

**T.C
HARRAN ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

YÜKSEK LİSANS

**BÖLGESEL KALKINMA AÇISINDAN YEREL HALKIN TURİZME
VE TURİSTE BAKIŞ AÇISININ BELİRLENMESİ ÜZERİNE ARAŞTIRMA:
ŞANLIURFA ÖRNEĞİ**

Meltem TANBURACI

TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

**ŞANLIURFA
2019**

Dr. Öğr. Üyesi Ali Rıza MANCI danışmanlığında, Meltem TANBURACI'nın hazırladığı “**Bölgesel Kalkınma Açısından Yerel Halkın Turizme ve Turiste Bakış Açısının Belirlenmesi Üzerine Araştırma: Şanlıurfa Örneği**” konulu bu çalışma 05.07.2019 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oy birliği ile Harran Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı'nda YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir

İmza

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Ali Rıza MANCI

.....

Üye: Prof.Dr. Bahri KARLI

.....

Üye: Prof.Dr. Turan BİNİCİ

.....

Bu Tezin Tarım Ekonomisi Anabilim Dalında Yapıldığını ve Enstitümüz Kurallarına Göre Düzenlendiğini Onaylarım.

Doç. Dr. İsmail HİLALİ
Enstitü Müdürü

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

ÖZET	i
ABSTRACT.....	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
ŞEKİLLER DİZİNİ	iv
ÇİZELGELER DİZİNİ	v
SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ	vi
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Tanımlar	2
1.1.1. Bölgesel Kalkınma	2
1.1.2. Bölgesel Kalkınma Programları	2
1.1.3. Bölgesel Kalkınma ve Turizm.....	3
1.2. Şanlıurfa ve Turizm.....	4
1.2.1. Coğrafik ve tarihi özellikler.....	4
1.2.2. Bölgesel kalkınmanın Şanlıurfa turizmine etkileri	8
1.2.3. Şanlıurfa'nın turizm potansiyeli	9
1.2.3.1. Kategoriye Ait Alt Başlıklar	9
1.2.4. Bölgesel Kalkınma ve Turizm.....	10
1.2.5. Şanlıurfa'da turizm	11
1.3. Çalışmanın Önemi.....	13
1.4. Çalışmanın Amacı	14
1.5. Çalışmanın Gerekçesi.....	15
1.6. Çalışmanın Kapsamı	15
1.7. Çalışmanın Problemleri.....	15
1.8. Araştırmanın Varsayımları	16
1.9. Araştırmanın Hipotezleri.....	16
2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR.....	18
3. MATERYAL ve YÖNTEM.....	28
3.1. Materyal	28
3.1.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	28
3.2. Yöntem.....	30
3.2.1. Veri toplama aracının geliştirilmesi ve verilerin toplanması	30
3.2.2. Verilerin analizinde kullanılan yöntem	31
4. ARAŞTIRMA BULGULARI ve TARTIŞMA	32
4.1. Araştırma Bulguları.....	32
4.1.1. Katılımcıların demografik özellikleri	32
4.2. Faktör Analizi.....	34
4.3. Katılımcıların Tüm Boyutlardaki Tutum Değerleri.....	40
4.4. Cinsiyetlerine Göre Alt Boyut Tutumları.....	42
4.5. Yaşlarına Göre Alt Boyut Tutumları	43
4.6. Eğitim Durumlarına Göre Alt Boyut Tutumları	45
4.7. Aylık Gelirlerine Göre Alt Boyut Tutumları	47
4.8. Medeni Durumlarına Göre Alt Boyut Tutumları.....	50
4.9. Mesleklerine Göre Alt Boyut Tutumları	52
4.10. Şanlıurfa İlinde İkamet Sürelerine Göre Alt Boyut Tutumları	54
4.11. Turizm Alanında Kazanç Sağlamalarına Göre Alt Boyut Tutumları	55
4.12. Tatil Yapmalarına Göre Alt Boyut Tutumları	56
5. SONUÇLAR ve ÖNERİLER.....	58
5.1. Sonuçlar	58
5.2. Öneriler	61
KAYNAKLAR	63
EKLER.....	67
Ek-1: Anket	67

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

BÖLGESEL KALKINMA AÇISINDAN YEREL HALKIN TURİZME VE TURİSTE BAKIŞ AÇISININ BELİRLENMESİ ÜZERİNE ARAŞTIRMA: ŞANLIURFA ÖRNEĞİ

Meltem TANBURACI

Harran Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Ali Rıza MANCI
Yıl:2019, Sayfa: 69

Bu çalışmada, Şanlıurfa ili özelinde bölgesel kalkınma açısından yerel halkın turizme ve turiste bakış açısı incelenmiştir. Bu bağlamda Şanlıurfa ilinde ikamet eden 395 kişi ile yüz yüze görüşme yapılmış ve anket yöntemi ile birincil veriler elde edilmiştir. Toplanan veriler SPSS programı üzerinden bağımsız t-test, ANOVA ve korelasyon gibi istatistiksel analizler ile değerlendirilmiştir. Elde sonuçlara göre turizm ilgili Kararlarda Halkın Tam Katılım Boyutu ve Toplum Merkezli Ekonomi Boyutu için kadın ve erkek katılımcılar arasında anlamlı fark bulunmuştur. Katılımcıların yaşları ile Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu, Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutu, Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutu ve Toplum Merkezli Ekonomi Boyutları arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu, Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu tutum puanları ile katılımcıların eğitim seviyeleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu ve Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu ve Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu tutum puanları ile katılımcıların aylık gelirleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu, Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu, Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutu ve toplam tutum puanları ile katılımcıların medeni durumları arasında 4 kategori için de anlamlı bir fark bulunmuştur. Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu, Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu ve Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutu tutum puanları ile katılımcıların meslek durumları arasında 6 kategori için de anlamlı bir fark bulunmuştur. Katılımcıların Şanlıurfa ilinde ikamet süreleri ile onların tutum puanları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Katılımcıların turizmden gelir elde etmesi ile onların alt boyut tutum puanları arasında farklar incelendiği zaman, 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 araştırma sonunda elde edilen çıktıların Şanlıurfa ilinin kalkınmasında önemli bir rol alması ve turizmin şekillendirilmesinde yardımcı olması beklenmektedir.

ANAHTAR KELİMELER: Şanlıurfa, turizm, turist, tutum, bölgesel kalkınma

ABSTRACT

MSc Thesis

A RESEARCH ON THE DETERMINATION OF THE PERSPECTIVE OF RESIDENTS ABOUT TOURISM AND TOURIST IN TERMS OF REGIONAL DEVELOPMENT: THE EXAMPLE OF ŞANLIURFA

Meltem TANBURACI

**Harran University
Graduate School of Natural and Applied Science
Department of Agriculture Economy**

**Supervisor: Assist Prof. Ali Rıza MANCI
Year: 2019, Page: 69**

The purpose of this thesis is to examine the local people's perspective on tourism and tourists in terms of regional development. In this context, a questionnaire was applied to 395 people residing in the province of Şanlıurfa and 51 questions including 9 demographic questions and 42 attitude questions were asked. The collected data were analyzed by statistical analysis such as independent t-test, ANOVA and Correlation via SPSS program. According to the results obtained, a significant difference was found between the male and female participants for the total participation size of the public and the social-centered economy dimension. There was a significant relationship between the ages of the participants and the Social Cost Dimension of Tourism, Long Term Planning Dimension in Tourism, Visitor Satisfaction Dimension and Community Centered Economy Dimensions. A significant relationship was found between the environmental sustainability dimension, social cost dimension of tourism attitude scores and the education level of the participants. A significant relationship was found between the environmental sustainability dimension and the social cost dimension of tourism and the social cost dimension of tourism and the monthly income of the participants. A significant difference was also found for the 4 categories between the Environmental Sustainability Dimension, Social Cost Dimension of Tourism, Long Term Planning Dimension in Tourism and total attitude scores and marital status of the participants. There was also a significant difference between the participants' occupational status and environmental sustainability dimension, social cost dimension of tourism and visitor satisfaction dimension. When the significant difference between the participants' income from tourism and their sub-dimension attitude scores were examined, a statistically significant difference was found only for the Social Cost Dimension of Tourism. With the participants going on holiday, only a significant difference was obtained for the Economic Benefit Dimension of Tourism. It is expected that the results obtained from this research will help to shape tourism which is expected to play an important role in the development of Şanlıurfa province.

KEYWORDS: Şanlıurfa, tourism, tourist, attitude, regional development

TEŞEKKÜR

Bu tezin oluşmasında bana büyük katkısı olan danışmanım Sayın Dr. Öğr. Üyesi Ali Rıza MANCI hocama teşekkürü bir borç bilirim. Bölüm Başkanım Sayın Prof. Dr. Turan Binici hocama ve bölümde bulunan bütün hocalarıma katkılarından dolayı sonsuz teşekkürler. Anketlerimi yapmamda emeği geçen herkese ve anketimin muhatabı olan değerli yerel halkımız Şanlıurfa halkına teşekkürler. Bu tezi yapmamı en çok isteyen merhum annem Sevim Gençkaya desteğini benden esirgemeyen sevgili babam Nesip Gençkaya ve tabii ki her zaman yanımda hissettiğim ve iyi ki varsın dediğim kardeşim Utku Gençkaya'ya sonsuz teşekkürler. Sevgili kızlarım Emine Sena Tanburacı ve Berat Nur Tanburacı motivelerinizden ve bana hep mutluluk verip destek olduğunuz için iyi ki varsınız. Değerli eşim Ferhat Tanburacı Bey'e tezime ve hayatıma sağladığı katkılardan dolayı sonsuz teşekkürler



ŞEKİLLER DİZİNİ

Sayfa No

Şekil 1.1. Şanlıurfa ilinin Türkiye haritasındaki yeri	4
Şekil 1.2. Şanlıurfa İline ait harita ve turistik yerler	5
Şekil 1.3. Göbeklitepe kazılarında ortaya çıkan eserler	6
Şekil 1.4. Harran Ulucami ve Harran Okulu kalıntıları	6
Şekil 1.5. Balıklıgöl tarihi mekânı	7
Şekil 1.6. Yıllara göre kişi başına düşen GSYH (\$)	9



ÇİZELGELER DİZİNİ

Sayfa No

Çizelge 1.1. Şanlıurfa'ya ait demografik bilgiler ve Türkiye bilgileri ile karşılaştırılması.....	7
Çizelge 1.2. Şanlıurfa ve Türkiye'yi ziyaret eden yerli ve yabancı turist sayısının son 10 yıl için karşılaştırılması.	13
Çizelge 4.1. Katılımcıların demografik özelliklerinin dağılımı.....	33
Çizelge 4.2. Yerel halkın turizme bakış açısı ölçeğine ilişkin KMO ve Bartlett's test analizi	35
Çizelge 4.3. Yerel halkın turizme bakış açısı ölçeğine ilişkin faktör öz değerleri ve varyans açıklama yüzdeleri	36
Çizelge 4.4. Bölgesel kalkınma açısından yerel halkın turizme bakış açısı geçerlilik test sonuçları ...	39
Çizelge 4.5. Anket ve altı ayrı alt boyuttaki tutum değerlerine ait istatistiksel veriler	41
Çizelge 4.6. Cinsiyete göre katılımcıların farklı boyutlar için bağımsız t-testi değerleri	43
Çizelge 4. 7 Katılımcıların bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumlarının yaşa göre farklılığı	45
Çizelge 4.8. Katılımcıların eğitim seviyeleri ile bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları arasındaki ilişkinin tablosu.....	47
Çizelge 4.9. Maddi Durumlarına Göre Katılımcıların Bölgesel Kalkınma Açısından Turizme ve Turiste Bakış Açısına İlişkin Alt Boyut Tutumları.....	49
Çizelge 4.10. Bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları ile katılımcıların medeni durumları arasındaki fark.....	51
Çizelge 4.11. Meslek durumları ile katılımcıların bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları arasındaki fark	53
Çizelge 4.12. Katılımcıların Şanlıurfa'da ikamet süreleri ile onların bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları arasındaki ilişki	55
Çizelge 4.13. Yerel halkın turizm alanında ki herhangi bir işten gelir kazanması ile turizm ve turiste karşı tutumları arasındaki fark istatistiği.....	56
Çizelge 4.14. Yerel halkın tatil yapmaları ile turizm ve turiste karşı tutumları arasındaki fark istatistiği	57

SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ

DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
GAP	Güneydoğu Anadolu projesi
SPSS	Statistical Package for Social Science



1.GİRİŞ

Son birkaç yüzyıl hayatın her aşamasında değişikliklere sebep olmuştur. 19. Yüzyılın sonundan itibaren gelişen ulaşım teknolojisi ile seyahat kolaylaşmıştır. Atlar ile günlerce ulaşılabilen yerler araba ve uçak ulaşımı ile saatlere hatta dakikalara inmektedir. Bu şekilde insanların farklı yerlere gitme imkânları doğmaktadır.

Son yıllarda özellikle internet sayesinde farklı yerleri görme ve onlardan haberdar olma artmıştır. Sosyal medya hesaplarında gezilen yerler ile ilgili paylaşımlar insanları bu yerleri görme merakı uyandırmaktadır. İnternet sitelerinde bu yerler ile ilgili reklamlar ve tanıtımlar gezi yerlerini daha cazip göstermektedir.

Ayrıca turizm paketi satan firmaların bu araçları kullanarak geniş kitlelere seyahat paketi satmaları turizmi daha da canlandırmaktadır. Tüm bu durumlar göz önüne alındığında son yüzyılda turizm ekonomiyeye en çok katkı yapan alan olmaktadır. Ayrıca halk arasında ‘bacasız fabrika’ deyimini turizm için kullanılmaktadır. Bu deyiş tek başına çok şey ifade etmektedir. Fabrika gibi sermaye ve işçilik gerektiren bir alan yerine mevcut değerleri çok maliyet yapmaktan ve tükenmeden satmak en büyük sanayi olarak algılanmaktadır.

Genel olarak turizmin birkaç ayağı vardır; mekânlar, halk, devlet politikaları ve aracı firmalar. Mekânlar turistlerin ziyaret ettiği ve değerli yerlerdir. Bu yerler tarihi yerler olabileceği gibi doğa harikası yerlerde olabilir. Bazen farklı tasarımda ki bir bina turizm cazibesi olabilmektedir. Müzeler bilinen en belirgin mekânlardan biridir. Halk olgusu turistler ile ilgili olan en önemli etkenlerden bir tanesidir. Halkın turist ve turizme karşı olan algıları önemlidir. Devlet politikaları ise turizm ile ilgili çıkarılan kanun ve yönetmeliklerdir. Müzelerin ziyaret ücretleri ve gezme takvime kadar birçok konuda yapılan düzenlemeler turizmi etkileyebilmektedir. Son olarak aracı firmalar yani seyahat acenteleri diğer önemli bir etmendir. Bu firmaların hizmetleri ve hazırladıkları paket programları turizmi hareketli tutan etmenlerden bir diğeridir.

Turizmin sadece bir seyahatten ibaret olmayıp birçok sektörü etkileyen bir olgudur. Gezen insanların yaptığı harcamalar sonucu oluşan ekonomik hareketlilik toplum için önem arz etmektedir. Ayrıca turizm dolayısıyla bölgenin gelişmesi ve kalkınması sağlanabilir. Bu bağlamda turizm olgusu bölgesel kalkınma ve toplum değişimi gibi birçok alanda etki etmektedir. Bu çalışmanın konusunu teşkil eden bölgesel kalkınma ve turizm konusunu daha iyi anlaşılması için bu kavramlar aşağıda özetle tanımlanmıştır.

1.1. Tanımlar

1.1.1. Bölgesel Kalkınma

“Bölgesel kalkınma, sanayileşmenin belli bölgelerde toplanması sonucu oluşan dengesizliği ortadan kaldırmak amacıyla, geri kalmış bölgelerin sanayileşmesini ve ülke içinde eşit gelir dağılımının sağlanmasını ifade eder. Bir ülke bütün bölgeleri ile sosyo-ekonomik olarak bütünleştiği nispette kalkınmış sayılabilir” (Müftüoğlu, 1997: 47). Türkiye’nin de bölge ve şehirleri arasında sosyal ve ekonomik olarak eşitsizlikler vardır. Bu eşitsizlikleri ortadan kaldırabilmek için, bir yandan bölgesel kalkınmaya önem verilmeli ve kalkınmayı sağlayacak projeler geliştirilerek uygulamaya konulmalıdır.

1.1.2. Bölgesel Kalkınma Programları

1. Antalya Bölgesi Projesi
2. Doğu Marmara Bölgesi Projesi
3. Zonguldak Bölgesi Projesi
4. Çukurova Bölgesi Projesi
5. Zonguldak-Bartın ve Karabük Bölgesel Gelişme Projesi (ZBK)
6. Doğu Karadeniz Bölgesel Gelişme Planı (DOKAP)
7. Doğu Anadolu Projesi (DAP)
8. Yeşil Irmak Havza Gelişimi Planı
9. Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP)

1.1.3. Bölgesel Kalkınma ve Turizm

Ülkelerin gelişiminde üretim önemlidir. Az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde, ekonomik kalkınmanın sağlanabilmesi için temel şartlardan bir tanesi ihracatın arttırılmasıdır. Bu ülkelerde ekonomik gelişme için geleneksel tarım ekonomisinden endüstriyel ekonomiye geçiş bir zorunluluktur. Ancak böylesine bir değişim büyük miktarda; sermaye, yabancı döviz kazancı ya da dış borçlanmayla mümkün olmaktadır. Bu durum endüstriyelleşme için gerekli finansman kaynaklarını yaratmak amacıyla ülke yöneticilerini turizm sektörüne yöneltmektedir (İçöz, ve Kozak,1998, akt. İbiş ve Batman, 2015).

Bölgesel kalkınma ve kaynakların etkin kullanımı konusunda, turizm sektörünün büyük bir yeri ve önemi vardır. Özellikle bölgelerarası eşitsizliğin giderilmesinde turizm sektörü, tarım ve sanayide yeterli kaynak ve gelişme imkânına sahip olmayan ama zengin bir turistik arz verilerine sahip bölgelerin, planlı ve etkin bir turizm politikaları uygulamaları sonucunda turistik yönden dengeli bir şekilde kalkınmalarını sağlayacaktır (Braden ve Winer, 1980:37, akt. İbiş ve Batman, 2015).

Turizmin bir gelir kapısı ve kalkınmanın bir parçasının olmasının anlaşılmasından sonra Türkiye’de de turizmin gelişmesi için farklı teşvikler düzenlemeye başlanmıştır. Turizm sektörünün geliştirilmesi amacıyla çıkarılan ilk yasal düzenleme 1950 yılında çıkarılan “5647 Sayılı Turizm Müesseseleri Teşvik Kanunu” adlı kanundur. Bu kanun ile birlikte Türkiye’de bulunan turizm işletmelerinin hangisinin “Turizm Müessesesi” olarak kabul edileceği ve bu çerçevede teşviklerden yararlanacağı yasaya bağlanmıştır. 1953 yılında ikinci bir kanun daha çıkarılmış ve bazı kuruluşlara 10 yıl süreyle vergi muafiyeti getirilmesi sağlanmıştır. 1982 yılında ise başka bir turizm teşvik kanunu ile (2634 Sayılı Turizm Teşvik Kanunu) turizm merkezleri belirlenmiş ve bazı kamu arazilerinin bu merkezlere tahsis edilmesi kanunlaştırılmıştır (Yıldız, 2017).

1.2. Şanlıurfa ve Turizm

1.2.1. Coğrafi ve tarihi özellikler

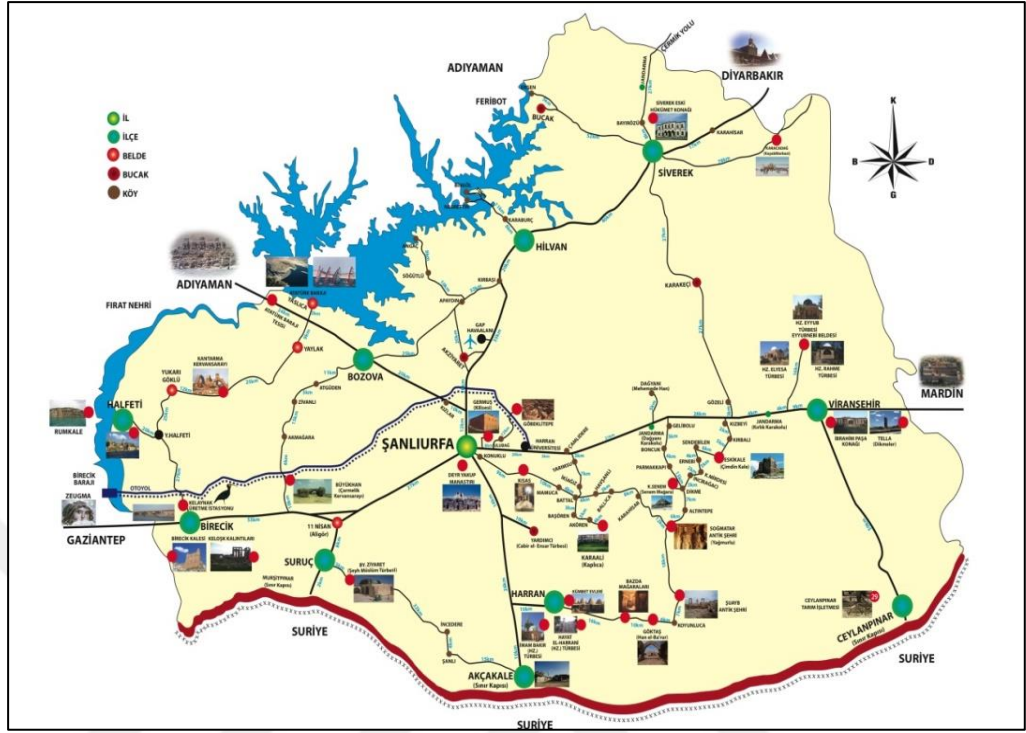
Araştırma alanını oluşturan Şanlıurfa ilinin genel olarak coğrafi, tarihi, kültürel ve turizm yapısını verilerek olgunun anlaşılması sağlanacaktır. Öncelikle şehrin tarihi hakkında özet bilgiler verilecektir. Şanlıurfa Mezopotamya olarak bilinen bereketli topraklarda (Dicle ve Fırat arasında) bulunan eski yerleşim merkezlerinden biridir. Son yıllarda Göbeklitepe kazılarıyla bu şehrin tarihinin 10 bin yıldan daha eski olduğu ortaya çıkmıştır. Tarih boyunca Akkad, Babil, Sümer, Hitit, Arami, Asur, Pers, Roma, Bizans gibi birçok hükümdarlığın bu topraklarda güç sahibi oldukları ortaya çıkmıştır.



Şekil 1.1. Şanlıurfa ilinin Türkiye haritasındaki yeri

Şehir daha sonra İslam şehri olmuştur. Bir dönem Selçuklu hâkimiyetine girdikten sonra Haçlılar tarafından alınmıştır. Bir dönem Eyyubilerin eline geçtikten sonra Osmanlı topraklarına dâhil olmuştur.

Şehir birinci dünya savaşından sonra İngilizlerin daha sonra da Fransızların işgaline maruz kalmıştır. 11 Nisan 1920’de şehir halkının kendi gayretleri ile şehir işgalden kurtulmuştur. Bu yüzden TBMM tarafından Urfa şehrine ‘Şanlı’ unvanı verilmiştir.



Şekil 1.2. Şanlıurfa İline ait harita ve turistik yerler

Üç kutsal dinin peygamberi olarak bilinen Hz. İbrahim'in Şanlıurfa şehrinde yaşadığına inanılmaktadır. Bazı tarihi kaynaklara göre ateşe atılması ve daha sonra odunların balık ateşin su olması hadisenin Balıklı gölde oluştuğuna inanılmaktadır. Bu bağlamda bu bölge çok ziyaretçi çekmekte ve önem arz etmektedir. Ayrıca sabır peygamberi olarak bilinen Hz. Eyüp'ün de bu topraklarda yaşadığı ve hastalığa burada yakalandığına inanılmaktadır.

Şanlıurfa topraklarından bu tarihsel bağlamda birçok yer bulunmaktadır. Göbeklitepe kazıları ile bu topraklardaki yaşamın Milat Önce 10 bin öncesine kadar gittiği tarihi kanıtlarla ispatlanmıştır. Şekil 1.3' te Göbeklitepe kazılarında ortaya çıkan oymalı yaşlar gösterilmektedir.



Şekil 1.3. Göbeklitepe kazılarında ortaya çıkan eserler
Kaynak: www.avrupa.info.tr

Harran mektebi olarak bilinen Harran kalıntıları Şanlıurfa ilinin Harran ilçesinde bulunmaktadır (Şekil 1.4). Bu ilçede ayrıca kervansaray ve Şuayip şehri gibi başka kalıntılarda bulunmaktadır.



Şekil 1.4. Harran Ulucami ve Harran Okulu kalıntıları
Kaynak: www.cnnturk.com

Şanlıurfa ayrıca peygamberler şehri olarak bilinmektedir. Örneğin yoğun turist akımına ev sahipliği yapan Balıklıgöl ve platosunda bulunan gölün 3 Kutsal inancın atası kabul edilen Hz. İbrahim'in ateşe atıldığında yakılan odunların balık ve ateşin su olması olarak anlatılmaktadır. Balıklıgöl'e ait görsel Şekil 1.5'te sunulmuştur.



Şekil 1.5. Balıklıgöl tarihi mekânı
Kaynak: www.sanlıurfa.bel.tr

Çizelge 1.1. Şanlıurfa'ya ait demografik bilgiler ve Türkiye bilgileri ile karşılaştırılması

Nüfus (2017)	Şanlıurfa Türkiye	1.985.753 80.810.525
Nüfus Yoğunluğu (2017)	Şanlıurfa Türkiye	106 kişi/km ² 105 kişi/km ²
Yıllık Nüfus Artış Hızı (2017)	Şanlıurfa Türkiye	% 23,0 (2016: % 25,5) % 12,4 (2016: % 13,5)
Ortalama Hane Halkı Büyüklüğü (2017)	Şanlıurfa Türkiye	5,67 kişi (2014: 6,1) 3,45 kişi (2014: 3,6)
Yaş Ortalaması (2017)	Şanlıurfa Türkiye	19,6 (2016: 19,3) 31,7 (2016: 31,4)
Yaş Gruplarının Nüfus Oranı Şanlıurfa (2017)	0-14 yaş	% 39,99 (2010: % 42,1)
	15-64 yaş	% 56,24 (2010: % 54,5)
	65 yaş üstü	% 3,77 (2010: % 3,3)
Alınan-Verilen Göç Sayıları (2016)	Alınan göç	38.662 (2014: 35.670)
	Verilen göç	49.789 (2014: 49.030)
Net Göç Hızı (2016)		% -5,7 (2014: % -7,2)

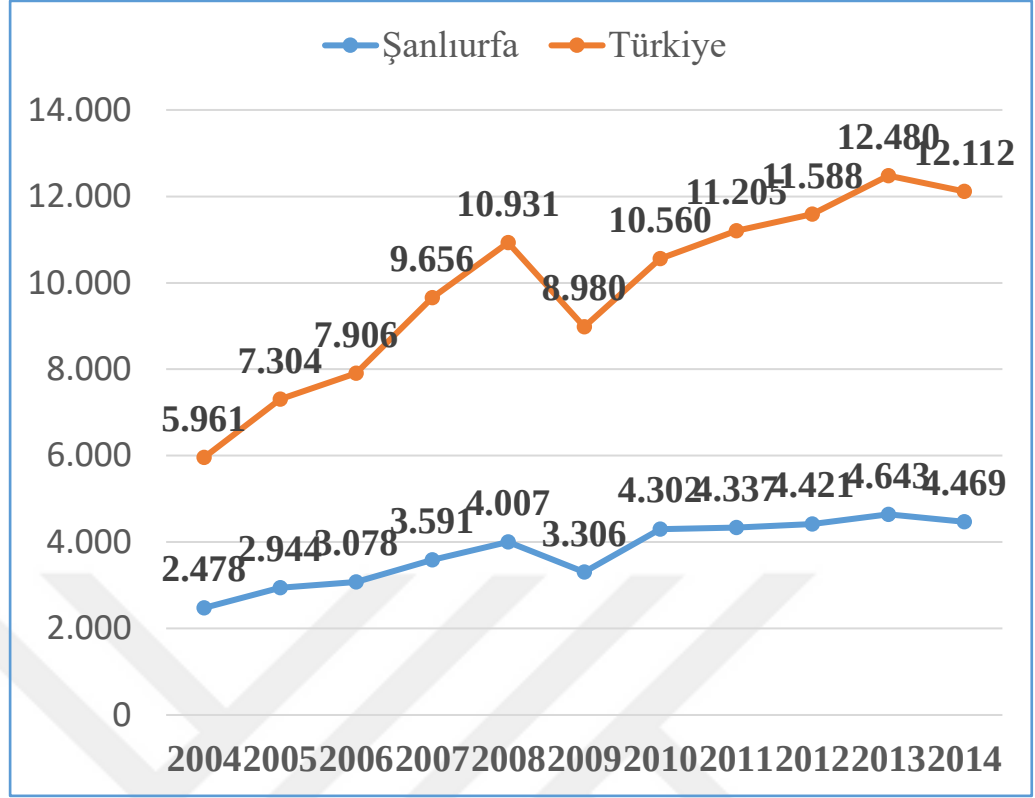
Şanlıurfa genç nüfusu ile Türkiye’de farklı bir yere sahiptir. Yüksek doğum oranı ile şehirde genç nüfus yoğunluğu fazladır. Bu durum çalışabilecek kişilerin potansiyelinin fazla olduğunu göstermektedir. Genç sayısının fazla olmasından dolayı eğitim kurumlarından spor imkânlarına kadar birçok alanda yetersiz olmaktadır.

Çizelgede de gösterildiği gibi Şanlıurfa göç veren bir şehir durumundadır. Köylerden şehir merkezine çok göç olmasına rağmen il genelinden başka illere göç oranı daha fazladır. Bunun temel sebebi iş imkânlarının eksikliğidir. Yukarıda da bahsedildiği gibi eğitim imkânlarının yetersiz olması bu göçün bir gerekçesi de olabilir. Ayrıca tarım işçilerin bu ilde fazla olması da bu ailelerin başka yerlere göç etmesine sebep olmaktadır. Bu bağlamda güçlü bir turizm faaliyeti şehrin göç verme sorununa da çözebilir.

1.2.2. Bölgesel kalkınmanın Şanlıurfa turizmine etkileri

Şanlıurfa ili Bölgesel Kalkınma Projelerinden olan GAP PROJE’ sinin kapsadığı önemli illerimizden biridir. Medeniyetler şehri olarak da anılan Şanlıurfa çok büyük bir turizm potansiyeline sahiptir. Tarihçilere göre Nuh Tufan’ından sonra yeryüzünde kalan 7 yerleşim merkezinden biridir. Son yıllarda desteklemelerin ve teşviklerin etkisiyle dünyada kendinden söz ettiren turizm beldelerimizden biridir. TÜRSAB’ın istatistiklerine göre son 13 yılda GAP PROJESİ kapsamındaki illerde en hızlı tesis artışı Şanlıurfa’da olmuştur. Bölgesel Kalkınmadan sonra Şanlıurfa’da ki tesis sayısı 3 katına çıkarken yatak kapasitesi de 6 katına yükselmiştir. Şanlıurfa il genelinde 23 adet seyahat acentesi faaliyet göstermektedir. Kayıtlı 54 adet profesyonel turist rehberi bulunmaktadır. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 belgesinde MARKA KENT olarak tanımlanan şehirlerden biridir.

Şehrin gelir seviyesi ülke geneline göre kıyaslandığı zaman düşük olduğu çıkmaktadır. Şekil 1.5 incelendiğinde 2004-2014 yılları arası için elde edilen istatistiklere göre, Türkiye geneli GSYH değerleri 5.961 değerinden 12.112 değerine çıkarken, Şanlıurfa için bu değerler 2.478 değerinden ancak 4.469 değerine çıkmıştır.



Şekil 1.6. Yıllara göre kişi başına düşen GSYH (\$)

Kaynak: Şanlıurfa Kültür İl Müdürlüğü

1.2.3. Şanlıurfa'nın turizm potansiyeli

- 1- Arkeoloji ve Tarih Turizmi
- 2- İnanç Turizmi
- 3- Kış Turizmi
- 4- Termal Turizmi
- 5- Orman Kaynakları ve Av Turizmi
- 6- Su Sporları Turizmi
- 7- Ornotoloji Turizmi (Kuş Bilimi)

1.2.3.1. Kategoriye Ait Alt Başlıklar

1-Kültür Turizmi

2-İnanç Turizmi

3-Kış Turizmi ve Su Sporları

4-Sağlık ve Termal Turizmi

5-Eko Turizm

6-Gurme Turizmi

7-Kültür Varlıkları

8-Turizm İstatistikleri

1.2.4. Bölgesel Kalkınma ve Turizm

Ülkelerin gelişiminde üretim önemlidir. Az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde, ekonomik kalkınmanın sağlanabilmesi için temel şartlardan bir tanesi ihracatın arttırılmasıdır. Bu ülkelerde ekonomik gelişme için geleneksel tarım ekonomisinden endüstriyel ekonomiye geçiş bir zorunluluktur. Ancak böylesine bir değişim büyük miktarda; sermaye, yabancı döviz kazancı ya da dış borçlanmayla mümkün olmaktadır. Bu durum endüstriyelleşme için gerekli finansman kaynaklarını yaratmak amacıyla ülke yöneticilerini turizm sektörüne yöneltmektedir (İçöz, ve Kozak,1998, akt. İbiş ve Batman, 2015).

Bölgesel kalkınma ve kaynakların etkin kullanımı konusunda, turizm sektörünün büyük bir yeri ve önemi vardır. Özellikle bölgelerarası eşitsizliğin giderilmesinde turizm sektörü, tarım ve sanayide yeterli kaynak ve gelişme imkânına sahip olmayan ama zengin bir turistik arz verilerine sahip bölgelerin, planlı ve etkin bir turizm politikaları uygulamaları sonucunda turistik yönden dengeli bir şekilde kalkınmalarını sağlayacaktır (Bradenand Winer, 1980:37, Akt. İbiş ve Batman, 2015).

Turizmin bir gelir kapısı ve kalkınmanın bir parçasının olmasının anlaşılmasından sonra Türkiye’de de turizmin gelişmesi için farklı teşvikler düzenlemeye başlanmıştır. Turizm sektörünün geliştirilmesi amacıyla çıkarılan ilk yasal düzenleme 1950 yılında çıkarılan “5647 Sayılı Turizm Müesseseleri Teşvik

Kanunu” adlı kanundur. Bu kanun ile birlikte Türkiye’de bulunan turizm işletmelerinin hangisinin “Turizm Müessesesi” olarak kabul edileceği ve bu çerçevede teşviklerden yararlanacağı yasaya bağlanmıştır. 1953 yılında ikinci bir kanun daha çıkarılmış ve bazı kuruluşlara 10 yıl süreyle vergi muafiyeti getirilmesi sağlanmıştır. 1982 yılında ise başka bir turizm teşvik kanunu ile (2634 Sayılı Turizm Teşvik Kanunu) turizm merkezleri belirlenmiş ve bazı kamu arazilerinin bu merkezlere tahsis edilmesi kanunlaştırılmıştır (Yıldız, 2017).

1.2.5. Şanlıurfa’da turizm

Şanlıurfa tarihi dokusu, kültürel yapısı ve güzel yemekleriyle Türkiye’de tanınan bir kent olmakla beraber, komşu ülkeler arasında ise hatırı sayılır bir konumdadır. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Belgesi’nde, Turizm Gelişim Koridorları Stratejisi “belli bir güzergâhın doğal ve kültürel dokusunun yenilenerek belli temalara dayalı olarak turizm amacıyla geliştirilmesi” olarak belirlenmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). Bu strateji kapsamında ülke genelinde yedi tematik turizm gelişim koridoru önerilmiştir. İnanç Turizmi Koridoru olarak adlandırılan koridor, Tarsus’tan başlayarak Hatay, Gaziantep, Şanlıurfa ve Mardin yörelerini kapsamaktadır. Turizm Gelişim Koridorları stratejisi çerçevesinde İnanç Turizmi Koridoru üzerinde Tarsus’tan Mardin’e kadar uzanan bölünmüş yol yapımının inanç aksını güçlendireceği, kısa ve orta vadede turistlerin bu bölgeye varışlarını ve tercihlerini etkileyeceği vurgulanmaktadır. Ayrıca, demiryolu bağlantısı ile Şanlıurfa’ya Mardin’e, Diyarbakır’a ve Siirt’te bağlanmanın İnanç ulaşımının çeşitlenmesi açısından önemli olduğu belirtilmektedir.

Şanlıurfa, turizm alanında rekabet ettiği diğer kentlerden kendini bir adım öne çıkarmak için çeşitli çalışmalar ve tanıtımlar yapmakta, ulusal ve uluslararası organizasyonlarda yer almak zorundadır. Hedeflere ulaşılması için; tarihi yapıların restore edilerek pansiyonculuğun ve küçük otellerin destekleneceği bölgede, mevcut konaklama kapasitesinin kültür ve ekolojik turizme yönelik yapılacak planlama ve uygulamalarla artırılacağı, koridorlarda belli temalar çerçevesinde turizm gelişim planlamaları yapılacağı ve planlamalarda turizm kentleri mantığında olduğu gibi geniş alanların turizm gelişimine açılmasının hedefleneceği ifade edilmektedir.

Şanlıurfa yüzyıllar boyunca çok farklı hükümdarlıkların içerisinde bulunmuş ve bunun sonucu olarak sayısızca insan topluluğu buralarda yaşamıştır. Bu bağlamda Şanlıurfa ilinin kültür temalı bir marka kent olması için yapılması gereken çalışmalar aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

- Kültürel varlıklar restore edilmeli
- Kültürel varlıklar yapısına zarar vermeyecek şekilde işlevsel hale getirilmeli.
- Şehre özel bütçeleme çalışmaları yapılmalı ve yerel fonlar geliştirilmelidir.
- Altyapı ve üstyapı eksiklikleri giderilmelidir.
- Turistlerin konaklama ihtiyaçları giderilmeli ve bu mekanlar denetlenmelidir.

Şanlıurfa, Türkiye'nin en önemli bölgesel kalkınma projesi olan GAP'ın (Güneydoğu Anadolu Projesi) merkezi durumundadır. Proje kapsamında il genelinde bulunan geniş ovalara sulama suyu sağlanıp verimli tarım yapılması sağlanmaktadır. Yıllarca oluşturulan GAP Eylem Planında, bu bölgenin turizm altyapısının iyileştirilmesine, turizm çekim merkezleri oluşturulmasına ve turizmin çeşitlendirilmesi yoluyla turizmin bölge ekonomisi içindeki payının artırılması hedeflenmiştir. Bu proje kapsamında hedeflenen tarım projeleri kısmen gerçekleşmesine rağmen birazdan sıralanacak olan kültür hedefleri tam olarak gerçekleştirildiği söylenemez;

- Sokakların düzenlenmesi projesi,
- İmar Planı ve Kentsel Tasarım Projesi,
- Harran ilçesinde bulunan Harran Kenti kalıntılarının restorasyonu
- 24 eski eserin onarımı

Çizelge 1.2. Şanlıurfa ve Türkiye'yi ziyaret eden yerli ve yabancı turist sayısının son 10 yıl için karşılaştırılması.

Yıllar		2002	2010	2011	2012	2013
Şanlıurfa	Yerli	50.884	397.283	420.202	459.493	565.210
	Yabancı	8.866	31.700	36.646	34.997	62.347
	Toplam	59.750	428.983	456.848	494.490	627.557
Türkiye	Yerli	16.475.699	23.832.33	27.616.616	30.332.132	33.090.923
	Yabancı	28.510.906	74.325.670	78.888.865	90.822.045	89.594.261
	Toplam	44.986.605	98.158.007	106.505.481	121.154.177	122.685.184
Yıllar		2014	2015	2016	2017	2018
Şanlıurfa	Yerli	736.834	623.638	646.502	760.948	921.809
	Yabancı	69.302	52.375	44.296	45.417	31.458
	Toplam	806.136	676.013	690.798	806.365	953.267
Türkiye	Yerli	32.448.842	37.480.990	46.752.171	38.620.346	
	Yabancı	97.581.075	96.400.316	65.793.316	32.410.000	
	Toplam	130.029.917	133.881.306	112.545.487	71.030.346	

Kaynak: Şanlıurfa İl Kültür Müdürlüğü

1.3. Çalışmanın Önemi

Giriş kısmında bahsedildiği gibi son yüzyılda insanların seyahati artmıştır. Farklı yerlerin gezmesi tıpkı bir ürünün markalaşması gibi şehrin markalaşması ve daha fazla turist tarafından gezilmesi bölgeye önemli sosyal ve ekonomik katkı sağladığı düşünülmektedir. Gelişen internet teknolojisi ile tanıtım daha hızlı ve geniş yapıldığı bir çağda yaşamaktayız. Bu bağlamda önemli bir turizm destinasyonu olan Şanlıurfa ilinde halkın turizm algısının incelenmesi sürdürülebilir bir turizm için hayati bir öneme sahiptir.

Turizm bir fabrika gibi belli kurallar işleyen bir kurum değildir. Belli kişiler ile sınırlı olan bir işçi kitlesi yoktur. O şehirde hatta o ülkede yaşayan her birey bu turizm fabrikasının birer çalışanıdır. Gezmek için gelen turistlerin nasıl karşılanması çok önemlidir. Bundan daha önemlisi gezilecek yerlerin devamlı temiz ve düzenli tutulması bu bölgede yaşayan her vatandaşın görevidir. Sürdürebilir bir turizm için gelen turistlere iyi davranmak temel bir görevdir. Turistlere yüksek fiyattan ürün

satılması veya bazen bir yan bakış bile bir turistin olumsuz görüş bildirmesine ve sosyal medya vasıtasıyla bunun ülke geneline yayılmasına sebep olabilir. Bu da yeni turistlerin gelmesine engeldir. Bu bağlamda yerel halkın turistler ile ilgili algıları çok önem arz etmektedir.

Bu araştırma birçok bilimsel çalışmaya kaynak oluşturacaktır. Bu sayede son yıllarda Bölgesel Kalkınma kapsamında bulunan Şanlıurfa ilinin turizme ve turiste bakış açısı değerlendirilmiştir. Hem yerel yönetimlere hem de uygulanacak politikalar açısından idarecilere yol gösterici bir bilgi kaynağı olacaktır. Tüm bunların dışında yapılacak olan kamu araştırması neticesinde dolaylı olarak buraya yapılan yatırımların ne kadar doğru ya da ne kadar yanlış olduğu çok net bir şekilde ortaya çıkacaktır. Bunun sonucunda belirlenen eksikler gerekli düzeltmeler doğrultusunda tamamlanacak sonuç itibariyle ülke ekonomisine büyük katkı sağlanacaktır. Ayrıca yerel halkın turizmden ve turistten sosyo-kültürel olarak nasıl etkilendiğini veya nasıl etkiyeceğini sosyolojik hayatın gelecek yıllar içerisinde nasıl şekillenebileceğini çok net bir şekilde ortaya koyacaktır. Özet olarak, araştırmanın yerel-ulusal ekonomiye katkıları, yerel kültüre-sosyolojik yapıya etkileri ve tüm bunların sonuçları ortaya çıkacaktır.

1.4. Çalışmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı Şanlıurfa ilinde yerel halkın turizme ve turiste bakış açısının belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda yöre halkının öncelikli olarak turizm olgusu hakkındaki düşünceleri irdelenmiştir. Turizmin olumlu getirileri olduğu gibi bazı alanlarda dezavantaj sağladığı daha önceki çalışmalarda ortaya çıkmıştır. Bu çalışma kapsamında Şanlıurfa ilindeki yerel halkın bu olumlu ve olumsuz görüşler ile ilgili düşünceleri ortaya konulmuştur. Bunun yanında, elde edilen sonuçlar itibariyle bölgesel kalkınma çerçevesinde turizmin katkısı amaç olarak hedeflenmiştir.

1.5. Çalışmanın Gerekçesi

Kritik bir öneme sahip turizmin bölgesel kalkınmaya etkisinin incelenmesi ve irdelenmesi bu çalışmanın en önemli gerekçesidir. Sanayi anlamında geride olan bölgenin tarihi mekân potansiyelini kullanarak kalkınmasına öncülük edecek bir turizm destinasyonun oluşturulması için akademik çalışmaların öncülük etmesi gerekmektedir. Bu bağlamda bu çalışma daha önce yapılan çalışmaların devamı niteliğinde eksiklikleri giderip Şanlıurfa özelinde ne tür sonuçların ortaya çıkacağını irdelenmesi en önemli gerekçedir. Köroğlu ve arkadaşları tarafından belirtildiği gibi yerel halk turizmin etkileri hakkında olumlu bir algıya sahipse bölgede turizmin gelişmesi için daha fazla destek sağlayacaktır bu yüzden bir bölgedeki yerel halkın turizm hakkındaki düşüncelerinin araştırılması çok önemlidir (Köroğlu ve ark. 2018).

1.6. Çalışmanın Kapsamı

Bölgesel kalkınma açısından yerel halkın turizme ve turiste bakış açısının belirlenmesi bu çalışmanın amacı içerisinde olduğundan incelenen bölge ve Şanlıurfa ili bu araştırmanın ana kapsamıdır. Bu kapsam çerçevesinde Şanlıurfa ilinde yaşayan halkın görüşleri alınmıştır. Katılımcıların çevresel sürdürülebilirlik, sosyal maliyet, ekonomik boyutları gibi boyutları bu çalışmanın kapsamı çerçevesinde incelenmiştir.

1.7. Çalışmanın Problemleri

Bu çalışmadaki genel araştırma problemi bölgesel kalkınmada yerel halkın turizme ve turiste bakış açısının ne olduğudur. Bu genel problem çerçevesinde aşağıda listelenen problemler bu araştırma kapsamında cevabı aranmıştır;

- Katılımcıların turizmden gelir sağlama durumu nedir?
- Katılımcıların tatile gitme durumu nedir?
- Katılımcıların çevresel sürdürülebilirlik boyutuyla ilgili tutumları nelerdir?
- Katılımcıların turizmin sosyal maliyet boyutlarıyla ilgili tutumları nelerdir?
- Katılımcıların turizmin ekonomik faydası boyutuyla ilgili tutumları nelerdir?

- Katılımcıların turizmde uzun dönemli planlama boyutuyla ilgili tutumları nelerdir?
- Katılımcıların ziyaretçi memnuniyeti boyutuyla ilgili tutumları nelerdir?
- Katılımcıların toplum merkezli ekonomi boyutuyla ilgili tutumları nelerdir?

1.8. Araştırmanın Varsayımları

- Turizmin bölgesel kalkınmasına olumlu etkisi vardır.
- Şanlıurfa ili turizm alanında yüksek potansiyele sahiptir.
- Şanlıurfa ilinde sanayi ile gerçekleştirilmeyen kalkınma, turizm ile farklılık gösterebilir.
- Turizmin gelişmesi diğer sektörleri de olumlu etkileyecektir.
- Turizm ile birlikte şehir çevresel gelişim göstermektedir.
- Turizm ile birlikte şehir sosyal gelişim göstermektedir.

1.9. Araştırmanın Hipotezleri

Bu çalışma kapsamında 10 adet hipotez belirlenmiştir. Bu hipotezlerin alternatif hipotezleri ele alınarak bunların kabul mu yoksa ret edileceği veri analizinden sonra kararlaştırılmaktadır. Aşağıda bu alternatif hipotezler listelenmiştir.

- H1. Yerel halkın bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, cinsiyetlerine göre farklılık gösterir.
- H2. Yerel halkın bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, yaş durumlarına göre farklılık gösterir.
- H3. Yerel halkın bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, medeni durumlarına göre farklılık gösterir.
- H4. Yerel halkın bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, eğitim durumlarına göre farklılık gösterir.

- H5. Yerel halkın bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, turizmle ilişkili işle uğraşma durumlarına göre farklılık gösterir.
- H6. Yerel halkın bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, tatile gitme durumlarına göre farklılık gösterir.
- H7. Yerel halkın bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, turizmin halkın üzerinde olumlu katkıları olma durumlarına göre farklılık gösterir.
- H8. Yerel halkın bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, meslek durumlarına göre farklılık gösterir.
- H9. Yerel halkın bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, gelir durumlarına göre farklılık gösterir.
- H10. Yerel halkın bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, Şanlıurfa'da ikamet süresi durumlarına göre farklılık gösterir.

2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Yerel halkın turizm ile ilgili görüşleri ve tutumları hakkında birçok farklı çalışma yapılmıştır. Bu araştırmanın konusu olan bölgesel kalkınma ve halkın turizme bakış açısının incelenmesi için özellikle bu başlıklarda yapılan araştırmalar incelenmiştir. Bu bağlamda literatürde farklı bölgelerde halkın turizme bakış açısı, bölgesel kalkınma ve kırsal kalkınma ile turizmin incelenmesi gibi konular literatürden incelenerek aşağıda listelenmiştir. Ayrıca bazı çalışmalar nicel bazı çalışmalar da nitel olarak uygulanmıştır. Bu Araştırmanın bu kısmında önce anket uygulanan benzer çalışmalar daha sonra nitel olarak yapılan çalışmalar incelenmiştir. Daha sonra bu mevcut çalışmanın ana konusu olan Şanlıurfa ili ile coğrafik ve kültürel benzerlikler gösteren çevre illerde yapılan benzer çalışmalar incelenmiştir. Bu araştırma sonuçların yapılan araştırmamızda yöne göstermesi amaçlanmıştır.

Köroğlu ve arkadaşları yerel halkın turizme yönelik tutumlarının o bölgede turizmin geleceği için oldukça önemli olduğunu ve turizmin gelişmesi sonucunda en çok etkilenen kesimin yerel halk olduğunu düşünmekte (2018). Bu araştırmacılar bunun için Tahtakuşlar mahallesinde yaşayan yerel halkın kültürel değerleri hakkındaki farkındalıklarını ve bu değerlerin turizme kazandırılmasına yönelik bakış açılarını belirlemek için bir nitel çalışma gerçekleştirmişlerdir. Yapılan çalışmada 25 mahalle halkı ile mülakat gerçekleştirilmiştir ve analiz sonucunda cevapların % 64'ü mahallenin turizme açılmasının istediği, % 36'sı ise açılmasının 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. Yapılan çalışmada yerel halkın turizm etkilerine yönelik algısı ile demografik özellikleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu çalışma kapsamında il merkezinde ikamet eden 410 kişiden oluşan örneklem grubuna anket uygulanmıştır. Elde edilen verilerin analizlerine göre yerel

halkın turizm etkilerine yönelik algısı ile demografik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı test edilmiş ve turizm etkilerine yönelik algı ile cinsiyet, yaş, medeni durum ve eğitim durumu değişkenleri arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir (Işık ve Turan, 2018).

Tıpkı Kuşadası ve İzmir gibi yaz ve deniz turizminde önde olan başka bir şehrimiz Antalya'dır. Ersoy tarafından bu ilin Manavgat ilçesinde yerel halkın turizmin sosyo-kültürel etkilerini algılamasını incelenmesi için burada yaşamakta olan yerel halkın turizmin sosyo-kültürel etkilerine yönelik görüşünü belirleye yönelik yapılan bu çalışmada toplam 400 kişiye anket uygulanmıştır (2017). Araştırmada elde edilen nicel veriler farklı istatistiksel analizlerden geçirilmiştir. Bu çalışmada elde edilen sonuçlara göre turizmin uzun yıllardır gerçekleşmekte olduğu bu ilçede, yerli halkın turizmin sosyo-kültürel etkilerine ilişkin görüşlerinin gruplandırıldığı faktör boyutlarına olumlu ve olumsuz yönde tepkilerinin olduğu ortaya çıkmıştır. Bu araştırmaya göre katılımcıların uzun yıllardır bölgede yaşadıkları ve turistlerle daha çok ekonomik yönden bir ilişki içerisinde olduklarını belirttikleri gözlemlenmiştir (Ersoy, 2017).

Bu turistik bölgede yapılan başka bir çalışmada ise bölgesel kalkınmanın sadece ekonomik kalkınma olmadığını sosyal kalkınmanın da önemli olduğunu ortaya çıkarmıştır. Tayfun ve Kılıçlar tarafından Alanya (turistik) ve Gazipaşa'da (turistik değil) 371 kişiye 383 sorudan oluşan anket uygulanmıştır. Yapılan istatistiksel incelemede turistik bölge ile turistik olmayan bölgede yaşayan yerli halkın turizme bakış açılarında bazı farklılıkların olduğu tespit edilmiştir (Tayfun ve Kılıçlar, 2004).

Deniz turizminden farklı olarak Türkiye'de birçok alan ayrıca tarihi turizm ve kırsal turizme ev sahipliği yapmaktadır. Son zamanlarda kırsal turizm kapsamında yeni hizmet türleri ortaya çıkmış ve buda kırsal bölgelerin taşıdığı turizm potansiyeline ilerleme sağlamıştır. Şanlıurfa ili de bunların başında gelmektedir. Önceki çalışmaları incelerken ayrıca benzer yapıda olan yerler ile ilgili yapılan çalışmalar incelenmiştir. Bu alanda da onlarca çalışma yapılmıştır. Kırsal kalkınma ve turizm ile ilgili yapılan çalışmalardan bir tanesi Tekirdağ bölgesinde yapılmıştır.

Gümüş tarafından yapılan araştırmada bu ildeki tarımsal üreticiler, tarım turizmi kapsamında gelmesi muhtemel olan turistler için gerekli olan altyapı olanaklarının yetersizliğinden sıkıntı duymakta olduğu ortaya çıkmıştır (2015). Araştırmanın katılımcıları konaklama üzerinde yoğunlaşan bir çekinceleri olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırmanın elde edilen verilerine göre kırsal kesimde turistlerin ilgisini çekebilecek yöresel ürünlerin sergilenmesine imkân veren olanakların olmaması ya da yetersiz olması üreticilerin tarım turizmine yaklaşımını etkilemektedir (Gümüş, 2015).

Bir dönem Türkiye’de gündem olan Yeşil Yol Projesi hakkında yerel halkın tutumları Yıldız tarafından yapılan bir nicel araştırmada incelenmiştir. Yeşil Yol Projesi, Doğu Karadeniz Projesi (*DOKAP*) kapsamında bir turizm faaliyeti olarak yürütülmektedir. Araştırma kapsamında belde merkezinde yaşayan yerel halktan 131 anket verisi toplanmış ve katılımcıların demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerine göre bölgesel kalkınma açısından son derece önemli olan turizme karşı bakış açıları ve tutumları incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre yerel halkın turizme karşı mevcut bakış açıları ve tutumlarının, Yeşil Yol Projesi’ne yönelik algıları üzerinde etkili olduğu saptanmıştır. Ayrıca katılımcıların demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri açısından bölgesel turizm faaliyetlerine karşı tutumlarında, anlamlı farklılıklar olduğu bulunmuştur (Yıldız, 2017).

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 tarafından yapılan araştırmada 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 Taşlıyayla Göleti) değerlendirilmiştir (2017). 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 (Kınış ve Duyar, 2017). 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 gurubu ile birçok soruya verilen cevap için belirleyici faktör olmadığı ortaya çıkmıştır (Kiniş ve Duyar, 2017).

Biçici tarafından Datça ilçesinde gerçekleştirilen çalışmada yerel halkın sürdürülebilir turizm gelişimine ve turizm işletmelerine yönelik tutumlarını incelemiştir (2013). Bu çalışmada uygulanan anket ile elde edilen nicel bulgular şu sonuçları ortaya çıkarmıştır; yerel halk genel olarak sürdürülebilir turizm gelişimi boyutlarına yüksek oranlarda katılım göstermektedir. Halkta çevre koruma bilincinin gelişmiş olduğunun göstergesi olarak, yerel halkın en fazla katılım gösterdiği boyut çevresel sürdürülebilirlik olarak göze çarpmaktadır. Bu araştırmada en düşük katılımı, halkın bu konuda bilinçlenmesi gerektiğini göstermektedir. Ayrıca, katılımcılar turizm işletme türlerine genel olarak olumlu yaklaşırken, alternatif turizm işletmelerine yaklaşımları kitle turizmi işletmelerine kıyasla daha olumludur (Biçici, 2013)

Yukarıda listelenen nicel çalışmaların yanında yöre halkının görüşlerini anket yerine ile az sayıda kişi ile yapılan birebir görüşmeler veya örnek durum incelemeleri ile 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 bir işletmenin faaliyetlerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır (2017). Örnek olay çalışması kapsamında Narköy bölgesinin ile işletme yöneticilerine kırsal turizm faaliyetlerine yönelik görüşleri incelenmiştir. Bu çalışma sonunda, kırsal turizmin bölgede çevre duyarlılığını ön planda tutarak, yerel halkın ekonomik ve sosyal gelişimine katkı sağlayacak şekilde sürdürüldüğü bulgularına varılmıştır. Ayrıca turizm şekli bu bölgedeki işletme yöneticileri tarafından hem günümüzün hem geleceğin en ideal ve faydalı turizm türü olarak görülmektedir (Yamaç ve Zengin, 2017).

Çeken, Uçar ve Dalgın tarafından Muğla ilinin turistik beldelerinden biri olan Fethiye ilçesinde yarı yapılandırılmış mülakat uygulanmıştır (2012). Bu araştırmada yerel halkın kırsal turizmin ekonomik ve sosyo-kültürel etkileriyle ilgili

farkındalığının tespit edilmesi ve yerel halkın kırsal turizm aktivitelerinde yer almaya ne derece istekli ve hazır olduğunun belirlenmesi amaçlayan bir araştırma gerçekleştirilmiştir (Çeken, Uçar ve Dalgın,2012). Bu araştırma sonunda elde edilen bulgulara göre aktif olarak turizmde çalışan ya da yöredeki turizm faaliyetlerinin farkında olan yerel halkın, kırsal turizme sıcak baktığı, fakat kendine ait yaşam alanlarında gerçekleştirme konusunda çekimser kaldığı ortaya çıkmıştır (Çeken, Uçar ve Dalgın, 2012). Bu çalışmada ayrıca yerel halk, kırsal turizmin kırsal bölgelerdeki istihdam sorununa çözüm bularak, kırdan kente göçü azalttığının bilincinde olduğu gözlemlenmiştir.

Kırsal kalkınma ve turizm ile ilgili başka bir çalışma Gümüşhane ilinde gerçekleştirilmiştir. Akdu ve Ödemiş tarafından gerçekleştirilen çalışmada Doxey Irritation Index'ine göre Gümüşhane halkının turizm ile ilişkisi yüz yüze görüşmeler ile incelenmiştir. Elde edilene verilere göre 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).

Mesci ve Dönmez tarafından yapılan bir çalışmada turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi ve turizmin yerel halk üzerindeki etkisini belirleme amacı ile önce nitel olarak görüşmeler yapılmış daha sonrada nicel olarak anketler uygulanmıştır (2016). Bu çalışmada ayrıca yerel halkın demografik özellikleri ile turizm etkilerini oluşturan boyutlara bakış açılarındaki farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Araştırmanın bulgularına göre bölgede etkin olan termal turizmin bölge kalkınmasında önemli bir yere sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca yerel halkın turizmin sosyal, ekonomik ve çevresel etkilerini olumlu algıladıkları bu çalışma ile belirlenmiştir (Mesci ve Dönmez, 2016).

Önceki çalışmamaların bu kısmında halkın turizm ile ilgili bakış açılarını inceleyen ve Şanlıurfa bölgesine yakın bölgelerde yapılan çalışmalar incelenmiştir. Şanlıurfa ile benzer coğrafik ve kültürel değerlere sahip yerlerdeki araştırmalarda ne tür sonuçlar elde edildiği incelenmiştir. Bu bağlamda birkaç araştırma elde edilmiştir.

Güneş ve Alagöz tarafından yerel halkın turizm ve ilin turizmüne ilişkin algısını ölçmeyi amaçlamak için Erzincan da bir nicel araştırma yapılmıştır (2018). 387 kişi ile yapılan ankette yerel halk turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkilerini olumlu yönde algılamaktadır ve bu katılımcılar ilde turizmin gelişmesi için yatırımların artması, yapılacak tüm faaliyetlerde yerel halkın ve tüm kesimlerin katılımının gerektiğini ve mevcut turizm potansiyelinin yeterince kullanılmadığını belirtmişlerdir. Ayrıca turizmin il ekonomisine katkı sağlayacağı fakat ilin tanıtımının ve gerekli olan alt yapı unsurların eksik olduğu katılımcıların cevapları ile ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada ayrıca yerel halkın demografik özellikleri ile turizm algısı arasında da anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir Güneş ve Alagöz, 2018).

Şanlıurfa iline coğrafik ve kültürel olarak yakın olan başka bir il Mardin'dir. Bu ilde 445 kişi ile yapılan bir çalışmada burada yaşayan halkın turist ve turizm algısını belirlemesi amaçlanmıştır. Tesadüfi örneklem ile toplanan veriler turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerinin olumlu ve olumsuz yönleriyle değerlendirildiği 27 maddelik anket sonucu elde edilmiştir. Bulgular değerlendirdiğinde şehir halkı bölgede turizm sektörünün gelişmesiyle ortaya çıkabilecek değişimler için pozitif yönde görüş belirtmişlerdir. Turizmi olumsuz yönleriyle algılayanların ise katılmıyorum noktasına yakın düzeyde görüş bildirdikleri tespit edilmiştir (Toprak, 2015). Bu çalışmada bölgede yaşayan insanlar turizmin en fazla ekonomik etkilerini daha sonra ise sosyal ve çevresel etkilerini önemsedikleri sonucu ortaya çıkmıştır (Toprak, 2015).

Dilek, Çoban ve Harman tarafından Hasankeyf halkının turizme yönelik tutumunu belirlemek çalışmanın amacıyla tesadüfi olarak seçilen toplam 370 katılımcıya yüz yüze görüşmeler aracılığıyla anketler uygulanmıştır (2017). Ölçeğe ilişkin toplam altı boyut ortaya çıkmış ve söz konusu boyutlara ilişkin katılımcıların vermiş olduğu yanıtların en yüksek ortalaması “turizmin gelişimine destek” alt boyutunda gerçekleşmiştir (Ort. 4,47) (Dilek, Çoban ve Harman, 2017). Bu çalışmanın katılımcıları, turizmin sosyo-kültürel ve ekonomik olumlu etkilerinin farkında olarak Hasankeyf'te turizmin gelişimini desteklemektedir (Dilek, Çoban ve Harman, 2017).

Şanlıurfa'nın batı komşusu olan Gaziantep ilinde yapılan bir araştırmada ildeki mevcut turizmi ve sürdürülebilir turizmde burada 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. Ayrıca Gaziantep turizminin sürdürülebilirliğinin sağlanması amacıyla yapılması gereken en önemli unsurların başında tanıtım ve reklam faaliyetlerinin artırılması ve tarihi yapıların restore edilmesi olduğu bu araştırma ile ortaya çıkmıştır (Bulut, 2015).

Bu alanda yapılan önemli çalışmalardan bir diğeri ise Hançer ve Mancı (2017) tarafından Diyarbakır ilinde ikamet eden yerel halkın turizme bakış açısını belirlemeyi amacıyla yapılan nicel bir çalışmadır. 320 kişi ile yapılan anket çalışmasında katılımcılara demografik sorular ve 5'li Likert yöntemine dayanan ifadelerden oluşturulmuş sorular sorulmuştur. Bu araştırma ile Sosyal Değişim Kuramı çerçevesinde bulgulara ulaşıldı. Turizm faaliyetlerinin yerel halk üzerindeki etkileri ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel olarak sınıflandırılarak yapılan faktör analizi ile yerel halkın turizm algısının olumlu yönde olduğu belirlenmiştir. Yerel halkın kimi kişisel özellikleriyle turizmin yaratmış olduğu etkilerin birbiriyle ilişkili olduğu belirlenmiştir. Bu çalışmada ekonomik faktörler boyutu ile eğitim, medeni durum, meslek, tatil deneyimi, turizme genel bakış açısı ve yaş; çevresel faktörler boyutu ile cinsiyet, gelir, aidiyet, turizme genel bakış açısı; sosyo-kültürel faktörler boyutu ile ikamet yeri, eğitim ve medeni durum, meslek, tatil deneyimi, turizme genel bakış ve yaş değişkenleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olduğu bulgusuna varılmıştır (Hançer ve Mancı, 2017).

Diyarbakır şehrinde bu konuda yapılan bir diğeri araştırma Karakaş ve Şengün tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda bu ilde yaşayan yerel halkın turizme yönelik algısı ve buna bağlı olarak turizme yönelik desteği belirlenmeye çalışılmıştır (Karakaş ve Şengün, 2017). 347 katılımcıyla yapılan anket çalışmasında katılımcıların büyük çoğunluğu turizme bakış açısının olumlu yönde olup turizmin

Türkiye'ye ve bölgemize turizmin ek gelir sağladığı, İş imkânları sunduğu, hayat şartlarını iyileştirdiği gibi faydaları olacağını savunmuşlardır. Yapılan bu araştırmada yerel halkın turizmin ekonomik anlamda ilin gelişmesine katkı sağlayacağını, hayat standartlarını yükselteceğini, mevcut sorunların çözümünün turizmin geliştirilmesiyle kolaylaşacağını düşünmektedirler. Bu katılımcılara turizmin çevre etkisinin değerlendirdiklerinde ise kirlilikten daha fazla iyileştirme olacağı yönünde görüş belirtmişlerdir (Karakaş ve Şengün, 2017).

Başka bir çalışma yakın bölgede olan Bitlis ilinde gerçekleştirilmiştir. Şanlıurfa gibi bölgesel kalkınmaya ihtiyaç duyan bu ildeki çalışmada Bitlis ilinin kalkınmasında turizmin rolünün yerel paydaşların demografik özelliklerine göre değişip değişmediğinin araştırılması amaçlanmıştır (Şengel ve Zengin, 2017). Yapılan bu çalışmada anketlerden yararlanılarak nicel araştırma yapılmıştır. Şengel ve Zengin tarafından yapılan bu çalışmanın veri analizine göre yerel halkın bu ilin kalkınmasında turizmin etkilerinin yerel halkın birtakım özelliklerine göre değişikli gösterdiği tespit edilmiştir (2017).

Halkın turizme bakış açısıyla ilgili yurtdışında onlarca çalışma yapılmıştır. Bu çalışmaların hepsinin bu tezin ana konusundan çıkmamak için sınırlı tutulmuştur. Bu bağlamda birkaç çalışmanın özeti burada listelenmiştir. Amerika Birleşik Devletleri'nin Colorado eyaletinde yapılan çalışmada yerel halkın turizme ve turizmin etkilerine bakış açılarını ölçmek amacıyla katılımcılara anket uygulanmıştır (Perdue ve ark., 1990). Bu çalışmada elde edilen sonuçlara göre yerel halkın turizmi ve turizmin etkilerini olumsuz algıladığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bu ülkenin Massachusetts eyaletinde yapılan çalışmada ise yerel halkın gözüyle turizmin olumsuz etkileri incelenmesi amaçlanmıştır. 212 kişi ile yapılan anket çalışmasında turizmin yerel halk üzerinde ekonomik ve olumlu etkileri olduğu saptamıştır (Pizam, 1978). Fakat bu çalışmada ayrıca turizmden ekonomik anlamda fayda sağlayan kişilerin, turizmin etkilerine karşı daha olumlu olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada ayrıca yoğun turist ziyaretleri nedeniyle yerel halkın tutumlarının olumsuz olduğudur (Pizam, 1978).

Sheldon ve Var (1984). Avrupa kıtasında Galler bölgesinde yapılan bir çalışmada yerel halkının turizme karşı tutumları ölçmek amacıyla yapılan çalışmada

yerel halk tarafından turizmin sosyal ve ekolojik anlamda olumsuz etkilerinin olduğu tespit edilirken, ekonomik ve kültürel anlamda olumlu etkileri olduğu ortaya çıkmıştır

Bazı çalışmalarda ise turizmin aracıları durumunda olan tur rehberlerinin tavırlarının turizme etkisinin önemli olduğu açıklanmıştır. Turistlerin gideceği destinasyon öncelikle turist operatörlerinin ülkedeki turizm operatörlerinin tanıtım faaliyetlerinden etkilenir. Gelirin hacmine veya herhangi bir sorunun ortaya çıkmasına bağlı olarak, tur operatörleri, müşterilerini alternatif tatil yerlerine (destinasyon) yönlendirebilir (Carey, Gountas ve Gilbert 1997). Tur operatörleri kendilerini bir destinasyonundaki durumun izlenmesinden sorumlu olduğunu düşünürler; müşterileri için herhangi bir tehdit oluşturduğu takdirde tatilleri alternatif varış yerlerine sunarlar. Bir varış yerinin başarısız olduğu düşünülürse, tur operatörlerinin bu tür varış yerlerini gelecek sezon listelerinden çıkarmaları muhtemeldir (Goodall ve Bergsma 1990). Bu bağlamda, tur operatörleri arasındaki herhangi bir rekabetin uluslararası turist destinasyonları arasındaki rekabeti arttırmada kritik bir rol oynadığı iddia edilebilir (Buck 1988).

Zengin ve ark. (2015) tarafından Şanlıurfa'da yapılan araştırmada yöre halkının turizmden etkilenme düzeyleri ortaya konulmuştur. Bu çerçevede düşük düzeyde olumsuz sosyo-kültürel etkileri olarak da yerel halk turizm gelişimini desteklemektedir. Ayrıca turizmin ekonomik ve çevresel etkilerinin yöre halkını geliştirici ve ilerletici olduğu belirlenmiştir. Göktaş ve Türkeri'nin (2016) araştırmasında ise 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.

Mansuroğlu (2006) tarafından yapılan bir çalışmada ise bir genelleme yaparak halkın turizm ile ilgili bakış açısı özetlenmiştir. Bu bağlamda halkın görüşüne göre turizmin gelişmesi ile ortaya çıkan olumlu sosyo-ekonomik etkiler; bölgede ekonominin düzelmesi, kültürel miras bilinci, kültürel değerlerin yenilenmesi,

karşılıklı kültürel değişim olarak görülmektedir. Fakat halkın görüşüne göre bazı olumsuz etkilerde ortaya çıkmıştır. Bunlar şu şekilde sıralanmıştır; bölgedeki ekonomik yararların azalması, ekonomi ve istihdamda ortaya çıkan sorunlar, turistlerin fazla gelmesiyle oluşan aşırı kalabalık, yerli halkın sahip olduğu birtakım ayrıcalıkların zamanla kaybolması, olumsuz kültürel etkiler ve sosyal sorunlardır.

Oğuzbalaban (2017) tarafından yapılan bir meta analizinde farklı çalışmalarda ortaya çıkan sonuçlar genel olarak derlenmiştir. Bu makalede Türkiye’de yerel halkın turizme ve turizmin etkilerine yönelik algı ve tutumlarını belirlemeye ilişkin olarak yapılan 30 farklı araştırmanın sonuçları karşılıklı olarak irdelenmiştir (2017). Elde edilen derlemeye göre; Türkiye’deki yerel halkın çoğunlukla turizme ve turizmin etkilerine yönelik olumlu algı ve tutumlara sahip olduğu görülmüştür. Turizmin; yerel halka ekonomik katkı sağlaması, yeni iş imkânları doğurması ve bölgedeki yatırım olanaklarını arttırması, yerel halkın turizm ile ilgili olumlu algı ve görüşlere sahip olmasında önemli unsurlardır. Bu çalışmada ayrıca turizm ve onun yarattığı etkilerine yönelik az sayıda da olsa olumsuz görüşe sahip olan yerel halkın, bu görüşünde özellikle turizmin çevre tahribatına, gelenek-görenekleri ve ahlaki değeri bozmasına ilişkin düşüncelerinin neden olduğu belirlenmiştir. Bu meta analiz çalışmasında önemli bir sonuçta Türkiye’de çok sayıda turistik merkez olmasına rağmen konuyla ilgili nispeten az sayıda çalışmanın yapılmış olduğu belirlenmiş; özellikle Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yaşayan yerel halka yönelik araştırmaların yapılmadığı tespit edilmiştir. Bu tespit şu an yapılmakta olan tezimizin önemini ortaya koymaktadır.

3. MATERYAL ve YÖNTEM

3.1. Materyal

Araştırma merkezimiz peygamberler şehri diye de anılan ve birçok turizm kolunu bünyesinde barındıran, son yılların gözde turizm merkezi olan Şanlıurfa ili merkez ilçelerinde gerçekleştirilmiştir.

Bu çalışmada yerel halkın turist ve turizm ile ilgili bakış açıları incelenmek istendiğinden nicel araştırma yönteminden yararlanmanın daha yapılabilir ve etkili olacağı öngörülmüştür. Nicel araştırma kapsamında bu çalışma tarama modelinde tasarlanmıştır. Tarama modelleri nicel çalışmalarda yaygın şekilde kullanılır. Bu model sayesinde bir olguyu olduğu gibi tanımlaya çalışan, araştırmaya konu olan olay, birey veya nesnenin kendi koşulları içinde olduğu gibi tanımlamaya çalışan araştırma modelidir. Bu tarama modeli içerisinde anket yöntemi ile birincil veriler toplanmıştır.

3.1.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın nerede uygulandığı ve kimlere uygulandığı önemlidir. Bu bağlamda araştırmalarda evren kavramı kullanılmaktadır. Bu kavram gözlem alanına giren bireylerin oluşturduğu topluluk olarak tanımlanabilir. Araştırmaların amaç ve kapsamlarına göre evrenleri değişebilir. Oluşturulan evrene bağlı olarak katılımcı sayıları belirlenebilir. Bu çalışmada belirlenen evren Şanlıurfa ili merkez ilçelerinde yaşayan halktır.

Bu çalışmada belirlenen evrene bağlı olarak örneklem belirlenmiştir. Örneklem evrenin bir alt kümesi olarak kabul edilebilir. Örneklem seçilirken onlarca yöntem arasından bir yöntem ile evrenin içerisindeki bazı kişiler seçilir. Örneklem içerisindeki katılımcıların evreni temsil etmesi önemli bir adımdır. Bir diğer deyişle araştırma yapıldığında elde edilen sonuçlar evrene genellenebilmelidir. Bunun yapılması için evren içerisinde seçilen kişilerin evreni genelini temsil etmesi

gerekmektedir. Bu bağlamda örneklem için seçilecek kişiler önemli ve belirlenmiş adımlar ile yapılmalıdır. Bu açıdan evreni oluşturan her parçanın veya kitlenin temsil edilmesi için basit tesadüfi örneklem yöntemi kullanılmıştır. Bu şekildeki bir örnekleme yöntemi ile her örneklemdaki her bireyin evrenindeki kitleleri temsil etme olasılığı artırılmış olmaktadır.

Bu şekilde belirlenen örneklem ile 500 kişi belirlenmiş ve bu kişilere mektupla anket gönderilmiştir. Yapılan anketlerden bazıları eksik gelmiş bazıları da doldurulmamıştır. Bunun sonucunda 395 kişinin anket sonuçları çalışmada kullanılmak üzere incelenmiştir. Önceki çalışmalar incelendiğinde, 100 bin ve üzeri bir evren için olması gereken minimum örneklem sayısı olarak 384'tür (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004). Evren büyüklüğüne göre örneklemin ne kadar olması gerektiğini yansıtan tablo aşağıda sunulmuştur. Şanlıurfa ilinin nüfusu 2 milyona yaklaşmaktadır. Bu bağlamda anketimize katılan katılımcı sayısı bu şekilde belirlenen temel katılımcı sayısını sağlamaktadır.

Çizelge 3.1. Evren büyüklüğüne göre örneklem büyüklükleri tablosu ($\alpha = 0.05$ için)

Evren Büüklüğü	± 0.03 örnekleme hatası (d)			± 0.05 örnekleme hatası (d)			± 0.10 örnekleme hatası (d)		
	p=.5 q=.5	p=.8 q=.2	p=.3 q=.7	p=.5 q=.5	p=.8 q=.2	p=.3 q=.7	p=.5 q=.5	p=.8 q=.2	p=.3 q=.7
100	92	87	90	80	71	77	49	38	45
500	341	289	321	217	165	196	81	55	70
750	441	358	409	254	185	226	85	57	73
1000	516	406	473	278	198	244	88	58	75
2500	748	537	660	333	224	286	93	60	78
5000	880	601	760	357	234	303	94	61	79
10000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
50000	1045	674	881	381	245	321	96	61	81
100000	1056	678	888	383	245	322	96	61	81
1000000	1066	682	896	384	246	323	96	61	81
100 milyon	1067	683	896	384	245	323	96	61	81

3.2. Yöntem

3.2.1. Veri toplama aracının geliştirilmesi ve verilerin toplanması

Bu araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anketin veri toplama aracı olarak kullanılması sosyal bilimlerin ilk tercihlerden bir tanesidir. Bunun birçok gerekçesi vardır. Anketler hızlı bir şekilde birçok kişiye uygulanmaktadır. Anketlerden elde edilen verilerin analizi daha hızlı olmaktadır. Anketlerin uygulanması ve sonuçların toplanması daha hızlı olmaktadır. Özellikle gelişen iletişim teknolojileri sayesinde birkaç saat içerisinde binlerce anket doldurulmuş bir şekilde geri gelebilmektedir. Bu araştırmada kullanılan anket, iki ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, bu ankete katılan katılımcılara yönelik dokuz adet demografik ve sosyo-ekonomik soru yer almaktadır. 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.

Bu araştırmada kullanılan anketin ikinci bölümünde ise katılımcıların turizme ve turiste karşı tutumlarının belirlenmesine yönelik olarak 42 adet soru bulunmaktadır. Anketin bu kısmındaki sorular Hwan-Suk Chris Choi ve Ercan Sırakaya'nın (2005) "Measurement of Resident's Attitude Toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale" çalışmasından yararlanılmıştır (akt. Biçici, 2013). Bu bağlamda bu anket Biçici tarafından yapılan çalışmadan alınmıştır (Biçici, 2013). Bu 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*. Anketin bu bölümündeki tüm sorularda beş maddeli Likert ölçeği tipi sorular (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Fikrim Yok, 4-Katılıyorum ve 5-Kesinlikle Katılıyorum) kullanılmıştır.

Bu araştırmanın esas uygulamasına yönelik gerçekleştirilen 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 edilir.

3.2.2. Verilerin analizinde kullanılan yöntem

Bu çalışmanın amacı doğrultusunda katılımcılara anket uygulanmış ve bu anket sonuçları istatistiksel analizler yolu ile 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 ve turiste bakış açıcısı 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. Anketin turum ölçmek için sorulan sorularının analizi için cevaplarda Kesinlikle Katılmıyorum için 1, Katılmıyorum için 2, Fikrim Yok için 3, Katılıyorum için 4 ve Kesinlikle Katılıyorum için 5 değerleri verilmiştir. Araştırmada alt boyutlar için katılımcıların tutumlarının hesaplanması için her alt boyut için toplam puanlar hesaplanmıştır. Ayrıca katılımcıların toplam tutum puanları hesaplanmıştır.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI ve TARTIŞMA

4.1. Araştırma Bulguları

Bu çalışmanın amacı Şanlıurfa ili özelinde bölgesel kalkınma açısından yerel halkın turizme ve turiste bakış açısının incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda katılımcılara uygulanan anket veri analizinin geçirilerek belli sonuçlar elde edilmiştir. Bu sonuçlar aşağıda önce demografik özellikler olarak listelenmiştir. Daha sonra belirlenen alternatif hipotezler istatistiksel analizlerden geçirilmiş ve aşağıda listelenen şekilde sonuçlar elde edilmiştir.

4.1.1. Katılımcıların demografik özellikleri

Evren içerisinde seçilen örneklemin temel özelliklerini yansıtmak için katılımcılara anket içerisinde dokuz adet demografik özelliklerini yansıttak sorular sorulmuştur. Bu sorular başlıca şunlardır; cinsiyet, eğitim durumları, meslekleri, aylık gelirleri, Şanlıurfa'da ikamet süreleri, yaşları, medeni durumları, turizmden kazanç elde edip etmedikleri ve tatile çıkmaları. Bu sorulara anket içerisinde verilen cevaplar aşağıda istatistiksel olarak verilmiştir

Çizelge 4.1. Katılımcıların demografik özelliklerinin dağılımı

Demografik Özellikler	n	%
Cinsiyet	Kadın	209
	Erkek	186
	Cevap vermedi	-
	Kadın	209
Eğitim durumu	İlköğretim	65
	Lise	87
	Ön lisans	39
	Lisans	144
	Lisansüstü	59
	Cevap vermedi	1
	Esnaf	34
	Emekli	20
Meslek	İşçi	96
	Memur	149
	İşsiz	26
	Ev Hanımı	68
	Cevap vermedi	2
	Toplam	395
	1000 ve altı	58
	1000-2000	85
Aylık Gelir TL	2000-3000	78
	3000-4000	62
	4000-5000	46
	5000 üzeri	52
	Cevap vermedi	14
	Toplam	395
	1-5 yıl arası	56
	6-10 yıl	45
Şanlıurfa'da İkamet Süresi	11-15 yıl	44
	16-20 yıl	53
	21-25 yıl	40
	25 üzeri yıl	156
	Cevap vermedi	1
	Toplam	395
	18-25 yıl	61
	26-35 yıl	149
Yaş	36-44 yıl	97
	45-55 yıl	68
	55 üzeri yıl	19
	Cevap vermedi	1
	Toplam	395
	Bekar	108
	Evli	265
	Boşanmış	13
Medeni Durum	Dul	9
	Cevap vermedi	0
	Toplam	395
	Evet	25
Turizmden Gelir Sağlama Durumu	Hayır	351
	Cevap vermedi	17
	Toplam	395
	Evet	231
Tatile gider misiniz?	Hayır	162
	Cevap vermedi	2
	Toplam	395
	Evet	58.5

Çizelge 4.1 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 katılımcıların durumları incelendiğinde en büyük oranı %37,7 seviyesinde memurlar olduğu görülmektedir. İşçi mesleğinde 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 arasında geliri olduğunu belirtenlerin sayısını en fazla olarak bulunmuştur. Bu oran asgari ücretin olduğu gelir aralığıdır. 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.

Elde edilen veriler değerlendirildiğinde yaş aralıklarının yoğunluğu sorulduğunda en fazla katılımın 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 durumları sorulduğunda katılımcıların büyük çoğunluğunun evli olduğu görülmektedir (%67).

Katılımcıların turizmden gelir elde edip etmedikleri sorulmuştur. Bu soru ile katılımcıların turizmin ekonomik boyutu ile ilgileri kısmen de olsa anlaşılmasına çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre katılımcıların %88,9 gibi yüksek bir oranı turizmden gelir elde etmedikleri anlaşılmıştır. Katılımcıların tatile gitme durumları sorulmuştur. Buna verilen cevaplarda %58,5 evet cevabı olmuştur.

4.2. Faktör Analizi

Uygulanan ölçeklerde bazı ölçek maddelerin birbirlerine yakın olmasından dolayı bunların filtrelenmesi gerekmektedir. Bu bağlamda istatistiksel olarak faktör analizi kullanılarak aralarında ilişki bulunduğu düşünülen çok sayıdaki değişken arasındaki ilişkilerin anlaşılmasını ve yorumlanmasını kolaylaştırmak için daha az

sayıdaki temel boyuta indirgenmiş ve özetlenmiştir. Faktör analizi, araştırmacı tarafından veri setinde yer alan kavramlar arasındaki ilişkilerin daha kolay anlaşılmasına yardımcı olması için aralarında ilişki bulunan çok sayıda değişkenden oluşan bir veri setine ait temel faktörlerin (ilişkinin yapısının) ortaya çıkarılmasıdır (Gülşen Hançer, 2016).

Faktör analizinde örneklem büyüklüğünün uygunluğunu test etmek için KMO testi uygulanmıştır. KMO değerinin 0.50'den düşük çıkması halinde faktör analizine devam edilmez, bunun için daha fazla anket verilerini işleme katarak örneklem sayısının artırılması gerekir. Bulunan KMO değerine bağlı olarak örneklem büyüklüğü

0.60-0.70 arası ise “zayıf”,

0.70-0.80 arası ise “orta”,

0.80-0.90 arası ise “iyi”,

0.90 üzeri ise “mükemmel” olarak kabul edilmektedir.

Bu kapsamda, araştırmada yapılan KMO ve Bartlett's Test of Sphericity analizinde yerel halkın turizme bakış açısı ölçeğine ilişkin KMO değerinin 0.914 olduğu görülmektedir (Çizelge 4.2). 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 yukarıda açıklandığı gibi verilerin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

Çizelge 4.2. Yerel halkın turizme bakış açısı ölçeğine ilişkin KMO ve Bartlett's test analizi

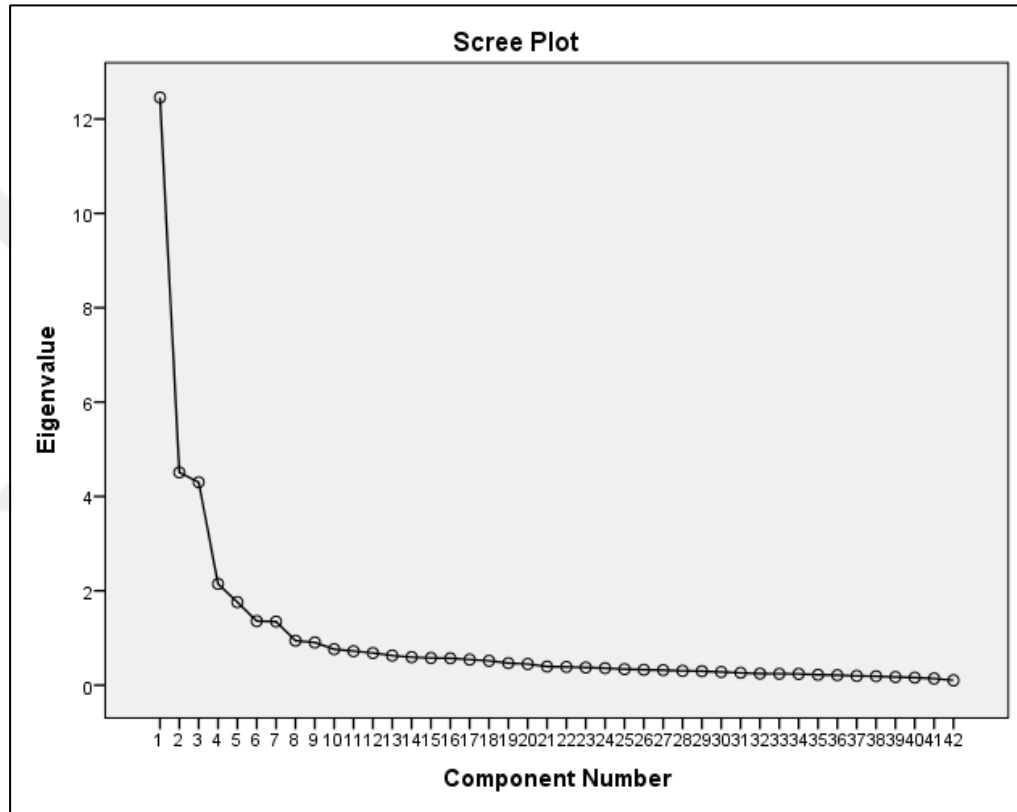
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0.914
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square 10948.488
	df 861
	Sig. 0.000

Bölgesel kalkınma açısından yerel halkın turizme bakış açısı ölçeğine ilişkin faktör öz değerleri incelenmiştir. Yapılan SPSS analizi sonucu Çizelge 4.3'te listelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre 42 maddeden oluşan bölgesel kalkınma açısından yerel halkın turizme bakış açısı ölçeğinin 7 faktörlü olduğu görülmektedir. Çizelge 4.3'e göre 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 %4,19'ünü, altıncı faktör %3,23'ünü ve yedinci faktör %3,21'ini açıklamaktadır (Çizelge 4.3).

Çizelge 4.3. Yerel halkın turizme bakış açısı ölçeğine ilişkin faktör öz değerleri ve varyans açıklama yüzdeleri

Bileşen	İlk Özdeğerler			Kare Yüklerin Çekme Toplamları			Kare Yüklerin Dönme Toplamları		
	Toplam	Varyansların %	Birikimli %	Toplam	Varyansların %	Birikimli %	Toplam	Varyansların %	Birikimli %
1	12.45	29.65	29.65	12.45	29.65	29.65	6.18	14.71	14.71
2	4.50	10.73	40.39	4.50	10.73	40.39	4.69	11.18	25.90
3	4.30	10.24	50.63	4.30	10.24	50.63	4.18	9.95	35.86
4	2.14	5.10	55.74	2.14	5.10	55.74	4.11	9.79	45.66
5	1.76	4.19	59.93	1.76	4.19	59.93	3.84	9.14	54.80
6	1.35	3.23	63.16	1.35	3.23	63.16	2.49	5.92	60.73
7	1.34	3.21	66.37	1.34	3.21	66.37	2.37	5.64	66.37
8	0.94	2.24	68.62						
9	0.90	2.15	70.78						
10	0.76	1.81	72.59						
11	0.72	1.71	74.31						
12	0.68	1.62	75.93						
13	0.62	1.49	77.43						
14	0.59	1.41	78.84						
15	0.57	1.37	80.22						
16	0.57	1.35	81.57						
17	0.54	1.29	82.87						
18	0.51	1.23	84.10						
19	0.46	1.11	85.21						
20	0.44	1.06	86.28						
21	0.39	0.93	87.22						
22	0.38	0.92	88.14						
23	0.37	0.89	89.03						
24	0.36	0.86	89.89						
25	0.33	0.80	90.70						
26	0.32	0.77	91.47						
27	0.31	0.75	92.23						
28	0.30	0.72	92.95						
29	0.29	0.70	93.66						
30	0.27	0.66	94.32						
31	0.26	0.62	94.95						
32	0.24	0.58	95.53						
33	0.24	0.57	96.11						
34	0.24	0.57	96.68						
35	0.21	0.52	97.21						
36	0.21	0.50	97.71						
37	0.19	0.46	98.18						
38	0.18	0.45	98.63						
39	0.17	0.41	99.04						
40	0.15	0.37	99.42						
41	0.14	0.33	99.75						
42	0.10	0.24	100.00						

Bir ölçekteki faktörlerin belirlenmesinde kullanılan başka bir yolda screeplot grafiğidir. Bu grafik faktör yapısını belirlemesi için fikir verir. İki nokta arası bir faktörü ifade eder. Grafiğe bakıldığında (Şekil 4.1), belli bir yere kadar bir düşüş var ve daha sonra değişkenlik oldukça azalarak sanki sabit noktaya ulaşıyormuş gibi olduğunu görüyoruz. Bu değişkenliğin yok denilecek kadar azaldığı noktaya dirsek denmektedir. Dirseği kapatıp, dirseğin üstünde kalan öz değer sayısı kadar da faktör sayısı var demektir. Bu araştırmada 7 adet faktör sonucuna varılır.



Şekil 4.1. Yerel halkın turizme bakış açısı faktör analizi çizgi grafiği

Aşağıda belirtilen Bölgesel kalkınma açısından yerel halkın turizme bakış açısı geçerlilik test çizelgesi incelendiğinde (Çizelge 4.4), 7 faktörlü bir boyutlandırmanın ideal olacağı görülmektedir. Ölçeği oluşturan bu yedi faktör kendi içerisinde güçlü ilişki oluşturmaktadır.

Çizelge 4.4 incelendiğinde birinci faktör altında 9 adet madde toplanmaktadır. Bu maddelerin ne olduğu Çizelge 4.4' te detaylı 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.



Çizelge 4.4. Bölgesel kalkınma açısından yerel halkın turizme bakış açısı geçerlilik test sonuçları

	Component						
	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						-0.32
Turizm gelişimi çevresel koruma çabalarını güçlendirmelidir.	0.82						
Turizm yaşadığımız çevreyi korumalıdır.	0.84						
Turizm doğal ve kültürel çevreye uyum sağlayarak gelişmelidir.	0.72						-0.40
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						-0.36
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 resmi tatillerde gelen turlar sebebiyle aşırı kalabalıklaşmaktadır.				0.70			
Turistlere yönelik hizmet veren yerel işletmelerde rahat olamıyorum.				0.74			
Turizm, Şanlıurfa'da gereğinden hızlı büyümektedir.				0.37			0.62
Turizmden dolayı, halkın yaşadığı çevrenin gittikçe kötüleştiğine inanıyorum.				0.52			0.65
Turistler, halkın eğlence-dinlence alanlarını aşırı kullanmaktadır.				0.43			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					-0.39
Turizm, yerel yönetimize önemli oranda vergi ve diğer gelirler sağlamaktadır.		0.76					
Turizmin yerel ekonomimiz için iyi olduğunu düşünüyorum.		0.75	0.30				
Turizm, yerel ekonomimizi çeşitlendirmektedir.		0.77					
Turizm, yörede üretilen ürünler için (isot, fındık, yağ, sebze ve meyve) yeni pazarlar yaratmaktadır.		0.74					
Turizm, yerel ekonomimiz kapsamındaki diğer sektörlerle (tarım, ulaşım, inşaat) fayda sağlamaktadır.		0.64			0.36		
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.		0.31			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		0.42		
Turizm gelişimiyle ilgili planlama yapılırken uzun dönemli bir bakış açısına sahip olmalıyız.			0.52		0.52		
Turizmle ilgili planlar yapılırken anlık düşünmemeliyiz.			0.48		0.41		
Turizm sektörü, gelecek içinde planlar yapmalıdır.			0.61		0.39		
Turizm gelişimiyle ilgili planlar sürekli yapılmalıdır.			0.54		0.46		
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.			0.35		0.360.53		
Turizmden elde edilen faydadan adil bir pay almamız gerekmektedir.					0.410.52		

Bu ölçeğin geliştirmesini yapan araştırmacılar tarafından Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu olarak ifade edilen faktör için 9 adet madde yer almıştır. Bu maddelerin faktör yükleri 0,37 ile 0,80 arasında olduğu görülmektedir (Çizelge 4.5). 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 (Çizelge 4.4).

4.3. Katılımcıların Tüm Boyutlardaki Tutum Değerleri

Katılımcılara uygulanan anket kapsamında demografik sorulardan sonra katılımcıların 42 soruya cevap vererek onların altı ayrı boyuttaki tutum değerleri ölçülmeye çalışılır. Katılımcıların verdikleri cevaplar aşağıdaki ortalama ve standart sapma değerleri ile listelenmiştir. Her soruya verilen cevapların yanında bu soruların bulunduğu tutumların toplum boyut değerlerinin de o boyutun altına hesaplanarak eklenmiştir. Tablonun en sonunda katılımcıların toplam tutum puanları hesaplanmıştır.

Çizelge 4.5 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 katılımcıların verdikleri cevaplarda standart sapmaların dağılımıdır. Bu noktada Çizelge 4.5 incelendiğinde birçok soru için standart sapma değerleri 1 değeri etrafında yoğunlaşmaktadır. Bu değer verilen yanıtlar arasında çok farklı değişim olmadığını göstermektedir. Standart sapma değerleri arasındaki farklılığı göstermektedir (Çizelge 4.5).

Çizelge 4.5. Anket ve altı ayrı alt boyuttaki tutum değerlerine ait istatistiksel 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	38.12	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	23.50	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 yönetimize 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, fındık, yağ, sebze ve meyve) yeni pazarlar yaratmaktadır.	395	3.91	1.19
Turizm, yerel ekonomimiz kapsamındaki diğer sektörlerle (tarım, ulaşım, inşaat) fayda sağlamaktadır.	394	3.78	1.20
Turizmin Ekonomik Faydası Boyutuyla ilgili Tutum İfadeleri	390	26.57	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 oluşturmalıyız.	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	14.94	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 yapılmalıdır.	395	4.05	1.06
Turizm gelişimiyle ilgili planlar sürekli yapılmalıdır.	395	4.09	1.11
Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutuyla ilgili Tutum İfadeleri	395	20.19	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 ilgili Tutum İfadeleri	395	15.74	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 ilgili Tutum İfadeleri	395	15.72	3.76
Toplam	389	154.46	24.55

Çizelge 4.5 incelendiğinde Turizmin Sosyal Maliyet Boyutlarıyla ilgili tutum ifadelerinin en düşük ortalamalara sahip olduğu görülecektir. Bu boyuttaki soruların tümüne verilen cevaplar *katılmıyorum* etrafında yoğunlaşmıştır. Turizmin Ekonomik

Faydası Boyutuyla ile Turizm ilgili Kararlarda Halkın Tam Katılımına Yönelik Boyutu için verilen cevaplar *katılıyorum*'a yakın ve birbirlerine yakın değerler olduğu görülmektedir. Daha sonra gelen Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutuyla, Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutuyla ile Toplum Merkezli Ekonomi Boyutuyla İlgili Tutum İfadelerinin değerleri birbirine yakın ve aynı şekilde *katılıyorum* etrafında yığılmıştır. Bu çizelgede 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.

4.4. Cinsiyetlerine Göre Alt Boyut Tutumları

Bu çalışmanın amacına bağlı olarak katılımcıların farklı demografik yapılarına göre bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste 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. Anlamlı bir farkın olmasını araştırmak için bağımsız t-testi istatistiksel analiz testi gerçekleştirilmiştir. Bu test sonunda elde edilen değerler Çizelge 4.6'da verilmiştir.

Çizelge 4.6 incelendiğinde Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu için kadın (ort=38,33) ve erkekler (ort=37,88) arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır; $t(393)= 0,526$, $p= 0,599>0,05$. Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu için kadın ve erkeklerin değerleri arasında anlamlı farka bakılmıştır. Çizelge 4.7'deki verilere göre; kadın (ort=23,49) ve erkekler (ort=23,51) arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır; $t(392)= -0,024$, $p= 0,981>0,05$. Turizmin Ekonomik Faydası Boyutu için kadın (ort=26,35) ve erkekler (ort=26,83) arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır; $t(388)= -0,714$, $p= 0,476>0,05$. Bunlar gibi Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutu ve Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutları için kadın ve erkek katılımcılar arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Tüm boyutlar için yapılan toplam tutum puanları içinde kadın ve erkek katılımcılar arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Çizelge 4.6. Cinsiyete göre katılımcıların farklı boyutlar için bağımsız t-testi değerleri

	Cinsiyet	N	Ort.	t	df	Sig.
Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu	Kadın	209	38.33	0.526	393	.599
	Erkek	186	37.88			
Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu	Kadın	209	23.49	-0.024	392	.981
	Erkek	185	23.51			
Turizmin Ekonomik Faydası Boyutu	Kadın	207	26.35	-0.714	388	.476
	Erkek	183	26.83			
Turizm İlgili Kararlarda Halkın Tam Katılımı	Kadın	209	14.55	-2.274	392	.024
	Erkek	185	15.37			
Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutu	Kadın	209	20.07	-0.576	393	.565
	Erkek	186	20.33			
Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutu	Kadın	209	15.63	-0.667	393	0.505
	Erkek	186	15.87			
Toplum Merkezli Ekonomi Boyutu	Kadın	209	15.10	-3.543	393	0.000
	Erkek	186	16.42			
Toplam	Kadın	207	153.304	-0.997	387	0.320
	Erkek	182	155.791			

Turizm ilgili Kararlarda Halkın Tam Katılım Boyutu için kadın ve erkeklerin değerleri arasında anlamlı farka bakılmıştır. Çizelge 4.6'daki verilere göre; kadın (ort=14,55) ve erkekler (ort=15,37) arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur; $t(392) = -2,274$, $p = 0,024 < 0,05$. Aynı şekilde Toplum Merkezli Ekonomi Boyutu için kadın (ort=15,10) ve erkekler (ort=16,42) arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur; $t(393) = -3,543$, $p = 0,000 < 0,05$. Elde edilen bu sonuç Hançer ve Mancı (2017) tarafından Diyarbakır ilince gerçekleştirilen benzer çalışma ile paralellik göstermektedir.

4.5. Yaşlarına Göre Alt Boyut Tutumları

Bu araştırma içerisinde yerel halkın bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste 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 değişken de artış veya azalış olması durumunda diğer değişkenlerde artış veya azalış olmasını test etmek için kullanılmaktadır. Bu hipotez için katılımcıların yaşlarının artması durumunda katılımcıların bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste

bakış açısına ilişkin alt boyut tutumlarının azalması veya artmasının anlamlı olup olmadığı test edilmiştir.

Yapılan test sonuçları Çizelge 4.7’de detaylı bir şekilde listelenmiştir. Bu çizelge incelendiğinde Spearman's rho korelasyon testi katılımcıların yaşları ile Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır [$r(395)=0,015$, $p>0,005$]. 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.

Çizelge 4.7 incelendiğinde Spearman's rho korelasyon testi katılımcıların yaşları ile Turizmin Ekonomik Faydası Boyutu arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır [$r(390)=0,026$, $p>0,005$]. Benzer şekilde Turizm ilgili Kararlarda Halkın Tam Katılımı Boyutu da incelendiğinde bu boyuttaki tutum puanları ile katılımcıların yaşları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır [$r(394)=0,078$, $p>0,005$]. Spearman's rho korelasyon testi 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 bulunmamıştır. Spearman's rho korelasyon testi katılımcıların yaşları ile yerel halkın bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste 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 [$r(389)=0,124$, $p<0,005$].

Çizelge 4. 7 Katılımcıların bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumlarının yaşa göre farklılığı

	r	Yaş
		1.000
Yaş	p	.
	N	395
Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu	r	.015
	p	.772
	N	395
Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu	r	.147**
	p	.004
	N	394
Turizmin Ekonomik Faydası Boyutu	r	.026
	p	.610
	N	390
Turizm İlgili Kararlarda Halkın Tam Katılımı	r	.078
	p	.121
	N	394
Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutu	r	.028
	p	.581
	N	395
Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutu	r	.043
	p	.398
	N	395
Toplum Merkezli Ekonomi Boyutu	r	.018
	p	.716
	N	395
Toplam	r	.124*
	p	.014
	N	389

Spearman's rho

4.6. Eğitim Durumlarına Göre Alt Boyut Tutumları

Katılımcıların eğitim seviyeleri ile bu katılımcıların bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmıştır. Bunun için daha önce oluşturulan hipotez şu şekildedir; Yerel halkın bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, eğitim durumlarına göre farklılık gösterir. Bu hipotezin test edilmesi için Spearman's rho korelasyon testi SPSS programında uygulanmıştır.

Çizelge 4.8 incelendiğinde 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 gözükmemektedir. Bu değer bu ilişkinin

pozitif yönlü olduğunu fakat zayıf bir ilişki olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu ile katılımcıların eğitim durumları arasındaki ilişkide 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 değer negatif olmasından dolayı ilişkinin ters yönde olduğunu göstermektedir. Bir başka deyişle negatif ilişki olması durumunda bir değer yükselirken diğer azalmakta veya biri azalırken diğeri artmaktadır. Fakat elde edilen r değerinin aynı şekilde $0-0,25$ Aralığında olmasından dolayı bu ilişki zayıf bir ilişki olduğu görülmektedir.

Yukarıdaki Çizelge 4.8 incelendiğinde, 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 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.

Çizelge 4.8. Katılımcıların eğitim seviyeleri ile bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları arasındaki ilişkinin tablosu

		Eğitim	
		r	1.000
Eğitim	<i>p</i>		.
	N		394
Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu	r		.184**
	<i>p</i>		0.000
	N		394
Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu	r		-.134**
	<i>p</i>		0.008
	N		393
Turizmin Ekonomik Faydası Boyutu	r		.216**
	<i>p</i>		0.000
	N		389
Turizm İlgili Kararlarda Halkın Tam Katılımı	r		.145**
	<i>p</i>		0.004
	N		393
Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutu	r		.218**
	<i>p</i>		0.000
	N		394
Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutu	r		.166**
	<i>p</i>		0.001
	N		394
Toplum Merkezli Ekonomi Boyutu	r		.144**
	<i>p</i>		0.004
	N		394
Toplam	r		.149**
	<i>p</i>		0.003
	N		388

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 durumu azalıp arttığı durumlarda katılımcıların toplam tutum puanları da azalmakta veya artmaktadır.

4.7. Aylık Gelirlerine Göre Alt Boyut Tutumları

Turizm ve kalkınma bu araştırmanın temel konusudur. Bu iki değişkende doğrudan maddi durum ile bağlantılıdır. Katılımcıların maddi durumları ile onların bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut

tutumları arasındaki ilişki bu kapsamda incelenmiştir. Bunun için yerel halkın bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, gelir durumlarına göre farklılık gösterir şeklinde alternatif hipotez oluşturulmuş ve bu hipotez Spearman's rho korelasyon testi ile test edilmiştir. Katılımcıların maddi durumları kendilerine sorulan aylık gelirleri sorusu ile elde edilmiştir. Yapılan SPSS analiz sonucu Çizelge 4.9'da detaylı olarak yansıtılmıştır.

Çizelge 4.9 incelendiğinde, katılımcıların maddi durumları ile onların bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları arasındaki ilişki farklı boyutlar için farklı sonuçlar elde edilmiştir. Buna göre Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu tutum puanları ile katılımcıların maddi durumlar 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 Boyutu içinde geçerli olmuştur. Yapılan 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 anlamlı bir ilişki bulunmamıştır [$r(376)=0,100, p>0,005$]. Katılımcıların maddi durumları ile Turizm ilgili Kararlarda Halkın Tam Katılımı 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 [$r(381)=0,043$, $p>0,005$].

Çizelge 4.9. Maddi Durumlarına Göre Katılımcıların Bölgesel Kalkınma Açısından Turizme ve Turiste Bakış Açısına İlişkin Alt Boyut Tutumları

Spearman's rho	Aylık Gelir	
	r	1.000
	p	.
	N	381
	r	.126*
	p	.014
	N	381
	r	-.107*
	p	.038
	N	380
Spearman's rho	r	.100
	p	.052
	N	376
	r	.029
	p	.569
	N	380
	r	.100
	p	.051
	N	381
	r	.043
Spearman's rho	p	.405
	N	381
	r	.060
	p	.242
	N	381
	r	.031
	p	.556
	N	375

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 bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin toplam tutum puanları onları aylık gelirleri ile ilişkisi incelenmiştir. Elde edilen Spearman's rho korelasyon test sonuçlarına göre bu ilişki anlamlı bulunmamıştır $r(375)=0,031$, $p>0,005$. Katılımcıların aylık gelirleri ile alt boyutlar arasındaki fark Çalışkan ve Tütüncü (2008) tarafından Kuşadası'nda uygulanan çalışmaya yakın sonuçlar ortaya çıkarmıştır.

4.8. Medeni Durumlarına Göre Alt Boyut Tutumları

Araştırma kapsamında katılımcıların medeni durumlarına göre tutumları da incelenmiştir. Bu doğrultuda daha önce oluşturulan alternatif hipotez şu şekildedir; Yerel halkın bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, medeni durumlarına göre farklılık gösterir. Bu hipotezin test edilmesi için ANOVA testi uygulanmıştır. Bu test sonuçları Çizelge 4.10'de detaylı bir şekilde listelenmiştir.

Bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları ile katılımcıların bekâr, evli, boşanmış ve dul olanların ortalamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığı araştırılmıştır. Yapılan one-way 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 medeni evli olanların diğer medeni durumda olanlara göre farklı ortalamaya sahip olduğu anlaşılmıştır (ort=38,98, SS=7,653). Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu ile ilgili tutum puanları ile onların medeni durumları arasında $p < 0,05$ 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).

Çizelge 4.10. Bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları ile katılımcıların medeni durumları arasındaki fark

		N	Ort	Std. Sapma	F	Sig.
Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu	Bekar	108	36.79	9.263	3.451	0.017
	Evli	265	38.98	7.653		
	Boşanmış	13	34.46	13.377		
	Dul	9	33.89	8.652		
	Total	395	38.12	8.447		
Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu	Bekar	108	21.84	7.726	3.603	0.014
	Evli	264	23.86	8.528		
	Boşanmış	13	29.15	9.940		
	Dul	9	24.44	8.293		
	Total	394	23.50	8.441		
Turizmin Ekonomik Faydası Boyutu	Bekar	106	25.45	7.268	2.256	0.081
	Evli	262	27.15	6.161		
	Boşanmış	13	25.92	6.211		
	Dul	9	24.00	6.500		
	Total	390	26.57	6.521		
Turizm İlgili Kararlarda Halkın Tam Katılımı	Bekar	108	14.40	4.021	1.637	0.180
	Evli	264	15.19	3.416		
	Boşanmış	13	15.08	3.427		
	Dul	9	13.67	3.536		
	Total	394	14.94	3.604		
Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutu	Bekar	108	19.56	5.217	2.697	0.046
	Evli	265	20.59	4.041		
	Boşanmış	13	18.85	5.129		
	Dul	9	17.78	5.495		
	Total	395	20.19	4.489		
Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutu	Bekar	108	15.31	3.947	1.725	0.161
	Evli	265	15.99	3.339		
	Boşanmış	13	15.38	3.548		
	Dul	9	14.00	4.093		
	Total	395	15.74	3.548		
Toplum Merkezli Ekonomi Boyutu	Bekar	108	15.22	3.996	1.733	0.160
	Evli	265	15.99	3.603		
	Boşanmış	13	15.62	4.234		
	Dul	9	14.00	4.359		
	Total	395	15.72	3.762		
Toplam	Bekar	106	148.094	26.18743	4.630	0.003
	Evli	261	157.494	21.91112		
	Boşanmış	13	154.461	40.50847		
	Dul	9	141.777	34.03226		
	Total	389	154.467	24.55453		

Katılımcıların medeni durumları ile onların Turizm ilgili Kararlarda Halkın Tam Katılımı, Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutu ve Toplum Merkezli Ekonomi Boyutu tutum puanları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Fakat katılımcıların toplam tutum puanları ile onların medeni durumları arasındaki fark $p < 0,05$ seviyesinde 4 kategori için de anlamlı bir fark bulunmuştur [$F(2, 389) = 4,630, p = 0.003$]. Post hoc analizi, medeni durumu evli olanların diğer medeni durumda olanlara göre farklı ortalamaya sahip olduğu anlaşılmıştır (ort=29,15, SS=21,91112).

4.9. Mesleklerine Göre Alt Boyut Tutumları

Toplumda insanların yaptıkları işler onların topluma ve kalkınmaya bakış açısını değiştirebilmektedir. Aynı şekilde insanların yaptıkları işler onların turizme ve turiste bakış açısını değiştirebilir. Bu anlamda bu araştırmada belirlenen alternatif hipotezlerden bir diğeri şu şekilde belirlenmiştir; Yerel halkın bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, meslek durumlarına göre farklılık gösterir. Belirlenen bu hipotezin test edilmesi için SPSS programında one-way ANOVA testi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar Çizelge 4.11’de detaylı şekilde sunulmuştur.

Çizelge 4.11 incelendiğinde, 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).

Çizelge 4.11. Meslek durumları ile katılımcıların bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları arasındaki fark

		N	Ort	Std. S.	F	Sig.
Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu	Esnaf	34	35.97	8.219	2.566	0.027
	Emekli	20	37.00	8.039		
	İşçi	96	36.91	9.292		
	Memur	149	39.62	8.095		
	İşsiz	26	35.31	9.103		
	Ev Hanımı	68	38.82	7.435		
	Total	393	38.09	8.457		
Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu	Esnaf	34	23.41	8.106	5.253	0.000
	Emekli	20	25.70	7.987		
	İşçi	95	25.08	9.648		
	Memur	149	21.13	7.367		
	İşsiz	26	22.62	7.105		
	Ev Hanımı	68	26.43	8.360		
	Total	392	23.54	8.445		
Turizmin Ekonomik Faydası Boyutu	Esnaf	34	24.88	6.545	1.390	0.227
	Emekli	20	25.30	6.650		
	İşçi	91	26.25	7.018		
	Memur	149	27.51	6.171		
	İşsiz	26	25.58	7.511		
	Ev Hanımı	68	26.54	6.122		
	Total	388	26.57	6.537		
Turizm İlgili Kararlarda Halkın Tam Katılımı	Esnaf	34	14.91	3.537	.607	0.694
	Emekli	20	14.90	3.712		
	İşçi	95	15.15	3.402		
	Memur	149	15.15	3.548		
	İşsiz	26	14.08	4.732		
	Ev Hanımı	68	14.56	3.617		
	Total	392	14.94	3.612		
Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutu	Esnaf	34	19.74	4.077	1.935	0.088
	Emekli	20	18.35	4.923		
	İşçi	96	19.90	4.637		
	Memur	149	20.95	4.406		
	İşsiz	26	19.42	5.293		
	Ev Hanımı	68	19.85	4.008		
	Total	393	20.17	4.488		
Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutu	Esnaf	34	15.47	3.240	2.396	0.037
	Emekli	20	14.40	3.662		
	İşçi	96	15.30	4.218		
	Memur	149	16.45	3.083		
	İşsiz	26	15.12	3.548		
	Ev Hanımı	68	15.44	3.374		
	Total	393	15.72	3.544		
Toplum Merkezli Ekonomi Boyutu	Esnaf	34	15.15	3.046	1.215	0.302
	Emekli	20	15.70	4.181		
	İşçi	96	15.94	3.879		
	Memur	149	16.18	3.464		
	İşsiz	26	15.31	4.407		
	Ev Hanımı	68	15.01	4.068		
	Total	393	15.45	3.612		
Toplam	Esnaf	34	15.15	3.046	1.240	0.289
	Esnaf	34	149.529	21.50156		
	Emekli	20	151.350	32.41389		
	İşçi	90	153.155	27.17191		
	Memur	149	156.993	20.09185		
	İşsiz	26	147.423	29.66638		
	Ev Hanımı	68	156.661	26.62431		
	Total	387	154.452	24.61706		

Araştırma kapsamında mesleğe bağlı olarak alt boyut ve toplam tutum puanları arasındaki fark incelendiğinde yukarıda sıralanan alt boyutlar dışında anlamlı fark bulunamamıştır.

4.10. Şanlıurfa İlinde İkamet Sürelerine Göre Alt Boyut Tutumları

Bu çalışma kapsamında Şanlıurfa ilinde ikamet eden örneklem seçilmiştir. Fakat katılımcıların farklı meslek durumları başka şehirlerden göç etmiş bulunmaları gibi durumları göz önüne alındığında, her birinin Şanlıurfa’da ikamete etme süreleri değişkenlik gösterebilmektedir. Bu bağlamda, uygulanan ankette katılımcıların ikamet süreleri sorulmuştur. Ayrıca araştırma kapsamında şu alternatif hipotez belirlenmiştir; Yerel halkın bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları, Şanlıurfa’da ikamet süresi durumlarına göre farklılık gösterir. Belirlenen bu hipotezin test edilmesi için SPSS içerisinde Spearman's korelasyon testi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar Çizelge 4.12’de detaylı bir şekilde listelenmiştir.

Çizelge 4.12 incelendiğinde hiçbir boyut için katılımcıların tutum puanları ile katılımcıların Şanlıurfa’da ikamet süreleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Aynı durum katılımcıların toplam tutum puanları içinde geçerli olmuştur [$r(388) = 0,061$, $p > 0,005$]. Bu durumda alternatif hipotez kabul edilmemiş ve katılımcıların ikamet süreleri ile onların bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Çizelge 4.12. Katılımcıların Şanlıurfa'da ikamet süreleri ile onların bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları arasındaki ilişki

		İkamet Süresi	
		r	1.000
Spearman's rho	İkamet Süresi	p	.
		N	394
	Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu	r	0.076
		p	0.133
		N	394
	Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu	r	0.013
		p	0.792
		N	393
	Turizmin Ekonomik Faydası Boyutu	r	-0.026
		p	0.605
		N	389
	Turizm ilgili Kararlarda Halkın Tam Katılımı	r	-0.014
		p	0.783
		N	393
	Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutu	r	0.006
		p	0.899
		N	394
	Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutu	r	0.042
		p	0.402
		N	394
	Toplum Merkezli Ekonomi Boyutu	r	0.085
		p	0.091
		N	394
Toplam		r	0.061
		p	0.228
		N	388

4.11. Turizm Alanında Kazanç Sağlamalarına Göre Alt Boyut Tutumları

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 ki herhangi bir işten gelir kazanması turizm ve turiste karşı tutumlarında değişikliklere sebep olabilir. Bu bağlamda oluşturulan alternatif hipotez şu şekilde belirlenmiştir; Yerel halkın bölgesel kalkınma açısından 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. Çizelge 4.13’te listelendiği gibi, Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu için anlamlı bir fark bulunamamıştır. Aynı şekilde Turizmin

Ekonomik Faydası Boyutu, Turizm 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.

Çizelge 4.13. Yerel halkın turizm alanında ki herhangi bir işten gelir kazanması ile turizm ve turiste karşı tutumları arasındaki fark istatistiği

	Turizm gelir	N	Mean	t	df	Sig
Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu	Evet	25	35.40	-1.690	374	0.092
	Hayır	351	38.32			
Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu	Evet	25	27.16	2.226	373	0.027
	Hayır	350	23.29			
Turizmin Ekonomik Faydası Boyutu	Evet	25	26.04	-0.489	370	0.625
	Hayır	347	26.70			
Turizm ilgili Kararlarda Halkın Tam Katılımı	Evet	25	15.04	0.158	373	0.874
	Hayır	350	14.92			
Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutu	Evet	25	19.00	-1.395	374	0.164
	Hayır	351	20.30			
Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutu	Evet	25	14.52	-1.814	374	0.071
	Hayır	351	15.85			
Toplum Merkezli Ekonomi Boyutu	Evet	25	14.92	-1.183	374	0.238
	Hayır	351	15.83			
Toplam	Evet	25	152.08	-0.568	369	0.570
	Hayır	346	154.95			

Fakat Çizelge 4.13 incelendiğinde, Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu katılımcıların turizmden gelir elde etmesi ve etmemesi değerleri arasında anlamlı farka bakılmıştır. Çizelge 4.13'deki verilere göre; turizmden gelir edenler (ort=27,16) ve turizmden gelir elde etmeyenler (ort=23,29) arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur; $t(373)=2,226$, $p=0,027<0,05$.

4.12. Tatil Yapmalarına Göre Alt Boyut Tutumları

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 veriler SPSS içerisinde bağımsız t-test ile analiz edilmiştir. Yapılan analizler Çizelge 4.14’te detaylı bir şekilde verilmiştir.

Çizelge 4.14. Yerel halkın tatil yapmaları ile turizm ve turiste karşı tutumları arasındaki fark istatistiği

	Tatil	N	Mean	t	df	Sig.
Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu	Evet	231	38.19	0.189	391	0.850
	Hayır	162	38.03			
Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu	Evet	231	23.02	-1.239	390	0.216
	Hayır	161	24.09			
Turizmin Ekonomik Faydası Boyutu	Evet	227	27.11	2.000	386	0.046
	Hayır	161	25.77			
Turizm ilgili Kararlarda Halkın Katılımı	Evet	231	15.00	0.531	390	0.596
	Hayır	161	14.81			
Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutu	Evet	231	20.35	0.854	391	0.393
	Hayır	162	19.96			
Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutu	Evet	231	15.92	1.244	391	0.214
	Hayır	162	15.47			
Toplum Merkezli Ekonomi Boyutu	Evet	231	15.59	-0.799	391	0.425
	Hayır	162	15.90			
Toplam	Evet	227	154.7313	0.321	385	0.749
	Hayır	160	153.9188			

Çizelge 4.14 incelendiğinde 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 içinde elde edilmiştir

5. SONUÇLAR ve ÖNERİLER

5.1. Sonuçlar

Bu çalışmada, Şanlıurfa ili özelinde bölgesel kalkınma açısından yerel halkın turizme ve turiste bakış açısı incelenmiştir. Bu kapsamda doğrultusunda SPSS programı üzerinden farklı istatistiksel analizler yapmıştır.

Halkın turizme ve turiste bakış açısının alt boyutlar için katılımcıların cinsiyetine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde; Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu, Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu, Turizmin Ekonomik Faydası Boyutu, Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutu ve Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutları için kadın ve erkek katılımcılar arasında anlamlı fark bulunmamıştır. Bağımsız t-test ile yapılan istatistiksel analizlerde Turizm ilgili Kararlarda Halkın Tam Katılım Boyutu ve Toplum Merkezli Ekonomi Boyutu için kadın ve erkek katılımcılar arasında anlamlı fark bulunmuştur.

Katılımcıların yaşları ile onların farklı boyutlardaki tutumları arasındaki ilişki incelendiğinde, aynı şekilde bazı boyutlar için anlamlı ilişki bulunurken bazı boyutlardaki ilişki anlamlı bulunmamıştır. Spearman's rho korelasyon testi 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 katılımcıların yaşları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Fakat elde edilen r değerleri 0-0,25 aralığında olduğundan bu ilişki zayıf bir ilişki olarak kabul edilir.

Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu, Turizmin Ekonomik Faydası Boyutu ve Turizm ilgili Kararlarda Halkın Tam Katılımı Boyutu ile katılımcıların yaşları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Katılımcıların eğitim seviyeleri artıkça onların alt boyutlar ve toplam tutum puanları arasında benzer bir ilişki olup olmadığı incelendiğinde farklı sonuçlar elde edilmiştir. Spearman's rho korelasyon testi Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu, Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu tutum puanları ile katılımcıların eğitim seviyeleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Her iki boyut içinde ilişki zayıftır. Fakat bu çalışmada önemli olarak ortaya çıkan bir noktada 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 içinde bulunmuştur. Fakat Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu gibi bu boyutlardaki ilişkide zayıf ve pozitif yönlüdür. Bu sonuçlar bize katılımcıların eğitim durumu azalıp arttığı durumlarda katılımcıların toplam tutum puanlarının da azalmakta veya artmakta olduğunu göstermektedir.

Aylık gelir bir toplumun kalkınması ve turizme bakış açısını için önemli bir gösterge olabilir. Bu bağlamda, oluşturulan hipotez test edildikten sonra katılımcıların aylık gelirleri ile onların bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları arasındaki ilişki farklı boyutlar için farklı sonuçlar elde edilmiştir. Uygulanan Spearman's rho korelasyon testi ile Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu ve Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu tutum puanları ile katılımcıların maddi durumlar 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 olduğu elde edilmiştir. Elde edilen aylık gelire göre bazı alt boyutlarda anlamlı ilişki olması benzer sonucu doğurmaktadır.

Yapılan one-way ANOVA testi ile katılımcıların medeni durumları ile alt boyutlar için anlamlı bir fark olup olmadığı araştırılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre bazı alt boyutlar için anlamlı farklar tespit edilirken bazı alt boyutlar için elde edilen farklar anlamlı bulunmamıştır. Buna göre Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu, Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu, Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutu ve katılımcıların toplam tutum puanları ile onların medeni durumları arasındaki fark $p < 0,05$ seviyesinde 4 kategori için de anlamlı bir fark bulunmuştur. Bu farklar farklı boyutlar için farklı kategorilerde tarafından kaynaklandığı yapılan Post hoc analizleri ile ortaya çıkmıştır. Araştırmada kullanılan diğer alt boyutlar için anlamlı fark tespit edilmemiştir.

Farklı meslek grubuna dahil olmak farklı sosyal yaşam tarzı ve farklı bakış açısına sahip olmaya sebep olabilir. Bu anlamda farklı meslek gurubundakilerin 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 bir fark 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. Araştırma kapsamında mesleğe bağlı olarak alt boyut ve toplam tutum puanları arasındaki fark incelendiğinde yukarıda sıralanan alt boyutlar dışında anlamlı fark bulunmamıştır.

Katılımcıların Şanlıurfa ilinde ikamet süreleri onların tutum puanları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Bu sonuca göre, ikamet süreleri ile onların bölgesel kalkınma açısından turizme ve turiste bakış açısına ilişkin alt boyut tutumları arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı anlaşılmaktadır.

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.

Benzer şekilde katılımcıların tatile gidiyor olması ve alt boyutlar ile arasında anlamlı farka bakıldığı zaman bu defa da sadece incelendiğinde Turizmin Ekonomik Faydası Boyutu için anlamlı bir elde edilmiştir.

Bu araştırmanın tüm sonuçları incelendiğinde daha önce yapılan çalışmalar ile benzerlikler göstermesi ve bazı boyutlarda farklılıklar göstermesi literatürde yapılan çalışmaların doğrulanması ve sorgulanması anlamında katkı sağlamıştır. Ayrıca bu araştırmanın Şanlıurfa ilinde bu bağlamda yapılan ilk çalışma olması dolayısıyla literatürde katkısı önemlidir.

5.2. Öneriler

Halkın turizme ve turiste bakış açısının alt boyutlar için katılımcıların cinsiyetine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde bazı alt boyutlar için anlamlı fark gösterdiği bazı alt boyutlar için ise anlamlı bir fark bulunmadığı bu araştırma ile ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda ileride yapılacak araştırmalarda farklı alt boyutlardaki farklılığın sebebi anlaşılabilir.

Katılımcıların turizmden gelir elde etmesi ile sadece Turizmin Sosyal Maliyet Boyutu için istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuş olması ve diğer ekonomik boyutlar ile ilgili anlamlı farkların ortaya çıkması bu bağlamda incelenmesi gereken bir konudur. Bunun için katılımcıların ne şekilde ve ne oranda turizmden gelir sağladıkları gibi daha detay sorular ile bu değişken ve diğer boyutlar ile ilişkisi incelenmesinde fayda vardır. Katılımcıların tatile gitmesi ile incelendiğinde sadece Turizmin Ekonomik Faydası Boyutu arasında anlamlı fark çıkması da benzer şekilde bir detaylı alt sorulara ihtiyaç duyulmaktadır. İleride yapılacak olan benzer çalışmalarda katılımcıların ne sıklıkta tatile gittikleri ne kadar uzak mesafelere tatile gittikleri, tatillerin yurtiçi mi yoksa yurt dışı mı olduğu gibi detay sorular sorulmalıdır. Sorulacak olan bu sorular ile elde edilecek olan alt değişkenler tekrardan tutum alt boyutları ile anlamlı fark oluşturup oluşturmadığı incelenebilir.

Ayrıca gelecekte yapılacak benzer çalışmalarda turizm mekânlarına yakın iş yerlerinde ve yaşayanlardan ayrı örneklem alınarak nitel bir çalışma yapılması konuya katkı sağlayabilir. Böyle bir çalışma ile turizm ve turistten doğrudan etkilenen yerel halkın görüşleri derinlemesine incelenerek alınmış olur.



KAYNAKLAR

- AKDU, U. ve ÖDEMiŞ, M., 2018. Examining the impacts of tourism on Gümüşhane residents according to the Doxey Index. *Turizm Akademik Dergisi*, 02: 33-45.
- ALTUNIŞIK, R., COŞKUN, R., BAYRAKTAROĞLU, S. ve YILDIRIM, E., 2004. Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı. Sakarya Kitabevi, Sakarya.
- BİÇİCİ, F., 2013. Datça yerel halkının sürdürülebilir turizm gelişimine ve turizm işletmelerine yönelik tutumları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10(1): 19-36.
- BRADEN, P. V. and Wiener, L., 1980. Bringing Travel, Tourism and Cultural Resource Activities in Harmony with Regional Economic Development. *Tourism Marketing and Management*, 12:33-41.
- BUCK, M., 1988. The Role of Travel Agent and Tour Operator. In B. Goodall and G. Ashworth (Eds.). *Marketing in the Tourism Industry: The Promotion of Destination Regions*, Routledge London. 67-74 s.
- 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.
- BUTLER, W., 1975. Tourism as an Agent of Social Change in Tourism as a Factor in National and Regional Development. Occasional Paper 4, Department of Geography, Trent University, Peterborough, 85-90.
- CAREY, S., GOUNTAS, Y. and GILBERT, D., 1997. Tour Operators and Destination Sustainability. *Tourism Management*, 18 (7): 425-431.
- CHOI, H.C. ve SIRAKEYA, E., 2005. Measurement resident's attitude toward sustainable tourism: Development of sustainable tourism attitude descale. *Journal of Travel Research*, 43(4): 380-394.
- ÇEKEN, H., UÇAR, M. ve DALGIN, T., 2012. Kırsal turizmin gelişimi konusunda yerel halkın algıları: Fethiye yöresi örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 1(1): 1-31.
- ÇALIŞKAN, U. ve TÜTÜNCÜ, Ö., 2008. Turizmin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri ve Kuşadası İlçesi Uygulaması. IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi: 23-27 Nisan 2008, Belek, Antalya.
- DİLEK, S.E., ÇOBAN, Ö. ve HARMAN, S., 2017. Hasankeyf halkının turizmin gelişimine yönelik tutumu. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 6(2): 59-72.
- DOXEY, G., 1975. A Causation Theory of Visitor-Resident Irritants: Methodology and Research Inferences In the Impact Of Tourism. In: *Sixth Annual Conference Proceedings of the Travel Research Association*. San Diego, California: 195.
- ERKOL, G. ve ZENGİN, B., 2015. Bölge turizmini planlama ve sürdürülebilir gelişim: Şanlıurfa Örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(17): 377-396.
- 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.

- GOODALL, B. and BERGSA, J., 1990. Destinations as Marketed in Tour Operators' Brochures, In G. Ashworth and B. Goodall (Eds.) Marketing Tourism Places (pp.170-192). Routledge, London.
- GÖKTAŞ, L.S. ve TÜRKERİ, İ., 2016. Turizmin kültürel ve ahlaki etkisi: Şanlıurfa ilinde uygulamalı bir araştırma. Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi, 12: 104-117.
- GÜLŞEN HANÇER, Ş., 2016. Bölgesel Kalkınma Açısından Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı: Diyarbakır Örneği. Harran Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Şanlıurfa, 119s.
- GÜMÜŞ, M., 2015. Yerel Halkın Bakış Açısıyla Kırsal Kalkınmada Tarım Turizmi: Tekirdağ İli Örneği. Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ, 88s.
- GÜNEŞ, E. ve ALAGÖZ, G., 2018. Yerel halkın turizm algısı: Erzincan'da bir araştırma. Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Sayı, 15: 409-442.
- HANÇER, Ş. ve MANCI, A.R., 2017. Yerel halkın turizme bakış açısının belirlenmesi üzerine bir araştırma: Diyarbakır örneği. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 5(4):70-91.
- İBİŞ, S. ve BATMAN, O., 2015. Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolünün Yerel Halkın Görüşleri Çerçevesinde Belirlenmesi. 2nd International Congress of Tourism and Management Researches ,476-492.
- İÇÖZ, O., T. ve KOZAK, M., 1998. Tourism demand in Turkey. Annals of Tourism Research, 25 (1): 236-239.
- İŞİK, C. ve TURAN, B., 2018. Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algısı: İzmir ili üzerine bir uygulama. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 2(2): 101-133.
- KARAKAŞ, A. ve ŞENGÜN, H.İ., 2017. Yerel halkın turizm faaliyetlerine yönelik tutumları. Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi 8(15): 183-202.
- KİNİŞ, 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 ÇÖZELİ, F., ve OFLAZ, M., 2018. Tahtakuşlar mirasının keşfi: yerel halkın tutumları üzerine bir araştırma. MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(3): 843-860.
- MANSUROĞLU, S., 2006. Turizm gelişmelerine yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi: Akseki/Antalya örneği. Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 19(1): 35-46.
- MESCİ, M. ve DÖNMEZ, G., 2016. Turizmin bölgesel kalkınma ve yerel halk üzerindeki etkisi: Mudurnu örneği. AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16(2): 21-50.
- MURPHY, P., 1983. Perceptions and attitudes of decision-making groups in tourism centers. Journal of Travel Research. 21(3): 8-12.
- 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.
- PAKSOY, S. ve AYDOĞDU, M.H., 2010. Bölgesel kalkınmada girişimciliğin geliştirilmesi: GAP-GİDEM örnekleri. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 5(1): 113-134.
- PERDUE, R. PATRICK L. ve LAWRENCE 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.
- SHELDON, P. J. ve Var T., 1984. Resident Attitudes to Tourism in North Wale. *Tourism Management*, 5(1): 40-47.
- ŞENGEL, Ü. ve ZENGİN, B., 2017. Bitlis ilinin kalkınmasında turizmin rolünün yerel halkın demografik özelliklerine göre değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2): 1-19.
- TAYFUN, A., ve KILIÇLAR, A., 2004. Turizmin sosyal etkileri ve yerli halkın turiste bakışı. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1: 1-17.
- T.C. KÜLTÜR ve TURİZM BAKANLIĞI, 2007. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013. Ankara 101s. Erişim: 30 Mart 2019. <http://www.kultur.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0>
- TOPRAK. L., 2015. Mardin'de halkın turizm algısı. *Elektronik Sosyal Bilimler*, 14(54): 201-218.
- YAMAÇ, Z. ve ZENGİN, B., 2017. Alternatif turizm türü olarak kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesine yönelik bir örnek olay analizi: Narköy. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(50): 300-312.
- YAZICIOĞLU, Y. ve ERDOĞAN, S. 2004. SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Detay Yayıncılık.
- YILDIZ, S., 2017. Yerel halkın bölgesel kalkınma açısından yeşil yol projesine ve turizme bakışı: Yavuzkema belde merkezi örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2): 110-125.

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Meltem TANBURACI
Uyruğu : T.C.
Doğum Yeri ve Tarihi : Mersin, 16. 07. 1979
E-mail : meltemabproje@gmail.com

EĞİTİM

Derece	Adı, İlçe, İl	Bitirme Yılı
Lise	: Mersin Salim Yılmaz Lisesi	1996
Üniversite	: Harran Üniversitesi	2000
	Anadolu Üniversitesi	2004
Yüksek Lisans	: Harran Üniv. Fen Bilimleri Enst.	2019

YABANCI DİL : İngilizce

EKLER

Ek-1: Anket

Kendinizle ilgili aşağıda belirtilen ifadelerden size en uygun olanı X işareti ile işaretleyiniz.

Cinsiyet	() Kadın	() Erkek				
Eğitim	() İlköğretim	() Lise	() Ön lisans	() Lisans	() Lisansüstü	
Meslek	() Esnaf	() Emekli	() İşçi	() Memur	() İşsiz	() Ev Hanımı
Aylık Gelir TL	() 1000 ve altı	() 1000-2000	() 2000-3000	() 3000-4000	() 4000-5000	() 5000 üzeri
Şanlıurfa'da İkamet Süresi	() 1-5 yıl arası	() 6-10 yıl	() 11-15 yıl	() 16-20 yıl	() 21-25	() 25 üzeri
Yaş	() 18-25 yıl	() 26-35 yıl	() 36-44 yıl	() 45-55 yıl	() 55 üzeri	
Medeni Durum	() Bekar	() Evli	() Boşanmış	() Dul		
Turizmden Gelir Sağlama Durumu	() Evet	() Hayır	() Cevap vermedi			
Tatile gider misiniz?	() Evet	() Hayır				

Aşağıdaki ifadelerden size en yakın olanı X işaretiyle işaretleyiniz.

		KESİNLİKLE KATILMIYORUM	KATILMIYORUM	FİKRİMYOK	KATILYORUM	KESİNLİKLE KATILYORUM
	Tutum İfadeleri ve Boyutları					
Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutuyla ilgili Tutum İfadeleri						
	Yaşadığımız çevreyi şimdi ve gelecekte korumalıyız.					
	Doğal çeşitliliğin (bitki ve hayvan çeşitliliği) değerini bilmeli ve korumalıyız.					
	Turizm gelişimi, çevresel koruma çabalarını güçlendirmelidir.					
	Turizm, yaşadığımız çevreyi korumalıdır.					
	Turizm, doğal ve kültürel çevreye uyum sağlayarak gelişmelidir.					
	Doğru bir turizm gelişimi, doğal yaşam alanlarını (hayvanlar, bitki örtüsü) her zaman korumalıdır.					
	Turizm gelişimi, turizmden kazanç sağlayan her kesimin çevreyle ilgili duyarlılığını olumlu anlamda artırmalıdır.					
	Çevreyi düzenleyici kararlar, turizm gelişiminin olumsuz etkilerini azaltmalıdır.					
	Turizm, çevreyi gelecek nesiller için geliştirmelidir.					
Turizmin Sosyal Maliyet Boyutlarıyla ilgili Tutum ifadeleri						
	Turizmden dolayı yaşam kalitem kötüleşmektedir.					
	Turist davranışlarından dolayı toplum içindeyken çoğu kez sinirleniyorum.					
	Turizmin gelişiminden dolayı Şanlıurfa'daki nüfus özellikle festival ve resmî tatillerde gelen turlar sebebiyle aşırı kalabalıklaşmaktadır.					
	Turistlere yönelik hizmet veren yerel işletmelerde rahat olamıyorum.					
	Turizm, Şanlıurfa'da gereğinden hızlı büyümektedir.					
	Turizmden dolayı, halkın yaşadığı çevrenin gittikçe kötüleştiğine inanıyorum.					
	Turistler, halkın eğlence-dinlence alanlarını aşırı kullanmaktadır.					
	Turizm ahlaki bozulmaya yol açmaktadır.					
	Toplum içindeyken turistlerin davranışları nedeniyle yaşam kalitem kötüleşmektedir.					

	1 Kesinlikle Katılmıyorum	2 Katılmıyorum	3 Fikrim Yok					
	4 Katılıyorum	5 Kesinlikle Katılıyorum						
İFADELER								
Turizmin Ekonomik Faydası Boyutuyla ilgili Tutum İfadeleri								
	Bize, yeni gelir kaynakları sunduğu için turizme sempati duyuyorum.							
	Turizmin bize güçlü bir ekonomik katkı sağladığını düşünüyorum.							
	Turizm, yerel yönetimimize önemli oranda vergi ve diğer gelirler sağlamaktadır.							
	Turizmin yerel ekonomimiz için iyi olduğunu düşünüyorum.							
	Turizm, yerel ekonomimizi çeşitlendirmektedir.							
	Turizm, yörede üretilen ürünler için (isot, fıstık, yağ, sebze ve meyve) yeni pazarlar yaratmaktadır.							
	Turizm, yerel ekonomimiz kapsamındaki diğer sektörlerle (tarım, ulaşım, inşaat) fayda sağlamaktadır.							
Turizm ilgili Kararlarda Halkın Tam Katılımına Yönelik Tutum İfadeleri								
	Turizm gelişimi yönetiminin içinde olmalıyız ve içinde olmamız için bize fırsat sunulmalıdır.							
	Turizmle ilgili kararları, bir veya birkaç kişi değil hepimiz oluşturmaliyiz.							
	Turizm gelişiminin başarılı olması için toplumu oluşturan bütün bireyler kararlara katılmalıdır.							
	Her zaman olmasa da bazen Turizm gelişim kararları dışında bırakılabiliriz.							
Turizmde Uzun Dönemli Planlama Boyutuyla İlgili Tutum İfadeleri								
	Turizm gelişiminin, çok iyi koordine edilmiş planlara ihtiyacı vardır.							
	Turizm gelişimiyle ilgili planlama yapılırken uzun dönemli bir bakış açısına sahip olmalıyız.							
	Turizmle ilgili planlar yapılırken anlık düşünmemeliyiz.							
	Turizm sektörü, gelecek içinde planlar yapmalıdır.							
	Turizm gelişimiyle ilgili planlar sürekli yapılmalıdır.							
Ziyaretçi Memnuniyeti Boyutuyla İlgili Tutum İfadeleri								
	Turizm işletmelerinin, ziyaretçilerin kendi işletme faaliyetleri dışındaki ihtiyaçlarını karşılamaları noktasında sorumlulukları vardır.							
	Ziyaretçiler açısından bizim ilgi çekiciliğimiz, Şanlıurfa'nın tarihi ve kültürel çekiciliğinin temel unsurlarındandır.							
	Turizm işletmelerinin ziyaretçi memnuniyetini takip etmesi ve gözlemlemesi gerekmektedir.							
	Turizm sektörü Şanlıurfa'ya gelen ziyaretçilere nitelikli turizm tecrübesi yaşatmalıdır.							
Toplum Merkezli Ekonomi Boyutuyla İlgili Tutum İfadeleri								
	Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler kullandıkları mal ve hizmetlerin en az yarısını Şanlıurfa'dan temin etmelidir.							
	İşletmelerde görev yapan çalışanların en az yarısı Şanlıurfa'dan temin edilmelidir.							
	Turizm sektörü, bizim gelişimimizle ilgili faaliyetlere maddi olarak katkıda bulunmalıdır.							
	Turizmden elde edilen faydadan adil bir pay almamız gerekmektedir.							