



Social Sciences Indexed

International
SOCIAL MENTALITY AND
RESEARCHER THINKERS JOURNAL
Open Access Refereed E-Journal & Refereed & Indexed
SMARTjournal (ISSN:2630-631X)



Architecture, Culture, Economics and Administration, Educational Sciences, Engineering, Fine Arts, History, Language, Literature, Pedagogy, Psychology, Religion, Sociology, Tourism and Tourism Management & Other Disciplines in Social Sciences

2019

Vol:5, Issue:26

pp.1892-1900

www.smartofjournal.com

editorsmartjournal@gmail.com

TURİZMİN EKONOMİK ÇEVRESEL VE SOSYO-KÜLTÜREL ETKİLERİNİN YEREL HALK TARAFINDAN ALGILANMASI: HATAY İLİ ÖRNEĞİ

THE PERCEPTION OF ECONOMIC ENVIRONMENTAL AND SOCIO-CULTURAL EFFECTS OF TOURISM BY LOCAL PEOPLE: THE CASE OF HATAY PROVINCE

Dr. Kadriye Alev AKMEŞE

Konya/Türkiye

ORCID: 0000-0002-3826-9684

Öğr. Gör. Halil SUNAR

Giresun Üniversitesi, Tirebolu Mehmet Bayrak MYO, Turizm, Seyahat ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Giresun/Türkiye

ORCID: 0000-0002-5131-4056



Article Arrival Date : 26.11.2019

Article Published Date : 23.12.2019

Article Type : Research Article

Doi Number : <http://dx.doi.org/10.31576/smryj.408>

Reference : Akmeşe, K. A. & Sunar, H. (2019). "Turizmin Ekonomik Çevresel Ve Sosyo-Kültürel Etkilerinin Yerel Halk Tarafından Algılanması: Hatay İli Örneği", International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal, (Issn:2630-631X) 5(26): 1892-1900

ÖZET

Araştırmanın amacı, Hatay'da turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkileri konusunda yerel halkın algılarının belirlenmesidir. Araştırmanın amacı doğrultusunda hazırlanan anket, yüzyüze ve çevrimiçi ortamda Eylül 2018- Kasım 2019 tarihleri arasında yerel halka uygulanmıştır. Elde edilen 405 anket analize dâhil edilmiş ve SPSS 25.0 programı yardımı ile analizleri gerçekleştirilmiştir. Analizlerde frekans dağılımları, geçerlilik ve güvenilirlik analizi, t-testi, Anova testi, Tukey testleri uygulanmıştır. Araştırma bulgularına göre turizmin ekonomik etkileri katılımcıların cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu ve gelir düzeylerine göre değişmektedir. Turizmin çevresel etkileri ise katılımcıların cinsiyet ve yaş durumlarına göre algıları anlamlı bir farklılık gösterirken medeni durum, eğitim durumu ve gelir düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Turizmin sosyo-kültürel etkileri ise katılımcıların cinsiyet, yaş ve eğitim durumlarına göre algıları anlamlı bir farklılık gösterirken medeni durum ve gelir düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizmin Etkileri, Turizm Algısı, Yerel Halk, Hatay

ABSTRACT

The aim of the study is to determine the perceptions of local people about the economic, environmental and socio-cultural effects of tourism in Hatay. The questionnaire, which was prepared for the purpose of the research, was applied to local people face to face and online between September 2018 and November 2019. 405 questionnaires obtained from the study were analyzed by SPSS 25.0 program. Frequency distributions, validity and reliability analysis, t-test, Anova test, Tukey tests were applied. According to the research findings, the economic effects of tourism vary according to the gender, marital status, age, education level and income levels of the participants. Environmental impacts of tourism, participants' perceptions of gender and age differ significantly; however, there is no significant difference in terms of marital status, education level and income levels. The socio-cultural effects of tourism, on the other hand, show a significant difference in the perceptions of the participants according to their gender, age and educational status; however, there is no significant difference according to marital status and income levels.

Key Words: Effects of Tourism, Local People, Tourism Perception, Hatay

1. GİRİŞ

Küreselleşme ve teknolojik gelişmeler sonucu turizme katılanların sayısı gün geçtikçe hızlı bir şekilde artmaktadır. Bu artışla birlikte turizmin olumlu ve olumsuz etkileri beraberinde getirmekte ve bu etkilerden en fazla turizm bölgesinde yaşayan yerel halk etkilenmektedir. Bunun yanı sıra turizm sektöründe meydana gelen gelişmeler, yerel halkın turizme tepkisi, turizmin o bölgedeki gelişim sürecinde doğrudan etki etmektedir (Türker ve Türker, 2014: 82). Turizm sektörü tüm dünya genelinde olduğu gibi ülkemizde de doğrudan ve dolaylı olarak büyük bir istihdam ve gelir kaynağı oluşturan bir sektör durumundadır (Ateş, 2019: 495). Bu nedenle destinasyonlar turizm sektöründen elde ettikleri gelirleri artırmak ve rakiplerine üstünlük kurabilmek amacıyla sürekli olarak değişen ve gelişen insan ihtiyaçlarına yönelik turistik ürünler oluşturmakta ve destinasyonların kendilerine özgü olan değerlerini turistik birer ürün olarak pazarlamaktadır. Özellikle ekonomik yönüyle ön plana çıkan turizm sektörü, çevresinde yaşanan olumsuz gelişmelerden hızlı bir biçimde etkilenmesi nedeniyle aynı zamanda kırılgan bir yapıya sahiptir (Sunar, 2019: 354). Turizmin sektörünün destinasyon açısından gelişiminde yerel halkın desteğinin kazanılması, turizm planlamasının başarılı olabilmesi açısından oldukça önem arz etmektedir (Sırakaya vd., 2012: 58; Gürsoy vd., 2010: 382). Özellikle son yıllarda turizmin doğrudan ve dolaylı olarak etkileşim içerisinde olduğu diğer tüm sektörler ve bilimlerin sürdürülebilirlik kavramı ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilir turizm gelişimi anlayışında turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerinin incelendiğinde bir dizi değerlendirme süreci bulunmaktadır. Bu değerlendirme sürecinde halkın algısı ve tepkileri, sürdürülebilir turizm gelişimini yönlendiren önemli bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır (Gümüş ve Özüpekçe, 2009: 400). Araştırmada turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkileri konusunda yerel halkın algılarının belirlenmesi amacıyla Hatay'da gerçekleştirilmiştir.

2. TURİZMİN EKONOMİK, ÇEVRESEL VE SOSYO - KÜLTÜREL ETKİLERİ

İnsanlar, dinlenme, tatil, gezme-görme, sağlık, inanç ve benzeri pek çok farklı amaçla seyahat etmektedir. Turizm dünya ekonomisi içerisinde gün geçtikçe önemi sürekli artan bir sektör durumundadır (Türker ve Türker, 2014: 81). Bu nedenle özellikle gelişmekte olan ülkeler turizme önem vermekte ve büyük yatırımlar yapmaktadırlar. Turizm, özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel ve psikolojik değişimler neticesinde, alışkanlıklar ve ihtiyaçlar üzerinde önemli etkiler oluşturarak uluslararası düzeyde yaygın bir turizm hareketi doğmuştur (Gökdeniz vd. , 2009: 217). Bir destinasyonda, turizm endüstrisinin gelişmeye başlamasıyla toplumsal ve ekonomik değişimleri de olumlu veya olumsuz olarak beraberinde getirmektedir (Kozak vd. , 2010: 91). Bunun yanı sıra turizmin çevre üzerindeki baskısı incelendiğinde ekolojik bakış açısı, ekolojik sistem içinde yer alan bileşenlerin bir denge içinde bulunması koşulunu gerektirir. Turizm diğer ekonomik sektörlerle kıyaslandığında, çevre sorunları bir yerdeki turizm ürününü doğrudan etkilediğinden çevre kalitesi çok önemlidir. Bunun en önemli nedeni ise çevre, bir turizm kaynağı olma özelliği taşımakta ve turizmin en önemli etkileri de çevre üzerinde olmaktadır (Dal ve Baysan, 2007: 70). Doğal ve kültürel kaynakların korunmasının gerekliliği, kapsamlı bir turizm planlamasıyla olmaktadır. Young (1973) ve Brown'a (1998) göre, plansız gerçekleştirilen ve kısa sürede gelişen turizm faaliyetleri, turistik yörelerde ekonomik anlamda "şölen" yaratırken, çevresel açıdan bakıldığında ise "afet" yaratabilmektedir (Dal ve Baysan, 2007: 70).

Günümüzde ekonomik ve kitlesel bir olgu olarak karşımıza çıkan turizmin, ülke ekonomileri üzerindeki olumlu etkilerinden dolayı, ekonomik yönünü ön plana çıkartmıştır (Kozak vd. , 2010: 77). Turizm sektörünün ödemeler dengesi üzerine etkisi, gelir yaratıcı etkisi, alt yapı ve üst yapının geliştirilmesi etkisi, diğer ekonomik sektörlerle etkisi, istihdam yaratıcı etkisi, bölgeler arası ekonomik dengesizliğin ortadan kaldırılması gibi birçok olumlu etkisi bulunmaktadır. Turizm sektörünün destinasyon üzerindeki olumsuz etkileri ise, fırsat maliyeti, bölgesel enflasyon etkisi, mevsimlik dalgalanma, yabancı işgücü etkisi ve dışalım eğiliminde artış yaratmasıdır (Kozak vd., 2010: 77 - 87). Turizmin yapısal özelliği gereği bir bölgeyi ziyaret eden ziyaretçiler ile o bölgede yaşayan ve gerek

turizm endüstrisinde doğrudan görev alan gerek sahip olduğu kültürel değerlerle bir turizm ürünü oluşturan bölge halkı arasında sosyo-kültürel etkileşimler yaşanması kaçınılmazdır. Turizm sektörünün sosyo-kültürel yönden olumlu etkileri; hoşgörü ortamının geliştirilmesine olanak sağlaması, kırsal bölgelerin kentleşmesini hızlandırılmasına yardımcı olması, kadın hakları hususunda ilerlemeye neden olması, boş zaman alışkanlığını geliştirmesi, temizlik bilincinin gelişmesini sağlaması, yeni toplumsal kurumların ortaya çıkmasına neden olması, yeni mesleklerin ortaya çıkmasına neden olması, yerel halkın tarih ve kültür değerlerine sahip çıkması yönünde bilincin gelişmesine, yabancı dil öğrenilmesine yönlendirmeye, aile bağlarının güçlenmesine katkı sağlar. Turizm sektörünün olumsuz etkileri ise; yabancı düşmanlığı artırabilir, suç oranlarında artış olabilmesi, kültürün ticarileşebilmesi, turistleri taklit veya özendirme, kültürün değişmesi ve olumsuz yönlenebilir neden olabilmektedir (Kozak vd., 2010 : 91 - 97).

3. TURİZM VE HATAY

Hatay geçmişten günümüze, zengin kültürel mirası ile birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış üç büyük din ve çok sayıda kültüre binlerce yıl huzur içinde ev sahipliği yapmıştır. Günümüzde Hatay bu özellikleri ile barışın, kardeşliğin ve hoşgörünün sembolü olarak nitelendirilmektedir (Tosun ve Bilim, 2004: 128). Hatay yöresini çekici kılan ve tarihi boyunca göçlere açık olmasını sağlayan unsurlardan bir tanesi yaşamı kolaylaştıran iklim koşulları ve verimli topraklarının yanı sıra Anadolu'yu Çukurova yoluyla Suriye ve Filistin'e bağlayan yolların kavşak noktasında olmasıdır. Bunun yanı sıra Mezopotamya'dan Akdeniz'e çıkmak için kullanılacak en uygun limanlara sahip olmasıdır. Hatay sahip olduğu zengin yemek kültürü, tarihi, sanatı, gelenekleri, kültür mirası ve turizm potansiyeli ile ziyaretçilerine birçok farklı deneyimler sunmaktadır. Hatay, inanç turizmi merkezleri, antik kentleri ve yaylalarıyla turizm potansiyelinde ön plana çıkan değerleridir (www.hataykulturturizm.gov.tr, 2019). 1963 yılında Papa tarafından hac merkezi ilan edilen ve dünyanın ilk kiliselerinden biri olan St. Pierre Kilisesi'nin burada olması ve Hristiyanlık tarihinde önemli bir yere sahip olan Hatay'ı, dört büyük patriklik merkezlerinden birisi yapmıştır. Hatay zengin mutfak kültürü ile 2017 yılında UNSECO Yaratıcı Şehirler Ağı'nda Gastronomi Şehri unvanını almıştır.

4. MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırma yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Türker ve Türker (2014), Gümüş ve Özüpekçe (2009), Bilim ve Özer (2013) çalışmalarındaki kullandıkları ölçekler incelenerek araştırmanın amacına uygun olduğu belirlenmiş, ölçeklerin çalışmaya uyarlanmasına karar verilmiştir. Araştırma ölçeğinde demografik verileri ölçmek amacıyla 5 soru bulunmaktadır. Yapılan çalışmada oluşturulan ölçekte, turizmin ekonomik etkilerini ölçmeye yönelik 6, çevresel etkilerini ölçmeye yönelik 5, sosyo-kültürel etkilerini ölçmeye yönelik 7 olmak üzere 18 ifade yer almaktadır. Anket formunda yer alan 18 ifade için 5'li likert ölçek tercih edilmiştir. Bu bağlamda; (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, (4) Katılıyorum ve (5) Kesinlikle katılıyorum anlamlarını taşımaktadır. Cohen, Manion ve Morrison (2000) çalışmalarına göre, büyüklüğü 1 000 000 fazla olan çalışmalar için, %95 güven aralığı, %5 hata payı ile örneklem büyüklüğünün 384 olması gerektiğini ifade etmişlerdir (Cohen vd. , 2000: 92). Bu nedenle çalışmada öncelikle 384 rakamına ulaşmayı hedeflenmiş ve bu rakam aşılarak genellenebilirliğin ve güvenilirliğin artırılması hedeflenmiştir. Anket ilçe nüfuslarının dağılımına göre yüzyüze ve çevrimiçi ortamda Eylül 2018-Kasım 2019 tarihleri arasında uygulanmıştır. Elde edilen 438 anketten en doğru bilgiye ulaşılacak istendiğinden hatalı veya eksik bilgi olan 33 anket dâhil edilmeyerek 405 anket analize dâhil edilmiştir. Anketlerden elde edilen veriler SPSS 25.0 programı yardımı ile analizleri gerçekleştirilmiştir.

5. BULGULAR

Güvenilirlik bir testin veya ölçeğin ölçmek istediği şeyi tutarlı ve istikrarlı bir biçimde ölçme derecesini ifade etmektedir. Güvenilir olmayan bir ölçekle elde edilen veriler faydası yoktur (Çokluk vd. 2010: 122). Yapılan araştırmada anket formunda kullanılan 18 ifadeye güvenilirlik testi yapılmıştır. Cronbach Alpha %5 hata payı ile ölçeğin güvenilirliği 0,86 olarak hesaplanmıştır. Arıkan (2011)'na göre Cronbach Alpha değeri 0,80 değerinden büyük ise ölçek oldukça güvenilir olduğunu belirtmiştir. Ölçeğin boyutlarının güvenilirlik değerleri incelendiğinde 6 önermeden oluşan ekonomik etkiler boyutunun Cronbach Alpha değeri, 0,96; 5 önermeden oluşan çevresel etkiler boyutunun Cronbach Alpha değeri, 0,81; 7 önermeden oluşan sosyo-kültürel etkiler boyutunun Cronbach Alpha değeri, 0,86'dır.

Ölçeğin güvenilirliğini test edildikten sonra ölçeğin geçerliliğini test etmek amacıyla faktör analizi yöntemi tercih edilmiştir. Faktör analizi yapabilmek için ön koşul olarak test edilmesi gereken değerler olan verilerin Kaiser Meyer Olkin (KMO) ve Bartlett's değerlerine bakılmıştır. Bartlett's testi maddelerin/ değişkenlerin tutarlılığını ifade etmekte ve bu değer 0,001'den küçük olması gerekmektedir (Pett vd., 2003: 77). KMO değeri ise alt sınır olarak 0,50 değeri kabul edilmektedir. KMO değeri bu değer altında bir değer ise veri faktörlenemez şeklinde yorumlanmaktadır (Field, 2000).

Tablo 1. Ölçeğin Faktör Analizi Sonuçları

	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Toplam Varyans (%)
Ekonomik Etkiler				68,038
EE2	,972			
EE3	,948			
EE5	,936			
EE4	,924			
EE1	,916			
EE6	,896			
Sosyo Kültürel Etkiler				
SKE7		,811		
SKE4		,797		
SKE1		,734		
SKE2		,713		
SKE5		,687		
SKE3		,677		
SKE6		,672		
Çevresel Etkiler				
ÇE4			,846	
ÇE2			,786	
ÇE1			,773	
ÇE3			,683	
ÇE5			,601	
Özdeğer	5,949	4,082	2,216	
Açıklanan Varyans (%)	33,050	22,679	12,309	

SPSS 25.0 analiz programı ile yapılan faktör analizi sonucunda 18 önerme 3 faktör altında toplanmıştır. 6 önermeden oluşan ekonomik etkiler boyutu ölçekte ölçülmeye çalışılan özelliğin %33,050'sini açıklamakta, 7 önermeden oluşan sosyo-kültürel etkiler bileşeni ölçekte ölçülmeye çalışılan özelliğin %22,679'unu açıklamakta ve 5 önermeden oluşan çevresel etkiler boyutu ölçekte ölçülmeye çalışılan özelliğin %12,309'unu açıklamaktadır. Toplamda bu ölçek ölçülmeye çalışılan pazar yönlülük özelliğinin %68,038'ini açıklamaktadır.

Güvenilirlik ve geçerlilik testleri sonucu, araştırmanın analizlerinin yapılması ve araştırılması hususunda güvenilirlik sorununun olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Bilgileri

CİNSİYET	f	%	AYLIK GELİR	f	%
Erkek	297	73,3	2020TL ve Altı	183	45,2
Kadın	108	26,7	2021TL-3000TL	135	33,3
MEDENİ DURUM	f	%	3001TL-4000TL	f	%
Evli	243	60	4001TL-5000TL	21	5,2
Bekâr	162	40	5001TL ve Üzeri	14	3,5
YAŞ ARALIĞI	f	%	EĞİTİM DURUMUNUZ	f	%
...-20 yaş	133	32,8	İlköğretim	105	25,9
21-30 yaş	114	28,1	Lise	108	26,7
31-40 yaş	73	18,0	Önlisans/Lisans	182	44,9
41-50 yaş	48	11,9	Lisansüstü	10	2,5
51+...yaş	37	9,1	TOPLAM	405	100

Tablo incelendiğinde katılımcıların demografik özellikleri %73,3'ü erkek, %26,7'si kadın, %60'ı evli, %40'ı bekar, %32,8'i 20 yaş ve altı aralığında, %28,1'i 21-30 yaş aralığında, %18'i 31-40 yaş aralığında, %11,9'u 41-50 yaş aralığında, %9,1'i 51 ve üzeri yaş aralığında, %45,2'si 2020 TL ve Altı gelir düzeyine, %33,3'ü 2021 TL-3000TL gelir düzeyine, %12,8'i 3001 TL-4000 TL gelir düzeyine, %5,2'si 4001 TL -5000 TL gelir düzeyine, %3,5'i 5001 TL ve üzeri gelir düzeyine sahip olduğu ve %25,9'u ilköğretim düzeyinde, %26,7'si lise düzeyinde, %44,9'u önlisans/lisans düzeyinde, %2,5'i lisansüstü düzeyde eğitime sahip oldukları görülmüştür.

Araştırmada yer alan anket çalışmasında yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algıları ölçülmeye çalışılmıştır. Katılımcıların algılarını ölçülmeye yönelik 18 önerme normal dağılıma uyup uymadığı incelemek amacıyla uygulanan Kolmogorov-Smirnov normallik testi sonucunda p değeri 0,05'ten büyük çıkmış ve veriler normal dağılım göstermektedir. Bu nedenle normal dağılım gösteren veriler için parametrik olan testlerden t testi ve Anova testi uygulanmıştır.

Tablo 3. Katılımcıların Turizmin İle İlgili Algı Düzeylerinin Cinsiyetlerine Göre T-Testi Testi Sonuçları

Turizmin Etkileri	Cinsiyet	N	Ortalama Sırası	Std. S.	P
Ekonomik Etkiler	Erkek	297	3,73	,831	,000
	Kadın	108	2,57	,517	
Çevresel Etkiler	Erkek	297	3,27	,820	,012
	Kadın	108	3,04	,777	
Sosyo-Kültürel Etkiler	Erkek	297	3,18	,855	,001
	Kadın	108	2,87	,806	

Katılımcıların turizm ile ilgili algı düzeylerinin cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediğini saptamak amacıyla t testi uygulanmıştır. Katılımcıların turizmin ekonomik etkileri ile ilgili algılarının anlamlılık düzeyi 0,000; çevresel etkileri ile ilgili algılarının anlamlılık düzeyi 0,012; sosyo kültürel etkileri ile ilgili algılarının anlamlılık düzeyi 0,001 çıkmış ve bu değerler 0,05'ten küçük olduğu için katılımcıların turizm ile ilgili algıları cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir. Erkek katılımcıların turizmin etkileri ile ilgili algı düzeyleri, kadın katılımcıların turizmin etkileri ile ilgili algı düzeylerine göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Katılımcıların Turizmin Etkileri İle İlgili Algı Düzeylerinin Medeni Durumlarına Göre T-Testi Testi Sonuçları

Turizmin Etkileri	Medeni Durum	N	Ortalama Sırası	Std. S.	P
Ekonomik Etkiler	Evli	243	3,75	1,01	,000
	Bekâr	162	2,91	,348	
Çevresel Etkiler	Evli	243	3,20	,846	,773
	Bekâr	162	3,22	,768	
Sosyo-Kültürel Etkiler	Evli	243	3,08	,907	,597
	Bekâr	162	3,13	,765	

Katılımcıların turizmin etkileri ile ilgili algı düzeylerinin medeni durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğini saptamak amacıyla t testi uygulanmıştır. Katılımcıların turizmin ekonomik etkileri ile ilgili algılarının anlamlılık düzeyi 0,000 çıkmış ve bu değer 0,05'ten küçük olduğu için katılımcıların turizmin etkileri ile ilgili algıları medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir. Evli katılımcıların

turizmin ekonomik etkileri ile ilgili algı düzeyleri, bekâr katılımcıların algı düzeylerine göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Katılımcıların turizmin çevresel etkileri ile ilgili algıları ve turizmin sosyo-kültürel etkileri ile ilgili algılarının anlamlılık düzeyleri 0,05'ten büyük olduğu için katılımcıların medeni durumlarına göre algıları farklılık göstermemektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Turizmin Etkileri İle İlgili Algı Düzeylerinin Yaş Değişkenine Göre ANOVA Testi Sonuçları

Turizmin Etkileri	Yaş	N	Ortalama Sırası	F	p
Ekonomik Etkiler	...-20 yaş	133	3,25	68,777	,000
	21-30 yaş	114	3,49		
	31-40 yaş	73	2,56		
	41-50 yaş	48	3,99		
	51+...yaş	37	4,74		
Çevresel Etkiler	...-20 yaş	133	3,23	2,919	,021
	21-30 yaş	114	3,34		
	31-40 yaş	73	3,01		
	41-50 yaş	48	3,34		
	51+...yaş	37	2,98		
Sosyo-Kültürel Etkiler	...-20 yaş	133	3,18	4,457	,002
	21-30 yaş	114	3,24		
	31-40 yaş	73	2,77		
	41-50 yaş	48	2,97		
	51+...yaş	37	3,23		

Katılımcıların turizmin etkileri ile ilgili algı düzeylerinin yaş değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini saptamak amacıyla Anova testi uygulanmıştır. Levene değeri 0,05'ten büyük olduğu için varyanslar arasında farklılık bulunmadığından Tukey testi tercih edilmiştir. Katılımcıların turizmin ekonomik etkileri ile ilgili algılarının anlamlılık düzeyi 0,000; çevresel etkileri ile ilgili algılarının anlamlılık düzeyi 0,021; sosyo-kültürel etkileri ile ilgili algılarının anlamlılık düzeyi 0,002 çıkmış ve bu değerler 0,05'ten küçük olduğu için katılımcıların turizmin etkileri ile ilgili algıları yaş durumlarına göre farklılık göstermektedir. Yapılan Tukey testi sonucu 20 yaş ve altı, 21-30 yaş, 41-50 yaş, 51 ve üzeri yaş grubundaki katılımcıların 31-40 yaş grubundaki katılımcılara göre ekonomik etkileri ile ilgili algı düzeyleri daha yüksektir. 41-50 yaş grubundaki katılımcıların ekonomik etkileri ile ilgili algı düzeyleri 20 yaş ve altı, 21-30 yaş gruplarına göre daha yüksektir. 51 ve üzeri yaş grubundaki katılımcılar, diğer yaş grubundaki katılımcılara göre ekonomik etkileri ile ilgili algı düzeyleri daha yüksektir. 21-30 yaş ve 41-50 yaş grubundaki katılımcıların çevresel etkileri ile ilgili algı düzeyleri 51 ve üzeri yaş grubundaki katılımcılara göre daha yüksektir. 20 yaş ve altı, 21-30 yaş, 51 ve üzeri yaş grubundaki katılımcıların turizmin sosyo-kültürel etkileri ile ilgili algıları, 31-40 yaş grubundaki katılımcılara göre daha yüksektir.

Tablo 6. Katılımcıların Turizmin Etkileri İle İlgili Algı Düzeylerinin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre ANOVA Testi Sonuçları

Turizmin Etkileri	Gelir Düzeyi	N	Ortalama Sırası	F	p
Ekonomik Etkiler	2020TL ve Altı	183	4,02	73,351	,000
	2021TL-3000TL	135	2,71		
	3001TL-4000TL	52	3,48		
	4001TL-5000TL	21	2,88		
	5001TL ve Üzeri	14	2,88		
Çevresel Etkiler	2020TL ve Altı	183	3,30	1,377	,241
	2021TL-3000TL	135	3,11		
	3001TL-4000TL	52	3,23		
	4001TL-5000TL	21	3,00		
	5001TL ve Üzeri	14	3,21		
Sosyo-Kültürel Etkiler	2020TL ve Altı	183	3,23	2,282	,060
	2021TL-3000TL	135	2,97		
	3001TL-4000TL	52	3,01		
	4001TL-5000TL	21	2,93		
	5001TL ve Üzeri	14	3,21		

Katılımcıların turizmin etkileri ile ilgili algı düzeylerinin gelir düzeyi değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini saptamak amacıyla Anova testi uygulanmıştır. Levene değeri 0,05'ten büyük olduğu için varyanslar arasında farklılık bulunmadığından Tukey testi tercih edilmiştir. Katılımcıların turizmin ekonomik etkileri ile ilgili algılarının anlamlılık düzeyi 0,000 çıkmış ve bu değer 0,05'ten küçük olduğu için katılımcıların ekonomik etkileri ile ilgili algıları gelir düzeylerine göre farklılık göstermektedir. 2020TL ve altı gelir düzeyine sahip olan katılımcılar diğer gelir düzeyine sahip olan katılımcılara göre ekonomik etkileri algıları daha yüksektir.

Tablo 7. Katılımcıların Turizmin Etkileri İle İlgili Algı Düzeylerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre ANOVA Testi Sonuçları

Turizmin Etkileri	Eğitim Düzeyi	N	Ortalama Sırası	F	p
Ekonomik Etkiler	İlköğretim	105	4,58	182,661	,000
	Lise	108	3,09		
	Önlisans/Lisans	182	2,93		
	Lisansüstü	10	3,51		
Çevresel Etkiler	İlköğretim	105	3,27	,867	,458
	Lise	108	3,10		
	Önlisans/Lisans	182	3,24		
	Lisansüstü	10	3,22		
Sosyo-Kültürel Etkiler	İlköğretim	105	3,32	4,891	,002
	Lise	108	2,88		
	Önlisans/Lisans	182	3,12		
	Lisansüstü	10	2,98		

Katılımcıların turizmin etkileri ile ilgili algı düzeylerinin eğitim düzeylerine göre farklılık gösterip göstermediğini saptamak amacıyla Anova testi uygulanmıştır. Levene değeri 0,05'ten büyük olduğu için varyanslar arasında farklılık bulunmadığından Tukey testi tercih edilmiştir. Katılımcıların turizmin ekonomik etkileri ile ilgili algılarının anlamlılık düzeyi 0,000; sosyo-kültürel etkileri ile ilgili algılarının anlamlılık düzeyi 0,002 çıkmış ve bu değerler 0,05'ten küçük olduğu için katılımcıların ekonomik etkileri ve sosyo- kültürel etkileri ile ilgili algıları eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir. Yapılan Tukey testi sonucu eğitim düzeyi ilköğretim olan katılımcıların diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara göre ekonomik etkileri ile ilgili algı düzeyleri daha yüksektir. Eğitim düzeyi lisansüstü olan katılımcıların önlisans/lisans eğitim düzeyindeki katılımcılara göre ekonomik etkileri ile ilgili algı düzeyleri daha yüksektir. Eğitim düzeyi ilköğretim olan katılımcıların lise eğitim düzeyindeki katılımcılara göre sosyo-kültürel etkileri ile ilgili algı düzeyleri daha yüksektir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm sektörü mevcut yapısı gereği birçok sektörle iç içe bulunmakta ve birçok sektörü doğrudan ve dolaylı olarak etkilemektedir. Bu nedenle destinasyonlar gerek bölgenin kalkınması, gerekse gelişim sürecinin hızlanması nedeniyle mevcut kaynaklarını pazarlamaktadır. Turizmin birçok olumlu ve olumsuz yönü bulunması nedeniyle bu durumdan en çok yerel halkın mevcut yapısı etkilenmektedir. Bu nedenle bir yandan turizmin geliştirilmesi çalışmalarının önem arz ederken, diğer taraftan yerel halkın turizme olan tepkisi, turizm algılamaları ve bu konudaki görüşleri önemli olduğundan son yıllarda bu konuda çalışmaların artmasına neden olmuştur. Araştırmada Hatay'da turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkileri konusunda yerel halkın algılarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Nüfusun yoğunluğuna göre yapılan anket çalışmasında elde edilen veriler katılımcıların demografik özellikleri ile turizme yönelik algıları arasında anlamlı farklılık olup olmadığını tespit etmek için analizler gerçekleştirilmiştir.

Katılımcıların turizm ile ilgili algı düzeylerinin cinsiyetlerine göre farklılık göstermekte ve elde edilen bu sonuç Türkmen ve Dönmez (2015) çalışmasıyla benzerlik gösterirken, Gümüş ve Özüpekçe (2009) çalışmasından farklılık göstermektedir. Erkek katılımcıların turizm ile ilgili algı düzeyleri, kadın katılımcıların algı düzeylerine göre daha yüksek çıkmıştır. Güneş (2014)'in çalışmasında kadın katılımcıların algılarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşırken, bu araştırma da farklı olarak erkek

katılımcıların turizm algıları daha yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir. Katılımcıların turizmin ekonomik etkileri ile ilgili algı düzeyleri medeni durumlarına göre farklılık göstermekte ve bu sonuç Çelikkanat ve Göçer (2014) çalışmasının tam tersi bir sonuç elde edilmiştir. Katılımcıların çevresel etkiler ile sosyo-kültürel etkileri ile ilgili algı düzeyleri medeni durumlarına göre değişmemektedir. Katılımcıların turizm ile ilgili algı düzeyleri yaşlarına göre farklılık göstermektedir. Elde edilen bu sonuç Türkmen ve Dönmez (2015) çalışmasıyla benzerlik göstermektedir. 41-50 yaş grubundaki katılımcıların ekonomik etkileri ile ilgili algı düzeyleri 20 yaş ve altı, 21-30 yaş gruplarına göre daha yüksektir. Katılımcıların turizmin ekonomik etkileri ile ilgili algı düzeyleri gelir düzeylerine göre farklılık göstermekte olup 2020TL ve altı gelir düzeyine sahip olan katılımcılar diğer gelir düzeyine sahip olan katılımcılara göre algıları daha yüksektir. Katılımcıların turizmin ekonomik etkileri ve sosyo-kültürel etkiler ile ilgili algıları eğitim düzeylerine göre farklılık göstermekteyken, çevresel etkiler ile ilgili algıları eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

Araştırma gerek yöntem gerekse içerik olarak alanyazındaki çalışmalarla benzerlik gösterse de elde edilen sonuçlar bakımından bir takım farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Bundan sonra yapılacak çalışmalar için özellikle Hatay gibi inanç turizmi, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na katılmasıyla gastronomi turizmi gibi turistik ürünleriyle ön plana çıkmakta ve bu turistik ürünlere yönelik yerel halkın algıları üzerine farklı zaman dilimlerinde çalışmalar yapılarak alanyazındaki çalışmalarla karşılaştırma yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Arıkan, R. (2011). *Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. Nobel Dağıtım. Ankara.
- Ateş, A. (2019). Turizm Eğitiminde Öğrenci Memnuniyet Düzeyi: Selçuk Üniversitesi ve Necmettin Erbakan Üniversitesi Karşılaştırması, *Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 5(17), 489-498.
- Chen, K.Hung, Chiang, L.H. Nora (2005). Impact of Tourism on Residents in a Traditional District in Tainan City, *Taiwan, Asian Geographer*, 24(1-2), 93-111.
- Cohen, L., Manion, L. ve Morrison, K. (2000). *Research Methods in Education*, (5th edition). London: Routledge.
- Çelikkanat, N., ve Güçer, E. (2014). Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı: Bodrum İlçesi Örneği, *15. Ulusal Turizm Kongresi, Engelsiz Turizm*, 13-16 Kasım, Ankara. 272-289.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik, Spss ve Lisrel Uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Dal, N. ve Baysan, S. (2007). Kuşadası'nda Kıyı Kullanımı ve Turizmin Mekânsal Etkileri Konusunda Yerel Halkın Tutumları, *Ege Coğrafya Dergisi*, 16, 69-85, İzmir
- Field, A. (2000). *Discovering Statistics Using SPSS For Windows*. London, Thousand Oks, New Delhi: Sage Publications.
- Gökdeniz, A., Dinç, Y., Aşık, N. Akşit, Münger, L. ve Taşkı, H. (2009). Türkiye'de İç Turizm Kavramı ve İç Turizmde Önemli Bir Destinasyon Olan Ayvalık'ta Müşteri Arz ve Talebine Yönelik Ampirik Bir Araştırma Işığında Geliştirme Stratejileri, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 12, Sayı 22: 216-231.
- Gümüş, N. ve Özüpekçe, S. (2009). Foça'da Turizmin Ekonomik, Sosyal, Kültürel ve Çevresel Etkilerine Yönelik Yerel Halkın Görüşleri. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 398-417.
- Güneş, N. (2014). Yerel Halkın Turizm Algısı ve Turizme Katılımı: Antalya Konyaaltı ve Kepez İlçesi Örneği. *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.
- Gürsoy, D., Jurowski, C. ve Uysal, M. (2002). Resident Attitudes A Structural Modeling Approach, *Annals Of Tourism Research*, S. 29(1), S. 79-105.

- Hançer, Ş. ve Mancı, A. R. (2017). Yerel Halkın Turizme Bakış Açısının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: Diyarbakır. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 70, 91.
<https://hatay.ktb.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 17.11.2019.
- Kozak, N. , Kozak, A. Meryem ve Kozak, M. (2010). *Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar*, (9. Baskı) Detay Yayıncılık, Ankara.
- McDowall, S. ve Choi, Y. (2010). A Comparative Analysis of Thailand Residents Perception of Tourism Impacts. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11(1), 36-55.
- Nunkoo, R. ve Ramkissoon, H. (2007). Residents Perceptions of The Socio-Cultural Impact of Tourism in Mauritius. *Anatolia: An International Journal of Tourism And Hospitality Research*, 18(1), 138-145.
- Özdemir, M.Ali ve Kervankıran, İ. (2011). Turizm ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği, *Marmara Coğrafya Dergisi*, Sayı 24, 1-25.
- Pett, M. A., Lackey, N. R. ve Sullivan, J. J. (2003). *Making Sense Of Factor Analysis*. Sage Page.
- Sırakaya, E., Teye, V. ve Sönmez, S. (2012). Understanding Residents' Support for Tourism Development in The Central Region of Ghana, *Journal of Travel Research*, S.41(1), s. 57-67.
- Sunar, H., Ateş, A., Yılmaz, R. (2019). Türkiye Turizm İstatistiklerinin Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) Yöntemiyle Performans Değerlendirmesi ve Karşılaştırılması, 3. *Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi: İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi*, Bildiri Kitabı, 26-28 Eylül, Mersin. ss. 354-359.
- Tosun, C. ve Bilim, Y. (2004). Hatay'ın Turistik Bir Şehir Olarak Pazarlanması, 1. *Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, 15-16 Nisan 2004, ss. 269-288.
- Türker, G. Ö. ve Türker, A. (2014). Yerel Halkın Turizm Etkilerini Algılama Düzeyi Turizm Desteğini Nasıl Etkiler: Dalyan Destinasyonu Örneği, *Electronic Journal of Vocational Colleges*. 81-98.
- Türkmen, E. , Türkmen, S. ve Oğuzhan, M. (2012). Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri ve Şirince Halkının Algılamaları, 13. *Ulusal Turizm Kongresi*, 6-9 Aralık. Antalya.
- Türkmen, F. ve Dönmez, Y. (2015). Korunan alanların turizme açılmasına ilişkin yerel halkın görüşleri (Yenice örneği). *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 189-204.
- Yoon, Y. , Chen, J. Ve Gürsoy, D. (1999). An Investigation of the relationship between tourism impacts and host communities characteristics, *Anatolia: An International Journal Of Tourism And Hospitality Research*, 10(1), 29-44.