



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(3): 2924-2944.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.517](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.517)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı: Şanlıurfa Örneği*

Meltem TANBURACI, Yüksek Lisans Öğrencisi, Harran Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Şanlıurfa, e-posta: meltemabproje@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2555-5005>

Dr. Öğr. Üyesi Ali Rıza MANCI, Harran Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Şanlıurfa, e-posta: armanci@harran.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4618-5891>

Öz

Bu çalışmanın amacı, yerel halkın turizme bakış açısının incelenmesidir. Bunun için Şanlıurfa ilinde ikamet eden 395 kişiye anket uygulanmıştır. Anket; 9 demografik ve 42 tutum sorusundan oluşmaktadır. Yapılan faktör analizinde tutum soruları yedi farklı boyuta indirilmiştir. Yedi boyut, turizm ile ilgili kararlarda halkın tam katılımı, turizmin sosyal maliyeti, turizmde uzun dönemli planlama, ziyaretçi memnuniyeti, toplum merkezli ekonomi, çevresel sürdürülebilirlik, turizmin sosyal maliyet boyutlarından meydana gelmektedir. Elde edilen sonuçlara göre, yerel kalkın kişisel özellikleri (cinsiyet, eğitim, yaş, meslek gelir, medeni durum) ile bazı boyutlara karşı gösterdikleri tutumlar farklılaşmaktadır. Ayrıca çevresel sürdürülebilirlik boyutu ile katılımcıların Şanlıurfa ilinde ikamet süreleri ile onların tutum puanları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Katılımcıların turizmden gelir elde etmesi ile sadece turizmin sosyal maliyet boyutu için istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur. Katılımcıların tatile gidiyor olması ile sadece turizmin ekonomik faydası boyutu için anlamlı bir fark elde edilmiştir.

* Bu çalışma Meltem TANBURACI'nın yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Algı, Turizm, Tutum, Yerel Halk, Şanlıurfa

Makale Gönderme Tarihi: 15.05.2020

Makale Kabul Tarihi: 02.07.2020

Önerilen Atıf:

Tanburacı, M. ve Mancı, A. R. (2020). Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı: Şanlıurfa Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3): 2924-2944.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2020, 4(3): 2924-2944.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.517](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.517)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

Residents' Attitudes Towards Tourism: The Case of Şanlıurfa

Meltem TANBURACI, MSc. Student, Harran University, Social Sciences Institute, Şanlıurfa, e-mail: meltemabproje@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2555-5005>

Assistant Prof. Dr. Ali Rıza MANCI, Harran University, School of Tourism and Hotel Management, Şanlıurfa, e-mail: armanci@harran.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4618-5891>

Abstract

The aim of this study is to examine the residents' perspective on tourism. A questionnaire was applied to 395 people residing in Şanlıurfa province. Survey; It consists of 9 demographic and 42 attitude questions. By applying factor analysis, attitude questions were reduced to seven different dimensions. It consists of seven dimensions, full participation of people in tourism-related decisions, social cost of tourism, long-term planning in tourism, visitor satisfaction, community centric economy, environmental sustainability, social cost of tourism. According to the results obtained, the personal characteristics (gender, education, age, income, marital status) and their attitudes towards certain dimensions differ. In addition, there was no significant relationship between the environmental sustainability dimension and the residence time of the participants in Şanlıurfa and their attitude scores. A statistically significant difference was found only for the social cost dimension of tourism with the income of the participants from tourism. With the participants going on vacation, a meaningful difference was obtained only for the economic benefit dimension of tourism.

Keywords: Attitude, Perception, Tourism, Residents, Şanlıurfa.

Received: 15.05.2020

Accepted: 02.07.2020

Suggested Citation:

Tanburacı, M. and Mancı, A. R. (2020). Residents' Attitudes Towards Tourism: The Case of Şanlıurfa, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(3): 2924-2944.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Son birkaç yüzyılda yaşanan gelişmeler hayatın her aşamasında değişikliklere sebep olmuştur. Özellikle 19. yüzyılın sonundan itibaren gelişen ulaşım teknolojisi ile seyahat kolaylaşmıştır. Günlerce ulaşılamayan yerler araba ve uçak aracılığıyla saatlere hatta dakikalara inmiştir. Bunun yanı sıra, internet sayesinde farklı yerleri görme ve onlardan haberdar olma olanakları artmıştır. Sosyal medya hesaplarında gezilen yerler ile ilgili paylaşımlar insanlarda bu yerleri görme merakı uyandırmıştır. İnternet sitelerinde bu yerler ile ilgili reklamlar ve tanıtımlar, gezi yerlerini daha cazip göstermektedir.

Turizm sadece bir seyahatten ibaret olmayıp birçok sektörü etkileyen bir olgudur. Seyahat eden insanların yaptığı harcamalar sonucu oluşan ekonomik hareketlilik toplum için vazgeçilmez olabilmektedir. Ayrıca turizm faaliyetleriyle bir bölgenin kalkınması sağlanabilir (Çeken, 2008). Bu bağlamda turizm olgusu bölgesel kalkınma ve toplum değişimi gibi birçok alana etki etmektedir. Buna ek olarak, kalkınmasını henüz tamamlamamış olan kimi ülkelerin ekonomilerinin ihtiyacı olan mali kaynağın turizmden sağlanabileceği görüşü literatürde dillendirilmiştir (İçöz ve Kozak, 1998). Ancak turizmin farklı yönde etkileri olabileceği bilinmektedir. Örneğin aşırı kalabalıklaşma, suç oranının artması, yüksek fiyat artışları ve ahlaki aşınma vb. negatif sonuçlar doğurabilmektedir. Bu sebeple, bir bölgedeki bütün turizm paydaşlarının görüşleri turizmin yönünün belirlenmesi için önemli görülmektedir. Özellikle yerel halkın katılımı olmazsa olmaz bir gerekliliktir.

Yerel halkın turizme bakış açısının belirlenmesi gereklidir. Çünkü, turizm gelişim planlarının başarıya ulaşması, yerel halkın desteği sayesinde olabileceği belirtilmektedir (Yoon vd., 2001). Bir başka deyişle, bir bölgede yaşayan yerel halkın desteği olmadan uygulanacak turizm politikalarının başarı şansı olmayabilir (Almeida-García, Peláez-Fernández, Balbuena-Vázquez, ve Cortés-Macias, 2016). Bununla birlikte turizme yönelik tutumların ölçümünün aralıklarla yenilenmesi önerilmektedir (Teye vd., 2002; Yılmaz, 2017). Nitekim, ilgili konuda son yıllarda bir hayli araştırma yapılmıştır (Biçici, 2013; Şahbaz ve Karaçar, 2013; Ekici ve Çizel, 2015; Başarangil, 2016; Birdir, Karakan ve Çolak, 2016; Yıldız ve Polat, 2016; Güney ve Göller, 2017). Köroğlu ve diğerleri tarafından belirtildiği gibi yerel halk turizmin etkileri hakkında olumlu bir algıya sahipse, bölgede turizmin gelişmesi için daha fazla destek sağlanacaktır. Bu yüzden, bir bölgedeki yerel halkın turizm hakkındaki düşüncelerinin araştırılması çok önemlidir (Köroğlu vd., 2018). Bu bağlamda önemli bir turizm destinasyonu olan Şanlıurfa ilinde halkın turizm algısının incelenmesi sürdürülebilir bir turizm için hayati bir öneme sahiptir.

Şanlıurfa ili turizm alanında yüksek potansiyele sahiptir. Şanlıurfa'da sanayi ile gerçekleştirilemeyen kalkınma, turizm sayesinde hızlanabilir. Doğal olarak turizmin gelişmesi diğer sektörleri de olumlu etkileyecektir. Turizm ile birlikte şehir çevresel ve sosyal gelişim gösterebilir. Fakat turizm faaliyetlerinin yerel halk üzerinde olumlu veya olumsuz etkileri olabilir. Bu çalışmanın amacı da yerel halkın turizme olan bakış açısını ve tutumunu belirlemektir. Çalışma ile yerel yönetimlere ve uygulanacak politikalara yol gösterici bir bilgi kaynağı olabilecektir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Algı, duyuların yorumlanması ve anlamlı hale getirilmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Tutumlar algılama sayesinde gerçekleşir. Sosyal bilimlerde algı ve dolayısıyla tutum ölçülebilir. Yerel halkın turizme ve turiste olan tutumunun ölçümü için birçok araştırma yapılmıştır. Diğer bir deyişle, son yıllarda yerel halk birçok açıdan turizm araştırmalarının öznesi konumunda olmuştur. Kimi çalışmalar kuramsal açıdan olaya yaklaşırken kimi çalışmalar ise alan araştırması niteliğindedir. En sık kullanılan kuram sosyal değişim modelidir. Ayrıca Tolerans Yaklaşımı

Modeli ve Destinasyon Yaşam Seyri Modeli kullanılarak yerel halkın tutumları açıklanmaya çalışılmıştır.

Yerel halkın üniversiteye bakışı (Saatçı, Avcıkurt ve Demirbulat, 2015), yerleşiklerin turizm gelişimine yönelik algısı ve memnuniyet durumu (Alrwajfah, Almeida-García ve Cortés-Macías, 2019), yerel halkın bakış açısı (Hançer ve Mancı, 2016), sosyal uzaklığın yerel halkın bakışına etkisi (Thyne, Watkins ve Yoshida, 2017), yerel halkın beklentileri ve algıları (Şahbudak, 2017), yerel halkın özel ilgi turizmi açısından inanç turizmine bakışı (Cizrelioğlu, Altun ve Altıntaş, 2020), bölge imajı ve turizm desteği (Ayazlar, 2016), yerel halkın turizm gelişimine yönelik algı ve desteğinde yer kimliği ve yer imajının rolü (Yeşilyurt, 2019), kültürel mirasın korunması ve kullanımına yönelik yerel halk görüşleri (Güneş, Pekerşen, Nizamlioğlu ve Ünüvar, 2019), yerel halkın bakış açısıyla kırsal kalkınmada tarım turizmi (Gümüş, 2015) vb. çalışmalar literatürde göze çarpmaktadır.

Yerel halkın turizm desteği, üzerindeki etkisi, algısı veya tutumunu incelemek için farklı yöntemler uygulanmıştır. Niceliksel çalışmalara (Duran ve Özkul, 2012; Çolak ve Tayfun, 2017; Akdu ve Ödemiş, 2018) rastlanıldığı gibi niteliksel (Çeken, Uçar ve Dalgın, 2012; Eser ve Çelik, 2018) olanlar da göze çarpmaktadır. Karma yöntemleri (Mesci ve Dönmez, 2016) kullanan araştırmalar da bulunmaktadır.

Köroğlu ve diğerleri (2018), yerel halkın turizme yönelik tutumlarının o bölgede turizmin geleceği için oldukça önemli olduğunu ve turizmin gelişmesi sonucunda en çok etkilenen kesimin yerel halk olduğunu düşünmektedirler. Araştırmacılar bunun için Tahtakuşlar mahallesi sakinlerinin kültürel değerleri hakkındaki farkındalıklarını ve bu değerlerin turizme kazandırılmasına yönelik bakış açılarını belirlemek için nitel bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Yapılan çalışmada 25 kişiyle mülakat gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların %64'ü mahallenin turizme açılmasını istediği, %36'sının ise açılmasını istemediği belirlenmiştir. Mahallenin turizme açılmasını isteyenlerin gerekçelerinin ise gelir, istihdam, ekonomik gelişme gibi sebeplerden olduğu; istemeyenlerin gerekçelerinin ise kültürel bozulma, halkın değerlerini kaybetmesi, alt yapının uygun olmaması gibi sebepler olduğu anlaşılmıştır.

Benzer bir çalışma Kuşadası'na yakın ve benzer coğrafik ve sosyo-ekonomik özellikler taşıyan İzmir şehrinde uygulanmıştır. Halkın kişisel özellikleri ile turizmi algılamaları arasında cinsiyet, medeni hal, yaş ve eğitim seviyesine göre farklılık olduğu gösterilmiştir (Işık ve Turan, 2018).

Tıpkı Kuşadası ve İzmir gibi yaz ve deniz turizminde önde olan başka bir şehrimiz Antalya'dır. Ersoy tarafından (2017) bu ilin Manavgat ilçesinde yerel halkın turizmin sosyo-kültürel etkileri incelenmiştir. Turistlerle iktisadi etkileşim içerisinde bulunan yerel halkın turizm konusunda oldukça deneyimli olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla turizme olumlu bakış açısına sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Bunun için bu turistik bölgede yapılan başka bir çalışma, bölgesel kalkınmanın sadece ekonomik kalkınma olmadığını sosyal kalkınmanın da önemli olduğunu ortaya çıkarmıştır. Alanya (turistik) ve Gazipaşa'da (turistik değil) turistik bölge ile turistik olmayan bölgede yaşayan yerli halkın turizme bakış açılarında bazı farklılıkların olduğu tespit edilmiştir (Tayfun ve Kılıçlar, 2004).

Kırsal kalkınma ve turizmin birleşimi olarak kabul edilebilecek olan eko turizm kavramı Türkiye'de çevresel turizmin cazibesi olan Bolu şehrinde yapılan bir araştırma ile incelenmiştir. Kınış ve Duyar (2017) tarafından yapılan çalışmada Bolu Aladağ ormanlarında yaylacılık yapan yöre halkının eko turizme yaklaşımı incelenmiş ve buradaki 12 yayla konumlarına bağlı olarak 3 grup altında (Avşar Yaylası, Aladağ Göleti ve Taşhyayla Göleti) değerlendirilmiştir. Yapılan ankete 76 kişi katılmıştır ve bunlara kişisel bilgilerin yanı sıra, yöresel kültür, eko turizm kavramları ve eko turizme bakışlarını açıklayıcı sorular sorulmuştur. Elde edilen sonuçlara göre

katılımcıların %87'si rehberlik, %84'ü kültür, %82'si kampçılık, %41'i eko turizm, %24'ü trekking ve %12'si rekreasyon kavramlarını bilmektedir. Ayrıca bu çalışmaya katılanların görüşüne göre %75'i gelen yabancılarla ilgilenilmesi gerektiğini, %34'ü turistlerin ücret karşılığı evlerde konaklatılabileceğini ve %68'i turizmin yöreye maddi katkı sağlayacağını düşünmektedir ve katılımcıların cinsiyeti ve ikamet ettiği yayla grubu ile birçok soruya verilen cevap için belirleyici faktör olmadığı ortaya çıkmıştır.

Datça ilçesinde gerçekleştirilen bir çalışmada yerel halkın sürdürülebilir turizm gelişimine ve turizm işletmelerine yönelik tutumları incelenmiştir. Bu çalışmada uygulanan anket ile elde edilen nicel bulgular şu sonuçları ortaya çıkarmıştır; turizmin sürdürülebilirliği boyutu halk tarafından büyük ölçüde benimsenmiştir. Halkta çevre koruma bilincinin gelişmiş olduğunun göstergesi olarak, yerel halkın en fazla katılım gösterdiği boyut çevresel sürdürülebilirlik (Biçici, 2013).

Yukarıda listelenen nicel çalışmaların yanında, yöre halkının görüşlerini anket yerine az sayıda kişi ile yapılan birebir görüşmeler veya örnek durum incelemeleri yardımıyla inceleyen nitel çalışmalar da yapılmıştır. Bu kapsamda, Yamaç ve Zengin tarafından yapılan bir çalışma ile alternatif turizm türlerinden kırsal turizmin sahip olduğu potansiyelin ortaya çıkarılması ve örnek olay çalışması çerçevesinde, bu alanda hizmet veren ve Narköy bölgesinde bulunan bir işletmenin faaliyetlerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bunun için, işletme yöneticilerinin kırsal turizm faaliyetlerine yönelik görüşleri incelenmiştir. Çalışma sonunda, kırsal turizmin bölgede çevre duyarlılığını ön planda tutarak, yerel halkın ekonomik ve sosyal gelişimine katkı sağladığı bulgusuna varılmıştır. Ayrıca yöneticiler, kırsal turizmi hem günümüzün hem geleceğin en ideal ve faydalı turizm türü olarak gördüklerini ifade etmişlerdir (Yamaç ve Zengin, 2017).

Çeken, Uçar ve Dalgın tarafından Muğla ilinin turistik beldelerinden biri olan Fethiye ilçesinde yarı yapılandırılmış mülakat yöntemiyle kırsal yerleşiklerin duyarlılıkları belirlenmeye çalışılmış olup, elde edilen bulgulara göre, turizm işlerinde faal olanlar veya duyarlılıkları yüksek olanlar kırsal turizme destek vermekte ancak onların hayat alanlarına girmesini istememektedirler. Ayrıca turizm sayesinde kente göçün azaltılabileceğini düşünmektedirler (Çeken, Uçar ve Dalgın, 2012).

Kırsal kalkınma ve turizm ile ilgili başka bir çalışma Gümüşhane ilinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada Doxey Irritation Index'ine göre Gümüşhane halkının turizm ile ilişkisi yüz yüze görüşmeler ile incelenmiştir. Gümüşhane halkının cevaplarına göre bu ildeki turizm seviyesi Doxey Irritation Index'ine göre başlangıç düzeyindedir. Ayrıca yapılan görüşmelerde katılımcılar turizmin sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel olarak bir olumsuz yanı olmadığı görüşündeler (Akdu ve Ödemiş, 2018).

Gaziantep ilinde yapılan bir çalışmada, mevcut turizm ve sürdürülebilir turizm kapsamında neler yapılması gerektiğinin, yerel halk nezdinde değerlendirilmesi amaçlanmıştır (Bulut, 2015). 424 kişi ile anket düzenlenmiş ve sonuçlar gerekli istatistiksel analizlerden geçirildikten sonra yerel halkın Gaziantep turizmine bakış açısının genel olarak "olumlu" olduğu tespit edilirken, yemek kültürünün gelişmiş olması ile şehrin tarihi, kültürel yapı ve doğal güzelliklerinin korunmuş olması Gaziantep turizminin güçlü olduğu yönler şeklinde tespit edilmiştir.

Karakaş ve Şengün (2017), Diyarbakırlıların turizm algısı ve desteğini araştırmışlardır. Sonuçta, halkın algılamasının pozitif olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çünkü yerel halk turizmin kazancı, istihdamı arttıracığını ve yaşam koşullarını değiştireceğini belirtmişlerdir. Hançer ve Mancı'nın (2016) aynı bölgede gerçekleştirdikleri çalışmada benzer sonuçlar elde edilmiştir.

Başka bir çalışma Bitlis ilinde gerçekleştirilmiştir. Şanlıurfa gibi bölgesel kalkınmaya ihtiyaç duyan bu ildeki çalışmada Bitlis'in gelişmesinde turizmin rolünün yerel paydaşların demografik

özelliklerine göre değişip değişmediği araştırılmıştır. Çalışmada anketlerden yararlanılarak nicel araştırma yapılmıştır. Çalışmanın veri analizine göre, turizmin etkilerinin yerel halkın kişisel durumlarına göre farklılaştığı belirlenmiştir (Şengel ve Zengin, 2017).

Halkın turizme bakış açısıyla ilgili yurtdışında onlarca çalışma yapılmıştır. Amerika Birleşik Devletleri'nin Colorado eyaletinde yapılan çalışmada yerel halkın turizme ve turizmin etkilerine bakış açılarını ölçmek amacıyla katılımcılara anket uygulanmıştır (Perdue vd., 1990). Bu çalışmada elde edilen sonuçlara göre yerel halkın turizmi ve turizmin etkilerini olumsuz algıladığı sonucu ortaya çıkmıştır. Massachusetts eyaletinde yapılan çalışmada ise yerel halkın gözüyle turizmin olumsuz etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır. 212 kişi ile yapılan anket çalışmasında, turizmin yerel halk üzerinde ekonomik ve olumlu etkileri olduğu saptanmıştır (Pizam, 1978). Ayrıca turizmden ekonomik anlamda fayda sağlayan kişilerin, turizmin etkilerine karşı daha olumlu yaklaştığı tespit edilmiştir. Kalabalık ziyaretçilerin halkta memnuniyetsizlik yarattığı da belirlenmiştir (Pizam, 1978).

Göktaş ve Türkeri'nin (2016) araştırmasında şu sonuçlara ulaşılmıştır. Şanlıurfa halkı, turizm gelişiminin ahlaki ve kültürel yozlaşmaya sebep olacağı düşüncesini kabul etmemektedir. İlde turizmin hırsızlık, fuhuş ve kumar gibi suçların oranında artış sağlayacağı düşüncesi en yüksek ortalamaya sahip olmakla birlikte; yöre halkı bu konularda kararsız kaldığını beyan etmektedir.

Oğuzbalaban (2017) tarafından yapılan bir meta analizinde, farklı çalışmalarda ortaya çıkan sonuçlar genel olarak derlenmiştir. Derlemeye göre, gelir kalemlerinde ve istihdamda artışa, yatırıma, gelişmeye sebep olacağından araştırmaların ekseriyetinde halkın turizme olumlu yaklaştığı buna karşın ahlaki bozulma, çevre kirliliği vb. olaylara neden olduğundan kimi bölgelerde yerel halk turizmi olumsuz bulabilmektedir. Bu meta analiz çalışması, Türkiye'de çok sayıda turistik merkez olmasına rağmen konuyla ilgili nispeten az sayıda çalışmanın yapılmış olduğunu belirlenmiştir. Çalışmada, özellikle Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yaşayan yerel halka yönelik araştırmaların yapılmadığı tespit edilmiştir. Bu tespit, mevcut çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, yerel halkın bakış açısı ve tutumlarını ölçmeye çalışan çalışmaların mevcut durumunu sunan bir çalışmada geçmiş dönemlerde bakış açısını etkileyen faktörlerin içsel ve dışsal faktörler olarak iki grup altında toplandığı görülmektedir. Yöntemsel olarak, niceliksel pozitivist yöneliş baskın durumdadır. Oysa, derinlemesine analiz için gelecekte daha fazla niteliksel yöntemlerin kullanılabilmesi öngörülmektedir. Bunun yanı sıra, aşağıdan yukarıya doğru yayılma ve kurumsal teorilerin yeni bir çerçeve için uygulanabileceği belirtilmektedir (Hadinejad, Moyle, Scott, Kralj ve Nunkoo, 2019).

GEREÇ ve YÖNTEM

Araştırma alanı peygamberler şehri diye de anılan ve birçok turizm çeşidini bünyesinde barındıran, son yılların gözde turizm merkezi Şanlıurfa'dır. Yüz yüze anket yöntemi ile birincil veriler toplanmıştır.

Araştırmada belirlenen evren, Şanlıurfa ili merkez ilçelerinde yaşayan yerel halktır. Kolayda örnekleme yöntemiyle 395 kişi ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Önceki çalışmalar incelendiğinde, 100 bin ve üzeri bir evren için olması gereken minimum örneklem sayısı 384'tür (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004). Şanlıurfa ilinin nüfusu 2 milyona yaklaşmaktadır. Bu bağlamda, ankete katılan katılımcı sayısı asgari sayıyı sağlamaktadır. Ayrıca bu sayıdaki bir evren için 384 anketin gerçekleştirilmesinin yeterli olduğu belirtilmektedir (Yolal, 2016).

Veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket, iki ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, katılımcılara yönelik dokuz adet demografik ve sosyo-ekonomik soru yöneltilmiştir.

Bu sorular başlıca şu şekildedir; cinsiyet, eğitim durumu, meslek, TL olarak aylık gelir durumu, Şanlıurfa'da kaç yıldan beri ikamet ettiği, yaşı, medeni durumu, turizmden gelir sağlama durumu ve en son olarak tatile gitme durumu.

Anketin ikinci bölümünde katılımcıların turizme karşı tutumlarının belirlenmesine yönelik olarak 42 adet ölçek sorusu bulunmaktadır. Ölçek, Hwan-Suk Chris Choi ve Ercan Sırakaya'nın "Measurement of Resident's Attitude Toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale" çalışmasından uyarlanmıştır (Choi ve Sırakaya, 2005). Ölçek şu yedi ana boyuttan oluşmaktadır; çevresel sürdürülebilirlik, sosyal maliyet, ekonomik fayda, halkın turizm gelişim kararlarına tam katılımı, uzun dönemli planlama, ziyaretçi memnuniyeti ve yerel halk merkezli ekonomi. Tüm sorularda beş maddeli Likert ölçeği tipi sorular (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Fikrim Yok, 4-Katılıyorum ve 5-Kesinlikle Katılıyorum) kullanılmıştır. Çalışmanın amacına uygun olarak aşağıdaki hipotezler sınanmak için oluşturulmuştur.

H₁: Yerel halkın turizme bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, demografik (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek ve gelir) özelliklerine göre farklılık gösterir.

H₂: Yerel halkın turizme bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, turizmle ilişkili işle uğraşma durumlarına göre farklılık gösterir.

H₃: Yerel halkın turizme bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, tatile gitme durumlarına göre farklılık gösterir.

H₄: Yerel halkın turizme bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, turizmin halkın üzerinde olumlu katkıları olma duruma göre farklılık gösterir.

H₅: Yerel halkın turizme bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, Şanlıurfa'da ikamet süresine göre farklılık gösterir.

Güvenilirlik analizi sonucunda ölçeğin tamamına yönelik Cronbach's Alpha değeri 0,923 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen bu değer 0,70'tan yüksek olduğu için ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilmiştir.

Anket sonuçları istatistiksel olarak analiz edilmiştir. Bu ankette birkaç farklı türde soru sorulduğu için bunların analizi de farklı şekilde yapılmıştır. Anket kapsamında dokuz adet demografik soru sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevaplar betimsel olarak analiz edilip bulgular kısmında listelenmiştir. Anketin geriye kalan 42 adet soruda ise farklı boyutlarda katılımcıların turizme bakış açısı irdelenmiştir. Bu bakış açılarının farklı demografik verilere göre nasıl farklılık gösterdiği incelenmiştir. Bunun için bağımsız t-test, faktör analizi, ANOVA testi ve korelasyon testleri SPSS 21 de uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar ayrı ayrı tablolar halinde sunulmuştur.

BULGULAR

Bu çalışmanın amacı, Şanlıurfa ili özelinde yerel halkın turizme bakış açısının incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda, katılımcılara uygulanan anket veri analizinden geçirilerek belli sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların erkek ve kadın oranı birbirine yakın olarak bulunmuştur. Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde lisans mezunlarını %36,5 seviyesinde lise mezunlarının ise %22,0 seviyelerinde olduğu görülmektedir. Lisansüstü ve ilköğretim mezunları bu diğer seviyelere göre daha düşük çıkmıştır. Mesleki olarak en büyük oranı %37,7 seviyesinde memurlar oluşturmaktadır. İşçi olup bu çalışmaya katılımcı olanların oranı %24,3 civarındadır. Katılımcıların aylık geliri turizm konusunda önemli bir göstergedir. Gelirinin az olması bu katılımcının tatile gitme veya turiste bakış açısını değiştirebilir. Bu bağlamda, farklı kategorilerde

sorulan gelir durumuna göre, katılımcılar yakın oranlarda temsil etmesine rağmen aylık gelirleri 1000-2000 TL (%21,5) arasında geliri olduğunu belirtenlerin sayısını en fazla olarak bulunmuştur.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Dağılımı

Demografik Özellikler	n	%		
Cinsiyet	Kadın	209	52.9	
	Erkek	186	47.1	
Eğitim Durumu	İlköğretim	65	16.5	
	Lise	87	22.0	
	Ön lisans	39	9,9	
	Lisans	144	36.5	
	Lisansüstü	59	14.9	
	Cevap vermedi	1	0.3	
	Esnaf	34	8.6	
	Emekli	20	5.1	
Meslek	İşçi	96	24.3	
	Memur	149	37.7	
	İşsiz	26	6.6	
	Ev Hanımı	68	17.2	
	Cevap vermedi	2	0.5	
Aylık Gelir TL	Toplam	395	100,0	
	1000 ve altı	58	14.7	
	1000-2000	85	21.5	
	2000-3000	78	19.7	
	3000-4000	62	15.7	
	4000-5000	46	11.6	
	5000 üzeri	52	13.2	
	Cevap vermedi	14	3.5	
	Toplam	395	100,0	
	Şanlıurfa'da İkamet Süresi	1-5 yıl arası	56	14.2
6-10 yıl		45	11.4	
11-15 yıl		44	11,1	
16-20 yıl		53	13.4	
21-25 yıl		40	10.1	
25 üzeri yıl		156	39.5	
Cevap vermedi		1	0.3	
Toplam		395	100,0	
Yaş		18-25 yıl	61	15.4
		26-35 yıl	149	37.7
	36-44 yıl	97	24.6	
	45-55 yıl	68	17.2	
	55 üzeri yıl	19	4.8	
	Cevap vermedi	1	0.3	
	Toplam	395	100,0	
	Medeni Durum	Bekar	108	27.3
Evli		265	67.1	
Boşanmış		13	3.3	
Dul		9	2.3	
Cevap vermedi		0	0	
Turizmden Gelir Sağlama Durumu	Toplam	395	100,0	
	Evet	25	6.3	
	Hayır	351	88.9	
	Cevap vermedi	17	4.3	
Tatile Gider misiniz?	Toplam	395	100,0	
	Evet	231	58.5	
	Hayır	162	41.0	
	Cevap vermedi	2	0.5	
Toplam	395	100,0		

Bu oran asgari ücretten de düşüktür. Katılımcıların ne kadar yıl Şanlıurfa'da ikamet ettiği sorulmuştur. Bu soruda en fazla oran (%39,5) 25 yıl ve üzeri ikamet etme süresinin olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların yaşları da hesaba katıldığında büyük oranda bir katılımcı kesiminin Şanlıurfalı olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların en fazla 26-35 yaş aralığında olduğu görülmektedir (%37). Bu yaş aralığında sonra gelen 36-44 yaş aralığı ise ikinci en çok katılım gösteren yaş aralığı olmuştur. Medeni duruma göre katılımcıların büyük çoğunluğunun evli olduğu görülmektedir (%67). Katılımcıların %88,9 gibi yüksek bir oranı turizmden gelir elde etmedikleri anlaşılmıştır. Bu soru ile katılımcıların turizmin ekonomik boyutu ile ilgileri kısmen de olsa anlaşılmasına çalışılmıştır. Katılımcıların %58,5 tatile gitmektedir.

Yapılan KMO ve Bartlett's Test of Sphericity analizinde ölçeğe ilişkin KMO değerinin 0.914 olduğu görülmektedir. Bu KMO değeri örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu ve Bartlett's testi sonuçları da ($p < .05$) ($p = 0.000$) verilerin normal dağılıma sahip olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar verilerin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Ölçeğe ilişkin faktör öz değerleri incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre 42 maddeden oluşan yerel halkın turizme bakış açısı ölçeğinin 7 faktörlü olduğu görülmektedir. 7 faktör toplam varyansın %66,37'sini açıklamaktadır. Birinci faktör toplam varyansın %29,65'ini, ikinci faktör toplam varyansın %10,73'ünü, üçüncü faktör toplam varyansın %10,24'ünü, dördüncü faktör %5,10'ünü, beşinci faktör %4,19'ünü, altıncı faktör %3,23'ünü ve yedinci faktör %3,21'ini açıklamaktadır.

Geçerlilik test tablosu incelendiğinde (Tablo 2), 7 faktörlü bir boyutlandırmanın ideal olacağı görülmektedir. Ölçeği oluşturan bu yedi faktör kendi içerisinde güçlü ilişki oluşturmaktadır. Birinci faktör altında 9 adet madde toplanmaktadır. Bu maddelerin neler olduğu Tablo 2' de ayrıntılı bir şekilde yazılmıştır. Bu maddelere ait faktör yükleri 0,72 ile 0,80 arasındadır. Bu faktöre ait maddeler literatürde yapıldığı gibi Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu altında toplanmıştır. İkinci faktörde toplanan ve faktör yükleri 0,64 ile 0,77 arasında olan 7 adet maddede literatürde gruplandırıldığı gibi Turizmin Ekonomik Faydası Boyutu olarak gruplandırılmıştır. Bu ölçeğin geliştirmesini yapan araştırmacılar tarafından Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu olarak ifade edilen faktör için 9 adet madde yer almıştır. Bu maddelerin faktör yüklerinin 0,37 ile 0,80 arasında olduğu görülmektedir (Tablo 2). Ölçekte bulunan diğer maddeler ayrı ayrı faktör yükleri incelendiğinde sırasıyla; Turizm ilgili Kararlarda Halkın Tam Katılımı, Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutu, Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutu ve Toplum Merkezli Ekonomi Boyutu olarak sınıflandırılması gerekmektedir. Bu faktördeki bazı maddelerin faktör yükleri zayıf olarak çıksa da genel olarak orta seviye üstü ilişki olduğu gözlemlenmiştir (Tablo 2).

Tablo 2. Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı Geçerlilik Test Sonuçları ve Boyutları

	Boyutlar						
	1	2	3	4	5	6	7
Yaşadığımız çevreyi şimdi ve gelecekte korumalıyız.	0.80						
Doğal çeşitliliğin (bitki ve hayvan çeşitliliği) değerini bilmeli ve korumalıyız.	0.77						
Turizm gelişimi çevresel koruma çabalarını güçlendirmelidir.	0.82						
Turizm yaşadığımız çevreyi korumalıdır.	0.84						
Turizm doğal ve kültürel çevreye uyum sağlayarak gelişmelidir.	0.72						
Doğru bir turizm gelişimi doğal yaşam alanlarını (hayvanlar, bitki örtüsü) her zaman korumalıdır.	0.82						

Turizm gelişimi, turizmden kazanç sağlayan her kesimin çevreyle ilgili duyarlılığını olumlu anlamda artırmalıdır.	0.80	
Çevreyi düzenleyici kararlar, turizm gelişiminin olumsuz etkilerini azaltmalıdır.	0.72	
Turizm, çevreyi gelecek nesiller için geliştirmelidir.	0.72	
Toplum içindeyken turistlerin davranışları nedeniyle yaşam kalitem kötüleşmektedir.		0.57
Turizmden dolayı yaşam kalitem kötüleşmektedir.		0.71
Turist davranışlarından dolayı toplum içindeyken çoğu kez sinirleniyorum.		0.80
Turizmin gelişiminden dolayı Şanlıurfa'daki nüfus özellikle festival ve resmî tatillerde gelen turlar sebebiyle aşırı kalabalıklaşmaktadır.		0.70
Turistlere yönelik hizmet veren yerel işletmelerde rahat olamıyorum.		0.74
Turizm, Şanlıurfa'da gereğinden hızlı büyümektedir.		0.62
Turizmden dolayı, halkın yaşadığı çevrenin gittikçe kötüleştiğine inanıyorum.		0.65
Turistler, halkın eğlence-dinlence alanlarını aşırı kullanmaktadır.		0.69
Turizm ahlaki bozulmaya yol açmaktadır.		0.76
Bize, yeni gelir kaynakları sunduğu için turizme sempati duyuyorum.	0.65	
Turizmin bize güçlü bir ekonomik katkı sağladığını düşünüyorum.	0.65	
Turizm, yerel yönetimimize önemli oranda vergi ve diğer gelirler sağlamaktadır.	0.76	
Turizmin yerel ekonomimiz için iyi olduğunu düşünüyorum.	0.75	
Turizm, yerel ekonomimizi çeşitlendirmektedir.	0.77	
Turizm, yörede üretilen ürünler için (isot, fıstık, yağ, sebze ve meyve) yeni pazarlar yaratmaktadır.	0.74	
Turizm, yerel ekonomimiz kapsamındaki diğer sektörlerle(tarım, ulaşım, inşaat) fayda sağlamaktadır.	0.64	
Turizm gelişimi yönetiminin içinde olmalıyız ve içinde olmamız için bize fırsat sunulmalıdır.		0.71
Turizmle ilgili kararları, bir veya birkaç kişi değil hepimiz oluşturmalıyız.		0.72
Turizm gelişiminin başarılı olması için toplumu oluşturan bütün bireyler kararlara katılmalıdır.		0.69
Her zaman olmasa da bazen Turizm gelişim kararları dışında bırakılabiliriz.		0.64
Turizm gelişiminin, çok iyi koordine edilmiş planlara ihtiyacı vardır.	0.53	
Turizm gelişimiyle ilgili planlama yapılırken uzun dönemli bir bakış açısına sahip olmalıyız.	0.52	
Turizmle ilgili planlar yapılırken anlık düşünmemeliyiz.	0.48	

Turizm sektörü, gelecek içinde planlar yapmalıdır.	0.61	
Turizm gelişimiyle ilgili planlar sürekli yapılmalıdır.	0.54	
Turizm işletmelerinin, ziyaretçilerin kendi işletme faaliyetleri dışındaki ihtiyaçlarını karşılamaları noktasında sorumlulukları vardır.	0.55	
Ziyaretçiler açısından bizim ilgi çekiciliğimiz, Şanlıurfa'nın tarihi ve kültürel çekiciliğinin temel unsurlarındandır.	0.72	
Turizm işletmelerinin ziyaretçi memnuniyetini takip etmesi ve gözlemlemesi gerekmektedir.	0.72	
Turizm sektörü Şanlıurfa'ya gelen ziyaretçilere nitelikli turizm tecrübesi yaşatmalıdır.	0.68	
Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler kullandıkları mal ve hizmetlerin en az yarısını Şanlıurfa'dan temin etmelidir.		0.75
İşletmelerde görev yapan çalışanların en az yarısı Şanlıurfa'dan temin edilmelidir.		0.80
Turizm sektörü, bizim gelişimimizle ilgili faaliyetlere maddi olarak katkıda bulunmalıdır.		0.53
Turizmden elde edilen faydadan adil bir pay almamız gerekmektedir.		0.52

Tablo 3 incelendiğinde Çevresel sürdürülebilirlik boyutuyla ilgili bulunan sorulara verilen cevapların 4 ile 5 değerleri arasında olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar katılımcıların genel oranda *katılıyorum* ile *kesinlikle katılıyorum* arasında bir tutumda oldukları anlaşılmaktadır. Verilen ortalamaların yanında katılımcılardan elde edilen yanıtların standart sapmaların dağılımı verilmiştir. Bu noktada, birçok soru için standart sapma değerlerin 1 değeri etrafında yoğunlaştığı görülmektedir. Bu değerler verilen yanıtlar arasında çok farklı değişim olmadığını göstermektedir. Tablonun en sonunda katılımcıların toplam tutum puanları hesaplanmıştır. Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu ile ilgili tutum ifadelerinin en düşük ortalamalara sahip olduğu görülecektir. Bu boyuttaki soruların tümüne verilen cevaplar *katılmıyorum* etrafında yoğunlaşmıştır. Turizmin Ekonomik Faydası Boyutu ile Turizm ile ilgili Kararlarda Halkın Tam Katılımına Yönelik Boyutu için verilen cevapların *katılıyorum*'a yakın değerler olduğu görülmektedir.

Turizmde Uzun Dönemli Planlama, Ziyaretçi Memnuniyeti ve Toplum Merkezli Ekonomi Boyutlarının tutum ifadelerinin değerleri birbirine yakın ve *katılıyorum* etrafında yoğunlaşmıştır. Bu tabloda ayrıca tüm ölçek için elde edilen ortalama değer verilmiştir. Bu değer 42 adet soru için düşünüldüğünde, katılımcıların geneli için ortalama olarak *katılıyorum* ifadesine yakın değerlerde olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Alt boyutlardaki Tutum Değerlerine Ait İstatistiksel Veriler

	N	Ort.	Standart Sapma
Yaşadığımız çevreyi şimdi ve gelecekte korumalıyız.	395	4.33	1.24
Doğal çeşitliliğin (bitki ve hayvan çeşitliliği) değerini bilmeli ve korumalıyız.	395	4.15	1.31
Turizm gelişimi, çevresel koruma çabalarını güçlendirmelidir.	395	4.30	1.08
Turizm, yaşadığımız çevreyi korumalıdır.	395	4.36	1.04

Turizm, doğal ve kültürel çevreye uyum sağlayarak gelişmelidir.	395	4.12	1.23
Doğru bir turizm gelişimi, doğal yaşam alanlarını (hayvanlar, bitki örtüsü) her zaman korumalıdır.	395	4.34	1.06
Turizm gelişimi, turizmden kazanç sağlayan her kesimin çevreyle ilgili duyarlılığını olumlu anlamda artırmalıdır.	395	4.29	1.08
Çevreyi düzenleyici kararlar, turizm gelişiminin olumsuz etkilerini azaltmalıdır.	395	4.16	1.11
Turizm, çevreyi gelecek nesiller için geliştirmelidir.	395	4.06	1.24
Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutuyla ilgili Tutum İfadeleri	395	38.1	8.44
Toplum içindeyken turistlerin davranışları nedeniyle yaşam kalitem kötüleşmektedir.	395	2.51	1.36
Turizmden dolayı yaşam kalitem kötüleşmektedir.	395	2.17	1.28
Turist davranışlarından dolayı toplum içindeyken çoğu kez sinirleniyorum.	394	2.33	1.30
Turizmin gelişiminden dolayı Şanlıurfa'daki nüfus özellikle festival ve resmî tatillerde gelen turlar sebebiyle aşırı kalabalıklaşmaktadır.	394	2.92	1.41
Turistlere yönelik hizmet veren yerel işletmelerde rahat olamıyorum.	395	2.64	1.30
Turizm, Şanlıurfa'da gereğinden hızlı büyümektedir.	394	2.93	1.38
Turizmden dolayı, halkın yaşadığı çevrenin gittikçe kötüleştiğine inanıyorum.	395	2.58	1.34
Turistler, halkın eğlence-dinlence alanlarını aşırı kullanmaktadır.	395	2.82	1.41
Turizm ahlaki bozulmaya yol açmaktadır.	395	2.60	1.34
Turizmin Sosyal Maliyet Boyutlarıyla ilgili Tutum ifadeleri	394	23.5	8.44
Bize, yeni gelir kaynakları sunduğu için turizme sempati duyuyorum.	394	3.71	1.23
Turizmin bize güçlü bir ekonomik katkı sağladığını düşünüyorum.	394	3.64	1.25
Turizm, yerel yönetimimize önemli oranda vergi ve diğer gelirler sağlamaktadır.	394	3.75	1.15
Turizmin yerel ekonomimiz için iyi olduğunu düşünüyorum.	394	3.89	1.11
Turizm, yerel ekonomimizi çeşitlendirmektedir.	394	3.93	1.08
Turizm, yörede üretilen ürünler için (isot, fıstık, yağ, sebze ve meyve) yeni pazarlar yaratmaktadır.	395	3.91	1.19
Turizm, yerel ekonomimiz kapsamındaki diğer sektörler (tarım, ulaşım, inşaat) fayda sağlamaktadır.	394	3.78	1.20
Turizmin Ekonomik Faydası Boyutuyla ilgili Tutum İfadeleri	390	26.5	6.52
Turizm gelişimi yönetiminin içinde olmalıyız ve içinde olmamız için bize fırsat sunulmalıdır.	395	3.75	1.12
Turizmle ilgili kararları, bir veya birkaç kişi değil hepimiz oluşturmaliyiz.	395	3.80	1.10
Turizm gelişiminin başarılı olması için toplumu oluşturan bütün bireyler kararlara katılmalıdır.	395	3.84	1.09
Her zaman olmasa da bazen Turizm gelişim kararları dışında bırakılabiliriz.	394	3.54	1.17
Turizm ilgili Kararlarda Halkın Tam Katılımına Yönelik Tutum İfadeleri	394	14.9	3.60
Turizm gelişiminin, çok iyi koordine edilmiş planlara ihtiyacı vardır.	395	3.98	1.12
Turizm gelişimiyle ilgili planlama yapılırken uzun dönemli bir bakış açısına sahip olmalıyız.	395	4.07	1.04
Turizmle ilgili planlar yapılırken anlık düşünmemeliyiz.	395	4.01	1.06
Turizm sektörü, gelecek içinde planlar yapmalıdır.	395	4.05	1.06

Turizm gelişimiyle ilgili planlar sürekli yapılmalıdır.	395	4.09	1.11
Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutuyla İlgili Tutum İfadeleri	395	20.1	4.48
Turizm işletmelerinin, ziyaretçilerin kendi işletme faaliyetleri dışındaki ihtiyaçlarını karşılamaları noktasında sorumlulukları vardır.	395	3.74	1.20
Ziyaretçiler açısından bizim ilgi çekiciliğimiz, Şanlıurfa'nın tarihi ve kültürel çekiciliğinin temel unsurlarındandır.	395	3.97	1.09
Turizm işletmelerinin ziyaretçi memnuniyetini takip etmesi ve gözlemlemesi gerekmektedir.	395	3.96	1.07
Turizm sektörü Şanlıurfa'ya gelen ziyaretçilere nitelikli turizm tecrübesi yaşatmalıdır.	395	4.07	1.06
Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutuyla İlgili Tutum İfadeleri	395	15.7	3.54
Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler kullandıkları mal ve hizmetlerin en az yarısını Şanlıurfa'dan temin etmelidir.	395	3.89	1.18
İşletmelerde görev yapan çalışanların en az yarısı Şanlıurfa'dan temin edilmelidir.	395	3.89	1.16
Turizm sektörü, bizim gelişimimizle ilgili faaliyetlere maddi olarak katkıda bulunmalıdır.	395	4.07	1.06
Turizmden elde edilen faydadan adil bir pay almamız gerekmektedir.	395	3.88	1.15
Toplum Merkezli Ekonomi Boyutuyla İlgili Tutum İfadeleri	395	15.7	3.76
Toplam	389	154	24.55

Bu çalışmanın amacına bağlı olarak katılımcıların farklı demografik yapılarına göre turizme ve bakış açılarına ilişkin alt boyut tutumları ölçülmüştür. Bu bağlamda, ilk olarak katılımcıların cinsiyetine bağlı olarak bu tutum değerleri arasında anlamlı bir farkın olup olmadığı incelenmiştir. Bunun için bağımsız t-testi istatistiksel analiz testi gerçekleştirilmiştir.

Turizm ile ilgili Kararlarda Halkın Tam Katılım Boyutu için kadın ve erkeklerin değerleri arasında anlamlı fark bulunmuştur. Verilere göre; kadın (ort=14,55) ve erkekler (ort=15,37) arasında anlamlı bir fark vardır ($p<0,05$). Aynı şekilde Toplum Merkezli Ekonomi Boyutu için kadın (ort=15,10) ve erkekler (ort=16,42) arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur; $p=0,000<0,05$. Diğer alt boyutlarda ise kadın erkek ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

Bu araştırma içerisinde, yerel halkın turizme bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, yaş durumlarına göre farklılık gösterir olarak tanımlanan hipotezin testi Spearman's rho korelasyon testi yapılarak cevap bulunmaya çalışılmıştır. Bu hipotez için korelasyon uygulanmasının sebebi bir değişkende artış veya azalış olması durumunda diğer değişkenlerde artış veya azalış olmasını test etmek için kullanmaktır. Bu hipotez için katılımcıların yaşlarının artması durumunda katılımcıların turizme bakış açısına ilişkin alt boyut tutumlarının azalması veya artmasının anlamlı olup olmadığı test edilmiştir. Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu için yapılan Spearman's rho korelasyon testi ise yaş ile bu boyutun değişkeni arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu görülmüştür [$r(394)=0,147$, $p<0,005$]. Fakat elde edilen r değeri 0-0,25 aralığında olduğunda bu ilişki zayıf bir ilişki olarak kabul edilir. Spearman's rho korelasyon testi ile Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutu için [$r(395)=0,028$, $p>0,005$], Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutu için [$r(395)=0,043$, $p>0,005$] ve Toplum Merkezli Ekonomi Boyutu için [$r(395)=0,018$, $p>0,005$] olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar göstermektedir ki, her üç boyut ile katılımcıların yaşları arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Spearman's rho korelasyon testi katılımcıların yaşları ile yerel halkın turizme bakış açısına ilişkin toplam tutum puanları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı test edilmiştir. Yapılan istatistiksel analizde alt boyutlardan farklı olarak toplam tutum puanları ile katılımcıların yaşları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur [$r(389)=0,124$, $p<0,005$].

Katılımcıların eğitim seviyeleri ile bakış açılarına ilişkin alt boyut tutumları arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmıştır. Bunun için daha önce oluşturulan hipotez şu şekildedir; yerel halkın turizme bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, eğitim durumlarına göre farklılık gösterir. Bu hipotezin test edilmesi için Spearman's rho korelasyon testi SPSS programında uygulanmıştır. Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu tutum puanları ile katılımcıların eğitim seviyeleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur [$r(394)= 0,184, p<0,005$]. Spearman's rho korelasyon testinin bu boyut için elde edilen r değeri incelendiğinde 0-0,25 aralığında olduğu gözükmektedir. Bu değer bu ilişkinin pozitif yönlü olduğunu fakat zayıf bir ilişki olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde, Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu ile katılımcıların eğitim durumları arasındaki ilişki incelenmiştir. Spearman's rho korelasyon testi sonucuna göre bu boyut ile eğitim durumları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur [$r(393)= -0,134, p<0,005$]. Elde edilen bu değer aynı şekilde bu ilişkinin anlamlı olduğu fakat değerlerin negatif olmasından dolayı ilişkinin ters yönde olduğunu göstermektedir. Bir başka deyişle, negatif ilişki olması durumunda bir değer yükselirken diğeri azalmakta veya bir değer azalırken diğeri artmaktadır. Fakat elde edilen r değerinin aynı şekilde 0-0,25 aralığında olmasından dolayı zayıf bir ilişki olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcıların Turizmin Ekonomik Faydası Boyutu tutum puanları ile katılımcıların eğitim seviyeleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur [$r(389)= 0,216, p<0,005$]. Spearman's rho korelasyon testinin bu boyut için elde edilen r değeri 0-0,25 aralığında olduğundan dolayı ve pozitif işaretli olduğundan ilişkinin pozitif yönde olduğu fakat zayıf bir ilişki olduğu sonucu çıkmaktadır. Benzer şekilde, katılımcıların eğitim seviyeleri ile Turizm ile ilgili Kararlarda Halkın Tam Katılımı [$r(393)= 0,145, p<0,005$], Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutu [$r(394)= 0,218, p<0,005$], Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutu [$r(394)= 0,166, p<0,005$] ve Toplum Merkezli Ekonomi Boyutu [$r(394)= 0,144, p<0,005$] arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Bu anlamlı ilişkilerin tümü pozitif yönde fakat zayıf ilişkilerdir. Son olarak katılımcıların bu anket için elde edilen toplam tutum puanları ile eğitim seviyeleri arasındaki ilişki incelendiğinde, bu iki değişken arasındaki ilişki anlamlı bulunmuştur [$r(388)= 0,149, p<0,005$]. Spearman's rho korelasyon testinin bu boyut için elde edilen r değeri 0-0,25 aralığında ve pozitif işaretli olduğundan dolayı ilişkinin pozitif yönde olduğu fakat zayıf bir ilişki olduğu sonucu çıkmaktadır. Bir başka deyişle, katılımcıların eğitim seviyesi azalıp arttığı durumlarda toplam tutum puanları da azalmakta veya artmakta olduğu söylenebilir.

Katılımcıların maddi durumları ile onların turizme ilişkin alt boyut tutumları arasındaki ilişki incelenmiştir. Bunun için yerel halkın turizme bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, gelir durumlarına göre farklılık gösterir şeklinde alternatif hipotez oluşturulmuş ve bu hipotez Spearman's rho korelasyon testi aracılığıyla sınanmıştır. Katılımcıların maddi durumları kendilerine sorulan aylık gelirleri sorusu ile elde edilmiştir. Katılımcıların maddi durumları ile onların turizme bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları arasındaki ilişki yedi boyut için farklı sonuçlar elde edilmiştir. Buna göre Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu tutum puanları ile katılımcıların maddi durumları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur [$r(381)= 0,126, p<0,005$]. Spearman's rho korelasyon testinin bu boyut için elde edilen r değeri 0-0,25 aralığında olduğundan dolayı ve pozitif işaretli olduğundan ilişkinin pozitif yönde olduğu fakat zayıf bir ilişki olduğu sonucu çıkmaktadır. Benzer sonuç, Turizmin Sosyal Maliyet Boyutunda da geçerli olmuştur. Spearman's rho korelasyon testine göre katılımcıların Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu tutum puanları ile onların maddi durumları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur [$r(380)= 0,107, p<0,005$]. Aynı şekilde, Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu için elde edilen r değeri 0-0,25 aralığında olduğundan dolayı fakat negatif işaretli olduğundan ilişkinin ters yönde olduğu fakat zayıf bir ilişki olduğu sonucu çıkmaktadır. Yukarıda açıklandığı gibi r değerinin negatif olması katılımcıların maddi durumlarının artması ile Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu tutum puanları azalmakta veya maddi durumları azalması durumunda Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu tutum puanları artmaktadır. Öte taraftan, diğer alt boyutlar için elde edilen ilişkiler aşağıda listelendiği

gibi anlamlı bulunmamıştır. Katılımcıların maddi durumları ile Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu arasında bir ilişki bulunmamıştır [$r(376)=0,100$, $p>0,005$]. Katılımcıların maddi durumları ile Turizm ile ilgili Kararlarda Halkın Tam Katılımı arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır [$r(380)=0,029$, $p>0,005$]. Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutu ile katılımcıların maddi durumları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir [$r(381)=0,100$, $p>0,005$]. Katılımcıların Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutu ile ilgili tutum puanları ile onların maddi durumları arasındaki ilişki incelendiğinde bu ilişkinin de anlamlı olmadığı tespit edilmiştir [$r(381)=0,043$, $p>0,005$]. Toplum Merkezli Ekonomi Boyutu için katılımcıların tutum puanları ile maddi durumları arasındaki ilişki incelendiğinde bu ilişkinin de anlamlı bulunmadığı ortaya çıkmıştır [$r(381)=0,060$, $p>0,005$]. Son olarak, katılımcıların toplam tutum puanları ile aylık gelirleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Elde edilen Spearman's rho korelasyon test sonuçlarına göre bu ilişki anlamlı bulunmamıştır [$r(375)=0,031$, $p>0,005$].

Araştırma kapsamında katılımcıların medeni durumlarına göre tutumları da incelenmiştir. Bu doğrultuda daha önce oluşturulan alternatif hipotez şu şekildedir; yerel halkın turizme bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, medeni durumlarına göre farklılık gösterir. Bu hipotezin test edilmesi için ANOVA testi uygulanmıştır. Alt boyut tutumları ile katılımcıların bekâr, evli, boşanmış ve dul olanların ortalamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığı araştırılmıştır. Yapılan tek yönlü ANOVA testi sonuçlarına göre bazı alt boyutlar için anlamlı farklar tespit edilirken bazı alt boyutlar için elde edilen farklar anlamlı bulunmamıştır. Katılımcıların Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu ile ilgili tutum puanları ile onların medeni durumları arasında $p<0,05$ seviyesinde 4 kategori için anlamlı bir fark bulunmuştur [$F(2, 395) = 3,451$, $p = 0.017$]. Yapılan Post hoc analizinde evli olanların diğer medeni durumda olanlara göre farklı ortalamaya sahip olduğu anlaşılmıştır (ort=38,98, SS=7,653). Post hoc analizi, memur olanların diğer meslekte olan katılımcılara göre farklı ortalamaya sahip olduğu anlaşılmıştır seviyesinde 4 kategori için de ayrıca anlamlı bir fark bulunmuştur [$F(2, 394) = 3,603$, $p = 0.014$]. Yapılan Post hoc analizinde medeni durumu boşanmış olanların diğer medeni durumda olanlara göre farklı ortalamaya sahip olduğu anlaşılmıştır (ort=20,59, SS=4,041). Benzer şekilde Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutu ile katılımcıların medeni durumları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı araştırılmıştır. Elde edilen istatistiksel sonuçlara göre bu boyut için $p<0,05$ seviyesinde 4 kategori için de ayrıca anlamlı bir fark bulunmuştur [$F(2, 395) = 2,697$, $p = 0.046$]. Yapılan Post hoc analizinde medeni durumu boşanmış olanların diğer medeni durumda olanlara göre farklı ortalamaya sahip olduğu anlaşılmıştır fakat bu kategori için standart sapma yüksek çıkmıştır (ort=157,494, SS=9,940).

İnsanların yaptıkları işler onların topluma ve kalkınmaya bakış açısını değiştirebilmektedir. Aynı şekilde, insanların yaptıkları işler onların turizme bakış açısını değiştirebilir. Bu anlamda, bu araştırmada belirlenen alternatif hipotezlerden bir diğeri şu şekilde belirlenmiştir; Yerel halkın turizme bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, meslek durumlarına göre farklılık gösterir. Belirlenen bu hipotezin test edilmesi için tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Buna göre katılımcıların Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu tutum puanları ile onların meslek durumları arasındaki fark $p<0,05$ seviyesinde 6 kategori için de anlamlı bir fark bulunmuştur [$F(2, 393) = 2,566$, $p = 0.027$]. Post hoc analizi, memur olanların diğer meslekte olan katılımcılara göre farklı ortalamaya sahip olduğu anlaşılmıştır (ort=39,62, SS=8,095). Katılımcıların meslek durumları ile Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu tutumları puanları arasındaki fark $p<0,05$ seviyesinde 6 kategori için de anlamlı bir fark bulunmuştur [$F(2, 392) = 5,253$, $p = 0.000$]. Post hoc analizi, ev hanımı olanların diğer meslekte olanlara göre farklı ortalamaya sahip olduğu anlaşılmıştır (ort=26,43, SS=8,360). Ankette uygulanan bir alt boyut olan Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutu için katılımcıların tutum puanları ile onların meslek durumları arasındaki fark $p<0,05$ seviyesinde 6 kategori için de anlamlı bir fark bulunmuştur [$F(2, 393) = 2,396$, $p = 0.037$]. Post hoc analizi, memur olanların diğer meslekte olan katılımcılara göre farklı ortalamaya sahip olduğu anlaşılmıştır (ort=16,45,

SS=3,083). Ayrıca, araştırma kapsamında şu alternatif hipotez belirlenmiştir; yerel halkın turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, Şanlıurfa'da ikamet süresi durumlarına göre farklılık gösterir. Bunun için Spearman's korelasyon testi uygulanmıştır. Hiçbir boyut için katılımcıların tutum puanları ile ikamet süreleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Aynı durum, toplam tutum puanları içinde geçerli olmuştur [$r(388)= 0,061, p>0,005$]. Bu durumda, alternatif hipotez kabul edilmemiş ve ikamet süresi ile turizme ve turiste bakış açısı alt boyut tutumları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Turizm Türkiye'de ve özellikle sanayinin olmayıp turizm potansiyeli olan Şanlıurfa gibi il ve bölgelerde önem kazanmaktadır. Bu kalkınma için önemli bir kaynak kabul edilebilir. Yerel halkın turizm alanında herhangi bir işten gelir kazanması turizm ve turiste karşı tutumlarında değişikliklere sebep olabilir. Bu bağlamda, oluşturulan alternatif hipotez şu şekilde belirlenmiştir; yerel halkın turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, turizmle ilişkili işle uğraşma durumlarına göre farklılık gösterir. Ankete katılan katılımcılar turizm alanında çalışmaları ile ilgili 'evet' veya 'hayır' şeklinde yanıtlamaları istenmiştir. Elde edilen bu veriler ışığında ve uygun örnekleme sahip olduğundan bağımsız t-testi SPSS üzerinde uygulanmıştır. Yapılan analizlerde bazı alt boyutlar için katılımcıların turizm alanından gelir elde etmeleri ve etmemeleri arasında anlamlı fark olmasına rağmen bazı alt boyutlarda bu fark anlamlı bulunmamıştır. Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu için anlamlı bir fark bulunamamıştır. Aynı şekilde Turizmin Ekonomik Faydası Boyutu, Turizm ile ilgili Kararlarda Halkın Tam Katılımı, Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutu, Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutu ve Toplum Merkezli Ekonomi Boyutu için de katılımcıların turizmden gelir etmeleri ve etmemeleri arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Turizmin Sosyal Maliyet boyutu ise turizmden gelir elde etme ve etmeme durumuna göre farklılık göstermektedir.

Yerel halkın bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin tutumlarını anlamak için onların tatil yapma durumlarının anlaşılması önemlidir. Bu bağlamda araştırma kapsamında belirlenen alternatif hipotez şu şekilde belirlenmiştir; yerel halkın bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, tatile gitme durumlarına göre farklılık gösterir. Belirlenen bu hipotezin test edilmesi için anket içerisinde katılımcılara tatile gidip gitmedikleri sorulmuş ve cevaplar 'evet' ve 'hayır' olarak belirlenmiştir. Elde edilen bağımsız t-test ile analiz edilmiştir. Turizmin Ekonomik Faydası Boyutu alt boyutu için katılımcıların tatile gidip gitmemesi arasındaki anlamlı farka bakılmıştır. Elde edilen verilere göre, tatile gidenler (ort=27,11) ve tatile gitmeyenler (ort=25,77) arasındaki fark anlamlı bulunmuştur; $t(386)= 2,000, p= 0,046<0,05$. Araştırma kapsamında katılımcıların tatile gidip gitmemesinin diğer alt boyutlarda da anlamlı fark olup olmadığına bakılmış fakat bu farklar $p<0,05$ değeri için anlamlı bulunmamıştır. Aynı durum toplam tutum puanı için de elde edilmiştir.

TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Turizm faaliyetleri sonucu yerel halk ve ziyaretçiler karşılıklı etkileşim içerisinde bulunmaktadır. Bu etkileşimin yerel halk üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri olabilmektedir. Dolayısıyla bir bölgede turizmin başarıya ulaşması yerel halkın desteğine bağlı olabilmektedir. Bunun için yerel halkın bakış açısını ve tutumunu belirlemek yerel yöneticilere yol gösterici bir nitelik taşımaktadır. Bu bağlamda, çalışmanın amacı Şanlıurfa özelinde yerel halkın turizme bakış açısını ve tutumunu ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda, yüz yüze anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilere SPSS programı üzerinden farklı istatistiksel analizler yapılmıştır. Ayrıca tutum ölçeğine faktör analizi uygulanarak, ölçek yedi alt gruba indirgenmiştir. Alt grupların katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterip

göstermediği sınıranmıştır. Bunun yanı sıra, turizmle ilişkili işle uğraşma, tatile gitme durumuna ve ikamet süresine göre farklılık testleri uygulanmıştır.

Bu kapsamda birçok bulgular elde edilmiştir. Bulgular önceki çalışmalarla benzerlikler veya farklılıklar göstermektedir. Örneğin cinsiyet değişkenine göre tutumlar değişebilmektedir bu durum Hançer ve Mancı (2017) tarafından Diyarbakır ilinde gerçekleştirilen çalışma ile paralellik göstermektedir. Işık ve Turan'ın (2018) çalışmasında da aynı bulguyla karşılaşılmaktadır. Katılımcıların aylık gelirleri ile alt boyutlar arasındaki fark Çalışkan ve Tütüncü (2008) tarafından Kuşadası'nda uygulanan çalışmaya yakın sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Tersine bir bulgu Işık ve Turan'ın (2018) araştırmalarında görülmektedir. Işık ve Turan (2018) gelir durumu ile yerel halkın turizm etkilerine yönelik algılamaları arasında bir fark olmadığı bulgusuna ulaşmışlardır.

Spearman's rho korelasyon testi sonucunda katılımcıların yaşları ile Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu görülmüştür. Benzer şekilde Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutu, Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutu ve Toplum Merkezli Ekonomi Boyutları ile yaş arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Katılımcıların toplam tutum puanları ile yaşları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Diğer bir değişle, yaş arttıkça katılımcıların tutumları olumlu yönde değişmektedir. Bu durum, Çolak ve Tayfun'un (2017) çalışmasıyla paralellik göstermektedir.

Katılımcıların eğitim seviyeleri onların alt boyutlar ve toplam tutum puanları arasında benzer bir ilişki olup olmadığı incelendiğinde farklı sonuçlar elde edilmiştir. Spearman's rho korelasyon testi sonucunda Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu, Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu tutum puanları ile katılımcıların eğitim seviyeleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Her iki boyut için ilişki zayıftır. Fakat bu çalışmada önemli olarak ortaya çıkan bir nokta, ilk boyut için bu ilişki pozitif iken ikinci boyut için negatif işaretli olmuştur. Bir diğer deyişle katılımcıların eğitim seviyeleri çerçevesinde düşünüldüğünde Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu ile Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu arasında zıt yönde bir değişim olmaktadır. Katılımcıların eğitim durumları ile onların farklı boyutlardaki tutum puanları arasındaki anlamlı ilişki diğer boyutlar ve toplam tutum puanı için bulunmuştur. Fakat Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu gibi bu boyutlardaki ilişki zayıf ve pozitif yönlüdür. Bu sonuçlar bize katılımcıların eğitim durumu azalıp arttığı durumlarda katılımcıların toplam tutum puanlarının da azalmakta veya artmakta olduğunu göstermektedir. Benzer sonuçlara Şahbudak (2017) Sivas ile ilgili çalışmasında da ulaşmıştır. Paralel bir bulgu Işık ve Turan'ın (2018) çalışmasında görülmektedir. Yani yerel halkın turizm etkilerine yönelik algılamaları eğitim seviyesine göre değişmektedir.

Aylık gelir bir toplumun kalkınması ve turizme bakış açısı için önemli bir gösterge olabilir. Bu bağlamda, oluşturulan hipotez test edildikten sonra katılımcıların aylık gelirleri ile onların turizme bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları arasındaki ilişki farklı boyutlar için farklı sonuçlar ortaya çıkmıştır. Uygulanan Spearman's rho korelasyon testi ile Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu ve Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu tutum puanları ile katılımcıların gelirleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu ilişki pozitif yönde ve zayıf bir ilişkidir. Aynı şekilde Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu ile katılımcıların aylık gelirleri arasında anlamlı ve zayıf bir ilişki bulunmuştur. Fakat diğer iki boyuttan farklı olarak bu boyuttaki ilişki negatif yöndedir. Bir diğer ifadeyle katılımcıların aylık gelirleri arttıkça ilk iki boyuttaki puanlar artmakta fakat Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu puanları azalmaktadır. Araştırmada, halkın çoğunluğunun düşük gelir grubunda yer aldığı belirlenmiştir. Elde edilen aylık gelire göre, bazı alt boyutlarda anlamlı ilişki olması benzer sonucu doğurmaktadır. Aynı bulgular Şahbudak'ın (2017) çalışmasında görülmektedir.

Farklı meslek grubuna dahil olmak farklı sosyal yaşam tarzı ve farklı bakış açısına sahip olmaya sebep olabilir. Bu anlamda farklı meslek grubundakilerin alt boyut tutum puanlarının farklılığına bakıldığı zaman Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu, Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu ve Ziyaretçi

Memnuniyeti Boyutu tutum puanları ile onların meslek durumları arasındaki fark $p < 0,05$ seviyesinde 6 kategori için de anlamlı bulunmuştur. Yapılan Post hoc analizleri ise ilk boyut ilk ve son boyut için memur, diğer boyutta ise ev hanımlarının başka meslekte olan katılımcılara göre farklı ortalamaya sahip olduğu anlaşılmıştır. Bu anlamlı farklılık bu meslek gruplarındaki bakış açısının farklı olduğunu yansıtmaktadır. Oysa, Işık ve Turan'ın (2018) çalışmalarında aksi sonuçlar elde edilmiş olup, katılımcıların meslekleri ile turizmin etkilerine yönelik algıları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Katılımcıların Şanlıurfa ilinde ikamet süreleri ile onların tutum puanları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Bu sonuca göre, ikamet süreleri ile onların turizme bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı anlaşılmaktadır. Bu durum, Işık ve Turan'ın (2018) çalışmalarıyla paralellik göstermektedir.

Katılımcıların turizmden gelir elde etmesi ile onların alt boyut tutum puanları arasında anlamlı farka bakıldığı zaman sadece Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu için istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur. Ölçeğin ekonomik boyutu ile ilgili anlamlı fark çıkmaması düşündürücüdür. Çünkü turizmden gelir elde edenlerin ekonomik boyutu olan tutumlarının kuramsal olarak daha yüksek olması beklenen bir durumdur. Keza birçok çalışmada, gelir düzeyi arttıkça, yerel halkın turizmin ekonomik etkilerini daha olumlu algıladıkları bildirilmiştir (Altunel, 2009). Ancak bu çalışmada aynı sonuca ulaşamamıştır. Çünkü gelir seviyesi yüksek kişilerin turizm faaliyetinden ekonomik anlamda herhangi bir beklentiye sahip olmayacağı ya da turizmin getirdiği maliyetlere katlanmak istememeleri doğal bir durumu yansıtmaktadır. Mevcut çalışmada, katılımcıların gelir düzeyinin artmasıyla çevresel faktörlerin etkilerini algılama düzeyini arttıracığı bulgusu elde edilmiştir. Bu sonuç, gelir seviyesi arttıkça çevre duyarlılığının da artacağı öngörüsü ile açıklanabilir. Buna ek olarak, katılımcıların meslekleri, medeni durumları ile turizmin ekonomik ve sosyo-kültürel boyutlarını algılama düzeyleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Örneğin, turizmle ilgili işlerle uğraşanların yani turizmden gelir sağlayan katılımcıların turizmin ekonomik boyutuna ilişkin tutumlarının olumlu olması beklenen bir durumu yansıtmaktadır (Biçici, 2014; Işık ve Turan, 2018).

Turizm bir yörenin kalkınmasında önemli roller oynayabilecek bir olgudur. Bu kalkınma modelinden en çok faydalanabilecek olan paydaş ise yerel halk olabilir. Dolayısıyla yerel halkın görüşlerinin önemsendiği, turizmle ilgili kararlarda katılımının sağlandığı zaman, turizm gelişme planlarının başarı şansı artacaktır. Bunun için, yerel halkın yapılacak planlara dahil edilmesi, yerel paydaşlar arası iş birliğinin artırılması önerilebilir. Ayrıca, turizm yatırımlarının çevreye verebileceği olumsuz etkiler en aza indirilebilir. Yatırımlardan zarar gören halka tazminat ödenebilir. Turizm sayesinde halkın yaşam kalitesinin ve gelirlerinin artacağı beklentisi yaratılarak onların desteği alınabilir.

Gelecekte yapılacak aynı konu üzerindeki çalışmalarda nitel bir yöntem kullanılması konuya katkı sağlayabilir. Böyle bir çalışma ile turizm doğrudan etkilenen yerel halkın görüşleri derinlemesine incelenerek alınmış olur.

KAYNAKÇA

Akdu, U. and Ödemiş M. (2018). Examining the impacts of tourism on Gümüşhane Residents According to the Doxey Index. *Turizm Akademik Dergisi*, 5 (2), 33-45.

Almeida-García, F., Peláez-Fernández, M. Á., Balbuena-Vázquez, A. and Cortés-Macias, R. (2016). Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain). *Tourism Management*, 54, 259-274.

- Alrwajfah M; Almeida-García, F. and Cortés-Macías, R. (2019). Residents' perceptions and satisfaction toward tourism development: A Case study of Petra Region, Jordan. *Sustainability*, 11, 1-19.
- Altunel, C. (2009). Yerel Halkın Turizmin Gelişimine Verdiği Desteği Etkileyen Faktörlerin Sosyal Değişim Teorisi Açısından İncelenmesi: Alaçatı Örneği. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Ayazlar, G. (2016). Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik tutumlarını anlamak: yerel halkın bölge imajı ve turizme desteği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(43), 2538-2547.
- Başarangil, E. A. (2016). Trakya bölge halkının destinasyon yönelimlerindeki rekreasyonel etkinlik tercihlerinin demografik değişkenler açısından incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(4), 39-56.
- Biçici, F. (2013). Datça yerel halkının sürdürülebilir turizm gelişimine ve turizm işletmelerine yönelik tutumları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10(1), 19-35.
- Birdir, K., Karakan, H. İ.ve Çolak, O. (2016). Gaziantep ilinin turizm açısından Swot analizi ve turizmin geliştirmesine yönelik öneriler. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13(1), 77-92.
- Bulut, E. (2015). Gaziantep Turizmi ve Sürdürülebilirlik: Yerel Halk Bakış Açısı Üzerine Bir Araştırma. Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep, 139 s.
- Choi, H. C. ve Sırakaya, E. (2005). Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: development of sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research*, 43, 380-394.
- Cizrelioğlu, M. N., Altun, Ö. ve Altıntaş, T. (2020). Yerel halkın özel ilgi turizmi açısından inanç turizme bakışı: KKTC Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 1246-1263.
- Çeken, H., Uçar, M. ve Dalgın, T. (2012). Kırsal turizmin gelişimi konusunda yerel halkın algıları: Fethiye yöresi örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 1(1), 1-31.
- Çeken, H. (2008). Turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi üzerine teorik bir inceleme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*. 10(2), 293- 306.
- Çolak, E. ve Tayfun, A. (2017). Çamlıhemşin ilçe merkezinde yerli halkın turizme ilişkin görüşleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 581-598.
- Duran, E. ve Özkul, E. (2012). Yerel halkın turizm gelişimine yönelik tutumları: Akçakoca örneği üzerinden bir yapısal model. *International Journal of Human Sciences [Online]*. (9)2, 500-520.
- Ekici, R. ve Çizel, B. (2015). Yerel halkın turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumlarının destinasyonların gelişme düzeylerine göre farklılıkları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(3), 73-87.
- Eser, K. ve Çelik, N. (2018). Turizmin yerel halkın yaşam kalitesi üzerindeki etkileri: Muğla-Akyaka örneği. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 10(2), 60-73.
- Ersoy, H. (2017). Turizmin Gelişiminin Yerel Halk Üzerine Sosyo-Kültürel Etkileri: Manavgat Örneği. İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 136 s.
- Gümüş, M. (2015). Yerel halkın bakış açısıyla kırsal kalkınmada tarım turizmi: Tekirdağ ili örneği. Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ, 88s.

- Güneş, E; Pekerşen, Y; Nizamhoğlu, H. F. ve Ünüvar, R. T. (2019). Konya ilinde sürdürülebilir turizm kapsamında kültürel mirasın korunması ve kullanımına yönelik yerel halkın görüşleri. *Gümüshane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10, 1-14.
- Güney, D., ve Göller, V. (2017). Kırsal turizm konusunda yerel halkın yaklaşımının belirlenmesi: Misi köyü örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 3(2), 25-36.
- Göktaş, L. S. ve Türkeri, İ. (2016). Turizmin kültürel ve ahlaki etkisi: Şanlıurfa ilinde uygulamalı bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, 12, 104-117.
- Hadinejad, A., D. Moyle, B., Scott, N., Kralj, A. and Nunkoo, R. (2019), Residents' attitudes to tourism: a review, *Tourism Review*, 74(2), 150-165. <https://doi.org/10.1108/TR-01-2018-0003>
- 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.
- Işık, C. ve Turan, B. (2018). Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algısı: İzmir ili üzerine bir uygulama. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 101-133.
- İçöz, O. ve Kozak, M. (1998). Turizm Ekonomisi. Ankara: Turhan Kitapevi.
- Karakaş, A. ve Şengün, H. İ. (2017). Yerel halkın turizm faaliyetlerine yönelik tutumları. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi* 8(15), 183-202.
- Kiniş, S. ve Duyar, A. (2017). Bolu Aladağ yaylacılarının eko turizme yaklaşımı. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Özel Sayı 3: 59-70.
- Köroğlu, A., Acun, A., Esenkal Çözeli, F. ve Oflaz, M. (2018). Tahtakuşlar mirasının keşfi: yerel halkın tutumları üzerine bir araştırma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(3): 843-860.
- Mesçi, M. ve Dönmez, G. (2016). Turizmin bölgesel kalkınma ve yerel halk üzerindeki etkisi: Mudurnu örneği. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2), 21-50.
- Oğuzbalaban, G. (2017). Türkiye’de yerel halkın turizme ve turizmin etkilerine yönelik algı ve tutumlarına ilişkin yazın taraması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(51), Ağustos.
- Perdue, R, Patrick L. and Lawrance, A. (1990). Resident Support for Tourism Development. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586-599.
- Pizam, A. (1978). Tourism's Impacts: The Social Cost to the Destination Community as Perceived by Its Residents. *Journal of Travel Research*, 16(4), 8-12.
- Saatçi, Ö.; Avcıkurt, C. ve Demirbulat, Ö. (2015). Yerel halkın üniversiteye bakış açısı: Harmancık meslek yüksekokulu örneği. *Akademik Bakış Dergisi*, 47, 126-140.
- 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.
- Şahbudak, E. (2017). Perception and expectations on the effects of local people tourism: A study on the city Sivas. *Journal of Strategic Research in Social Science*, 3(4), 235-260.
- Şengel, Ü. ve Zengin, B. (2017). Bitlis ilinin kalkınmasında turizmin rolünün yerel halkın demografik özelliklerine göre değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 1-19.
- Tayfun, A., ve Kılıçlar, A. (2004). Turizmin sosyal etkileri ve yerli halkın turiste bakışı. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 1-17.
- Teye, V., Sirakaya, E. and F. Sönmez, S. (2002). Residents' attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668-688.

- Thyne, M., Watkins, L. and Yoshida, M. (2017). Resident perceptions of tourism: The role of social distance. *Journal of Tourism Research*, 1-11.
- Yamaç, Z. ve Zengin, B. (2017). Alternatif turizm türü olarak kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesine yönelik bir örnek olay analizi: Narköy. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(50), 300-312.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yeşilyurt, H. (2019). Yerel Halkın Turizm Gelişimine Yönelik Desteğinde Yer Kimliği ve Yer İmajının Rolü: Adıyaman Örneği. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Doktora Tezi.
- Yıldız, S. B., ve Polat, E. (2016). Yerel halkın Eskişehir’de düzenlenen festivallerin etkilerine yönelik algıları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(2), 40-62.
- Yolal, M. (2016). *Turizm Araştırmalarında Örneklem Bibliyometrik Bir Araştırma*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Yoon, Y., Gursoy, D. and Chen, J. S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism Management*, 22(4), 363-372.