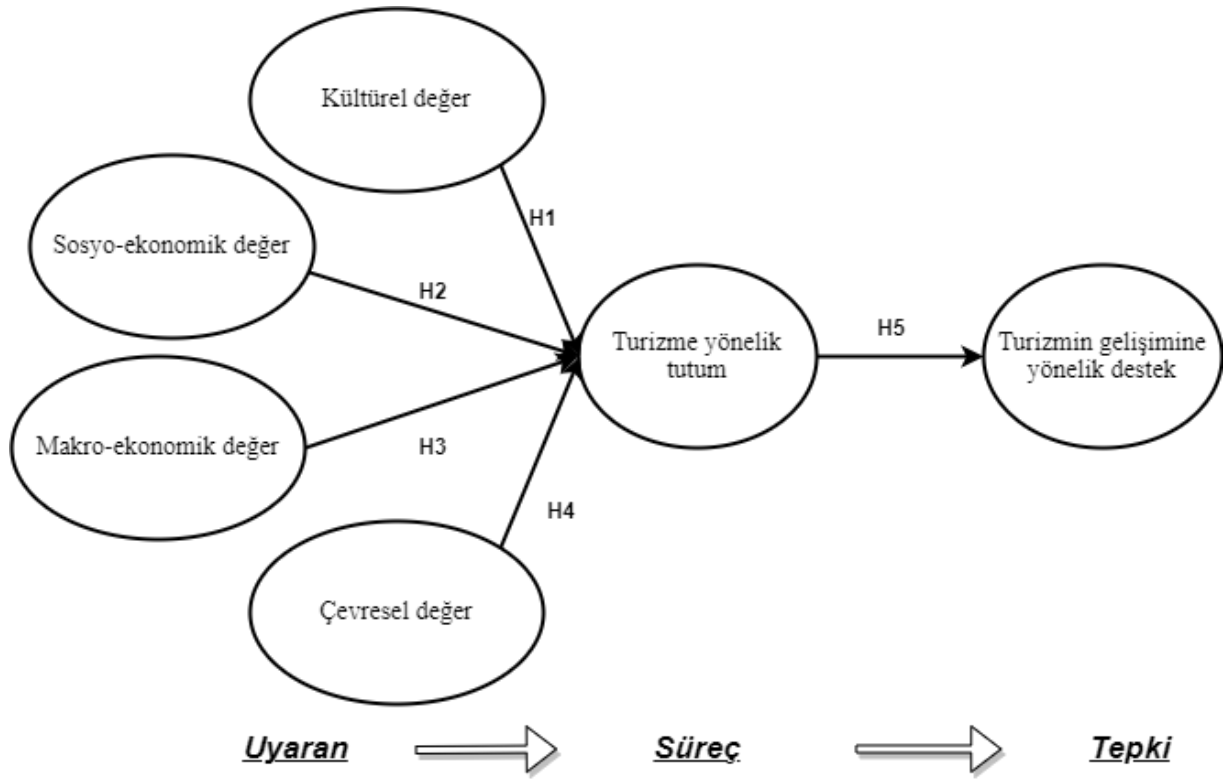
H4: Yerel halkın algılamış olduğu çevresel değer turizme yönelik tutumu olumlu yönde etkilemektedir.

H5: Yerel halkın turizme yönelik tutumu turizmin gelişimine yönelik desteğini olumlu yönde etkilemektedir.

konusunda turizm sektöründeki gelişmelere destek verdiğini belirtmişlerdir. Roslan ve ark. (2017) çalışmalarında yerel halkın doğal ve kültürel değerlerin korunması ile doğru orantılı olarak turistik gelişmelere destek verdiklerini belirtmişlerdir. Mason & Cheyne (2000) ise yerel halkın turizme karşı olan tepkisinin tesis sayılarındaki artış ve istihdam yaratması açısından sosyoekonomik değerlere bağlı olduğu sonucuna varmışlardır. Mevcut araştırmalar bağlamında aşağıdaki hipotezler test edilmek üzere geliştirilmiştir.

H6: Yerel halkın turizme yönelik tutumu çevresel değer turizmin gelişimine yönelik desteğine aracılık etmektedir.

H7: Yerel halkın turizme yönelik tutumu sosyoekonomik değer turizmin gelişimine yönelik desteğine aracılık etmektedir.



Şekil 1. Araştırma modeli

Aref ve ark. (2009) yaptıkları araştırmada turistik gelişmelere yönelik en güçlü ve olumlu algıların oluşan çevresel ve ekonomik değere yönelik olduğu sonucuna varmışlardır. Han ve ark. (2011) araştırmalarında yerel halkın turizm sektörünü desteklemesinin öncelikli koşullarından birinin sektörün yaratmış olduğu ekonomik değer olduğunu belirtmişlerdir. Terzić ve ark. (2014), çalışmalarında yerel halkın kültürel değerler

H8: Yerel halkın turizme yönelik tutumu kültürel değer turizmin gelişimine yönelik desteğine aracılık etmektedir.

H9: Yerel halkın turizme yönelik tutumu makroekonomik değer turizmin gelişimine yönelik desteğine aracılık etmektedir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Evren ve örneklem

Araştırma verileri anket tekniği ile kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Araştırma anketleri Haziran 2023 ile Temmuz 2023 tarihleri arasında toplanmıştır. Araştırmanın evreni özellikle yerli turistler için cazibe merkezi haline gelmiş olan ve gün geçtikçe gelen turist sayısının arttığı Eskişehir ilinde yaşayan halktan oluşmaktadır. Eskişehir ilinde yaşayan toplam kişi sayısının yaklaşık 900 bin kişi (Nüfus, 2023) olmasından dolayı en az 384 kişiye (Altunışık ve ark., 2007) ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda 500 anket dağıtılmış 432 tanesi geri dönmüştür. Ancak 22 tanesinden eksik veri olduğundan dolayı 410 anket ile analizler gerçekleştirilmiştir. Son olarak araştırmanın gerçekleştirilmesi için gerekli olan etik kurulu belgesi Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler İnsan Etik Kurulunun 05.04.2023 tarihinde gerçekleştirilen 2023-05 toplantısında alınan karar ile temin edilmiştir.

Ölçme araçları

Araştırmada yerel halkın algılamış olduğu makro-ekonomik değeri (4 madde), kültürel değeri (4 madde), sosyoekonomik değeri (3 madde) ve çevresel değeri (2 madde) ölçmek amacıyla Ganji ve ark. (2021) araştırmasındaki ifadeler uyarlanarak kullanılmıştır. Yerel halkın turizme yönelik tutumunu ölçmek amacıyla Moghavemi ve ark. (2017)'nin kullandığı ölçek

(6 madde) uyarlanmıştır. Son olarak turizme yönelik desteği ölçmek amacıyla Erul ve ark. (2020)'nin kullandığı ölçek (2 ifade) uyarlanarak kullanılmıştır. Ölçeklerin sorulmasında, 5'li Likert tarzı (1: Kesinlikle katılmıyorum 5: Kesinlikle katılıyorum) derecelendirme yapılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin tamamı İngilizce araştırmalardan alındığından dolayı Türkçeye uyarlanırken Brislin (1970)'in üç aşamalı yaklaşımı izlenmiştir. Söz konusu yaklaşıma göre ölçekler ilk olarak Türkçeye çevrilmiş ardından İngilizceye son olarak tekrar Türkçeye çevrilmiştir. Verilerin elde edilebilmesi için Eskişehir Osmangazi Üniversitesi 05.04.2023 tarihli 2023-05 sayılı kararı ile "Etik Kurulu Onayı" alınmıştır

Veri analizi

Hipotezlerin test edilmesinde en küçük kareler tabanlı yapısal eşitlik modellemesi (Smart-PLS) kullanılmıştır. Bunun birkaç nedeni bulunmaktadır. Smart-PLS karmaşık modellerin test edilmesinde kullanışlı bir araçtır (Rasoolimanesh & Ali 2018). Ayrıca, Smart-PLS Likert tip ölçek gibi sıralı ölçeklerle toplanan verileri analiz etmek için uygun bir yöntem olmakla beraber açıklama ve tahmin için etkili ve verimlidir (Hair ve ark., 2017a) Bu nedenle Smart-PLS bu araştırma için uygun bir analiz aracıdır.

BULGULAR

Demografik bulgular

Tablo 1. Demografik Özellikler

		Frekans	Yüzde			Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	239	41,7				
	Erkek	171	58,3				
Yaş	18-25	60	14,6				
	26-35	98	23,9				
	36-45	128	31,2				
	46-55	69	16,8				
	56 ve üstü	55	13,4				
Gelir	8500 TL'den az	68	16,6	Öğrenci	50	12,2	
	8500-10500	57	13,9	İşçi	51	12,4	
	10501-12500	94	22,9	İşyeri sahibi	33	8,0	
	12501-14500	65	15,9	Memur	162	39,5	
	14501 ve üstü	126	30,7	Meslek	Turizmci	22	5,4
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	43	10,5	Emekli	42	10,2	
	Lise	95	23,2	Çalışmıyor	32	7,8	
	Ön Lisans / Lisans	212	51,7	Diğer	18	4,4	
	Lisansüstü	60	14,6				
Toplam	410	100	Toplam	410	100		

Tablo 1’de katılımcıların demografik özellikleri kapsamlı bir şekilde sunulmuştur. Demografik özellikler arasından dikkat çekici olanlar katılımcıların %30,7’sinin 14501 ve üzeri gelire sahip olmasıdır. Ayrıca %51,7’si lisans ve ön lisans mezunudur. Son olarak katılımcıların % 39,5’i memur olarak çalışmaktadır.

Ölçüm modeli

İlk olarak iç tutarlılık, güvenilirlik, yakınsak geçerlilik ve ayırt edici geçerliliğin sağlanıp sağlanmadığını değerlendirme için dış model test edilmiştir (Hair ve ark., 2017b). Tablo 2’de dış model sonuçları sunulmuştur. İlk olarak faktör yükleri 0,50’nin altında kalan

Tablo 2. Ölçüm Modeli

Değişkenler ve İfadeler	Faktör Yükleri	C. Alfa	BG	AOV
Kültürel değer		0,884	0,920	0,742
Turizm, yerel gıdaların üretimini ve satışını teşvik etmektedir.	0,838			
Turizm, bölge sakinlerinin müzik gibi yerel sanatlara olan katılımını ve bunlardan keyif almasını teşvik eder.	0,841			
Turizm, bölge sakinlerinin yerel kültürleriyle iftihar etmesine sebep olur.	0,901			
Turizm, Eskişehir’in kültürel kimliğinin ve mirasının korunmasına yardımcı olur	0,864			
Sosyoekonomik değer		0,855	0,912	0,776
Turizm, Eskişehir’in ekonomik geleceği için büyük bir umut vaat etmektedir.	0,871			
Turizm, bölge sakinleri için birçok istihdam fırsatı yaratmaktadır.	0,900			
İstihdam ve gelir sağlaması bakımından turizm, bölge sakinlerinin sosyal refahında bir artışı teşvik etmektedir.	0,871			
Makroekonomik değer		0,851	0,900	0,692
Turizm, toplum ekonomisine daha fazla yatırım sağlamaktadır.	0,844			
Turistlerden en çok yerel işletmeler yararlanmaktadır.	0,815			
Turizmin en önemli yönlerinden biri, toplum içerisindeki bireyler için çeşitli iş-olanakları yaratmasıdır.	0,871			
Turizm, toplumun yaşam standartlarını yükseltir.	0,794			
Çevresel değer		0,801	0,910	0,834
Turizmin gelişmesi genel olarak Eskişehir’in görünümünü iyileştirmiştir.	0,920			
Eskişehir’de turizmin gelişimi çevreyi korumaktadır.	0,906			
Turizme yönelik tutum		0,908	0,943	0,846
Eskişehir’de toplumda turistlerin olması iyi bir fikirdir.	0,935			
Eskişehir’de turizm faaliyetini geliştirmek akıllıca bir fikirdir	0,942			
Eskişehir’de turistlerin olması keyiflidir.	0,880			
Turizmin gelişimine yönelik destek		0,884	0,945	0,896
Eskişehir’de turizmin gelişmesine destek olmak için çaba göstereceğim.	0,948			
Eskişehir’de turizmin gelişmesine destek olmayı planlıyorum.	0,946			

turizme yönelik tutum değişkeninin ifadelerinden “Eskişehir’de daha fazla turist olması fikrini seviyorum.”, “Eskişehir’de turistlerin varlığı ilginçtir.” ve “Eskişehir’de turistlerin olması eğlencelidir.” ve turizmin gelişimine yönelik destek faktörünün “Eskişehir’de turizmin gelişmesini destekliyorum.” ifadelerinin faktör yüklerinin 0.50’nin altında olmasından dolayı analizden çıkartılmıştır.

Hipotez testi

Dış model onayladıktan sonra iç modelin değerlendirilmesi için önceki çalışmaların önerdiği adımlar takip edilmiştir (Hair ve ark., 2017a). İlk olarak The variance inflation factor (VIF) kontrol edilmiştir ve 5’i aşan bir değer bulunmadığından çoklu doğrusal bağlantı sorunu olmadığı kanısına varılmıştır

Tablo 3. Ayrışma Geçerliliği

(Fornell-larcker kriteri)						
(1) Kültürel değer	0,861					
(2) Sosyoekonomik değer	0,806	0,881				
(3) Makroekonomik değer	0,730	0,779	0,832			
(4) Turizme yönelik tutum	0,750	0,688	0,619	0,920		
(5) Turizmin gelişimine yönelik destek	0,714	0,637	0,567	0,808	0,947	
(6) Çevresel değer	0,783	0,673	0,597	0,699	0,667	0,913

Gösterge güvenilirliğini değerlendirmek için dış yükler kontrol edilmiştir. Tablo 2’de görüldüğü gibi tüm yükler 0,70’in üzerindedir. Dolayısıyla gösterge güvenilirliği sağlanmıştır. Yapıların Cronbach alfa değerleri 0,70’in oldukça üzerindedir. Bu içsel güvenilirliğe

(Hair ve ark., 2017b). Veri ve model uyumunu değerlendirmek için standardized root mean square residual (SRMR) değeri kullanılmıştır (Henseler ve ark., 2016). Yapısal modelin test sonuçlarına göre SRMR değeri 0,059’dır. Buna göre veri ve model arasında iyi bir

Tablo 4. Hipotez testi sonuçları

Hipotezler	etki	β	t-değeri	Sonuçlar	VIF değeri
H1	KD→TYT	0,357***	5,430	Desteklendi	4,313
H2	SED→TYT	0,168**	2,501	Desteklendi	3,703
H3	MED→TYT	0,069	1,137	Desteklenmedi	2,756
H4	ÇD→TYT	0,808***	38,624	Desteklendi.	2,621
H5	TYT→TGD	0,266***	5,190	Desteklendi.	1,000

TYT R²= 0,612, Q²= 0,508; TGD R²= 0,653, Q²= 0,581;

***p<.01(t>2,58), **p<.05(t>1,96), *p<.10(t>1,65)

Not: KD= Kültürel değer; SED= Sosyoekonomik değer; MED= Makroekonomik değer; ÇD= Çevresel değer; TYT= Turizme yönelik tutum; TGD= Turizmin gelişimine yönelik destek

işaret etmektedir. Ek olarak, birleşik güvenilirlik değerleri 0.90 ve üzerindedir. Bu yapı güvenilirliğinin sağlandığına işaret etmektedir (Hair ve ark., 2017b). Açıklanan ortalama varyans değerlerinin 0.50’nin oldukça üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Bu yakınsak geçerliliğin sağlandığına işaret etmektedir (Fornell & Larcker, 1981).

Son olarak diskriminant geçerliliği incelenmiştir. Ayrışma geçerliliği sonuçları Tablo 3’te gösterilmiştir. AVE değerlerin karekökü yapılar arasındaki korelasyon katsayılarından daha yüksektir ve bu da ayrışma geçerliliğini doğrulamıştır (Fornell & Larcker, 1981).

uyum bulunmaktadır (Hu & Bentler, 1999). 0,75, 0,50 ve 0,25 R² değerleri sırasıyla önemli, orta ve zayıf olarak değerlendirilmektedir (Hair ve ark., 2011). Tablo 3’de görüldüğü gibi tüm R² değerleri 0,50’nin üzerindedir. Q² değerlerini hesaplamak için Blindfolding tekniği uygulanmıştır. Q² değerlerinin tamamı 0’1 geçtiği için modelin yordayıcı bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir (Hair ve ark., 2019).

Bulgulara göre turizmin oluşturduğu kültürel değer, yerel halkın turizme yönelik tutumunu olumlu ve anlamlı etkilemektedir ($\beta = 0,357$, $p < 0,001$). Mevcut bulguya göre **H1** hipotezi kabul edilmiştir. Turizmin oluşturduğu sosyo-ekonomik değer turizme yönelik

tutumu olumlu ve anlamlı etkilemektedir ($\beta = 0,168$, $p < 0,005$). Bulgu sonucunda **H2** hipotezi kabul edilmiştir. Turizmin bölgede yaratmış olduğu makroekonomik değerlerin yerel halkın turizme yönelik tutumu üzerinde anlamlı bir etkisi yoktur ($\beta = 0,069$). Bulguya göre **H3** hipotezi reddedilmiştir. Turizmin oluşturduğu çevresel değer, yerel halkın turizme yönelik tutumunu olumlu ve anlamlı etkilemektedir ($\beta = 0,808$, $p < 0,001$). Bulguya göre **H4** hipotezi kabul edilmiştir. Son olarak yerel halkın turizme yönelik tutumları turizmin gelişimine yönelik desteklerini olumlu ve anlamlı yönde etkilemektedir. Bulguya göre **H5** kabul edilmiştir.

Aracılık etkisi

Aracılık analizi için bootstrapping kullanılmıştır (Zhao ve ark., 2010). Bu kapsamda %95 güven aralığında 5.000 alt örneklem oluşturulmuştur. İlk olarak dolaylı etkilerin anlamlılığı daha sonra bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki doğrudan etkilerinin anlamlılığı incelenmiştir. Tablo 5'de görüldüğü gibi üst ve alt güven aralıkları H6-H7-H8'de 0 içermediğinden bu hipotezler kabul edilmiş H9 sıfır içerdiğinden dolayı bu hipotez kabul edilmemiştir.

2016; Kılıç & Şenel, 2021) olarak olumlu etkilenmesi turizme yönelik tutum ve desteği artıracaktır sonuçları araştırma bulguları ile örtüşmektedir. Bu sonuçların aksine makroekonomik değer turizme yönelik tutumu olumlu ve anlamlı yönde etkilememektedir. Bu durum yerel halkın makroekonomik seviyede turizmden etkilenmemesi ile açıklanabilir. Ayrıca bu sonuç yapılan turizm yatırımları yerel halkın direkt olarak ekonomik gelir elde edemediğini de ortaya koymaktadır. Aracılık sonuçlarına bakıldığında turizme yönelik tutum yerel halkın algılamış olduğu kültürel, sosyoekonomik ve çevresel değerlerin turizmin gelişimine yönelik desteğe aracılık ederken makroekonomik değerine turizmin gelişimine yönelik desteğine aracılık etmemektedir. Sonuç olarak turizme yönelik tutum turizme yönelik destekte önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Araştırma modeli uyaran-süreç-tepki (UST) teorisi üzerine inşa edilmiştir. U-S-T teorisi ulusal (Kılıç & Seçilmiş, 2022) ve uluslararası (Seçilmiş ve ark., 2022) alanyazında güncel olarak turizm araştırmalarında davranışları açıklamak üzere kullanılmaktadır. Bu araştırmada yerel halkın turizmin gelişimine yönelik

Tablo 5. Aracılık analizi sonuçları

Hipotezler	Dolaylı etki	t-değeri	p-değeri	BC confidence interval		Sonuçlar
				Düşük	Yüksek	
H6: ÇD→TYT→TGD	0,266	5,179	0,01	0,174	0,371	Desteklendi
H7: SED→TYT→TGD	0,168	2,578	0,01	0,046	0,300	Desteklendi
H8: KD→TYT→TGD	0,357	5,192	0,01	0,209	0,474	Desteklendi
H9: MED→TYT→TGD	0,069	1,158	0,24	-0,041	0,191	Desteklenmedi

Not: KD= Kültürel değer; SED= Sosyoekonomik değer; MED= Makroekonomik değer; ÇD= Çevresel değer; TYT= Turizme yönelik tutum; TGD= Turizmin gelişimine yönelik destek

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma sonuçlarına göre yerel halkın turizme yönelik desteğini etkileyen temel faktörlerden biri halkın turizme karşı olan tutumlarıdır. Turizme yönelik tutumlarının olumlu olarak artış göstermesi doğru orantılı olarak turizme olan desteklerini de artıracaktır. Ek olarak turizme yönelik tutumlarını da yerel halkın turizmden kültürel, sosyoekonomik ve çevresel olarak değer sağlamaları arttırmaktadır. Mevcut sonuçlar, yerel halk turizmden ne kadar değer kazanır ise o kadar turizme yönelik tutumu ve desteğinin artacağına işaret etmektedir. Alanyazında yer alan yerel halk turizmden çevresel (Aref ve ark., 2009; Gunjić, 2017), sosyoekonomik (Lee, 2013), ve kültürel (Suntikul ve ark.,

desteğini açıklayan model U-S-T üzerine inşa edilmiş ve büyük oranda kabul edilmiştir. Araştırmanın bu yönüyle teoriye farklı bir bakış açısı kazandırdığı söylenebilir.

Araştırma sonuçları bağlamında destinasyonlar için turizm paydaşlarına sunulan öneriler aşağıdaki gibidir;

- Turizmin gelişmesi için temel faktörlerden biri olan yerel halkın turizme dâhil edilerek ekonomik açıdan gelir elde etmesi sağlanmalıdır.
- Turizmden elde edilen gelirin halka yayılması için çeşitli politikalar üretilmelidir.

- Yerel halkın da bir şekilde turizm planlamasına dâhil edilmesi gerekmektedir.
- Turizmin oluşturduğu çevresel, kültürel ve sosyoekonomik değerler halkın da kazancına olacak şekilde arttırılmalıdır.
- Turizm geliştirilirken bölgesel kültürel değerlerin korunmasına önem verilmelidir.

Tüm bu bilgiler ışığında araştırma U-S-T teorisinin yerel halk davranışlarını ölçmede kullanılmasıyla hem alanyazına hem de teoriye katkı sunmuştur. Ayrıca sunulan önerilerin de uygulayıcılara yeni bakış açılarını kazandıracağı düşünülmektedir. Araştırmanın temel kısıtı Eskişehir ilinde yapılmış olmasıdır. Gelecek araştırmalarda farklı destinasyonlarda farklı faktörlerle yerel halkın turizmin gelişimine yönelik desteğinin öncüllerinin U-S-T teorisi bağlamında ölçülmesi önerilmektedir. Ayrıca U-S-T teorisinin destinasyonlara yönelik turist davranışlarını ölçmek için de kullanılması önerilmektedir.

Tüm bu bilgiler ışığında;

“Yerel halk turizmden ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel olarak olumlu yönde etkilenir ise turizme yönelik destekleri artacaktır” sonucuna ulaşılmıştır.

KAYNAKÇA

- Abdollahzadeh, G. & Sharifzadeh, A. (2014). Rural residents' perceptions toward tourism development: A study from Iran, *International Journal of Tourism Research*, 16 (2), 126-136.
- Al-Badarneh, M. B. H., & Al-Makhadmeh, A. A. M. (2015). A review of social exchange theory effectiveness in measuring residents' attitudes towards tourism. *International Journal of Heritage, Tourism, and Hospitality*, 9(2/2).
- Almeida-García, F., Peláez-Fernández, M. Á., BalbuenaVazquez, A. & Cortes-Macias, R. (2016). Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain). *Tourism Management*, 54, 259-274.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yildirim, E. (2007). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri. Sakarya Yayıncılık, Sakarya, 226.
- Aref, F., Redzuan, M., & Gill, S. S. (2009). Community Perceptions Toward Economic And Environmental Impacts Of Tourism And Local Communities. *Asian Social Science*, 5(7), 130-137.
- Ariffin, S., Yusof, J. M., Putit, L. & Shah, M. I. A. (2016). Factors influencing perceived quality and repurchase intention towards green products. *Procedia Economics and Finance*, 37, 391-396.
- Brislin, R. W. (1970). "Back-Translation for Cross-Cultural Research." *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1(3): 185-216.
- Choi, H. C., & Sirakaya, E. (2005). Measuring Residents' Attitude Toward Sustainable Tourism: Development Of Sustainable Tourism Scale. *Journal of Tourism Research*, 43, 380-394.
- Erul, E., Woosnam, K. M., & McIntosh, W. A. (2020). Considering emotional solidarity and the theory of planned behavior in explaining behavioral intentions to support tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(8), 1158-1173.
- Faulkner, B. & Tideswell, C. (1997). A framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5 (1), 3-28.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. 18 (3), 382-388.
- Ganji, S. F. G., Johnson, L. W., & Sadeghian, S. (2021). The effect of place image and place attachment on residents' perceived value and support for tourism development. *Current Issues in Tourism*, 24(9), 1304-1318.
- Gunjić, L. (2017). Local perceptions of cultural heritage and tourism development -Case study Bač, Serbia. *Ge-conservación*, 11:57-62.
- Hadinejad, H. Moyle, B.D., Scott, N., Kralj, A. & Nunkoo, R. (2019). Residents' attitudes to tourism: a review. *Tourism Review*, 74 (2).
- Hair Jr, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017a). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107-123.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review*, 31(1), 2-24.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. & Sarstedt, M. (2017b), A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), 2nd ed., Sage, Thousand Oaks, CA.
- Han, G., Fang, W.T., & Huang, Y.W. (2011). "Classification and Influential Factors in the Perceived Tourism Impacts of Community Residents on Nature-based Destinations: China's Tiantangzhai Scenic Area". *Procedia Environmental Sciences*, 10.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using pls path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2-20.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43, 115-135.
- Hidalgo, M. C., & Hernández, B. (2001). Place attachment: conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 273-281.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55
- Jacoby, J. (2002). "Stimulus-Organism-Response Reconsidered: An Evolutionary Step in Modeling (Consumer) Behavior", *Journal of Consumer Psychology*, 12(1), 51-57.
- Kılıç, Ç. (2018). 2-MEV (iki faktörlü çevresel değerler modeli) Tutum Ölçeğinin Türkçeye adaptasyonu. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kılıç, İ. & Şenel, E. (2021). Turizmin Sosyo-Kültürel ve Çevresel Etkilerinin Turizmin Gelişimindeki Rolü, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 23, 2, ss. 789-808.

- Kılıç, İ., & Seçilmiş, C. (2022). Hangisine Güvenirim? Sosyal Medya Influencer'ları Mı Seyahat Acentaları Mı? Uyarın-Süreç-Tepki (Stimulus-Organism-Response) Teorisi. *Alanya Akademik Bakış*, 6(3), Sayfa No.2929-2941.
- Kotler, P., & Sarkar, C. (2017, January 9). Finally, brand activism. *The Marketing Journal*. <http://www.marketingjournal.org/finally-brand-activism-philip-kotler-and-christian-sarkar/>, Erişim Tarihi: 02.08.2023.
- Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism management*, 34, 37-46.
- Lerner, M. & Haber, S. (2001). Performance Factors of Small Tourism Vcnturcs: Th e Interface of Tourism Entrepreneurship and The Environment. *Journal of Business Venturing*, Vol.16, 77 - 100.
- Liang, Z., Luo, H. & Bao, J. (2021). A Longitudinal Study of Residents' Attitudes toward Tourism Development, *Current Issues in Tourism*, 1-15.
- Mason, P., Cheyne, C., (2000). "Residents' Attitude to Proposed Tourism Development". *Annals of Tourism Research*. 27: 391-411.
- Mckercher, B. (2003). "Sustainable Tourism Development-Guiding Principles for Planning and Management", National Seminar on Sustainable Tourism Development, Bishkek, November, s.5.
- Mehrabian, A., & Russell, J. A., (1974). *An Approach To Environmental Psychology*. The Mit Press.
- Moghavvemi, S., Woosnam, K. M., Paramanathan, T., Musa, G., & Hamzah, A. (2017). The effect of residents' personality, emotional solidarity, and community commitment on support for tourism development. *Tourism Management*, 63, 242-254.
- Moghavvemi, S., Woosnam, K. M., Paramanathan, T., Musa, G., & Hamzah, A. (2017). The effect of residents' personality, emotional solidarity, and community commitment on support for tourism development. *Tourism Management*, 63, 242-254
- Nunkoo, R. & Ramkissoon, H. (2011). Developing a Community Support Model for Tourism, *Annals of Tourism Research*, 38 (3): 964-988.
- Nüfus, (2023). <https://www.nufusu.com/il/eskisehir-nufusu> (Erişim tarihi: 10.06.2023).
- Özcan, C. C. (2015). Türkiye'de Turizm Gelirinin Makroekonomik Belirleyicileri: Panel Veri Analizi, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 24, Sayı 1, Sayfa 203-220.
- Rasoolimanesh, S. M. & Jaafar, M. (2016). Residents' Perception Toward Tourism Development: a pre-development perspective, *Journal of Place Management and Development*, 9 (1): 91-104.
- Rasoolimanesh, S. M., & Ali, F. (2018). Partial least squares-structural equation modeling in hospitality and tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(3), 238-248.
- Robinson, D., Newman, S. P., & Stead, S. M. (2019). Communityperceptions link environmental decline to reduced support for tourism developmentin small island states: a case study in the Turks and Caicos Islands. *Marine Policy*, 108, 103671.
- Romani, S., Grappi, S., Zarantonello, L., & Bagozzi, R. P. (2015). The revenge of the consumer! How brand moral violations lead to consumer anti-brand activism. *Journal of Brand Management*, 22(8), 658-672.
- Roslan, Z., Ramli, Z., Shin, C., Choy, E. A. & Razman, M. R. (2017). Local community perception on the importance of cultural-natural heritage protectionand conservation: Case study in Jugra, Kuala Langat, Selangor, Malaysia. *Journal of Food, Agriculture & Environment*, 15(2):107-110.
- Shah, A. M., Yan, X., Shah, S. A. A., & Ali, M. (2020). "Customers' Perceived Value and Dining Choice Through Mobile Apps İn Indonesia.", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Singh, S. P. (2006). "Tourism in Destinastion Communities", Sustainable Tourism, (Ed.Shailini Sigh, Dallen Timothy, Ross K. Dawling), Cabi Publishing, London, s.176.
- Suntikul, W., Pratt, S., Kuan, W. I., Wong, C. I., Chan, C. C., Choi, & W. L., Chong, O. F. (2016). Impacts of tourism on the quality of life of local residents in Hue, Vietnam. *Anatolia*, 27(4), 405-420.
- Seçilmiş, C., Özdemir, C., & Kılıç, İ. (2022). How travel influencers affect visit intention? The roles of cognitive response, trust, COVID-19 fear and confidence in vaccine. *Current Issues in Tourism*, 25(17), 2789-2804.
- Terzić, A., Jovičić, A. & Simeunović-Bajić, N. (2014). Community role in heritagemanagement and sustainable tourism development: Casestudy of the Danube Regionin Serbia. *Transylvanian Reviewof Administrative Sciences*, Special Issue:183-201.
- Wilkinson, D. (2002), *Environment and Law*, Routledge, New York.
- Williams, J. & Lawson, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, 28 (2), 269-290.
- Yoon, Y., Gursoy, D. & Chen, J.S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism Management*, 22 (4), 363-372.
- Zhao, X., Lynch Jr, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of consumer research*, 37(2), 197-206.

Destek bilgisi: Bu çalışmanın hazırlanması sürecinde herhangi bir bireyden ya da kurumdan aynı ya da nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazarlar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm Akademik Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Yazarlar kendi rızası ile çalışmaya dâhil olmuştur.

Etik Kurul Onayı: Bu araştırmada kullanılan verilerin toplanması için gerekli olan etik kurul onayı, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi 05.04.2023 tarihli 2023-05 sayılı kararı ile “Etik Kurulu Onayı” alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: 1. Yazar = 50% 2. Yazar= 50%

EXTENSIVE SUMMARY

Why Do Local People Support the Development of Tourism? Stimulus-Organism-Response Theory

Elif ŞENEL, İlker KILIÇ*

Introduction

The research conducted in the literature regarding the effect of tourism on the local people and the perception created in their minds (Nunkoo & Ramkissoon 2011; Rasoolimanesh & Jaafar 2016; Liang et al., 2021) examined the perceived effects of tourism under three headings; social, environmental and economic. Whereas the support of the local people for the developments in the tourism sector is considered to depend on these three factors, it is clear that the structural effects resulting from the interaction between tourism and local people have not been examined well. Moreover, the support and attitude of the local people towards the developments in the tourism sector have generally been studied within the scope of the Social Exchange Theory (Al-Badarneh & Al-Makhadmeh; 2015). Although this theory has been commonly used, it may fail to explain the perceptions of the local people (Hadinejad et al., 2019). Therefore, it has been necessary to test new approaches and theories and conduct research in this area to find out why the local people support the development of tourism.

The Stimulus-Organism-Response theory (SOR), which aims to explain the cognitive and emotional behaviours of individuals affected by environmental factors, measures the reactions caused by the effects of stimuli on processes (Shah et al., 2020) and stands out as a theory that previously had no use in the relationship between local people and tourism. All these details make it clear that this issue needs further investigation. To fill the current gap in the literature, this research has been designed to come up with a response to the research question “Why do local people support the development of tourism?” in line with the Stimulus-Organism-Response theory. This research aimed to find out why local people support tourism development in line with the stimulus-organism-response theory and their perceptions about this issue. In line with the results obtained, the expectations of the local people towards the tourism sector will be made clear, and based on this, relevant recommendations will be provided about what local governments can do in cooperation. In addition, this research is expected to play a guiding role in the academic processes related to the fact that the perceptions and attitudes of local people towards tourism and the effects of tourism can

be examined within the scope of an important theory such as stimulus-organism-response theory, other than the theory of social exchange.

Method

Least squares-based structural equation modelling (Smart-PLS) was used to test the research hypotheses. There are many reasons for this. Smart-PLS is a useful tool for testing complex models (Rasoolimanesh & Ali (2018). In addition, Smart-PLS is also a convenient tool for analyzing the data collected with sequential scales such as the Likert type scale, and it is also very effective and efficient for explanation and prediction (Hair et al., 2017). Therefore Smart-PLS was considered an appropriate analysis tool in this research.

To measure the macroeconomic value (4 items), cultural value (4 items), socio-economic value (3 items) and environmental value (2 items) perceived by the local people in the research, the expressions developed by Ganji et al. (2021) were adapted and used. To measure the attitude of local people towards tourism, the scale developed by Moghavvemi et al. (2017) (6 items) has been adapted and used in the study. Finally, the scale developed by Erul et al. (2020) was adapted and used (2 expressions) to measure the support for tourism. The research scales used a 5-point Likert style rating (1: Strongly disagree 5: Strongly agree). As all of the scales used in the research were taken from the literature in the English language, Brislin's (1970) three-stage approach was used in the translation of the scales. Before the collection of the data, “Ethics Committee Approval” was received from Eskişehir Osmangazi University, No. 2023-05 dated 05.04.2023

The research data were collected using the convenience sampling method with the use of a survey technique. Research questionnaires were administered between the dates of January 2023 and March 2023. The universe of the research consists of the people living in Eskişehir province, which has become a popular attraction, especially among domestic tourists and where the number of tourists visiting the destination is increasing day by day. As the total number of people living in Eskişehir province is about 900 thousand people (Nüfus, 2023), it was decided that at least 384 people (Altunışık et al., 2017) should fill out the survey. For this purpose, 500 questionnaires were distributed and 432 of them were returned. However, since 22 of them had some missing details, further analyses were carried out with the remaining 410 questionnaires. Finally, the ethics committee approval required for the research was obtained with the decision in the 2023-05 meeting of the Human Ethics Committee of Eskişehir Osmangazi University's Social and Humanities held on Jul 05.04.2023.

* Corresponding author at: Eskişehir Osmangazi University, Tourism Management Department
E-Mail Address: ilker.kilic@ogu.edu.tr

Discussion and suggestions

According to the results of the research, one of the main factors affecting the support of local people for tourism was found to be the attitude of the people towards tourism. Any positive increase in their attitudes towards tourism will increase their support for tourism proportionally. In addition, the attitudes towards tourism are also increased by the fact that local people receive cultural, socio-economic and environmental value from tourism. The current results indicate that the more value the local people gain from tourism, the higher their positive attitude and support will be towards tourism. The findings in the literature claim that local people are affected by tourism environmentally (Aref et al., 2009; Gunjić, 2017), socio-economically (Lee, 2013), and culturally (Suntikul et al., 2016; Kılıç & Şenel, 2021), and this increases attitudes and support of local people towards tourism, and these findings are in line with the findings of this research. Contrary to these results, the macroeconomic value was found not to have affected the attitude towards tourism positively and significantly. This can be explained by the fact that the local people are not affected by tourism at the macroeconomic level. In addition, this result also reveals that tourism investments cannot directly generate economic income for the benefit of local people. Considering the mediation results, the attitude towards tourism mediates the support for the development of tourism in the cultural, socio-economic and environmental value perceived by the local population, while the macroeconomic value does not mediate the support for the development of tourism. As a result, the attitude towards tourism appears as an important factor in the support for tourism.

The research model in this study was based on the stimulus-organism-response (SOR) theory. The S-O-R theory has been studied at the national (Kılıç & Seçkin, 2022) and international levels (Seçkin et al., 2022) in the literature to explain behaviour in tourism research. In this research, the model explaining the support of local people for the development of tourism was built on the S-O-R theory and was largely accepted. It could be claimed that this research has helped the theory to gain a different perspective on this aspect.

The recommendations presented to tourism stakeholders for the destinations in the context of the research results are as follows;

- It should be ensured that the local people, which is one of the main factors for the development of tourism, are considered and covered in tourism and earn income from an economic perspective.
- Various policies should be developed to spread the income from tourism to the public.

- Local people should be allowed to have a role in tourism planning in some way.
- The environmental, cultural and socio-economic values created by tourism should be increased.
- While tourism is being developed in a region, the protection of regional and cultural values should be paid more attention.

In light of all this information, the research has contributed to both the literature and the theory using the S-O-R theory to measure the behaviour of local people. In addition, the suggestions presented in this study are considered to give practitioners new perspectives. The main limitation of the research is that it was conducted in Eskişehir province. Future studies are recommended to measure the antecedents of the support of local people for the development of tourism by different factors in different destinations in line with the S-O-R theory. The S-O-R theory is also recommended to measure tourist behaviour towards destinations.

Based on all these details;

It was concluded that *"If local people are positively affected by tourism economically, socially, culturally and environmentally, their support for tourism will increase,"*