



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Zarifka Adil IBROSHEVA

KİTLE VE KIŞ TURİZMİ DESTİNASYONLARINDA YEREL HALKIN ALGILARI,
TOPLULUK KATILIMI VE TURİZM GELİŞİMİNE YÖNELİK DESTEĞİN
KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2022



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Zarifka Adil IBROSHEVA

KİTLE VE KİŞİ TURİZMİ DESTİNASYONLARINDA YEREL HALKIN ALGILARI,
TOPLULUK KATILIMI VE TURİZM GELİŞİMİNE YÖNELİK DESTEĞİN
KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Danışman

Prof. Dr. Beykan ÇİZEL

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2022

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Zarifka Adil İBROSHEVA'nın bu çalışması, jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği
Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Ebru İÇİGEN (İmza)

Üye (Danışmanı) : Prof. Dr. Beykan ÇİZEL (İmza)

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Çağla MCKENZİE (İmza)

Tez Başlığı: Kitle ve Kış Turizmi Destinasyonlarında Yerel Halkın Algıları, Topluluk Katılımı ve Turizm Gelişimine Yönelik Desteğin Karşılaştırmalı analizi

Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 07/02/2022

Mezuniyet Tarihi : 31/03/2022

(İmza)

Prof. Dr. Ebru İÇİGEN

Müdür

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Kitle ve Kış Turizmi Destinasyonlarında Yerel Halkın Algıları, Topluluk Katılımı ve Turizm Gelişimine Yönelik Desteğin Karşılaştırmalı analizi” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımda yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

Zarifka Adil IBROSHEVA



T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU
BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	Zarifka Adil IBROSHEVA
Öğrenci Numarası	20175203021
Enstitü Ana Bilim Dalı	Turizm İşletmeciliği
Programı	Tezli Yüksek Lisans
Programın Türü	(X) Tezli Yüksek Lisans () Doktora () Tezsiz Yüksek Lisans
Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı	Prof. Dr. Beykan Çizel
Tez Başlığı	Kitle ve Kış Turizmi Destinasyonlarında Yerel Halkın Algıları, Topluluk Katılımı ve Turizm Gelişimine Yönelik Desteğin Karşılaştırmalı analizi
Turnitin Ödev Numarası	1736516040

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 55 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 04/03/2022 tarihinde tarafımdan Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nda belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

alıntılar hariç %10.

alıntılar dahil % 15 'tür

..

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

(x) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe:

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımcı yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

04/03/2022

(imzası)
Prof. Dr. Beykan ÇİZEL

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	i
TABLolar LİSTESİ.....	ii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	iii
ÖZET.....	iv
SUMMARY	v
ÖNSÖZ.....	i
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

YEREL HALKIN TURİZM GELİŞİMİNE YÖNELİK ALGISINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

1.1. Turist – Yerel Halk Etkileşimi	2
1.2. Turizm Gelişiminin Kapsamı ve Seviyesi	7
1.3. Doğa, Turizm Türü, Turistler.....	8
1.4. Mevsimsellik	9
1.5. Turist Yoğunluğu	9
1.6. Ulusal gelişme aşaması.....	10
1.7. Turizme Ekonomik/İstihdam Bağımlılığı	11
1.8. Topluluk bağlılığı	13
1.9. Turizm Bölgesinden Uzaklık	15
1.10. Kişisel Değerler.....	15
1.11. Sosyal Kimlik/Statü.....	17
1.12. Demografik Değişkenler	18

İKİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMA KİTLE VE KİŞİ TURİZMİ DESTİNASYONLARINDA YEREL HALKIN ALGILARI, TOPLULUK KATILIMI VE TURİZM GELİŞİMİNE YÖNELİK DESTEĞİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

2.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi	21
2.2. Araştırma Hipotezleri	21
2.3. Araştırmanın Çalışma Grupları	26
2.3.1. Çalışma Grubu 1. Antalya.....	26
2.3.2. Çalışma Grubu 2. Bansko	26
2.4. Veri toplama Süreci	28
2.5. Verilerin Analizi ve Bulgular	28
2.6. Sonuç, Tartışmalar ve Öneriler	39
KAYNAKÇA.....	43
ÖZGEÇMİŞ	53

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 2.1 Katılımcıların Demografik Profili.....	29
Tablo 2.2 Ölçeklere İlişkin Temel Betimsel Bulgular	31
Tablo 2.3 Ölçüm Modeline İlişkin Bulgular	33
Tablo 2.4 Ayırışma Geçerliliği (HTMT).....	34
Tablo 2.5 Yapısal Eşitlik Modeli Sonuçları ve Gruplar arası Karşılaştırma Analizi Bulguları.	36



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1 Araştırma Modeli	25
Şekil 2.2 Antalya'nın lokasyonu	26
Şekil 2.3 Bansko'nun lokasyonu	27
Şekil 2.4 Yapısal Eşitlik Modeli Sonuçları – Bansko.....	37
Şekil 2.5 Yapısal Eşitlik Modeli Sonuçları – Antalya	38



ÖZET

Destinasyonların başarısında ve rekabet avantajı elde etmede bölgesel çekicilik ve hizmet kalitesi etkili faktörler olsa da, yerel halkının turizmin gelişimine desteği de önemli bir faktördür. Bununla birlikte yerel halkın turizm gelişimine yönelik algı ve desteği hem uluslararası hem de ulusal alanyazında oldukça fazla yer alan konulardandır.

Konunun öneminden dolayı bu çalışmada olgun bir kitle turizmi destinasyonu olan Antalya ile bir kırsal turizm destinasyonu olan Bansko örneklerinde yerel halkın turizm gelişimine verdikleri destek karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Türkiye'nin kitle turizmi merkezi olan Antalya ve Bulgarista'nın kış turizm merkezi Bansko gibi farklı iki turizm ürünü olan destinasyonlarda, yerel halkın olumlu ve olumsuz algılarının, toplumsal katılım ve turizm gelişimine destek üzerindeki etkileri açısından karşılaştırılmaktadır. Antalya ve Bansko şehirlerindeki yerel halktan yüze yüze anket formu ile toplanan verilerin analizi ile araştırma hipotezleri test edilmiştir. Araştırmada ilişkisel tarama yöntemi kullanılmıştır.

Sonuçlar, kış ve kitle turizmi destinasyonlarında yaşayanların olumlu algılarının toplum katılımına etkisi arasında anlamlı bir fark olduğunu ortaya koymaktadır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular literatür desteği ile tartışılmış, araştırmacı ve uygulamacılara öneriler sunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Yerel Halk, Kitle Turizm, Kış Turizm, Olumlu ve Olumsuz Algı, Toplumsal Katılım, Turizm Gelişimine Destek

SUMMARY

Comparative analysis of Local People's Perceptions, Community Participation and Support for Tourism Development in Mass and Winter Tourism Destinations

Although regional attractiveness and service quality are effective factors in the success of destination tourism and in gaining competitive advantage, the support of local people in the development of tourism is also an important factor. However, the perception and support of the local people for tourism development is one of the issues that take place a lot in both international and national literature.

Due to the importance of the subject, in this study, the support given by the local people to tourism development in the samples of Antalya, which is a mature mass tourism destination, and Bansko, which is a rural tourism destination, has been examined comparatively. It is compared in terms of the effects of positive and negative perceptions of local people on social participation and support for tourism development in destinations with two different tourism products, such as Antalya, Turkey's mass tourism center, and Bansko, Bulgaria's winter tourism center. The research hypotheses were tested by analyzing the data collected from the local people in the cities of Antalya and Bansko with a face-to-face questionnaire. Relational screening method was used in the research.

The results reveal that there is a significant difference between the effects of positive perceptions of those living in winter and mass tourism destinations on community participation. The findings obtained as a result of the research were discussed with the support of the literature, and suggestions were presented to researchers and practitioners.

Keywords: Residents', Mass Tourism, Winter Tourism, Positive and Negative Perception, Community Participation, Support for Tourism Development

ÖNSÖZ

Türkiye'deki eğitimime başlamadan önce bu kadar güçlü ve tarif edemeyeceğim bir duygu ile karşı karşıya olacağımı hiç düşünmezdim. Yeni bir dil öğrendiğimde birkaç yıl sonra o dilde araştırma yapıp tez yazacağım aklımdan geçmezdi. Dolayısıyla bugün bir araştırma ile turizm alanına küçük de olsa bir katkı sağlamanın mutluluğunu yaşıyıp şükür etmekteyim.

Öncelikle yüksek lisans eğitimim ve araştırma süreci boyunca bilimsel açıdan benimle önemli bilgiler ve kaynaklar paylaşan, beni yönlendiren, akademik anlamda beni destekleyen ve bana yardım eden, her zaman anlayış ve sabır ile karşılık veren danışmanım, kıymetli hocam Prof. Dr. Beykan ÇİZEL'e, teşekkürü bir borç bilirim.

Beni eğitim hayatımda destekleyen T.C. Başbakanlık Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı'na sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Türkiye Bursları'nın desteği ile Akdeniz Üniversitesi'nde okuma ve kendimi geliştirme fırsatım olduğu için, burada kazandığım güzel dostluklar için çok minnettarım.

Her anımda benim yanımda olan, destekçim, bugünlere gelmemi sağlayan, bana dürüstlüğü, edebi ve aile değerini öğreten değerli büyük ailem, annem Silvet STAREVA'ya, anneannem Fatime STAREVA'ya dedem Mustafa STAREV'a teyzem Aylin İSMAİLOVA'ya eniştem Orhan İSMAİLOV'a, kuzenlerim Melisa ve Feray İSMAİLOVA'ya teşekkürü bir borç bilirim.

Antalya'da her koşulda yanımda olan, yol göstericim ve benim ikinci ailem olarak saydığım kıymetli Türkçe öğretmenim Melda AKBABA'ya, annesi Meral AKBABA'ya ve babası Dr. Mustafa AKBABA'ya teşekkürü bir borç bilirim.

Bu süreçte beni yalnız bırakmayan ve desteğini esirgemeyen tüm arkadaşlarıma, dostlarıma özellikle de Elif YILMAZ'a, Albina ABDİLDANOVA'ya ve Juliana GOGİTİDZE'ye çok teşekkür ederim. Savunmam esnasında değerli yorumlarını sunan değerli hocalarıma çok teşekkür ederim. Ve son olarak araştırmamın her aşamasında bana katkı sağlayan herkese teşekkürlerimi sunarım.

GİRİŞ

İnsanoğlu var oluşundan itibaren çeşitli nedenlerden dolayı seyahat etme isteği duymuştur. Zamanla yaşam standartlarının artması, teknolojinin gelişmesi, yeni yerler görme isteği ve iç yaşamının stresi gibi nedenlerden dolayı bulunduğu ortamdan farklı bir yerlere gitme isteği turizmi meydana getirmiştir (Zengin, 2006, s. 10). Turizm son yıllarda ülkeler arası vize kolaylıkları, dünyanın globalleşmesi, internet ve sosyal medya gibi sebeplerden ötürü ülkeler için büyük gelir elde edilen bir sektör haline gelmiştir. Turizm sektörünün ekonomik boyutunun giderek artması ile birlikte rekabetçi bir piyasa ortaya çıkmıştır. Turizm gelirleri büyük bir rant oluşturmaktadır. Ülkeler bu rant gelirinden pay alabilmek için deniz-kum- güneş üçlemesinin dışına çıkarak turizmi ülkelerinin potansiyellerine göre çeşitlendirmişlerdir (Holjevac, 2003, s. 132).

İnsanların turizme geniş ölçüde büyük kitleler halinde katıldıkları turizm aktivitesine kitle turizm denir. Kitle turizmi yaygın olarak kullanılan bir kavramdır. İsviçreli yazar Fink'e (1970) göre kitle turizminin temel unsurları şunlardır: çok sayıda insanın katılımı, esasen toplu seyahat organizasyonu, toplu konaklama, tatilcinin seyahat eden bir gruba bilinçli entegrasyonu. Burkart ve Medlik daha genel ve uygulanabilir bir tanım bulmuşlardır: Kitle turizmi, yirminci yüzyılda gelişmiş ülkelerin genel bir özelliği olan turizme çok sayıda insanın katılımını ifade eder. Tatil denilince akla ilk gelen deniz, kum ve güneş gelmektedir. Son yıllarda insanların refah düzeylerinin yükselmesi, kışın tatil yapma istekleri ve adrenalin tutkusu gibi sebeplerden dolayı bir alternatif turizm çeşidi olarak kış turizmi ortaya çıkmıştır. Şehir hayatından bunalan, kalabalıktan uzaklaşmak isteyen, monoton yaşam tarzı olan ve bir süreliğine şehrin karmaşasından uzaklaşmak isteyen insanlara iyi bir fırsat sunmaktadır. Kış turizmi, hem az gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınması açısından büyük bir önem arz etmektedir. Fakat turizmin gelişmesi sadece turizm alanlarını ekonomik olarak etkilemekle kalmaz, aynı zamanda çevre ve sosyal kültür üzerinde de etkisi vardır. Turizmin olumlu ekonomik etkisinin yanı sıra olumsuz etkisini önlemek veya en aza indirmek için de planlamaya ihtiyaç vardır. Yerel halk, turizm gelişiminin başarısının planlanmasında önemli faktörlerden biridir.

Bu araştırmanın amacı bu çalışmada olgun bir kitle turizmi destinasyonu olan Antalya ile bir kış turizmi destinasyonu olan Bansko örneklerinde yerel halkın turizm gelişimine verdikleri destek karşılaştırmalı olarak incelenmesidir. Türkiye'nin kitle turizmi merkezi olan Antalya ve Bulgarista'nın kış turizm merkezi Bansko gibi farklı iki turizm ürünü olan

destinasyonlarda, yerel halkın olumlu ve olumsuz algılarının, toplumsal katılım ve turizm gelişimine destek üzerindeki etkileri açısından karşılaştırılmaktadır.

Bu yüksek lisans tezinin ilk bölümünde; yerel halkın turizm gelişimine yönelik algısını etkileyen faktörler sunulmaktadır. İkinci bölümde; araştırma yöntemine, araştırma verilerinin toplanmasına ait bilgilere, demografik bulgulara, tasarlanan yapısal eşitlik modeline ve araştırma hipotezlerinin testine yer verilmiştir. Literatür taraması sonucu teorik destek ile oluşturulan araştırma modeli iki farklı turizm destinasyonu için yapısal eşitlik modelleme yöntemi ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçları karşılaştırmalı olarak incelenmiş ve yorumlanmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM

YEREL HALKIN TURİZM GELİŞİMİNE YÖNELİK ALGISINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

1.1. Turist – Yerel Halk Etkileşimi

Çeşitli şekillerde tanımlansa da, turizm uzun zamandır “dışarıdakiler tarafından seyahat ve konaklamadan kaynaklanan ilişkilerin özü” olarak kavramsallaştırılmıştır (Hunziker ve Krapf, 1942, s.21, aktaran Dann ve Parrinello, 2009, s.15). Yani turizm, esasen, insanların normal ikamet yerlerinden başka yerlere hareketinin ve bu yerlerde geçici olarak kalmalarının sonuçlarıyla tanımlanan sosyal bir olgudur; diğer yerler ve diğer insanlarla etkileşime giren, kendilerinin veya ev sahibi topluluğun tutumlarını, beklentilerini, görüşlerini ve nihayetinde yaşam tarzlarını etkileyebilecek deneyimler yaşayan insanlarla ilgilidir. (Sharpely, 2008, s.1-2)

Turist – yerel halk sosyal etkileşimi, turist seyahat ederken, otellerde kalırken, yemek yerken, turistik yerleri ziyaret ederken, alışverişe veya gece kulüplerine gittiğinde, tur rehberleriyle konuştuğunda vb. oluşur. Bu etkileşim, herhangi bir iletişim, dostane selamlar, ön bürodaki sorular, mağazalardaki ticari işlemler ve hatta uzun süreli samimi ilişkiler olmaksızın diğer grubun üyelerinin gözlemlenmesi şeklini alabilir (Cook ve Sellitz, 1955, s. 53). Kùltürler arası ortamda bu etkileşim, farklı kùltürel grupların üyesi olan, farklı dilleri konuşan ve farklı dünya algılarına ve değerlerine sahip olan turistler ve yerel halk arasındaki doğrudan yüz yüze karşılaşmaları ifade eder (Bochner 1982 ve Sutton 1967). Bu tür bir temas, turistler tarafından bir kendi kùltüründen ev sahibi kùltüre seyahat ederken ve ev sahipleri tarafından yabancı bir kùltürden gelen turistlere hizmet verirken yaşanır.

Temas hipotezi, turistler ve farklı kùltürü olan yerel halk arasındaki temasın, turistlerin ve yerel halkın birbirlerine karşı tutumlarının artmasına, birbirlerinin kùltürünü öğrenmelerine, sosyal etkileşimi teşvik etmesi gibi (Bochner 1982), olumlu tutum değişikliğine yol açabileceğini gösterse de; iletişim ve hediye alışverişi, kişisel ilişkilerin gelişimi (Smith 1957, s.268), arkadaşlıklar (örn., Boissevain 1979 ve Pearce 1988, s.85) ve memnuniyet gibi temaslar (örn., Stringer 1981, s.371), aynı zamanda olumsuz duygular da üretebilir. Örneğin olumsuz tutumlar, stereotipler ve önyargılar geliştirebilir ve gerilimi, düşmanlığı, şüpheyi ve sıklıkla şiddet içeren saldırıları artırabilir. (Bochner 1982 ve Pi-Sunyer 1978). Turistler ve farklı kùltürü olan yerel halk arasındaki sosyal etkileşimin sonuçları, karşılaşmadaki “kùltürlerarasılık”

derecesine, yani insanlar arasındaki benzerlik ve farklılıkların boyutuna bağlıdır (Levine 1979, s.21).

Turist – yerel halk etkileşimi, hizmet karşılaşması açısından analiz edilebilir (Riley 1995, s.119). Ürünün maddi olmayan unsurlarıyla ilgilenen turizm ve konaklama endüstrisinde, müşteri beklentilerini belirleyen ve doğrulayan hizmet karşılaşmasının doğası ve kalitesidir. (Shostack 1985, s.243)’a göre, hizmet karşılaşmasını “tüketicinin bir hizmetle doğrudan etkileşimde bulunduğu bir süre” ve müşterinin hizmet hakkında yargıda bulunduğu zaman olarak tanımlamıştır. Hizmet karşılaşması genellikle gerçek anı olarak adlandırılır; çünkü bu, müşterilere beklentilerinin uyumlaştırılması ya da onaylanmamasını deneyimleme fırsatı verir ve bu da onların memnuniyetlerine katkıda bulunur (Smith ve Houston 1983, s.34). Bu nedenle, turizmin temeli, bir yandan doğası gereği turistlerin başarılı veya tatmin edici bir deneyime sahip olma derecesini belirleyebilen (Reisinger ve Turner, 2002, s.307) ve diğer yandan doğası belirleyen “ev sahibi – misafir“ ilişkileri (Smith, 1977, s.5) olarak adlandırılır. Hedef bölgedeki ev sahibi topluluklar veya sakinler tarafından deneyimlenen olumlu veya olumsuz turizm deneyimi turistlere ilişkin algıları etkiler.

Seyahat ve turizm alanında son kırk yılda sakinlerin turizme ve buna eşlik eden kalkınmaya yönelik tutumları ile ilgili çok sayıda çalışma yapılmıştır. Bu tür çalışmalar, kırsal alanlardan kentsel topluluklara, dağlık bölgelerden kıyı destinasyonlarına kadar değişen ve yerel sürdürülebilir bir yaklaşımdan kitle turizmine kadar olan gelişimle ilgili birçok bağlamda yer almıştır. Sonuçta, bir turistik destinasyonda ikamet eden bireyler, ziyaret ve gelişim ile ilişkili olumlu (örneğin daha fazla istihdam, kültür alışverişi) ve olumsuz etkiler (örneğin kalabalıklaşma, daha yüksek yaşam maliyeti) deneyimlerden dolayı bu tür bireylerin turizme yönelik tutum formülleştirmemeleri neredeyse imkânsız hale gelmektedir.

Yerel halkın tutumlarına odaklanan çok sayıda araştırmayla, araştırmacıların algıları incelerken bir dizi bağımsız değişkeni kullanması düzenli bir uygulama haline gelmiştir. Son incelemelerde, (Huh ve Vogt, 2008, s.447) ve (Draper, Woosnam ve Norman, 2011, s.64) sosyodemografik (örn. yaş, cinsiyet, eğitim, ikamet süresi ve ırk/etnik köken), sosyoekonomik (örn., gelir ve ekonomik bağımlılık göstermiştir.), mekansal (örn: sakinler ve turistler arasındaki fiziksel mesafe) ve seyahat davranışı (örn: yerel halkın son zamanlardaki uluslararası ve yurtiçi seyahat) değişkenlerinin tümü, yerel halkın turizm algılarını incelemek için kullanılmıştır. Potansiyel ve kullanılan değişkenler havuzu göz önüne alındığında, sakinlerin turizmi ve turizm gelişimini neden bu şekilde algıladıklarını açıklamada tutarlı bir destek sağlayan çok az kişi var (Harrill 2004, s.263).

Yerel halk araştırmaların çoğunda örtük olarak, turizmin toplum yaşamına bir rahatsız edici olduğu fikri, yerel halk ve turistler veya yerel halk arasında oyunda doğal bir çatışma ve topluluk dokusunda herhangi bir değişiklik olduğu fikridir (Wearing, Stevenson, and Young 2010). Böyle bir bakış ačíısı, turistik destinasyonlarda yaşayanlar, mevcut ve potansiyel etkilerin bilinmesine hala turizmi ve turizm gelişimini desteklemelerine rağmen mevcuttur (Wall ve Mathieson 2006). Woosnam'ın (2012, s.315) gözlemlediği gibi, 'Mevcut yerel halkın tutumları literatürü, yerel halkın turistlere yönelik duygularının (bireysel düzeyde) potansiyel olarak turizm hakkındaki tutumlarını nasıl etkileyebileceğini dikkate almıyor'. Bařka bir deyişle, "turizm" ve "turist" terimleri literatürde sıklıkla birbirinin yerine kullanılsa da, çođu çalışma, yerel halkın turizm gelişimi olarak adlandırılabilirler şeylere karşı tutumları ve bundan kaynaklanan faydalar/yararlar ile ilgilidir. Tersine, turizm gelişimi ile ilgili olanlardan oldukça farklı olabilen turistlere yönelik tutumlar nadiren ele alınmaktadır. Tabii ki, bu tür ilişkilerin meydana geldiği bağamlar, turizm gelişiminin aşamasından, ölçeğinden ve türünden veya turistlerin beklentilerinden/davranışlarından, hedef toplumun yapısı ve özelliklerine kadar neredeyse sonsuz ölçüde değişir (Pearce, 1994, s.112). Aslında, kısaca tartışılacağı gibi, araştırmaların çođu, yerel halkın turizm algılarını belirleyebilen bu değişkenleri belirlemekle ilgilenmektedir. Bununla birlikte, turist – yerel halk ilişkileri ile ilgili ilk çalışmalar, (a)simetritlerini tahmin etmek için bir temel olarak turistler ve yerel halk arasındaki karşılaşmaların yapılarını ve ortamlarını modellemeye çalıştı.

Sutton (1967), çođu karşılaşmada ortak olarak görülen beř özellik tanımlamıştır. Temasın geçici olduğunu, her iki tarafın da anında tatmin aradığını, karşılaşmaların turistler için yeni veya olağandışı deneyimler olma eğiliminde olduğunu, ancak yerel halk için "olağan iř" olduğunu, iki taraf arasında kültürel farklılıkların bulunduğunu ve genel olarak karşılaşmaların dengesiz olma eğiliminde olduğunu iddia etmektedir. Benzer şekilde, daha sonraki bir UNESCO makalesi, turist ve yerel halk arasındaki karşılaşmanın, geçici doğası, zaman ve mekan ačíısından kısıtlamaları ve hem eşitsiz hem de kendiliğindenlikten yoksun ilişkiler ile karakterize edildiğini buldu (UNESCO, 1976, s.82). Bařka bir deyişle, karşılaşmalar yalnızca tatil yerlerindeki belirli yerlerde (otellerde/restoranlarda, mağazalarda/pazarlarda, sahilde vb.) değil, aynı zamanda turistler ve turizm sektöründe resmi veya gayri resmi olarak meşgul olan kişiler arasında da meydana gelir. Bu nedenle, hem Sutton hem de UNESCO, öncelikle, (deKadt, 1979, s.50) tarafından tanımlanan üç ana ortamdaki ilkinde, yani “turistin ev sahibinden bir mal veya hizmet satın aldığı yer”de meydana gelen karşılaşmalarla ilgilenir.

Ayrıca, deKadt'a göre, 'turist ve ev sahibinin kendilerini yan yana buldukları' ve 'iki tarafın bilgi veya fikir alışverişinde bulunma amacı ile yüz yüze geldikleri' karşılaşmalar meydana gelebilir.

Bir dizi nokta hemen dikkat gerektirir. İlk olarak, yerel halk ve turistler arasındaki ilişkilerin biçimi ve doğası, yapılandırılmış, ticari değiş tokuşa dayalı karşılaşmalardan spontane, tesadüfi toplantılara ve hatta hiçbir temas veya iletişim içermeyen (yani, mekan paylaşımıyla sınırlı) ilişkilere kadar önemli ölçüde farklılık gösterir. Bu tür ayrımlar uzun zamandır bilinmektedir. Örneğin, Krippendorf (1987), bir destinasyon yerel halkının homojen bir grup oluşturmadığını kabul ederek, öncelikli olarak iş bağlamında dört tür yerel halk önermiştir: turistlerle sürekli temas halinde olan doğrudan işletmelerde; bazı işletmelerde düzensiz temas içinde olanlar; düzenli temas halinde olan ancak gelirlerini kısmen turizmden elde edenler; ve turistlerle teması olmayanlar. Benzer şekilde, Krippendorf tarafından önerilen işletmeye özel bağlamdan ziyade daha genel olarak temasın doğasına ve yerel halk algıları üzerindeki müteakip etkilere dayanmasına rağmen, turist – yerel halk karşılaşmalarını bir süreklilik üzerinde uzanıyor olarak kavramsallaştırmak mümkündür.

Kaçınılmaz olarak, bu süreklilik, turistler ve yerel halk arasındaki karşılaşmaların karmaşık ve değişken doğasını fazlasıyla basitleştirmektedir. Bununla birlikte, bu tür karşılaşmaların farklı biçimlerini ve daha da önemlisi bu araştırma bağlamında yerel halk algılarının bunlardan ne ölçüde etkilenebileceğini vurgulamaya yardım eder. Turistlerle düzenli ticari temelli alışverişlerde bulunanlar, turistlerin tutum ve davranışlarından etkilenirken, turistlerin memnuniyet derecesini doğrudan etkileyebilirler. Dolayısıyla, turizm ve turistlere yönelik algıları ve tepkileri anlama açısından en önemli olan bu yerel halk grubudur. Tersine, diğer uçta, turistlerle aynı alanı paylaşan ancak onlarla doğrudan temas kurmayan sakinlerin, turizm algılarından bağımsız olarak turist deneyimini etkileme olasılığı daha düşüktür. Bu nedenle, bu ikinci grubun algılarını anlamak, refahları açısından önemlidir, ancak turizm sektörünün başarısı açısından tartışmasız daha az önemlidir.

Araştırmaların çoğu, turizmin ve etkilerinin algılanma şeklini etkileyebilecek değişkenlerin belirlenmesi, ölçülmesi ve karşılaştırılmasıyla ilgilenmiştir ve ilgilenmeye devam ediyor; amaç, yerel halkın turizme karşı tutumlarını hem açıklamak hem de potansiyel olarak tahmin etmektir. Çoğu araştırmacı, konuyu ele alan çok sayıda çalışmaya ve tanımlanan ve araştırılan değişkenlerin çeşitliliğine dikkat çeker; bu nedenle değişkenleri başlıklar altında sınıflandırmaya yönelik girişimlerde bulunmaktadır. Örneğin Harrill (2004), geniş ölçüde sosyoekonomik ve mekansal faktörlere ve ekonomik bağımlılığa atıfta bulunurken, diğerleri makro, topluluk çapındaki faktörler ve bireysel sakinle ilgili mikro faktörler arasında ayrım

yapmaktadır. Deery (2012) mikro faktörleri 'dışsal' ve içsel olan 'değer değişkenleri' olarak ikiye ayırarak daha da ileri gitmektedir. Bununla birlikte, genellikle, daha geniş destinasyon faktörleri ile bireyle ilgili olanlar arasındaki ikilik, “dışsal” ve “içsel” faktörler olarak tanımlanır (Faulkner & Tideswell, 1997, s.17).

Bu bağlamda, bir faktör hala bir değişkendir, ancak kategorik bir bağımsız değişkeni ifade eder. Her iki durumda da kategorik bir bağımsız değişkene atıfta bulunmaktadır. Ortak değişkenler gibi, doğrusal bir modeldeki faktörler de kontrol değişkenleri veya önemli bağımsız değişkenler olabilir.

Kent turizmi, kentsel sosyo-mekansal değişimin önemli bir gücüdür ve kentlere canlılık ve akışkanlık getirir. Giderek artan bir şekilde, kentsel turistik destinasyonlar, sakinlerin yaşam alanlarıyla iç içe geçerek turistler ve yerel halk arasında sosyo-mekansal etkileşimlere yol açmaktadır. Turistler ve yerel halk arasındaki bu sosyo-mekansal etkileşimler, özellikle turistler arasında popüler olan şehirlerde planlama için önemli etkilere sahiptir. Önemli, ancak bazen ihmal edilen bir konu, şehir ve mahalle ölçeğinde yerel halk ve ziyaretçilerin karışımı ve bu tür tesadüflerin insanların deneyimlerini nasıl etkilediğidir. Bununla birlikte, geleneksel araştırma yöntemleriyle etkileşim ve ayrışmanın ince ölçekli uzamsal modellerini elde etmek zordur.

Turist – yerel halk etkileşimi uzun zamandır turizm araştırmalarının odak noktası olmuştur. Yerel halk ve turistler ortak alanlar, olanaklar ve hizmetler aracılığıyla birbirine bağlıdır (Sherlock, 2001; Zhang, Inbakaran ve Jackson, 2006, s.192). Turist – yerel halk etkileşimlerini araştıran çoğu çalışma, yerel halk turistlere yönelik tutumlarına ve turizmin yerel topluluklar üzerindeki etkilerine odaklanmaktadır (Harrill, 2004, s.256). Sosyal değişim teorisi ve duygusal dayanışma teorisi, yerel halkın turizme yönelik olumlu ve olumsuz tutumlarını araştırmak için çerçeveler olarak kullanılmıştır (Woosnam, Norman ve Ying, 2009, s.249). Diğer çalışmalar, algılanan ekonomik, sosyal ve kültürel fayda ve maliyetlerin yerel halkın tutumları üzerindeki etkilerini modellemiş ve tutumların turizmin gelişme aşamasına göre değiştiğini savunmuştur (Gursoy, Chi ve Dyer, 2010, s.386).

Yerel halkın ve turistlerin deneyimlerini etkilediği bildirilmiş olsa da, bu çalışmalarda mekansal yön genellikle ihmal edilmektedir. Örneğin, araştırmalar mesafenin etkileşimi nasıl etkilediğine dair karışık bulgular bildirmektedir (Deery, Jago ve Fredline, 2012, s.68). Başka bir deyişle, turistler ve yerel halk arasındaki tutumlar ve etkileşimler karmaşıktır ve yakınlık tek başına bu kalıpları açıklayamaz. Ancak yakınlığın ötesinde, turistlerin ve yerel halkın destinasyonları arasındaki mekansal ilişkiler hakkında çok az bilgiye sahibiz.

Turistlerin ve yerel cazibe merkezlerinin mekansal modellerini anlamadan, altyapı sağlama ve istenmeyen sonuçları hafifletmek için alternatif turizm gelişimi sunma fırsatını kaçıırız. Sürdürülebilir kalkınma, ziyaretçiler ve yerel halk arasında uyumlu bir ilişki gerektirmektedir. Kentsel alanı çok işlevli, kültürlü hale getirmek ve turistler - yerel halk için karşılıklı olarak yararlı sonuçlar elde etmek için öncelikle farklı bölgelerdeki değişen etkileşim düzeyini anlamamız gerekmektedir.

1.2. Turizm Gelişiminin Kapsamı ve Seviyesi

Kırsal kalkınmanın yaygın bir hizmet odaklı stratejisi, yeni istihdam, artan gelirler, ek vergiler ve sırayla diğer endüstrileri çekecek genel olarak geliştirilmiş bir topluluk altyapısı olarak görülen turizmin teşvik edilmesidir (Cooke 1982; Loukissas 1983; Liu ve Var 1986). Kamu ve özel sektördeki ekonomik planlamacılar, bölgesel ekonomik kalkınma için alternatif bir kaynak olarak sıklıkla turizme güvenmiştir. Ancak turizm, sosyal, ekonomik ve çevresel sonucuna katlanmaktadır (Var ve Kim 1989).

Birçok araştırma turizm gelişiminin etkilerine odaklanmıştır (Allen, Hafer, Long ve Perdue 1993). Bu çalışmalar hem olumlu hem de olumsuz ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri belirlemiştir. Çoğunlukla bu çalışmalar, topluluğun ekonomik dinamiklerini hesaba katmayan kesitsel tarama araştırma tasarımlarına dayanmaktadır (Ap 1990). Ne yazık ki, birçok eyalet ve yerel yönetim, turizmin genişlemesiyle bağlantılı sosyal veya çevresel maliyetleri çok az dikkate alarak ekonomik faydaları optimize etmeye çalışmaktadır. Son araştırmalar, turizmin yerel halk için olumsuz neticeler olduğunu ortaya koymuştur (Pizam 1978; Rothman 1978; Cooke 1982; Loukissas 1983; Getz 1986). Bu olumsuz neticeler arasında gürültü, trafik, suç oranı ve fiyatlardaki artışlar, aile yapısının bozulması, tek boyutlu bir ekonomi ve yerel halk tarafından kızgınlık görülmektedir. O halde kapsamlı turizm planlaması, turizmin zararlı etkilerini en aza indirirken, turizmin sadece ekonomik değil aynı zamanda sosyal ve çevresel faydalarını da optimize etmeye çalışmalıdır. Turizme dayalı bir ekonominin yerel topluluklarda varlığını sürdürebilmesi için, yerel halkın süreçte istekli ortaklar olması gerekir. Yerel halkın turistlerle olan etkileşimlerinin sıklığı nedeniyle, misafirperver ev sahipleri olarak hizmet etmeye istekli olmaları turizmin başarısı için kritik öneme sahiptir. Bu nedenle, yerel halk planlamaya dâhil edilmelidir; onlara kalkınmanın kapsamı hakkında bilgi verilmeli ve danışılmalıdır (Cooke 1982; Loukissas 1983) ve turizme yönelik tutumları ve bunun toplum yaşamı üzerindeki etkisine ilişkin algıları sürekli olarak değerlendirilmelidir.

Son araştırmalar, yerel halk turizme yönelik tutumlarının, ev sahibi topluluk içindeki gelişme derecesi ve/veya aşaması ile doğrudan ilişkili olabileceğini öne sürmüştür (Doxey 1975; Williams 1979; Butler 1980; Cooke 1982; Getz 1983; Haywood 1986). Bu çalışmalar, toplulukların turistleri çekmek için belirli bir kapasiteye sahip olduğunu göstermektedir. Bu kapasitenin veya eşiğın üzerindeki büyüme, olumsuz sosyal ve çevresel etkilere ve turizm yatırımlarının getirisinin azalmasına neden olabilir. Kapasiteleri belirlenebilirse ekonomik, sosyal ve çevresel faydalar optimize edilip ve olumsuz sonuçlar en aza indirilebilir. Butler (1980) ve diğeri tarafından yapılan çalışma, bununla birlikte, turizm gelişme seviyesinin, yerel halkın turizm etkilerine ilişkin algılarını etkilediğini göstermektedir. Genel olarak teorisyenler ve araştırmacılar, turizmin gelişme düzeyi ile ev sahibi topluluk üzerindeki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerin algılanan veya nesnel ölçümleri arasında ters bir ilişki olacağını belirtmişlerdir (Doxey 1976; Gunn 1988).

Bir araştırma yapılmadan önce iki ana sorunun yanıtlanması gerekir: turizm gelişimi nasıl ölçülür ve ne tür bir etki değerlendirilmek istenir? Turizm gelişimi, oteller, restoranlar, parklar, konaklama tesisleri ile ölçülebilir. Belirli bir alandaki turistlerin sayısı, yoğunluğu veya bir topluluktaki turizmle ilgili satışların büyüklüğü yüzdesi ile ölçülebilir. (Royer, McCook ve Hunt 1974; Rajotte 1977; Pearce 1987). Herhangi bir sayıda değişken kullanılabilir; her birinin tanımlanması zordur ve ölçülmesi daha da zordur. Bununla birlikte, kullanılan ölçü, incelenen alanın özelliklerine ve tabii ki uygun bilgilerin mevcudiyetine dayanmalıdır (Haywood 1986). Ayrıca, turizm gelişiminin aşaması taşıma kapasitesinin belirlenmesinde bir faktör olabilir, ancak bu kavram henüz başarılı bir şekilde operasyonel hale getirilmemiştir.

1.3. Doğa, Turizm Türü, Turistler

Sharpley'nin (2013) gösterdiği gibi, dışsal değişken 'doğa, turizm türü ve turistler' potansiyel olarak yerleşik turizm algısını etkileyebilir. Farklı turist gruplarının tanınması, belirli turistlerin belirli yerel halkla daha fazla temasa geçebileceği gerçeğinden dolayı ayrıca önemlidir, bunun da bölge sakinlerinin turizm algısını sürekli ve olumlu yönde etkilediği gösterilmiştir (Sharpley, 2013, s.43). Son olarak, mevsimselliğin (ve buna bağlı turistlerin gelgitlerinin) turizm algılarını etkilediği gösterildiğinden, mevsimi akılda tutmak önemlidir (Sharpley, 2013, s.45).

1.4. Mevsimsellik

Turizm algılarının mevsimselliğe göre değişiklik gösterdiği, ancak yüksek ve düşük sezon tutumları dengeleyebileceği bulunmuştur (Sharpley, 2013, s.43). Yılın değişen durgun ve yoğun dönemlere bölünebileceği anlamına gelir. Tatil köyü topluluklarında yapılan araştırmalar bu dönemlerin yerel halkın bilişsel yapısında baskın etkileri olduğunu öne sürmektedir (Rothman, 1978, s.1).

Turizmin mevsimsel doğası, yerel halk ve turistler arasındaki uyumsuzluktan kısmen sorumludur (Sheldon ve Var, 1984, s.40). Yüksek sezonda altyapılar maksimum düzeyde gerilir. Aşırı kalabalık ve trafik sıkışıklığı yerel halk için rahatsızlıklara neden olmaktadır. Düşük sezonda işçiler genellikle işten çıkarılır ve bu da ekonomik çekişmeye yol açar. Rothman (1978), turizmin mevsimsel doğasının güney Delaware'deki iki topluluk üzerindeki etkisini inceledi ve mevsimlik turizm konusunda uzun deneyime sahip toplulukların, uygunsuzluklara uyum sağlamak için mekanizmalar geliştirebileceği ve uyum sağlayabileceği sonucuna varmıştır. Pizam (1978), Cape Cod'da yaptığı bir araştırmada, yüksek yoğunlukta turistin, yerel halkın olumsuz tutumlarını teşvik etme eğiliminde olduğunu bulmuştur. Ancak işi turizme bağlı olanlar turistlere karşı daha olumlu tutum sergileme eğilimindedir. Hoffman ve Low, bir ziyaretçinin bir destinasyona geri dönüp dönmediğini belirlemede yerel halkın tutumlarının en önemli faktör olduğunu belirlemiştir.

1.5. Turist Yoğunluğu

Turizm/turist yoğunluğu ne kadar büyük olursa, turizm algıları da o kadar olumsuz olur. Bununla birlikte, olumlu tutumlar (örneğin ekonomik faydalar) bu tür endişelerden daha ağır basabilir (Sharpley, 2013, s.43). Turist yoğunluğu "yerel halk tarafından algılanan turizm gelişme düzeyi" ile ilişkilendirilmektedir (Sanchez, Bueno ve Mejia, 2011, s.471). Aynı zamanda turizm gelişiminin derecesini objektif olarak ölçen çalışmalarda kullanılan bir değişkendir (Diedrich ve Garcı'a-Buades, 2009, s.471).

Smith ve Krannich (1998) ve Pearce (1980), turist yoğunluğu ne kadar fazlaysa, yerel halkın o kadar çevre bilincine sahip olduklarını ve turizmden kaynaklanan çevresel maliyetlere ilişkin algılarının o kadar büyük olduğunu savunuyorlar. Faulkner ve Tideswell (1997) de turist yoğunluğunun yüksek olduğu destinasyonlarda turizmin olumsuz etkilerinin vurgulandığını savunurken, Diedrich ve Garcı'a-Buades (2009), olumsuz etki algılarındaki artışın, sosyal taşıma kapasitesinin sınırına doğru bir hareketi işaret ettiğine inanmaktadır. Ancak, Bujosa-

Bestard ve Rosello'-Nadal (2007) tam tersi bir çizgi izliyor ve turist yoğunluğu ne kadar fazlaysa yerel halk tarafından çevre üzerindeki etkiler konusunda o kadar az endişe gösterildiği sonucuna varmaktadır. Bu şekilde, finansal ve profesyonel olarak turizme bağımlı olan yerel halk, turizmin çevresel etkileri hakkında olumlu bir görüş oluşturmaya daha yatkındır. Turist yoğunluğu, ek turizm gelişimine yönelik tutum ile negatif ilişkilidir hipotezini destekler (Faulkner ve Tideswell, 1997, s.17).

Turist yoğunluğu, yerel halkın turizmden memnuniyeti ile negatif ilişkilidir. Daha fazla turist yoğunluğunun, bölge sakinleri ve turistler tarafından paylaşılan bu kamu hizmetlerinin (ulaşım, sağlık vb.) artan doygunluğuna yol açtığını önermek mantıklı görünüyor. Bu nedenle yerel halkın bu kamu hizmetlerinin yönetilme şeklinden daha az memnun olmalarına neden olacaktır. Bu önerme Gürsoy (2002), Gürsoy ve Rutherford (2004) ve Jurowski ve Gürsoy (2004)'in çalışmalarında desteklenmektedir.

1.6. Ulusal gelişme aşaması

Bu değişkeni ele alan az sayıda çalışma olsa da, destinasyon ne kadar az (ekonomik olarak) gelişmişse, algılanan turizmin sunduğu fırsatlar o kadar olumlu olur. Turizmin uygunluğunun bir göstergesi, yerel halkın turizme karşı tutumudur. Teorik olarak, tutum araştırmasının önemi tutumun davranışla bağlantılı olma olasılığıdır (Ajzen ve Fishbein, 1980). Bu turizme yönelik olumlu tutumların, turizm gelişimine yerel katılım ve turizmin bağlı olduğu kaynakların korunması gibi turizm yanlısı davranışlara yol açabileceğini göstermektedir.

Daha yaygın olarak yerel halkın turizme yönelik tutumları üzerine yapılan araştırmalar, turizmin belirli bir topluluk üzerine uygunluğunu yargılamak için kullanılmıştır. Sezgisel anlayış, olumlu tutumların turizm gelişiminin sosyal ve kültürel yükümlülüklerinin yerine getirildiğinin bir göstergesi olduğudur. Bu bağlamda faydalardan yararlanma, karar verme sürecine katılım, destinasyon yaşam döngüsünün aşaması, turist tipi, turizme ekonomik bağımlılık ve yerel halk ile turistler arasındaki kültürel farklılığın derecesi gibi sakinlerin turizme yönelik tutumlarını açıklamak için çeşitli değişkenler kullanılmıştır (Brohman, 1996; Brown, 1998; Drake, 1991; Horn & Simmons, 2002; Lawson, Williams, Young, & Cossens, 1998; Simmons, 1994; Timothy, 1999). Bu değişkenler ve yerel halkın tutumları arasındaki ilişkiler daha fazla tartışılmalıdır.

Butler (1980), turizm gelişimini, bir destinasyonun geliştiği bir dizi aşama olarak tanımlamıştır: “keşif, katılım, geliştirme, konsolidasyon ve durgunluk”. Yerel halkın tutumları kısmen bu aşamalara bağlıdır. Bu, turizm gelişiminin ilk aşamalarında yerel halkın tutumlarının

olumlu olduğunu; ancak bir destinasyon durgunluğa doğru geliştikçe giderek daha olumsuz hale geldiğini öne süren Doxey (1976) tarafından tanımlanmaktadır. Buna olası bir ek, Lepp (2004) önceden turizm bilgisi olmayan destinasyonlarda başlangıçtaki turizm gelişiminin şüphe, endişe ve korku ile karşılanacağını söylemektedir.

Doxey'in (1976) aksine, Horn ve Simmons (2002) turizm gelişiminin benzer aşamalarındaki destinasyonların çok farklı tutumlara sahip olabileceğini bulmuşlardır. Bunun bir açıklaması, her destinasyonda turizmin göreceli ekonomik önemindeki farklılıktır. Benzer şekilde, Smith ve Krannich (1998), ekonomik kalkınmayı arzulayan toplulukların turizme karşı ekonomik olarak doymuş topluluklardan daha iyi tutumlara sahip olduğunu bulmuşlardır. Yerel halkı ya turizme doymuş, turizm gerçekleştirilen ya da turizme aç olarak tanımlayan bir tipoloji geliştirmişlerdir. Turizme aç topluluklar, ekonomik faydalar sağlandığı sürece olumsuz etkilere rağmen olumlu tutumlarını sürdürebilirler. Genel olarak ekonomik faydalar, yerel halkın turizme yönelik tutumları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Haralamopoulos & Pizam, 1994; King, Pizam ve Milman, 1992; Lindberg & Johnson, 1997).

Ekonomik faydalar; özellikle de gelir, turizmi geliştirmekte olan ülkeler için bu kadar çekici yapan faktördür (Brohman, 1996; Brown, 1998; Weaver, 1998). Bununla birlikte, geliştirmekte olan ülkeler genellikle turizm gelişimini finanse etmek için Batılı yatırımcılara güvenmektedir (Konadu-Agyemang, 2001). Sonuç olarak, turizm gelirinin önemli bir yüzdesi geliştirmekte olan dünyadan Batılı yatırımcıya geri dönmektedir (Britton, 1996). Bu kaçak olarak bilinir. Turizm gelirlerinin yüzde elli kadarının geliştirmekte olan dünyadan kaçıldığı tahmin edilmektedir (Honey, 1999). Bu kaçak turizme karşı olumsuz tutumlara neden olabilir. Ancak, daha küçük ölçekli turizm gelişmelerini teşvik ederek kaçak azaltılabilir. Bu, yerel yatırımcıların katılımını sağlar (Brohman, 1996; Burns, 1999; Honey, 1999; Loon & Polakow, 2001). Yine de az gelişmiş ülkelerde en mütevazı turizm gelişimi için bile gerekli yatırım, çoğu insanın imkânlarının ötesindedir. Bu nedenle Brown (1998), az gelişmiş olan ülkeler için uygun turizm geliştirme biçiminin kooperatif olduğunu öne sürmektedir. Kooperatifler, birçok insandan küçük yatırımlar toplayarak gerekli sermayeyi toplamayı mümkün kılar. Sonuç olarak, turizm geliri yerel ellerde kalır ve ekonomi aracılığıyla birkaç kez çoğalır (Mathieson ve Wall, 1982).

1.7. Turizme Ekonomik/İstihdam Bağımlılığı

Birçok araştırmanın sonuçları, turizm sektöründe çalışmanın/gelir kaynağı olarak turizme bağımlılığın turizme yönelik daha olumlu tutumlarla ilişkili olduğunu göstermektedir.

Ancak çeşitli değişkenler (örneğin turizmdeki ücret düzeyi) bu tutumları değiştirebilmektedir. Başarılı işletme ve sürdürülebilirlik büyük ölçüde onların iyi niyetine bağlı olduğundan yerel halkın turizm gelişimine desteği çok önemlidir (Garrod and Fyall 1998; Gursoy, Jurowski ve Uysal 2002; Jurowski, Uysal ve Williams 1997; Sheldon ve Abenoja 2001). Bu nedenle, yerel halkın tepkileri üzerine araştırmaların önemli bir ilgi konusu olmaya devam etmesi çok şaşırtıcı değildir. Birçok topluluk, yerel halkının yaşam kalitesini iyileştirmenin bir yolu olarak turizmin gelişimini teşvik etmektedir. Kalkınma faaliyetlerinin ana odak noktası genellikle endüstrinin vergi gelirleri, işler ve ek gelir kaynakları şeklinde topluma sağlayabileceği ekonomik faydalarda yatmaktadır.

Turizm, istihdam ve girişimcilik fırsatlarını doğrudan ve dolaylı olarak etkiler ve dolayısıyla ona bağımlı olanların tutumlarını etkilemektedir. Çeşitli araştırmalar, turizme ekonomik bağımlılık ile yerel halkın turizme verdiği destek arasında bir ilişki olduğunu göstermektedir. Liu ve Var'ın (1986) yerel halkın turizme yönelik tutumları üzerine yaptığı araştırma, katılımcıların turizmin birçok ekonomik ve kültürel fayda sağladığı konusunda hemfikir olduklarını; ancak çevresel faydalar konusunda kararsız olduklarını ortaya koymaktadır.

Son birkaç yılda yapılan birçok araştırma yerel halk üzerindeki olumlu ekonomik etkilerini gösterse de, birçoğu olumsuz sonuçlarla ilgilenmektedir. Ekonomik etkilerle ilgili olarak, Liu ve Var (1986), artan istihdam, yatırımlar ve karlı yerel işletmelere ilişkin sakinler arasında güçlü bir algı gözlemlenmektedir. Hayat pahalılığının artması gibi olumsuz etkilerin varlığını da belirtmişlerdir. Haralambopoulos ve Pizam (1996), turizmin ekonomik faydaları için güçlü bir destek bulmaktadır. Bunlar arasında vergi gelirlerinin ve kişisel gelirin artması, artan yaşam standardı ve işe karşı iyileştirilmiş bir tutum yer almaktadır. Tersine, çalışma, yerleşiklerin mal ve hizmet fiyatlarında bir artış algıladığını bulmuştur. Diğer yerel halk tutum çalışmaları genel olarak, ekonomik yaşam kalitesinin artması gibi olumlu tutumlar bildirmiştir (McCool ve Martin 1994; Perdue, Long ve Allen 1990). Dahası turizm daha fazla istihdam olanağı ve iyileştirilmiş yaşam standardı sağlar (Gilbert ve Clark 1997; Johnson, Snepenger ve Akis 1994; Brunt ve Courtney 1999; Johnson ve diğerleri 1994; Lankford 1994; McCool ve Martin 1994; Lankford 1994; McCool ve Martin 1994; Perdue ve diğerleri 1990; Tosun 2002). Ancak turizm nedeniyle yüksek fiyat artışları da ortaya çıkabilmektedir (Brunt ve Courtney 1999).

Cape Cod, Massachusetts'te yapılan bir çalışmada, Pizam (1978), turizmde çalışan sakinlerin, turizm çalışanı olmayanlara göre turistlere daha olumlu yaklaştıklarını bulmuştur.

Benzer şekilde, Rothman'ın (1978) mevsimlik turizmin Delaware'deki iki sahil beldesi topluluğu üzerindeki etkisine ilişkin değerlendirmesi, ekonomik olarak ziyaretçilere bağımlı olan sakinlerin genellikle turizmden memnun oldukları sonucuna varmıştır.

Turizm endüstrisi tarafından istihdam yaratılması, sosyal koruma üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilir. Boissevain (1979) tarafından üstlenilen bir araştırma, Malta'nın az gelişmiş kardeş adası Gozo'da turizmin gelişmesinin belli bir kesimine düzenli işler yarattığını ve bunun sonucunda gençleri geleneksel olarak yeni iş aramak için göç etmiş olan yerel topluluğun dağılmasını önlediğini bulmaktadır. Son olarak, meslek dönüşümü yeni bir endüstrinin tanıtılmasından kaynaklanabilir. Gamper'ın Güney Avusturya'daki iki topluluk üzerinde yaptığı araştırma (1981), turizmin yerel çiftçilerin tarlalarını terk etmesine ve turistlere oda kiralamasına neden olduğunu ortaya koymuştur. Turizm yaygın olarak kırsal topluluklara yerel istihdam fırsatları, vergi gelirleri ve ekonomik çeşitlilik sağlama potansiyeline sahip olarak görülmektedir (Long, Perdue ve Allan 1990). Özellikle birçok kırsal topluluğun geleneksel olarak güvendiği kaynak çıkarma faaliyetleriyle karşılaştırıldığında çok az ciddi çevresel etkiye sahip temiz bir endüstri olarak algılanmaktadır (Marchak 1990; McCool 1992).

1.8. Topluluk bağlılığı

İkamet süresi, mülk sahipliği, geniş aile vb. değişkenlerle ölçülen topluluğa bağlılığın turizm algıları üzerinde belirsiz ve bazen çelişkili bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Topluma bağlılık kavramı turizmin sosyal etkilerinin değerlendirilmesinde önemli bir konu gibi görünse de turizm araştırma literatüründe fazla ilgi görmemiştir. Bununla birlikte başka bağlamlarda faaliyet gösteren birçok sosyolog, farklı düzeylerde başarı ile topluluğa bağlılığı tanımlamaya ve ölçmeye çalışmıştır. Topluluğa bağlılık kavramsal olarak sosyal katılımın ve topluluğa entegrasyonun kapsamı ve modeli topluluğa yönelik duygu olarak tanımlanabilmektedir. Kasarda ve Janowitz (1974) topluluğu, ekolojik, kurumsal ve normatif boyutlara sahip kendi yaşam döngüsü olan bir sosyal yapı olarak görmektedir. Topluluk, toplumsal bağların karmaşık bir ağı olarak görülebilir (Kasarda ve Janowitz 1974).

Araştırmacılar topluluğa bağlılığı çeşitli şekillerde ölçtüler. Geçmişteki araştırmalarda ikamet süresini topluluğa bağlılığın bir ölçüsü olarak kullanılmış ve bu ikisinin yüksek oranda ilişkili olduğunu bulunmuştur (Goudy 1982; Kasarda ve Janowitz 1974; Sampson 1988). Farklı araştırmalar turizme yönelik tutumlar ile ikamet süresi veya doğum yeri arasında bir ilişki geliştirmeye çalışmıştır (Davis, Allen ve Cosenza 1988; Liu ve Var 1986; Pizam 1978; Sheldon ve Var 1984; Um ve Crompton 1987). Bu raporlar bir ilişkiyi göstermektedir; ancak ikamet

süresi ve doğum yeri, belirli bir topluluğa bağlanmanın uygun ölçütleri olmak zorunda değildir. Örneğin, kırsal bir topluluğa taşınan insanlar belirli olumlu nitelikler (arkadaşlık veya suç eksikliği gibi) aramış olabilir. Bu nedenle hızlı bir şekilde kişilerarası ağlar kurmuş ve topluluğa oldukça bağlı hale gelmiş olabilir. Turizmle ilgili hiçbir çalışma, sosyoloji literatüründe bulunan diğer topluluğa bağlılık ölçütleri (insanların taşınma konusunda nasıl hissedecekleri gibi) ile tutumlar arasındaki ilişkileri incelememiştir.

Bazıları bağlılığın turizm tutumlarıyla olumsuz bir şekilde ilişkili olduğuna dair kanıtlar bulmuşlardır (Lankford ve Howard 1994), ancak diğerlerinin tam tersini bulması veya kesin kanıt bulunmaması nedeniyle bu ilişki henüz kesin değildir (Davis ve diğerleri 1988; Gürsoy ve diğerleri 2002; McCool ve Martin 1994; McGehee ve Andereck 2004). Teorik bir bakış açısından uzun süreli ikamet edenlerin olumlu/olumsuz sonuçların alıcıları olma olasılıklarının az ya da çok olduğu varsayımdır.

Genel olarak demografik değişkenler ve tutumlar arasındaki bağlantıyı test ederken tutarlı bir ilişki ortaya çıkmamıştır (Johnson ve diğerleri 1994; King ve diğerleri 1991; Lankford 1994; Lui ve Var 1986; McCool ve Martin 1994; McGehee ve Andereck 2004; Mok ve diğerleri 1991; Perdue ve diğerleri 1990; Sirakaya ve diğerleri 2002; Tosun 2002). Şimdiye kadar çalışmalar arasında tutarlı görünen demografik özellik işletme sahiplerinin turizme karşı diğer gruplara göre daha olumlu olduğunu göstermektedir (Lankford 1994).

Lankford ve Howard (1994), çalışma alanlarında doğan ve uzun süredir orada yaşayan sakinlerin turizme karşı biraz daha az olumlu olduğunu öne sürmüşlerdir. Ancak diğerleri, benzer değişkenler arasında ya hiç ilişki olmadığını ya da pozitif bir ilişki bulmuştur (Davis ve diğerleri 1988; Gürsoy ve diğerleri 2002; McCool ve Martin 1994). Çok az çalışma, diğer araştırma alanlarındakiler kadar kapsamlı bir şekilde topluluğa bağlılığı ölçmüştür. Genel olarak turizm araştırmaları, bağlılığı ölçmek için ikamet süresini ve/veya doğum yerini kullanmıştır (Sheldon ve Var 1984). Bununla birlikte turizm dışı çalışmalar, yerel dostluklar ve ağ bağları, sosyal konum, yerel bağlar, yaşam döngüsü aşaması, yerel topluluk bağlamı ve topluluk duyguları gibi diğer ölçüm türlerinin yanı sıra daha önce bahsedilen değişkenleri kullanmıştır (Beggs, Hurlbert). ve Haines 1996). Bu hipotez için destek eksikliğinin alternatif bir açıklaması, topluluklarına güçlü bir şekilde bağlı olan sakinlerin gelecekleriyle daha fazla ilgilenmeleridir. Onun geliştiğini ve güçlü olduğunu görmek ve turizmin bir rol oynayabileceğini hissetmek istemektedir. Daha olumlu etki kalemlerinden birkaçı (turizmin ekonomik çeşitliliğe katkısı, vergi geliri ve yeterli sayıda iyi iş gibi) durumun böyle olabileceğini düşündürmektedir.

1.9. Turizm Bölgesinden Uzaklık

Turizm araştırmalarının çoğu, turizm merkezine yakın yaşayan yerel halkın turizm gelişimine karşı daha olumsuz tutumlara sahip olduğunu göstermektedir (Harrill, 2004). Pizam (1978) ve Williams ve Lawson (2001) yoğun turizm tesis ve hizmetlerinin yakınında yaşayan insanların turizmin etkilerine karşı daha olumsuz tutumlara sahip olduklarını bulmuşlardır. Benzer şekilde, Tyrell ve Spaulding (1984), yerel halkın bir bütün olarak turizmi desteklediğini; ancak evlerinin yakınında turizm gelişimine karşı daha olumsuz olduklarını gözlemlemişlerdir. Harrill ve Potts (2003), komşuluk, ekonomik bağımlılık ve turizm arasındaki ilişkileri araştırmış ve turizm merkezine yakın olan mahallelerin turizme karşı en olumsuz tutumlara sahip olduğunu, daha uzak mahallelerin ise turizmi daha olumlu algıladığını tespit etmişlerdir.

Jurowski ve Gürsoy (2003), Gürsoy ve diğerleri tarafından geliştirilen sosyal değişim teorisi modelini test etmiştir. Test, turizm merkezinden uzaklığın yerel halkın turizmin maliyet ve faydalarını nasıl değerlendirdiğini etkilediğini göstermiştir. Turizm merkezine yakın yaşayan ve kaynakları yoğun kullanan insanların, turizm alışverişlerini olumlu değerlendirme ve turizm gelişimini destekleme olasılıkları daha düşüktür. Tersine diğer araştırmalar, turizm merkezine yakın yaşayan sakinlerin turizme karşı daha olumlu tutumlara sahip olduğunu bulmuştur (Pearce, 1980; Sheldon ve Var, 1984; Korca, 1998). Belisle ve Hoy (1980) benzer bulgulara sahiptir; ancak Harrill (2004) bu sonuçların, kentsel nüfusun büyük bir bölümünün ekonomik refah için turizme bağlı olduğu, ekonomik bağımlılık faktörleri tarafından karıştırılmış olabileceği konusunda uyarılmaktadır.

Gold Coast Hinterland'ın dış mahallelerinde turizme yönelik yerel halk ve ziyaretçi tutumları üzerine yapılan bir çalışmanın dışında (Weaver & Lawton, 2004), ziyaretçi araştırması tanımlandığı gibi turizm operasyonlarının karlılığını artırmak için ziyaretçi tercihlerini ve memnuniyet düzeylerini ölçmekle sınırlandırılmıştır (Caferi 2001). Weaver ve Lawton'ın çalışması, bölgenin doğal varlıklarından ödün vermediği sürece, ziyaretçilerin Gold Coast Hinterland'da turizmi desteklediğini göstermiştir. Turizm merkezinin yakınında (yani Gold Coast) yaşayanlar daha uzakta yaşayanlara (yani Brisbane) kıyasla turizm varlıklarını paylaşmayı daha fazla desteklemiştir.

1.10. Kişisel Değerler

Yakın zamanlarda, çalışmacılar kişisel değerler ve turizm algıları arasındaki ilişkiyi araştırmaktadır. Algı tanımlandığı gibi, davranışın karmaşık duyuşal kontrolü için genel bir terimdir.

Kişisel değerlerin incelenmesi, son yirmi yılda sosyal bilimlerin farklı alanlarında büyük ilgi görmüştür (Madrigal, 1995). Bu belirgin eğilimin nedeni, kişisel değerler ve davranış arasındaki varsayılan ilişkidir. Başka bir deyişle, kişisel değerlerin davranışı etkilediği ve dolayısıyla bu davranışa güçlü açıklamalar sağlayabildiği genel olarak kabul edilmektedir (Kamakura ve Mazzon, 1991; Kamakura ve Novak, 1992; Madrigal ve Kahle, 1994; Munson, 1984; Shrum ve Mac- Carty, 1997).

Değerlerin tüketici davranışı ve motivasyonunun güvenilir yordayıcıları olduğu gösterilmiş olmasına rağmen, değerler ile turist davranışı arasındaki ilişki sadece birkaç bilim insanı tarafından incelenmiştir (McCleary ve Choi, 1999; Sharpley, 1999). Bunu yapmaya yönelik ilk nadir girişimlerden biri, müttefik konukseverlik bağlamında Boote (1981) tarafından yapılmıştır. Pitts ve Woodside (1986), değerleri boş zaman davranışına uygulamıştır. Araştırmalarında, yerel halkın boş zaman/cazibe seçim kriterlerinin Rokeach'ın (1973) araçsal ve nihai değerlerinden türetilen bir dizi değerle bağlantılı olup olmadığını incelemişlerdir. Bulguları, değerlerin seçim kriterlerindeki farklılıklar ve gerçek davranışla ilgili olduğunu ileri sürmektedir.

Muller (1991) tarafından yapılan bir başka çalışmada, uluslararası turizm pazarlarını ayırt etme girişiminde bir segmentasyon kriteri olarak değerler kullanılmıştır. Kişisel değerlerin destinasyon seçimini ve yabancı eğlence seyahatlerini etkilediğini keşfetmiştir. McCleary ve Choi (1999) da yakın zamanda kişisel değerler ile uluslararası turist davranışı arasındaki ilişkiyi, makro-sosyolojik bir perspektiften de olsa araştırmıştır. Farklı kültürlerin farklı değer sistemleri varsa, farklı kültürlerin kültürler arasında satın alma kararları alırken (kültürel değerlerden etkilenen) farklı seçim kriterleri kullanmasının beklenebileceğini tahmin etmişlerdir. Kişisel değerlerine göre bölümlere ayrılıp ayrılmadıklarını ve bu kesimlerin iki kültür arasında farklılık gösterip göstermediğini görmek için Amerikalı ve Koreli iş insanları üzerinde bir araştırma yapmışlardır. Bulguları, bu gezginlerin oteller için seçim kriterlerine ve değerlerine göre bölümlere ayrılabilceğini, ayrıca iki kültürün değer sistemleri arasında önemli farklılıklar olduğunu ortaya koymaktadır.

Başka bir araştırma (Ekinci ve Chen, 2002), Türkiye'yi ziyaret eden İngiliz turistlerin bir örneğini iki kümeye ayırmıştır: sektörler amaçlı seyahat edenler ve sosyalleşme amaçlı seyahat edenler. İlki, başarı ile ilgili değer arama amaçlıyken, ikincisi, kültürler arası etkileşimi olarak görme olasılığı daha yüksektir. Ayrıca, bu iki segmenti bir dizi demografik ve seyahat özelliklerine göre karşılaştırmışlardır. Bulguları, sektörler amaçlı seyahat edenler ve sosyalleşmeyi ön planda tutanların, bu özelliklerin birçoğunda istatistiksel olarak farklılık

gösterdiğini ortaya koymaktadır. Örneğin, ikinci gruptakiler, birinci gruptakilere nazaran daha yüksek hizmet kalitesi ve memnuniyet algılamaktadır.

Mevcut araştırmayla doğrudan ilgili olan bir başka çalışma da Dalen'in çalışmasıdır. Dalen (1989), Norveç nüfusunun temsili bir örneğini kişisel değerlere göre dört bölüme ayırmıştır: geleneksel idealistler, modern idealistler, geleneksel materyalistler ve modern materyalistler. Aynı çalışmada yazar, bu tipolojinin turizm alanına da uygulanıp, bu dört segmentin farklı turizm davranışları sergileyebileceğini öne sürmüştür. Yazar kavramsal olarak, materyalistler eğlenceyi tercih edebilirken, idealistlerin yenilik ve öğrenmeyle ilgilenebileceklerini varsaymıştır.

1.11. Sosyal Kimlik/Statü

Bu konuyla ilgili zengin literatüre rağmen, yalnızca sınırlı sayıda çalışma yerel halkın sosyal, psikolojik özelliklerinin (örneğin sosyal kimlik) rolüne ve bu özelliklerin öncüllerine odaklanmıştır (Palmer ve diğerleri, 2013). Sosyal kimlik teorisine (SIT) dayanarak, insanlar kendilerini etnik köken gibi belirli kriterlere göre grup içi ve grup dışı olarak sınıflandırma eğilimindedir (Tajfel ve Turner, 1979). Etkileşen taraflarca paylaşılan daha kapsayıcı bir sosyal kimlik karşılıklı olarak olumlu bir tutum oluşturabilir (Gaertner ve diğerleri, 1993). Bu nedenle, turistler ve yerel halk arasındaki sosyal kimlik benzerlikleri muhtemelen, yalnızca ikincilerin birincilere yönelik tutumunu ve muamelesini değil aynı zamanda turizm gelişimine yönelik genel tutumu da etkileyebilir. Bu nedenle, bu araştırma alanında sosyal kimliğin rolünün incelenmesi son derece önemlidir.

Algılanan kültürel mesafe, bir grubun kolektif sosyal kimliğini diğerininkinden farklılaştırabilir (Hopkins ve diğerleri, 2005). Bununla birlikte algılanan kültürel mesafenin, sosyal özdeşleşmenin aracılık rolü yoluyla yerel halkın turizme yönelik tutumunu nasıl etkileyebileceği belirsizliğini korumaktadır. Bazı araştırmalar, etkileşim halindeki taraflar arasındaki kültürel farklılıkların iletişim zorluklarına veya çatışmalara neden olabileceğini öne sürse de (Pearce, 1982; Wei ve diğerleri, 1989), turistler ve yerel halk arasında algılanan kültürel mesafenin, yerel halkın sosyal kimliğini etkilemedeki ve turizm gelişimine yönelik tutumlarını oluşturmadaki rolü yeterince incelenmemiştir. Araştırmalar temel olarak Batılı turistler ile gelişmekte olan ülkelerden gelen insanların, turizme yönelik tutumlarını etkileyebilecek büyük kültürel farklılıklara odaklanmıştır (Brunt ve Courtney, 1999; Lawson ve diğerleri, 1998). Gelişmiş turistik destinasyonların yerel halkı, turistlerle aralarındaki

kültürel mesafeye ilişkin algılar oluşturmuş ve bu algıların yerel halkın turizm gelişimine yönelik tutumları üzerindeki etkisine çok az ilgi gösterilmiştir.

Sosyal kimlik bilgidен, sosyal gruplara üyelikten, bu üyeliğe verilen değer ve duygusal önemden türetilen bireysel benlik kavramının yönüdür (Tajfel, 1978). İnsanlar, farklı sosyal gruplara ait olabileceğinden aynı anda farklı kriterlere göre (örneğin yaş, cinsiyet, meslek ve etnik köken) birden fazla sosyal kimliğe sahip olabilir. SIT, insanların sosyal karşılaştırmalar yoluyla kendilerini grup içi ve grup dışı olarak sınıflandırdıklarını iddia eder. Bu süreç, insanların benlik saygılarını güçlendirebilecek olumlu bir sosyal kimliği sürdürmek ve geliştirmek için olumlu bir ayırt edicilik aramasına izin vermektedir (Tajfel ve Turner, 1979).

Sosyal psikolojide, ortak grup içi kimlik modeli, grup içi üyelerin, kendilerini tamamen ayrı iki grup yerine daha kapsayıcı bir grubun üyeleri olarak görürlerse, grup dışı üyelere karşı daha olumlu bir tutum sergilediklerini ileri sürmektedir. Turistler ve yerel halk tipik olarak farklı bölgesel sosyal kimliklere sahip olsalar da, sosyal kimlikteki ortaklık, ortak bir görevde işbirliğini teşvik etmek gibi bir dizi yöntemle sağlanabilir (Samuel L. Gaertner ve diğerleri, 1993) (örneğin doğanın ve yerel kültür korunması). SIT ve ortak grup içi kimlik modeline uygun olarak yerel halkın sosyal kimlikleri ve yerel halkın turistlerin sosyal kimlikleri ile algılanan benzerlikleri, turistlerin kabulünü ve beğenisini etkilemesi muhtemeldir. Böylece sonunda turizm gelişimine yönelik yerel halkın tutumunu etkilemektedir.

1.12. Demografik Değişkenler

Demografik özellikler, yaş, cinsiyet, eğitim, gelir ve uyruk gibi bir bireyle ilişkili faktörlerdir ve genellikle turizm araştırmalarında bireylerin algılarını belirlemek için kullanılmaktadır (Hernández ve Mercader 2015; Wang, Bickle ve Harrill 2010; SinclairMaragh 2017; Hammad, Ahmad ve Papastathopoulos 2017). Bu demografik özelliklerin, yerel halkın turizm gelişimi algılarının oluşumuna katkıda bulunduğu tespit edilmiştir (Almeida-García ve diğerleri 2016).

Bir dizi çalışma, yerel halkın turizm gelişimine desteğini incelemiştir. Sadece birkaç çalışma yerel halkı demografik özelliklerine göre sınıflandırmıştır. Bu çalışmaların bulguları, destinasyonların planlama sürecinde ve yönetiliminde yerel halkın görüşlerinin demografik profillerine dayalı olarak anlaşılmasının gerekli olduğunu, yerel halkın algıları ile turizm gelişimi arasındaki ilişkiyi geliştirmek için turizm planlaması ve uygulama politikaları sırasında daha fazla dikkat edilmesi gerektiğini göstermiştir. (Almeida-García ve diğerleri 2016; Sinclair-Maragh 2017). Literatür, demografik özellikler ile yerel halkın algıları arasındaki ilişkiyi

anlamanın önemini vurgulasa da (Sinclair-Maragh 2017), bu değişkenlerin düzenleyici etkisinin anlaşılmasına çok az ilgi gösterilmiştir.

Cinsiyet, yerel halkın turizm algılarını etkileyebilecek demografik özelliklerden biridir (Long ve Kayat 2011; Nunkoo ve Gürsoy 2012). Thrane (2008), turizm sektörü her iki cinsiyet için de istihdam olanakları sağlarken, turizm eğitim düzeyinde çalışan erkek çalışanların turizmin olumlu etkilerini takdir ettikleri ve olumsuz etkilerini kabul etmedikleri için turizmi destekleme olasılıklarının daha yüksek olduğunu gözlemlemiştir. Phumsathan (2010), yüksek eğitilmiş kişilerin, sonuçların kalitesine ilişkin yüksek beklentileri olduğu için daha düşük eğitim düzeyine sahip kişilere göre etkileri daha ciddi şekilde değerlendirme eğiliminde olduklarını savunmaktadır Sinclair-Maragh (2017). Üniversite mezunlarının turizm destekçilerinin çoğunluğunu temsil ettiğini öne sürmüştür.

Önceki araştırmalar eğitimin, yerel halkın turizm algılarını etkileyen en önemli tek faktör olduğunu göstermiştir. Eğitim, yerel halkın turizmle ilgili konularda iletişim becerilerini ve farkındalık düzeylerini artırabilir (Sinclair-Maragh 2017). Yerel halkın eğitim düzeylerini ve turizm algılarını inceleyen araştırmaların çoğu, yüksek eğitim düzeyine sahip yerel halkın turizmi daha düşük eğitim düzeyine sahip olanlara göre daha olumlu algıladıklarını bildirmiştir (Miyakuni 2012; Látková ve Vogt 2012; Almeida-García et al. .2016). Örneğin, Long ve Kayat (2011), turizmin ekonomik etkileri daha yüksek olan yerel halkın turizm gelişimine verdikleri desteğin daha yüksek olduğunu öne sürmüşlerdir.

Literatürde yaşı yerel halkın algıları üzerindeki etkisine ilişkin çelişkili bulgular vardır (Sinclair-Maragh 2017). Örneğin, Rasoolimanesh ve diğerler (2015), yaşlı sakinlerin turizme ilişkin olumlu algılar sergilediklerini, çünkü turizmden genç sakinlere göre daha fazla fayda sağladıklarını bildirmiştir. Rasoolimanesh (2015), genç sakinler turizmin toplumları üzerindeki olumsuz etkileri konusunda daha fazla endişelenmektedir. McGehee ve Andereck (2004), yaşlı sakinlerin turizmle ilgili işletmelere yatırım yapmak ve serbest meslek sahibi olmak için yönetim pozisyonlarına uygun gerekli deneyimi kazandıkları veya gerekli sermayeye sahip olduklarından turizmden yararlanma konusunda daha fazla fırsata sahip olduklarını açıklamaktadır.

Halk, bireyin algılarını etkileyen en güçlü demografik değişkenlerden biridir (Prayag ve Ryan 2012). Yerel halk, genellikle vatandaşı oldukları ülkeye bağlıdır ve uyruğuna sahiptir. Ulusal halk ayrıca turizm literatüründe yerli sakinler olarak anılır (Rahman 2010; Hernández ve Mercader 2015). Hernández ve Mercader (2015), İspanya'da ulusal ve ulusal olmayan

şakinlerin farklı turizm algılarına sahip olduğunu bildirmiştir. Ulusal halk, İspanya'da turizmin çevresel etkileri konusunda ulusal olmayanlara göre daha fazla endişe duyuyorlardır. Alhemoud ve Armstrong (1996) tarafından Kuveyt'te yaşayan üniversite öğrencileri ve İngilizce konuşan yabancıları içeren bir çalışmada, Kuveyt'te yaşayanlar imal edilmiş cazibe merkezlerini tercih ederken, yabancı sakinler Kuveyt'te mevcut olan kültürel cazibe merkezlerini seçmişlerdir. Bu bulgu, ulusal ve ulusal olmayan yerel halkın genellikle aynı destinasyonda farklı turizm algılarına sahip olduğu fikrini desteklemektedir.



İKİNCİ BÖLÜM ARAŞTIRMA

KİTLE VE KIŞ TURİZMİ DESTİNASYONLARINDA YEREL HALKIN ALGILARI, TOPLULUK KATILIMI VE TURİZM GELİŞİMİNE YÖNELİK DESTEĞİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

2.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

Turizmin gelişmesi sadece turizm alanlarını ekonomik olarak etkilemekle kalmaz, aynı zamanda çevre ve sosyal kültür üzerinde de etkisi vardır. Turizmin olumlu ekonomik etkisinin yanı sıra olumsuz etkisini önlemek veya en aza indirmek için de planlamaya ihtiyaç vardır. Yerel halk, turizm gelişiminin başarısının planlanmasında önemli faktörlerden biridir. Yerel halkın turizmin gelişmesi, turizm faaliyetleri, işletmeler ve turistler üzerindeki tutum ve davranışları olumlu ya da olumsuz etki yapabilir. Bu nedenle yerel halkın turizmin gelişimine yönelik tutumlarını anlamak ve bu bilgilere dayalı olarak gerekli araştırma planlarını formüle etmek gerekmektedir.

Bu çalışmada olgun bir kitle turizmi destinasyonu olan Antalya ile bir kış turizm destinasyonu olan Bansko örneklemelerinde yerel halkın turizm gelişimine verdikleri destek karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Araştırma kapsamında Antalya ve Bansko şehirlerindeki yerel halktan yüze yüze anket formu ile toplanan verilerin analizi ile araştırma hipotezleri test edilmiştir. Araştırmada ilişkisel tarama yöntemi kullanılmıştır. Literatür taraması sonucu teorik destek ile oluşturulan araştırma modeli iki farklı turizm destinasyonu için yapısal eşitlik modelleme yöntemi ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçları karşılaştırmalı olarak incelenmiş ve yorumlanmıştır.

2.2. Araştırma Hipotezleri

Turizm gelişiminin yerel topluluklar üzerindeki algılanan etkisi, önceki birkaç çalışmada araştırılmıştır (Andereck ve diğerleri, 2005; Hall ve Page, 2014; Kim ve diğerleri, 2013; Sharpley, 2014; Vareiro ve diğerleri, 2013). Topluluklar, turizm endüstrilerinin gelişiminden ve ardından turistlerle olan etkileşimlerden doğrudan etkilenir (Sharpley, 2014). Bu güçler, topluluk değerlerinde, davranış kalıplarında, yaşam tarzlarında ve topluluk üyelerinin yaşam kalitesinde değişikliklere neden olabilir (Andereck ve diğerleri, 2005; Hall ve Page, 2014).

Turizm, ev sahibi toplulukları ekonomik, sosyal ve çevresel olarak etkileyebilir. Turizmin olumlu ekonomik etkileri arasında artan hane gelirleri, iyileştirilmiş yaşam standartları, daha fazla iş ve istihdam fırsatı yaratılması ve vergi geliri akışlarının iyileştirilmesi yer almaktadır (Andereck ve diğerleri, 2005; Choi ve Sirakaya, 2006; Ko ve Stewart, 2002). Turizmin olumsuz ekonomik etkileri arasında yaşam maliyetindeki artış (Liu & Var, 1986; Rasoolimanesh ve diğerleri, 2015); mülk, mal ve diğer ürünlerin fiyatlarında bir artış (Andereck ve diğerleri, 2005; Brunt & Courtney, 1999); ve emlak vergilerinde bir artış (Latkov a & Vogt, 2012). Sosyal olarak turizm, ev sahibi topluluklarda dinlenme ve eğlence tesislerinin mevcudiyetini artırır (Tovar & Lockwood, 2008); kültürel kimliğin anlaşılmasını kolaylaştırır ve geleneksel sanatlar, kültür ve zanaatların korunmasını ve canlanmasını teşvik eder (Kim, 2002; McGehee, Andereck ve Vogt, 2002).

Turizm gelişiminin olumsuz sosyal etkileri arasında aile değer sistemlerinin ve ilişkilerinin değişmesi (Kousis, 1989); tesislerin ve hizmetlerin aşırı kalabalıklaşmasının yanı sıra yollardaki trafik sıkışıklığı (Brunt & Courtney, 1999; Ko & Stewart, 2002; Latkov a & Vogt, 2012; Liu & Var, 1986); artan suç ve uyuşturucu bulunabilirliği (Deery, Jago ve Fredline, 2012; Ko ve Stewart, 2002; Tosun, 2002); artan fuhuş (Akama ve Kieti, 2007; Matarrita-Cascante, 2010; Park ve Stokowski, 2009); artan çöp ve kamusal alkolizm (Ko & Stewart, 2002; Latkov a & Vogt, 2012; Tosun, 2002) sayılabilir. Ayrıca, çevresel bir perspektiften, turizm gelişiminin olumsuz potansiyel etkileri arasında doğal çevreye verilen zarar (Ko & Stewart, 2002) ve artan hava, su ve diğer çevre kirliliği biçimleri (Ko & Stewart, 2002) bulunmaktadır. Yerel toplulukların ekonomik kalkınmasını teşvik etmek için alanı ve çevresini bir turizm merkezi olarak geliştirmek ve aynı zamanda alanın kendisini korumak için alan içinde sürdürülebilir koruma programlarına öncelik vermek önemlidir (Jaafar ve diğerleri, 2015a; Jimura, 2011). Destinasyonlarındaki turizm gelişimi, yerel topluluğa kendi kültürlerini tanıtmada yardımcı olabilir, böylece kültürel faaliyetleri teşvik ederek, bölge sakinlerinin kültürlerinden gurur duymalarını artırarak ve kültürel kimliklerini koruyarak yerel kültürlerin korunmasına katkıda bulunabilir (Gursoy ve diğerleri, 2002; Jaafar ve diğerleri, 2015a; Kim, 2002). Bununla birlikte, aynı zamanda, turist sayısını artırmak ve kamu tesisleri ve altyapı (örneğin, yollar, oteller ve eğlence tesisleri) sağlayarak ihtiyaçlarına cevap vermek ve özel sektörün ekonomik faydalarını maksimize etme arzusu, miras alanının kendisini tehlikeye atabilir (Su & Wall, 2014).

Bu nedenle, turizm gelişiminin olumlu ekonomik ve sosyal etkileri ile koruma ihtiyacı arasında bir denge kurmak zorunludur (Nicholas ve diğerleri, 2009; Su & Wall, 2014; Telfer &

Sharpley, 2008). Bununla birlikte, bu etkilerin nasıl gerçekleştiği konusunda kırsal ve kentsel alanlar arasında bazı farklılıklar olabilir (Ashworth & Page, 2011; Gilbert & Clark, 1997; Wall & Mathieson, 2005). Kırsal turizm operatörleri, yerel topluluktan kaynaklanan ve genellikle yerel tarım ürünleri ve kültürel faaliyetleri sergileyen daha küçük, aileye ait firmalar olma eğilimindedir (Dimitrovski, Todorovic ve Valjarevic, 2012; Jaafar, Rasoolimanesh ve Lonik, 2015b). Bu nedenle, kırsal turizm, hâlihazırda azalmakta olan geleneksel endüstrilerin yeniden canlandırılması için bir kalkınma aracı olarak hareket edebilir (Macdonald ve Jolliffe, 2003). Kırsal turizm yerel olarak üretilen belirli yüksek kaliteli gıda ürünlerinin ekonomik değerini gerçekleştirme fırsatı ve onların miras sembollerini ve kimliklerini yeniden değerlendirme fırsatı sunar (Hall, 2004).

Bu nedenle, yerel toplulukların ekonomik kalkınmasını teşvik etmek için alanı ve çevresini bir turizm merkezi olarak geliştirmek ve aynı zamanda alanın kendisini korumak için alan içinde sürdürülebilir koruma programlarına öncelik vermek önemlidir (Jaafar ve diğerleri, 2015a; Jimura, 2011).

Kırsal turizm, hizmetler ve iş fırsatları yarattığı ve yabancı gelir kaynakları oluşturduğu için yerel ekonomik kalkınmayı teşvik eder (Gurung ve DeCoursey, 2000). Turizm, kırsal alanlardaki insanlara ekonomik avantajlar sağlamanın bir yolunu sunar; bu nedenle kırsal turizm giderek ekonomik ve sosyal koşulları iyileştirmek için bir araç olarak görülmektedir (Iorio & Corsale, 2010; Jaafar ve diğerleri, 2015b; Liu, 2006). Kırsal turizm, çiftçilik, zanaat ve hizmet sektörlerine ek bir gelir kaynağı sağlayarak yerel topluluklara fayda sağlar. Yerel halkın algılarının turizm gelişimine destekleri ve katılımları üzerindeki etkileri sıkça çalışılan bir konudur (Gursoy ve diğerleri, 2002; Haobin Ye, Qiu Zhang, Huawen Shen ve Goh, 2014; Ko & Stewart, 2002; Latkov a & Vogt, 2012; Rasoolimanesh ve diğerleri, 2015; Wang ve Pfister, 2008). Yerel halk turizm gelişiminin faydalarının maliyetleri aştığını algıarlarsa, turistlerle bir değişim ve etkileşim sürecine girecekler ve toplumlarında turizm gelişimini destekleyeceklerdir (Gursoy ve diğerleri, 2002; Haobin Ye ve diğerleri). Tersine, sakinler olumsuz etkilerin olumlulardan daha ağır bastığını algıarlarsa, turizm gelişimine gelecekte yapılacak herhangi bir katılımdan desteklerini geri çekme eğiliminde olacaklardır (Nunkoo & Ramkissoon, 2011). Bu nedenle, bölge sakinlerinin turizmin potansiyel olumlu ve olumsuz etkilerine ilişkin farkındalıkları, turizm gelişimine desteklerini ve katılımlarını etkilemektedir.

Önceki araştırmalar, kentsel ve olgun turizm destinasyonlarının sakinlerinin, kırsal ve gelişmekte olan destinasyonlara göre turizm gelişiminin olumlu ve olumsuz etkileri konusunda daha fazla farkındalığa sahip olduklarını göstermiştir (Jaafar ve diğerleri, 2015a; Latkov a &

Vogt, 2012 Nunkoo & Ramkissoon, 2010). Turizm, kırsal alanlara yukarıda ana hatlarıyla belirtilen bir dizi farklı fayda sunmaktadır. Bununla birlikte, bu faydalara rağmen, kırsal alanlarda turizmin gelişmesiyle ilişkili potansiyel maliyetlere ilişkin farkındalık nispeten düşüktür (Jaafar ve diğerleri, 2015b, 2015a). Bu nedenle kent sakinleri turizmi daha çok desteklerken, olumsuz etkilerinden de daha fazla endişe duymaktadır. Önceki çalışmalar, olgunlaşmış destinasyonların sakinleri ile gelişimin erken aşamalarındaki alanlar arasında turizm gelişiminin etkilerine ilişkin farklı düzeylerde olumlu ve olumsuz algılar bildirmiştir. Örneğin, Latkova ve Vogt (2012) , bir turizm gelişiminin erken aşamalarında bölge sakinlerinin daha az olumsuz etki algıladıklarını ve bu sorunların ve toplumun bunlarla ilgili algılarının, bir turizm gelişimi olgunlaştıkça zaman içinde bileşik olma eğiliminde olduğunu bildirmiştir. Benzer şekilde, olgunlaşmış turizm gelişmelerini araştıran diğer çalışmalar, turizmin olumsuz etkisine ilişkin sakinler arasında daha fazla sayıda endişe olduğunu bildirmiştir (Ko & Stewart, 2002; Nunkoo & Ramkissoon, 2010; Sharma & Dyre, 2012; Tosun, 2002). Yukarıda verilen yazın taraması desteği ile aşağıdaki hipotezler kurulmuştur.

H1: Kış ve kitle turizmi destinasyonlarında yaşayanların olumlu algılarının toplum katılımına etkisi arasında anlamlı bir fark vardır.

H2: Yerel halkın olumlu algılarının kış ve kitle turizmi destinasyonlarda turizm gelişimine verdikleri destek üzerindeki etkisi arasında anlamlı bir fark vardır.

H3: Kış ve kitle turizmi destinasyonlarında olumsuz algılarının toplum katılımına etkisi arasında anlamlı bir fark vardır.

H4: Kış ve kitle turizmi destinasyonlarında yaşayanların olumsuz algılarının turizm gelişimine destekleri üzerindeki etkisi arasında anlamlı bir fark vardır.

Turizm geliştirme sürecine katılım, bölge sakinlerinin turizmin yararları ve maliyetleri konusundaki farkındalıklarını geliştirebilir ve böylece turizm gelişimine desteklerini etkileyebilir. Yerel topluluk katılımı, sakinlere pasif özneler yerine sosyal aktörler olarak kapasitelerini harekete geçirmek, karar vermek ve hayatlarını etkileyen faaliyetleri kontrol etmek için ek fırsatlar sağlar (Thongma, Leelapattana ve Hung, 2011). Karar verme sürecine katılım yerel topluluğa fayda sağlar ve onların geleneksel yaşam tarzlarına ve değerlerine saygılarını artırır (Lindberg & Johnson, 1997; Mitchell & Reid, 2001; Sheldon & Abenoja, 2001; Timothy, 1999). Bu nedenle, toplum katılımı, sakinlerin turizm gelişimine verdiği destek üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilir. Ayrıca, toplum katılımı, bölge sakinlerinin algıları ve turizmin gelişmesine yönelik destek arasında arabuluculuk yapar.

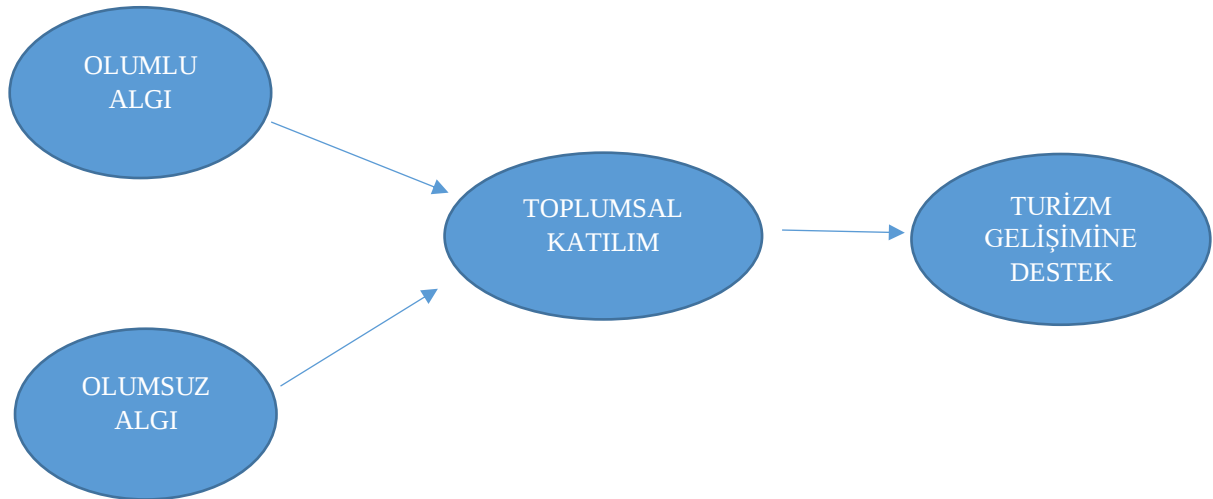
Turizm gelişimine ilişkin olumlu algıları olan sakinler katılmaya isteklidir ve katılımları, toplumlarında turizm gelişimini destekleme isteklerini artırır (Gursoy ve diğerleri, 2002; Jaafar ve diğerleri, 2015a). Bununla birlikte, topluluk katılımının bölge sakinlerinin turizm gelişimine verdiği destek üzerindeki etkisi, kırsal ve kentsel bağlamlar arasında farklılık gösterir. Kırsal kesimde yaşayanlar, karar verme sürecine katılmaktan çok turizmin ekonomik faydalarıyla ilgilenmektedir (Marzuki, Hay ve James, 2012). Bu, turizmin kırsal kesimde yaşayanların ekonomik durumu üzerinde önemli bir etkiye sahip olmasıyla (Andereck ve diğerleri, 2005; Gürsoy ve diğerleri, 2002; Rasoolimanesh ve diğerleri, 2015) açıklanabilirken, kent sakinlerinin turizme daha az bağımlı olmaları ile açıklanabilir. Ekonomik faaliyet ve karar alma sürecine katılım onlar için kırsal kesimde yaşayanlardan daha önemli ve anlamlı olabilir. Yazın desteği ile aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H5: Kış ve kitle turizmi destinasyonlarında yaşayanların turizm gelişimine desteği üzerinde toplum katılımının etkisi arasında önemli bir fark vardır.

H6: Kış ve kitle turizmi destinasyonlarında yaşayanların turizm gelişimine verdikleri destek üzerindeki olumlu algılarının dolaylı etkisi arasında anlamlı bir fark vardır.

H7: Kış ve kitle turizmi destinasyonlarında yaşayanların turizm gelişimine verdikleri destek üzerindeki olumsuz algılarının dolaylı etkisi arasında anlamlı bir fark vardır.

Araştırma modeli aşağıdaki şekilde görülmektedir.



Şekil 2.1 Araştırma Modeli

2.3. Araştırmanın Çalışma Grupları

2.3.1. Çalışma Grubu 1. Antalya

Antalya bölgesi arkeolojik ve doğal güzelliklerinden ötürü “Türk Rivierası” olarak bilinir. Deniz, güneş, tarih ve doğanın mükemmel uyumunu oluşturduğu bu yöre Akdeniz’in en güzel ve temiz plajlarına sahiptir. İnanılmaz doğal güzellikleriyle şehir tarih boyunca yaşadığı gibi önemli bir merkez olmayı sürdürmektedir (Çizel, 1999, s.91). TÜİK’e göre 2020 sonu itibarıyla il nüfusu 2.548.308’dir. Türkiye’de "turizmin başkenti" olarak görülmektedir. Şehrin yüzölçümü 1417 km² dir. Antalya, Türkiye’nin güney Akdeniz kıyısında yer almaktadır.



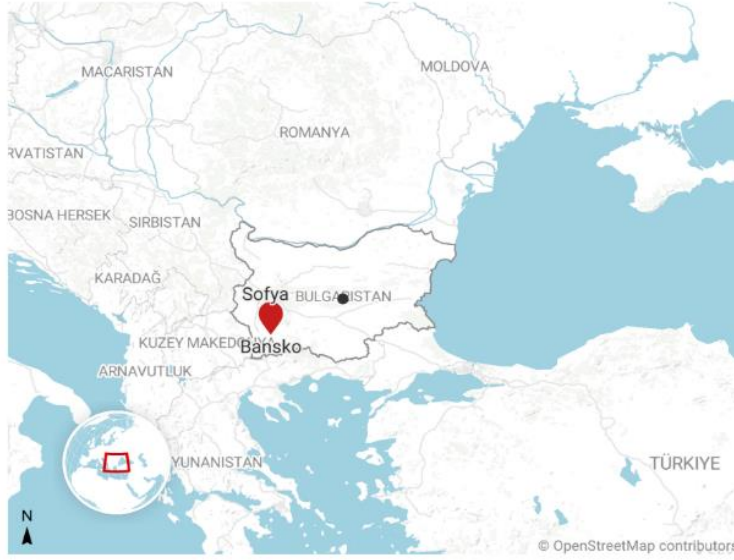
Şekil 2.2 Antalya’nın lokasyonu

Kaynak: Datawrapper yardımıyla Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Antalya, doğu Akdeniz bölgesinde yer alan, her şey dahil (AI) paket turizmin hakim olduğu çok iyi bilinen bir güneş-deniz-kum (3S) destinasyonudur. Antalya, dünyadaki en seçkin AI kitle turizm destinasyonlarından biri olarak kabul edilir (Karakaş vd., 2021).

2.3.2. Çalışma Grubu 2. Bansko

Bansko (Bulgarca: Банско), Bulgaristan’ın Blagoevgrad ilinde bulunan bir şehir ve belediyedir. Yüzölçümü 148,3 km² olan şehrin nüfusu 2015 yılı itibarı ile 12.161’dir (<http://bg.guide-bulgaria.com/SW/blagoevgrad/bansko/bansko?t=sizes>). Bansko Kayak Merkezi, Bulgaristan başkenti Sofya’nın güneydoğusunda, İstanbul’a 600 km uzaklıktadır.



Harita: Ibroshveva, Z. • Kaynak: 2021 • Oluşturan Datawrapper

Şekil 2.3 Bansko'nun lokasyonu

Kaynak: Datawrapper yardımıyla yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bansko'nun doğal turizm kaynakları, esas olarak, uzun bir kayak sezonu için en uygun koşulları ile karakterize edilen Pirin Dağı'nın kuzey ve kuzeydoğu yamaçlarına yakınlığına dayanmaktadır. Dağ iklimi, Aralık'tan Nisan'a kadar kar örtüsünün korunmasına izin verir ve dağın alpin doğası, profesyonel ve amatör kayak için mükemmel koşullar sağlamaktadır. Burada bulunan ve UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan Pirin Milli Parkı, hem ekolojik hem de kültür ve spor turizminin gelişimi için paha biçilmez bir kaynaktır.

Kayak merkezin ziyaretçilerine sunduğu hizmetler arasında hafta sonu tatili, 10 günlük tatil, aile tatili, kayak okulu, konferanslar, seminerler, iş toplantıları, eğitimler, yer almaktadır. Kış hizmetleri arasında kayak, kış pateni, snowboard, kros kayağı, kayakla atlama, slalom, buz hokeyi, buz pateni pisti yer almaktadır. Bansko, son yıllarda kitlesel amatör kayak turizminin yanı sıra profesyonel bir kayak merkezi olarak da gelişmiştir. Tesis, 2009'dan beri Alp Disiplini Dünya Kupası'nın bir turuna ev sahipliği yapmaktadır. Kros kayağı, snowboard, biatlon ve diğer kış sporlarında ulusal ve uluslararası yarışmalar da düzenlenmektedir.

Bansko'nun rekabet avantajları, esas olarak otellerin ve kış hizmetlerinin uygun fiyatları, turistler için çeşitli hizmetlerin mevcudiyeti, yeni ve önemli konaklama üssü ve diğer ülkelere kıyasla daha yüksek kategorizasyondur (Velikov ve Levkov, 2015).

2.4. Veri toplama Süreci

Bu çalışmada yerel halkın turizmle ilgili olumlu algıları 4 madde ile (Gursoy ve diğerleri, 2002; Nunkoo ve Ramkissoon, 2011), olumsuz algıları ise yine 4 maddeden (Gursoy ve diğerleri, 2002) oluşan ölçek ile ölçülmüştür. Toplum katılımı 4 madde (Nicholas ve diğerleri, 2009; Rasoolimanesh & Jaafar, 2016a; Jaafar ve diğerleri, 2015a) ve turizm gelişimine destek ise 4 maddeden oluşan ölçek (Rasoolimanesh & Jaafar, 2016a; Wang & Pfister, 2008) ile ölçülmüştür. Sorular, 1 kesinlikle katılmıyorum ve 5 kesinlikle katılıyorum anlamına gelen 5'li Likert ölçeğinde yanıtlanmıştır. Anket, Bulgarca ve Türkçe'ye çevrilmiş ve Türkiye'nin kitle turizmi merkezi olan Antalya ve Bulgaristan'ın kırsal bir kış turizmi merkezi olan Bansko'da yaşayan yerel halka uygulanmıştır. 2021 yılı Mart ve Eylül ayları arasında kolayda örnekleme yöntemi ile toplanan toplam 406 anketin 203 âdeti Antalya'da, 203 âdeti ise Bansko'da yerel halktan gönüllülük esasına göre toplanmıştır.

2.5. Verilerin Analizi ve Bulgular

Bu çalışmada, yapısal eşitlik modeli ve çoklu grup analizini (MGA) gerçekleştirmek üzere SmartPLS 3 (Ringle, Wende ve Becker, 2015) analiz programından yararlanılmıştır. Katılımcıların demografik yapısı tablo 3.1.'de görülmektedir. Bansko'dan analize dahil olan katılımcıların %49.8'i erkek, %50.2'si kadındır. Antalya'dan çalışmaya dahil olan katılımcıların %50.7'si erkek, %49.3'ü kadındır. Eğitim durumlarına bakıldığında ise; Bansko katılımcılarının %3'ü ilkokul/ortaokul, %22.7'si lise, %35'i üniversite ve %34.5'i yüksek lisans/doktora mezunudur. Antalya katılımcılarının %1.5'i ilkokul/ortaokul, %10.8'i lise, %52.7'si üniversite ve %32.5'i yüksek lisans/doktora mezunudur. Bansko katılımcılarının %28.1'i 21-29 yaş arasında, %30'u 30-39 yaş arasında, %22.2'si 40-49 yaş arasında yer almaktadır. Antalya katılımcılarının ise %36.5'i 21-29 yaş arasında, %20.2'si 30-39 yaş arasında, %12.3'ü 40-49 yaş arasında yer almaktadır. Bansko katılımcılarının %37.9'u evli iken, bu oran Antalya katılımcılarında %64.5'tir.

Katılımcıların turizm sektöründe çalışma durumları incelendiğinde; Bansko katılımcılarının %50,7'si turizmde çalışırken, bu oranın Antalya katılımcılarında %39,9 olduğu görülmektedir. Katılımcıların şehirlerinde ikamet süresi incelendiğinde; Bansko katılımcılarının %20,2'si 1-9 yıl arası, 16,7'si 10-19 yıl arası ve 10,3'ü ise 50 yıl ve üzeri süredir Bansko'da ikamet ettiklerini belirtmiştir. Buna karşılık Antalya katılımcılarının %61,6'sı 1-9 yıl arası, 7,9'u 10-19 yıl arası ve 6,4'ü ise 50 yıl ve üzeri süredir Antalya'da ikamet ettiklerini belirtmişlerdir.

Tablo 2.1 Katılımcıların Demografik Profili

		Bansko		Antalya	
		F	%	F	%
Cinsiyet	Erkek	101	49.8	103	50.7
	Kadın	102	50.2	100	49.3
Eğitim Durumu	İlkokul/Ortaokul	6	3.0	3	1.5
	Lise	46	22.7	22	10.8
	Üniversite	71	35.0	107	52.7
	Yüksek lisans/Doktora	70	34.5	66	32.5
	Diğer	10	4.9	5	2.5
Yaş	17 veya daha küçük	2	1.0	2	1.0
	18-20	3	1.5	39	19.2
	21-29	57	28.1	74	36.5
	30-39	61	30.0	41	20.2
	40-49	45	22.2	25	12.3
	50-59	24	11.8	12	5.9
	60 ve üstü	11	5.4	10	4.9
Medeni Durum	Bekar	77	37.9	131	64.5
	Evli	126	62.1	72	35.5
Turizm	Evet	103	50.7	81	39.9
Sektöründe Çalışma Durumu	Hayır	100	49.3	122	60.1
İkamet Süresi	1-9 yıl	41	20.2	125	61.6
	10-19 yıl	34	16.7	16	7.9
	20-29 yıl	42	20.7	23	11.3
	30-39 yıl	44	21.7	17	8.4
	40-49 yıl	21	10.3	9	4.4
	50 üstü yıl	21	10.3	13	6.4

Katılımcılara uygulanan Turizm gelişimine destek ölçeği 4 maddeden oluşmaktadır. Bansko katılımcıları için en yüksek değerlendirme ortalaması 4.59 ± 0.69 ile ikinci maddede iken, benzer şekilde Antalya katılımcıları için de en yüksek değerlendirme ortalaması 4.69 ± 0.70 ile ikinci maddededir. Katılımcılar her iki destinasyon için de turizm gelişimine destek ile ilgili olumlu bir algıya sahiptir.

Katılımcılara uygulanan toplumsal katılım ölçeği 4 maddeden oluşmaktadır. Bansko katılımcıları için en yüksek değerlendirme ortalaması 3.15 ± 1.36 ile ikinci maddede iken, Antalya katılımcıları için en yüksek değerlendirme ortalaması 3.52 ± 1.24 ile ikinci maddededir.

Katılımcılara uygulanan Olumlu Algı ölçeği 4 maddeden oluşmaktadır. Bansko katılımcıları için en yüksek değerlendirme ortalaması 4.54 ± 0.89 ile birinci maddede iken, benzer şekilde Antalya katılımcıları için de en yüksek değerlendirme ortalaması 4.64 ± 0.81 ile birinci maddededir. Katılımcılar her iki destinasyon için de yüksek düzeyde olumlu algıya sahiptir.

Katılımcılara uygulanan olumsuz algı ölçeği 4 maddeden oluşmaktadır. Bansko katılımcıları için en yüksek değerlendirme ortalaması 3.36 ± 1.26 ile üçüncü maddede iken, Antalya katılımcıları için en yüksek değerlendirme ortalaması 3.77 ± 1.13 ile üçüncü maddededir.

Tablo 2.2 Ölçeklere İlişkin Temel Betimsel Bulgular

	Bansko		Antalya	
	Ortalama	S.S.	Ortalama	S.S.
Turizm gelişimine destek				
1. Antalya’da/Bansko’da turizmin aktif olarak teşvik edilmesi gerektiğine inanıyorum.	4.49	0.88	4.58	0.78
2. Turizmi destekliyorum ve Antalya’nın/ Bansko’nun önemli bir parçası olduğunu görmek istiyorum.	4.59	0.69	4.69	0.70
3. Yerel yönetimler ve hükümet turizmin tanıtımını desteklemelidir.	4.52	0.77	4.60	0.80
4. Şehir yetkilileri tarafından yapılan uzun vadeli planlama, turizmin çevre üzerindeki olumsuz etkilerini kontrol edebilir.	3.96	1.10	4.16	0.98
Toplumsal katılım				
5. Antalya/Bansko halkı, Antalya/Bansko yönetimine dahil olmuşlardır.	3.06	1.43	3.52	1.24
6. Antalya/Bansko halkı, turizmin geliştirilmesi ve miras alanlarının korunmasıyla ilgili karar alma sürecine dahil olmuşlardır.	3.15	1.36	3.42	1.21
7. Çoğu zaman turizmin planlanması ve geliştirilmesi ile ilgili görüşlerim sorulmuştur.	2.46	1.46	2.82	1.45
8. Antalya’daki/Bansko’daki koruma projeleri (kültürel mirası koruma projeleri, doğa ve çevre koruma projeleri vb.) ile ilgili çoğu zaman görüşlerim sorulmuştur.	2.39	1.47	2.71	1.45
Olumlu algı				
9. Turizm, Antalya’da/Bansko’da daha fazla istihdam sağlar.	4.54	0.89	4.64	0.81
10. Turizm sektörü, Antalya’da/Bansko’da daha fazla yatırım yapılmasını teşvik edicidir	4.52	0.89	4.54	0.82
11. Yaşam standartlarımız turizm nedeniyle önemli ölçüde artacaktır.	4.32	0.95	4.32	1.09
12. Turizm daha fazla altyapı (yollar, alışveriş vb. gibi kamu tesisleri) sağlar.	4.45	0.91	4.43	0.92
Olumsuz algı				
13. Antalya’daki/Bansko’daki yerel halk, bir turizm destinasyonu bölgesinde yaşamaktan zarar görecektir.	2.77	1.34	2.86	1.42
14. Turizmin gelişmesi ve Antalya’nın/ Bansko’nun bir turizm destinasyonu olması nedeniyle trafik sıkışıklığına, gürültüye ve kirliliğe neden olacaktır.	3.29	1.37	3.42	1.40
15. Turizmin gelişmesi yaşam maliyetlerini artıracaktır.	3.36	1.26	3.77	1.13
16. Turizm suç oranını artırır.	2.89	1.36	2.71	1.45

Çalışma kapsamında ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Ölçüm aracının uyulanmasındaki ilk aşama yüzey geçerliliği ve dil geçerliliği aşamalarıdır. Ölçekler İngilizceden Türkçe ve Bulgarca'ya yabancı dil okumanları tarafından çevrilmiştir. Ardından tekrar İngilizceye çevrilen ölçekler 1 hafta ara ile İngilizce ve Türkçe olarak dil okutmanlarına uygulanmış ve yapılan t testi sonuçları iki grup ortalaması arasında fark olmadığını göstermiştir. Bu dil geçerliliğinin kanıtı olarak kabul edilebilir. Ayrıca uzman akademisyenler tarafından ölçüm aracındaki her bir örneğin anlaşılıp anlaşılmadığı pilot çalışmada incelenmiştir. Alınan uzman görüşü de yüzey geçerliliğinin kanıtı olarak görülebilir.

İkinci aşamada yapı geçerliliği için faktör analizi uygulanmıştır. Yapılan faktör analizi sonuçları tablo 3.3'de sunulmaktadır. Elde edilen sonuçlara göre; Turizm gelişimine destek ölçeği'nde her iki grupta da ölçek maddelerinin faktör yükleri 0.5'in üzerinde olup genel faktör yapıları uyumlu bulunmuştur. Yalnızca Antalya için 4. maddenin faktör yükü 0.471 olarak bulunmuş ancak diğer destinasyon için faktör yapısının uyumlu olması ve faktörün genel güvenilirlik analizlerinin iyi uyuma işaret etmesi sebebiyle madde ölçekte bırakılmıştır. Birleşme geçerliliği ve güvenilirlik değerlerini kontrol etmek üzere Composite Reliability (CR) ve Açıklanan Ortalama Varyansın (AVE) değerlerine bakılmıştır. Composite Reliability (CR) 0,70'den ve Açıklanan Ortalama Varyansın (AVE) 0,50'den büyük olması birleşme geçerliliği için gerekmektedir (Xu vd., 2018). Elde edilen sonuçlara göre her iki grup için de CR değerlerinin 0.7'nin üzerinde olması ve AVE değerlerinin 0.5'in üzerinde olması ölçeğin her iki grupta da geçerlilik ve güvenilirlik şartlarını sağladığını göstermektedir.

Toplumsal katılım ölçeği'nde her iki grupta da ölçek maddelerinin faktör yükleri 0.5'in üzerinde olup genel faktör yapıları uyumlu bulunmuştur. Birleşme geçerliliği ve güvenilirlik değerlerini kontrol etmek üzere CR ve AVE değerlerine bakılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre her iki grup için de CR değerlerinin 0.7'nin üzerinde olması ve AVE değerlerinin 0.5'in üzerinde olması ölçeğin her iki grupta da geçerlilik ve güvenilirlik şartlarını sağladığını göstermektedir.

Olumlu algı ölçeği'nde her iki grupta da ölçek maddelerinin faktör yükleri 0.5'in üzerinde olup genel faktör yapıları uyumlu bulunmuştur. Birleşme geçerliliği ve güvenilirlik değerlerini kontrol etmek üzere CR ve AVE değerlerine bakılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre her iki grup için de CR değerlerinin 0,7'nin üzerinde olması ve AVE değerlerinin 0,5'in

üzerinde olması ölçeğin her iki grupta da geçerlilik ve güvenilirlik şartlarını sağladığını göstermektedir.

Olumsuz algı ölçeği'nde her iki grupta da ölçek maddelerinin faktör yükleri 0,5'in üzerinde olup genel faktör yapıları uyumlu bulunmuştur. Birleşme geçerliliği ve güvenilirlik değerlerini kontrol etmek üzere CR ve AVE değerlerine bakılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre her iki grup için de CR değerlerinin 0,7'nin üzerinde olması ve AVE değerlerinin 0.5'in üzerinde olması ölçeğin her iki grupta da geçerlilik ve güvenilirlik şartlarını sağladığını göstermektedir.

Tablo 2.3 Ölçüm Modeline İlişkin Bulgular

	Faktör Yükleri		CR		AVE	
	Bansko	Antalya	Bansko	Antalya	Bansko	Antalya
Turizm Gelişimine Destek (TGD)			0.89	0.857	0.675	0.611
TGD1	0.880	0.822				
TGD2	0.868	0.891				
TGD3	0.898	0.869				
TGD4	0.604	0.471				
Toplumsal Katılım (TK)			0.851	0.875	0.608	0.636
TK1	0.541	0.794				
TK2	0.528	0.856				
TK3	0.963	0.784				
TK4	0.966	0.753				
Olumlu Algı (Olumlu A)			0.927	0.897	0.76	0.685
Olumlu A1	0.922	0.843				
Olumlu A2	0.869	0.859				
Olumlu A3	0.859	0.801				
Olumlu A4	0.835	0.808				
Olumsuz Algı (Olumsuz Algı)			0.824	0.854	0.546	0.596
Olumsuz Algı 1	0.870	0.845				
Olumsuz Algı 2	0.564	0.781				
Olumsuz Algı 3	0.713	0.703				
Olumsuz Algı 4	0.774	0.752				

Yapısal eşitlik modeline geçmeden önce modelin ayrışma geçerliliğini test etmek amacıyla HTMT kriteri üzerinden inceleme gerçekleştirilmiştir. HTMT kriterinin, ikili karşılaştırmalarda 0.90'dan (HTMT.90 <0.90) daha düşük olması beklenir. Bu durum yapılar

arasındaki korelasyon katsayısının değerine dayalı olarak yapının benzersiz olup olmadığı, ayrışma geçerliliğini sağlama durumu incelenmektedir. Ölçekte yer alan tüm yapılar arasındaki HTMT kriterleri 0.90'dan düşük bulunmuş ve modelin her iki destinasyon için de ayrışma geçerliliğini sağladığı sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 3.4).

Tablo 2.4 Ayrışma Geçerliliği (HTMT)

	Bansko				Antalya			
	Olumlu	Olumsuz	TK	TGD	Olumlu	Olumsuz	TK	TGD
	A	A			A	A		
Olumlu A								
Olumsuz A	0.148				0.121			
TK	0.226	0.31			0.277	0.453		
TGD	0.88	0.218	0.238		0.822	0.201	0.203	

Kurulan yapısal eşitlik modeli sonuçları 3.5 tablo'da verilmektedir. Her iki destinasyonun modelleri ayrıca Şekil 3.3 ve Şekil 3.4'de sunulmaktadır. Öncelikle destinasyonların genel bulguları ayrı ayrı oraya konmuştur.

Bansko için kurulan yapısal eşitlik modeli sonuçlarına göre; katılımcıların turizme yönelik olumlu algılarının toplumsal katılımları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı negatif bir etkisi bulunmaktadır ($\beta=-0.177$). Katılımcıların turizme yönelik olumsuz algılarının toplumsal katılımları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı pozitif bir etkisi bulunmaktadır ($\beta=0.252$). Katılımcıların turizme yönelik olumlu algılarının turizm gelişimine destek algıları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı pozitif ve güçlü bir etkisi bulunmaktadır ($\beta=0.762$). Turizme yönelik olumlu algının artması turizm gelişimine desteği arttırmaktadır. Turizme yönelik olumsuz algının turizm gelişimine destek üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($\beta=-0.088$). Toplumsal katılımın turizm gelişimine destek üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($\beta=-0.051$). Bansko modelinde aracılık etkileri anlamlı bulunmamış ve tek başına turizme yönelik olumlu algının turizm gelişimine desteği %61 oranında açıkladığı belirlenmiştir.

Antalya için kurulan yapısal eşitlik modeli sonuçlarına göre; katılımcıların turizme yönelik olumlu algılarının toplumsal katılımları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı pozitif bir etkisi bulunmaktadır ($\beta=0.277$). Katılımcıların turizme yönelik olumsuz algılarının toplumsal katılımları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı pozitif bir etkisi bulunmaktadır ($\beta=0.431$). Katılımcıların turizme yönelik olumlu algılarının turizm gelişimine destek algıları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı pozitif ve güçlü bir etkisi bulunmaktadır ($\beta=0.717$). Turizme yönelik

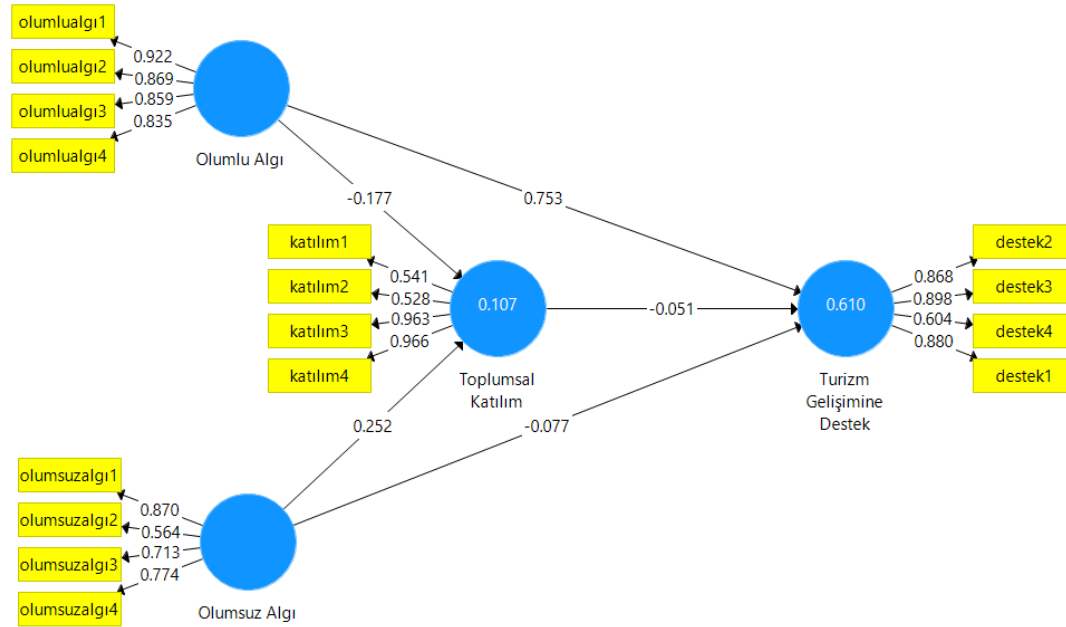
olumlu algının artması turizm gelişimine desteği arttırmaktadır. Turizme yönelik olumsuz algının turizm gelişimine destek üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($\beta=0.032$). Toplumsal katılımın turizm gelişimine destek üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ($\beta=-0.085$). Antalya modelinde aracılık etkileri anlamlı bulunmamış ve tek başına turizme yönelik olumlu algının turizm gelişimine desteği %51.6 oranında açıkladığı belirlenmiştir (Tablo 3.5).



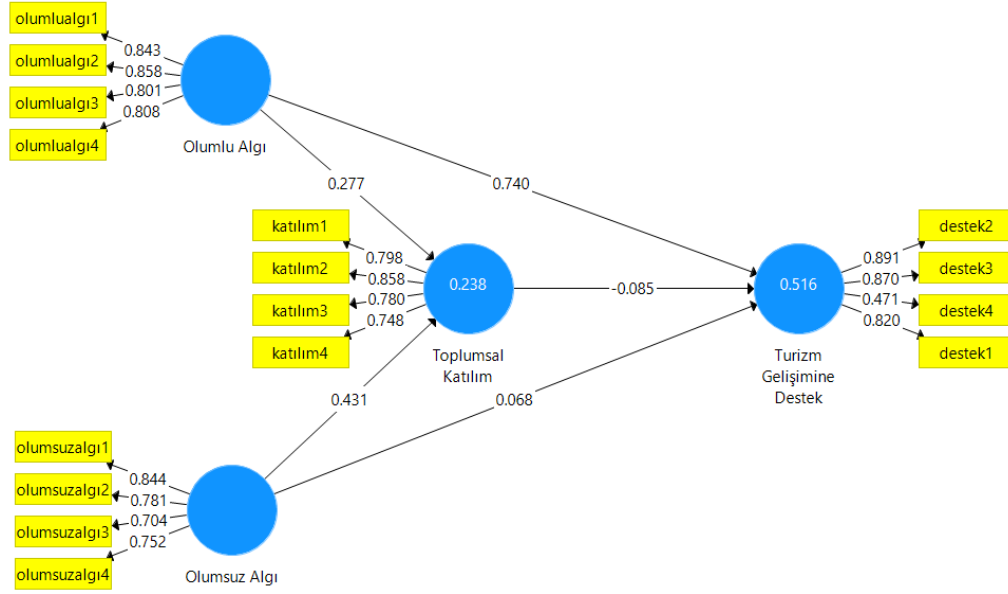
Tablo 2.5 Yapısal Eşitlik Modeli Sonuçları ve Gruplar arası Karşılaştırma Analizi Bulguları

	Path	Path	CI	(Bias CI	(Bias Path	p-Value	p-value	Hipotez	
	Coefficient -	Coefficient-	Corrected)	Corrected)	Coefficient	Henseler's	Permutation	(Bansko/	
	Bansko	Antalya	Antalya	Bansko	Differences	MGA	test (MGA)	Antalya)	
H1	Olumlu A -> TK	-0.177*	0.277*	0.100, 0.401	-0.342, 0.278	-0.455	0.052	0.003**	Kabul/Kabul
H2	Olumlu A -> TGD	0.753*	0.740*	0.596, 0.822	0.659, 0.84	0.046	0.875	0.518	Kabul/Kabul
H3	Olumsuz A -> TK	0.252*	0.431*	0.320, 0.524	-0.137, 0.391	-0.179	0.078	0.061	Kabul/Kabul
	Olumsuz Algı ->								
H4	TGD	-0.077	0.068	-0.048, 0.174	-0.164, 0.034	-0.119	0.066	0.095	Red/Red
H5	TK-> TGD	-0.051	-0.085	-0.185, 0.027	-0.144, 0.073	0.034	0.698	0.652	Red/Red
	Olumlu A ->TK -								
H6	>TGD	0.009	-0.023	0.064, 0.004	-0.062, 0.005	0.033	0.090	0.082	Red/Red
	Olumsuz A ->TK -								
H7	>TGD	-0.013	-0.036	0.087, 0.009	-0.086, 0.007	0.024	0.438	0.346	Red/Red

Hem Henseler'in MGA'sını hem de permütasyon yöntemini kullanan çok yöntemli bir MGA'nın sonuçları, olumlu algının toplumsal katılım üzerindeki etkisinin (H1), iki destinasyon arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Elde edilen diğer karşılaştırmalarda destinasyonlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. İki yöntem kullanılarak ortaya konulan bulgular destinasyonların kurulan yapısal model içerisindeki benzerlik ve farklılıklarını ayrıntılı bir biçimde ortaya koyarak bulguların çok yönlü bir doğrulamasına olanak sağlamaktadır.



Şekil 2.4 Yapısal Eşitlik Modeli Sonuçları – Banskó



Şekil 2.5 Yapısal Eşitlik Modeli Sonuçları – Antalya

2.6. Sonuç, Tartışmalar ve Öneriler

Bu çalışmada Türkiye'nin kitle turizmi merkezi olan Antalya ve Bulgarista'nın kış turizm merkezi Bansko gibi farklı iki turizm ürünü olan destinasyonlarda, yerel halkın olumlu ve olumsuz algılarının, toplumsal katılım ve turizm gelişimine destek üzerindeki etkileri açısından karşılaştırılmaktadır. Bu nedenle, kitle ve kış destinasyonlarda yaşayanların turizm gelişimine yönelik algılarının toplumsal katılımı ve desteği üzerindeki etkileri arasındaki bu karşılaştırma, bu çalışmanın yerel halk algı literatürüne benzersiz bir teorik katkısına işaret etmektedir. Bu karşılaştırma gelişmekte olan kitle ve kış turizm destinasyonlarında yapılmış olması, literatürde bu tür çalışmaların az olması nedeniyle katkıyı daha önemli hale getirmektedir.

Tablo 3.5'daki sonuçlara göre, olumlu algının hem Antalya'da hem de Bansko'da turizm gelişimine destek üzerinde (H2) pozitif ve önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar kent sakinlerinin olumlu algılarının önemini vurgulamaktadır. Önceki çalışmalar, yerel halkın olumlu algısının turizm gelişimine destek üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkisini doğrulamıştır (Andereck ve diğerleri, 2005; Choi ve Sirakaya, 2006; Gursoy ve diğerleri, 2002; Ko ve Stewart, 2002; Latkova ve Vogt, 2012; Wang & Pfister, 2008), bu nedenle mevcut çalışmanın sonuçlarının önceki çalışmaların sonuçlarıyla tutarlı olduğunu göstermektedir. Kitle ve kış destinasyonların ikisi de turizm gelişimine destek üzerinde pozitif ve güçlü bir etkiye sahiplerdir. Ancak Bansko'da yerel halkın turizm gelişimine verdikleri destek üzerindeki olumlu algılarının etki büyüklüğü, Antalya'da yerel halkın olumlu algının turizm gelişimine destek üzerindeki etki büyüklüğünden biraz daha yüksektir. Antalya'da turizmin ilk adımları, 1950'li yıllarda atıldı. Bansko ise 2000 yılından itibaren turizm destinasyonu olarak gelişmeye başladı. Kitle turizm destinasyonu Antalya daha uzun turizm geçmişine sahip olup yerel halkı turizmin hem faydasını hem de zararını çok iyi görmüştür. Dolayısıyla Antalya'da yerel halkın küçük bir kısmı turizmi desteklemediği tahmin edilmektedir. Bu çalışmaya dahil olan katılımcıların turizm sektöründe çalışma durumları incelendiğinde; Bansko katılımcılarının %50.7'si turizmde çalışırken; bu oranın Antalya katılımcılarında %39.9 olduğu görülmektedir. Çalışmanın literatür kısmında belirlendiği gibi birçok araştırmanın sonuçları, turizm sektöründe çalışmanın yada gelir kaynağı olarak turizme bağımlılığın turizme yönelik daha olumlu tutumlarla ilişkili olduğunu göstermektedir (Brougham ve Butler, 1981; Kral, 1993; Smith ve Krannich, 1998; Snaith ve Haley, 1999; Um ve Crompton, 1987; Wang ve Pfister, 2008). Bu nedenle sonuçlara göre Bansko'nun yerel halkı turizm gelişimini biraz daha fazla

desteklemektedir. Buna rağmen iki destinasyonların sakinleri turizm gelişimine önemli ölçüde dahil olmaktadır.

Yerel halkın turizm gelişimine yönelik algılarının, tutumlarının ve görüşlerinin belirlenmesi ziyaret yerine uygulanacak turizm gelişim politikalarının başarısı, sürdürülebilirliği açısından önem teşkil etmektedir (Yoon et al., 2001). Yerel halkın görüşlerinin dışlandığı dikkate alınmadığı bir politikanın başarı şansı bir hayli azalmaktadır. Aynı zamanda, yerel halkın desteği ve katılımı olmaksızın turizm politikalarının ve planlarının başarıya ulaşması olanaksızdır (AlmeidaGarcía, Peláez-Fernández, Balbuena-Vázquez, & Cortés-Macias, 2016).

Hem Henseler'in MGA'sını hem de permütasyon yöntemini kullanan çok yöntemli bir MGA'nın sonuçları, olumlu algının toplumsal katılım üzerindeki etkisinin (H1), iki destinasyon arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bansko'daki yerel halkın olumlu algı olsa da görüşü dikkate alınmayacağını düşünüp toplumsal katılımlarında kendi etkilerini görmediğini söyleyebiliriz. Kitle turizm destinasyonu Antalya büyük kültürel mirası zenginliğine sahiptir. Aynı zamanda Antalya'da turizmin her çeşidi bulunmaktadır. Kış turizm destinasyonu Bansko ise tam tersi. Bansko kültürel mirası açısından Antalya'ya göre zayıf kalıyor. Bansko'da bulunan turizm çeşitleri arasında dağ turizmi, sağlık turizmi ve en çok gelişen kış turizmidir. İki destinasyonun özellikleri arasındaki bu fark yerel halkın olumlu algının toplumsal katılım üzerinde etkilendiği söylenebilir.

Ayrıca bulgular, olumsuz algının toplumsal katılımı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Antalya ve Bansko için yerel halk toplumsal katılım üzerinde olumsuz algı sahip olduklarına rağmen turizm gelişimi desteklemektedirler. Yani olumsuz algılara sahip sakinler bile, turizm geliştirme sürecine katılma istekleri yüksektir. İstatistik sonuçlara göre olumsuz algının kış turizm destinasyonu Bansko'daki yerel halkın toplumsal katılımı üzerinde daha düşüktür. Kış destinasyonu Bansko'da yoğun turizm sezonu yaklaşık 3 ay sürmektedir. Ancak Antalya bir kitle turizm destinasyonu olarak yerel halkı turist yoğunluğu faktörü ile daha çok karşılamaktadır. Turizm/turist yoğunluğu ne kadar büyük olursa, turizm algıları da o kadar olumsuz olur (Sharpley, 2013, s.43). Bu nedenle olumsuz algının toplumsal katılım üzerindeki etkisi (H3), Antalya'da biraz daha yüksektir.

Olumsuz algının turizm gelişimine destek üzerindeki etkisinin (H4) ise Antalya ve Bansko destinasyonları arasında önemli bir farkı desteklememektedir. Her iki destinasyonda yerel halk, karar alma sürecine toplum katılımının turizm gelişimine verdikleri desteği (H5) etkileyeceğine inanmıyorlardır. Bu bulgunun, kitle ve kış turizmi destinasyonlarda yaşayan yerel halkın karar verme sürecine katılmaktan ziyade turizme dahil olmanın getirdiği ekonomik faydalarla daha fazla ilgilenmelerinin ürünü olabileceğini ortaya koymaktadır.

Sonuçlar, kitle turizm merkezi Antalya ve kış turizm merkezi Bansko’da toplumsal katılımın olumlu algı ve turizm gelişimine destek arasındaki önemli aracı rolünü desteklememektedir. Olumlu ve olumsuz algı turizm gelişimine üzerinde (H6, H7) dolaylı bir etkisi yok. Bunun sebebi her ikisi de doğrudan etkinin yüksek olması ve toplumsal katılım etkilerinin daha düşük olması.

Birinci hipoteze baktığımızda kış turizm destinasyonu olan Bansko örnek alınarak yerel halk toplumsal katılım konusunda teşvik edilmesi sağlanmalı ve fikirlerine başvurmaları. Yani Bansko’da olumlu algı toplumsal katılım üzerinde neden düşük diye tespit edilmesi gerekmektedir. Araştırma açısından bakmış olursak hem turizm çalışanlarla hem de turizmde çalışmayanlarla da araştırma yapıp farklı sonuç çıkabilir. Bununla birlikte, bu çalışmada, turizm geliştirmenin karar alma sürecine toplum katılımına odaklanılmıştır. Yerel halkın ekonomik katılımı gibi diğer toplumsal katılım türlerine odaklanılmış olsaydı, sonuçlar biraz farklı olabilirdi. Bu nedenle, bu sınırlı odak, mevcut çalışmanın bir sınırlaması olarak kabul edilebilir ve gelecekteki araştırmalar farklı toplumsal katılım türlerini dikkate alıp ve kitle ve kış turizmi bağlamları arasında karşılaştırmalar yapmak isteyebilir.

Ayrıca, bu çalışmanın sonuçlarının kitle turizm destinasyonu Antalya ve kış turizm destinasyonu Bansko’nun yönetiminden sorumlu yetkililer için bazı önemli pratik sonuçları vardır. Sonuçlar, hem kitle hem de kış turizm destinasyonlarında yerel halkın turizm gelişimine destek ve katılımlarına ilişkin algılarının önemini vurgulamaktadır.

Yerel halkı turizm gelişim sürecine dahil etmek, onların bu konudaki görüş ve önerilerini almak, fikir alışverişinde bulunmak ve gelecekteki turizm gelişmesini teşvik yönünde karşılıklı fikir alışverişi yapmak yerel halkın karar merkezlerini etkileyebilmesi ve kendilerini turizmin bir parçası olarak hissetmeleri açısından oldukça önemlidir (Varnacı Uzun

ve Somuncu, 2011). Bu nedenle yerel yönetimler turizmin olumlu etkilerini ve yerel halkın bu etkilere yönelik algılarını daha çok da iyileştirmeye çalışmalı; dahası da turizmin gelişmesiyle bağlantılı olumsuz etkileri azaltmak için çaba göstermelidirler. Planlama çalışmalarına mutlaka yerel halkın dahil edilmesi ve onların görüş ve önerileri doğrultusunda şekillenmesinin sağlanması gereklidir (Gunn, 1988). Diğer bir ifadeyle, planlama sürecinin her aşamasında yerel toplumun turizm planlamasına ve geliştirilmesine azami ölçüde ve yüksek bir katılımı dahil edilmesi gerekmektedir. Yerel halkın planlama ve karar verme sürecinde bir derecede kontrol sahibi olması anlamına gelen bu olay, planın başarılması için kaçınılmazdır. Gerçekten de sosyal sorumluluk yüklenmiş ve çevresel anlamda geliştirilebilir bir turizm, halkın katılımı olmaksızın başarılamaz. (Yüksel, 2004, s.106). Yapılan planlama çalışmalarında, yerel halkın planlamaya katılması teşvik edilmeli ve ne tür bir turizm gelişimi istediklerini açıkça ifade etmeleri sağlanmalıdır. Ancak bu katılımın sağlanması durumunda “turizm gelişimi insanların ortak olarak ne istediğini yansıtacaktır” (Yüksel, 2004, s. 106). Bu bağlamda öncelikle yapılması gereken (planlamanın doğru ve anlaşılır şekilde yapılması ve sürdürülebilir kılınması için) yerel halkın turizmi nasıl algıladığı ve neler beklediği sorusunun açılımıdır. Bu açılımın yapılabilmesi için bir takım soruların açığa kavuşturulması gereklidir. Şüphesiz ki, bu soruların cevaplarını ortaya koymanın en rasyonel yollarından biri bölge insanına uygulanan anketlerdir.

Gelecekteki araştırmalarda konu ile ilgili kısıtlı alanyazına katkıda bulunmak isteyen araştırmacılar için fayda sağlayabilecek bazı öneriler sunmak yerinde olacaktır. Yerel halkın algıları, topluluk katılımı ve turizm gelişimine yönelik desteği, ülke ve kültürlerle göre farklılık gösterebilmektedir. Bu bağlamda farklı ülkeler ve kültürlerden yerel halkın algıları, topluluk katılımı ve turizm gelişimine yönelik desteği karşılaştırmalı olarak incelenebilir.

Son olarak başka bir sınırlama ölçüm aracına ait sınırlamadır. Anket toplama işleminde dikkat edilse dahi katılımcıların söyledikleri ile davranışları aynı olmayabilir ve sonuç gerçek katılımcı davranışından farklı olabilir.

KAYNAKÇA

- Alhemoud, A. M., & Armstrong, E. G. (1996). Image of tourism attractions in Kuwait. *Journal of travel Research*, 34(4), 76-80.
- Allen, L. R., Hafer, H. R., Long, P. T., & Perdue, R. P. (1993). *Rural Residents' Attitudes Toward Recreation and Tourism Development*. *Journal of Travel Research*, 21, 27-33.
- Andereck, K., Valentine, K., Knopf, R., & Vogt, C. (2005). *Residents' perceptions of community tourism impacts*. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.
- AP, J. 1990 *Residents' Perceptions Research on the Social Impacts of Tourism*. *Annals of Tourism Research* 17:610-615
- Ashworth, G., & Page, S. (2011). *Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes*. *Tourism Management*, 32(1), 1-15.
- Belisle, F. J., & Hoy, D. R. (1980). The perceived impact of tourism by residents a case study in Santa Marta, Colombia. *Annals of tourism research*, 7(1), 83-101.
- Bestard, B., & Nadal, R. (2007). Attitudes toward tourism and tourism congestion. *Région et Développement*, 25, 193-207.
- Bochner, S. (1982). *Cultures in Contact: Studies in Cross-Cultural Interaction*. New York: Pergamon.
- Boissevain, J. (1979). "The Impact of Tourism on a Dependent Island: Gozo, Malta." *Annals of Tourism Research*, 6 (1): 76-90.
- Boote, A. S. (1981). Market segmentation by personal values and salient product attributes. *Journal of Advertising Research*.
- Brohman, J. (1996). New directions in tourism for third world development. *Annals of tourism research*, 23(1), 48-70.
- Brunt, P., & Courtney, P. (1999). *Host perceptions of sociocultural impacts*. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 493-515.

- Burkart, A. J., & Medlik, S. (1981). Tourism: past, present and future. *Tourism: past, present and future.*, (Ed. 2).
- Butler, R. W. (2006). 1. The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. In *The Tourism Area Life Cycle*, Vol. 1 (pp. 3-12). Channel View Publications.
- Choi, H., & Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism Management*, 27(6), 1274-1289.
- Cook, S., and C. Sellitz (1955). "Some Factors Which Influence the Attitudinal Outcomes of Personal Contact." *International Sociological Bulletin*, 7: 51-58.
- Cooke, K. (1982), "Guidelines for Socially Appropriate Tourism Development in British Columbia," *Journal of Travel Research* 21, 22-28.
- Çizel, B. (1999) Kongre Turizmi, Kongre Organizasyonu ve Antalya Bölgesinin Kongre Turizmi Potansiyeli, Sorunları ve Gelecekteki Beklentilerine Yönelik Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi, Antalya.*
- de Kadt, E. (1979). *Tourism: Passport to development?* New York: Oxford University Press.
- Deery, M., et al., 2012. Rethinking social impacts of tourism research: a new research agenda. *Tourism Management*, 33(1), 64-73.
- Deery, M., Jago, L., & Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: A new research agenda. *Tourism Management*, 33(1), 64-73.
- Diedrich, A., & García-Buades, E. (2009). Local perceptions of tourism as indicators of destination decline. *Tourism Management*, 30(4), 512-521.
- Doxey, G.V. 1976 A Causation Theory of Visitor-Resident Irritants: Methodology and Research Inferences. In *The Impact of Tourism*. Salt Lake City: Travel Research Association.
- Drake, J. A. (1991). Community-assembly mechanics and the structure of an experimental species ensemble. *The American Naturalist*, 137(1), 1-26.

- Draper, J., K. M. Woosnam, and W. C. Norman. (2011). "Tour-ism Use History: Exploring a New Framework for Understand- ing Residents' Attitudes toward Tourism." *Journal of Travel Research*, 50 (1): 64-77.
- Faulkner, B., & Tideswell, C. (1997). A framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of sustainable tourism*, 5(1), 3-28.
- Faulkner, B., & Tideswell, C. (1997). A framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of sustainable tourism*, 5(1), 3-28.
- Faulkner, B., & Tideswell, C. (1997). A framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of sustainable tourism*, 5(1), 3-28.
- Fink, C. (1970). *Die Massentourismus (Mass Tourism)*. Verlag Paul Haupt und Stuttgart.
- Fishbein, M., Jaccard, J., Davidson, A. R., Ajzen, I., & Loken, B. (1980). Predicting and understanding family planning behaviors. In *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice Hall.
- Gilbert, D., & Clark, M. (1997). *An exploratory examination of urban tourism impact, with reference to residents attitudes, in the cities of Canterbury and Guildford*. *Cities*, 14(6), 343-352.
- Gunn, C. A. (1988). *Vacationscape: Designing tourist regions*.
- Gunn, C. A. 1988 *Tourism Planning*. New York: Taylor and Francis.
- Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of tourism Research*, 31(3), 495-516.
- Gursoy, D., Chi, C. G., & Dyer, P. (2010). *Local's attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia*. *Journal of Travel Research*, 49(3), 381–394.
- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A structural modeling approach. *Annals of tourism research*, 29(1), 79-105.
- Gurung, C. P., & Decoursey, M. A. (2000). Too much fast: Lessons from Nepal's lost kingdom of mustang, 239-345.
- Gurung, C., & DeCoursey, M. (2000). *Too much too fast: Lessons from Nepal's lost kingdom of mustang*. In P. Godde, & F. Zimmermann (Eds.), *Tourism and development in mountain regions* (pp. 239-253). Oxfordshire, England: CABI.

- Hall, C., & Page, S. (2014). *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space* (4th ed.). New York, NY: Routledge.
- Haobin Ye, B., Qiu Zhang, H., Huawen Shen, J., & Goh, C. (2014). Does social identity affect residents' attitude toward tourism development? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(6), 907-929.
- Harrill, R. (2004). "Residents' Attitudes toward Tourism Development: A Literature Review with Implications for Tourism Planning." *Journal of Planning Literature*, 18 (3): 251-66.
- Harrill, R., & Potts, T. D. (2003). Tourism planning in historic districts: Attitudes toward tourism development in Charleston. *Journal of the American Planning Association*, 69(3), 233-244.
- Haywood, K. M. (1986), "Can the Tourist-Area Life Cycle be Made Operational?" *Tourism Management* (September), 154-167.
- Holjevac, I. A. (2003). A vision of tourism and the hotel industry in the 21st century. *International Journal of Hospitality Management*, 22(2), 129-134.
- Horn, C., & Simmons, D. (2002). Community adaptation to tourism: comparisons between Rotorua and Kaikoura, New Zealand. *Tourism management*, 23(2), 133-143.
- Horn, C., & Simmons, D. (2002). Community adaptation to tourism: comparisons between Rotorua and Kaikoura, New Zealand. *Tourism management*, 23(2), 133-143.
- Huh, C., and C. Vogt. (2008). "Changes in Residents' Attitudes toward Tourism over Time: A Cohort Analytical Approach." *Journal of Travel Research*, 46 (4): 446-55.
- Hunziker, W., & Krapf, K. (1942). *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*. Zurich: Polygraphischer Verlag.
- Iorio, M., & Corsale, A. (2010). Rural tourism and livelihood strategies in Romania. *Journal of Rural Studies*, 26(2)
- Jaafar, M., Noor, S., & Rasoolimanesh, S. (2015a). Perception of young local residents toward sustainable conservation programmes: A case study of the Lenggong world cultural heritage site. *Tourism Management*, 48,154-163.

- Jimura, T. (2011). *The impact of world heritage site designation on local communities: a case study of Ogimachi, Shirakawa-mura, Japan*. *Tourism Management*, 32(2), 288-296
- Jurowski, C., & Gursoy, D. (2004). DISTANCE EFFECTS ON RESIDENTS' ATTITUDES TOWARD TOURISM. *Annals of tourism research*, 31(2), 296-312.
- Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, M. (2013). *How does tourism in a community impact the quality of life of community residents?* *Tourism Management*, 36, 527-540.
- Ko, D. W., & Stewart, W. P. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism management*, 23(5), 521-530.
- Ko, D., & Stewart, W. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Management*, 23(5), 521-530.
- Ko, D., & Stewart, W. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Management*, 23(5), 521-530.
- Kousis, M. (1989). *Tourism and the family in a rural Cretan community*. *Annals of Tourism Research*, 16(3), 318-332.
- Krippendorff, J. (1987). *The holiday makers. Understanding the impact of leisure and travel*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Latkova, P., & Vogt, C. (2012). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *Journal of Travel Research*, 51(1), 50-67
- Lawson, R. W., Williams, J., Young, T. A. C. J., & Cossens, J. (1998). A comparison of residents' attitudes towards tourism in 10 New Zealand destinations. *Tourism management*, 19(3), 247-256.
- Levine, D. (1979). "Simmel at a Distance: On the History and Systematics of the Sociology of the Stranger." In *Strangers in African Societies*, edited by W. Shack and E. Skinner. Berkeley: University of California Press, pp. 21-36.
- Lindberg, K., & Johnson, R. (1997). Modeling resident attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 402-424.

- Liu, J. & Var, T. (1986), "Resident Attitudes Toward Tourism Impacts in Hawaii," *Annals of Tourism Research* 13, 199-214.
- Liu, J. C., & Var, T. (1986). Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals of tourism research*, 13(2), 193-214.
- Liu, J., & Var, T. (1986). Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, 13(2), 193-214
- López Hernández, F. A., & de la Santísima Trinidad Mercader, S. (2015). Perceived impact of tourism by the resident population in Torrevieja: national versus non-national residents. *European Journal of Tourism Research*, 10.
- Loukissas, P. (1983), "Public Participation in Community Tourism Planning : A Gaming Simulation Approach," *Journal of Travel Research* 22, 18-23.
- MacDonald, R., & Jolliffe, L. (2003). Cultural rural tourism: Evidence from Canada. *Annals of tourism research*, 30(2), 307-322.
- Madrigal, R. (1995). Cognitive and affective determinants of fan satisfaction with sporting event attendance. *Journal of leisure research*, 27(3), 205-227.
- Marzuki, A., Hay, I., & James, J. (2012). Public participation shortcomings in tourism planning: The case of the Langkawi Islands, Malaysia. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(4), 585-602.
- Mitchell, R., & Reid, D. (2001). Community integration. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 113-139.
- Nicholas, L., Thapa, B., & Ko, Y. (2009). Residents' perspectives of a world heritage site: The Pitons Management Area, St. Lucia. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 390-412.
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2010). Small island urban tourism: A residents' perspective. *Current Issues in Tourism*, 13(1), 37-60.
- Pearce, D. (1987), *Tourism Today: A Geographical Analysis*, New York: Wiley.

- Pearce, P. (1994). *Tourist-resident impacts: examples, explanations and emerging solutions*. In W. Theobald (Ed.), *Global tourism: The next decade* (pp. 103-123). Oxford: Butterworth Heinemann.
- Pi-Sunyer, O. (1978). "Through Native Eyes: Tourists and Tourism in a Catalan Maritime Community." In *Hosts and Guests*, edited by V. Smith. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Pitts, R. E., & Woodside, A. G. (1986). Personal values and travel decisions. *Journal of Travel Research*, 25(1), 20-25.
- Pizam, A. 1978 *Tourism Impacts: The Social Costs to the Destination Community as Perceived by its Residents*. *Journal of Travel Research* 16(4):8-12
- Prayag, G., & Ryan, C. (2012). Antecedents of tourists' loyalty to Mauritius: The role and influence of destination image, place attachment, personal involvement, and satisfaction. *Journal of travel research*, 51(3), 342-356.
- Rajotte, F. (1977), "Evaluating the Cultural and Environmental Impact of Pacific Tourism," *Pacific Perspective* 6, 41-48.
- Reisinger, Y., & Turner, L. (2002). Cultural differences between Asian tourist markets and Australian hosts: part 1. *Journal of Travel Research*, 40(3), 295-315.
- Riley, M. (1995). "Interpersonal Communication: The Contribution of Dyadic Analysis to the Understanding of Tourism Behaviour." *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 1 (2): 115-124.
- Royer, L. E., S. F. McCool, and J. O. Hunt (1974), "The Relative Importance of Tourism to State Economies, *Journal of Travel Research* 24, 13-16.
- Sharma, B., & Dyer, P. (2012). A longitudinal study of the residents' perceptions of tourism impacts using data from the sunshine coast Australia. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 10(2), 37-46.
- Sharpley, R. (2008). *Tourism, tourists and society* (4th ed.). Huntingdon: Elm Publications.

- Sharpley, R., 2013. *Host perceptions of tourism: a review of the research*. *Tourism Management*, 42(1), pp. 37-49.
- Sheldon, P., & Abenoja, T. (2001). *Resident attitudes in a mature destination: The case of Waikiki*. *Tourism Management*, 22(5), 435-443.
- Sherlock, K. (2001). "Revisiting the Concept of Hosts and Guests." *Tourist Studies*, 1 (3): 271-95.
- Smith, H. (1957). "The Effects of Intercultural Experience: A Follow-Up Investigation." *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 54: 266-69.
- Smith, M. D., & Krannich, R. S. (1998). Tourism dependence and resident attitudes. *Annals of tourism research*, 25(4), 783-802.
- Smith, R., and M. Houston (1983). "Script Based Evaluation of Satisfaction and Services." In *Marketing of Services*, edited by L. Berry, L. Shostack, and G. Upah. Chicago: American Marketing Association.
- Smith, T. W., Houston, B. K., & Zurawski, R. M. (1983). The Framingham Type A Scale and anxiety, irrational beliefs, and self-control. *Journal of Human Stress*, 9(2), 32-37.
- Smith, V. (Ed.). (1977). *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Stringer, P. (1981). "Hosts and Guests: The Bed and Breakfast Phenomenon." *Annals of Tourism Research*, 8 (3): 357-376.
- Su, M., & Wall, G. (2014). *Community participation in tourism at a world heritage site: Mutianyu Great Wall, Beijing, China*. *International Journal of Tourism Research* (Vol. 16,(2), 146-156.
- Sutton, W. (1967). *Travel and understanding: notes on the social structure of touring*. *International Journal of Comparative Sociology*, 8(2), 217-233.
- Telfer, D., & Sharpley, R. (2008). *Tourism and development in the developing world*. London, England: Routledge.
- Thongma, W., Leelapattana, W., & Hung, J. (2011). *Tourists' satisfaction towards tourism activities management of maesa community, pongyang sub-district, maerim district, Chiang Mai province, Thailand*. *Asian Tourism Management*, 2(1), 86-94.

- Timothy, D. (1999). *Participatory planning: A view of tourism in Indonesia*. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 371-391.
- Timothy, D. J. (1999). Participatory planning A view of tourism in Indonesia. *Annals of tourism research*, 26(2), 371-391.
- Tosun, C. (2002). *Host perceptions of impacts: A comparative tourism study*. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231-253.
- UNESCO. (1976). *The effects of tourism on socio-cultural values*. *Annals of Tourism Research*, 4(1), 74-105.
- Var, T. and Y. Kim 1989 *Measurement and Findings on the Tourism Impact*. Unpublished paper, Department of Recreation, Park and Tourism Sciences, Texas A&M University, USA.
- Vareiro, L., Remoaldo, P., & Cadima Ribeiro, J. (2013). *Residents' perceptions of tourism impacts in guimar~aes (Portugal): A cluster analysis*. *Current Issues in Tourism*, 16(6), 535-551.
- VARNACI, U. F., & Somuncu, M. (2011). Kültürel peyzajın korunması ve turizm ilişkisi bağlamında yerel halkın görüşleri: İhlara Vadisi örneği. *Ankara Üniversitesi Çevrebilimleri Dergisi*, 3(2), 21-36.
- Vutler, R (1980), "*The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources*," *Canadian Geographer* 24, 5-12.
- Wall, G., & Mathieson, A. (2005). *Tourism*. Harlow, England: Pearson Prentice Hall.
- Wall, G., and A. Mathieson. (2006). *Tourism: Change, Impacts and Opportunities*. Harlow, UK: Pearson.
- Wang, Y., & Pfister, R. (2008). *Residents' attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community*. *Journal of Travel Research*, 47(1), 84-93.
- Wearing, S., D. Stevenson, and T. Young. (2010). *Tourist Cul- tures: Identity, Place and the Traveller*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2004). Visitor attitudes toward tourism development and product integration in an Australian urban-rural fringe. *Journal of travel research*, 42(3), 286-296.

- Woosnam, K. (2012). *Using emotional solidarity to explain residents' attitudes about tourism and tourism development. Journal of Travel Research*, 51(3), 315 - 327.
- Woosnam, K. M., Norman, W. C., & Ying, T. (2009). Exploring the theoretical framework of emotional solidarity between residents and tourists. *Journal of Travel Research*, 48(2), 245-258.
- Yüksel, F. 2004. "Turizmde Planlama ve Uygulama: Başarısızlık Nedenleri ve Öneriler" *Turizm: İlkeler ve Yönetim* (Editörler: Atila Yüksel, Murat Hançer), Turhan Kitabevi. Ankara. s.103-108.
- Zengin, E., Chalajour, F., Gehling, U. M., Ito, W. D., Treede, H., Lauke, H., ... & Ergün, S. (2006). Vascular wall resident progenitor cells: a source for postnatal vasculogenesis.
- Zhang, J., Inbakaran, R. J., & Jackson, M. S. (2006). Understanding community attitudes towards tourism and host—Guest interaction in the urban—rural border region. *Tourism geographies*, 8(2), 182-204.
- Zhang, J., R. Inbakaran, and M. Jackson (2006). "Understanding Community Attitudes towards Tourism and Host-guest Interaction in the Urban-rural Border Region." *Tourism Geographies*, 8 (2): 182-204.

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve Soyadı	Zarifka Adil IBROSHEVA
Eğitim Durumu	
Lisans Diploması	Ulusal ve Uluslararası Ekonomi Üniversitesi, İktisat ; Ticaret Ekonomisi , Sofya,Bulgaristan, 2017
Yüksek Lisans Diploması	Akdeniz Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği,
Tez Konusu	Kitle ve Kış Turizmi Destinasyonlarında Yerel Halkın Algıları, Topluluk Katılımı ve Turizm Gelişimine Yönelik Desteğin Karşılaştırmalı analizi
Yabancı Dil/Diller	Türkçe, Bulgarca, İngilizce
İş Deneyim	
Stajlar	C.R.E.A.M. Europe PPP Alliance, Sofya,Bulgaristan, 2016
Çalıştığı Kurumlar	Kongre, Toplantı Organizasyon Acentaları, Antalya, 2019 Trinity Residence & SPA, Bansko,Bulgaria, 2018 Regnum Bansko Apart Hotel & SPA, Bansko,Bulgaria, 2017

