

**T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**MUĞLA HALKININ TURİZM OLGUSUNA VE TURİZM ETKİLERİNE
BAKIŞ AÇILARINI ANLAMAYA YÖNELİK BİR ALAN ARAŞTIRMASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN

ESRA ÇOLAK

DANIŞMAN

YRD. DOÇ. DR. UĞUR ÇALIŞKAN

KASIM, 2017

MUĞLA

**T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**MUĞLA HALKININ TURİZM OLGUSUNA VE TURİZM ETKİLERİNE
BAKIŞ AÇILARINI ANLAMAYA YÖNELİK BİR ALAN ARAŞTIRMASI**

TEZLİ YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN

ESRA ÇOLAK

DANIŞMAN

YRD. DOÇ. DR. UĞUR ÇALIŞKAN

KASIM, 2017

MUĞLA

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

MUĞLA HALKININ TURİZM OLGUSUNA VE TURİZM ETKİLERİNE
BAKIŞ AÇILARINI ANLAMAYA YÖNELİK BİR ALAN ARAŞTIRMASI

ESRA ÇOLAK

Sosyal Bilimler Enstitüsünce

“Tezli Yüksek Lisans”

Diploması Verilmesi İçin Kabul Edilen Tezdir.

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih: 20.12.2017

Tezin Sözlü Savunma Tarihi: 24.11.2017

Tez Danışmanı : Yrd. Doç. Dr. Uğur ÇALIŞKAN

Jüri Üyesi : Doç. Dr. Zafer ÖTER

Jüri Üyesi : Yrd. Doç. Dr. Işıl ARIKAN SALTIK

Enstitü Müdürü : Prof. Dr. Mehmet MARANGOZ

EKİM, 2017

MUĞLA

TUTANAK

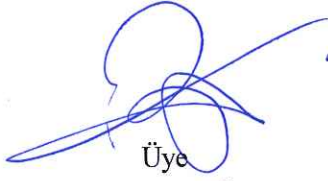
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 25/10/2017 tarih ve 809 sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 24/6 maddesine göre, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek lisans öğrencisi Esra ÇOLAK'ın "*Muğla Halkının Turizm Olgusuna ve Turizm Etkilerine Bakış Açılarını Anlamaya Yönelik Bir Alan Araştırması*" adlı tezini incelemiş ve aday 24/11/2017 tarihinde saat 14.00'da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra 90 dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin **kabul** edildiğine **Oybirliği** ile karar verildi.



Tez Danışmanı

Yrd. Doç. Dr. Uğur ÇALIŞKAN



Üye

Doç. Dr. Zafer ÖTER



Üye

Yrd. Doç. Dr. Işıl ARIKAN SALTİK

YEMİN

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Muğla Halkının Turizm Olgusuna ve Turizm Etkilerine Bakış Açılarını Anlamaya Yönelik Bir Alan Araştırması” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

20/10/2017

ESRA ÇOLAK



1

YÜKSEKÖĞRETİM KURULU DOKÜMANTASYON MERKEZİ
TEZ VERİ GİRİŞ FORMU

YAZARIN

Soyadı: Çolak

Adı: Esra

Referans No: 10146211

TEZİN ADI

Türkçe: Muğla Halkının Turizm Olgusuna ve Turizm Etkilerine Bakış Açılarını Anlamaya Yönelik Bir Alan Araştırması.

İngilizce: Local Residents' Perceptions about Tourism and Its Impacts: A Case Study in Muğla.

TEZİN TÜRÜ:	Yüksek Lisans	Doktora	Sanatta Yeterlilik
	●	○	○

TEZİN KABUL EDİLDİĞİ

Üniversite : Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Fakülte : Turizm Fakültesi

Enstitü : Sosyal Bilimler Enstitüsü

Diğer Kuruluşlar :

Tarih :

TEZ YAYINLANMIŞSA

Yayınlayan :

Basım Yeri :

Basım Tarihi :

ISBN :

TEZ YÖNETİCİSİNİN

Soyadı, Adı : ÇALIŞKAN, Uğur

Ünvanı : Yrd. Doç. Dr.

TEZİN YAZILDIĞI DİL: **Türkçe**

TEZİN SAYFA SAYISI: **123**

TEZİN KONULARI:

1. Turizm Sosyolojisi
2. Turizm Ekonomisi
3. Turizmin Etkileri

TÜRKÇE ANAHTAR KELİMELEER:

1. Yerel Halk
2. Algı ve Tutum
3. Turizm Etkileri
4. Turizm Gelişimi

İNGİLİZCE ANAHTAR KELİMELEER:

1. Local Residents
2. Perception and Attitude
3. Tourism Effects
4. Tourism Development

1- Tezimden fotokopi yapılmasına izin vermiyorum ☒

2- Tezimden dipnot gösterilmek şartıyla bir bölümünün fotokopisi alınabilir ☐

3- Kaynak gösterilmek şartıyla tezimin tamamının fotokopisi alınabilir ☐

Yazarın İmzası : 

Tarih : 20/10/2017

ÖZET

Muğla ili, doğal, kültürel ve tarihi turizm değerleri bakımından oldukça zengin bir potansiyele sahiptir. Her yıl milyonlarca yerli ve yabancı turist Muğla ili ve ilçelerini ziyaret etmektedir. Muğla ili önemli bir turizm destinasyonu olmakla birlikte; il genelindeki bütün yerleşimler turizmi aynı yoğunlukta yaşamamaktadır. Bu tezin amacı Muğla ili, Menteşe (merkez) ilçesinde yaşayan yerel halkın turizm etkileri ve gelişimine yönelik algı ve tutumunu ölçmektir. Alan çalışması için fiziki olarak turizm destinasyonlarına yakın olmasına rağmen turizm faaliyetlerinden uzak olması nedeniyle Muğla ili merkez ilçesi Menteşe seçilmiştir.

Bu çalışmada yerel halkın turizme ve turizm etkilerine karşı yaklaşımlarının belirlenmesi amacıyla anket yöntemi gerçekleştirilmiştir. Veriler, Menteşe’de ikamet eden 407 katılımcıdan toplanmıştır ve SPSS 22 programı ile analiz edilmiştir. Alan yazındaki diğer çalışmalardan yararlanılarak geliştirilen ölçeklerin yapısal geçerliliğini test etmek üzere açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Daha sonrasında, açıklayıcı faktör analizinde belirlenen ölçeklerin güvenilirlikleri için güvenilirlik analizleri yapılmıştır.

Araştırmanın hipotezlerini test etmek amacıyla turizmin ekonomik, sosyo-kültürel, çevresel etkilerine yönelik algıları ile turizmin gelişimine verilen destek değişkenleri arasında korelasyon analizi yapılmıştır. Ayrıca katılımcıların turizmin gelişimine destek olma düzeyleri ile demografik özellikleri arasında farklılıklarının ölçümü için farklılık analizleri uygulanmıştır.

Çalışma sonuçları, yerel halkın turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkilerine karşı genelde nõtrem yakın bir bakış açısına sahip olduğunu ve turizm gelişimini desteklediğine işaret etmektedir. Ayrıca yerel halkın cinsiyet, yaş, gelir, eğitim ve medeni durum gibi demografik özelliklerinin turizm gelişimi ve etkileri ile ilgili algı ve tutumları arasında farklılık yaratmadığı, bir başka deyişle söz konusu değişkenler ile ilgili farklı algılayışların demografik nedenlerle oluşmadığı çalışma ile ortaya konulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yerel Halk, Algı ve Tutum, Turizm Etkileri, Turizm Gelişimi

ABSTRACT

Muğla province has very rich potential in terms of natural, cultural and historical tourism values. Every year, millions of national and international tourists visit Muğla. Even though Muğla is an important tourism destination, all the settlements in the province do not experience tourism in same density. The aim of this thesis is to examine the attitudes and perceptions of the local residents' of Muğla Menteşe district towards tourism and its impacts. Menteşe, the central district of Muğla was chosen as study field because it is far from tourism activities although it is physically close to tourism destinations.

In this study, the survey was conducted to determine the attitudes of local people towards tourism and its effects. The data were gathered from the 407 participants who resident in Menteşe and analyzed with the SPSS 22 program. To understand whether survey scales which were adopted from other studies in literature are reliable, Exploratory Factor Analysis was examined. Then, Reliability test were examined on the scales determined through factor analysis.

In order to test the hypothesis of the research, a Correlation Analysis was conducted between the perceptions of economic, socio-cultural and environmental effects of tourism and the support variables towards to tourism development. In addition, Difference Analyzes was carried out to determine whether there is a difference between the demographic characteristics of the participants and the levels of tourism development support.

The results of the study indicate that local people have generally neutral view about effects of tourism and they mainly support tourism development. In addition, demographic characteristics such as gender, age, income, education and marital status of local people do not make difference between the perceptions and attitudes of tourism development and its impacts. In other words different perceptions about variables are not formed by demographic features.

Keywords: Local Residents, Perception and Attitude, Tourism Effects, Tourism Development

ÖNSÖZ

Yüksek lisans tez çalışmamın yürütülmesi esnasında, çalışmalarına yön veren, bilgi ve yardımlarını benden esirgemeyen ve bana her türlü desteği sağlayan danışman hocam, Sayın Yrd. Doç. Dr. Uğur ÇALIŞKAN' a en içten teşekkürlerimi sunarım.

Her zaman tecrübelerine başvurduğum ve üzerimde emeği bulunan değerli hocalarım Doç. Dr. Hüseyin ÇEKEN'e, Doç. Dr. Zafer ÖTER'e, Yrd. Doç. Dr. Işıl ARIKAN SALTİK'a, Yrd. Doç. Dr. Özer ŞAHİN'e ve tüm eğitim hayatım süresince üzerimde emeği olan tüm değerli hocalarıma teşekkürlerimi belirtmek isterim.

Benim için hep güzellikler temennisinde bulunan sevgili Volkan'a, her koşulda yanımda olan aileme, ikinci ailem olarak gördüğüm Aydın ve Çakır ailelerine, çok kıymetli dostlarım Çiğdem DEMİRCİ ve İlgi KALKAN'a bana kattıkları her şey için minnetlerimi sunarım.

Esra ÇOLAK

20/10/2017

Kuşadası

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	I
TABLolar DİZİNİ	VI
GRAFİK DİZİNİ.....	VIII
HARİTALAR DİZİNİ	IX
KISALTMALAR DİZİNİ	X
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM OLGUSU VE TURİZM GELİŞİMİNE YÖNELİK YAKLAŞIMLAR

1.1. Turizm ve Gelişimi	3
1.2. Turizm Gelişiminde Model ve Teori Yaklaşımları.....	8
1.2.1. Doxey Irridex modeli	9
1.2.2. Butler'ın turizm yaşam eğrisi modeli.....	11
1.2.3. Topluluğa bağlılık modeli.....	14
1.2.4. Büyüyen örgüt teorisi.....	15
1.2.5. Sosyal değişim teorisi	16
1.2.6. Yerel halkın turizm gelişimine yönelik tutumuna ilişkin diğer yaklaşımlar	18

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZMİN ETKİLERİ VE YEREL HALKIN TURİZME YÖNELİK

ALGI VE TUTUMU

2.1. Turizmin Etkileri.....	23
2.1.1. Turizmin ekonomik etkileri	23

2.1.2. Turizmin çevresel etkileri	30
2.1.3. Turizmin sosyo-kültürel etkileri.....	33
2.2. Yerel Halkın Turizm Gelişim Desteğine ve Etkilerine İlişkin Algı ve Tutumları.....	41
2.3. Yerel Halkın Turizm Gelişim Desteğine İlişkin Algısını Belirleyen Etkenler	42

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MUĞLA'DA TURİZM

3.1. Konumu, Doğal Özellikleri ve Ulaşım	45
3.2. İklimsel Özellikleri	47
3.3. Nüfus ve Demografik Özellikler	48
3.4. Tarihi.....	49
3.5. Sosyo-Ekonomik Yapı	50
3.6. Muğla'da Turizm	51
3.6.1. Ön plana çıkan değerleri	51
3.6.2. Müzeler	55
3.6.3. Plaj ve kumsallar	56
3.6.4. Mimari.....	57
3.6.5. Mevcut arz kapasitesi ve talep	59

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE BULGULAR

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	67
4.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezi	67
4.3. Araştırmanın Sınırlılıkları	69
4.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	70
4.5. Veri Toplama Süreci	72

4.5.1. Veri Toplama formunun oluşturulması.....	72
4.5.2. Pilot çalışma.....	72
4.5.3. Araştırma verilerinin toplanması	73
4.6. Araştırma Verilerinin Analizi ve Bulgular.....	73
4.6.1. Araştırma verilerinin ön analizleri	74
4.6.2. Araştırmanın demografik bulguları.....	75
4.6.3. Açıklayıcı Faktör Analizleri.....	76
4.6.4. Ölçek Maddelerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	84
4.6.5. Araştırma Ölçeklerinin Güvenirlik Analizleri	91
4.6.6. Araştırma Değişkenlerinin Aralarındaki İlişkileri Belirlemeye Yönelik Analiz Bulguları.....	92
4.6.7. Farklılık Analizleri	94
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	99
KAYNAKÇA	105
EK.....	119

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1-1: Turistik Bölgenin Gelişme Evreleri	11
Şekil 1-2: Sosyal Değişim İlişkisi Modeli	17
Şekil 4-1: Araştırma Modeli	67



TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1-1: Çeşitli Ülkelerde Turizm Kavramının Tanımında Dikkate Alınan Değişkenler	4
Tablo 1-2: Doxey Irridex (Tolerans) Modeli	9
Tablo 1-3: Turistik Bölgenin Gelişim Evreleri ve Özellikleri	12
Tablo 2-1: Turizmin Olumlu ve Olumsuz Etkileri.....	40
Tablo 3-1: Muğla İlindeki Doğal, Kültürel ve Tarihi Kaynaklar.....	46
Tablo 3-2: Muğla İli Yatak Sayısı.....	59
Tablo 3-3: Muğla İlindeki Toplam Turistik Tesis, Oda ve Yatak Sayısı (2017)	59
Tablo 3-4: Muğla İlçelerinin Toplam Turistik Yatak Kapasitesi.....	62
Tablo 3-5: 2006-2016 Yılları Arasında Türkiye ve Muğla'ya Gelen Turist Sayıları 64	
Tablo 3-6: Yerli Yabancı Toplam Tesise Geliş Sayısı İşletme Belgeli	65
Tablo 3-7: Yerli ve Yabancı Toplam Tesise Geliş Sayısı Belediye Belgeli	66
Tablo 4-1: Örneklem Hesaplama Tablosu	69
Tablo 4-2: Normal Dağılım Analizi Sonuçları.....	73
Tablo 4-3: Katılımcıların Demografik Özellikleri	745
Tablo 4-4: TEEÖ KMO ve Bartlett Test Sonuçları.....	77
Tablo 4-5: TEEÖ Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları.....	77
Tablo 4-6: TSKEÖ KMO ve Bartlett Test Sonuçları.....	78
Tablo 4-7: TSKEÖ Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları	78
Tablo 4-8: TÇEÖ KMO ve Bartlett Test Sonuçları	81
Tablo 4-9: TÇEÖ Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları	82
Tablo 4-10: TUDESÖ KMO ve Bartlett Test Sonuçları	83
Tablo 4-11: TUDESÖ Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları	83
Tablo 4-12: TEEÖ Maddelerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri	85
Tablo 4-13: TSKEÖ Maddelerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	87
Tablo 4-14: TÇEÖ Maddelerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri	89
Tablo 4-15: TUDESÖ Maddelerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	90
Tablo 4-16: Araştırmada Kullanılan Ölçek ve Alt Ölçeklere ait Güvenirlilik Testi Sonuçları	90

Tablo 4-17: Araştırma Değişkenleri Arasında Korelasyon Analizi Sonuçları.....	92
Tablo 4-18: Cinsiyetlere Göre Turizm Gelişimine Destek Olma Düzeylerine İlişkin Grup İstatistikleri	94
Tablo 4-19: Turizm Gelişimine Destek Olma Düzeylerinin Cinsiyetlere Göre Karşılaştırılması	95
Tablo 4-20: Medeni Duruma Göre Turizmin Gelişimine Destek Olma Düzeylerine İlişkin Grup İstatistikleri	95
Tablo 4-21: Turizm Gelişimine Destek Olma Düzeylerinin Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması	96
Tablo 4-22: Turizm Gelişimine Destek Olma Düzeylerinin Yaş Aralığına Göre Karşılaştırılması	97
Tablo 4-23: Turizm Gelişimine Destek Olma Düzeylerinin Gelir Düzeyine Göre Karşılaştırılması	98

GRAFİK DİZİNİ

Grafik 1-1: Türkiye'ye Gelen Yabancıların Ay ve Yıllara Göre Dağılımı.....	7
Grafik 2-1: Turizm Gelirlerinin Yıllara Göre GSMH İçindeki Payı ve İhracata Oranı	26



HARİTALAR DİZİNİ

Harita 3-1: Muğla İli ve İlçeleri.....	55
---	----



KISALTMALAR DİZİNİ

GEKA	: Güney Ege Kalkınma Ajansı
GSMH	: Gayri Safi Milli Hâsıla
GSYİH	: Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla
SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences
TÇEÖ	: Turizmin Çevresel Etkilerine Yönelik Algı Ölçeği
TEEÖ	: Turizmin Ekonomik Etkilerine Yönelik Algı Ölçeği
TİGEM	: Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğü
TSKEÖ	: Turizmin Sosyo-Kültürel Etkilerine Yönelik Algı Ölçeği
TUDESÖ	: Turizmin Gelişimine Verilen Destek Ölçeği
TUİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TÜRSAB	: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
UNWTO	: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (United Nations World Tourism Organization)
WTTC	: Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (The World Travel and Tourism Council)

GİRİŞ

Dünyanın en büyük ve dinamik endüstrilerinden biri olan turizm ülkemizde 1980’li yıllardan beri hızla gelişmekte ve ülkenin en büyük endüstrilerinden biri haline gelmektedir. Muğla Türkiye’nin en önemli turizm illerinden biridir. Zengin doğal, kültürel ve tarihi değerleri ile ülke turizmi için çok önemli bir konumda yer almaktadır. Ancak Muğla ilindeki turizm potansiyelinden ve gelişiminden daha çok kıyı kesiminde yer alan ilçeler faydalanmakta, iç kesimde bulunan ilçelerde aynı oranda ekonomik ve sosyal bir fayda görülmemektedir.

Bu bağlamda; yapılan çalışma neticesinde ulaşılabilecek veriler yoluyla, yerel halkın turizm etkileri ve turizm gelişimine karşı bakış açıları değişik yönleriyle incelenecek ve Muğla merkez ilçe dâhil olmak üzere Muğla geneli ve tüm yurttaki turizm gelişimi planlanma ve uygulama sürecinde kullanılabilecek verilere ulaşılmaya çalışılacaktır. Ayrıca ilgili yazın incelendiğinde: yerel halk çalışmalarının büyük bir kesiminin, turizm gelişiminin sağlandığı ve genelde olgunluk dönemlerini yaşayan destinasyonlarda gerçekleştirildiği, turizm faaliyetlerinin yoğun olmadığı veya turizm destinasyonlarına yakın olmakla birlikte yoğun turizm hareketliliğinin yaşanmadığı yerleşimlerde çok fazla çalışma yapılmadığı görülmektedir. Aynı şekilde, çalışma alanı olan Muğla merkez ilçe Menteşe’de yaşayan yerel halkın turizme yönelik bakış açısını ölçen herhangi bir çalışmanın bugüne kadar yapılmamış olması da araştırmanın özgün bir çalışma olmasına katkı yapmaktadır.

Turizm alan yazınında, turizm endüstrisinin başarılı bir gelişim gösterebilmesi için yerel halkın desteğine vurgu yapılmaktadır. Turizm endüstrisinin sağladığı faydaların arttırılabilmesi ve arzu edilen gelişim hedefine ulaşılması için yerel halkın turizm gelişim desteğine yönelik algı ve tutumlarının nasıl olduğunun anlaşılması gerekmektedir (Ekici ve Çizel, 2014).

Lundberg’e göre (2016) turizmin etkilerinin araştırıldığı çalışmaların esas amacı, turizm etkilerinin yerel halk üzerinde yarattığı algılarını incelemek, bu algılamaların toplumların yaşam kalitesini ve gelecekteki turizm gelişimine olan desteğine olan etkilerini ölçmektir. Bu çalışma ile turizm ve gelişiminin yerel halkın üzerinde

yarattığı ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkiler olumlu ve olumsuz yönleriyle ölçülmeye çalışılmıştır. Muğla ili merkez ilçe Menteşe’de yaşayan yerel halkın görüşlerinin yer verildiği bu tez dört bölümden oluşmaktadır.

Araştırmanın ilk bölümünde turizm olgusu ve gelişimi, turizm gelişiminde etkili olan modeller ve teorik yaklaşımlar ele alınmaktadır. İkinci bölümde turizm etkileri ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkiler olmak üzere üç ana başlık altında incelenmektedir. Üçüncü bölümde Muğla ili ve ilçelerinin sahip olduğu turistik değerler ile Muğla ilinin turizm arz kapasitesi hakkında bilgiler verilmiştir. Dördüncü ve son bölümde, araştırma bulguları sonuçları değerlendirilmekte, yapılan öneriler ile çalışma tamamlanmaktadır.



BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM OLGUSU VE TURİZM GELİŞİMİNE YÖNELİK YAKLAŞIMLAR

1.1. Turizm ve Gelişimi

Turizm özgün yapısı nedeniyle birçok değişik açıdan tarif edilmiştir. Turizmin çok fazla tanımının yapılmış olma sebebini anlamak için, turizmin çok boyutlu taraflarını ve diğer faaliyetlerle ilişkisini dikkate almak gerekir. Mevcut tanımların her biri özel bir duruma uygun olma veya acil bir sorunu çözme amaçlıdır (Çeken, 2016). Turizmin ilk tanımı 1905 yılında E. Guyer-Freuler tarafından yapılmıştır. E. Guyer-Freuler' e göre; “turizm, gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren ‘modern’ çağa özgü bir olay” olarak tanımlanmıştır (Kozak vd., 2015: 2).

Toskay'a göre “modern anlamda turizm ticaret, endüstri ve küçük sanatların gelişmesi ve ulaştırmanın mükemmelleşmesi üzerine, özellikle halkların ve toplumsal sınıfların daha çok kaynaşmasının sonucu olarak artan dinlenme, hava değişikliği ihtiyacı ve çevre güzelliğine uyanan eğilim, tabiattan zevk almaya dayanan yakın zamanların bir olayıdır” (Tuna, 2007: 11). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO:2017) turizmi; kişilerin iş veya özel amaçlarla her zamanki ortamın dışındaki ülkelere veya yerlere hareket etmesini gerektiren sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgu olarak tanımlamıştır. Tanımlardan anlaşıldığı üzere; turizmin tanımlanmasına iki önemli faktör etki etmektedir. Bunlardan ilki, turizm faaliyetinin oluşmasını ve canlılığını oluşturan “seyahat” unsuru ve turizm faaliyetinin yerine getirildiği yer olan “konaklama” unsurudur. Gerçekleştirilmiş her seyahat eylemi turizm faaliyeti olmadığı gibi, yapılmış her konaklama eylemi de turizm tanımına uymamaktadır (Çelikkanat, 2015). Aşağıdaki tabloda turizm kavramı tanımında dikkate alınan değişkenleri görebiliriz.

Tablo 1-1: Çeşitli Ülkelerde Turizm Kavramının Tanımında Dikkate Alınan Değişkenler

Tanımı Kurum/Kuruluş	Yapan	Değişkenler
Kanada Komisyonu	Turizm	Kat edilmesi gereken minimum mesafe 80 km'dir ve toplam sürenin 12 ayı geçmemesi gerekmektedir. İş vb. amaçlar rutin turlar kapsam dışında tutulmaktadır.
Ontorio Turizm Bakanlığı (Kanada)		Günübirlik turlarda sınır 40 km'dir. Geceleme yapılan turlarda herhangi bir sınırlama yoktur. Toplam sürenin 12 ayı aşmaması gerekmektedir. İş vb. amaçlı rutin turlar kapsam dışındadır.
Seyahat Kurumu (ABD)	Endüstrisi	Seyahat mesafe sınırı minimum 80 mil olarak belirlenmiştir.
New Hampshire Eyaleti (ABD)		Kişilerin hukuki anlamda yaşadığı yer dışındaki seyahatlerini içermektedir (uzaklık, zaman ve harcama miktarına bakılmamaktadır).
Tayvan Turizm Bürosu		Kişilerin sürekli yaşadığı çevrenin dışına yapmış olduğu seyahatleri kapsamaktadır. Toplam sürenin 12 ayı aşmaması gerekmektedir. Alışveriş, iş vb. amaçlı seyahatler kapsam dışındadır.
Avustralya Araştırma Bürosu	Turizm	Gecelemeye dâhil olan seyahatler için sınır 40 km. ve en fazla süre 12 ay olarak belirtilmiştir. Günübirlik veya bazı hallerde ise sınır 50 km. ve süre, en az dört saattir. İş vb. amaçlı rutin seyahatler ile geceleme seyahatlerinde yapılan günübirlik seyahatler kapsam dışında tutulmaktadır.
Ulusal Turizm Yönetimi (Çin)		Altı aylık süreyi geçmemek koşuluyla kişilerin sürekli yaşadığı bölge dışına yapmış olduğu geceleme seyahatleridir. Eğitim amaçlı seyahat eden devlet personeli ve askeri personel, geçici işçiler, eğitim amaçlı öğrenci seyahatleri kapsam dışındadır.
Yeni Zelanda Danışma Kurulu	Turizm	Kişilerin sürekli yaşadığı bölge dışına geçici olarak yapmış olduğu geceleme seyahatleridir.
Türkiye İstatistik Kurumu		İkamet edilen ülkeden başka bir ülkeye en az 24 saat süreyle gerçekleştirilen seyahatlerdir.
Kültür ve Turizm Bakanlığı (Türkiye)		İkamet ettiği yerin dışındaki başka bir yere yapılan seyahati kapsamaktadır. Ülke içi seyahatlerin altı ay, yurtdışı seyahatlerin ise 12 aydan fazla olmaması gerekmektedir.

Kaynak: Kozak vd., 2015: 4

Turizm, destinasyon bölgesinin geliştirilmesinde ve istihdam yaratmada bir fırsat olarak görülmesinin yanı sıra, yalnızca turistlerin değil, yerel halkın da keyif alabileceği temelleri sağlayarak, ekonomik büyüme ve gelişime yol açmaktadır (Kubickova ve Li, 2017).

Toplumlar sahip oldukları mevcut olanaklarını iyileştirmek isterler. Bu mevcut olanaklardan, talep edilen şartlara erişmek veya erişime yakın olabilmeye gelişim denmektedir. Gelişim, kalkınmaya giden yol olarak da görülmektedir. En basit tanımıyla kalkınma insanların zihinsel ilerlemeleri ve hayat kalitelerinin artmasıdır. Ekonomik büyümeden daha kapsamlı olarak gelişim; “ekonominin büyümesi, yapısının değişmesi ve gelir dağılımının düzeltilmesi, sosyal güvenlik kapsamının genişletilmesi, siyasal ve kültürel alanda iyileştirmeler yapılması, çevreye ve doğaya saygılı olunması” şeklinde tanımlanmaktadır (Şerefoğlu, 2009: 9).

Turizm olgusunun gelişimini tarihsel süreçte incelediğimizde, ilk çağlardaki seyahatlere ilişkin toplu bilgilere McIntosh, Goeldner ve Ritchie'nin *Tourism, Principles, Practises, Philosophies* adlı kitaplarında yer verilmektedir. İlk parayı, yazıyı ve tekerliği bulan Sümerler seyahat etmeyi keşfetmişlerdir. Modern anlamda, bir yerden başka bir yere tüccar olarak giden ilk gezginler Fenikelilerdir. M.Ö. 700'lü yıllarda Eski Yunan'da olimpiyat oyunlarının başlaması ile sportif turizm olayı gerçekleştirilmiştir. Romalıların zevk için seyahat eden ilk turistler olduğu bilinmektedir (Tuna, 2007). Ortaçağ'da dini yerlerin ziyaret edilmeye başlanmasıyla Dini Turizm kendini göstermiştir. 17. ve 18. yüzyıllarda soylu aileler çocuklarını 'Grand Tour' adı verilen eğitim seyahatlerine göndermişlerdir. Rönesans dönemi ile birlikte, sanatsal çalışmaların yoğun olduğu bölgelere seyahatler artmıştır (Kozak vd., 2015). Thomas Cook dini amaçlı seyahat eden 570 kişilik katile için, tren ile ilk tur düzenleyen kişi olarak karşımıza çıkmaktadır (Kozak Akoğlan vd., 2013).

Tam anlamıyla modern turizm hareketleri Endüstri Devrimi ile kendini göstermektedir. Endüstri devrimi sonrası bugün kitle turizminin temelini oluşturan deniz, kum ve güneş üçlüsü önem kazanmaktadır (Kozak Akoğlan vd., 2013). Tarihsel süreçte turizmin gelişmesini sağlayan olaylar aşağıda gösterildiği şekilde kronolojik olarak sıralanmıştır (Çalışkan, 2003: 24):

- 1271 – 1295 Marco Polo’nun Uzak Doğu Asya gezileri ve gördüklerinin Avrupa’da çok popüler olması,
- Keşifler sonucunda yeni yerler keşfedilmesi, bu yeni bölgelerin görmek veya yerleşmek amaçlı olarak ziyaret edilmesi,
- 1829 yılında Boston’da ilk modern otelin açılması,
- 1830 yılında trenle yolcuların taşınmaya başlanması,
- Thomas Cook’un 1841 yılında seyahat acentasını kurması,
- Henry Ford’un ilk otomobili 1908 yılında üretmesi,
- Lufthansa Havayolları Şirketinin 1908 yılında kurulması,
- Pan Amerika Havayolları şirketinin ilk uçuşunu 1927 yılında gerçekleştirmesi
- İlk jet uçağın İngiltere’de 1954 yılında üretilmesi,
- “Sabre” isimli bilgisayarlı rezervasyon sisteminin Amerikan Havayolları tarafından 1962 yılında kullanılmaya başlanması,
- British Havayolları ve Air France’ın, 1978 yılında Supersonic Concorde uçaklarını kullanmalarıdır.

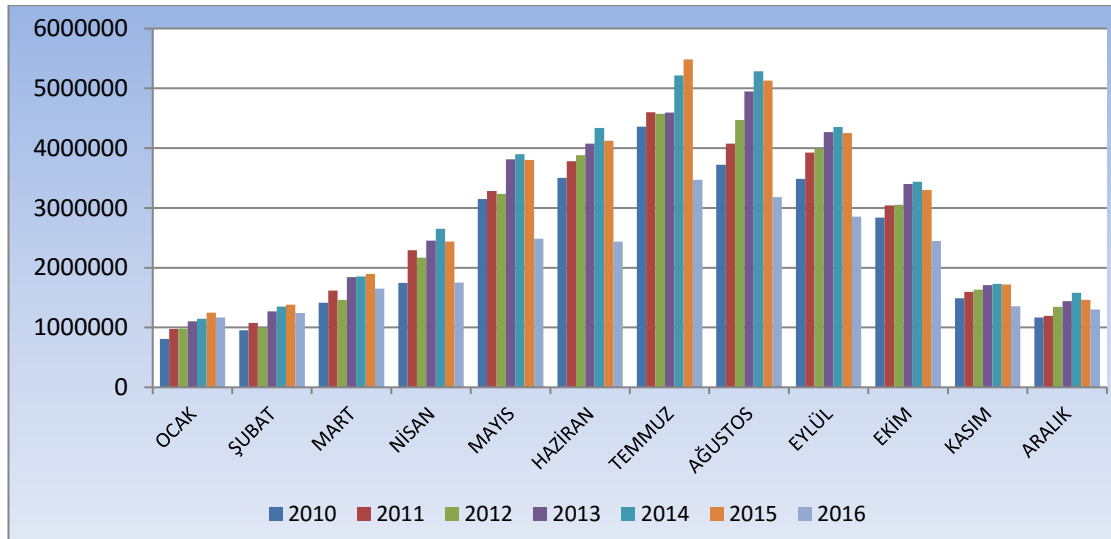
Medeniyetlerin gelişmesi, toplumların refah düzeylerinin artması, ulaşım imkânlarının çeşitlenmesi, insanların serbest zamanlarının ve gelir düzeylerinin artması ve teknolojik gelişmelerin çalışma hayatını kolaylaştırması ile dünyadaki tanıtım faaliyetlerinin de ivme kazanmasıyla turizm sektörü hızla gelişmektedir. 20. yüzyılda turizm sektörü, ekonomik, çevresel ve sosyokültürel açıdan ülkelerin gelişmesine en büyük katkıyı sağlayan sektörlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Karataş ve Babür, 2013).

1950 yıllarında turizm faaliyetlerine dünyada 25 milyon kişi katılırken (Karataş ve Babür, 2013), Dünya Turizm Örgütü verilerine göre; turizm sektörü son yedi yıldır istikrarlı bir büyüme göstermiş ve dünyada uluslararası seyahat eden turist sayısı 2016 yılında 1,2 milyara ulaşmıştır. Turizm sektörü dünyada son yedi yıl boyunca yılda yüzde 4 ortalamanın üzerinde bir artış göstermiştir. 2008-2016 yılları arasında 300 milyondan fazla kişi uluslararası turizm hareketine katılmıştır. En büyük artış Afrika, Asya ve Pasifik bölgelerinde kaydedilmiştir. Uluslararası seyahat eden turist sayısının 2030 yılında 1,8 milyar olması öngörülmektedir (UNWTO, 2016).

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre; 2016 yılında Türkiye'ye gelen turist sayısı geçen yıla göre yüzde 30,05 azalış göstermiştir. 2015 yılında Türkiye'ye gelen turist sayısı 36 milyon 244 bin olarak kaydedilmişken, 2016 yılında Türkiye'yi ziyaret eden turist sayısı 25 milyon 352 milyon kişi olarak belirtilmiştir. Rus jetinin 2015'in Kasım ayında düşürülmesinden sonra, Rusya ile Türkiye arasında meydana gelen gerginlik dolayısıyla, Rus turist sayısında özellikle 2016 yılının yaz döneminde öngörülemez bir düşüş yaşanmıştır (BBC, 2017).

TUİK verilerine göre; turizm gelirinin de 2016 yılında bir önceki yıla oranla yüzde 29,7 azaldığı 22 milyar 107 milyon 440 bin dolar olduğu açıklanmıştır. Yurtdışı turizm gelirinin yüzde 72,8'inin yabancı ziyaretçilerden, yüzde 27,2'sinin de yurt dışında ikamet eden vatandaş ziyaretçilerimizden elde edildiği belirtilmiştir. Yıl bazında incelendiğinde; kişi başına düşen harcamaların ortalaması 705 dolar, yabancı ziyaretçilerin ortalama harcaması 633 dolar, yurtdışında ikamet eden vatandaşların ortalama harcamasının ise 978 dolar olduğu ifade edilmiştir (Tourismtoday, 2017). Aşağıdaki Grafik 1-1'de 2010-2016 yılları arasında Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin ay ve yıllara göre sayısal verileri açıklanmaktadır.

Grafik 1-1: Türkiye'ye Gelen Yabancıların Ay ve Yıllara Göre Dağılımı



Kaynak: <http://www.tursab.org.tr>

Grafik 1-1 incelendiğinde, ziyaretçi sayısının yoğunluklu olarak yaz aylarında olduğu görülmektedir. Ülkemiz turizm sektöründen on iki ay pay alacak durumda olmasına

rağmen, henüz sezonluk ziyaretçi sayısındaki yoğunluğa diğer aylarda ulaşamamıştır. Daha çok deniz, kum, güneş üçlüsünden yana tatil hakkını kullanmayı tercih eden yabancı ve yerli turistlerin sayısındaki artış oranı yaz aylarında yükselmektedir.

Turizm gelişiminin temel tanımı, ülke turizmini arttırıcı, geliştirici ve teşvik edici stratejiler ve planlar yapmaktır (www.quora.com). Turizm gelişimi, turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkilerini yerel halkın faydasına çevirerek yaşam kalitesini artırmaya yönelik olmalıdır (Latkova ve Vogt, 2011). Turizmin gelişmesinin, sürdürülebilir olması ve başarıya ulaşması için yerel halkın desteği çok önemlidir (Jurowski ve Gürsoy, 2004). Turizmin gelişimi yeni istihdam, gelir, ek gelir vergisi, döviz girdisine kaynak oluşturmalarının yanı sıra, topluluğun alt yapısını güçlendirmekte ve diğer ekonomileri etkilemektedir (Ko ve Stewart, 2002).

1.2. Turizm Gelişiminde Model ve Teori Yaklaşımları

Turizmin yerel halk üzerindeki etkisini açıklayan birkaç temel teorik yaklaşım bulunmaktadır. Bu yaklaşımlar; Doxey'in bir turistik bölgedeki yerel halkın sosyal etkilerden kaynaklanan davranışlarını açıkladığı "Doxey Irridex (Tolerans) Modeli" (Avcıkurt, 2015), Butler'ın bir destinasyon bölgesinin gelişimini belli dönemlere ayırarak incelediği "Turizm Yaşam Eğrisi Modeli (TALC)" (Butler, 1980), turizm etkileri ile yerel halkın turizme karşı tutumu arasındaki ilişkiyi inceleyen açıklayıcı bir model olan "Topluluğa Bağlılık (Community Attachment)" (Doh, 2006), toplum bireyleri arasında gelişim sürecine yönelik gösterilen davranışlardaki farklılıkları belirlemeye çalışan "Büyüyen Örgüt Teorisi (Growth Machine)" (Güneş, 2014), yerel halkın turizmin gelişimine yönelik algılarını anlamaya yönelik en etkili ve birincil teori olarak kabul edilen "Sosyal Değişim Teorisi" (Social Exchange Theory)'dir, (Nguyen, 2012). Bunların haricinde farklı turizm akademisyenleri tarafından çalışılmış diğer yaklaşımlarda bulunmaktadır. Turizm gelişiminin teorik alt yapısının ortaya konulmaya çalışılacağı bu bölümde ilk olarak Doxey'in "Doxey Irridex (Tolerans) Modeli" incelenecektir.

1.2.1. Doxey Irridex modeli

Murphy’e göre bir bölge gerekli doygunluk ve insan kapasitesine ulaştığında, turistik faaliyeti bu seviyeyi aşarsa turizmin oluşturduğu faydalardan çok masraflar ağır basmaya başlar. Bu da yerel halkın turizm gelişiminden memnun olmamasına sebep olmaktadır. Süreç bir bölgede turizm faaliyetinin başlangıç aşamasından kötüleşme aşamasına doğru ilerlemesini sıralı bir şekilde takip eder. 1975’de Doxey tarafından açıklanan bu algı “Irridex (Tolerans)” modeli ile tanımlanmaktadır. Bu modelde yerel halk ve turistler arasındaki ilişki dört aşamalı olarak incelenmiştir (Nguyen, 2012). Tablo 1-2’de bu aşamalar açıklanmıştır:

Tablo 1-2: **Doxey Irridex (Tolerans) Modeli**

Aşamalar	Toplumsal İlişkiler	İktidar İlişkileri
Hoşnutluk (Euphoria)	Kalkınmanın ilk aşaması: Ziyaretçiler ve yatırımcılar hoş karşılanır.	Resmi kontroller ve planlama az miktardadır. Bu aşamada yerel halk ve gruplar tarafından daha fazla kontrol potansiyeli vardır.
İlgisizlik (Apathy)	Destinasyon alanı gelişir ve turist sayısı artar. Ziyaretçiler göz önüne alındığında: Yerel halk ve ziyaretçiler arasındaki ilişki daha resmidir (Ticari bakımdan). Turistler yalnızca para kaynağı olarak görülür.	Planlama çoğunlukla pazarlama ile ilgilidir; turizm endüstrisi dernekleri güç olarak büyürler.
Kızgınlık/Öfke (Annoyance)	Doyum noktasına ulaşılır: Yerel halkın turizm ile ilgili kuşkuları vardır.	Planlayıcılar büyümeyi sınırlamak yerine alt yapıyı artırarak kontrol altına almaya çalışır. Yerel protesto grupları kurumsallaşmış turizm gücüne meydan okumak için gelişmiştir.

Aşamalar	Toplumsal İlişkiler	İktidar İlişkileri
Düşmanlık/Nefret (Antagonism)	Rahatsızlıklar açıkça ifade edilir: Yerel halk tüm problemlerin sebebi olarak turistleri görür.	İyileştirici planlamalarla, baskılara karşı mücadele edilir. Destinasyon bölgesinin kötüye giden itibarını düzeltmek için tanıtım faaliyetleri arttırılır. Çıkar grupları arasındaki güç mücadelesi uzlaşmaya zorlayabilir.

Kaynak: Beeton, 2006: 40

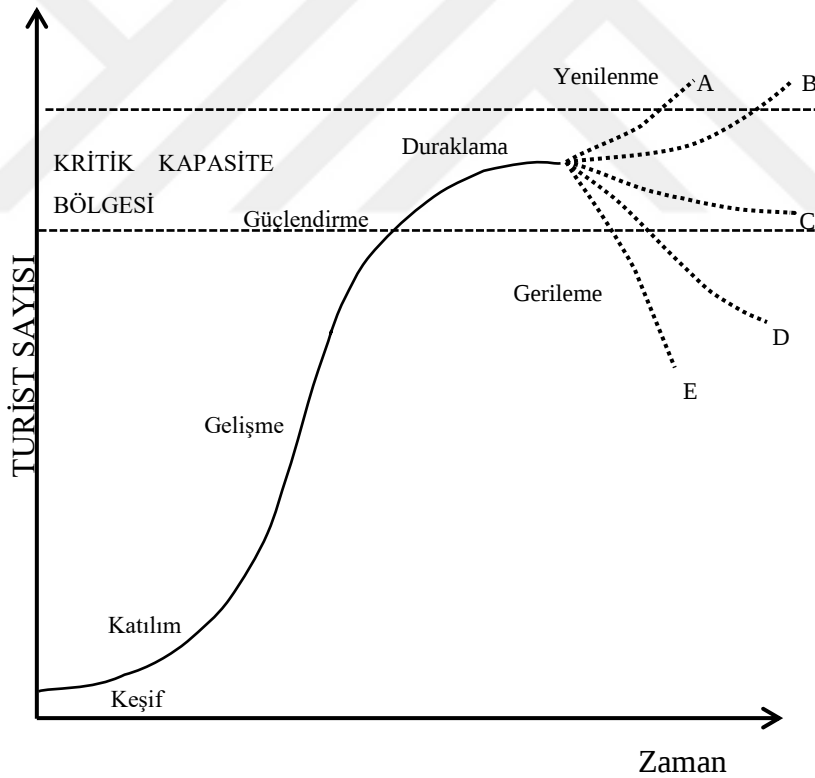
Tablo 1-2’de açıklanan modelde, yeni ziyaretçilerin ve yeni yatırımların topluluğa sızması yerel halk tarafından turizm gelişiminin ilk safhasında hoş karşılanmaktadır. Bu ilk aşama “hoşnutluk (euphoria)” olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni gelişmekte olan bu bölgede ziyaretçiler kendi turistik faaliyetlerini daha çok ağızdan ağza duyumlar ve topluluğun ona sunduğu küçük turistik olanaklar ile karşılar. Ancak yerel halk daha fazla pazarlama ile turizmin gelişiminin ticari avantajından faydalanırken, ziyaretçi sayısı ve ziyaretçiler için özel alt yapının artması karşılıklı ilişkiyi “ilgisizlik (apathy)” aşamasına taşımaktadır (Harrill, 2004).

Toplulukların hoşgörüsü aşılrken ve gelişme devam ederken onların “ilgisizliği” yerini “kızgınlığa (annoyance)” bırakmaktadır. Bu evrede, yerel halk yaşadığı bölgedeki turizmin varlığından ve artan turist sayısından rahatsızlık hissetmektedir. Aynı zamanda, turizmin ticari avantajı, dışarıdaki gayrimenkul yatırımcıları, kamu ekonomi geliştiricileri ve özel girişimciler tarafından istismar edilmeye başlanmıştır. Sonunda en son aşama olan “Düşmanlık (Antagonism)” aşaması yerel halkta kendini gösterir. Yerel halk turizm faaliyetlerine ve turistlere olan düşmanlıklarını açıkça belli ederler. Bu aşamada; toplumdaki turizm gelişimi turistlerin hacmine bağlı bir turizm ekonomisine dayanmaktadır. Bu noktadan itibaren, turistik bölge Butler’ın TALC modelindeki gibi yeni pazarlama ya da yeniden geliştirme ile kendini yenileyerek ya da gerileyerek süreci tamamlamaktadır (Butler, 2011; Latkova ve Vogt, 2011).

1.2.2. Butler'ın turizm yaşam eğrisi modeli

R. W. Butler'ın 1980 yılında ortaya koyduğu turizm yaşam eğrisi modeli (Tourism Area Life Cycle, TALC), turizm gelişiminin klasik bir modeli olarak kabul edilmektedir. Bu model, turizm yazınında en çok uygulanan teorilerden biridir. Butler, bir destinasyon bölgesinin gelişimini belli evrelere ayırarak incelemiştir. Bu evreler; keşif, katılım, gelişme, güçlendirme, duraklama ve gerileme/yenilenme'dir (Butler, 1980; Holmes ve Ali-Knight, 2017). Her aşamada turistik bölgedeki ana aktörlerin (turistler, yerel yönetimler, uluslararası şirketler, yerel halk) oluşum ve tutumundaki değişiklikler ve ana cazibe merkezleri (yapay ve doğal kaynaklar) farklı bir büyüme ritmi ile nitelendirilmiştir (Casasnovas ve Rosello, 2010). Turistik bölgenin geçirdiği gelişme evreleri Şekil-1-1'de gösterilmektedir.

Şekil 1-1: Turistik Bölgenin Gelişme Evreleri



Kaynak: Butler, 2011: 6

Bu model, turizmin bir bölgede gelişimi ile birlikte turistik alan ve yerel halk üzerindeki etkilerinin de hızla artacağını ileri sürmektedir. Butler’a göre, belirli bir bölgeye gelen ziyaretçi sayısı arttıkça, ilk aşamada ziyaretçilere hoşgörülü yaklaşan yerel halk, turizmin uzun dönemde sağlayacağı faydalar konusunda giderek daha şüpheci bir tavır içine girmekte ve ziyaretçilere karşı tutumu da olumsuz yönde olmaktadır (Avcıkurt, 2015). Bu sebeple, turizm gelişimi devam ederken beklenen ekonomik fayda sağlansa da, ilk başta hiç hesaplanmayan veya dikkate alınmayan sosyal ve çevresel maliyetler giderek ön plana çıkar, böylece yerel halkın turiste bakışı olumsuz yönde değişir. Sonuç itibarıyla, söz konusu bölgede turizm gerilemeye başlayacaktır (Çalışkan ve Tütüncü, 2008). Bu kapsamda turistik bölgenin gelişim aşamaları ve özellikleri hakkında aşağıdaki Tablo-1-3’de bilgi verilmektedir.

Tablo 1-3: Turistik Bölgenin Gelişim Evreleri ve Özellikleri

Aşamalar	Özellikleri
Keşif (Exploration)	Az sayıda maceraperest turist vardır. Bireysel planlanmış gezi programları ve düzensiz ziyaret davranışları gözlenir. Fiziksel doku ve sosyal yapı bozulmamıştır. Destinasyon alanı doğal özelliklerinden dolayı çekicidir. Bu aşamada henüz ziyaretçilere sunulan hiçbir özel servis yoktur.
Katılım (Involvement)	Ziyaretçi sayısı artıp daha düzenli bir hal aldıkça bazı yöre sakinleri katılım aşamasına girerler. Bu aşamada ziyaretçi ve yerel halk arasındaki ilişki yüksek düzeydedir. Bölgede turizm endüstrisi gelişirken, temel hizmetlerin sağlanmasına olanak tanınır. Özellikle turistleri çekmeyi amaçlayan bazı reklamlar başlatılabilir ve belirgin bir pazar alanı ortaya çıkmaya başlar. Turistlerin seyahat yapılarında örgütlenme gözlenir. Hükümetlere ve kamu temsilcilerine ziyaretçiler için ulaşım ve diğer olanakları sağlama ve geliştirme için ilk baskılar yapılmaya başlanır.
Gelişme (Development)	İyi tanımlanmış bir turist pazarı oluşmuştur. Yerel imkânlarla sağlanan bazı olanaklar, dışarıdan gelen organizasyonların sağladığı daha büyük, özenli ve modern olanaklarla değişim içine girer ve kaybolur. Doğal ve kültürel değerler gelişir ve bu değerler dışarıdan getirilen ve yapay bir şekilde oluşturulan servislerle tamamlanır.
Güçlendirme (Consolidation)	Turizm, yerel ekonominin önemli bir parçası haline gelir, ancak büyüme oranları düşmeye başlar. Turizm mevsimini uzatmak için yerel çabalar artmıştır. Turizm sezonunu ve pazarı büyütmek için yoğun reklam çalışmaları yapılır. Turizme yönelik karışıklık yerel halkta kendini hissettirir.

Aşamalar	Özellikleri
Duraklama (Stagnation)	Yoğun turist sayısına ve kapasitesine ulaşılmıştır. Turistik bölge tanınmıştır ve artık popülerliğini kaybetmeye başlamıştır. Konaklama stokları aşılmış ve bölgedeki emlak devir hızı yükselmiştir. Yörenin doğal ve fiziksel çekicilik kaynaklarının yerini dışarıdan getirilmiş yapay unsurlar almıştır.
Gerileme/Yenilenme (Decline/Rejuvenation)	Beş aşama, kısmen yerel yönetimin aldığı kararlarının başarısına bağlı olarak takip edilebilecek bir dizi gerileme ya da yenilenme hareketlerini yansıtır. Gerileme aşamasında; yöre ya bozulmuş bir turistik alana dönüşmüştür ya da turistik işlevini tamamen yitirmiştir. Yenilenme aşamasında ise; yapay unsurların ve doğal kaynakların turizmi canlandırmak için harekete geçirilmesi ve kamu ve özel sektörlerin birleşme çabaları olacaktır.

Kaynak: Butler, 1980: 5-12; Mason, 2003: 24.

Butler, turistik bölgeyi planlamak, geliştirmek ve yönetmekle yükümlü olan kişilerin tutumunun zaman içinde değişikliğe uğrayacağını ileri sürmektedir. Turistik bölgeler sonsuz ve zamansız değildirler, tükenebilir ve yenilenemez kaynaklar olarak görülmeli ve değerlendirilmelidir, bu açıdan ele alındığında daha dikkatli bir şekilde korunabilmektedirler. Turistik bölgenin gelişimi önceden belirlenmiş kapasite sınırları içerisinde tutulabilir ve potansiyel rekabet gücü daha uzun bir süre muhafaza edilir (Beeton, 2006).

Birçok araştırmacıya göre turizm yaşam eğrisi modelleri genel olarak yörenin yönetim ve planlama sürecine yardımcı olmaktadır (Getz, 1992; Butler, 2000; Russo, 2002). Getz'e (1992) göre; turizm yaşam eğrisi modelleri turizm olgusunu ve uygulamasını sürdürülebilir kılma imkânına sahiptir. İyi bir planlama ile uzun vadede meydana gelebilecek değişiklikler tahmin edilebilir ve bu ekonomik gelişmeye pazarlama stratejisi olarak uyumlaştırılabilir.

Yerli alan yazınlarında Ekici ve Çizel (2014) Butler'ın turizm yaşam seyri modelini baz aldığı çalışmada, turizm gelişim düzeyleri birbirinden farklı olan Antalya'da bulunan Manavgat-Serik ve Kaş-Kalkan destinasyonlarını karşılaştırmış, yerel halkın turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumlarında destinasyonların gelişme düzeylerine göre farklılık olup olmadığını incelemişlerdir. Elde edilen bulgular sonucunda iki bölge halkının da turizm gelişiminden sağladıkları fayda algısının artması ile birlikte

memnuniyet düzeylerinin de arttığı tespit edilmiştir. Fakat Manavgat-Serik bölgesinin turizm yaşam seyri gelişme aşamasında olduğu için halkın turizm gelişimine yönelik algısı olumlu iken, destinasyon yaşam seyri gerileme aşamasında olan Kaş-Kalkan'daki yerel halkın turizmin gelişimine yönelik algısı olumsuz olarak saptanmıştır. Turizm yerel halk için fayda sağlamasına rağmen turizm gelişimine karşı olumsuz bir algı mevcuttur. Bu durum da yerel halkın turizm gelişimine dair memnuniyet düzeyleri ve desteği tutumlarına olumsuz yansımaktadır.

1.2.3. Topluluğa bağlılık modeli

Topluluğa bağlılık (community attachment) modeli, turizm etkileri ile yerel halkın turizme karşı tutumu arasındaki ilişkiyi inceleyen açıklayıcı bir model olarak karşımıza çıkmaktadır (Doh, 2006). Bağlılık; yaşam süresi, aile bağları ve sosyal gelişim ile artmaktadır. Önceki çalışmalar, turizm gelişimi perspektifinde hiçbir toplumun homojen olmadığını ortaya çıkarmıştır (Garcia vd., 2015). Yerel halkın yüksek düzeyde topluluğa bağlılığını etkileyen faktörler arasında; eğitim, cinsiyet, yaş, gelir ve istihdam yer almaktadır (Gürsoy vd., 2009; Harrill, 2004).

Topluluğa bağlılığın turizm gelişimini hem olumlu hem de olumsuz yönde etkilediğini savunan farklı araştırmalar yapılmıştır. Genel olarak turizm araştırmacıları, topluluğa bağlılık ile turizme karşı yerel halkın tutumu arasındaki ilişkilerin olumsuz olduğunu savunmaktadırlar. Araştırmacılara göre; toplumdaki bağlanma düzeyi arttıkça, yerel halkın turizme karşı olan olumlu algısı azalmaktadır (Harrill, 2004). Örneğin Um ve Crompton (1987), topluluklarına sıkı bir şekilde bağlı olan yerel halkın, turizmin gelişmesini olumsuz algıladıklarını söylemiştir. Onların aksine Mccool ve Martin (1994) topluluklarına sıkı şekilde bağlı olan yerel halkın, turizmin gelişmesini olumlu algıladıklarını savunmuştur. Lim, Lim ve Yang da topluluklarına güçlü bir bağlı olan yerel halkın turizmin gelişimine olumlu bakacağını ileri sürmüşlerdir (Park vd., 2017).

Topluluklarına güçlü bir şekilde bağlı olan yerel halkın, turizmin gelişimine karşı olumlu tutumları olması mümkündür. Topluluğa bağlılık teorisinde önemli olan faktör; yerel halkın turizmin gelişimine karşı tutumunu topluluğa bağlılığın dolaylı olarak etkilemesidir. Buna göre yerel halk, kendi topluluğuna gerçekten bağlıysa ve

doğal kaynaklarının farkındaysa, görüşlerini duyurmak ve doğayı korumak için topluluk meselelerine ve organizasyonlarına katılma ihtimali daha yüksek olacaktır (Erul ve Woosnam, 2016). Topluluğa bağlılık modeli alan yazında birçok farklı şekilde yorumlanmıştır. Kasarda ve Janowitz'e (1974) göre; topluluğa bağlılık teorisi, yerel halk ile topluluk arasındaki sosyal ilişkilerin dayanışmasının bir yansımasıdır. Yerel topluluk, dostluk ve akrabalık bağlarının resmi ve gayri resmi olarak devam ettiği toplumsallaştırma sürecindeki karmaşık bir sistem olarak belirir. Dolayısıyla, yerel sosyal bağların zayıflaması, yerel topluluğun toplumsal önemini azaltacak ve böylelikle yerel halk arasında daha düşük bir topluluk bağına yol açacaktır (Kasarda ve Janowitz, 1974).

Topluluğa bağlanma ve yerel halkın turizme yönelik tutumları arasında güçlü bir olumlu ilişki kurulmuştur. Araştırmacılar, topluluğa çok yüksek bağlılığı olanların turizm gelişimi için çok büyük oranda olumlu bir tavır sergilediğini savunmuşlardır. Bunların aksine, Harrill ve Potts yüksek topluluk bağına sahip yerel halkın turizme karşı olumsuz tutumlara sahip olduklarını tespit etmişlerdir. Olumsuz yaklaşımlara rağmen, turizm alanında topluluk bağlarının yüksek olmasının, turizm gelişimine olumlu bir yaklaşım getirdiği kabul edilmeye devam etmektedir (Park vd., 2017).

1.2.4. Büyüyen örgüt teorisi

Büyüyen örgüt teorisi (growth machine theory), bir topluluk içinde uzun vadeli büyümeyi teşvik etmek için ekonomik ve siyasi sektörlerin ortak hedefleri üzerine inşa edilmiştir. Büyüyen örgüt teorisi şu iki varsayıma dayanmaktadır. İlk olarak, tüm ilgi grupları yerel olarak bağımlıdır. Bu, bir büyüme örgütünün oluşturulması ve sürdürülmesi için önemli olan tutarlı çıkar gruplarının ve güçlü sosyal bağların varlığını ima etmektedir. İkincisi, arazi zenginliğin ve gücün en önemli kaynağıdır ve büyüme mülk odaklıdır. Arazinin kıtlığı ve hareketsizliği yerel halkı işbirliği yapmaya ve sürdürülebilir büyümeyi desteklemeye teşvik etmektedir. Yerleşik sosyal seçkin sınıf ortaya çıkmakta ve siyasi faaliyetlere katılma ihtimalleri çok yüksek olmaktadır. Bunun sonucu olarak, siyasi sektörde büyüme ile ilgili ekonomik konularda güç birliği

güçlenmektedir. Böyle bir toplumda baskın ekonomik ve siyasi çıkar grupları arasında güçlü koalisyonlar gözlemlenmektedir (Zhang vd., 2016).

Turizm bir ekonomik gelişim aracı olarak kullanıldığında sektörde büyüyen toplumların var oluşu kaçınılmazdır. Teori bireysel yerleşimlerden çok güçlü çıkar grupları tarafından kontrol edilen turizm gelişimine açıklık getirmektedir. Gelişim/değişim süreci ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel olarak üç bölümden meydana gelmektedir. Büyüyen örgüt teorisini ekonomik açıdan incelediğimizde sosyal değişim teorisi ile benzerlikleri bulunmaktadır. Bundan dolayı, turizmden ekonomik çıkar sağlayan yerel halk turizm gelişimine ve turistlere yönelik olumlu bir tavır içinde olacaktır. Ayrıca turizmin ekonomik etkilerinden çok çevresel etkileri üzerinde duran araştırmacılar da bulunmaktadır. İstihdam yaratma ve fayda sağlama turizmin birincil önceliği olarak düşünülse de yerel halk yerel kültürlerin daha çok öğrenilmesi, geleneksel kültürün korunması açısından da bu süreçte turizmi tercih etmektedir (Güneş, 2014).

Martin ve arkadaşlarının 1998’de, Güney Carolina bölgesinde yaptıkları çalışma sonunda, büyümeden hiçbir ekonomik fayda sağlamayan bireylerin daha fazla gelişmeyi desteklemediğini tespit etmişlerdir (Harril, 2004).

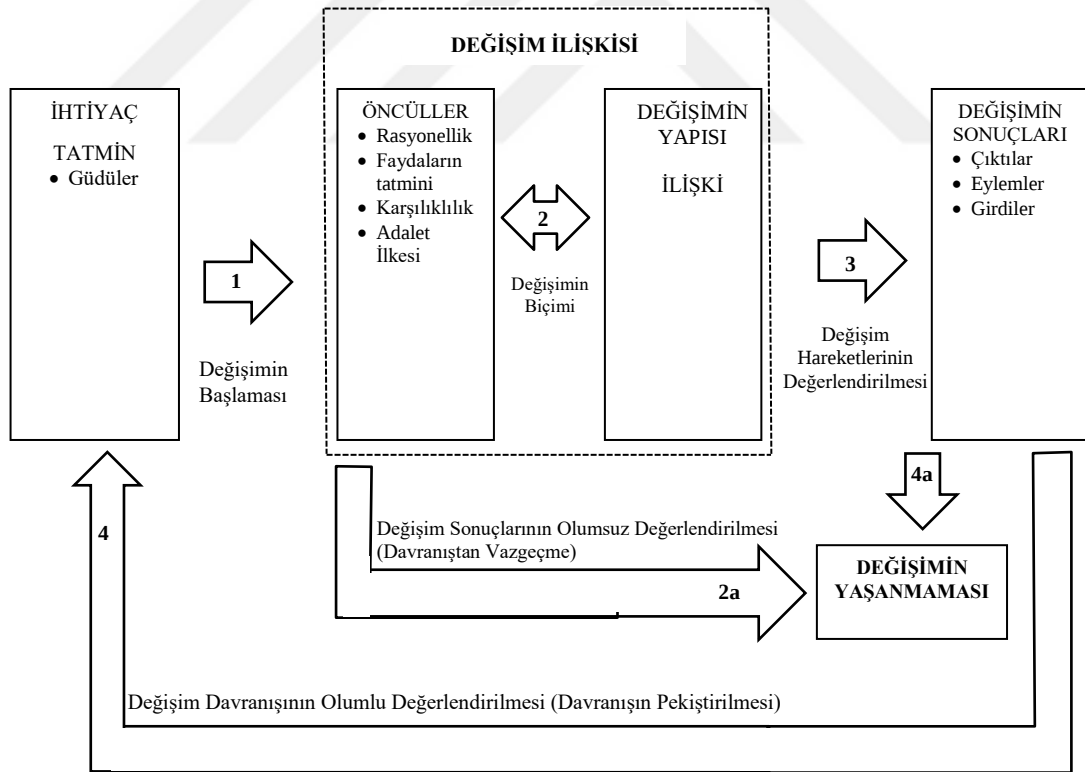
1.2.5. Sosyal değişim teorisi

Sosyoloji ve sosyal psikoloji disiplinlerinden faydalanılarak geliştirilen ve 1960’ların başında ortaya çıkmış olan Sosyal Değişim Teorisi’ne (social exchange theory, SET) göre; bireyler yaşadıkları toplumda kendi çıkarlarına hizmet etme olasılığı yüksek olan davranışları göstereceklerdir. SET de bireyler, toplumsal ilişkilerinde rasyonel davranmakta ve karşılıklarına çıkacak faydaların ve maliyetlerin hesabını yapmaktadırlar (Özel, 2014). Sosyal değişim teorisyenleri için, bir ilişki içindeki maliyet ve menfaat eşit olduğunda, o ilişki adil olarak tanımlanmaktadır (Yutyunyong ve Scott, 2009). Bireyler, toplum ile olan ilişkilerinde temel ihtiyaçlarını karşılama düşüncesi içindeyken aynı zamanda kendileri için faydası en fazla, maliyeti ise en az olan davranışları göstermektedirler (Özel, 2014). Örneğin, bir kişi bir ilişkinin maliyetini,

algılanan faydalardan daha fazla hissederse, teori, kişinin ilişkiden ayrılmayı seçtiğini öngörmektedir (Yutyunyong ve Scott, 2009).

SET birçok araştırmacı tarafından, yerel halkın turizmin gelişimine yönelik algılarını anlamaya yönelik en etkili ve birincil teori olarak kabul edilir (Nguyen, 2012). Turizm alanındaki ilk SET uygulaması Ap'ın 1992 yılındaki çalışmasında görülmektedir. Ap'a göre SET, yerel halkın turizme yönelik tutumlarını hem olumlu hem de olumsuz bir perspektiften açıklamaktadır. Yerel halk, turizmden en yüksek seviyede fayda sağladığında değişime katılım devam eder ve turizm gelişimi olumlu olarak desteklenir. Ancak turizmden minimum fayda sağladığında değişim kabul edilmez ve durdurulur. Alınan faydalar kabul edilemez seviyeye ulaştığında turizm gelişimi desteklenmeyecek ve turizme olumsuz bakılacaktır (Ap, 1992).

Şekil 1-2: Sosyal Değişim İlişkisi Modeli



Kaynak: Ap, 1992: 670.

Ap, sosyal değişimi dört aşamada incelemiştir. Bu aşamalar; değişimin başlaması, değişimin biçimi, değişim hareketlerinin değerlendirilmesi ve değişimin ortaya çıkardığı sonuçların olumlu ya da olumsuz değerlendirmesinin yapılmasıdır. Tatmin ihtiyaı, değişim ilişkisi ve sonuçları sosyal değişim süreci modelinin tamamlayıcı öğeleridir. Turizm sektörünün yarattığı olumlu durumdan fayda sağlayanlar, turizmin o bölgedeki gelişimine dair daha olumlu tutum sergilemektedirler (zel, 2014).

Eğer yerel halk değişim öncesi olumlu sonuçlar algılsa, muhtemelen değişime gireceklerdir. Buna karşılık sonuçları olumsuz algılsa tekrar benzer bir değişime girmeyecektir. Ayrıca yerel halkın bu algılamaları, değişim girişimi için sebep olan ihtiyaçlarından kaynaklanmaktadır. Değişim süreci somut ve soyut değişimleri içermektedir. Teorinin bu denli kapsamlı bir yaklaşım olması, turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel olarak her yönüyle yerel halk üzerindeki tutumlarının incelenmesini sağlar (Nguyen, 2012).

Turizmin etkileri, yerel halkın turizm gelişiminden edindiği fayda ve memnuniyet algısının turizm gelişimi desteğine yönelik tutumun belirlenmesinde önemli yer tutmaktadır. Turizm gelişimi desteğine yönelik tutumu etkileyen bir başka etken ise, yerel halkın turizmden algıladığı genel memnuniyet düzeyidir. Herhangi bir değişime başlama eğilimini, memnuniyet ihtiyaının oluşturduğu belirtilmektedir. Memnuniyet ihtiyaı bireyi bu değişim ilişkisi ile kaynaştırmakta ve böylece birey, diğer gruplarla değişime girme isteğinde bulunmaktadır. Yapılmış olan araştırmalarda, turizm gelişiminden memnun olan yerel halkın turizm gelişimini desteklediği gözlemlenmiştir (Ekici ve izel, 2014).

1.2.6. Yerel halkın turizm gelişimine yönelik tutumuna ilişkin diğer yaklaşımlar

Birçok turizm akademisyeni tarafından çoğunun birbirinden etkilenerek ortaya koyduğu çok fazla yaklaşım geliştirilmiştir. Genel olarak çalışmalardaki ortak sonuç şudur ki; yerel halkın turizme karşı olan tutumu, turizm olayına katılım artıkça ve gelişme görüldükçe edinilen deneyimler sonucunda daha kötü algılanmaktadır (Hunt ve Stronza, 2014).

1988’de Florida’da yaptıkları çalışmada, Davis, Allen ve Cosenza, yerel halkı beş gruba ayırmışlardır. İlk grup “Turizmden Nefret Edenler” den meydana gelmektedir. Bu gruptaki kişiler turiste ve turizme yönelik olumsuz bir tutum göstermektedirler. İkinci grup olan “Turizmi Sevenler” grubu ise turizme karşı olumlu bir yaklaşım içindedirler. Üçüncü grup “Tedbirli Romantikler” ise turizmin gelişimi konusunda bilinçli olmakla birlikte büyümeye dair olumsuz düşünceye hâkimdirler. “Aradakiler” grubunu oluşturan kişiler olumlu bir düşünce yapısına sahip olmasının yanı sıra turizm sektörünün büyümesini de desteklemektedirler. “Bir Sebep Sevenler” grubu ise turizm gelişiminin istihdam yarattığının ve yerel halka rekreasyonel yönden fayda sağladığının farkında olan kişilerden meydana gelmektedir (Güneş, 2014).

Doğan’ın 1989 yılında turizm gelişimi sağlamak için belirlediği stratejiler; benimseme, direnme, yeniden canlandırma, sınırları vurgulama ve içine kapanma olarak belirtilmiştir. Direniş ve geri çekilme genellikle turistik gelişim eşikleri aşıldığında ortaya çıkmaktadır. Doğan’a göre, yerel halk turizme yönelik olumlu tutumlara sahipse, değişim kabul edilir (benimseme) ya da değişime karşı direnç (direnme) gösterir. Olumludan olumsuza doğru sıralanan bu tepki biçimleri; yeniden canlandırma, sınırları vurgulama, içine kapanma olarak belirtilmiştir (Harlak, 2014).

Ap ve Crompton (1993), turizm gelişiminin etkilerini ve yerel halk tarafından algılanmasını turizmin gelişim süreci içerisinde açıklamaya çalışmışlardır. Butler’ın “turizm yaşam eğrisi modeli” ile benzerlik gösteren bu sürece göre turizm gelişimi; kabullenme, tolerans, dengeleme ve geri çekilme dönemlerinden oluşmaktadır. Turizm talebi ve gelişme arttıkça, toplum üzerindeki etkileri daha belirgin bir hal almaktadır ve etkilenme daha olumsuz yönde olmaktadır.

Vargas-Sanchez ve diğerlerinin 2009 yılında İspanya’nın Huelva şehrinde yapmış oldukları araştırmada, turizm gelişiminden bireysel yarar sağlayanların turizm etkilerini olumlu algıladıkları vurgulanmıştır. Yoon ve diğerleri ise; bu ilişkiyi benzer olmakla birlikte şu şekilde ifade etmişlerdir; yerel halk turizm gelişiminden yarar sağlayacaklarını düşündüklerinde, turizmin algılanan etkileri olumlu olacak ancak turizm gelişiminin maliyet yaratacağını düşündüklerinde ise algılama olumsuz olacaktır (Ekici ve Çizel, 2014: 75).

Teye ve diğerklerinin (2002) yaptığı çalışmada, bulgular turizm gelişimi sonucunda, yerel halkın turizm gelişiminden beklentilerinin karşılanmadığını ve özellikle turistik işletmelerde çalışan kişilerin endüstriye karşı olumsuz tutumlara sahip olduklarını savunmuşlardır.

Ko ve Stewart'ın Kore'nin Cheju adasında yaşayan halkın turizm gelişimine yönelik algı ve tutumları arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında, beş gizli faktör arasındaki (turizm gelişiminde bireysel fayda sağlama, algılanan olumlu etkiler, algılanan olumsuz etkiler, yerel halk memnuniyeti ve turizm gelişimine yönelik destek) ilişkileri analiz etmişlerdir. Yerel halk tatmininin turizm etkileri algısından etkilendikleri ve turizm gelişimi planlamasında faydalı olabileceğini savunmuşlardır (Ekici ve Çizel, 2014).

Moyle, Croy ve Weiler 2010 yılında Sosyal Değişim Teorisi'nden yola çıkarak yaptıkları çalışmalarında, Avustralya'da bulunan "Magnetic Island" ve "Bruny Island" isimli iki turistik adaya giden ziyaretçiler ile burada yaşayan yerli halk ve turizm paydaşları arasındaki kültürel etkileşimi incelemeyi amaçlamışlardır. Elde edilen bulgular sonucunda; yerel topluluk üyelerinin ziyaretçilerle yalnızca onlara sağladıkları ekonomik faydalarından dolayı değil, onlara kaliteli ve unutulmaz deneyimler sunmak içinde içten gelen bir arzuya ziyaretçilerle sosyal bir alışveriş paylaşımı içinde oldukları tespit edilmiştir. Buna ek olarak, bulgular adanın doğal kültürel etkileşiminin büyük ölçüde hoş ve anlamlı sosyal alışverişlerden, yüzeysel ve hatta düşmanca ilişkilere kadar taşınabileceğini göstermiştir (Moyle vd., 2010).

Long ve Kayat'ın 2011 yılında yaptığı çalışmaya göre; yerli halk turizmin olumlu etkilerinin olumsuz etkilerinden daha fazla olduğuna inanırsa, değişim eğilimine girecek ve turizmin gelişimini destekleyici tavırlar sergileyeceklerdir (Özel, 2014).

Ward ve Berno ise yerel halkın turistlere yönelik tutumunu ölçmek için SET, İlişki Hipotezi ve Bütünleşik Tehdit Teorisi'ni kapsayan bir yöntem için çalışmışlardır (Özel, 2014). Tehdit, birçok şekilde algılanabilmektedir. Bütünleşik tehdit teorisini kapsayan algılanan tehditler ise; gerçekçi tehditler, sembolik tehditler, olumsuz kalıp yargılar ve gruplar arası kaygı olmak üzere dörde ayrılmaktadır (Avcıkurt, 2015).

Gerçekçi tehditler, bir grubun ve üyelerinin refahı için algılanan tehditleri içermektedir. Sembolik tehditler; değerler, inançlar ve tutumlarla ilişkilendirilir ve bir grubun dünya görüşüne yönelik algılanan tehditleri kapsamaktadır. Olumlu ve olumsuz kalıp yargılar altı başlıkta (kaba, cömert, düşmanca, akıllı, sorumlu ve saygılı) değerlendirilmektedir (Ward ve Berno, 2011). Gruplar arası tehditler insanların algılamalarını, duygularını ve davranışlarını etkilediği gibi çatışmalara da sebep olmaktadır (Avcıkurt, 2015).

Kültürler arası temasın daha sık ve tatmin edici olması, tehdidin daha az seviyede algılanması, daha fazla olumlu yargılar ve daha az gruplar arası kaygı söz konusu olduğunda, yerel halkın turistlere yönelik tutumlarının daha olumlu olacağı öngörülmektedir (Ward ve Berno, 2011).

Yapılmış akademik çalışmalara göre; yerel halk, ilk başlarda turizm gelişimine ve artan turist sayısına sağlamış olduğu faydalar sebebiyle olumlu bir tavır sergilemektedir. Ancak daha sonra ki zamanda turizm faydalarından çok, yerel halkın ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel olarak etrafına zarar vermeye başlayınca, bu olumlu tutum yerini olumsuz bir tutuma bırakmaktadır.

Turizm gelişimine ilişkin yazında yazılmış teori ve yaklaşımlar sonucunda; Butler TALC modelinde, en başta turizm gelişime olumlu yaklaşan yerel halkın sonraki evrelerde turizmin yarattığı ekonomik getirinin yanında sosyo-kültürel ve çevresel açıdan olumsuz etkilere sebebiyet vermesinden dolayı yerel halktaki olumlu gelişim algısının yerini olumsuz bir algıya bıraktığını ve turizm gelişimini desteklemediğini belirtmektedir. Doxey'in Irridex modeli de Butler'ı desteklemektedir. Irridex modelinde de ilk evrede yeni gelişen turistik bölgede turizmin gelişimi yerel halk tarafından hoş karşılanmaktadır. Ancak son evreye gelindiğinde halk doyum noktasına ulaşmış ve turizmin olumsuz etkilerinin farkına varmıştır. Bölgedeki tüm olumsuzlukların sebebi turizm olarak algılanır ve turizm gelişimi desteklenmez. Topluluğa Bağlılık Modeli'ne göre yüksek topluluk bağı olan yerel halk, turizm gelişimine olumlu bakmaktadır ve turizm gelişimini desteklemektedir. Büyüyen örgüt teorisi ve SET birbiri ile benzerlik göstermektedir, turizmden ekonomik çıkar sağlayan yerel halk turizm gelişimini desteklemektedir ve turistlere karşı olumlu bir tavır

sergilemektedirler. SET ayrıca, turizmin yarattığı maliyetlerin ve olumsuz sonuçlara yönelik algı seviyesinin turizmin olumlu etkilerine yönelik algı seviyesini aşmadığı sürece yerel halkın turizm gelişimine destek olacağını ifade etmektedir.



İKİNCİ BÖLÜM

TURİZMİN ETKİLERİ VE YEREL HALKIN TURİZME YÖNELİK

ALGI VE TUTUMU

2.1. Turizmin Etkileri

Turizm yazınında ‘turizm etkisi’ terimi önem kazanmıştır. Bu etki, yerel halkın incelenmesi yoluyla değerlendirilmektedir. Son yıllarda, yerel halkın turizm gelişimi etkisine yönelik tutumlarını ve algılarını araştıran çok sayıda araştırma yapılmıştır (Garcia vd., 2016). Turizm etkileri üzerine yapılan araştırmalarda; ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel olmak üzere üç etki üzerinde durulmuştur (Gursoy vd., 2002; Andereck vd., 2005). Bu tür araştırmalara artan ilginin temel nedeni, turizm gelişiminin yerel düzeyde olumlu ve olumsuz etkilerinin olduğunun farkındalığına varılmış olmasıdır (Garcia vd., 2016).

2.1.1. Turizmin ekonomik etkileri

Turizmin etkileri geçmişten bugüne değin turizm üzerine en çok araştırma yapılmış alanlardan biri olmuştur. Turizmin ekonomik etkisi üzerinde ise diğer etkilerden daha fazla çalışma yapılmıştır (Mason, 2003).

Hizmet sektörü olarak faaliyet gösteren turizm endüstrisi, tüm dünyada her geçen gün çok hızlı bir şekilde gelişme göstermektedir. Turizm sektörü bugün, tüm dünya hizmet ticaretinin takriben %30’unu tek başına göğüslemektedir. Turizm sektörü bünyesinde birçok hizmet sektörünü barındırdığı için, ülke ekonomilerine faydası net olarak bilinmemektedir (Bahar, 2006). Turizm, birçok gelişmekte olan ülke ekonomisinin gayri safi yurtiçi hasılasına (GSYİH) katkıda bulunan ana itici güçlerden biridir (Kumar ve Kanan, 2015). Ekonomik öneminin zamanla anlaşılması ve ivme kazanmasıyla birlikte, 21. yy. küresel ekonomisinde en hızlı gelişen sektör olmuştur.

Turizm bugün, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede ekonomik büyümenin ve gelişmenin en önemli kaynaklarından biri olarak görülmektedir (Bahar, 2006).

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi verilerine göre (WTTC); turizm ve seyahat endüstrisi her geçen gün artan terörist olaylarına, siyasi istikrarsızlıklar, doğal afet ve salgın hastalıklar vb. öngörülmeleyen etkilere rağmen 2016 yılında da direnmeye devam etmektedir ve doğrudan GSYH'nin %3,1 büyümesine katkıda bulunmaktadır (WTTC, 2017). Dünyada en fazla iş sahası yaratan sektörlerden biri olan turizm sektörü (Çeken, 2016), net olarak 6 milyon ek işi desteklemektedir (WTTC, 2017). Turizm ve seyahat sektörünün dünya istihdamı içindeki yerini rakamlarla incelediğimizde, sektörün 2016 yılında 292 milyon kişinin istihdamını desteklediği görülmektedir. Veriler çalışan 10 kişiden 1'inin turizm ile ilgili bir işte çalıştığını göstermektedir. Turizm sektöründe 2016 yılında toplamda, 7,6 trilyon dolarlık gelir elde edilmiştir (küresel GSYH'nin %10,2'si). Sektör, toplam küresel ihracatın %6,6'sını ve toplam küresel hizmet ihracatının yaklaşık % 30'unu oluşturmaktadır (WTTC, 2017).

2.1.1.1. Turizmin olumlu ekonomik etkileri

Yoon ve diğerlerine (2001: 365) göre turizmin ekonomik faydaları, yerel halk tarafından turizm gelişiminde aranan en önemli unsurlardır. Yapılmış akademik çalışmalarda yerel halkın turizm hakkındaki ekonomik algısı incelendiğinde, genellikle turizmin olumlu ekonomik etkileri ağır gelmektedir.

Turizm işletmeciliği ve ekonomisi konusunda yapılmış araştırmalarda turizmin olumlu ekonomik etkileri aşağıdaki şekilde özetlenmiştir (Kozak vd., 2015: 110, Mason, 2003: 35):

- Ödemeler dengesi üzerine etkisi.
- Gelir yaratıcı etkisi.
- Altyapı ve üstyapının geliştirilmesi etkisi.
- Diğer ekonomik sektörlerle etkisi.
- İstihdam yaratıcı etkisi.
- Bölgesel kalkınmaya etkisi.

- Ek ihracata, görünmeyen ihracata etkisi.

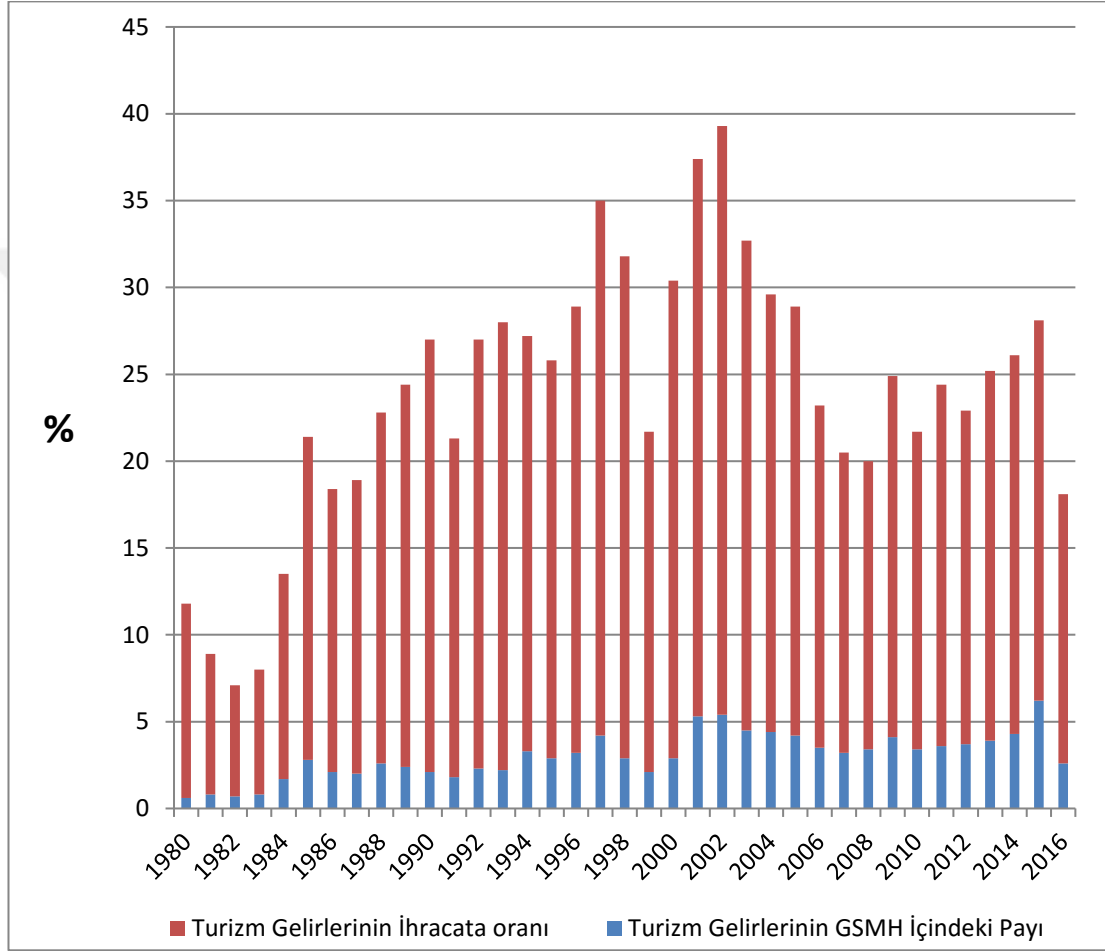
Ödemeler dengesi üzerine etkisi: Ödemeler dengesi, bir ekonomide bulunan yerleşik kişilerin (merkezi hükümet, parasal otorite, bankalar, gerçek ve tüzel kişiler), diğer ekonomilerdeki yerleşik kişiler ile belli bir dönemde yapmış oldukları ekonomik işlemlerin sistematik olarak kayıtlarına ulaşmak için hazırlanan istatistiki bir rapordur. Ödemeler bilançosuna yalnızca o yıl içinde gerçekleşmiş uluslararası ekonomik işlemler kaydedilir. Örneğin; ödemeler bilançosu, yalnızca bulunduğu döneme ait turizm gelir ve giderlerini göstermektedir. İlgili yıla kadar olan toplam turizm gelir ve giderlerini göstermemektedir (Oktayer vd., 2007). Uluslararası turizm faaliyetlerinden kaynaklanan döviz hareketleri, turist gönderen ülkenin döviz talebini, turist kabul eden ülkenin de döviz arzını artırıcı bir etkiye sebep olduğundan, ülkelerin dış ödemeler dengesine etki etmektedir (Kar vd., 2004).

Dünyada turizm talebi her geçen gün artarken, turist harcamaları da hızla artmakta ve mal ihracına göre turizm daha kolay döviz akışı sağlayan bir ticaret kolu olarak karşımıza çıkmaktadır. Turistik mal ve hizmetler için yapılan harcamalar bir döviz akımı yaratmaktadır, bu da döviz artışı ya da azalışı şeklinde ödemeler dengesini olumlu veya olumsuz biçimde etkilemektedir. Ülkemiz açısından da turizm, önemli döviz girdisi sağlayan bir yatırım ve pazarlama sahasıdır. Turizm ile birlikte, ihracı mümkün olmayan birçok kaynak, ülke ekonomisine döviz girdisi sağlamaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin pek çoğu ciddi ödemeler dengesi açıkları ile karşı karşıyadır. Turizm bu ülkelerin büyük bir bölümü ve Türkiye içinde, bu açıklarını kapatmada etkili bir araçtır (Çımat ve Bahar, 2003)

Gelir yaratıcı etkisi: Turizm sektörü birçok diğer sektörü de birleştirici bir yapıya sahiptir. Bir yöreyi ziyaret eden turist sadece konaklama ve yeme-içme için değil; ulaştırma, eğlence, müze, alışveriş, sanat galerileri, tarihi eserler ve spor merkezleri için de harcama yapmaktadır. Tüm bu harcamalar turizm gelirini oluşturmaktadır (Kozak vd., 2015). Turizm, ülkemizin Gayri Safi Milli Hasılası (GSMH) içinde de önemli bir paya sahiptir. Turizm ekonomide çarpan mekanizması yoluyla çok boyutlu bir gelir etkisi meydana gelmesine sebep olmaktadır. Konaklama işletmesi sahipleri, restoran sahipleri, ulaştırma firmaları ve doğrudan gelir sağlayan diğer kişiler bu

gelirin bir kısmını rant, faiz, ücret ve kar olarak toplumun diğer kesimleri ile paylaşmaktadırlar. Aynı zamanda bu gelirleri kazananlar gelirlerini harcama eyleminde de bulunmaktadır. Bu şekilde gerçekleşen gelirlerin toplam değeri turistlerin yapmış olduğu ilk harcamadan daha yüksek olmaktadır (Gülbahar, 2009).

Grafik 2-1: Turizm Gelirlerinin Yıllara Göre GSMH İçindeki Payı ve İhracata Oranı



Kaynak: <https://www.tursab.org.tr>

Altyapı ve üstyapının geliştirilmesi etkisi: Turizm birbirlerinden farklı dallarda faaliyet gösteren küçük motel, lokanta, çamaşırhane, otel, el sanatları satış dükkânları vb. birimlerden meydana gelmektedir. Yönetimin alt yapıya ya da üst yapıya yatırım yapması ve geliştirmesi, birçok küçük işletmeye yatırım yapılmasına olanak

sağlayacaktır. Sermaye ihtiyacı düşük olan bu işletmelerin yaptığı yatırımlarda çok çabuk sonuç vermekte ve ekonomiyeye katkı sağlamaktadır (Tutar vd., 2013).

Diğer ekonomik sektörlere etkisi: Turizm ekonominin diğer sektörlerini canlandırmak için stratejik bir rol oynamaktadır (Çalışkan, 2003). Turizmin ülke ekonomisine sağladığı faydalar tarım, sanayi ve hizmetler sektörü üzerinde de etkiler meydana getirerek tüm ülke ekonomisine yayılmaktadır. Turizm 54 sektöre girdi sağlamak ve bu sektörlerin gelişmesine doğrudan katkıda bulunmaktadır (Çeken, 2016). Turizm bu sektörlerde talep yaratır, dolayısıyla bu sektörler içinde karşılıklı olumlu ilişkiler oluşmasına yol açar (Çalışkan, 2003).

İstihdam yaratıcı etkisi: Zengin bir turizm arz potansiyeline sahip olan Türkiye için, turizm sektörünün özellikle işsizlik sorununun çözümünde katkı sağlaması noktasında önemi her geçen gün artmaktadır. Turizm sektörü yapısal özellikleri dolayısıyla, istihdam yaratma potansiyeli açısından diğer sektörlerden farklılık göstermektedir. Bölge halkının turizmin gelişmesine bağlı olarak artan gelirlerini harcaması sonucu ortaya çıkan uyarılmış istihdam da göz önüne alındığında, istihdam yaratıcı etkisi turizm sektörünün özellikle Türkiye açısından belki de en önemli katkısı haline gelen ekonomik etkisidir (Yıldız, 2011). Uluslararası turizmin hızlı gelişmesi, önemli istihdam olanakları yaratmıştır. Bu olanaklar üç tür istihdam şeklinde kabul edilmektedir (Çalışkan, 2003: 74; Çeken, 2016: 141; Ünlüönen ve Şahin., 2011: 2).

- *Doğrudan İstihdam:* Turizm endüstrisinin kendisinden kaynaklanan ve bizzat turizm işletmelerinde istihdam edilen kişileri kapsamaktadır. Konaklama işletmeleri, seyahat acentaları, hediyelik eşya satan mağazalar, restoran, bar ve gece kulüpleri gibi turizm işletmelerinde yapılan harcamalar nedeniyle bu işletmelerde yaratılan istihdamı ifade etmektedir.
- *Dolaylı İstihdam:* Turizm endüstrisinin ihtiyacı olan mal ve hizmet girdilerini sağlayan sektörlerdeki ve turistlerin harcamalarından yararlanan faaliyetlerdeki işler dolaylı istihdamdır. Tarım, inşaat, el sanatları, temizlik, bakım onarım, donanım enerji, güvenlik, sağlık vb. sektörlerde mal ve hizmetlerin satın alınması sonucunda bunlara olan talep artacak ve artan talebi

karşlamak için daha fazla işgücü kullanılacağından istihdam düzeyi de artacaktır.

- *Uyarılmış istihdam*: Turistik harcamalardan kazanılan paranın ekonomiye geri dönüşmesidir. Doğrudan ve dolaylı istihdamla sağlanan turizm gelirlerinin yöre halkı tarafından harcanması sonucu ekonomide meydana gelen ek istihdamdır. Bölge veya yöre halkı turizm sayesinde elde ettikleri geliri tekrar yörede harcadıkları zaman, diğer sektörlerin de istihdam hacmi artacaktır. Çünkü talep arttıkça mal ve hizmet miktarı da artacak, üretim için ise emek faktörüne talep artacaktır.

Bölgesel kalkınmaya etkisi: Az gelişmiş bölgelerin kalkınmasında turizm endüstrisinin önemi çok büyüktür. Özellikle bölgelerarası dengesizliğin giderilmesinde turizm endüstrisi, tarım ve sanayi yönünden yeterli gelişme imkânına sahip olmayan ancak zengin bir turizm potansiyeline sahip bölgelerin, planlanmış ve etkin uygulamalar sonucunda turizm yönünden kalkınmasını sağlayacaktır (Kozak vd., 2015; Çeken, 2016).

Ek ihracata (görünmeyen ihracata) etkisi: Turizm endüstrisi, ulusal ekonomi için önemli bir ek ihracat kaynağıdır. Ekonomik gelişmeler her geçen gün arttıkça ve turizm endüstrisi geliştikçe, ziyaretçilerin (turistlerin) yabancı ülkelere yapmış oldukları alışverişlerde artış göstermektedir. Turistik amaçlı seyahat eden ziyaretçiler bu şekilde o ülkeye ek ihracat kaynağı yaratmaktadırlar (Tutar vd., 2013).

2.1.1.2. Turizmin olumsuz ekonomik etkileri

Yerel halkın turizm hakkındaki olumsuz tutumlarına ilişkin 1970’li yıllarda daha fazla araştırma yapıldığı bilinmektedir (Lankford ve Howard, 1994; Jurowski ve Gürsoy 2004; Long. vd., 1990). Yerel halkın turizmin gelişimine karşı olumsuz tutumlar içinde olması, turistik ürünlerin geliştirilmesi ve sürdürülebilir olmasında bir engel oluşturmaktadır (Ap, 1992; Harrill, 2004).

Yapılmış birçok araştırmada turizmin olumsuz ekonomik etkileri genel olarak aşağıdaki başlıklar altında toplanmıştır (Mason, 2003: 35; Garcia vd., 2015: 35).

- Fırsat maliyeti
- Enflasyon
- Turizme aşırı bağımlılık
- Mevsimsellik

Fırsat maliyeti: “Ekonomide bir şeyi elde etmek için vazgeçilen en iyi alternatife, fırsat maliyeti veya vazgeçme maliyeti (alternatif maliyet)” denmektedir (www.ekodialog.com). Turizme açılmış bazı bölgelerde bazı tarım ürünlerinin üretiminden vazgeçilmekte ve bu ürünlerin bir kısmı ithalat yoluyla karşılanmaktadır. Bu olay fırsat maliyeti olarak değerlendirilmektedir. Turizm faaliyetinden dolayı bir döviz girişi söz konusu ise de, tarımsal ürünlerin ithalatından dolayı da bir döviz çıkışı söz konusu olmaktadır. Sahip olunan kıt kaynaklarda ithalat yoluyla artışa gidilmiş olsa da bu durum ödemeler dengesi üzerinde olumsuz etki yapmaktadır (Kozak vd., 2015; Çeken, 2016; Avcıkurt, 2015).

Enflasyon: “Belirli bir dönem içinde mal ve hizmetlerin ortalama fiyatlarında meydana gelen artış miktarı” (Kozak vd., 2015: 123) olarak tanımlanan enflasyon genellikle tüketici fiyatları ile ilişkilidir, ancak diğer fiyatlara da uygulanabilmektedir (Bishop, 2013). Turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği bölgede mal ve hizmetlerin fiyatları yüksek olduğundan, bu o bölgede yaşayan yerel halkın maliyetlerinin artmasına sebep olmaktadır. Genel olarak yaşam standartları yükselirken, enflasyon da aynı şekilde yükselmektedir. Enflasyon baskısı sebebiyle, bölgedeki arazi, konut fiyatları da artış göstermektedir (Garcia vd., 2015).

Turizme aşırı bağımlılık: Az gelişmiş ve gelişmekte olan bazı ülkelerde turizm ekonomik gelişme için en iyi yöntem olarak görülmektedir. Zamanla turizm olgusu, ondan başka gelişim yaklaşımı olmayacak bir hale gelir. Eğer turizm talebi farklı etkilerle başka ülkelere yönelirse büyük krizler yaşanabilmektedir. Bu durumda turizme aşırı bağımlı kalınmadan ülkeler ekonomilerini çeşitlendirmeli ve mevcut iş güçlerini eğitmelidir (Mason, 2003; Avcıkurt, 2007).

Mevsimsellik: Turizm yerel halk için iş sahası ve istihdam yaratırken, genellikle mevsimsellik özelliğine sahip olduğu için kişilere işlerinde devamlılık olanağı

tanınamamaktadır. Herhangi bir turizm hareketi söz konusu olmadığında, turizm sektöründe çalışanlar ya işsiz kalmakta ya da başka bir iş arayışlarına yönelmektedirler (Garcia vd., 2015).

2.1.2. Turizmin çevresel etkileri

Turizm diğer endüstrilere göre çevresel kaynakları en çok kullanan endüstrilerden biridir. Çevresel kaynaklar yenilenebilir kaynaklar olmayıp, turistlerin ilgisini çekmesi ve cezbedici olması açısından oldukça değerlidir. Bu kaynakların etkin kullanımı hem sosyal hem de ekonomik gelişmeyi büyük oranda etkilemektedir (Tuna, 2007).

Yapılmış yazın araştırmalarında yerel halk için turizm çevresel gelişiminin olumlu ve olumsuz algıları olduğu belirlenmiştir. (Kim, 2002). Ancak turizm çoğu zaman hızlıca gelişen bölgelerde zarar görmüş ya da yok olmuş kaynakların korunması ve sürdürülebilir olmasında etkili olduğu gibi, bu kaynakların yok olması için bir neden de yaratmaktadır (Yoon vd., 2001).

2.1.2.1. Turizmin olumlu çevresel etkileri

Turizmin algılanan olumlu çevresel etkileri; tarihi, kültürel ve doğal kaynakların korunması, alt yapıyı geliştirmesi, kamu faaliyetlerini geliştirmesi ve artırması, yerel halk ve turistler için dinlenme alanlarının artmasıdır (Yoon vd., 2001; McCool ve Martin., 1994).

Turizm diğer ekonomik sektörlerle karşılaştırıldığında daha temiz bir endüstri olarak karşımıza çıkmaktadır. Turizmin yarattığı olumlu çevresel etkiler aşağıda gösterildiği şekilde sıralanmaktadır (Tuna, 2007: 22-26);

- Çevrenin kalitesini geliştiren ve korunmasını amaçlayan etkinlikler artmaktadır.
- Doğal çevrenin korunmasına yönelik önlemler alınmaktadır (Meydan Uygur ve Baykan, 2007: 14).
- Yerel mimari özelliklerinin çoğu muhafaza edilmektedir.

- Sağlam olmayan binaların ve ayrılmış kentsel alanların yeniden düzenlenmesi sağlanmaktadır.
- Aynı büyüklükte fakat turizm ile ilgili olmayan şehirlere göre, turizm şehirleri, daha kaliteli özel ve kamusal hizmet alma şansına sahip olmaktadır.
- Kentsel görünüme ilgi artmaktadır.

Turizm iyi planlanır ve kontrol edilirse fiziksel çevre gelişir, bu gelişim sürekliliği sağlar ve iyileştirmeler gerçekleşir. Birçok kişi turizmin doğal kaynakların ve çevrenin korunması ve geliştirilmesi için turistik faaliyetin gerçekleştiği ülkede daha çok farkındalık yarattığına inanmaktadır (Kim, 2002: 35).

2.1.2.2. Turizmin olumsuz çevresel etkileri

Turizmin olumlu çevresel etkilerini savunanların aksine; bazı araştırmacılar turizmin çevre kirliliğine, yaban hayatının tükenmesine ve ekolojinin (bitki ve hayvan çeşitliliğinin) yok olmasına sebep olduğuna inanmaktadırlar (Andereck, 2005; Kim, 2002). Kötü planlanmış bir turizm gelişiminin, destinasyon yerinin fiziksel ve çevresel ortamını olumsuz etkileyebileceği kabul edilmektedir. Dolayısıyla, doğal çevrenin geri alınamayacak bir şekilde imha edilmesi turizm faaliyetlerinin gelişmesinin doğrudan bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda, golf sahaları oluşturmak için sulak alanların yok edilmesi, kayak pistleri oluşturmak içinde ormanların yok edilmesi örnek olarak verilebilir (Frent, 2016). Turizmin sebep olduğu bazı olumsuz çevresel etkiler aşağıdaki gibidir:

Kirlilik: Araçların ve uçakların yarattığı egzozlar hava kirliliğine sebep olmaktadır. Kırsal alanlarda, turizme bağlı hava kirliliği daha az görülmektedir, ancak kalabalık bölgelerde, turizm ekolojik dengeye, toprağa ve çevrenin görünümüne zarar verir, havayı kirletir. Örneğin turizm mevsimi olmadığı zamanlarda turistik bölgede yaşayan insan sayısı azken, turizm sezonu başlayınca dolan oteller ve ziyaretçilerden ötürü turistik bölgedeki nüfus artar ve buna bağlı olarak daha fazla taşıt trafiğe girer ve bunun sonucu olarak kirlilikler meydana gelir (Frent, 2016; Kim, 2002).

Hava kirliliği, belirtilebilecek bir diğer olumsuz etkidir. Bu, otomobil trafiğinin bir sonucu olarak görülmektedir. Turizm çevre kirliliğinin artmasına, gürültü ve çöp kirliliğine sebep olmaktadır. Tekne, yat vb. araçlarla yapılan turistik aktiviteler sonucu göllerde, koylarda, denizlerde ya da okyanuslarda ciddi su kirliliği oluşmaktadır (Kim, 2002). Hava ve su kirliliğinin yanı sıra gürültü kirliliği de turizmin fiziksel çevre üzerinde yarattığı olumsuz etkilerden biridir. Uçakların inip kalkması sonucu meydana gelen sesler, inşaat çalışmalarından ve turist taşıma araçlarından çıkan sesler ise gürültü kirliliğine örnek verilebilir (Kozak vd., 2015).

Katı Atık: Katı atıklar küresel boyutta turizmin yarattığı büyük boyutlu bir kirlilik olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Turizm endüstrisinin yılda 35 milyon ton katı atık ürettiği tahmin edilmektedir. Bu sebeple katı atık yönetimi turizm sektörü ve tüm dünya için karmaşık ve çok boyutlu bir sorundur (Ezeah vd., 2015).

Lankford ve Howard'ın 1994 yılında yaptığı araştırmada, katılımcıların çoğunluğu turizmin daha fazla çöp ve atık sorunu yarattığını savunmuşlardır. Bu çöp ve atıklar turistik bölgenin manzara güzelliğini yok etmektedir (Kim, 2002). Atıklar, insan sağlığı, çevre, iş dünyası ve ulusal ekonomi için zarar verici ve tehdit edici bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sebeple atıkların azaltılması ya da başarılı bir geri dönüşüm programı ile atıkların yönetimi her işletmenin ciddiyetle üstünde durmasını gerektiren bir konudur. Atık miktarı asgari düzeye çekilirse hem işletmenin ekonomik kazancı artar hem de atık toplama alanlarına duyulan ihtiyaç azalır (Tuna, 2007). Turizm bulunduğu bölgeyi kalkındırırken, gelişim sonucu çevreye bıraktığı atıklar nedeniyle ileriye dönük gelişimi olumsuz yönde etkiler.

Yaban hayatı ve ekoloji: Son yıllarda yaban hayatına yönelik turistik faaliyetler artış göstermiş olsa da turizmin yaban hayatı üzerindeki etkileri detaylı olarak incelenmemiştir. Turizmin yaban hayatı üzerindeki etkisini inceleyen araştırmaların çoğu, doğal ortamlarda yaşayan sınırlı sayıdaki memelilere ve kuşlara odaklanmıştır. Bazı türler için, yalnızca parklar ve doğal koruma alanları bulunmaktadır. Ne yazık ki, büyük topraklar gerektiren veya göç etme davranışlarına giren türler için, korunan bu küçük alanlar yetersizdir. Yapılmış birçok akademik çalışma turizmin ekolojik dengenin bozulmada önemli bir rolü oynadığını

savunmuşlardır (Kim, 2002). Bitki ve hayvan türleri yapısındaki değişimler aşağıdaki şekilde açıklamıştır (Avcıkurt, 2015: 57);

- Soyların tükenmesi ya da yok olması.
- Avlanma yoluyla hayvanların yok edilmesi.
- Hediyelik eşya ticaretinin gelişimi için hayvan topluluğunun yok edilmesi.
- Bitki ve ağaç topluluğunun yok edilmesi.
- Turistik donanımlara mekân sağlamak için mevcut bitki örtüsünün yapısının değiştirilmesi ya da bozulması.
- Yaban hayatının zarara uğratılması.

Ancak birçok akademisyen uzun vadeli iyi bir planlamanın turizmin çevresel etkisini kontrol altında tutulabileceğini ileri sürmektedirler (Kim, 2002). Uygun plan ve politikaların belirlenip hayata geçirilmesi ve turizmin tarafları arasında turizm bilincinin oluşması halinde turizm temiz bir çevreyi teşvik edici etken olacaktır (Avcıkurt, 2015).

2.1.3. Turizmin sosyo-kültürel etkileri

Sosyoloji, toplumsal ilişkileri, statü ve rolleri, gruplar arası ilişkileri, örgütlenmeleri ve örgütlerin bu toplumsal birimler arasındaki etkileşimlerini, bu etkileşimlerin bütünü oluşturan karışık toplum düzenini ve toplumun değişim evrelerini kendi metod ve prensiplerine göre araştırmaktadır. Tüm toplumsal olaylar sosyolojinin konusudur. Turizm olgusu da, sosyolojinin bir alt dalı olarak kabul görmüş “turizm sosyolojisi” alanı adı altında incelenmektedir (Avcıkurt, 2007).

Turizm sektörü dünya toplumları arasındaki kültürel farklılıkların fark edilmesine ve bu toplulukların bazılarının biraz da olsa zamanla birbirlerinden etkilenmeye başlamasına katkıda bulunmaktadır (Kozak vd., 2015). Turist, turist ve yerel halk arasındaki ilişkiler, turizm sisteminin fonksiyonu ve yapısı ile turizmin meydana çıkardığı sonuçlar turizm sosyolojisi kapsamında araştırılmaktadır (Avcıkurt, 2015). Turistik motivasyonlar, roller, ilişkiler, kurumlar ve bunların turistler ve turist kabul

eden toplum üzerindeki etkileri turizmin sosyolojik açıdan araştırılma nedenlerindendir (Cohen, 1984).

Turizmin sosyal etkisi: Toplumsal bir olgu olan turizmi, sadece ekonomik boyutları ile inceleyemeyiz. Turizm, bireysel olarak, birbirini daha önce hiç tanımamış iki insanın yüz yüze gelip ve etkileşime geçmesiyle meydana gelen sosyal bir olgudur. Grup olarak ve toplumsal düzeyde ve özellikle dış turizm gündeme geldiğinde, iki farklı kültürden iki farklı insanın ya da grubun, bir araya gelmesi ve teması geçmesi söz konusudur. Dış turizm gündeme geldiğinde, farklı dil, din ve kültüre sahip insanların geçici bir süre de olsa bir toplumsal ilişki üretmeleri söz konusudur. Turist ve ona hizmet eden kişinin, birbiriyle temasında, her iki kişinin farklı sosyo-kültürel geçmişi, bu ilişkinin türünü ve yapısını biçimlendirmektedir (Tuna, 2012).

Turistler yapmış oldukları turistik faaliyetler sonucu meydana çıkan sosyal etkileri, ziyaret ettikleri ev sahibi yerel halkın sosyo-kültürel yaşantısına bırakarak oradan ayrılırlar (Kariel, 1982). Turistler gittikleri yerleri sosyal açıdan etkilerken, diğer yandan da bu yerlerden kendileri de etkilenmektedir. Turizm sosyal bir olgu olmasından dolayı, sosyal etkiler mevcut sosyal değerlere, kişisel davranışlara, aile içi ilişkilere, güvenlik kavramına, ahlaki kurallara, zanaat faaliyetlerine, geleneksel gösterilere ve toplumun sosyal yapısına doğrudan veya dolaylı olarak etki etmektedir (Gürbüz; 2002). Turizm sektöründe küçük ölçek de turistten yerli halka veya yerli halktan turiste doğru sosyal etki akışına rastlanırken, büyük ölçekte ise toplumlardan toplumlara doğru bir sosyal etki akışı karşımıza çıkmaktadır (Güzel, 2013). Sosyal etkiler destinasyon araştırmalarında her geçen gün artan bir öneme sahip olmaya başlamıştır. Çünkü turizmin sosyal etkileri, turizm algı ve tutumlarının hemen hemen tümüne odaklanmaktadır (Lawton, 2005).

Turizmin çok fazla ve çeşitli sosyal etkileri bulunmaktadır (Cohen, 1984). Turizmin sosyal yapı üzerindeki etkileri; birey, aile, toplum ve kültür, eğitim, hayat standardı ve sosyal sınıflar alt başlıklarında aşağıda incelenmektedir (Avcıkurt, 2007).

Turizmin birey üzerindeki etkileri: Turizm olgusunun yerel halk ve bireyler üzerinde etkileri farklılıklar içermektedir. Turistlerin sergilediği hal ve tavırlar, turistik

bölgenin yoğunluğu, turizmin gerçekleştiği alanın büyüklüğü, taşıma kapasitesi, yerel halkın algılama kapasitesi, kültürel farklılık, iş durumu, turizmden gelen kazanç seviyesi gibi değişkenlerden dolayı turistlerin sergilediği veya takındığı davranışlar ziyaretin gerçekleştiği yerdeki yöre halkının ve en basit düzeyde bireylerin değerlerinde farklılık ve değişimin olmasına yol açmaktadır (Ay, 2014).

Turizm bireyde özgür düşüncenin gelişmesine olanak sağlamaktadır. Bireylerin algılamalarını ve tutumlarını etkileyerek, bireysel donanımlarını evrensel değerlerle yenileyebilmelerinde önemli bir rol oynamaktadır (Avcıkurt, 2007).

Turizmin aile üzerindeki etkileri: Turizmin gelişme gösterdiği bölgelerde, genellikle ailenin küçüldüğü, ailedeki kadının rolünün değiştiği ve evlilik ile ilgili geleneklerin değişmesi gözlenmektedir. Turizmin bazı zamanlarda da aile içi çatışmalara ve aile yapısının bozulmasına neden olduğu da gözlemlenmiştir (Avcıkurt, 2015). Bazı görüşler ise turizmin turist gönderen ülke için aile bağlarını güçlendirdiğini savunmaktadır. Çalışma hayatı sonucunda parçalanan aile bireyleri arasındaki bağ ailenin turizm faaliyetlerine katıldığı zamanlarda güçlenmektedir (Avcıkurt, 2007).

Ulama (2015) ise turizmin aile üzerindeki etkilerini aşağıdaki şekilde sıralamıştır;

- Turizm olayının gerçekleştiği bölgelerde yaşayan aileler turizmin etkilerini farklı olarak hissederler.
- Turizmin az gelişmiş ülkelerde geleneksel temellere dayanan karşılıklı yardım ve işbirliğini azalttığı, kuşaklar arasındaki çatışmayı arttırdığı, daha geç evlenilmesine yol açtığı ve daha çok boşanmalara neden olduğu belirtilmektedir.
- Turizm kişisel, yakın ve içten ilişkilerin ortadan kalkmasına yol açmaktadır.
- Turizm kadınların rollerinde değişme yol açar ve kadınlar daha özgür bir duruma gelirler.
- Turizmin etkilerinin incelendiği bir çalışmada; kadınların turizm sektöründe çalışmaya başlamasıyla geleneksel rollerinin değiştiği, ailenin geçimini üstlendiği belirtilmiştir.

Turizmin eğitim üzerindeki etkileri: Eğitim turizmin sosyal yapıya doğrudan etki ettiği alanlardan biridir (Avcıkurt, 2015). Turizm faaliyetleri sonucu aile gelirinin artmasıyla aile bireyleri çocuklarının daha iyi standartlarda eğitim almalarına olanak sağlar. Turizm olgusu yerel halkın eğitim seviyesinin artmasına yol açmaktadır (Alhasanat, 2010). Geçmiş çalışmalarda, artan eğitim düzeyinin turizme yönelik yerel halkın tutumlarının olumlu etkilediğini saptamıştır. Wang ve Pfister 2008 yılında Washington'daki çalışmalarında, yöre halkının eğitim düzeyinin, turizmin algılanan faydası ile olumlu yönde bir ilişkisi olduğu sonucuna varmışlardır (Bagri ve Kala; 2016).

Turizmin hayat standardı üzerindeki etkileri: Bir bölgede turizm endüstrisinin gelişme göstermesi, yerel halkın dilediği hayat standartlarına ulaşmasına ivme katmaktadır. Turizm endüstrisinin geliştiği bölgelerde iş imkânları ve gelir artmaktadır. Bu da devletin vergi gelirlerinin artması yolu ile toplumsal refahın sağlanması için kamu hizmetlerine yapılan harcamalarda da artışa yol açmaktadır. Tüm bunlar kişilerin refah seviyesini ve hayat standardını yükseltmektedir (Türker vd., 2016).

Turizmin sosyal sınıflar üzerindeki etkileri: Turizm genel anlamda birçok sosyal sınıfın yararına gibi görünse de, turizmin gelişmesi toplumsal sınıflar arasında ayrılık ve eşitsizliğe neden olmaktadır. Birçok turistik hizmetten yalnızca toplumun belli bir kesimi (gelir seviyesi yüksek olan) yararlanırken, ekonomik gücü olmayanların bu hizmetlerden yararlanamaması sınıflar arasında ayrılığa yol açmaktadır. İnsanların seyahat etme eğiliminde gelir seviyelerinin ve sosyal sınıf statüsünün etkisi önemli yer tutmaktadır. Gelir seviyesi yüksek olan sosyal sınıflar, geliri düşük olan sosyal sınıfın aksine daha sık seyahat etmekte ve turistik faaliyetlere katılmaktadır (Civelek, 2010). Son yıllarda ekonomik açıdan zenginliğe ulaşan, turizm ile yaşam biçimleri değişip daha refah yaşamaya başlayan sosyal sınıflarında kültürel yapıları, politik tercihleri ve seyahat etme alışkanlıklarında da değişimler gözlenmektedir (Avcıkurt, 2007).

Turizmin toplum ve kültür üzerindeki etkisi: Kültür, nesiller boyunca kazanılmış ve aktarılmış davranış kalıpları, bilgi ve değerleri içermektedir. Ayrıca, kültürün bilgi,

inanç, sanat, ahlaki hukuk, gelenek ve kişinin topluluk üyesi olarak edindiği diğer yetenek ve alışkanlıkları içeren karmaşık bir bütün olduğunu belirtmektedirler (Burn ve Holden, 1995). Turizmin kültürel etkisinin hissedildiği alanlar; el sanatları, dil, gelenekler, gastronomi, sanat ve müzik, kılık-kıyafet, boş zaman etkinlikleri, eğitim sistemi, mimari, yerel halkın yürüttüğü iş türleri, bölgenin tarihi ve kültürel değerleri ve din olarak ifade edilmiştir (Mason, 2003).

Turizm kültürel açıdan bakıldığında birçok yeniliği ve gelişmeyi beraberinde turist çeken bölgeye götürürken, o bölgenin geleneksel sosyo-kültürel yapısının ve davranış kalıplarının bozulmasına da yol açmaktadır (Var vd., 1985). Ekonomik boyutta yerel halkın rahatlaması ve feraha çıkması için cezbedici gibi görünen turistik bölge, giderek artan maliyetler, yerel halkın ve özellikle gençlerin kültürel miraslarını kaybetmesiyle yerini suç oranının arttığı bir bölge halini almaktadır. Farklı ülke kültürleri iki ve ya daha fazla kültürün birbiriyle temas kurması ya da fikir alışverişinde bulunması yolu ile etkileşim içine girmektedirler. Genel olarak henüz gelişme aşamasında olan ülkelerin yerel kültürleri ve gelenekleri, o yöreyi ziyaret eden daha fazla gelişmiş olan ülke tarafından değişime uğrar (Weaver ve Lawton, 2001). Bazen de turistik destinasyonlar turistlerin beklentilerini karşılamak için yerel değerlerini değiştirme eğilimine girerler. Böylece turistler görmeyi bekledikleri değil, görmek istediklerini görmek için harcama yaparlar (Kim, 2002).

Araştırmalar, turistlerin bölge halkının kültür ve toplum yapısının değişiminde daha etkili olduğunu göstermektedir. Araştırmacılar buna yol açan sebep olarak turizmin özellikle ekonomik ve kültürel yönlerden gelişmemiş bölgelerde teşvik edildiği için, bu bölgede yaşayan yerel halkın kendilerine yabancı bir yaşam tarzına uyum sağlamaya istekli olduğunu, bu sebeple kendisine göre farklı bir kültürden gelen bir turisti örnek olarak seçebileceğini ve sonuçta da onlar gibi yaşamak isteyebileceğini belirtmektedirler. Turizm toplumun hoşgörü ortamını geliştirir, kırsal bölgelerin kentleşmesini hızlandırır, kadın haklarında ilerlemeye yol açar, toplumda boş zamanı kullanma alışkanlığını geliştirir, temizlik bilincinin artmasına yol açar, yeni toplumsal kurumların ortaya çıkmasına neden olur, yerel halkta tarih ve kültür değerlerine sahip çıkma bilinci gelişir ve toplumu dil öğrenmeye yönlendirir. Turizm olgusunun olumlu

toplumsal etkilerinin yanı sıra; yabancı düşmanlığını arttırmak, suç oranında artış, kültürün ticarileşmesi ve turistleri taklit sonucu olumsuz yönelmenin meydana çıkması gibi olumsuz etkileri de bulunmaktadır (Kozak vd., 2015).

2.1.3.1. Turizmin olumlu sosyo-kültürel etkisi

Sosyo-kültürel etkilerin ölçülmesi ve değerlendirilmesi basit değildir. Yerel topluluklar homojen olmadığı için, sosyo-kültürel etkiler her birey tarafından farklı şekilde algılanmaktadır (Mason, 2003). Turizm, turistik bölgedeki yerel halkın alışkanlıklarını, geleneklerini, sosyal yaşamını, inançlarını ve değerlerini etkileyen yerel sosyokültürel karakterler üzerinde etkili olmaktadır. Sosyokültürel düzlemde, yerel halk ve turistler arasında yeni sosyal ve kültürel fırsatlarla sonuçlanabilecek etkileşimler gerçekleşir, ya da aksine sakinlerin yaşamındaki farklı zamanlarda, kültürel kimliklerini ve toplumsal gerçekliklerini tehdit ederek, sıkıntı, baskı, tıkanıklık vb. duygular uyandırır (Garcia vd., 2015). Turizmin olumlu sosyo-kültürel etkileri aşağıdaki gibidir (Çalışkan, 2003: 108-109; Kim, 2002: 84; Özel, 2014: 58);

- Barış için güç yaratır.
- Toplumlara kuvvetlendirir.
- Turistik tesislerin yerel halka faydası artar.
- Kültürel ve geleneksel zenginlikler değerlendirilir.
- Sivil katılımı ve gururu destekler.
- Artan turizm faaliyetleri yerel halk için daha fazla rekreasyonel fırsatlar yaratır.
- Turizm toplumdaki eğlence çeşitliliğinin artmasını sağlar.
- Turizm, yerel kültürü canlı tutmaya ve toplumun kültürel kimliğini sürdürmeye yardımcı olur.
- Boş zamanı iyi kullanma alışkanlığı gelişir.
- Kültürel değerleri korumak için yeni toplumsal kurumlar ortaya çıkar.

2.1.3.2. Turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkisi

Birçok akademik çalışmada turizmin etki gösterdiği bölgede, suç oranını arttırdığı kabul edilmiştir. Ayrıca turizmin alkol tüketiminde artışa, uyuşturucu kullanımına ve son olarak da fuhuşa neden olduğu tespit edilmiştir (Doğan, 1989; Long vd., 1990; Haralambopoulos ve Pizam, 1996; Andereck vd., 2005; Garcia vd., 2016).

Turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkilerini aşağıda sıralanmaktadır (Çalışkan, 2003: 109-113; Kim 2002: 84);

- Yerel kimlik ve değerlerin değişip kaybolmasına yol açar.
- Kültür ticari bir meta haline dönüşür.
- Standartlaşmaya yol açar.
- Özgünlük kaybolur.
- Bölgedeki kültürel varlıklar turistlerin taleplerini karşılayacak şekilde düzenlenir.
- Kültürel çatışmaya sebep olur.
- Önyargıları artırır.
- Fiziksel etkiler sosyal baskıya yol açar.
- Turizm, toplumda suç oranı, uyuşturucu kullanımı, fuhuş vb. sorunların artmasına neden olur.
- Yüksek turizm sezonunda, tiyatro, film, konser vb. etkinlikler için bilet almak daha zordur.
- Turizm, yerel halkın geleneksel sosyo-kültürel davranış kalıplarının bozulmasına neden olmaktadır,
- Gösteriş etkisi olarak bilinen turistlerin yaşam biçimi taklit etmeye çalışılır (Özel, 2014: 58).

Aşağıda yer alan tabloda turizmin olumlu ve olumsuz etkileri özetlenmektedir;

Tablo 2-1: Turizmin Olumlu ve Olumsuz Etkileri

Olumlu Ekonomik Etkiler	Olumsuz Ekonomik Etkiler
1.İstihdam yaratır. 2.Döviz getirir. 3.Geliri artırır. 4.Gayri safi milli hasılayı artırır. 5.Altyapı olanak ve hizmetleri geliştirir (kanalizasyon sistemi). 6.Hükümet gelirini artırır (vergi). 7.Ekonomiyi çeşitlendirir.	1.Enflasyona neden olur. 2.Yerel ürünlere olan talebi artırır, gıda ve diğer ürünlerdeki fiyatlar artar. 3.Diğer ekonomik kalkınma projelerine kaynak aktarır. 4.İthalat talebi ile kaçak yaratır. 5.Mevsimlik istihdama yol açar. 6.Geleneksel emek modellerini değiştirir. 7.Altyapı inşaatı ve bakımı masraflarını artırır.
Olumlu Çevresel Etkiler	Olumsuz Çevresel Etkiler
1.Çevrenin korunmasını (deniz kaynaklarının) ve gelişmesini sağlar. 2.Yaban hayatı korumaya yönelik çalışmalar yapılmasına olanak sağlar. 3.Anıt ve yapıların restorasyonuna ya da iyileştirilmesine etki eder. 4.Eski yapıtların yeni kimlikleriyle ileriye dönük yaşaması için düzenlemeler yapılmasını sağlar.	1.Su, gürültü, hava kirliliğine, çöp ve katı atık oluşumuna yol açar. 2.Narin toprak ve plajlara zarar verir. 3.Mercan ve kıyı kumullarını yok eder. 4.Flora ve faunayı yok eder (bitki örtüsü ve hayvan türleri). 5.Tarımsal alanların yapılaşmaya açılmasına sebep olur. 6.Deniz kirlenmesi, anormal deniz yosunlarının yetişmesi.
Olumlu Sosyo-Kültürel Etkiler	Olumsuz Sosyo-Kültürel Etkiler
1.Ülkenin imajının olumlu algılanmasına sebep olur. 2.Turistlerin yanı sıra yerel halk (konut sakinleri) için de rekreasyonel olanaklar sağlar. 3.Modernleşme sürecini kolaylaştırır. 4.Eğitim olanaklarını geliştirir. 5.Yerel sanat, zanaat ve kültürün gelişip yayılmasına yol açar.	1.Zenginlikteki çarpıcı farklılıklar öfke ve karışıklık yaratır. 2.Aşırı kalabalık, tıkanıklık ve trafik sıkışıklığına neden olur. 3.Ahlakın bozulmasına, suç oranı artışına, fuhuş, uyuşturucu kullanımına ve kaçakçılığın yol açabilir. 4.Geleneksel toplumlar ve değerlerde çatışmalara neden olur.

6.Yerel halkta kültür mirasını koruma ve tarihine sahip çıkma bilinci gelişir.	5.Yerli halkın turistleri taklit etmesi olumsuz yönlenmeye sebep olur.
7.Hoşgörü ortamını geliştirir.	6.El sanatlarının bozulup, gelişmesini engeller.
8.Kadın haklarının gelişmesine etki eder.	
9.Aile bağlarını güçlendirir.	
10.Yabancı dil öğrenmeye yönlendirir.	

Kaynak: Kim, 2002; Tuna, 2007; Kozak vd., 2015; Avcıkurt, 2015; M. Deery vd., 2012)

2.2. Yerel Halkın Turizm Gelişim Desteğine ve Etkilerine İlişkin Algı ve Tutumları

Turistik destinasyonlarda yaşayan yerel halkın turizme olan bakış açısı, turizm sektörünün gelişiminde ve sahip olunan doğal, tarihi ve kültürel çevre kaynaklarının olumlu yönleriyle kullanılmasında ve geliştirilmesinde başrolü oynamaktadır. Ülkemiz turizm bakımından gelişmiş olan birçok ülkeden gerek doğal gerek kültürel ve gerekse tarihi açıdan daha zengin kaynaklara sahip olmasına rağmen, yerel halkın desteğini tam anlamıyla sağlayamadığından, turizm olgusunun gelişiminde ve turizm gelirlerinde arzu edilen seviyeye gelinememektedir (Cengiz ve Kırkbir, 2007).

Turizm gelişiminde yerel halkın aktif rol almasını sağlamak için onların turizme yönelik tutumlarının belirlenmesi gerekmektedir. Turizm yazınında yapılmış olan akademik çalışmalar turizme dair yerel halkın tutumlarının turizmin algılanan etkilerinden kaynaklandığını ortaya koymuştur. Algılanan bu etkiler ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel kökenli olup; yöredeki turizmin gelişme seviyesi, turizmin mevsimsellik özelliği, yerel halkın demografik yapısı, yöredeki yaşam süreleri, yollardaki trafik ve kalabalıklaşma, emlak ve arazi fiyatları üzerindeki etkileri, dinlenme alanlarının artması, turizm endüstrisinin ekonomik açıdan iyi gelir ve fırsatlar sunması, turizm sektöründe istihdam olanaklarının olması gibi etkilere göre yerel halkın tutumları olumlu ya da olumsuz bir hal almaktadır (Özdemir vd., 2016)

Lankford ve Howard, turizm endüstrisinde çalışan yerel halkın, işletme sahipleri olduklarında turizme daha olumlu bir tepki verdiğini bulmuşlardır. Buna ek olarak, aile bireylerinden turizm sektöründe istihdam edilen sakinler, turizm endüstrisi ile aile bağları bulunmayan diğer sakinlere göre daha olumlu bir algıya sahiptir (Choi, 2013).

Bunlardan yola çıkarak turizmin olumlu bir gelişim gösterebilmesi, sürdürülebilir olması ve o yörede yaşayan halkın da desteğinin kazanılması için iki önemli unsur vardır. Bu unsurlardan ilki; turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel olumlu etkilerinin oluşabilecek en yüksek seviyelere taşınması, ikincisi de olumsuz etkilerinin en düşük seviyelere indirilmesine ve bu seviyelerde korunmasına bağlıdır (Özdemir vd., 2016).

2.3. Yerel Halkın Turizm Gelişim Desteğine İlişkin Algısını Belirleyen Etkenler

Birçok turizm araştırmacısı için turizmin gelişimi ve sürdürülebilir olması yerel halkın desteği olmadan mümkün gözükmemektedir. Ülkeler (ve ülkeler içindeki bölgeler) ulusal gelir, istihdam ve yaşam standartlarını yükseltme aracı olarak turizme yöneldikçe, birçok etkene bağlı olarak olumlu ve olumsuz gelişmeler yerel nüfusu etkilemeye başlamaktadır (Akış vd., 1996).

Turist destinasyonları hem yerel halk hem de turistler üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Turizmin maliyet ve yararlarının yerel halk tarafından dengeli bir şekilde algılanışının ziyaretçi memnuniyetinde önemli bir faktör olduğu düşünülmektedir. Fisher toplum algılamasının, topluluk gelişiminde etkili bir unsur olduğunu savunmaktadır. Bu nedenle, yerel sakinlerin turizm gelişiminin etkilerini nasıl algıladıklarını anlamak, ev sahibi topluluğun turizminin gelişiminin gelecekteki planlanması ve yönetilmesi için gereklidir (Choi, 2013). Yerel halkın turizmi algılamaları üzerindeki bazı önemli etkiler şu şekilde vurgulanmıştır (Çalışkan ve Özer, 2014: 120);

- Bölgedeki yaşam süreleri.
- Turizme bağımlılık.
- Ana turistik faaliyetler ile yaşadıkları yer arasındaki mesafe.

Brida vd. (2011) göre, yerel halkın turizmin gelişimini algılanmasındaki belirleyici etkenler aşağıda sıralanmaktadır;

- Topluluğa bağlılığı veya yaşadığı bölgedeki ikamet süresi.

- Yerel halkın turizm hakkındaki bilgisi, turistlerle iletişim kurması ve ziyaretçi yoğunluğu.
- Turizm merkezine olan yakınlık.
- Turizmde kişisel dayanışma.
- Yerel halkın rekreasyonel etkinliklere katılım düzeyi.
- Demografik değişkenler (yaş, dil, cinsiyet, medeni hal vb.).
- Turizm olayının mevsimselliği.
- Turizm vergileri ve yerel halkın geleceğini algılayışı.
- Destinasyon bölgesinin gelişim süreci.

Yerel halkın turizmin gelişimine yönelik tutumlarının incelendiği birçok mevcut akademik çalışma, genel olarak yerel halkın tutumlarını belirleyen birçok etkenin olduğuna ve sakinlerin turizm gelişimi ve turistler hakkında çeşitli görüşlere sahip olduklarına dikkat çekmektedirler (Mason ve Cheyne, 2000). Yapılmış araştırmalarda özellikle sosyo-demografik değişkenlerin turizme yönelik yerel halk algısını şekillendirmede gerçekten etkili boyutları olabileceğini savunmaktadırlar. Bu boyutlar temel olarak, cinsiyet, yaş, doğum yeri, topluma bağlılık düzeyi, etnik köken, eğitim düzeyi ve ikamet süresi gibi faktörleri içermektedir. Ayrıca turistler ve yerel halk arasındaki iletişim, tatil yerlerine (tatil köylerine) olan yakınlık, ekonomik bağımlılık, turizmin ve ekonominin gelişimi, turizm hakkındaki bilgi seviyesi ve yerel halkın turizmin karar alma sürecine katılımı gibi değişkenler yerel halkın turizmin gelişimine yönelik algılamalarında ve desteğinde etkili olarak tanımlanmıştır (Cordero, 2007).

Turizm gelişiminde en büyük pay yerel halka aittir. Yerel halkın desteklemediği, katılmadığı bir turistik bölgenin turizm potansiyeli yüksek bile olsa gelişim gösterme şansı olmayacaktır. Ancak yerel halk turizm ile ilişki içine girerken ve girdikten sonra bu gelişim sürecini desteklerken algısını, tutumunu ve kararını etkileyen birçok etkenle karşı karşıya kalmaktadır. Yukarıda bahsedilen bu etkenler turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel gelişimine olumlu ve olumsuz yönde katkı sağlamaktadır.

Türker ve diğerlerinin (2016) turizm gelişiminin Safranbolu'daki yerel halkın yaşam kalitesi üzerine etkilerini belirlediği çalışmasında; turizmin yerel halkın yaşam

kalitesini olumlu yönde etkilediği sonucuna varılmıştır. Anket neticesinde ekonomik, kültürel ve çevresel etkiler Safranbolu halkının yaşam kalitesini olumlu, sosyal etkilerinin ise olumsuz olarak etkilediği tespit edilmiştir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MUĞLA'DA TURİZM

3.1. Konumu, Doğal Özellikleri ve Ulaşım

Ülkemiz için oldukça zengin turizm potansiyeline sahip ilin; doğusunda Antalya, kuzeydoğusunda Denizli ve Burdur, kuzeyinde Aydın yer almaktadır. Muğla, toplam uzunluğu 1.500 km'ye yaklaşan deniz kıyıları ile Türkiye'nin en uzun sahil şeridinde sahip ilidir (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017). Anadolu'nun güneybatı kesiminde, deniz seviyesinden 646 m. yükseklikte olup, 12.980 km² yüz ölçümüne sahiptir. Muğla'nın, Ege Denizi kıyılarında 48, Akdeniz kıyılarında 13 olmak üzere toplam 61 küçük adası bulunmaktadır (Gürdal, 2014, Muğla il Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017). Ormanlarda genellikle kızılçam, karaçam, fıstıkçamı, sedir, ardıç ve endemik olarak karşımıza çıkan sığla (günlük) ağaçları bulunmaktadır (www.cografya.gen.tr).

Muğla ili Türkiye'nin en engebeli yörelerindendir. Sarp ve dağlık kesimler, il topraklarının %77'sini oluşturmaktadır. Sık bir orman örtüsü ile kaplı dağlık alanları, %12,3'lük payla platolar, %10,7'lik pay ile ovalar takip etmektedir. Batı Torosların genel çizgilerine uyarak kuzeydoğudan güneybatı yönünde uzanan dağlar arasında Oyuklu Dağı, Bencik Dağı, İlbir Dağı, Balaban Dağı, Sandıras Dağı, Çal Dağı, Boncuk Dağı, Yaylacık Dağı, Baba Dağı ve Akdağlar bulunmaktadır (Bingöl, 2008).

Muğla'da irili ufaklı birçok göl de bulunmaktadır. Bunlardan en büyüğü olan Köyceğiz gölünün yüksekliği deniz seviyesinden 2m'dir, gölde yüzme, su kayağı, yelken, kürek ve sörf gibi su sporları yapılabilmektedir. Diğer önemli göl ise yarısı Aydın il sınırlarında bulunan yarısı Milas ilçesinde yer alan Bafa Gölü'dür ve toplam yüzölçümü 60 km²'dir (Gürdal, 2014).

Muğla, yaban varlığı açısından çok zengin bir coğrafyaya sahiptir. Marmaris Adaköy'de alageyik üretme ve koruma ile Marmaris Karadağ yarımadası, Yılanlı Çakmak Kocatepe ve Köyceğiz'de yaban keçisi üretme ve koruma alanları vardır. "Caretta Caretta" adlı deniz kaplumbağası, Dalyan-İztuzu üreme alanında kontrol ve

koruma altında tutulmaktadır. Bildircin, keklik, leylek, kırlangıç, şahin, serçe, yaban kazı gibi kuş türleri ile yaban keçisi, alageyik, kurt, çakal, tilki gibi birçok memeli hayvan için Muğla ev sahipliği yapmaktadır. Zengin ormanlık alanlara sahip olan Muğla da, birçok doğal alanda koruma altındadır. Muğla’da doğal, tarihsel ve kültürel olarak korunan alanların sayısı oldukça fazladır. İlde 5 adet Özel Çevre Koruma Bölgesi, 2 adet Milli Park, 167 adet Doğal Sit bulunmaktadır (GEKA, 2016). Aşağıda bulunan Tablo 3-1’de Muğla ili doğal, kültürel ve tarihi kaynakların envanteri görülmektedir.

Tablo 3-1: Muğla İlindeki Doğal, Kültürel ve Tarihi Kaynaklar

Doğal Kaynaklar	Sayı	Kültürel ve Tarihi Kaynaklar	Sayı
Kıyı Bandı uzunluğu (km)	1479		
Körfez	4	Doğal Sit Alanı	167
Termal Kaynak	11	Arkeolojik Sit Alanı	831
Akarsu	2	Kentsel Sit Alanı	12
Mavi Bayraklı Plaj	101	Kentsel Arkeolojik Sit Alanı	5
Kanyon	6		
Milli Park	2	Karma Sit Alanları	8
Orman İçi dinlenme tesisi	17	Doğal Sit İle Çakışan Sit Alanları	21
Orman varlığı	68%		
Tabii Göl	4	Müze	5
Kış turizmi potansiyel alanı	3	Ören Yerleri	217
Mağara	4	Anıt Ağaçlar	82

Kaynak: Muğla İl ve Kültür Turizm Müdürlüğü Verileri, 2017.

Muğla'ya karayolu, havayolu ve denizyolu ile geniş ulaşım olanakları mevcuttur.

Kara yolu: Muğla'ya, İzmir-Aydın'dan, Denizli'den ve Antalya-Fethiye yönünden karayolu bulunmaktadır. Şehirlerarası ulaşım, özel otobüs firmaları aracılığıyla gerçekleştirilmektedir (Çağlayan, 2010).

Hava yolu: İl sınırları içerisinde bulunan Bodrum-Milas ve Dalaman Havaalanları olmak üzere toplam iki adet havaalanı ile yurtiçi ve yurtdışına seyahat eden binlerce kişiye hizmet vermektedir (Yıldız Özsalmanlı, 2016).

Deniz yolu: Eski çağlardan bu yana deniz taşımacılığı Muğla yöresinde önemli bir ulaşım yöntemi olarak kullanılmaktadır. İlçeler arasında feribot seferleri ile ulaşım sağlanmasının yanı sıra, uluslararası düzeyde de, Fethiye, Göcek, Dalaman, Marmaris, Datça, Bodrum ve Güllük'de bulunan limanlar önemli yer tutmaktadır (GEKA, 2016).

Milas'ın Güllük ve Gökova Körfezlerinde toplam 197,4 km uzunluğunda kıyıları vardır. Güllük İskelesi, önemli bir ithalat ve ihracat iskelesidir. Güneydeki Ören İskelesi, günümüzde Çökertme Koyu ile birlikte Bodrum'dan Gökova'ya mavi yolculuğa çıkan yatların dönüş yolları üzerindeki uğrak yerleri haline gelmiştir (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017).

Muğla merkezde hızlı büyüme, her geçen gün artış göstermektedir. Özel araç sahipliğinin artması trafik yoğunluğu oluşturmakta, hava kirliliğine sebep olmaktadır. Bu bakımdan araç sahiplerini toplu taşıma kullanımına özendirmek için çalışmalar yapmak gerekmektedir. Yaya ulaşımının kolaylaştırılması ve bisiklet yollarının yaygınlaştırılması büyük önem taşımaktadır. Muğla'da 2,1 km uzunluğunda kent içi bisiklet yolu bulunmaktadır. Muğla'nın büyükşehir olmasıyla belediyenin sorumluluk alanları artmıştır. Bu sorumluluk alanları kapsamında; mekânsal gelişim ve kent planları gözetilerek ulusal stratejiler ve yasal yükümlülükler doğrultusunda "Ulaşım Ana Planı" hazırlanması gerekmektedir (Aktuğ, 2013).

3.2. İklimsel Özellikleri

Muğla'da Akdeniz iklimi etkisi hâkimdir: Yükseltinin değişken olmasına bağlı olarak kıyı kesimlerde ılık bir iklim hâkimken yüksek kesimlerde kış ayları serin

geçmektedir. Akdeniz ikliminin ve dağların kıyıya paralel olması etkisiyle özellikle kış aylarında yoğun yağış görülmektedir (Ekici, 2016). Muğla ili çok çeşitli ve zengin bir floraya sahiptir. Bitki örtüsü olarak makilikler ve çam ormanları hâkimdir (GEKA, 2016). 800 m. kadar olan yüksek alanlarda “Asıl Akdeniz İklimi” ve 800 m.den daha yüksek alanlarda ise “Akdeniz Dağ İklimi” görülmektedir (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017). Kışlar yağışlı ve serin, yazlar yağışsız ve kurak geçmektedir. Kıyıdan içeriye gidildikçe kara ikliminin tesiri görülmekte ve sıcaklık düşmektedir. Kıyılarda kar yağışı görülmez. İç kısımlarda ise yılda 1-2 gün kar görülebilmektedir. Yağış miktarı 1180 mm ile 775 mm arasında bölgelere göre değişiklik gösteren ilin topraklarının %75’e yakını orman ve fundalıklarla kaplıdır (www.cografya.gen.tr).

3.3. Nüfus ve Demografik Özellikler

Muğla ili, 2015 yılı itibariyle idari olarak 13 ilçe, 49 belediye ve 396 köye ayrılmıştır ve 2014 yılından beri yerel yönetim olarak hizmetlerini ve çalışmalarını 13 ilçe belediyesi, 551 mahalle muhtarı ile birlikte yürütmektedir (Gürün, 2015: 3; www.wikiwand.com).

Muğla’nın 2016 yılı itibariyle 13 tane ilçesi bulunmaktadır. Bunlar Bodrum, Dalaman, Datça, Fethiye, Kavaklıdere, Köyceğiz, Marmaris, Menteşe (merkez ilçe), Milas, Ortaca, Seydikemer, Ula ve Yatağan’dır (Ekici, 2016: 56). Türkiye İstatistik Kurumu 2016 yılı verilerine göre, Muğla nüfusu 923.773’dir. Türkiye nüfusuna oranı %1,2’dir. Nüfusun, 470.404’ü erkeklerden ve 453.369’u kadınlardan meydana gelmektedir. Yüzde olarak ise; %50,92 erkek, %49,08 kadın nüfus mevcuttur. Ayrıca, yıllık nüfus artış hızı %16.26, nüfus yoğunluğu (kilometrekareye düşen insan sayısı) 72/km²’dir. Özsalmanlı (2016) tarafından yapılan çalışmada, Muğla’da toplam nüfusun işgücüne katılım oranı %55,5, toplam nüfusun istihdam oranı %51,5, okuma yazma %97.95, yüksekokul/fakülte mezunu %16.78, lise veya dengi mezunu oranı %23.35, net göç hızı %8,2 ve işsizlik oranı 7,3 olarak belirtilmiştir.

3.4. Tarihi

Birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış Muğla ilinin tarihi M.Ö. 3400 yıllarına kadar uzanmaktadır. Muğla, sırasıyla Karia, Mısır, İskit, Asur, Dor, Met, Pers, Makedon, Roma ve Bizans egemenliği altında kalmıştır. M. Ö. 3400 yılında bu bölgeye Kariyalılar yerleştiği için Karia adı verilmiştir. Bölgeye gelen kavmin başında “Kar” adında bir önder bulunmaktadır. Karia’nın kuzeyinde Lidya, batısında Frigya ve güneyinde Likya uygarlığı yer almaktaydı. Bu sınırlar kuzeyde Söke, Aydın ve Nazilli’nin üstünden başlayıp, güneyde Dalaman Çayı’nın döküldüğü yerde bitmektedir. Belirtilen bu sınırlar bölgenin bugünkü sınırlarına çok yakındır, Muğla ve Milas Karia’nın toplu yerleşim merkezleri olarak bilinmektedir (Çağlayan, 2010).

M. Ö. 387’deki “Kral Barışı” antlaşması tüm Asia kentlerini yeniden Pers yönetimi altına sokmuştur (Aladağ, 1991: 2). Persler Muğla ve çevresindeki şehirleri de alarak 200 yıl kadar bölgede hüküm sürmüşlerdir. M.Ö. 334’de İskender’in Anadolu’ya girişi ile bölgede Pers yönetimi son bulmuştur. Büyük İskender’ in ölümüyle sırasıyla Seleukosların, Rodos Krallığı’nın, Roma ve Bizans İmparatorluklarının egemenliğine girmiştir (Çağlayan, 2010). 1080 yılında Selçuklu komutanı Muğul Bey tarafından alınmıştır. 1261 yılından sonra, Menteşe Beyliği tarafından Türklerin himayesine geçmiştir, 1390 yılında Yıldırım Bayezid tarafından Osmanlı yönetimine katılan Muğla ve yöresi, tam olarak Türk egemenliğine 1451’de II. Mehmet (Fatih) Dönemi’nde girmiştir. 1916’da bağımsız sancak, Cumhuriyet’in ilanı ile il olmuştur (Gürdal, 2014).

İtalyanlar tarafından 11 Mayıs 1919 tarihinde işgal edilen Muğla bağımsızlık savaşı zamanında (5 Temmuz 1921 tarihinde) İtalyan işgalinden kurtulmuş ve sonrasında Türkiye Cumhuriyeti’nin illerinden biri olmuştur. Muğla 2012 yılında çıkarılmış 6360 sayılı (13 ilde büyükşehir belediyesi kurulması) kanun ile büyükşehir statüsü kazanmıştır. İlk mahalli idareler seçiminin yapıldığı 2014 yılından itibaren Muğla, hizmetlerini büyükşehir belediyesi olarak yerine getirmeye başlamıştır (Ekici, 2016).

3.5. Sosyo-Ekonomik Yapı

Muğla ekonomik açıdan hayvancılık, balıkçılık, ormancılık, madencilik, el sanatları ve turizm alanında istihdam yaratmaktadır (Bingöl, 2008). Muğla'nın istihdam ve gelir bakımından en önemli sektörü turizmdir. Muğla, İstanbul ve Antalya'dan sonra en yoğun turist çeken üçüncü ilimizdir (GEKA, 2014). 2012 yılı verilerine göre, Muğla istihdamının %54'ü hizmetler sektöründe, %31'i sanayi sektöründe ve %15'i de tarım sektöründedir (GEKA, 2016). 2016 yılı aralık sonu itibariyle Muğla ili tahakkuk eden vergi geliri 3.371.498.979'dur (www.gib.gov.tr).

Muğla turizmin yanı sıra, yer altı zenginliğine de sahiptir. Yatağan ilçesinde linyit kömürü, Fethiye ilçesinde ise krom yatakları mevcuttur. Ayrıca Muğla'nın ününde mermer yataklarının da etkisi büyüktür. Mermer işlemeciliği de kentin önemli ekonomik gelir getiren kaynaklarından biridir. Dalaman ilçesindeki kâğıt fabrikası, Yatağan, Yeniköy ve Kemerköy'deki termik santraller de Muğla için önemli ekonomik kaynaklardır (Ekici, 2016).

1970 yılı itibariyle turizm sektörünün belirmesiyle, arıcılık ve tavukçulukta gelişme göstermiştir. Türkiye'de en çok bal üreten il olan Muğla, çam ballarıyla meşhurdur. Çipura, levrek, alabalık ve sazan balık yetiştiriciliğinin yapıldığı ilde balıkçılık büyük önem taşımaktadır. Bafa ve Köyceğiz göllerinde tatlı su balıkçılığı yapılmaktadır (Bingöl, 2008).

Milas'ta su ürünleri ve bitkisel üretim, Fethiye de bitkisel üretim, Yatağan ve Kavaklıdere'de madencilik, Bodrum'da tekne ve yat imalatı sektörleri ön plandadır. Türkiye genelinde ocak işletmeciliği ve blok mermer üretiminde Muğla ilk sırada yer almaktadır (GEKA, 2014).

Tarım sektörü de Muğla ili için önemli bir gelir kaynağıdır. Ulusal ölçekte birçok ürün ile ilk sıralarda yer almasının yanı sıra, yarattığı katma değer ile su ürünleri, yaş sebze meyve üretimi özellikle de örtü altı domates ve bal üretimi öncülüğü taşımaktadır. İlin 2015 yılı bitkisel üretim değeri yaklaşık 4,25 milyar TL'dir. Bu değer Türkiye'nin bitkisel üretim değerinin yaklaşık %2,5'ine denk gelmektedir (GEKA, 2017).

Muğla ili bünyesinde bulunan Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi de yukarıda bahsedilen ekonomik olanakların dışında, okuyan öğrencilerinin hareketlendirdiği hizmet sektörü de önemli bir ekonomik gelir kaynağıdır. 40 binden fazla öğrencisiyle, özellikle merkez ilçe Menteşe’de önemli bir ekonomik canlılığın olmasına neden olmaktadır (Ekici, 2016).

3.6. Muğla’da Turizm

Muğla ili doğal, tarihi ve kültürel değerler açısından oldukça zengin bir turizm potansiyeline sahiptir. Muğla yalnızca, ilçelerinin doğal güzellikleri ile değil, bizzat kendi kültürel zenginliğiyle de ulusal ve uluslararası düzeyde önemli bir konuma sahiptir. Aydın, Antalya ve Denizli gibi ülkemizdeki diğer turistik merkezlere olan yakınlığı ve Rodos, Kos, Simi gibi Yunan Adalarına olan gününbirlik ulaşım imkânı olması da Muğla ili turizminin önemli artılarındandır (Tuna, 2007).

Turizmin gelişmesi doğal, kültürel ve tarihi kaynak ve turistik çekiciliklerin yanı sıra, bunlara erişmek için geliştirilen havayolu terminalleri, limanlar, marinalar, otobüs garları, demiryolu istasyonları gibi ulaşım altyapısı, oteller gibi konaklama kolaylıkları, lokanta, kafe, bar ve fastfood (hazır yiyecek) gibi yeme-içme kolaylıkları, çeşitli rekreasyon faaliyetleri ilgili kolaylıklar ve eğlence yerleri gibi başka hizmetlerin tüketiciye ulaştırılmasıyla gerçekleşebilmektedir (Özgüç, 2015).

3.6.1. Ön plana çıkan değerleri

Birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Muğla, tarihi ve kültürel değerlerin izlerini taşıyan eşsiz bir coğrafyada konumlanmaktadır. Sahip olduğu kültürel ve turistik değerler bakımından dünyanın birçok yerine göre oldukça şanslı bir ilimiz olmasının yanında, aslında bir medeniyetler müzesi özelliği taşımaktadır.

Bodrum (Halikarnassos): Homeros Bodrum’dan “Ebedi Mavilikler Ülkesi” olarak bahsetmiştir, ilçenin tarihi M.Ö. 1200 yıllarına dayanmaktadır. Bodrum Kalesi, Mausoleum Anıtı, amfi tiyatrosu, sarnıçları, Myndos Kapısı, kaya mezarları, Mustafa Paşa ve Tepecik camileri ve zengin Arkeoloji Müzesi ile ülkemizin önde gelen turizm

merkezlerindendir (Şenol, 2016: 119). Akyarlar, Bitez, Gölterkbükü, Gündoğan, Gümüşlük, Turgutreis, Türkbükü, Tilkicik, Karaincir, Kargı, Bağla ve Gümbet'ten oluşan doğal koy ve plajları, Bodrum, Yalıkavak ve Göl Limanları mevcuttur (Gürdal, 2014).

Dalaman: Tarım ilçe ekonomisine en fazla katkı sağlayan sektördür, turizmin ekonomide az da olsa payı ön plana çıkmaktadır. Dalaman havaalanı mevsimlik istihdam yaratmaktadır. Narenciye üretiminde öne çıkan ilçelerdendir. Kâğıt fabrikası, TİGEM ve havaalanı ilçenin ekonomisine katkıda bulunmaktadır. Dalaman ilçe sınırları içerisinde bulunan koylar yat turizmi için çok elverişlidir. Bu koylar Akbükü, Boynuzbükü, Göbün, Kurşunlu ve Sarsala olarak bilinmektedir (GEKA, 2017).

Datça: (Knidos) Datça yarım adasının en batı ucunda Reşadiye Burnu üzerinde M.Ö. 7. yy 'da Dorlar tarafından kurulmuştur. Coğrafi güzelliği *nedeniyle* “Allah, uzun ömürlü olmasını dilediği kulunu Datça'da yaratır” denilmiştir (Şenol, 2016: 122). Datça “Bal-Badem-Balık”tan oluşan “3B” simgesi ve bol oksijenli şifa veren havası ile ilçeyi turizm talebi açısından çekici yapmaktadır (Gürdal, 2014).

Fethiye (Telmessos): Akdeniz'deki en önemli antik yerleşim merkezlerinden biridir. Telmessos Likyalılardan Kariyalılara armağan olarak verilmiş bir kendir. Fethiye'nin simgesi haline gelmiş Kaya mezarları doğal kayalar üzerine oyulmuştur. 3 km'lik kumsalı ile Ölüdeniz-Belcekız plajı kendini görenlere hayran bırakmaktadır, bunun yanında Ölüdeniz kumsalının arkasında uzanan Babadağ ülkemizde yamaç paraşütünün yapıldığı ilk yerdir ve bölgenin önemli yamaç paraşütü çekim merkezi olmasına olanak sağlamıştır (Şenol, 2016). Şövalye Adası, Gemiler Adası, Oniki Adalar, Saklıkent Milli Parkı, Ölüdeniz, Kelebekler Vadisi, Babadağ Yamaç Paraşütü, Yaka Park, Göcek, Kayaköy ilçenin önemli turizm varlıklarındandır (Gürdal, 2014).

Kavaklıdere: Muğla ilinin en düşük nüfuslu ilçesidir. Maden ve taş ocakları ilçe istihdamında önemli bir paya sahiptir. Ayrıca ilçe bakırcılıkla geleneksel üretim geleneğini devam ettirmektedir (GEKA, 2017: 5).

Köyceğiz: Muğla'ya 60 km uzaklıkta konumlanmaktadır. Eşsiz narenciye bahçeleri vardır. Köyceğiz Gölü etkileyici bir doğal güzelliğe sahiptir. Gölde bol miktarda alabalık yaşamaktadır (Şenol, 2016: 123).

Marmaris: 866 km²'lik yüzölçümüne sahiptir. Marmaris'in tarihi ve turistik değerleri; Marmaris Kalesi, Marmaris Müzesi, Marmaris Milli Parkı, Sarıana Türbesi, Physkos, Kervanasaray, Taşhan, Bozukkale, Kastabos, Syrna, Thyssanos, Phoinix, Larymna, Amos, Kasara'dır. Turistik beldeleri; İçmeler, Turunç, Hisarönü, Bozburun, Çiftlik-Kumlubük, Orhaniye, Selimiye, Söğüt, Turgut ve Bayır köyüdür (Tuna, 2007). Marmaris 6500 hektar çam ve Günlük "Sığla Ağacı" (Liquidamber Orientalis) ormanı, olağanüstü doğal güzellikleri, koyları, körfezleri, adaları, sualtı zenginlikleri ile ülkemizin turizm pazarında talep yaratan önemli bir turizm merkezidir (Gürdal, 2014).

Menteşe: Menteşe ilçesi, 06 Aralık 2012 tarihinde yürürlüğe giren 6360 sayılı kanun ile Muğla Merkez ile 4 belde ve 48 köyü kapsayacak şekilde kurulmuştur (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017). Muğla ilçelerinde olduğu kadar Merkez ilçesinde de yerli ve yabancı turistlerin ziyaretine açık saymakla bitmeyecek birçok değere sahiptir. Karabağlar Yaylası, Keyfoturağı Kahvesi, Süpüroğlu Kahvesi, Ayvalı Kahvesi, Berberler Kahvesi, Cihanbeğendi Kahvesi, Elmalı Kahvesi, Gökkıble Kahvesi, Tozlu Kahvesi, Allan Kavağı, Muğla Bacaları, Muğla Evleri, Muğla Sokakları, Andon'un Hamamı (Zeliha'nın hamamı), Saburhane Meydanı, Şemsi Ana, Ulu Camii, Kurşunlu Camii, Şahidi Camii, Kültür Evi, Yağcılar Hanı, Özbekler Evi, Saatli Kule, Hacıkadı Evi, Arasta, Konakaltı Hanı, Sanat Evi, Mabolla Kalesi, Muğla Kent Ormanı, Trolian Park Menteşe merkez ilçenin tarihi ve turistik değerleridir (Çağlayan, 2010).

Muğla ili termal turizm açısından da zengin kaynaklara sahiptir. Bodrum'da Karaada ılıcası ve Bodrum içmesi, Marmaris'te Gölenye içmesi, Milas'ta Sepetçiler, Asın içmesi, Bahçeburun Maden Suyu içmesi, Köyceğiz de Çavuş ılıcası, Dalaman İncebel ılıcası, Yatağan Bozük ılıcası, Saklıkent Gebeler Köyü Kaplıcası, Sultaniye ve Veli Bey kaplıcası olmak üzere il genelinde birçok kaplıca ve içme bulunmaktadır (Bahar vd., 2016; www.kaplıcalar.com.tr).

Milas (Mylassa): Şehri rüzgâr tanrısı Mylosos'un kurduğuna inanılmaktadır. Zeus Karius Mabedinin burada olması kenti Kariyalılar'ın din merkezi haline getirmiştir. Milas, plajları, gölleri, antik kentleri ve Türk-İslam eserleri ile çekiciliği olan bir turizm ilçesidir (Şenol, 2016: 120). Beçin Kalesi başta olmak üzere, birçok yerleşim yeri bulunmaktadır. Antik kalıntıları, su kemerleri, anıt mezarları, tarihî evleri ve dünyaca ünlü Milas halıları ile turistik açıdan çok zengin değerlere sahiptir. Turistik belde ve değerleri, Beçin kalesi, Çomakdağ, Labranda, Bafa Gölü, Euromos ve Iasos Antik Kentleri, Tuzla Kuş Cenneti, Uyku Vadisi, Çökertme ve Ören'dir (www.sehiralem.com).

Ortaca: Ekonomisi ağırlıklı olarak tarıma dayanmaktadır, narenciye üretimiyle öne çıkmaktadır. İlçe sınırlarında yer alan Dalyan önemli bir turizm merkezidir. Aşı Koyu plajı, İztuzu plajı ve Sarıgerme plajı meşhurdur. Ortaca'nın kendisi gibi ekonomisi daha çok tarıma dayanan komşuları Dalaman ve Köyceğiz ile birlikte gelecekte turizm alanında önemli gelişmeler beklenmektedir (GEKA, 2017).

Seydikemer: Birçok tarihi ve doğal güzelliklere sahiptir. Bunlar; Letoon, Tlos, Pınara, Araxa Antik Kenti, Urluca Köprüsü, Seki Teke Camii, Saklıkent Kanyonu, Karanlıkdere Kanyonu, Yaka köyü, Girmeler Kaplıcası, Özlen Kumsalı'dır (Seydikemer Belediyesi, 2015).

Ula: Ula ilçesi, tarihi evleri ile bir kültür merkezi özelliği taşımaktadır. İlçe de Pampilya, Karia ve Menteşe Beyliği Dönemlerine ait eserler çağlar geçmiş olmasına rağmen halen ayakta durmaktadır (Şenol, 2016: 118). Ula'nın turistik değerleri; Geyik Kanyonu, Yedi Delik Mağarası, Thera (Okkatas) Antik Kenti, Ula Kanyonu (Kapız), Ula Göleti ve Akyaka'dır (Ula Belediyesi, 2017).

Yatağan: Ormancılık, mermercilik, tarım, hayvancılık, enerji üretimi, linyit kömürü çıkartılması ve nakliyecilik ilçenin başlıca gelir kaynaklarını oluşturmaktadır. Yatağan sahip olduğu coğrafi konumu itibarıyla turistik ilçelerin birbirine bağlanması için bir köprü görevini üstlenmektedir (Yatağan Belediyesi, 2017).

Harita 3-1: Muğla İli ve İlçeleri



Kaynak: <http://www.muglakulturturizm.gov.tr/TR,156824/mentese-merkez-ilce.html>

3.6.2. Müzeler

Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi: Bodrum Kalesi içinde bulunan müze de, sünger avlamak için su altına dalan süngerciler ve Sualtı Arkeoloji Enstitüsü'nün yaptığı sualtı kazılardan elde edilen amphoralar sergilenmektedir. Amphora sergilerinin sonunda bir Orta Çağ Cam Dükkânı bulunmaktadır (Bingöl, 2008). Müze, İsveç'te, 1995'te Avrupa Müze Forumu Yılın Müzesi ödül töreninde “Certificate of Special Commendation” ödülünü kazanmıştır (Bodrum Sualtı Müze Müdürlüğü, 2017).

Fethiye Müzesi: Fethiye'deki ilk müze 1962 yılında oluşturulmaya başlanmıştır. Fethiye Arkeoloji Müzesi'nde sergilenen eserlerin çoğu Fethiye ve çevresinden vatandaşlar tarafından getirilen eserlerden ve müzenin sorumluluk alanında yapılmış kazılardan bulunarak müzeye getirilen eserlerden meydana gelmektedir. 3500m²'lik

bir alanda kurulmuş olan müzenin kapalı teşhir alanı 224 m² açık teşhir alanı 785m²'dir ve 185 m²'lik deposuyla hizmet vermektedir (Fethiye Müze Müdürlüğü, 2017).

Marmaris Müzesi: Müze, tarihi Marmaris Kalesi içinde hizmet vermektedir. Kalenin büyük bir bölümü 1914 yılında I. Dünya Savaşı sırasında bir Fransız savaş gemisinin attığı toprak yüzünden yıkılmıştır. Kale 1890-1990 yılları arasında restore edilmiş ve 18 Mayıs 1991 tarihinde müzeye dönüştürülüp ziyarete açılmıştır. Marmaris Kalesi Müzesi yedi galeriden meydana gelmektedir. Galerilerde ve bahçede bölgeden toplanmış taş eserler, Bizans, Roma ve Helenistik dönemlere ait amphoralar ve Hisarönü, Burgaz ve Knidos kazılarında ele geçmiş pişmiş toprak kandiller, sikkeler, süs eşyaları, çeşitli kaplar, ok uçları ve cam eserler sergilenmektedir. Etnografya salonunda; Osmanlı dönemi sonuna denk gelen günlük yaşamla ilgili bakır mutfak eşyaları, mobilya, dokuma halı, kilim, silahlar ve süs eşyaları bulunmaktadır (Tuna, 2007).

Milas Müzesi: Müzede ilçe sınırları içerisinde yapılmış kazılarda açığa çıkarılan mermer eserler, seramik, cam, bronz, altın ve mermer heykeller ile heykel başları sergilenmektedir (Bingöl, 2008).

Muğla Müzesi: Şehir merkezinde bulunan müzede çevreden çıkartılmış antik ve arkeolojik kalıntılar sergilenmektedir (Bingöl, 2008). Ayrıca Muğla'nın doğusundaki Özlüce köyü Kaklıcatepe mevkiinden çıkartılan, günümüzden 5-9 milyon yıl öncesine ait olduğu belirtilen "Turollan" adı verilen fosiller Muğla Müzesi Doğa Tarihi bölümünde Trolian Çağı bulguları olarak sergilenmektedir (Çağlayan, 2010: 16).

3.6.3. Plaj ve kumsallar

Muğla ilinin en önemli turizm kaynaklarını, sahip olduğu birçok irili ufaklı güzel koylar oluşturmaktadır. Bunlar Güllük (Mandalıya) Körfezi, Gökova (Kerme) Körfezi, Hisarönü Körfezi, Sömbeki Körfezi, Marmaris Körfezi, Dalaman Körfezi ve Fethiye Körfezi'dir. Güllük Körfezi, Bodrum Yarımadası'nda 1.000km'lik bir kapalı denizi kapsamaktadır. Akbük Koyu, Kuruerik Bükü, Kazıklı Limanı, Çam Limanı, Asin Körfezi, Üleli Bükü, Gök Limanı, Güvercinlik Koyu, Torba Limanı, Ilıca Bükü, Göl

Limanı, Hebil Limanı, Gündoğan Koyu, Tilkicik Koyu, Yalıkavak Limanı, Paşa Limanı, Koyunbaba Koyu ve Gümüşlük Limanı körfezdeki başlıca koy ve limanlardır (Bingöl, 2008). Gökova Körfezi'nin (Kerme Körfezi) kapalı denizalanı yaklaşık 300 km², doğu-batı uzunluğu 100 km, genişliği ise Datça Tekir Burnu ile Bodrum Yarımadası arasında 30 km'dir (Gürdal, 2014: 307). Gökova Körfezi, Mavi Yolculuk için en popüler rotalara sahiptir. Körfezin içinde yer alan başlıca koy ve limanlar; Gelibolu Limanı, Sedir Adası (Kleopatra Adası), Karacasöğüt, Okluk Koyu, İngiliz Limanı, Bördübet Limanı, Aspat Koyu, Bağla Koyu, Bitez Koyu, Bodrum Limanı, Poyraz Koyu, Kargıcık Koyu, Alakışla bükü, Tekerek Limanı, Ilgın Koyu, Kargılı Liman, Çökertme Koyu, Çamaltı bükü, Akbük Limanı, Gökova Limanı, Çamlı Limanı, Karaca Limanı, Datça Limanı, Çiftlik Koyu, Palamutbükü ve Değirmenbükü ve İnceburun'dur (TÜRSAB, 2010; Gürdal, 2014). Sarsala Koyu, Sıralıbük Limanı, Boynuzbükü Limanı, Göcek Limanı, Kargı Limanı, Fethiye Limanı, Beştaş Limanı, Ölüdeniz, Gemiler Koyu, Gemiler Limanı ve Sancaklık Koyları Fethiye Körfezi'nin önemli turistik koy ve limanlarıdır (Bingöl, 2008).

3.6.4. Mimari

Muğla ilinin ve ilçelerinin tarihi ve geleneksel halk mimari sanatı, olağanüstü ve eşsiz niteliklere sahiptir. Muğla da kendine has bir şehir ve konut yapısı mevcuttur. Muğla mimarisinde yöresel değerlere bağlılık, doğallık ve içtenlik ön plandadır. Yüksek avlu duvarları, eve girilen “kuzulu kapıları”, kuzulu kapılar üstündeki kiremit harpuşmaları ile müstesna yol kaplamaları ile avlu duvarlarının üzerinden sokağa sarmış ağaçları, bacaları, açık ve kapalı çıkmaları, sofraları, avluları, olağanüstü detayları ve halkı ile Muğla evleri, Muğla mimarisinin temel yapı taşı niteliğindedir (Aksoy ve Akpınar, t.y).

Muğla Kentinde Yerleşme: Muğla da yerleşim yeri Asar Dağı eteklerinde görülmektedir. Asar Dağı'nın tepesi aşağıdaki ovadan bakıldığında bir düzlük görünümündedir. Basmacı ve Saburhane Deresi Asar Dağı'nın iki yamacından geçmektedir. Dağın zirvesinde, kaya mezarlarına benzer mağaralar bulunmaktadır. Şehir Asar Dağı'nın güneyindeki ovaya doğru büyümüştür. Muğla sokaklarının

çıkılmaz sokaklarıyla biçim almış olmasının önemli sebeplerinden; kardeşler arasında zamanla toprak parçalarının bölünerek küçülmesi ve bu parsellerle yapılan evlere ulaşımın karmaşık bir hal alması sonucu gelişi güzel yerlerde, çıkılmaz sokaklar meydana gelmiştir (Aladağ, 1991).

Muğla bölgesinde geleneksel mimariden doğrudan esinlenmiş yeni yapıların diğer bölgelerimize kıyasla Muğla da daha fazla inşa edilmektedir. Bu geleneksel mimarinin korunmasında, kentin yüksek eğitim düzeyi ile yörenin turistik bir pazar olmasının önemi büyüktür. Kent merkezindeki eski Muğla evlerinin birçoğu Hisar dağı eteklerine doğru yoğunlaşmıştır. Karabağlar Mahallesi ve Düğerek Mahallesi evleri eski Muğla evleri ile bir arada incelenebilir (Çağlayan, 2010). Evlerin odalarında; ısıtma, yemek pişirme ve su kaynatmak amacıyla “kemerli ocak”, yatağın katlanıp konulması için “yükçük”, onun yanında banyo için “gusülhane”, kapı ve pencerelerin üst kısmında kışlık kavun ve meyvelerin konduğu “tahta başı” (raf) bulunmaktadır (Gürdal, 2014: 292). Kuzulu kapı olarak adlandırılan avlu girişleri, ocaklar, bacalar, uzun ve geniş saçaklar, tavan süslemeleri, ahşap süslemeli verandalar, duvarlara gömülmüş dolap biçimli banyolar Muğla evlerinin tipik özellikleri arasındadır. Büyük çoğunluğu avlulu ve iki katlıdır (Çağlayan, 2010: 13). Güneşi, ışığı ve rüzgârı en iyi şekilde alabilmesi için planlanan Muğla Evi’nde; evi yağmur ve güneşten koruyan, sıcak havalarda oturulan ve geceleri yatılan “sofa” yer almaktadır. Evin sokak ile ulaşımını sağlayan ise “hayat” adı verilen ve etrafı duvarlarla çevrili “avlu” sağlamaktadır (Gürdal, 2014: 292).

Muğla’nın Bacaları: Muğla evini, benzer bölge evlerinden ayıran önemli bir özelliği de bacalarıdır. 1940’lı yıllara kadar birçok evin toprak damlı olduğu bilinmektedir. Muğla Bacasının ortaya çıkışı Alaturka kiremitli çatılara dayanmaktadır. Alaturka kiremitli çatılar beraberinde Muğla Bacasını da getirmiştir (Aladağ, 1991). Rize’den sonra en fazla yağış alan il olan Muğla, ikliminden dolayı halkı baca yaparken üstü kapalı, içeriye yağmur girmesine engel olacak bir çözüm bulmaya yönlendirmiştir. Bacalar yalnızca baca dumanı çekmesi için değil, ocak dumanını da çekmesinden dolayı geniş ağızlı olarak yapılmış, üzerinin kapatılmasında belli bir malzeme ile köprü kurulmasını zorunlu kılmış ve bu malzemede doğal olarak yörenin geleneksel çatı

örtüsü malzemesi olan alaturka kiremit olmuştur. Ancak çatıdaki kiremidin, bacanın üstünü kapatmada da kullanılması sorunu tam çözmemiştir. Muğla ikliminde rüzgârda ağırlıklı olarak belli bir yönden değil, yıl boyunca değişik yönlerden esmektedir. Bu nedenle, baca üstündeki örtü her yönden esebilecek rüzgâra karşı açık olarak yapılmıştır. Bundan dolayı kiremitle kurulan köprü dört tarafa açık delik bırakan bir tarzda biçimlenmiştir (Çağlayan, 2010). Kare yüzey üzerine kurulan baca toplam 28 adet kiremitten oluşmaktadır (Aladağ, 1991).

3.6.5. Mevcut arz kapasitesi ve talep

“Tüketimde yer alan ve turizm talebinin ihtiyaçlarını karşılamak için ihtiyaç duyulan mal ve hizmetlerin (turizm ürünü) tedarik edilmesini kapsayan üretime dayalı işlemlerin tümü turizm arzı olarak tanımlanmaktadır” (Kozak vd., 2015: 69). Turizm talebi ise; “seyahat eden veya seyahat etme isteğinde olan, çalıştıkları ya da ikamet ettikleri yerden uzakta, turistik tesis, ürün ve hizmetleri kullanan kişilerin toplam sayısıdır” (Çeken, 2016: 65).

3.6.5.1. Arz kapasitesi

Aşağıdaki tabloda Muğla’da faaliyet gösteren konaklama tesisleri belgelerine göre gösterilmektedir.

Tablo 3-2: Muğla İli Yatak Sayısı

	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Turizm Belediye Belgeli Konaklama Tesisleri	2.633	24.267	75.572
Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri	386	46.323	99.228
Turizm Yatırım Belgeli Konaklama Tesisleri	119	16.133	35.323
Toplam	3.138	86.723	210.213

Kaynak: Muğla Büyükşehir Belediyesi Turizm Gençlik ve Spor Dairesi Başkanlığı; Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2017)

Aşağıdaki tablo 3-3’de Muğla ilinde bulunan toplam turistik tesis, oda ve yatak sayısı verileri sunulmaktadır.

Tablo 3-3: Muğla İlindeki Toplam Turistik Tesis, Oda ve Yatak Sayısı (2017)

Türü	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
İşletme Belgeli Tesisler	386	46.323	99.228
5 Yıldızlı Otel	52	14.517	31.252
4 Yıldızlı Otel	83	12.703	26.579
3 Yıldızlı Otel	97	6.958	14.544
2 Yıldızlı Otel	38	1.523	3.086
1 Yıldızlı Otel	4	102	207
5 Yıldızlı Tatil Köyü	16	5.275	11.720
4 Yıldızlı Tatil Köyü	7	1.333	2.734
Apart Otel	46	2.491	6.048
Butik Otel	22	779	1.625
Pansiyon	6	90	186
Kamping	-	-	-
Yüzer Tesis	-	-	-

Türü	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Özel Tesis	15	552	1.247
Yatırım Belgeli Tesisler	119	16.133	35.323
5 Yıldızlı Otel	14	4.958	11.314
4 Yıldızlı Otel	27	3.472	7.281
3 Yıldızlı Otel	24	1.124	2.308
2 Yıldızlı Otel	3	113	226
1 Yıldızlı Otel	3	51	102
1. Sınıf Motel	-	-	-
2. Sınıf Motel	-	-	-
5 Yıldızlı Tatil Köyü	14	2.943	6.747
4 Yıldızlı Tatil Köyü	7	2.278	4.733
Apart Otel	1	19	50
Butik Otel	20	795	1.676
Pansiyon	1	20	40
Özel Tesis	5	360	846
Kamping	-	-	-
Hostel	-	-	-
Belediye Belgeli Toplam	2.633	24.267	75.572
GENEL TOPLAM	3.257	102.856	245.446

Kaynak: Muğla Büyükşehir Belediyesi Turizm Gençlik ve Spor Dairesi Başkanlığı; Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2017)

Aşağıdaki tablo 3-4’de ise Muğla ilçelerinin toplam turistik yatak kapasiteleri verilmiştir.

Tablo 3-4: Muğla İlçelerinin Toplam Turistik Yatak Kapasitesi

	Belediye Belgeli Konaklama Tesisi			Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisi			Turizm Yatırım Belgeli Konaklama Tesisi		
	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Bodrum	747	11.018	33.343	162	21.493	47.165	51	5.303	11.976
Dalaman	8	351	701	2	244	497	-	-	-
Datça	155	2154	5069	8	411	867	5	422	886
Fethiye	434	Bilinmiyor	Bilinmiyor	63	6561	14136	16	1757	3665
Köyceğiz	1	16	49	2	93	192	-	-	-
Marmaris	407	4158	8215	116	14614	30336	21	4394	9293
Menteşe	22	757	1518	4	194	388	1	99	198
Milas	70	2158	4458	8	710	1422	14	3412	7765
Ortaca	181	2333	5239	15	1783	3701	7	595	1244
Seydikemer	12	Bilinmiyor	Bilinmiyor	-	-	-	-	-	-
Ula	88	1212	2721	6	242	524	4	151	296
Yatağan	3	109	123	-	-	-	-	-	-

Kaynak: Muğla Büyükşehir Belediyesi Turizm Gençlik ve Spor Dairesi Başkanlığı; Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017.

Muğla'nın toplam yatak kapasitesi 245.446'dır. Yatak kapasitesi turistik faaliyetlerin yoğun olduğu bölgelerde daha fazladır. Muğla'da turizm üç büyük ilçede Bodrum, Marmaris ve Fethiye'de daha yoğun olarak görülmektedir. Buna bağlı olarak da bu üç ilçede yatak kapasitesi sayısı da daha fazladır. Kavaklıdere ilçesinde konaklama tesisi olmadığı için veri verilmemiştir. Çalışma alanımız olan Menteşe merkez ilçesinde ise; Bakanlık Belgeli toplam tesis sayısı 5, oda sayısı 296 ve yatak sayısı da 586'dır. Belediye Belgeli tesis sayısı ise 22, oda sayısı 757, yatak sayısı 1518'dir. Menteşe ilçesinde, deniz, kum ve güneş turizminin (kitle turizmi) tercih edildiği diğer ilçeler gibi yoğun bir ziyaretçi sayısı olmadığı gibi, turistik faaliyetlerde aynı şekilde düşük seviyededir. Ancak bu durum Menteşe ilçesinin turizm potansiyeli olmadığı anlamına gelmemelidir. Menteşe merkez ilçe sahip olduğu değerler ile kültür turizmi, yayla turizmi ve eko-turizm için keşfedilmeyi bekleyen bir hazine değerindedir. Bunların dışında sahip olduğu üniversitesi itibariyle kongre turizmi için hizmet vermeye uygundur.

Seyahat acentaları: Seyahat acentaları, verdikleri hizmetler yönünden A grubu, B grubu ve C grubu olmak üzere üç gruba ayrılmaktadırlar. A grubu seyahat acenteleri, 1618 sayılı kanunda tanımlanmış tüm hizmetleri yapma yetkisine sahiptirler. B grubu seyahat acenteleri, uluslararası düzeyde kara, deniz ve hava ulaştırma araçları ile A grubu seyahat acentalarının organize ettiği gezi programlarının biletlerini satma hakkına sahiptirler. C grubu seyahat acentaları da, sadece Türk vatandaşları için turlar düzenlemektedirler (Alaeddinoğlu ve Can, 2007).

TÜRSAB 2017 verilerine göre; Muğla ilinde 646 adet A grubu, 2 adet C grubu olmak üzere toplamda 648 adet seyahat acentasının olduğu, B Grubunda hiç seyahat acentasının olmadığı belirtilmiştir. Bu acentaların ilçelere göre dağılımı şu şekildedir; Seydikemer 1, Ortaca-Dalyan 30, Milas 5, Menteşe 3, Marmaris 195, Köyceğiz 3, Fethiye 166, Datça 7, Dalaman 9, Bodrum 229'dur (TÜRSAB, 2017; www.muglakulturturizm.gov.tr).

Muğla iline olan turistik talep: Muğla'yı tatil için her yıl birçok yerli ve yabancı turist tercih etmektedir. Muğla'ya gelen turistlerin ülkemize gelen toplam turist sayısına göre dağılımı aşağıdaki Tablo 3-5'de görülmektedir.

Tablo 3-5: 2006-2016 Yılları Arasında Türkiye ve Muğla'ya Gelen Turist Sayıları

Yıllar	Muğla	Türkiye	Oran %
2006	2.429.023	23.148.669	10,5
2007	2.658.398	27.214.988	9,8
2008	2.967.374	30.979.979	9,6
2009	2.892.358	32.006.149	9
2010	3.092.881	33.027.943	9,4
2011	3.183.424	36.151.328	8,8
2012	3.132.475	36.463.921	8,6
2013	3.222.315	39.226.226	8,2
2014	3.302.688	41.415.070	8
2015	3.081.467	41.617.530	7,4
2016	1.822.777	31.365.330	5,8

Kaynak: <http://www.muglakulturturizm.gov.tr>; <http://www.tursab.org.tr>

Tablo 3-5'de görüldüğü gibi 2015 yılında Muğla'ya gelen turist sayısı 3.081.467'iken, 2016 yılında bu rakam 1.822.777'ye düşmüştür. Bir önceki yıla oranla ziyaretçi sayısında yüzde 41 azalma olmuştur. Bu düşüşte, Rusya ile yaşadığımız uçak krizi, ülkemizde 15 Temmuz 2016'da yaşanmış Darbe girişiminin ve birbiri ardı gelen terör saldırılarının çok büyük etkisi olmuştur. Yaşanan bu olumsuz durumlar ziyaretçilerde ülkemizin güvenilir bir tatil bölgesi olmadığı izlenimini ortaya çıkarmıştır ve ülkemize olan ilgisini azaltmıştır. Bu olumsuz gidişat 2017 yılı başlarında İstanbul'da yapılan bomba saldırıları ile devam etse de, her geçen gün olumlu yönde artış göstermeye devam etmektedir.

Tablo 3-6: İşletme Belgeli Tesise Geliş Sayısı (Yerli ve Yabancı Turistler)

	2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı
Bodrum	395.752	709.570	391.133	701.236	403.003	731.069	494.755	704.238	503.157	869.847	615.741	992.095	804.431	318.183
Dalaman	20.352	13.276	15.161	14.883	19.356	35.820	22.719	25.923	22.612	22.280	43.791	27.584	24.706	16.016
Datça	69	1	1.411	105	1.337	1.495	2.398	4.481	14.977	1.118	39.484	5.612	18.958	7.001
Fethiye	124.303	354.797	119.055	235.680	137.017	194.255	173.147	235.142	208.667	348.626	265.116	360.336	223.432	153.681
Köyceğiz	2.782	9.641	1.810	10.469	1.747	17.924	976	3.596	4.408	1.904	4.451	13.332	5.965	9.157
Marmaris	209.296	547.035	211.203	611.824	208.115	605.579	257.606	589.208	259.923	600.958	249.466	622.535	400.709	349.811
Milas	12.162	5.893	11.052	23.478	8.703	9.788	13.852	15.449	19.100	12.797	20.430	14.371	36.870	10.611
Ortaca	7.532	69.562	9.235	68.759	12.045	60.139	16.290	77.174	19.087	72.729	33.876	68.804	32.212	42.272
Ula	9.577	2.194	14.555	4.106	13.326	4.410	13.081	4.747	16.089	4.183	13.179	4.112	14.723	3.296
Menteşe (Merkez)	38.165	1.676	29.629	2.232	22.962	996	30.027	1.495	3.665	401	4.449	419	4.747	245
Seydikemer									9.835	261	11.703	388	11.638	223
MUĞLA	2.533.635	2.477.016	2.477.016	2.477.016	2.489.086	2.489.086	2.686.304	2.686.304	3.016.624	3.016.624	3.411.274	3.411.274	2.488.887	2.488.887
TÜRKİYE	29.753.966	33.614.187	33.614.187	33.614.187	36.183.239	36.183.239	38.282.433	38.282.433	40.901.438	40.901.438	43.359.370	43.359.370	43.359.970	43.359.970

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı Müdürlüğü verileri yazar tarafından derlenmiştir.

Tablo 3-7: Belediye Belgeli Tesise Geliş Sayısı (Yerli ve Yabancı Turistler)

	2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı
Bodrum	206.725	393.675	420.500	288.099	308.313	344.479	209.331	276.550	248.340	434.230	417.269	268.084	565.016	416.764
Dalaman	10.956	13.229	18.627	8.456	7.687	3.744	1.415	4.104	3.835	5.201	12.021	125	4.748	912
Datça	14.393	20.608	17.903	19.427	19.991	7.480	3.448	219	2.002	225	2.827	257	4.417	221
Fethiye	573.593	119.701	70.012	276.305	56.038	264.641	237.855	217.956	370.609	420.386	623.840	195.298	291.861	251.836
Köyceğiz	2.234	6.497	5.472	6	4.587	4.454	4.486	666	12.203	1.885	8.182	260	9.991	3.813
Marmaris	231.709	1.113.940	238.828	438.286	86.965	602.937	39.500	191.030	394.572	22.409	270.269	107.144	268.175	110.473
Milas	59.099	8.088	64.648	2.056	60.846	59.741	6.614	1.189	16.496	520	13.150	398	7.811	684
Ortaca	67.259	98.409	93.062	51.823	83.317	111.439	47.012	38.474	114.775	20.728	63.242	53.125	144.727	22.172
Ula	29.587	976	10.700	602	51.707	8.349	5.646	769	26.699	2.450	24.111	5.100	14.453	1.349
Menteşe (Merkez)	57.615	1.104	70.318	1.058	62.166	1.702	30.787	464	34.288	3.453	17.322	1.411	22.852	1.322
Yatağan	2.909		2.331	6	1.978		2.159	9	2.488	886	4.405	43	3.907	135
Diğer														
MUĞLA	3.032.306		2.098.525		2.152.561		1.319.683		2.138.680		2.087.883		2.147.639	
TÜRKİYE	23.499.891		22.411.589		22.638.281		21.219.062		25.152.128		24.568.586		22.438.225	

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı Müdürlüğü verileri yazar tarafından derlenmiştir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde, araştırmanın yöntemi hakkında bilgiler verilmektedir. Öncelikli olarak araştırmanın amacı ve önemi ortaya konulmuştur, daha sonra araştırmanın modeli ve hipotezi, araştırmanın sınırlılıkları, araştırma evreni ve örnekleme ve veri toplama süreci, araştırma verilerinin analizi ve bulguları açıklanmıştır.

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu tez çalışması ile Türkiye turizminde önemli paya sahip Muğla ilinin merkez ilçesi olan Menteşe ilçesinde yaşayan yerel halkın turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkilerini nasıl algıladığını tespit ederek turizm faaliyetlerine ve turizm gelişimine yönelik verdikleri destek düzeyini ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır.

Araştırmanın Menteşe’de yaşayan yerel halkın üzerinde gerçekleştirilmesinin iki temel nedeni mevcuttur. Bunlardan birincisi; Bodrum, Fethiye ve Marmaris gibi önemli turistik destinasyonlara sahip olan Muğla ilinin bu önemli turizm merkezlerine yönelik turizm alanında birçok akademik çalışma yapılmış olmasına rağmen Muğla ili merkez ilçesi Menteşe’ye ait ilgili alanda sınırlı sayıda araştırılma yapılmış olmasıdır.

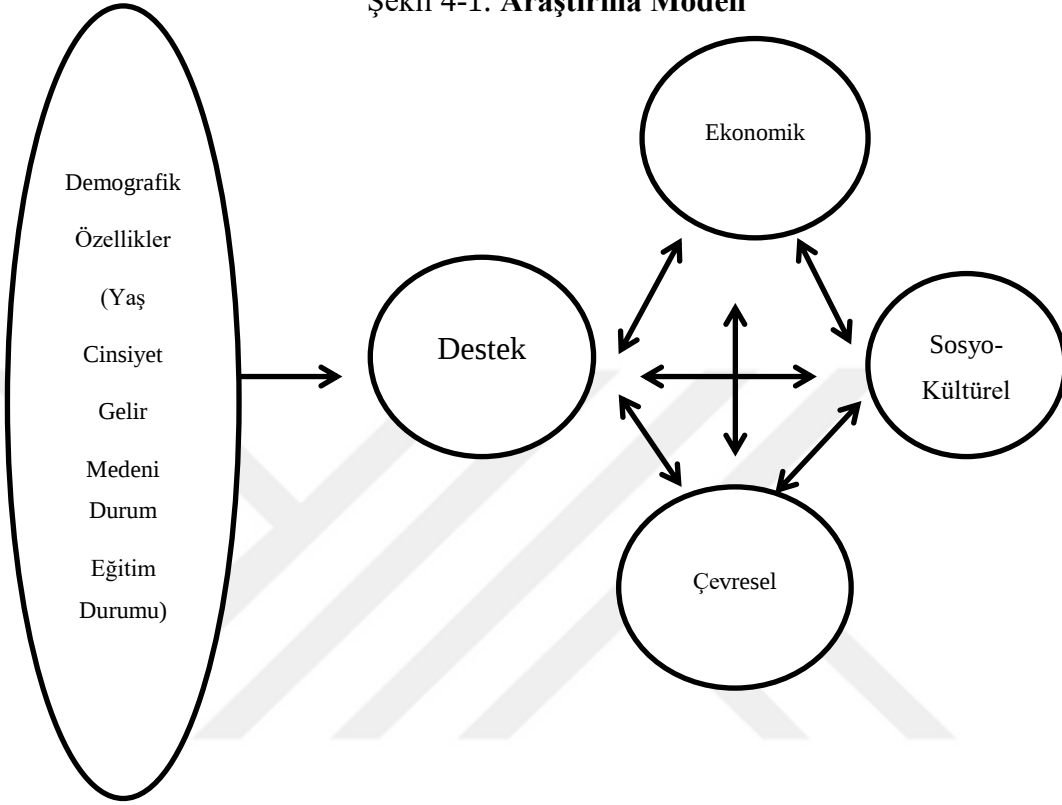
İkinci nedeni ise; Muğla merkez ilçe, turistik destinasyonlara yakın ama yoğun turizm faaliyetlerinden uzak bir alanda olduğu için yerel halkın turizme bakış açısı alan yazında mevcut genel yaklaşımdan farklı olarak turizm faaliyetlerinin yoğun yaşanmadığı yerleşimlerin sakinlerinin turizm etkilerine ilişkin algılarının tespit edilmesi yoluyla turizm planlamasına katkıda bulunmak hedeflenmektedir.

4.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezi

Araştırma modeli, araştırma amacına yönelik olarak uygunluk içerisinde ve verilerin ekonomik bir şekilde toplanıp çözümlenebilmesi için gerekli şartların düzenlenmesi

anlamına gelmektedir (Karasar, 2005: 76). Bu tez çalışması kapsamında oluşturulan araştırma modeli aşağıda Şekil 4-1’de sunulmaktadır.

Şekil 4-1: Araştırma Modeli



Şekilde görüldüğü üzere, araştırma modelinde yerel halkın turizmin ekonomik etkilerine yönelik algıları, turizmin çevresel etkilerine yönelik algıları ve turizmin sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları ile yerel halkın turizmin gelişimine verdikleri destek araştırma değişkenleri olarak yer almaktadır. Ayrıca, demografik özellikler de, yerel halkın turizmin gelişimine verdikleri destek üzerinde farklılık yaratıp yaratmadıklarını sınanmak üzere araştırma modeline dâhil edilmişlerdir. Araştırma modeline dayanılarak sınanacak ilişkiler ve aracılık etkilerine dair temel ve alt hipotezler şöyledir.

H₁: Yerel halkın turizmin ekonomik etkilerine yönelik algıları ile turizmin sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Yerel halkın turizmin ekonomik etkilerine yönelik algıları ile çevresel etkilerine yönelik algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₃: Yerel halkın turizmin sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları ile çevresel etkilerine yönelik algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₄: Yerel halkın turizmin ekonomik etkilerine yönelik algıları ile turizmin gelişimine verdikleri destek arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₅: Yerel halkın turizmin sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları ile turizmin gelişimine verdikleri destek arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₆: Yerel halkın turizmin çevresel etkilerine yönelik algıları ile turizmin gelişimine verdikleri destek arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₇: Yerel halkın turizmin gelişimine verdikleri destek demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

H_{7a}: Yerel halkın turizmin gelişimine verdikleri destek cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H_{7b}: Yerel halkın turizmin gelişimine verdikleri destek yaşa göre farklılık göstermektedir.

H_{7c}: Yerel halkın turizmin gelişimine verdikleri destek medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H_{7d}: Yerel halkın turizmin gelişimine verdikleri destek eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

H_{7e}: Yerel halkın turizmin gelişimine verdikleri destek gelir düzeyine göre farklılık göstermektedir.

4.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Nicel araştırma yöntemi ile gerçekleştirilen araştırmada veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır. Derinlemesine değil yüzeysel bilgilerden edinilen verilerin, çeşitli

nedenlerden kaynaklanan hataları barındırabilmesi (Cemaloğlu, 2011: 137-138) araştırmanın bir kısıtlılığı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Araştırmanın sınırlılıkları şu şekildedir;

- Kesitsel bir araştırmadır.
- Nicel araştırma yöntemi ile sınırlandırılmıştır. Derinlemesine bilgiler yoktur.
- Araştırma turizmin en çok turist gelen destinasyonunda olmasına rağmen, merkez ilçe olarak turist gelişinin çok yoğun olmadığı bir ilçede gerçekleşmiştir. Dolayısıyla sonuçlar merkez ilçe için geçerlidir, yoğun turist gelişinin olduğu destinasyonlarda yaşayan halk için genellenemez.

4.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

“Üzerinde araştırma yapılarak hakkında bilgi edinilen ve belirli bir tanıma uyan birimlerin oluşturduğu topluluk” evren olarak tanımlanmaktadır (Özmen, 2000: 5). Araştırmanın evrenini, Muğla ili merkez ilçe Menteşe’de ikamet eden yerel halk oluşturmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu’nun 2016 yılı adrese dayalı nüfus kayıt sistemine göre; Muğla ilinin toplam nüfusu 923.773 kişidir, merkez ilçe Menteşe’nin nüfusu olan 108.068 kişi ise (TÜİK, 2016) araştırmanın evrenini oluşturmaktadır.

Tablo 4-1: Örneklem Hesaplama Tablosu

Evren Büyüklüğü	±0.03 örneklem hatası (d)			±0.05 örneklem hatası (d)			±0.10 örneklem hatası (d)		
	p=0,5 q=0,5	p=0,8 q=0,2	p=0,3 q=0,7	p=0,5 q=0,5	p=0,8 q=0,2	p=0,3 q=0,7	p=0,5 q=0,5	p=0,8 q=0,2	p=0,3 q=0,7
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
1.000	516	406	473	278	18	244	88	58	75
2.500	748	537	660	333	224	286	93	60	78

Evren Büyükülüğü	± 0.03 örneklem hatası (d)			± 0.05 örneklem hatası (d)			± 0.10 örneklem hatası (d)		
	p=0,5 q=0,5	p=0,8 q=0,2	p=0,3 q=0,7	p=0,5 q=0,5	p=0,8 q=0,2	p=0,3 q=0,7	p=0,5 q=0,5	p=0,8 q=0,2	p=0,3 q=0,7
5.000	880	601	760	357	234	303	94	61	79
10.000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25.000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
50.000	1045	674	881	381	245	322	96	61	81
100.000	1056	678	888	383	246	323	96	61	81
1.000.000	1066	682	896	384	246	323	96	61	81
100 milyon	1067	683	896	384	245	323	96	61	81

Kaynak: Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50

Kitleyi temsil edebilecek örneklemin büyüklüğünü belirleyebilmek için Tablo 4-1’de yer alan örneklem hesaplama tablosundaki hesap aralığına bakılmış ve $\alpha=0.05$ örneklem hatası için 384 kişilik örneklem grubundan veri toplamak gerektiği tespit edilmiştir.

Veri derlenmesi için, diğer olası yöntemler arasından, düşük temsil gücüne sahip olması, örneklem belirlenmesinde güçlükler yaşanabilmesi (Lawrence, 2006) gibi dezavantajları olmasına rağmen, değişik kavram veya konuların birbiri arasındaki ilişkilerini araştıran çalışmalar için oldukça kullanışlı olan ve araştırmalarda yaygın bir şekilde kullanılan (Dhivyadeepa, 2015) “Kolayda Örneklem Yöntemi” tercih edilmiştir. Kolayda örneklem yönetiminin avantajları kısaca aşağıdaki gibi belirtilebilir:

- Ulaşılması en kolay katılımcılara uygulandığı için anket uygulamasının en uygun maliyet, enerji ve sürede yapılmasına imkân tanınması,
- Örneklemde temel alınan tüm birimlerin anket uygulamasına katılma olasılıklarının eşit olması,
- Ankete cevap veren herkesin örneğe dâhil edilmesidir.

4.5. Veri Toplama Süreci

Araştırmanın hipotezlerini ve yöntemsel modelini test etmek amacıyla birincil verilerden yararlanılmıştır. Bu sebeple nicel araştırma yönteminin uygulandığı bu araştırmada veri toplama tekniği olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket tekniğinin kullanımıyla; evreni temsil etmeye yeterli bir örneklem ile araştırma sonuçlarını daha büyük bir grup için genelleme yapma, böylelikle hem zaman hem de maddi açıdan tasarruf etme imkânı sağlanmaktadır (Balcı, 1997). Örneklem ve bilgiye daha hızlı erişim olanağı sağlayan anket tekniği ile ulaşılan yüksek örneklem sayısı, örneklem evreni temsil yeteneğinin de yüksek olmasını, dolayısıyla güvenilirlik ve geçerliliğinin de yüksek olması sağlayabilmektedir (Cemaloğlu, 2011).

4.5.1. Veri Toplama formunun oluşturulması

Veri toplama formunun geliştirilmesi sırasında yazında daha önce kullanılan ölçekler incelenmiştir. Araştırmada kullanılacak anket formu oluşturulurken daha önce yapılmış araştırmalarda kullanılan çeşitli ifadeler derlenerek ölçekler oluşturulmuştur. Çalışmanın anket formu literatürde yer alan çalışmalar Akis vd., 1996; Gürsoy vd., 2002; Jurowski ve Gürsoy, 2004; Choi ve Murray, 2010; Brida vd., 2011 tarafından geliştirilen ölçek maddelerinden yararlanılarak hazırlanmış ve çalışmanın amacı doğrultusunda uyarlanmıştır.

Çalışmada Muğla merkez ilçe Menteşe'nin yerleşim bölgesindeki konut ve iş yeri ziyaretleri yapılarak, yerel halka yüz yüze uygulanan anket formları yoluyla veriler toplanmıştır.

4.5.2. Pilot çalışma

Hazırlanan ölçeğin geçerliliğini test etmek için 2017 yılı Mart ayında Menteşe merkez ilçede ikamet eden 45 kişi ile yüz yüze görüşme yapılarak soru formunun anlamsal ve biçimsel uygunluğu pilot çalışma ile test edilmiştir. Pilot çalışmada katılımcılar tarafından tam olarak anlaşılmadığı veya yanlış anlamalara elverişli olduğu belirlenen ifadelerde düzeltmeler yapılmıştır.

4.5.3. Araştırma verilerinin toplanması

Araştırma verileri, pilot çalışmanın tamamlanmasının ardından düzenlenen anket formunun yüz yüze uygulanması suretiyle 2017 yılı Mayıs ve Haziran aylarında toplanmıştır. Toplamda 410 adet anket toplanmıştır. Derlenen anketlerden üç adedi eksik ve hatalı doldurulduğu için değerlendirilmeye alınmamıştır. Sonuçta, araştırmada kullanılabilir 407 adet anket formu elde edilmiştir.

Toplamda dört farklı ölçeğin birlikte kullanımı ve demografik soruların eklenmesi ile anket formu tamamlanmıştır. Anket formunun ilk bölümünde turizmin ekonomik etkileri ile ilgili 13 madde, ikinci bölümde turizmin sosyo-kültürel etkilerine yönelik 22 madde, üçüncü bölümde çevresel etkilerine yönelik 13 madde ve dördüncü bölümde turizm gelişiminin desteklenmesine ilişkin 13 madde olmak üzere toplam 61 madde yer almaktadır. Ölçeklerin orijinal derecelendirmeleri farklılık göstermekle birlikte, çalışmanın bütünlüğünü ve okuyucuya algılama kolaylığı sağlamak üzere tüm ölçekler 5'li Likert tipi derecelendirme ile ölçümü gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların ifadeleri “1. Kesinlikle Katılmıyorum” ile “5. Kesinlikle Katılıyorum” aralığında yer alan seçenekler üzerinden yanıtlanması sağlanmıştır. Ölçekleri takiben, katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, gelir düzeyini belirlemek üzere demografik bilgilere yönelik beş ifade yer almaktadır. Araştırmada kullanılan anket formu Ek. 1’de sunulmaktadır.

4.6. Araştırma Verilerinin Analizi ve Bulgular

Veriler Excel programında kodlanmış, SPSS 22.0 (Statistical Package for the Social Sciences) programına aktarılan verilere normallik analizi, güvenirlik analizi, faktör analizi ve korelasyon analizi yapılmıştır. Ayrıca turizmin etkileri ile ilgili değişkenlere katılma seviyelerinin ortalama ve standart sapmaları elde edilmiştir. Ankete katılan kişilerin algıladıkları turizmin etki değişkenleri ile ilgili faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Faktör analizinde verilerin faktör analizine uygun olup olmadığı belirlendikten sonra faktör analizi ve faktörlerin güvenirliği tespit edilmiştir. Ardından

güvenirlilik analizi ve farklılık analizi gerçekleştirilerek, araştırmanın hipotezleri test edilmiştir.

4.6.1. Araştırma verilerinin ön analizleri

Araştırma verilerinin analizinde kullanılacak istatistiksel tekniklerin belirlenmesi için öncelikle araştırma verilerinin normalliği değerlendirilmiştir. Kolmogorov-Smirnov testi sonucunda araştırma verilerinin normal olmayan bir dağılım sergilediği belirlenmiştir. Normal dağılım analizi sonuçları Tablo 4-2’de gösterilmektedir:

Tablo 4-2: Normal Dağılım Analizi Sonuçları

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Skewness		Kurtosis	
	İst.	df	Anl.	İst.	St. Hata	İst.	St. Hata
Turizmin Ekonomik Etkilerine Yönelik Algı	,056	407	,004	,124	,121	-,440	,241
Turizmin Sosyo-Kültürel Etkilerine Yönelik Algı	,057	407	,003	,051	,121	-,454	,241
Turizmin Çevresel Etkilerine Yönelik Algı	,072	407	,000	,439	,121	,657	,241
Turizmin Gelişimine Verilen Destek	,075	407	,000	-,674	121	,425	,241

Liliefors Normallik Testi uygulanmıştır.

Araştırma değişkenlerinin anlamlılık değerlerinin ,05’in üstünde olması elde edilen değerlerin istatistiksel olarak anlamlı olmadığını ve verilerin normal dağılım gösterdiğini açıklamaktadır. Tablo 4-2’de görüldüğü üzere araştırma değişkenlerinin her birinin anlamlılık değeri ,05’in altındadır. Bu sonuç araştırma verilerinin normal dağılmadığını göstermektedir. Sosyal bilimlerde gerçekleştirilen araştırmalarda verilerin normal olmayan dağılım göstermesi sıklıkla karşılaşılan bir durumdur, genellikle değişkenlerin yapısından kaynaklanır ve verilerde bir sorun olduğu anlamına gelmemektedir. Verilerin normal olmayan dağılımda olması, araştırma verilerinin analizinde parametrik olmayan analiz teknikleri kullanılması gerektiğini göstermektedir (Pallant, 2016: 76). Bununla birlikte dağılımın normal dağılımdan

anlamli düzeyde farklılaşıyor olması için bu değerlerin (-1, +1) aralığında kalması beklenmektedir, Tablo 4-2’de çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) katsayılarına bakıldığında, Skewness katsayısının ve Kurtosis katsayısının verilerin analizinde parametrik testler kullanılmasının uygun olduğu görülmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013).

4.6.2. Araştırmanın demografik bulguları

Bu başlıkta katılımcıların demografik ve mesleki özelliklerine ilişkin verilerin SPSS 22.0 ile analizi neticesinde elde edilen bulgular açıklanmaktadır. Tablo 4-3’te görüldüğü üzere örneklem kapsamında ankete katılan 407 katılımcının % 46.9’u erkek, %53.1’i kadındır. Katılımcıların %24.8’i 25 yaş ve altı, %29.7’si 26-35, % 22.9’u 36-45, %18.2’si 46-55 yaş aralığında ve %4,4’ü de 56 yaş ve üstü gruptadır.

Katılımcıların eğitim durumlarına göre ilk sırayı %35,1 ile üniversite mezunları almaktadır. Üniversite mezunlarını %18,2 ile lise mezunları takip etmektedir. Diğer katılımcıların %15,5’ini ön lisans mezunları, %13,5’ini ilköğretim ve daha az eğitilmiş olanlar ve % 9,6’sı da lisansüstü eğitim mezunu kişiler oluşturmaktadır. Bu sonuçlara göre katılımcıların eğitim düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların medeni durumuna göre; evli (%59,5) olanların oranı bekâr (%40,5) olanların oranına göre daha fazladır. Katılımcıların aylık ortalama gelir durumu incelendiğinde; ilk sırayı %28’ile 1501-3000 TL, %22,1’i 1500 TL ve altı gelir grubunda, %11,8’i 3001-4500 TL, %5,9’u 4501-6000 TL ve %3,9 ile 6001 lira ve üstü geliri olanlar oluşturmaktadır. Katılımcıların %28.3’ü (N=115) ise gelir durumu bilgisini belirtmemiştir son sırayı %3,9 ile 6001 lira ve üstü geliri olanlar oluşturmaktadır.

Tablo 4-3: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	N	%	Yaş	N	%
Kadın	216	53,1	25 ve daha az	101	24,8
Erkek	191	46,9	26-35	121	29,7
Medeni Durum	N	%	36-45	93	22,9
Bekâr	165	40,5	46-55	74	18,2
Evli	242	59,5	56 ve daha fazla	18	4,4
Eğitim Durumu	N	%	Gelir (Aylık)	N	%
İlkokul ve daha az	55	13,5	1500 TL ve daha az	90	22,1
			1501-3000	114	28
Ortaokul	33	8,1	3001-4500	48	11,8
Lise	74	18,2	4501-6000	24	5,9
Ön Lisans	63	15,5	6001 TL ve daha fazla	16	3,9
Lisans	143	35,1	Eksik Veri	115	28,3
Lisansüstü	39	9,6	Toplam	407	100

4.6.3. Açıklayıcı Faktör Analizleri

Araştırmada kullanılmak üzere yazındaki diğer çalışmalardan yararlanılarak geliştirilen ölçeklerin yapısal geçerliliğini test etmek üzere açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Bu bölümde, her bir değişkeni ölçmeye yönelik oluşturulan ölçeklere ilişkin açıklayıcı faktör analizi (AFA) sonuçları alt başlıklar halinde sunulmaktadır.

4.6.3.1. Turizmin ekonomik etkilerine yönelik algı ölçeği AFA

Araştırma verilerinin, AFA yapılması için uygun olup olmadığının belirlenmesi için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Testi ve Bartlett'in Küresellik Testi yapılmıştır. Turizmin Ekonomik Etkilerine Yönelik Algı Ölçeğine (TEEÖ) ait sonuçlar Tablo 4-4'te

gösterilmektedir. Tabloda görüldüğü üzere, KMO örneklem değeri ,851 ($>,70$) ve Bartlett testi sonucu ,000 ($p < ,05$) olması örneklem sayısının faktör analizi için iyi derecede uygun olduğunu göstermektedir (Çokluk vd., 2016).

Tablo 4-4: TEEÖ KMO ve Bartlett Test Sonuçlar

Kaiser-Meyer-Olkin Testi Örneklem Yeterliliği		,851
Bartlett'in Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare Değeri	1128,931
	Df	45
	Anlamlılık	,000

TEEÖ faktör yapısını ortaya çıkarmak amacıyla Temel Bileşenler Analizi ve Varimax Döndürme Seçeneği kullanılarak AFA gerçekleştirilmiştir. Sırasıyla çapraz yüklenen (6. Madde) ve düşük yükleme değerine ($<,45$) sahip olan maddeler (13. Madde ve 8. Madde) değerlendirme dışı tutulmuştur. Ardından kalan 10 maddeye uygulanan faktör analizi sonucunda elde edilen üç faktörlü yapıda üçüncü faktör altında sadece iki madde olması nedeniyle, (Pallant, 2016) tarafından da önerildiği üzere faktör yapısı ikiye sabitlenerek gerçekleştirilen AFA sonucunda toplam varyansın % 52,137'sini açıklayan 2 boyutlu bir yapı elde edilmiştir. Açıklanan toplam varyans değeri sosyal bilimler için yeterli kabul edilmektedir (Çokluk, 2016). Yedi maddeden oluşan ve toplam varyansın % 36,681'ini açıklayan birinci faktör **turizmin olumlu ekonomik etkileri** olarak, üç maddeden oluşan ve toplam varyansın %15,456'sını açıklayan ikinci faktör ise **turizmin olumsuz ekonomik etkileri** olarak adlandırılmıştır. Analiz sonuçları ve faktör yük değerleri Tablo 4-5'de gösterilmektedir.

Tablo 4-5: TEEÖ Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Ölçek Maddeleri	Faktör Yükleri	
	1	2
M4. Muğla merkez ekonomisi turizm sayesinde çeşitlenmiş ve güçlenmiştir.	,832	
M5. Muğla merkezde alışveriş imkânları turizm sayesinde artmıştır.	,806	
M2. Muğla merkezin ekonomisi turizme dayanmaktadır.	,792	
M3. Turizm sektörü iş garantisi ve sürekliliği sağlamaktadır.	,702	
M9. Turizm sayesinde Muğla merkeze daha çok yatırım yapılmaktadır.	,689	
M1. Muğla genelindeki turizm faaliyetleri Muğla merkeze olumlu yansımaktadır.	,689	
M7. Turizm yerel ürünler için pazar imkânı oluşturmaktadır.	,503	
M11. Turizm Sektörünün mevsimselliği ekonominin istikrarını bozmaktadır.		,769
M10. Muğla ilçelerinde yaşayan insanlar turizm bölgesinde olmanın sıkıntılarını yaşamaktadır.		,699
M12. En düşük ücretler turizm sektöründe verilmektedir.		,650
Açıklanan Varyans (%)	36,681	15,456
Özdeğer	3,700	1,514

*Temel Bileşenler Analizi uygulanmıştır. Varimax Döndürme Tekniğine göre döndürülmüştür.

4.6.3.2. Sosyo-kültürel etkilerine yönelik algı ölçeği AFA

Turizmin Sosyo-Kültürel Etkilerine Yönelik Algı Ölçeği (TSKEÖ) ait sonuçlar Tablo 4-6'da gösterilmektedir. Tabloda görüldüğü üzere, KMO örneklem değeri, 896 (>,70) ve Bartlett testi sonucu ,000 ($p < ,05$) olması örneklem sayısının faktör analizi için iyi derecede uygun olduğunu göstermektedir (Çokluk vd., 2016).

Tablo 4-6: TSKEÖ KMO ve Bartlett Test Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Testi Örneklem Yeterliliği		,896
Bartlett'in Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare Değeri	4242,167
	Df	190
	Anlamlılık	,000

TSKEÖ faktör yapısını ortaya çıkarmak amacıyla Temel Bileşenler Analizi ve Varimax Döndürme Seçeneği kullanılarak faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Sırasıyla çapraz yüklenen maddeler (15. Madde ve 18. Madde) değerlendirme dışı tutulmuştur. Kalan maddelere uygulanan faktör analizi sonucunda elde edilen dört faktörlü yapıda dördüncü faktör altında sadece iki madde olması nedeniyle, Pallant (2016) tarafından da önerildiği üzere faktör yapısı üçe sabitlenerek kalan 20 madde üzerinden analiz yapılmıştır. Bu analiz sonucunda toplam varyansın % 57,624'ünü açıklayan üç boyutlu bir yapı elde edilmiştir. Açıklanan toplam varyans değeri sosyal bilimler için iyi kabul edilmektedir (Çokluk vd., 2016). Dokuz maddeden oluşan ve toplam varyansın % 36,842'sini açıklayan birinci faktör *turizmin olumsuz kültürel etkileri* olarak, altı maddeden oluşan ve toplam varyansın %13,652'sini açıklayan ikinci faktör *turizmin olumsuz sosyal etkileri* olarak, beş maddeden oluşan ve toplam varyansın %7,130'unu açıklayan üçüncü faktör ise *turizmin olumlu sosyo-kültürel etkileri* olarak adlandırılmıştır. Analiz sonuçları ve faktör yük değerleri Tablo 4-7'de gösterilmektedir.

Tablo 4-7: TSKEÖ Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Ölçek Maddeleri	Faktör Yükleri		
	1	2	3
M7. Turizm toplum düzenini bozucu davranışların artmasına neden olmaktadır.	,839		
M11. Turizm ahlak dışı davranışların artmasına neden olmaktadır.	,807		
M8. Turizm yerel halkın mahremiyetine ve özel yaşamına zarar vermektedir.	,799		

Ölçek Maddeleri	Faktör Yükleri		
	1	2	3
M6. Turizm aile yapısı ve sosyal bağlara zarar vermektedir.	,771		
M12. Turizm fuhuşun artmasına neden olmaktadır.	,747		
M13. Turizm cinsel serbestliğin artmasına yol açmıştır.	,738		
M14. Turizm alkol ve uyuşturucu madde kullanımının artmasına yol açmaktadır	,679		
M9. Turizm yerel kültürün yozlaşmasına ve ticarileşmesine yol açmaktadır	,623		
M10. Turizm yerel halk ile turistler arasında uyumsuzluk oluşturmaktadır.	,575		
M.19. Turizm nedeniyle Muğla çok fazla göç almaktadır.		,735	
M.22 Turizm huzurlu ortamını bozmuştur.		,729	
M.20. Göçle gelenler Muğla'nın kültürel yapısında bozulmalara yol açmaktadır.		,659	
M21. Turizm Muğla'da suç oranlarının artmasına yol açmaktadır		,659	
M17. Turizm nedeniyle Muğla Merkez gereğinden fazla kalabalık olmaktadır.		,608	
M16. Turizm gereğinden fazla insan kalabalığı oluşturmaktadır.		,589	
M3. Turizm kadınların toplum içindeki yerinin iyileşmesine destek olmaktadır			,803
M2. Turizm kadınların aile içindeki yerinin iyileşmesine destek olmaktadır			,795
M4. Muğla'da turizm planlamasında yerel halkın istekleri göz önünde bulundurulmaktadır.			,700
M1. Turizm sayesinde belediye hizmetleri (yollar, parklar, kentin temizliği gibi) daha iyi olmuştur.			,647
M5. Yerel halk turizm planlaması çalışmalarına katılabilmektedir.			,644
Açıklanan varyans (%)	36,842	13,652	7,130
Özdeğer	7,368	2,730	1,426

*Temel Bileşenler Analizi uygulanmıştır. Varimax Döndürme Tekniğine göre döndürülmüştür.

4.6.3.3. Turizmin çevresel etkilerine yönelik algı ölçeği AFA bulguları

Turizmin Çevresel Etkilerine Yönelik Algı Ölçeği (TÇEÖ) ait sonuçlar Tablo 4-8’de gösterilmektedir. Tabloda görüldüğü üzere, KMO örneklem değeri, 755 (>,70) ve Bartlett testi sonucu, 000 ($p < ,05$) olması örneklem sayısının faktör analizi için iyi derecede uygun olduğunu göstermektedir (Çokluk vd., 2016).

Tablo 4-8: TÇEÖ KMO ve Bartlett Test Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Testi Örneklem Yeterliliği		,755
Bartlett'in Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare Değeri	1222,195
	Df	55
	Anlamlılık	,000

TÇEÖ faktör yapısını ortaya çıkarmak amacıyla Temel Bileşenler Analizi ve Varimax Döndürme Tekniği kullanılarak faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Sırasıyla düşük yükleme değerine ($< ,45$) sahip olan maddeler (11. Madde ve 1. Madde) değerlendirme dışı tutulmuştur. Ardından kalan 11 maddeye uygulanan faktör analizi sonucunda elde edilen üç faktörlü yapıda üçüncü faktör altında sadece iki madde olması nedeniyle, Çokluk ve diğerleri (2016) tarafından da önerildiği üzere; faktör yapısı ikiye sabitlenerek gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizi sonucunda toplam varyansın % 49,772’sini açıklayan 2 boyutlu bir yapı elde edilmiştir. Açıklanan toplam varyans değeri sosyal bilimler için yeterli kabul edilmektedir (Çokluk vd., 2016). Altı maddeden oluşan ve toplam varyansın % 25,926’sını açıklayan birinci faktör ***turizmin olumsuz çevresel etkileri*** olarak, beş maddeden oluşan ve toplam varyansın %23,846’sını açıklayan ikinci faktör ise ***turizmin olumlu çevresel etkileri*** olarak adlandırılmıştır. Analiz sonuçları ve faktör yük değerleri Tablo 4-9’da gösterilmektedir.

Tablo 4-9: TÇEÖ Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Ölçek Maddeleri	Faktör Yükleri	
	1	2
M9. Turizm yapılaşmanın gereksiz şekilde artmasına neden olmaktadır.	,813	
M10. Turizm faaliyetleri ve turistik tesisler doğayı olumsuz etkilemektedir.	,790	
M8. Otel ve diğer turistik tesislerin inşası doğal çevreye zarar vermektedir.	,755	
M7. Muğla’da turizm gelişimi olmasaydı çevre daha az bozulurdu.	,650	
M13. Turistler ve turistik tesisler çok gürültü oluşturmaktadır.	,577	
M12. Turizm nedeniyle Muğla’da daha çok trafik olmaktadır.	,489	
M4. Turizm doğal çevrenin korunmasına ve güzelleşmesine katkı sağlamaktadır.		,812
M3. Turizm diğer sektörlere kıyasla çevreyi daha az kirletmektedir.		,744
M5. Turizm, tarihi eserlerin korunmasına katkı sağlamaktadır.		,706
M6. Turizm nedeniyle topraklarımız daha iyi kullanılmaktadır.		,683
M2. Turizm yerel halkta çevre bilincinin oluşmasına katkı sağlamaktadır.		,653
Açıklanan varyans	25,926	23,846
Özdeğer	2,884	2,590

*Temel Bileşenler Analizi uygulanmıştır. Varimax Döndürme Tekniğine göre döndürülmüştür.

4.6.3.4. Turizmin gelişimine verilen destek ölçeği AFA bulguları

Turizmin Gelişimine Verilen Destek Ölçeği (TUDESÖ) ait sonuçlar Tablo 4-10’da gösterilmektedir. Tabloda görüldüğü üzere, KMO örneklem değeri, 826 (>,70) ve

Bartlett testi sonucu ,000 ($p < ,05$) olması örneklem sayısının faktör analizi için iyi derecede uygun olduğunu göstermektedir (Çokluk vd. 2016).

Tablo 4-10: TUDESÖ KMO ve Bartlett Test Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Testi Örneklem Yeterliliği		,826
Bartlett'in Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare Değeri	1367,054
	Df	45
	Anlamlılık	,000

TUDESÖ faktör yapısını ortaya çıkarmak amacıyla Temel Bileşenler Analizi ve Varimax Döndürme Seçeneği kullanılarak faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Sırasıyla düşük yükleme değerine ($< ,45$) sahip olan maddeler (1. Madde ve 3. Madde) ve çapraz yüklenen 4. Madde değerlendirme dışı tutulmuştur. Ardından kalan 10 maddeye uygulanan faktör analizi sonucunda toplam varyansın % 55,558'ini açıklayan 2 boyutlu bir yapı elde edilmiştir. Açıklanan toplam varyans değeri sosyal bilimler için yeterli kabul edilmektedir (Çokluk vd., 2016). Altı maddeden oluşan ve toplam varyansın % 33,355'ini açıklayan birinci faktör *turizmin gelişimine destek olma* olarak, dört maddeden oluşan ve toplam varyansın %22,203'ünü açıklayan ikinci faktör ise *turizmin gelişimine destek olmama* olarak adlandırılmıştır. Analiz sonuçları ve faktör yük değerleri Tablo 4-11'de gösterilmektedir.

Tablo 4-11: TUDESÖ Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Ölçek Maddeleri	Faktör Yükleri	
	1	2
M6. Muğla iline daha çok turistin gelmesini desteklerim.	,843	
M8. Muğla merkezi daha çok turistin ziyaret etmesini isterim.	,837	
M9. Turizm Muğla'nın geleceği için önemli sektörlerdendir.	,730	
M7. Muğla merkezde daha çok turistik tesis yapılmalıdır.	,726	

Ölçek Maddeleri	Faktör Yükleri	
	1	2
M5. Muğla ili turizm merkezi özelliğini korumalı ve geliştirmelidir	,714	
M2. Devlet Muğla’da turizmin gelişimi için çaba göstermelidir.	,556	
M10. Bölgeye gelen turist sayısı azaltılmalıdır.		,774
M12. Devlet kaynaklarının turizm gelişimi için harcanması gereksizdir.		,763
M13. Turizmin olumsuz etkileri nedeniyle Muğla’yı terk etmeyi düşünüyorum.		,683
M11. Çevremdeki pek çok insan turizm gelişiminden rahatsız olmaktadır.		,667
Açıklanan varyans	33,355	22,203
Özdeğer	3,476	1,539

*Temel Bileşenler Analizi uygulanmıştır. Varimax Döndürme Tekniğine göre döndürülmüştür.

4.6.4. Ölçek Maddelerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Tablo 4-12’de görüldüğü üzere turizmin sebep olduğu ekonomik etkilerin Muğla merkez ilçede doğrudan hissedilemiyor olmasından dolayı yerel halkın birçok soruyu olumlu ya da olumsuz net bir şekilde cevaplayamadığı tespit edilmiştir. 7 madde ile değerlendirilen turizmin olumlu ekonomik etkilerine ilişkin (3,607 ile 2,647 arasında değişen) ortalama değerler dikkate alındığında yerel halkın büyük bir bölümünün ifadelerine “ne katılıyorum ne katılmıyorum” düşüncesinde yaklaştıkları görülmektedir. Yalnızca “Turizm yerel ürünler için pazar imkânı oluşturmaktadır” (3,607) fikrine “katılıyorum” düşüncesinde yaklaştıkları görülmektedir. 3 ifade ile turizmin olumsuz ekonomik etkilerin değerlendirildiği maddelerin ortalama değerleri dikkate alındığında (3,097 ile 2,787) yerel halkın büyük bölümünün ne olumlu ne de olumsuz bir algı sergilemediği görülmektedir.

Tablo 4-12: TEEÖ Maddelerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Ölçek Maddeleri	Ort.	St. Sapma
M1. Muğla genelindeki turizm faaliyetleri Muğla merkeze olumlu yansımaktadır.	3,167	1,4508
M2. Muğla merkezin ekonomisi turizme dayanmaktadır.	2,653	1,5130
M3. Turizm sektörü iş garantisi ve sürekliliği sağlamaktadır.	2,730	1,4051
M4. Muğla merkez ekonomisi turizm sayesinde çeşitlenmiş ve güçlenmiştir.	2,733	1,4232
M5. Muğla merkezde alışveriş imkânları turizm sayesinde artmıştır.	2,647	1,4513
M7. Turizm yerel ürünler için pazar imkânı oluşturmaktadır.	3,607	1,2390
M9. Turizm sayesinde Muğla merkeze daha çok yatırım yapılmaktadır.	2,673	1,4443
M10. Muğla ilçelerinde yaşayan insanlar turizm bölgesinde olmanın sıkıntılarını yaşamaktadır.	3,083	1,3319
M11. Turizm Sektörünün mevsimselliği ekonominin istikrarını bozmaktadır.	2,787	1,3014
M12. En düşük ücretler turizm sektöründe verilmektedir.	3,097	1,2684

TEEÖ ölçek maddeleri değerlendirildiğinde en yüksek ortalamaların (3,607) “Turizm yerel ürünler için Pazar imkânları oluşturmaktadır” ve “Muğla genelindeki turizm faaliyetleri Muğla merkeze olumlu yansımaktadır” (3,167), ifadelerine yansımış olması, diğer ilçelerde görülen turizm hareketliliğinin turizm ürünlerinin sunumuna fırsat tanınması nedeniyle Muğla merkez sakinlerinin de olumlu etkilendiklerini düşündüklerini göstermektedir. Bununla birlikte “Muğla merkezde alışveriş imkânları turizm sayesinde artmıştır” ve “Muğla merkezin ekonomisi turizme dayanmaktadır” ölçek maddelerinin en düşük ortalama (sırasıyla 2,647 ve 2,653) sahip olduğu görülmektedir. Bu durumda Muğla merkez ilçenin turizm faaliyetlerinin ekonomik etkilerinden uzak bir yaşam sürdürdüğünün düşünüldüğünü vurgulamaktadır.

Yerel halkın TEEÖ maddelerine büyük oranda “ne katılıyorum ne katılmıyorum” cevabını vermesi yerel halkın turizmin ekonomik etkileri için ne olumlu ne de olumsuz bir görüşe sahip olduğunu göstermektedir. Bu durumun sebebi olarak, turizmin Muğla merkez ilçe Menteşe’de henüz yoğun olarak yaşanmamış olmasından dolayı, ekonomik etkilerinin direkt hissedilememesinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

15 madde ile ölçülmeye çalışılan turizmin olumsuz sosyo-kültürel etkilerinin (Tablo 4-13) 3,693 ile 2,921 aralığında ortalamalara sahip cevaplar verilmiş olması yerel halkın ölçek maddelerine “mutedil” yaklaştığı görülmektedir. Yalnızca “Turizm nedeniyle Muğla merkez gereğinden fazla kalabalık olmaktadır” (3,693) fikrine “katılıyorum” düşüncesinde yaklaştıkları görülmektedir. Bu durum turizm faaliyetleri ile Muğla merkez ve çevre yerleşimlerinde oluşan kalabalık nedeniyle yerel halkta belirli bir rahatsızlığın oluştuğunu ancak Muğla merkez sakinlerinin turizmin büyük sosyo-kültürel sorunlar oluşturmadığını düşündüklerini göstermektedir.

6 madde ile değerlendirilen turizmin olumlu sosyo-kültürel etkilerine verilen cevapların ortalama değerleri incelendiğinde ise, ortalamaların 3,300 ile 2,625 arasında değiştiği yani yerel halkın ölçek maddelerine “ne katılıyorum ne katılmıyorum” derecesinde yaklaştıkları görülmektedir. En az ortalamaya ise “Yerel halk turizm planlaması çalışmalarına katılabilmektedir” (2,625) ve “Muğla’da turizm planlamasında yerel halkın istekleri göz önünde bulundurulmaktadır” (2,645) ölçek maddelerinin sahip olduğu görülmektedir. Bu durumun, turizm Muğla merkezde yoğun olarak yaşanmadığı için yerel halkta turizmin yol açtığı olumlu ve olumsuz sosyo-kültürel etkileri bizzat yaşamamasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Tablo 4-13: TSKEÖ Maddelerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Ölçek Maddeleri	Ort.	St. Sapma
M6. Turizm aile yapısı ve sosyal bağlara zarar vermektedir.	3,181	1,3425
M7. Turizm toplum düzenini bozucu davranışların artmasına neden olmaktadır.	3,212	1,3923
M8. Turizm yerel halkın mahremiyetine ve özel yaşamına zarar vermektedir.	3,264	1,4061
M9. Turizm yerel kültürün yozlaşmasına ve ticarileşmesine yol açmaktadır	3,089	1,4201
M10. Turizm yerel halk ile turistler arasında uyuşmazlık oluşturmaktadır.	3,460	1,3054
M11. Turizm ahlak dışı davranışların artmasına neden olmaktadır.	3,266	1,4446
M12. Turizm fuhuşun artmasına neden olmaktadır.	3,328	1,4412
M13. Turizm cinsel serbestliğin artmasına yol açmıştır.	3,071	1,4306
M14. Turizm alkol ve uyuşturucu madde kullanımının artmasına yol açmaktadır	2,993	1,4375
M16. Turizm gereğinden fazla insan kalabalığı oluşturmaktadır.	3,213	1,4602
M17. Turizm nedeniyle Muğla Merkez gereğinden fazla kalabalık olmaktadır.	3,693	1,4100
M19. Turizm nedeniyle Muğla çok fazla göç almaktadır.	2,921	1,4851
M20. Göçle gelenler Muğla'nın kültürel yapısında bozulmalara yol açmaktadır.	3,104	1,4449
M21. Turizm Muğla'da suç oranlarının artmasına yol açmaktadır	3,272	1,3373
M22 Turizm huzurlu ortamını bozmuştur.	3,522	1,3774
M2. Turizm kadınların aile içindeki yerinin iyileşmesine destek olmaktadır	3,132	1,2338
M3. Turizm kadınların toplum içindeki yerinin iyileşmesine destek olmaktadır	3,174	1,2348
M4. Muğla'da turizm planlamasında yerel halkın istekleri göz önünde bulundurulmaktadır.	2,645	1,3636
M5. Yerel halk turizm planlaması çalışmalarına katılabilmektedir.	2,625	1,2958

Turizmin olumsuz çevresel etkilerinin değerlendirildiği maddelerin (6 ifade) ortalama değerleri (2,905 ile 2,295 arasında değişmektedir) dikkate alındığında yerel halkın diğer etki faktörlerinde olduğu gibi kesin bir yargısının bulunmadığı görülmektedir. Aynı durum 5 madde ile değerlendirilmeye çalışılan turizmin olumlu çevresel etkileri hakkında da ortaya çıkmaktadır (maddelere verilen cevapların ortalama değerleri 3,824 ile 3,123 arasında değişmektedir). Bununla birlikte sosyo-kültürel etkilere oranla çevresel değişkenlere hem olumlu etkileri hem de olumsuz etkileri açısından daha fazla katıldıkları görülmektedir. Yerel halk TÇEÖ büyük oranda “ne katılıyorum ne katılmıyorum” ve “katılıyorum” cevabı vermiştir. Dolayısıyla çevresel etkiye yönelik algının daha belirgin olduğu söylenebilir. Değişken durumlar söz konusu olduğunda farklı çevresel hassasiyetlerin oluşabileceği algısı hissedilmektedir. Bununla birlikte, katılımcılar, yerel halkın turizm gelişiminin planlama süreçlerine katılmadığını ve dolayısıyla turizm gelişiminde yerel halkın beklentilerine önem verilmediğini düşünmektedirler. Söz konusu hususlar turizm planlaması pratiğinde yeni yaklaşımların sergilenmesi ve katılımcı bir planlama anlayışının benimsenmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Turizmin olumsuz etkisi olarak “Otel ve diğer turistik tesislerin inşası doğal çevreye zarar vermektedir” ve “Turizm yapılaşmanın gereksiz şekilde artmasına neden olmaktadır” (ortalamalar sırasıyla 2,295 ve 2,460) ifadelerinde olduğu, bu durum planlı olmayan veya iyi uygulanmayan planlar sonucu, doğal ortamlarda ortaya çıkan fazla yapılaşmanın insanları rahatsız ettiği sonucuna işaret etmektedir. Olumlu çevresel etkilere yönelik ifadelerin cevaplarının ortalamaları incelendiğinde de benzer bir durum karşımıza çıkmaktadır. Muğla merkez ilçe sakinleri, turizmin tarihi eserlerin korunması katkı sağladığını (ortalaması 3,824) ve yerel halkta çevre bilincinin oluşmasına katkı sağladığını (ortalaması 3,646) düşünmektedir. Aslında söz konusu bilincin artması nedeniyle de yapılaşmanın doğal çevrede oluşturduğu tahribatın daha da dikkate alındığı gözden kaçırılmamalıdır.

Tablo 4-14: TÇEÖ Maddelerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Ölçek Maddeleri	Ort.	St. Sapma
M7. Muğla’da turizm gelişimi olmasaydı çevre daha az bozulurdu.	2,905	1,3504
M8. Otel ve diğer turistik tesislerin inşası doğal çevreye zarar vermektedir.	2,295	1,2997
M9. Turizm yapılaşmanın gereksiz şekilde artmasına neden olmaktadır.	2,460	1,3353
M10. Turizm faaliyetleri ve turistik tesisler doğayı olumsuz etkilemektedir.	2,618	1,2986
M12. Turizm nedeniyle Muğla’da daha çok trafik olmaktadır.	2,707	1,4373
M13. Turistler ve turistik tesisler çok gürültü oluşturmaktadır.	2,723	1,3122
M2. Turizm yerel halkta çevre bilincinin oluşmasına katkı sağlamaktadır.	3,646	1,2018
M3. Turizm diğer sektörlerle kıyasla çevreyi daha az kirletmektedir.	3,439	1,2873
M4. Turizm doğal çevrenin korunmasına ve güzelleşmesine katkı sağlamaktadır.	3,621	1,2520
M5. Turizm, tarihi eserlerin korunmasına katkı sağlamaktadır.	3,824	1,1937
M6. Turizm nedeniyle topraklarımız daha iyi kullanılmaktadır.	3,123	1,3102

6 ifade ile ölçülmeye çalışılan turizm gelişimine destek olmaya ilişkin tutum maddelerinin ortalama değerleri dikkate alındığında (4,251 ile 3,649) yerel halkın ölçek maddelerine “katılıyorum” düşüncesinde yaklaştıkları görülmektedir. 4 madde ile turizm gelişimine destek olmamaya ilişkin tutumun değerlendirildiği maddelerin ortalama değerleri incelendiğinde de (4,143 ile 3,514) yerel halkın ölçek maddelerine “katılıyorum” düşüncesinde yaklaştıkları görülmektedir. Yerel halk TUDESÖ maddelerine “katılıyorum” cevabı vererek, Muğla merkezde turizm gelişimini desteklediğini ve bunun için daha çok çaba sarf edilmesi gerektiğini belirtmiştir. Söz konusu sonuçlar yukarıda değinilen ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etki

maddelerine verilen cevaplar da dikkate alındığında insanların turizm gelişimine karşı olumlu bir tutum içinde olduklarını göstermektedir.

Tablo 4-15: TUDESÖ Maddelerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Ölçek Maddeleri	Ort.	St. Sapma
M2. Devlet Muğla’da turizmin gelişimi için çaba göstermelidir.	4,175	1,1271
M5. Muğla ili turizm merkezi özelliğini korumalı ve geliştirmelidir.	4,251	,9813
M6. Muğla iline daha çok turist gelmesini desteklerim.	4,083	1,1428
M7. Muğla merkezde daha çok turistik tesis yapılmalıdır.	3,649	1,3337
M8. Muğla merkezi daha çok turist ziyaret etmesini isterim.	3,992	1,2407
M9. Turizm Muğla’nın geleceği için önemli sektörlerdendir.	4,109	1,1579
M10. Bölgeye gelen turist sayısı azaltılmalıdır.	3,774	1,3733
M11. Çevremdeki pek çok insan turizm gelişiminden rahatsız olmaktadır.	3,514	1,2488
M12. Devlet kaynaklarının turizm gelişimi için harcanması gereksizdir.	3,866	1,2807
M13. Turizmin olumsuz etkileri nedeniyle Muğla’yı terk etmeyi düşünüyorum.	4,143	1,2575

Tablo 4-15’deki TUDESÖ ölçek maddeleri incelendiğinde; en yüksek ortalamaya “Muğla ili turizm merkezi özelliğini korumalı ve geliştirmelidir” (4,251) ve “Devlet Muğla’da turizmin gelişimi için çaba göstermelidir” (4,175), en düşük ortalamanın (3,514) “Çevremdeki pek çok insan turizm gelişiminden rahatsız olmaktadır” ve “Muğla merkezde daha çok turistik tesis yapılmalıdır” (3,649) ifadelerine verildiği görülmektedir. Sonuçlar Muğla merkez sakinlerinin turizm gelişiminden rahatsızlık duymadıklarını ve turizmin geliştirilmesine destek verdiğini göstermesinin yanı sıra yeni tesis yapımına yönelik bakış açısı da çok olumsuz olmamakla birlikte söz konusu ifadeye verilen cevapların ortalamasının diğer destek ifadelerinden düşük olması

turizm gelişiminin daha fazla tesisleşmeden ziyade başka unsurlarla gerçekleştirilmesi gerektiğini düşündüklerini ortaya koymaktadır. Söz konusu sonuç, turizm planlayıcılarının ve karar vericilerinin fiziki planlamanın ötesinde de uygulamalar yapması gerektiğini vurgulamaktadır.

4.6.5. Araştırma Ölçeklerinin Güvenirlik Analizleri

Açıklayıcı faktör analizi yapılan ölçeklerin güvenilirlikleri için Cronbach alfa katsayıları hesaplanmıştır. Güvenirlik analizleri sonuçları Tablo 4-16'da gösterilmektedir.

Tablo 4-16: **Araştırmada kullanılan Ölçek ve Alt Ölçeklere ait Güvenirlik Testi Sonuçları**

Ölçekler	Faktörler	Cronbach Alfa Katsayısı	Madde Sayısı
TEEÖ	TEEÖ	,724	10
	Faktör 1: Turizmin olumlu ekonomik etkileri	,847	7
	Faktör 2: Turizmin olumsuz ekonomik etkileri	,715	3
TSKEÖ	TSKEÖ	,870	20
	Faktör 1: Turizmin olumsuz kültürel etkileri	,919	9
	Faktör 2: Turizmin olumsuz sosyal etkileri	,820	6
	Faktör 3: Turizmin olumlu sosyo-kültürel etkileri	,769	5
TÇEÖ	TÇEÖ	,702	11
	Faktör 1: Turizmin olumsuz çevresel etkileri	,768	6
	Faktör 2: Turizmin olumlu çevresel etkileri	,769	5
TUDESÖ	TUDESÖ	,798	10
	Faktör 1: Turizmin gelişimine destek olma	,837	6
	Faktör 2: Turizmin gelişimine destek olmama	,714	4
Toplam Ölçek		,882	51

Tabloda görüldüğü üzere faktörlerin güvenirlik analizi sonuçlarına göre; TEEÖ'nde (10 ifade) 7 ifadeli Faktör-1'in güvenirlik kat sayısının (Cronbach's Alpha) ,847 olduğu, güvenirlik eşiği olan ,70 değerinden oldukça yüksek bir değer aldığından dolayı güvenilir olduğu görülmektedir. 3 ifadeli Faktör-2'nin güvenirlik kat sayısı ,715'dir ve güvenirlik seviyesinin üstünde bir değer aldığından güvenilirdir.

TSKEÖ'deki (20 ifade) 9 ifadeli Faktör-1'in güvenirlik kat sayısı ,919'dur ve güvenilir bir faktördür. 6 ifadeli Faktör-2'nin güvenirlik kat sayısı ,820'dir, 5 ifadeli Faktör-3'ün güvenirlik kat sayısı ,769'dur ve bu madde de güvenirlik seviyesinden yüksek bir değer aldığından dolayı güvenilirdir.

TÇEÖ'deki (11 ifade) 6 ifadeli Faktör-1'in güvenirlik kat sayısı ,768'dir ve güvenilirdir. 5 ifadeli Faktör-2'nin güvenirlik kat sayısı ,769'dur ve güvenilir, TUDESÖ'deki (10 ifade) 6 ifadeli Faktör-1'in güvenirlik kat sayısı ,837'dir ve güvenilir. 4 ifadeli Faktör-2'nin güvenirlik kat sayısı ,714'dür ve güvenirlik seviyesinin üzerinde bir değer aldığı için güvenilir. Sonuç olarak veri setinin tamamına ve faktörlere göre yapılan güvenirlik analizlerine göre tüm analiz sonuçlarının ,702 ile ,919 arasında değiştiği belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre araştırmada kullanılan ölçek ve alt ölçekler veri setinin analizinde kullanılmak üzere iyi ve yüksek derecede güvenilirliğe sahip olduğu, dolayısıyla analizler için uygun olduğu belirlenmiştir (Kayış, 2008: 405).

4.6.6. Araştırma Değişkenlerinin Aralarındaki İlişkileri Belirlemeye Yönelik Analiz Bulguları

Araştırmanın hipotezlerini test etmek amacıyla Turizmin Ekonomik Etkilerine Yönelik Algıları, Turizmin Sosyo-Kültürel Etkilerine Yönelik Algıları, Turizmin Çevresel Etkilerine Yönelik Algıları ile Turizmin Gelişimine Verilen Destek değişkenleri arasında korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi sonuçları aşağıda sunulmaktadır:

Tablo 4-17: Araştırma Değişkenleri Arasında Korelasyon Analizi Sonuçları

		(1)	(2)	(3)	(4)
Ekonomik Etkilere Yönelik Algı (1)	Pearson Correlation	-	,207**	,284**	,138*
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,05
Sosyo-Kültürel Etkilere Yönelik Algı (2)	Pearson Correlation		-	,465**	,293**
	Sig. (2-tailed)			,000	,000
Çevresel Etkilerine Yönelik Algı (3)	Pearson Correlation			-	,267**
	Sig. (2-tailed)				,000
Turizme Verilen Destek (4)	Pearson Correlation				-
	Sig. (2-tailed)				

** Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır. (2-tailed). (N=407)

* Korelasyon 0,05 düzeyinde anlamlıdır. (2-tailed).

Tablo 4-17’den de görüldüğü üzere, yerel halkın turizmin ekonomik etkilerine yönelik algıları ile hem turizmin sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları arasında pozitif (,207) ve kuvvetli bir ilişki ($p= ,000$); hem de turizmin çevresel etkilerine yönelik algıları arasında pozitif (,284) ve iyi yönde bir ilişki ($p= ,000$) vardır. Yerel halkın turizmin sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları ile turizmin çevresel etkilerine yönelik algıları arasında da pozitif (,465) ve oldukça kuvvetli bir ilişki ($p= ,000$) olduğu belirlenmiştir. Bu bulgular doğrultusunda araştırmanın birinci, ikinci ve üçüncü hipotezleri kabul edilmiştir.

Yerel halkın turizmin gelişimine verdiği destek ile turizmin etkilerine yönelik algıları arasındaki ilişkiler incelendiğinde ise tüm değişkenler arasında pozitif ilişkinin varlığı belirlenmiştir. Korelasyon analizi sonuçlarına göre, yerel halkın turizmin ekonomik etkilerine yönelik algıları ile turizmin gelişimine verdiği destek arasında (,138) pozitif

ve iyiye yakın bir ilişki ($p= ,05$) varlığı açığa çıkarılmıştır. Yerel halkın turizmin sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları ile turizmin gelişimine verdiği destek arasında ($,293$) pozitif ve iyi bir ilişkinin ($p= ,000$) olduğu görülmüştür. Yerel halkın turizmin çevresel etkilerine yönelik algıları ile turizmin gelişimine verdiği destek arasında pozitif ($,267$) ve güçlü bir ilişki ($p= ,000$) varlığı belirlenmiştir. Bu bulgular ışığında araştırmanın dördüncü, beşinci ve altıncı hipotezleri de kabul edilmiştir.

4.6.7. Farklılık Analizleri

Yerel halkın turizmin gelişimine destek olma düzeylerinin, cinsiyete ve medeni duruma göre farklılaşıp farklılaşmadığının ortaya çıkarılması amacıyla $,05$ anlamlılık düzeyinde bağımsız t testi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, kadın katılımcıların ($N=216$) turizmin gelişimine verdikleri destek ortalaması $3,57$ iken, erkek katılımcıların ($N=191$) turizmin gelişimine verdikleri destek ortalaması $3,65$ olarak hesaplanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 4-18’de gösterilmektedir.

Tablo 4-18: **Cinsiyetlere Göre Turizmin Gelişimine Destek Olma Düzeylerine İlişkin Grup İstatistikleri**

	Cinsiyet	N	Ortalama	St. Sapma	St. Hata Ort.
Turizmin Gelişimine Destek Olma	Kadın	216	3,57	,568	,039
	Erkek	191	3,65	,580	,042

Erkek katılımcıların turizmin gelişimine daha fazla destek verdikleri görülmekle birlikte istatistiksel olarak bu fazlalığın anlamsız ($p=,166$) olduğu belirlenmiştir. Bulgular sonucunda araştırmanın 7. Hipotezinin ilk alt hipotezi reddedilmiştir. Bulgular aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 4-19: Turizm Gelişimine Destek Olma Düzeylerinin Cinsiyetlere Göre Karşılaştırılması

Turizmin Gelişimine Destek Olma			Levene Varyans Eşitliği Testi		Ortalamaların Eşitliği için t Testi			
			F	Anl.	T	sd	Anl.	Ort. Farkı
	Kadın	Eşit Varyans Varsayımı	,031	,861	-1,388	405	,166	-,079
	Erkek	Eşit olmayan Varyans Varsayımı			-1,386	396,695	,167	-,079

Yerel halkın turizmin gelişimine destek olma düzeylerinin, medeni duruma göre farklılaşıp farklılaşmadığının ortaya çıkarılması amacıyla ,05 anlamlılık düzeyinde t testi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre hem bekâr katılımcıların (N=165) hem evli katılımcıların (N=242) turizmin gelişimine verdikleri destek ortalaması 3,61 olarak hesaplanmıştır. Ortalama değerin eşit olması nedeniyle farklılık testi yapılmamıştır. Bu bulgular ışığında 7. Hipotezin ikinci alt hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 4-20: Medeni Duruma Göre Turizmin Gelişimine Destek Olma Düzeylerine İlişkin Grup İstatistikleri

Turizmin Gelişimine Destek Olma	Medeni Durum	N	Ortalama	St. Sapma	St. Hata Ort.
	Bekâr	165	3,61	,550	,043
	Evli	242	3,61	,591	,038

Yerel halkın turizmin gelişimine destek olma düzeylerinin; eğitim düzeyine, yaşa ve gelir düzeyine göre farklılaşıp farklılaşmadığının açığa çıkarılması amacıyla ,05 anlamlılık düzeyinde tek yönlü varyans analizi (ANOVA) gerçekleştirilmiştir.

Varyans analizi gerçekleştirmenin ön koşulu olan varyansların homojenlik durumunun belirlenmesi için varyansların homojenliği testi yapılmıştır. Test sonucunda her bir değişken için p değeri ,05'ten büyük olduğu için ($p_{\text{eğitim}}: ,244$; $p_{\text{yaş}}: ,704$; $p_{\text{gelir}}: ,897$) varyansların homojen olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç varyans analizinin gerçekleştirilebilmesi için gerekli önkoşulun sağlandığını göstermesi açısından önemlidir (Kayış, 2008).

Yerel halkın turizmin gelişimine destek olma düzeyleri eğitim durumuna göre incelendiğinde; en fazla desteği lisans mezunu olanların verdiği (3,74) en az desteği ise ilkokul mezunu veya daha az eğitim almış olanların verdiği (3,49) görülmektedir. Bununla birlikte varyans analizi sonuçlarına göre bu farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ($p=,244$) belirlenmiştir. Bulgular sonucunda araştırmanın 7. Hipotezinin üçüncü alt hipotezi reddedilmiştir. Analiz sonuçları aşağıda verilen tabloda sunulmaktadır:

Tablo 4-21: Turizm Gelişimine Destek Olma Düzeylerinin Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması

	Eğitim Düzeyleri	N	Ort.	St. Sapma	F	p
Turizmin Gelişimine Destek Olma	İlkokul ve daha az	55	3,49	,620	2,612	,244
	Ortaokul	33	3,63	,504		
	Lise	74	3,55	,614		
	Ön Lisans	63	3,54	,568		
	Lisans	143	3,74	,534		
	Lisansüstü	39	3,50	,579		

Yerel halkın turizmin gelişimine destek olma düzeyleri yaşa göre incelendiğinde; en fazla desteği 25 ve daha az yaş grubunda (3,64) olanlar ile 36-45 yaş grubunda (3,64) olanların verdiği, en az desteği ise 46-55 yaş grubunda olanların verdiği (3,53) görülmektedir. Bununla birlikte varyans analizi sonuçlarına göre bu farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ($p=,704$) belirlenmiştir. Bulgular sonucunda araştırmanın 7. Hipotezinin dördüncü alt hipotezi reddedilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 4-22’de sunulmaktadır:

Tablo 4-22: Turizm Gelişimine Destek Olma Düzeylerinin Yaş Aralığına Göre Karşılaştırılması

	Yaş Aralığı	N	Ort.	St. Sapma	F	p
Turizmin Gelişimine Destek Olma	25 ve daha az	101	3,64	,534	,544	,704
	26-35	121	3,62	,566		
	36-45	93	3,64	,654		
	46-55	74	3,53	,535		
	56 ve daha fazla	18	3,55	,593		

Yerel halkın turizmin gelişimine destek olma düzeyleri gelir düzeyine göre incelendiğinde; en fazla desteği 6001 TL ve üstü gelir elde edenlerin, en az desteği ise 4501-6000 TL gelir grubuna sahip kişilerin oluşturduğu görülmektedir. Bununla birlikte varyans analizi sonuçlarına göre bu farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ($p=,897$) belirlenmiştir. Bulgular sonucunda araştırmanın 7. Hipotezinin beşinci ve son alt hipotezi reddedilmiştir. Aşağıdaki tabloda analiz sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 4-23: Turizm Gelişimine Destek Olma Düzeylerinin Gelir Düzeyine Göre Karşılaştırılması

	Gelir Düzeyi	N	Ort.	St. Sapma	F	p
Turizmin Gelişimine Destek Olma	1500 TL ve daha az	90	3,66	,566	,271	,897
	1501 – 3000 TL	114	3,64	,566		
	3001 – 4500 TL	48	3,65	,575		
	4501 – 6000 TL	24	3,63	,422		
	6001 TL ve daha fazla	16	3,78	,481		

Cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim ve gelir düzeylerinin ölçüldüğü demografik özellikler ile yerel halkın turizm gelişimine desteği arasında farklılık olup olmadığı bulunmuştur. Araştırma bulguları sonucunda; yerel halkın turizmin gelişimine verdikleri desteğin demografik özelliklere göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Her yıl milyonlarca insan farklı amaçlarla seyahat etmektedir. Seyahat ettikleri yörenin kültürünü öğrenip, oradaki yerel halk ile etkileşimde bulunmaktadırlar. Turizm ekonomik açıdan etkili olduğu bölgede yerel halkın daha rahat etmesine ve fayda sağlamasına olanak tanırken, birçok çevresel ve sosyo-kültürel bozulmaya da sebep olmaktadır. Yerel halk tarafından turizmin etkilerinin nasıl karşılandığı önem taşımaktadır. Turizmin olumlu etkilerinin olduğunu düşünen ve algılayan yerel halk turizm gelişimini desteleyecektir. Bu durumun tersine yerel halk tarafından turizmin etkileri olumsuz olarak hissedilirse, turizm gelişimi destek görmeyecektir. Bu çerçevede, turizm gelişiminin ön evrelerinde ve ilk planlama çalışmalarında yerel halkın görüşlerinin de analiz edilmesi büyük önem taşımaktadır.

Bununla birlikte, alan yazında yerel halkın turizme yönelik tutumlarının araştırıldığı çalışmaların büyük bir kesiminin turizm gelişiminin ilk aşamalarının geçildiği ve artık olgunluk döneminin yaşandığı destinasyonlarda gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu kapsamda, yerel halkın turizm gelişimine yönelik ön düşüncelerinden ziyade turizm etkilerinin ortaya çıkmasından sonraki tepkilerinin ölçüldüğü ifade edilebilir.

Ayrıca, turizm gelişiminin, destinasyonun sınırlarının ötesine geçen etkileri olmasına karşın, turizm faaliyetlerinin yoğun yaşanmadığı ancak turizm destinasyonlarına fiziki ve kültürel olarak yakın yerleşimlere yönelik çalışmaların ise (yapılan alan yazın araştırmasında ulaşılan sonuçlara göre) yok denecek kadar az olduğu görülmektedir. Bu çerçevede, bu araştırmanın amacı Türkiye'nin en popüler kitle turizm destinasyonları arasında sayılabilecek olan Bodrum, Marmaris ve Fethiye gibi destinasyonlara yakın konumda bulunan Muğla ili Menteşe (merkez) ilçesinde yaşayan yerel halkın turizm etkileri ve gelişimine yönelik algı, bakış açısı ve tutumunu ölçmektir.

Araştırmada elde edilen bulgular çeşitli araştırmaların (Haralambopoulos ve Pizam, 1996; Mason ve Cheyne, 2000; Teye ve diğerleri, 2000; Weaver ve Lawton, 2001; Andereck vd., 2005; Ay, 2014; Özdemir vd., 2016) sonuçları ile de farklı boyutlarda benzerlik ve farklılıklar göstermektedir. Yapılan analizler neticesinde elde edilen

bulgular ışığında; turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri arasındaki etkilerin arasında pozitif ilişki bulunduğuna dair oluşturulan ilk altı hipotez kabul edilirken, yerel halkın turizmin gelişimine verdikleri desteğin demografik özelliklere (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim seviyesi ve gelir düzeyi) göre farklılık göstereceği yönündeki 7. hipotez ret edilmiştir. Muğla halkının farklı toplumsal – tutumbilimsel (sosyo-ekonomik) kademesinde yer alan bireylerin söz konusu hususlara karşı benzer tepkiler gösterdiği sonuçlardan yorumlanabilmektedir. Bagri ve Kala'nın (2016) Hindistan'ın Uttarakhand'a bağlı Koti-Kanasar köyünde yaptıkları ve Özdemir ve diğerlerinin (2016) Uşak'ın Ulubey ilçesinde yaptığı çalışma ve alan yazındaki diğer birçok çalışmada, bu çalışmanın sonuçlarının tersine demografik özelliklerin turizmin etkilerini algılama hususunda farklılık yarattığı tespit edilmiştir.

Yine Mason ve Cheyne (2000)'in çalışmasının sonucunda kadın ve erkeklerin turizmin etkisine yönelik algısında anlamlı farklılık bulunduğu tespit edilmiştir, ancak Menteşe yerel halkında böyle bir farklılık bulunmamıştır. Araştırma bulguları neticesinde katılımcıların büyük oranda yüksek eğitim seviyesine sahip olduğu ve turizm gelişimini olumlu yönde desteklediği tespit edilmiş olup, Teye vd., (2002) ve Haralampoulos ve Pizam'ın (1996) da yapmış olduğu çalışmalarda da aynı bulgulara rastlanmıştır. Bu çalışmalarda da eğitim seviyesi yükseldikçe yerel halkın turizm gelişimini desteklediği ve turizme yönelik olumlu davranışlar sergilediği tespit edilmiştir. Bu çalışmaların tersine Alhasanat'ın (2010) Ürdün'de yapmış olduğu çalışma sonucunda, eğitim seviyesi az olanların turizme karşı algısının eğitim seviyesi yüksek olanlara göre daha olumlu olduğu saptanmıştır.

Demografik özelliklerde farklılık olmamasının sebebi; Menteşe ilçesindeki kentleşme oranının yüksek oluşu, eğitim ve gelir düzeyinin yüksekliği ve şehrin bir memur kenti olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Demografik değişkenlere meslek, yapılan işin turizmle ilgi olup olmadığı ve ikamet süresi gibi farklı değişkenlerde eklenerek yerel halkın turizmin gelişimine verdikleri desteğin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermeyeceği daha sonraki çalışmalarda ölçülebilir ve farklı sonuçlara ulaşılabilir.

Yerel halkın turizmin gelişimine verdiği destek ile turizmin etkilerine yönelik algıları arasındaki ilişkiler incelendiğinde ise; tüm değişkenler arasında olumlu ve doğrusal bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Korelasyon analizi sonuçlarına göre, yerel halkın turizmin ekonomik etkilerine yönelik algıları ile turizmin gelişimine verdiği destek arasında olumlu ve kuvvetli bir ilişki belirlenmiştir. Yerel halkın turizmin sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları ile turizmin gelişimine verdiği destek arasında olumlu bir ilişki bulunmuştur. Yerel halkın turizmin çevresel etkilerine yönelik algıları ile turizmin gelişimine verdiği destek arasında olumlu ilişki varlığı belirlenmiştir.

Çalışmanın önemli sonuçlarından birisi de, turizm ile doğrudan ilişkili olmayan yerel halkın, alan yazında yer alan ve yoğun turizm faaliyetlerinin yaşandığı destinasyonlarda yapılan çalışmaların pek çoğundan farklılık arz edecek şekilde salt ekonomik etkilerini değil, turizmin diğer etkilerini de aynı derecede önemseyişinin tespit edilmesidir. Söz konusu durumun turizmin ekonomik etkilerinin yoğun olarak hissedilmemesinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Haralambopoulos ve Pizam (1996) Yunanistan'ın Samos şehrinde kurulmuş bir turizm merkezi olan Pythagorion'da yaşayan yerel halkın turizm etkilerini nasıl algıladığını araştırmıştır. Çalışma sonucunda ekonomik açıdan turizme bağlı olanların turizme karşı olumlu bir tutum içinde olduklarını belirtmiştir. Çalışmada çıkan sonuçlarımızı bu araştırma ile karşılaştırdığımızda Muğla çevresi turistik destinasyonların ekonomisinin turizme bağlı olduğu söylenebilir, ancak Muğla merkezin ekonomisi turizme dayanmamaktadır. Menteşe yerel halkının turizmin ekonomik etkilerine ilişkin bir etki hissettiklerini ancak bunu yoğun olarak yaşamadıklarını söyleyebiliriz. Menteşe yerel halkının turizmin olumlu ve olumsuz ekonomik etkilerine karşı algısının çoğunlukla nötr olduğu tespit edilmiştir.

Bu çalışmada turizmin sosyo-kültürel olumsuz etkileri konusunda yerel halkın yoğun bir rahatsızlık hissetmediğinin tespit edilmesiyle birlikte Haralambopoulos ve Pizam'ın (1996) çalışmasında turizmin uyuşturucu bağımlılığı, vandalizm, kavga, cinsel taciz gibi olumsuz sosyo-kültürel etkilere sebep olduğunun saptandığı çalışmasına paralel şekilde turistler ile yerel halk arasında uyumsuzluğun oluştuğu, kültürel değerlerde yozlaşmanın ortaya çıktığı, yerel insanların seksüel

davranışlarında, suç, kavga ve vandalizm gibi tavırlarında olumsuz dönüşümlerin hissedildiği görülmektedir.

Alan yazındaki Mason ve Cheyne (2000); Andereck vd., (2005); Garcia vd., (2015)'nin çalışmaları sonucunda ise bu çalışmadaki nötr algıdan farklı olarak turizmin trafik sıkışıklığına yol açtığı tespit edilmiştir. Bu çalışma ile aynı yönde Yoon vd., (2001); Andereck vd., (2005) ve Akış vd., (1996) turizmin tarihi eserlerin ve kültürel değerlerin korunmasına katkı sağladığını bulmuşlardır. Bunun yanı sıra Menteşe yerel halkının turizmin olumlu çevresel etkileri olduğunu düşündüğü ve Menteşe'de turizm sebebiyle yoğun bir otel ya da tesis inşaatı söz konusu olmadığı için turizmin çevreye zarar verdiği ve gereksiz yapılaşmaya yol açtığına dair düşünceleri yerel halkta oluşmuş olmasına rağmen büyük bir rahatsızlık yaratmadığı ve turizmin olumlu çevresel etkilerini daha ön planda tuttuğu görülmektedir.

Bu çerçevede yerel halk devletin turizm gelişimi için çaba göstermesi gerektiğini, Muğla'nın turizm merkezi özelliğini koruması ve geliştirmesini, Muğla il geneli ve merkez ilçeye daha çok turist gelmesini istediği ve turizmin Muğla'nın geleceği için önemli sektörlerden biri olduğunu düşünmesi nedeniyle turizm gelişimine destek olmaktadır.

Ancak turizm gelişimine destek olmama düşüncelerine de büyük oranda katıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Yerel halk bölgeye gelen turist sayısının azaltılmasını, devlet kaynaklarının turizm gelişimi için harcanmasının gereksiz olduğunu ifade etmekte ve turizmin olumsuz etkileri nedeniyle Muğla'yı terk etmeyi düşündüğünü belirtmektedir. Bu sonuçlar turizm gelişiminin günümüze kadar devam eden şekliyle değil, farklı bir konsept ve planlama pratiğinde oluşması gerektiğine özellikle dikkat çekmektedir. Bu çerçevede çalışma sonuçları ışığında geliştirilen öneriler aşağıda sıralanmaktadır:

Kurum, sektör ve yerel yönetimlere öneriler:

- Menteşe yerel halkı turizmin olumlu ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel ve olumsuz ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkilerinin farkında olmakla birlikte, bu etkilere karşı yüksek oranda nötr bir algıya sahiptir. Bu nötr algı ve

tutum sebebiyle yerel halkın turizm ve gelişimine yönelik algı ve tutumunun artırılmasına yönelik çalışmalar yapılarak, bu algının daha olumlu bir hal alması sağlanabilir. Üniversite ve İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü birlikte çalışarak yerel halkın turizm algı ve tutumunu artırıcı çalışmalar geliştirebilirler.

- Yerel halkın turizm algısının artırılması ve yerel halkında turizm gelişiminde aktif rol alabilmesi için belirli dönemlerde turizm konulu eğitimler verilmelidir.
- Muğla'nın çevresinde bulunan turistik destinasyonlarda merkezde olduğundan daha fazla turistik faaliyet görülmektedir. Belediye, yerel yönetimler, turizm sektörü yatırımcıları ve üniversite işbirliği ile birlikte Muğla merkezin tanıtımı, turistik değerlerinin bilinirliğinin artırılmasının sağlanması için ortak çalışmalar yürütmesi, öncelikle yörede yaşayan halkının sahip olduğu değerlerin farkında olması sağlanmalıdır. Yerel halkın kendisinin bilmediği bir şeyi destekleme ve anlaması beklenmemelidir.

Alan yazına öneriler:

- Muğla merkez yerel halkının turizm etkilerine ve turizm gelişimine olan desteğinin ölçüldüğü bu çalışma Muğla merkezde yapılmış ilk çalışma olma özelliğini taşımaktadır. Bu sebeple elde edilen sonuçların daha sonra yapılacak çalışmalara yardımcı olacağı ve yine bundan sonraki çalışmalarla da sınanması gerektiği düşünülmektedir.
- Gerçekleştirilen çalışmada turizm gelişim desteğine yönelik algıyı ölçmek için cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi ve gelir değişkenleri kullanılmıştır. İleride yapılacak çalışmalarda alan yazında yer alan meslek, yapılan işin turizm ile ilgili olup olmaması, ikamet süresi gibi değişkenlerde eklenerek turizm gelişim desteğine yönelik algı ölçülebilir.
- Bu çalışma belli dönemlerde (yılda 1 kez) yenilenerek elde edilen sonuçlara göre yerel halkın algısındaki değişiklikler gözlemlenmeli ve turizm gelişimine yön verilmelidir.

- Çalışma sadece Muğla merkez ilçe Menteşe’de ikamet eden yerel halk ile gerçekleştirilmiştir. Muğla merkez gibi diğer iç kesim ve kıyı kesimde bulunan ilçelerde ikamet eden yerel halk da çalışmalara dâhil edilerek çalışma alanı genişletilebilir, kıyı kesim ve iç kesimdeki ilçelerin birbirleri ile karşılaştırılması yapılabilir.



KAYNAKÇA

Akış, S., Peristianis, N. ve Warner, J. (1996). Residents' Attitudes to the Tourism Development: The Case of Cyprus. *Tourism Management*, 17(7), 481-494.

Aksoy, Y. ve Akpınar, A. (Tarih Yok). *Muğla Evleri*, http://iaud.aydin.edu.tr/makaleler/ciltxsayix/yildiz_aksoy.pdf adresinden 15.07.2017 tarihinde erişilmiştir.

Aktuğ, E. (2013). *Güney Ege Bölgesi Sosyal Durum Raporu*, http://geka.gov.tr/Dosyalar/o_19v5e8fl11tvr131k7vjh51chb8.pdf adresinden 19.07.2017 tarihinde erişilmiştir.

Aladağ, E. (1991). *Muğla Evi (Muğla'daki Geleneksel Konutların Sıhhileştirilmesi ve Yeniden Değerlendirilmesi Konusunda Bir Araştırma)*. Muğla: Hamle Matbaacılık.

Alaeddinoğlu, F., ve Can, A. S. (2007). Türk Turizm Sektöründe Tur Operatörleri ve Seyahat Acenteleri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 50-66.

Alhasanat, S. (2010). Sociocultural Impacts of Tourism on the Local Community at Petra, Jordan. *European Journal of Scientific Research*, 44(3), 374-386.

Alternatif Maliyet, Fırsat Maliyeti Nedir (t.y.).

http://www.ekodialog.com/Konular/fir_maliyet.html adresinden 20.03.2017 tarihinde erişilmiştir.

Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C. ve Vogt, C. A. (2005). Residents' Perceptions of Community Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.

Ap, J. (1992). Residents' Perceptions on Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research*, 19, 665-690.

Ap, J. ve Crompton, J. (1993). Residents' Strategies for Responding to Tourism Impacts. *Journal of Travel Research*, 32(1), 47-50.

Avcıkurt, C. (2007). *Turizm Sosyolojisi: Turist-Yerel Halk Etkileşimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Avcıkurt, C. (2015). *Turizm Sosyolojisi: Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Ay, A. (2014). *Yerel Halkın Turizmin Etkileri ile İlgili Algı ve Beklentileri: Edirne İli Üzerine Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Bagri, S. C. ve Kala, D. (2016). Residents' Attitudes toward Tourism Development and Impacts in Koti-Kanasar, Indroli, Pattyur Tourism Circuit of Uttarakhand State, India. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(1), 3-29.

Bahar, O. (2006). Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 13 (2), 137-150.

Bahar, O., Yüksel, F. ve Aslan, S. (2016). "Muğla Sağlık Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi", *3rd International Congress of Tourism and Management Researches*, Muğla, s.1177-1192, 20-22 Mayıs, 2016.

Balcı, A. (1997). *Sosyal Bilimlerde Araştırma: Yöntem, Teknik ve İlkeler*, Ankara: A.Ü. Eğitim Bilimleri Fakültesi, TDFO Bilgisayar-Yayıncılık.

BBC Türkiye. (2017). *Turizm geliri 2017'de yüzde 29,7 azaldı* <http://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-38808081> adresinden 23.05.2017 tarihinde erişilmiştir.

Beeton, S. (2006). *Community Development Through Tourism*. Australia: Landlinks.

Bingöl, Z. (2008). Muğla. İçinde: Aktaş, G. (Ed.). *Türkiye Turizm Coğrafyası*, (ss. 163-186), Ankara: Detay Yayıncılık.

Bishop, M. (2013). *A'dan Z'ye Ekonomi Sözlüğü*. (Ş. Akın, B. Akın., ve C. Yıldız, Çev.) Ankara: Adres Yayınları.

Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi (t.y.).

http://www.muze.gov.tr/tr/kurumsal/hakkimizda_1.html adresinden 25.06.2017 tarihinde erişilmiştir.

Brida, J. G., Osti, L., ve Faccioli, M. (2011). Residents' Perception and Attitudes towards Tourism Impacts, *Tourism Management*, 54, 259-274.

Burns, P. ve Holden, A. (1995). *Tourism: A New Perspective*. London: Prentice Hall.

Butler, R. W. (1980). The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for the Management of Resources, *Canadian Geographer*, 24 (1), 5-12.

Butler, R.W. (2000). The Resort Cycle Two Decades On. İçinde: Faulkner, B., Moscardo, G. ve Laws, E. (Ed.). *Tourism in the 21st Century, Reflections on experience*, (ss. 284-299). New York: Addison Wesley Longman.

Butler, R.W. (2011). Tourism Area Life Cycle.

http://www.ibtbl.co.uk/web_documents/tourism_area_life_cycle_original.pdf.
adresinden 15.01.2017 tarihinde erişilmiştir.

Casasnovas, A., ve Sanso-Roselló, A. (2010). *The Tourist Area Life Cycle and the Unit Roots Test. A new economic perspective for a classic paradigm in tourism*. Universitat de les Illes Balears, Departament d'Economía Aplicada, DEA Working Papers: 38.

Cemaloğlu, N. (2011). Veri Toplama Teknikleri: Nicel-Nitel. İçinde A. Tanrıöğen (Ed.). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, (ss. 133-166). Ankara: Anı Yayıncılık.

Cengiz, E. ve Kırkbir, F. (2007). Yerel Halk Tarafından Algılanan Toplam Turizm Etkisi ile Turizm Desteği Arasındaki İlişkiye Yönelik Yapısal Bir Model Önerisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (1), 19-37.

Choi, S. H. (2013). The Impacts of Tourism and Local Residents' Support on Tourism Development: A Case Study of the Rural Community of Jeonhseon, Gangwon Province, South Korea. *Au-Gsb-e Journal*, 6(1), 73-82.

Choi, S. H., ve Muray, I. (2010). Resident Attitudes toward Sustainable Community Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 575-594.

Civelek, A. (2010). Turizmin Sosyal Yapıya ve Sosyal Değişmeye Etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 13,1-2, 331-350.

- Cohen, E. (1984). The Sociology of Tourism: Approaches, Issues and Findings. *Annual Review of Sociology*, 10, 373-392.
- Cordero, J. C. M. (2007). Residents' Perception of Tourism: A Critical Theoretical and Methodological Review. *Ciencia Ergo Sum*, 15 (1), 35-44.
- Çağlayan, M. U. (2010, Ocak). *Muğla ve Muğla Üniversitesi Rehberi*. Akademik Bilişim 2010 Konferansı için hazırlanmış bildiri, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi <http://ab.org.tr/ab10/mugla-rehberi.pdf> adresinden 16.07.2017 tarihinde erişilmiştir.
- Çalışkan, U. (2003). *Turizmin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri ve Kuşadası İlçesi Uygulaması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Çalışkan, U. ve Özer, Ö. (2014). A Comparative Study of Local Residents' Attitudes Towards Tourism in Kuşadası. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 15, 117-133.
- Çalışkan, U. ve Tütüncü, Ö. (2008). “Turizmin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri ve Kuşadası İlçesi Uygulaması”. *IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, Antalya, s.127-148.
- Çeken, H. (2016). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Çelikkat, N. (2015). *Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı: Bodrum İlçesi Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Çımat, A., ve Bahar, O. (2003) Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. *Akdeniz İ.İ.B. F. Dergisi*, 6, 11-18.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2016). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve Lisrel Uygulamaları*, Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Deery, M., Jago, L., ve Fredline, L. (2012). Rethinking Social Impacts of Tourism Research: A New Research Agenda. *Tourism Management*, 33, 64-73.

- Dhivyadeepa, E. (2015). *Sampling Techniques in Educational Research*. Solapur, Hindistan: Laxmi Book Publication.
- Dogan, H.Z. (1989). Forms of adjustment: Sociocultural Impacts of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 16(2), 213–236.
- Doh, M. (2006). *Change through Tourism: Resident Perceptions of Tourism Development*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Texas A&M University, College Station, TX.
- Ekici, R. ve Çizel, B. (2014). Yerel Halkın Turizm Gelişimi Desteğine İlişkin Tutumlarının Destinasyonların Gelişim Düzeylerine Göre Farklılıkları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/Journal of Travel and Hospitality Management*, 73-87.
- Ekici, T. A. (2016). Muğla İlinin Sosyo-Ekonomik Göstergeler Çerçevesinde İç Göç Analizi. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 50-73.
- Erul, E. ve Woosnam, K. M. (2016). Explaining Perceived Impacts of All-Inclusive Resorts through Community Attachment. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 4(2), 83-106.
- Ezeah, C., Fazakerley, J. ve Byrne, T. (2015). Tourism Waste Management in the European Union: Lessons Learned from Four Popular EU Tourist Destinations. *American Journal of Climate Change*, 4, 431-445.
- Fethiye Müzesi Müdürlüğü. (t.y.). <http://fethiyemuzesi.gov.tr/muzemiz.asp> adresinden 23.06.2017 tarihinde erişilmiştir.
- Frent, C. (2016). An Overview on the Negative Impacts of Tourism. *Journal of Tourism- Studies and Research in Tourism*, 22, 32-37.
- Garcia, F. A., Vazquez, A. B. ve Macias, R. C. (2015). Residents' Attitudes towards the Impacts of Tourism. *Tourism Management Perspectives*, 13, 33-40.
- Garcia, F. A., Vazquez, A. B., Macias, R. C. ve Pelages Fernandez, M. A. (2016). Resident's Perceptions of Tourism Development in Benalmadena (Spain). *Tourism Management*, 54, 259-274.

- Gelir İdaresi Başkanlığı. (2016). *İller İtibariyle Genel Bütçe Vergi Gelirleri*.
http://www.gib.gov.tr/fileadmin/user_upload/VI/GBG/Tablo_58.xls.htm adresinden
15.08.2017 tarihinde erişilmiştir.
- Getz, D. (1992). Tourism Planning and Destination Lifecycle. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 752-770.
- Gursoy, D., Chi, C. G. ve Dyer, P. (2009). An Examination of Locals' Attitudes. *Annals of Tourism Research*, 36 (4), 723-726.
- Gursoy, D., Jurowski, C. ve Uysal, M. (2002). Resident Attitudes A Structural Model Approaching. *Annals of Tourism Research*, 29 (1), 79-105.
- Gülbahar, O. (2009). Turizmin Bölgelerarası Gelişmişlik Farklarını Gidermedeki Rolü (Türkiye Örneği). *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(1), 19-47.
- Güneş, N. (2014). Yerel Halkın Turizm Algısı ve Turizme Katılımı: Antalya Konyaaltı ve Kepez İlçesi Örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Güney Ege Kalkınma Ajansı. (2014). *Muğla İli Sosyo- Ekonomik Durum Raporu*,
http://geka.gov.tr/Files/MU%C4%9ELA%20%C4%B0L%C4%B0%20SOSYO-EKONOM%C4%B0K%20DURUM%20RAPORU-2014_1012017111120.pdf
adresinden 19.07.2017 tarihinde erişilmiştir.
- Güney Ege Kalkınma Ajansı. (2016). *Muğla İlinin Kırsal Kalkınma Potansiyelinin Belirlenmesi Projesi*,
http://geka.gov.tr/Dosyalar/o_1aeudiqq1jkm77a6d86cv11818.pdf adresinden
19.07.2017 tarihinde erişilmiştir.
- Güney Ege Kalkınma Ajansı. (2017). *Muğla Yatırım ve İş Ortamı*,
http://geka.gov.tr/Files/Mu%C4%9Fla%20%C4%B0%C5%9F%20ve%20%20Yat%C4%B1r%C4%B1m%20Ortam%C4%B1_1592017163931.pdf adresinden
28.09.2017 tarihinde erişilmiştir.
- Gürbüz, A. (2002). Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Teknoloji Dergisi*, 1(2), 49-59.

- Gürdal, M. (2014). *Türkiye Turizm Coğrafyası ‘‘Profesyonel Turist Rehberi ve Gezi Kılavuzu’’* (Genişletilmiş ikinci baskı). Ankara: Metis.
- Gürün, O. (2015). Muğla’da Geçmişin İzleri. *Muğla Büyük Şehir Belediyesi Kültür Dergisi*. 2 (1), 1-76.
- Güzel, F. Ö. (2013). Sosyo-Kültürel Açıdan Paradoks Yaratıcı Bir Sektör Olarak Turizm: Dalyan Destinasyonunda Sosyolojik Bir Çözümleme. *International Journal of Human Sciences*, 10(1), 780-794.
- Haralambopoulos, N. ve Pizam, A. (1996). Perceived Impacts of Tourism: The Case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 23, 503–526.
- Harlak, H. (2014). Turizme Özgün Bir Bakış Açısı: Hasan Zafer Doğan. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(1), 131 – 149
- Harrill, R. (2004). Residents’ Attitudes toward Tourism Development: A Literature Review with Implications for Tourism Planning. *Journal of Planning Literature*, 18(3), 251-266.
- Hem Tatil Hem Kaplıca Keyfi Bir Arada (t.y.).
<http://www.kaplıcalar.com.tr/kaplıcalar/ege/mugla-kaplıcaları> adresinden 20.06.2017 tarihinde erişilmiştir.
- Holmes, K. ve Ali-Knight, J. (2017) The Event and Festival Life Cycle-Developing A New Model For A New Context. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(3), 986-1004.
- Hunt, C. ve Stronza, A. (2014). Stage-based Tourism Models and Resident Attitudes towards Tourism in an Emerging Destination in the Developing World. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(2), 279-298.
- Jurowski. C. ve Gursoy, D. (2004). Distance Effects on Residents’ Attitudes Toward Tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296-312.
- Kar, M., Zorkirişçi, E. ve Yıldırım, M. (2004). Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme. *Akdeniz İ.İ.B.F Dergisi*, 8, 87-112.

- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Karataş, M. ve Babür, S. (2013). Gelişen Dünya’da Turizm Sektörünün Yeri Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 15(25), 15-24.
- Kariel, H. G. ve Kariel, P.E. (1982). Socio-Cultural Impacts of Tourism: An Example from The Austrian Alps. *Geografiska Annaler Series B, Human Geography*, 64 (1), 1-16.
- Kasarda, John D. ve Morris, J. (1974). Community Attachment in Mass Society. *American Sociological Review*, 39, 328-339.
- Kayış, A. (2008). Güvenirlilik Analizi. İçinde: Kalaycı, Ş. (Ed). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, (ss.403-419), Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kim, K. (2002). *The Effects of Tourism Impacts Upon Quality of Life of Residents in the Community*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, The Virginia Polytechnic Institute and State University, Virginia.
- Ko, D. W. ve Stewart, W. P. (2002), “A Structural Equation Model of Resident’s Attitudes for Tourism Development”, *Tourism Management*, 23, 521-530.
- Kozak, Akoğlan M. A., Eren, S. ve Çakır, O. (2013). Tarihsel Süreç İçerisinde Turizm Paradigması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24 (1), Bahar 7-22.
- Kozak, N., Kozak, Akoğlan M. ve Kozak, M. (2015). *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar* (Yenilenmiş 18. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kubickova, M. ve Li, H. (2017). Tourism Competitiveness, Government and Tourism Area Life Cycle (TALC) Model: The Evaluation of Costa Rica, Guatemala and Honduras. *International Journal of Tourism Research*, 19, 223-234.
- Kumar, J., Hussain, K. ve Kannan, S. (2015). “Developments of the New Tourism Paradigm in the Asia Pacific Region”, *21st Asia Pacific Tourism Association Annual Conferences*. Kuala Lumpur, Malaysia, s.1-12, 14-17 May, 2014.
- Lankford, S. V. ve Howard, D. R. (1994). Developing a Tourism Impact Attitude scale. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 121-139.

- Latkova, P. ve Vogt, C.A. (2011). Residents' Attitudes towards Existing and Future Tourism Development in Rural Communities. *Journal of Travel Research*, 51(1), 50-67.
- Lawton, L.J. (2005). Resident Perception of Tourist Attractions on the Gold Coast of Australia. *Journal of Travel Research*, 44, 188-200
- Long, T. P., Perdue, R. R. ve Allen, L. (1990). Rural Resident Tourism Perceptions and Attitudes by Community Level of Tourism. *Journal of Travel Research*, 28(3), 3-9.
- Lundberg, E. (2016). The Importance of Tourism Impacts for Different Local Resident Groups: a case study of a Swedish seaside destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(1), 46-55.
- Mason, P. (2003). *Tourism Impacts, Planning and Management*. London: Butterworth Heinmann Press.
- Mason, P. ve Cheyne, J. (2000). Residents' Attitudes to Proposed Tourism Development. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 391-411.
- McCool, S. F. ve Martin S. R., (1994). Community Attachment and Attitudes toward Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 32 (3), 29-34.
- Meydan Uygur, S. ve Baykan, E. (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar  zerindeki Etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 30-49.
- Milas (t.y.). http://www.sehiralem.com/Mugla/Tum_Ilceler/Sehir_Hakkinda/Mugla-Tum_Ilceler-Sehir_Hakkinda.html adresinden 20.06.2017 tarihinde erişilmiştir.
- Moyle, B., Croy, G. ve Weiler, B. (2010). Tourism Interaction on Islands: The Community and Visitor Social Exchange. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4 (2), 96-107.
- Muğla Büyükşehir Belediyesi Turizm Gençlik ve Spor Dairesi Başkanlığı. (2017). Muğla İli Belediye ve İşletme Belgeli Tesis Sayısı verileri

Muğla İklim ve Bitki Örtüsü. (t. y.). <http://www.cografya.gen.tr/tr/mugla/iklim.html> adresinden 20.06.2017 tarihinde erişilmiştir.

Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü,
<http://www.muglakulturturizm.gov.tr/TR,157505/tarih.html> adresinden 20.06.2017 tarihinde erişilmiştir.

Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü,
<http://www.muglakulturturizm.gov.tr/TR,156824/mentese-merkez-ilce.html> adresinden 15. 07. 2017 tarihinde erişilmiştir.

Nguyen, H. V. ve Nguyen, T. T., (2012). *The Influence of Local Residents' Perceptions on Their Support for Volunteer Tourism Projects. Case Study: Sapa, Vietnam*,
http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/42599/Nguyen_Ha.pdf;jsessionid=388CCEB9FD738DB4A5EE3569BC3CA866?sequence=1 adresinden 15.04.2017 tarihinde erişilmiştir.

Oktayer, N., Susam., N. ve Çak, M. (2007). *Türkiye’de Turizm Ekonomisi*,
<http://www.ito.org.tr/itoyayin/0016481.pdf> adresinden 11.02.2017 tarihinde erişilmiştir.

Özdemir, N., Zorlu, Ö. ve Baytok, A. (2016). Destinasyon Gelişim Sürecinde Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı: Uşak Ulubey İlçesi Örneği. 17. Ulusal Turizm Kongresi “ Akademi Sektör Buluşması” bildiriler kitabı içinde (ss. 844-857). Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.

Özel, Ç. H. (2014). Turizmin Sosyo-Kültürel Boyutta Ortaya Çıkardığı Etkilerin İncelenmesi: Marmaris Örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 42, 56-68.

Özgüç, N. (2015). *Turizm Coğrafyası Özellikler ve Bölgeler*. İstanbul: Çantay Kitabevi.

Özmen, A. (2000). *Uygulamalı Araştırmalarda Örneklem Yöntemleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Pallant, J. (2016). *SPSS Kullanma Kılavuzu SPSS İle Adım Adım Veri Analizi* (S. Balcı, ve B. Ahi. Çev.) Ankara: Anı Yayıncılık.

Park, K., Lee, J. ve Lee. T. (2016). Residents' Attitudes toward Future Tourism Development in Terms of Community Well-being and Attachment. *Asia Pacific Journal of Research*. 22(2), 160-172.

Russo, A.P. (2002). The "vicious circle" of Tourism Development in Heritage Cities. *Annals of Tourism Research*, 20(1), 165-182.

Seydikemer Belediyesi. (2015). Seydikemer Genel Bilgi, http://seydikemer.bel.tr/tanitim/genel_bilgi adresinden 23.06.2017 tarihinde erişilmiştir.

Şenol, F. (2016). *Türkiye Turizm Coğrafyası ve Dünya Kültürel Mirası (Beşinci baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Şerefoğlu, C. (2009). *Kalkınmada Kırsal Turizmin- 2007-2014 Yılları Arasında Ülkemizde Uygulanacak Olan IPARD Kırsal Kalkınma Programındaki Yeri, Önemi ve Beklenen Gelişmeler*. Uzmanlık Tezi. Ankara.

Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (2013). *Using Multivariate Statistics (6th edition)*. Boston: Pearson Education.

Teye, V., Sönmez, S.F. ve Sırakaya, E. (2002). Residents' Attitudes toward Tourism Development. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668-688.

Tourismtoday. (2017). *Tuik Türkiye'nin 2016 Yılı Turizm Gelir Kaybını Açıkladı*. <http://www.tourismtoday.net/tuik-turkiyenin-2016-yili-turizm-gelir-kaybini-acikladi-46652h.htm> adresinden 15.03.2017 tarihinde erişilmiştir.

Tuna, M. (2007). *Turizm, Çevre ve Toplum* (İkinci baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

Tuna, M. ve Yanardağ. A. A., (2012). *Turizm Sosyolojisi: İçinde Tuna. M (Ed). 1-2-3-4. Ünite, (ss: 2-82)*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Tesisleri.

Tutar. F., Alpaslan, C., Tutar, E. ve Erkan. Ç. (2013). Turizm Sektörünün İstihdam Üzerindeki Etkileri. *Global Journal of Economics and Business Studies Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*, 2(4), 14-27.

Türker, N., Selçuk, Ş. ve Özyıldırım, A. (2016). Turizmin Yerel Halkın Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi: Safranbolu Örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (1), 1-13.

Türkiye İstatistik Kurumu. (2016), *Nüfus ve Demografik Veriler*, <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist> adresinden 12.08.2017 tarihinde erişilmiştir.

TÜRSAB. (2010). *Muğla (Milas, Bodrum, Gökova, Datça, Marmaris, Köyceğiz, Dalyan, Göcek, Fethiye)*. TÜRSAB Kültür Yayınları: Muğla

TÜRSAB. (2016). *Turist Sayısı ve Turizm Geliri*, <http://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turist-sayisi-ve-turizm-geliri> adresinden 20.05.2017 tarihinde erişilmiştir.

TÜRSAB. (2017). *Turizmin Ekonomideki Yeri*, https://www.tursab.org.tr/tr/istatistikler/turizmin-ekomideki-yeri/gsmh-icindeki-payi-1963-_79.html adresinden 27.03.2017 tarihinde erişilmiştir.

Ula Belediye Başkanlığı. (2017). Tarihi ve Turistik Yerler, http://www.ula.bel.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=28&Itemid=84 adresinden 19.08.2017 tarihinde erişilmiştir.

Ulama, Ş. (2015). Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri, Sakarya Üniversitesi http://7content.lms.sabis.sakarya.edu.tr/Uploads/76949/34993/tgs_03-turizmin_sosyo-k/C3%BClt%C3%BCrel_etkileri.pdf adresinden 22. 02. 2017 tarihinde erişilmiştir.

Um, S. ve Crompton J. L. (1987). Measuring Resident's Attachment Levels in A Host Community. *Journal of Travel Research*, 26(2), 27–29.

UNWTO. (2017). *Glossary of Tourism Terms*.

<http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/Glossary+of+terms.pdf> adresinden 13.02.2017 tarihinde erişilmiştir.

UNWTO. (2016). *2016 Annual Report*.

http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/annual_report_2016_web_o.pdf adresinden 07.02.2017 tarihinde erişilmiştir.

Ünlüöner, K. ve Şahin, Z. (2011). Turizmde İstihdam. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(37), 01-25.

Var, T., Kendall, K. W. ve Tarakcioglu, E. (1985). Residents' Attitudes toward Tourists in a Turkish Resort Town. *Annals of Tourism Research*, 12(4), 652-658.

Ward, C. ve Berno, T. (2011). Beyond Social Exchange Theory Attitudes toward Tourists. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1556-1569.

What is tourism development? (t.y.). <https://www.quora.com/What-is-tourism-development-What-are-some-examples> adresinden 13.02.2017 tarihinde erişilmiştir.

Weaver, D. ve Lawton, L. (2001) Resident Perceptions in the Urban-Rural Fringe. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 349-358.

Wikiwand (t.y.). Muğla'daki Yerleşim Yerleri Listesi.

http://www.wikiwand.com/tr/Mu%C4%9Fla%27daki_yerle%C5%9Fim_yerleri_listesi adresinden 27.06.2017 tarihinde erişilmiştir.

World Travel and Tourism Council (2017). *The Economic Impact Of Travel and Tourism March 2017*. <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/world2017.pdf> adresinden 12.06.2017 tarihinde erişilmiştir.

Yatağan Belediyesi. (2017). *Ekonomik Durum*, <http://www.yatagan.gov.tr/ile-ekonomisi> adresinden 23.06.2017 tarihinde erişilmiştir.

Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yıldız Özsalmanlı, A. (2016). Muğla Kenti ve Muğla Büyükşehir Belediyesi. *Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1, 136-159.

Yıldız, Z. (2011). Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. Süleyman Demirel Üniversitesi. *Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.

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

Yutyunyong, T. ve Scott, N. (2009). “The Integration of Social Exchange Theory and Social Representations Theory: A New Perspective on Residents’ Perception Research”, *18th Tourism and Hospitality Education and Research Conference*. Australia, s.1-23, 10-13 Şubat, 2009.

Zhang, X., Ryan, C. ve Cave, J. (2016). Residents, Their Use of A Tourist Facility and Contribution to Tourist Ambience: Narratives from a Film Tourism Site in Beijing. *Tourism Management*, 52, 416-429.

EK

ANKET FORMU

Sayın katılımcı,

*Bu çalışma Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi öğretim görevlisi ve yüksek lisans öğrencisi tarafından Muğla merkez sakinlerinin turizme yönelik görüşlerini değerlendirmek amacıyla hazırlanmıştır. Anket formunda kişisel bilgileriniz herhangi bir şekilde istenilmemekte olup görüşleriniz sadece akademik çalışmalarda kullanılacak ve **gizliliğe riayet edilecek ve başka kurumlarla paylaşılmayacaktır**. Vereceğiniz cevaplar Muğla'da ve ülkemizde turizm gelişimine ışık tutacaktır. Bu sebeple çalışmaya katılımınız büyük önem taşımaktadır.*

Anketin doldurulması en fazla 15 dakikanızı alacaktır. Göstermiş olduğunuz ilgi ve özen için teşekkür ederiz.

Yrd. Doç. Dr. Uğur ÇALIŞKAN / Esra ÇOLAK

Aşağıda verilmiş olan ifadelere katılıp katılmadığınızı ve bunun seviyesini belirtiniz.	Tamamen Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Ne katılıyorum, ne katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1. Muğla genelindeki turizm faaliyetleri Muğla merkeze olumlu yansımaktadır.					
2. Muğla merkezin ekonomisi turizme dayanmaktadır.					
3. Turizm sektörü iş garantisi ve sürekliliği sağlamaktadır.					
4. Muğla merkez ekonomisi turizm sayesinde çeşitlenmiş ve güçlenmiştir.					
5. Muğla merkezde alışveriş imkânları turizm sayesinde artmıştır.					
6. Turizm daha kaliteli ürünlere ulaşma imkânı sağlamıştır.					
7. Turizm yerel ürünler için pazar imkânı oluşturmaktadır.					
8. Turizm sayesinde Muğla ilçelerine daha çok yatırım yapılmaktadır.					
9. Turizm sayesinde Muğla merkeze daha çok yatırım yapılmaktadır.					
10. Muğla ilçelerinin sakinleri turizm bölgesinde olmanın sıkıntılarını yaşamaktadır.					
11. Turizm sektörünün mevsimselliği ekonominin istikrarını bozmaktadır.					
12. En düşük ücretler turizm sektöründe verilmektedir.					

<i>Aşağıda verilmiş olan ifadelerle katılıp katılmadığınızı ve bunun seviyesini belirtiniz.</i>	Tamamen Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Ne katılıyorum, ne katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
13. Turizm yerel insanlardan ziyade dışarıdan gelenlere iş imkânı sağlamaktadır.					
14. Turizm sayesinde yollar, parklar, kentin temizliği gibi hizmetler daha iyi olmuştur.					
15. Turizm kadınların aile içindeki yerinin iyileşmesine destek olmaktadır.					
16. Turizm kadınların toplum içindeki yerinin iyileşmesine destek olmaktadır.					
17. Turizm planlanmasında Muğla halkının istekleri göz önünde bulundurulmaktadır.					
18. Yerel halk turizm planlaması çalışmalarına katılabilmektedir.					
19. Turizm aile yapısı ve sosyal bağlara zarar vermektedir.					
20. Turizm toplum düzenini bozucu davranışların artmasına neden olmaktadır.					
21. Turizm yerel halkın mahremiyetine ve özel yaşamına zarar vermektedir.					
22. Turizm yerel kültürün yozlaşmasına ve ticarileşmesine yol açmaktadır.					
23. Turizm yerel halk ile turistler arasında uyumsuzluk oluşturmaktadır.					
24. Turizm ahlak dışı davranışların artmasına neden olmaktadır.					
25. Turizm fuhuşun artmasına neden olmaktadır.					
26. Turizm cinsel serbestliğin artmasına yol açmıştır.					
27. Turizm alkol ve uyuşturucu madde kullanımının artmasına yol açmaktadır.					
28. Turizm zengin ve fakir arasındaki farkın açılmasına neden olmaktadır.					
29. Turizm gereğinden fazla insan kalabalığı oluşturmaktadır					
30. Turizm nedeniyle Muğla merkez gereğinden fazla kalabalık olmaktadır.					
31. Turistler yüzünden su, enerji gibi ihtiyaçlarımı yeterince karşılayamıyorum.					
32. Turizm nedeniyle Muğla çok fazla göç almaktadır.					
33. Göçle gelenler Muğla'nın kültürel yapısında bozulmalara yol açmaktadır.					
34. Turizm Muğla'da suç oranlarının artmasına yol açmaktadır.					

<i>Aşağıda verilmiş olan ifadelere katılıp katılmadığınızı ve bunun seviyesini belirtiniz.</i>	Tamamen Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Ne katılıyorum, ne katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
35. Turizm Muğla'nın huzurlu ortamını bozmuştur.					
36. Doğal kaynaklar gelecek nesiller için korunmasını önemsiyorum.					
37. Turizm yerel halkta çevre bilincinin oluşmasına katkı sağlamaktadır.					
38. Turizm diğer sektörlere kıyasla çevreyi daha az kirletmektedir.					
39. Turizm doğal çevrenin korunmasına ve güzelleşmesine katkı sağlamaktadır.					
40. Turizm, tarihi eserlerin korunmasına katkı sağlamaktadır.					
41. Turizm nedeniyle topraklarımız daha iyi kullanılmaktadır.					
42. Muğla'da turizm gelişimi olmasaydı çevre daha az bozulurdu.					
43. Otel ve diğer turistik tesislerin inşası doğal çevreye zarar vermektedir.					
44. Turizm yapılaşmanın gereksiz şekilde artmasına neden olmaktadır.					
45. Turizm faaliyetleri ve turistik tesisler doğayı olumsuz etkilemektedir.					
46. Turizm tarım arazilerinin zarar görmesine yol açmaktadır.					
47. Turizm nedeniyle Muğla'da daha çok trafik olmaktadır.					
48. Turistler ve turistik tesisler çok gürültü oluşturmaktadır.					
49. Devlet daha çok iş alanı üretmelidir.					
50. Devlet Muğla'da turizmin gelişimi için çaba göstermelidir.					
51. Devlet Muğla'da turizmin gelişmesini destekliyor.					
52. Muğla turizminin gelişimi sürdürülebilirdir.					
53. Muğla ili turizm merkezi özelliğini korumalı ve geliştirmelidir.					
54. Muğla iline daha çok turist gelmesini desteklerim.					
55. Muğla merkezde daha çok turistik tesis yapılmalıdır.					
56. Muğla merkezini daha çok turist ziyaret etmesini isterim.					
57. Turizm Muğla'nın geleceği için önemli sektörlerdendir.					
58. Bölgeye gelen turist sayısı azaltılmalıdır.					
59. Çevremdeki pek çok insan turizm gelişiminden rahatsız olmaktadır.					

Aşağıda verilmiş olan ifadelerle katılıp katılmadığınızı ve bunun seviyesini belirtiniz.	Tamamen Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Ne katılıyorum, ne katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
60. Devlet kaynaklarının turizm gelişimi için harcanması gereksizdir.					
61. Turizmin olumsuz etkileri nedeniyle Muğla'yı terk etmeyi düşünüyorum.					

DEMOGRAFİK SORULAR

Cinsiyet ☐ Kadın ☐ Erkek

Yaş ☐ 18 - 25 ☐ 26- 35 ☐ 36 - 45 ☐ 46 - 55
☐ 56 - 65 ☐ 66+

Eğitim durumunuz ☐ Okula gitmedim ☐ İlkokul ☐ Ortaokul ☐ Lise
☐ Ön lisans ☐ Üniversite ☐ Yük. Lisans-Doktora

Medeni durum ☐ Bekâr ☐ Evli

Aylık geliriniz yaklaşık ne kadardır? TL

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı: Esra ÇOLAK

Doğum Yeri: Trabzon

Doğum Tarihi:06.04.1984

Medeni Hali: Bekar

EĞİTİM BİLGİLERİ

2011-2017 Yüksek Lisans Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, S.B.E.,
Turizm İşletmeciliği A.B.D

2003-2007 Lisans Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
Seyahat İşletmeciliği Bölümü

2002-1998 Lise Kuşadası Anadolu Meslek ve Kız Meslek Lisesi,
Seyahat İşletmeciliği Bölümü

MESLEKİ BİLGİLER

2015-... Kuşadası LcWaikiki Cadde Satış Danışmanı
Mağazası

2012-2013 Mövenpick Hotel İstanbul Resepsiyon Memuru

2011-2012	Martı Hotel İstanbul	Resepsiyon Memuru
2009-2010	Lykia World Ölüdeniz Hotel (Liberty Ölüdeniz)	Rezervasyon Memuru
2008-(Yaz Sezonu)	Magic Life Marmaris Hotel (Tui Sensimar Marmaris Imperial)	Resepsiyon Memuru
2006-2007 (Yaz Sezonu)	Galileo Travel, Kuşadası	Operasyon Memuru
2005 (Yaz Sezonu)	Sami Travel, Bodrum	Rezervasyon Memuru
2003 (Yaz Sezonu)	Hotelbeds Travel, Kuşadası	Operasyon Memuru
2002 (Yaz Sezonu)	Regal Travel, Kuşadası	Operasyon Memuru
2001 (Yaz Sezonu)	Regal Travel, Kuşadası	Stajyer
2000 (Yaz Sezonu)	Regal Travel, Kuşadası	Stajyer