

**TURİZMİN SOSYO-EKONOMİK ETKİLERİNİN ALGILANMASI: ÜNİVERSİTE
ÖĞRENCİLERİNİN GÖRÜŞLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**DETERMINATION OF SOCIO-ECONOMIC EFFECTS OF TOURISM: A RESEARCH ON
THE VIEWS OF UNIVERSITY STUDENTS**

Doç. Dr. Burhanettin ZENGİN
Sakarya Üniversitesi
bzengin@sakarya.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Burak ERYILMAZ
Amasya Üniversitesi

Arş. Gör. Ümit ŞENGEL
Sakarya Üniversitesi

ÖZ

Turizm endüstrisinin giderek büyümesi, bu endüstri ile ilgili algıları önemli ölçüde etkilemektedir. Turizmin geliştiği bölgelerde yaşayan insanlar için turizmin sosyo-ekonomik etkilerinin nasıl algılandığı zaman zaman araştırmalara konu olmaktadır. Özellikle buldukları bölgede demografik özellikleri itibarıyla daha homojen olan grupların araştırmalara dâhil edilmesi, konu ile ilgili karşılaştırmalı araştırma sonuçlarının daha anlamlı olmasına zemin hazırlamaktadır. Üniversite öğrencilerinin böyle homojen bir grup yapısına sahip oldukları söylenebilir. Araştırmada nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak anket tercih edilmiştir. Veriler Sakarya Üniversitesi ve Durham Üniversitesi'nden elde edilmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre iki üniversite öğrencilerin bölgesel turizm algılarının bazı konularda değişiklik gösterdiği tespit edilmiştir. Ancak bazı konularda iki ülkeden katılımcıların algılarının benzerlik gösterdiği görülmüştür. Özellikle çevre ve ekonomi gibi konularda katılımcıların fikirleri benzerlik göstermektedir. Bunun aksine sosyal ve politik konularda öğrencilerin algılamaları farklılaşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm Algısı, Sosyo-ekonomik Etki, , Sakarya, Durham

ABSTRACT

The growing tourism industry has a significant impact on perceptions about this industry. From time to time, how the socio-economic impacts of tourism are perceived for people living in tourism-developed regions is the subject of research. The inclusion of groups that are more homogeneous in their demographic characteristics, especially in the area they are in, paves the way for comparative research results to be more meaningful. It can be said that university students have such a homogeneous group structure. Quantitative research methods were used in the research. Survey was preferred as data collection tool. The data were obtained from Sakarya University and Durham University. According to the results of the study, it was determined that the regional tourism perceptions of the two university students varied in some subjects. In some cases, however, the perceptions of participants from the two countries showed similarity. Especially the opinions of the participants in the environment and the economy are similar. On the contrary, perceptions of students differ in social and political matters.

Keywords: Tourism Perception, Socio-economic Impact, Sakarya, Durham

Giriş

Turistler gittikleri destinasyonlarda unutulmaz bir deneyim yaşamak isterler. Bu nedenle turistlerin halkla olan etkileşimleri destinasyonun başarısına veya başarısızlığına etki edebilir. Turizmin geliştirilebilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi turizmin geliştiği bölgelerde nasıl bir algıya sahip olduğu ile yakın bir ilişki içerisindedir. Bu algının doğru olarak tespit edilmesi ve ona göre önlemlerin alınması destinasyonların başarısını doğrudan etkileyebilir. Çünkü turizmin gelişmesi için turizme yönelik oluşmuş olumsuz algıların düzeltilmesi oldukça önemlidir.

Yerel halkın turistlere karşı sergiledikleri tavırlar bölgelerindeki turizm faaliyetlerini belirleyen unsurlardan biridir. Yaşadıkları yerdeki turizm hareketlerini olumlu karşılayan halkın turistlere karşı daha samimi ve misafirperver oldukları ve ziyaretçilerin deneyimlerini de bu yüzden olumlu etkileyebilecekleri söylenebilir. Tam tersi bir durumun oluşması da olumsuz deneyimlerin ortaya çıkmasına sebep olabilir.

Turizmin insan odaklı bir endüstri olması, turizmin aynı zamanda sosyal ve kültürel yanlarının da olduğunu göstermektedir (Brunt ve Courtney, 1999). Gerek turizm destinasyonlarının gerekse de işletmelerinin etkin bir şekilde yönetilmeleri, insanların turizmin etkilerine yönelik algılarının

şekillenmesinde belirleyici rol oynayabilir (Wober, Hwang ve Fesenmair, 2003). Ayrıca turizmin toplumlar üzerindeki etkileri de destinasyonlarda yaşayan yerel halkın turizm algısını etkileyebilmektedir. Özellikle olumlu sosyal, kültürel ve çevresel etkiler insanların turizm aktivitelerine olan desteklerini artırırken, bu konulardaki olumsuz etkiler ise turizm faaliyetlerine olan desteklerin azalmasına neden olmaktadır (Long ve Kayat, 2011). Turizmin ekonomik etkileri, ortaya çıkardığı sonuçlar itibarıyla halkın olumlu turizm algısını hızlı bir şekilde oluşmasını sağlayabilir. Ancak sosyo-kültürel ve çevresel etkiler daha uzun vadede gözlemleneceğinden insanların turizm algılarına ekonomik katkı gibi hemen etki etmeyebilir.

Yerel halkın turizm algılarına yönelik çalışmalar hem destinasyon yönetimlerine hem de sektör temsilcilerine önemli avantajlar sağlayabilmektedir. Bu çalışmada da bireylerin turizmin sosyal, ekonomik, politik ve çevresel etkilerine ilişkin algıları irdelenmeye çalışılmıştır. Yapılan anket uygulamasında turizmin algılanmasına ilişkin tutumların ülkeden ülkeye fark edip etmediği Türkiye ve İngiltere'den iki üniversiteden öğrencilerin görüşleri doğrultusunda tespit edilmeye çalışılmıştır.

Literatür Araştırması

Turizm üzerine yapılan çalışmalar alanlarının başında turizmin toplumsal etkileri, yerel halkın turizm algısı ve yerel halkın turizme yönelik tutumlarının turizmin gelişimine olan olası etkileri gibi konular gelmektedir. Yerel halkın turizm algısı ve turizme karşı tutumları literatürde farklı şekillerde ele alınmıştır. Bu çalışmalarda turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerinin halk tarafından algılanmaları turizmin gelişimini etkileyen önemli bir parametre olarak ön plana çıkmaktadır.

McDowall ve Choi (2010), yaptıkları çalışmada Tayland'da yaşayan yerel halkın turizmin algılarını ve turizmin toplumsal etkilerini ölçmeye çalışmışlardır. Çalışma sonucunda yerel kültürün etkilenmesi, yatırım artışı ve yerel yönetim gelirlerinin artması turizmin en önemli etkileri olarak tespit edilmiştir. Ayrıca yerel halkın turizmin kültürel, ekonomik ve çevresel etkilere ilişkin algılarının turizm politikaları geliştirilirken dikkate alınması gerektiği sonucuna varılmıştır. Guo ve arkadaşları (2014) çalışmalarında Şangay'daki turizm gelişiminin yerel halkın yaşam ve ilişki kalitesine olan etkileri incelenmiştir. Çalışma sonucunda Şangay'da turizmin gelişimine karşı yerel halkın olumlu bir algıya sahip olduğu ve turizmdeki gelişmelerin yerel halkın yaşam kalitesini de olumlu etkilediği sonucuna varılmıştır.

Sharna ve Gürsoy (2015) yaptıkları çalışmada bireylerin turizmin etkileri konusundaki algılarının zaman içerisinde değişiklik gösterip göstermediğini ve bireylerin demografik özelliklerinin bu değişiklikler üzerindeki etkisinin olup olmadığını araştırmışlardır. Çalışma sonucunda yaş, cinsiyet, gelir, eğitim ve meslek gibi demografik özelliklerin zaman içerisinde bireylerin turizmin etkileri ile ilgili algılarına etki ettiğini tespit etmişlerdir.

Turistik destinasyonlarda yerel halkın turizmin en önemli paydaşlarından biri olduğu söylenebilir. Bireylerin turizme ve turizmin etkilerine olan olumlu yaklaşımları destinasyonun başarısı için kritik öneme sahiptir. Turizm kamu ve özel sektör harcamalarını uyarabilir, yeni iş imkanları oluşturabilir, yerel yönetim gelirlerini artırabilir, daha fazla ziyaretçi ağırlayabilmek için ilave altyapı çalışmalarının yapılmasına neden olabilir. Ayrıca, bölgedeki suç oranının düşmesine ve toplumsal huzurun oluşmasına da yardımcı da olabilir (McDowell ve Choi, 2010: 40).

Yerel halkın turizm algısını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bunlardan en önemlilerinden biri de turizmin getirileri ile ilgili olan inançlardır. Yapılan çalışmalar yerel halkın turizm algısının ağırlıklı olarak turizm gelişmesiyle ortaya çıkan maliyet ve yararları nasıl karşıladıkları ile ilgili ilgilidir (Gürsoy vd., 2009). Yani Turizmin bölgemizde gelişmesinin bana maliyetleri ve getirileri nelerdir? sorusu turizm algısındaki en belirleyici faktördür. Turizm algısı getiriler arttıkça olumlu, maliyetler arttıkça olumsuzdur.

Kişilere özgü değişkenler (demografik) arasında turizm algısını etkileyenlerden öne çıkanlar; yaş, cinsiyet, eğitim durumu, turizm hakkındaki bilgi seviyesi ve boş zaman aktivitelerine katılma düzeyleridir. Örneğin genç bireyler turizmin gelişimini daha fazla desteklemektedir (Faccioli, 2011). Ayrıca Erkekler kadınlara oranla (Dadvar, 2012), eğitim seviyesi yüksek olanların daha düşük olanlara göre (Korça, 1998), turizm hakkında daha fazla bilgiye sahip olanlar olmayanlara göre (Andereck vd.,

2005) ve boş zaman aktivitelerine daha fazla katılanlar katılmayanlara göre (Gürsoy vd., 2002) turizmin gelişimini daha fazla desteklemektedirler.

Turizmin gelişimine bağlı olarak sosyal ve kültürel etkileri kimi zaman olumlu kimi zaman da olumsuz olarak kendini göstermektedir. Sosyal değişim teorisini savunanlara göre turizm aktivitelerinden iş bulup çalışma gibi doğrudan ve kişisel yarar sağlayanların turizm gelişimine karşı tutumları doğrudan fayda sağlamayanlara göre daha olumlu bir şekilde kendini göstermektedir. (Andereck vd., 2005; Chang, 2010).

Turizm algısındaki en önemli etkiyi ekonomik faydalar göstermekle birlikte, sosyal, kültürel ve çevresel faydalar da yerel halkın turizm algısını etkileyebilmektedir. Algılanan olumlu sosyal ve kültürel etkiler arasında eğitim çevresinin gelişmesi, uluslararası ortamda tanınırlığının artması, birlik ve topluluk ruhu, turistlerle sosyal ve kültürel etkileşim, yaşam kalitesinin artması gibi etkiler sayılabilir (Guo vd., 2009).

Turizmin bölge halkına olumlu etkilerini konu alan çalışmalar olduğu gibi olumsuz etkilerini de ortaya koyan çalışmaları da görmek mümkündür. Untong (2007) yaptığı çalışmada yerel halkın turizme karşı algısının olumsuz olduğu sonucuna varmıştır. Yerel halkın turizmin toplum üzerinde olumlu etkilerinden ziyade olumsuz etkilerinin olabileceğini vurguladıkları tespit edilmiştir. Bununla birlikte, katılımcılar (yerel halk) turizm hareketlerinin doğal kaynaklara zarar vermeden, çevreyi kirletmeden gerçekleştirilmesi durumunda turizmin gelişimini destekleyebileceklerini belirtmişlerdir. Ancak turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerinin olumsuz olması durumunda, yerel halkın turizm gelişimine bakışı da olumsuz olabilmektedir (Levy ve Hawking, 2009).

Turizmin algılanan olumsuz sosyal ve kültürel etkileri arasında; boşanma oranlardaki artışlar, alkol ve uyuşturucu bağımlılığı, fuhuş, yolsuzluk, iflas ve suç oranının artması gibi örnekler ön plana çıkmaktadır. Ayrıca bir bölgede turizmin gelişimi geleneklerin kaybolması, kumar bağımlılığı, çocuk ve gençlerin çalışma motivasyonlarını azaltmak gibi olumsuz toplumsal etkileri de görülebilir. Turizm gelişiminin olumsuz çevresel etkileri arasında ise; gürültü, hava veya su kirliliği, trafik yoğunluğu, insan yoğunluğu ve doğa tahribatı gibi etkiler sayılabilir. Olumsuz sosyal ve kültürel etkiler genellikle kumarhanelerin bulunduğu sayfiye destinasyonlarda daha çok görülmektedir (Concu ve Atzeni, 2012).

Eğitim durumu, meslek, medeni durum, milliyet, doğum yeri gibi demografik değişkenler turizm algılarını etkileyebilmektedir (Deery, vd., 2012). Örneğin turizmin etkileri ile ilgili insanların algılarının yaşlarına göre değiştiği söylenebilir (Long ve Kayat, 2011). Genellikle gençlerin turizmin ekonomik etkililerine yaklaşımları diğerlerinden daha olumlu olup, bu durum turizm algılarına da yansımaktadır (Huh ve Vogt, 2008). Ayrıca olumlu turizm algısının cinsiyet, meslek, gelir seviyesi, eğitim seviyesi ve sürekli yaşanılan yer ile ilişkili bulunduğu da söylenebilir (Inbakaran ve Jackson, 2006). Bununla birlikte, bireylerin turizmden elde ettikleri yararların zararlardan daha fazla olması durumunda, turizm toplumsal yararı olan bir dinamik olarak görülebilmektedir (Sharma ve Gursoy, 2015: 1337).

Metodoloji

Bu çalışma turizmin sosyal, ekonomik, politik ve çevresel etkilerinin üniversite öğrencileri tarafından nasıl algılandığını belirlemeyi amaçlamaktadır. Çalışma hem Türkiye’de hem de İngiltere’de yükseköğrenim gören öğrencilere uygulanmıştır. Çalışmanın ekonomik, sosyal, kültürel ve politik gelenekleri farklı iki ülkede öğrenim gören öğrencilere yönelik olması sonuçların karşılaştırılması bakımından çalışmayı önemli kılmaktadır.

Araştırmada nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak da anket tercih edilmiştir. Çalışma için kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcılara ait demografik değişkenlere ait sorular yer alırken, ikinci bölümde ise bölgesel turizm algısına ilişkin ifadeler yer almaktadır. Anketin ikinci bölümündeki ifadeler için 5’li likert tekniği kullanılmıştır. Anketin uygulandığı katılımcılardan her bir ifadeye (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle Katılıyorum seçeneklerinden birisini işaretleyerek değerlendirme yapmaları istenmiştir.

Anket verileri Ağustos 2014- Eylül 2015 döneminde İngiltere’de, 2016 yılının sonları ile 2017 yılının başlarında ise Türkiye’de toplanmıştır. Araştırma ölçeği Türkiye’den Sakarya Üniversitesi

öğrencilerine, İngiltere'den ise Durham Üniversitesi öğrencilerine uygulanmıştır. Verilerin toplanmasında İngiltere'nin tercih edilmesinde iki etken rol oynamıştır. Birincisi veri toplanan ülkelerden birisinin gelişmiş ülke olmasının istenmesi, araştırmacıların İngiltere'de anket uygulama imkânlarının olmasıdır. Bu iki gerekçeden dolayı çalışmanın araştırma evrenlerinden birisi İngiltere olarak belirlenmiştir. Çalışmanın ölçeğine ilişkin güvenilirlik analizi için Cronbach Alpha değerine bakılmış ve bu değer 0,84 olarak bulunmuştur. Sosyal Bilimler için Alpha değerinin 0,70'ten daha büyük olması çalışmaların güvenilir göstermektedir (Coşkun, vd., 2015: 126). Bu nedenle çalışmanın güvenilirlik koşulunu sağladığı söylenebilir. Ayrıca ölçeğin farklı araştırma evrenlerinde bölgesel turizm algısına ilişkin çalışmalarda kullanılmasından dolayı geçerlilik şartını da sağlamaktadır.

Araştırmanın genel evrenini yükseköğretim düzeyinde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmanın çalışma evrenini ise İngiltere'den Durham ve Türkiye'den ise Sakarya üniversitelerinde öğrenim gören öğrencilerin tamamı oluşturmaktadır. Ancak öğrencilerin tümüne ulaşmanın mümkün olmamasından dolayı örneklem tekniği uygulanmıştır. Böylece olasılığa dayalı olmayan örnekleme türlerinden kolayda örnekleme tekniği ile veriler toplanmıştır. Toplam 400 anket analiz edilerek elde edilen sonuçlar bulgular ve tartışma kısmında raporlanmıştır. Bu anketin 200 tanesi Sakarya Üniversitesinden, 200 tanesi ise Durham Üniversitesinden elde edilmiştir.

Bulgular

Çalışma sonucu elde edilen veriler SPSS paket programı yardımı ile analiz edilmiştir. Analizlerin yapılması için frekans ve ki-kare (çapraz tablo) testlerinden yararlanılmıştır. Frekans testi betimleyici istatistikler için kullanılırken, çapraz tablo testi farklı iki ülkedeki katılımcıların turizm algısının karşılaştırılabilmesi için yapılmıştır. Analizler sonucu elde edilen bulgular tablolar yardımıyla raporlanmıştır.

Betimleyici istatistiklere ilişkin bilgileri içeren Tablo 1 incelendiğinde, erkelerin sayıca fazla olmasına rağmen, katılımcıların cinsiyetleri birbirine yakın bir dağılım göstermektedir. Katılımcıların %60'ı lisans düzeyinde eğitim görürken, sadece %28,3'ü turizm alanında eğitim görmektedir. Ayrıca katılımcıların %80'inden fazlası 30 yaşın altındadır. İki ülkeden katılımcıların yaklaşık %75'i 2000 TL ve altı gelire sahiptir.

Tablo 1: Demografik Bulgular

Değişken	(n)	(%)
Cinsiyet?		
Kadın	179	44,8
Erkek	221	55,3
Toplam	400	100,0
Turizm Eğitimi?		
Evet	113	28,3
Hayır	287	71,8
Toplam	400	100,0
Yaş?		
19-29	327	81,8
30-44	73	18,3
Toplam	400	100,0
Eğitim Durumu?		
Ön Lisans	44	11,0
Lisans	240	60,0
Lisansüstü	116	29,0
Toplam	400	100,0
Gelir durumu		
1000 TL ve altı	153	38,3
1001-2000 TL	143	35,8
2001-3500 TL	94	23,5
3501 ve üzeri	10	2,5
Toplam	400	100,0

Turizmin ekonomik algılamasına ilişkin bilgilerin verildiği Tablo 2 incelendiği, 6 ifadenin tamamında İngiltere'deki öğrencilerin, Türkiye'deki öğrencilere oranla daha olumlu görüş bildirdikleri görülmektedir. Her altı ifade için de İngiltere'deki öğrencilerin hiçbiri “kesinlikle katılmıyorum” ve “katılmıyorum” seçeneklerini seçmemiştir. Ayrıca “Bölgemizdeki yerel halka yeni bir gelir kaynağı olduğu için turizmi seviyorum.” ve “Turizm yerel ekonomiyi çeşitlendirmektedir.” ifadelerine İngiltere'deki katılımcı öğrencilerin tamamı “katılıyorum” veya “kesinlikle katılıyorum” diyerek olumlu görüş bildirmişlerdir. Türkiye'deki öğrencilerin ise genel olarak olumlu görüş ağırlıklı cevaplar verdikleri görülmektedir. Ancak cevapların görüşlerin tamamı olumlu değildir.

Tablo 2: Turizmin Ekonomik Algısına İlişkin Bulgular

		ÜLKE		Toplam		
		Türkiye	İngiltere			
<i>Turizm yerel ekonomiyi çeşitlendirmektedir.</i>	1	n	12	0	12	
		%	6,0	0,0	3,0	
	2	n	15	0	15	
		%	7,5	0,0	3,8	
	3	n	32	0	32	
		%	16,0	0,0	8,0	
	4	n	82	72	154	
		%	41,0	36,0	38,5	
	5	n	59	128	187	
		%	29,5	64,0	46,8	
					ÜLKE	Toplam

			Türkiye	İngiltere	
<i>Turizm bölge ekonomisine çok ciddi katkı sağladığını düşünüyorum.</i>	1	n	17	0	17
		%	8,5	0,0	4,2
	2	n	14	0	14
		%	7,0	0,0	3,5
	3	n	46	7	53
		%	23,0	3,5	13,2
	4	n	67	133	200
		%	33,5	66,5	50,0
	5	n	56	60	116
		%	28,0	30,0	29,0
			ÜLKE		Toplam
			Türkiye	İngiltere	
<i>Bölgemizdeki yerel halka yeni bir gelir kaynağı olduğu için turizmi seviyorum.</i>	1	n	13	0	13
		%	6,5	0,0	3,2
	2	n	15	0	15
		%	7,5	0,0	3,8
	3	n	51	0	51
		%	25,5	0,0	12,8
	4	n	63	174	237
		%	31,5	87,0	59,2
	5	n	58	26	84
		%	29,0	13,0	21,0
			ÜLKE		Toplam
			Türkiye	İngiltere	
<i>Bence bölgemizdeki turizm işletmeleri çalışanlarının en az yarısını bölgemizdeki işgücünden sağlamalıdır.</i>	1	n	18	0	18
		%	9,0	0,0	4,5
	2	n	29	0	29
		%	14,5	0,0	7,2
	3	n	60	33	93
		%	30,0	16,5	23,2
	4	n	58	74	132
		%	29,0	37,0	33,0
	5	n	35	93	128
		%	17,5	46,5	32,0
			ÜLKE		Toplam
			Türkiye	İngiltere	
<i>Bölge insanları turizmin maddi faydalarından eşit şekilde nemalanmalıdır.</i>	1	n	14	0	14
		%	7,0	0,0	3,5
	2	n	23	0	23
		%	11,5	0,0	5,8
	3	n	56	18	74
		%	28,0	9,0	18,5
	4	n	72	104	176
		%	36,0	52,0	44,0
	5	n	35	78	113
		%	17,5	39,0	28,2
			ÜLKE		Toplam
			Türkiye	İngiltere	
<i>Turizm sektörü yerel ürünlerimiz için yeni pazarlar oluşturmaktadır.</i>	1	n	9	0	9
		%	4,5	0,0	2,2
	2	n	21	0	21
		%	10,5	0,0	5,2
	3	n	51	14	65
		%	25,5	7,0	16,2
	4	n	77	119	196
		%	38,5	59,5	49,0

	5	n	42	67	109
		%	21,0	33,5	27,2

Her 6 ekonomik ifade içinde azda olsa olumsuz görüş bildiren katılımcılar olmuştur. Türkiye'den katılımcıların yaklaşık %70'i "Turizm yerel ekonomiyi çeşitlendirmektedir." ifadesi için olumlu görüş bildirerek, bu ifade en yüksek olumlu görüş bildirilen ekonomik ifade olarak ön plana çıkmıştır. Bununla birlikte, katılımcıların sadece %46,5'i "Bence bölgemizdeki turizm işletmeleri çalışanlarının en az yarısını bölgemizdeki işgücünden sağlamalıdır." ifadesi için olumlu görüş bildirmiştir.

Tablo 3: Turizmin Çevresel Algısına İlişkin Bulgular

		ÜLKE		Toplam	
		Türkiye	İngiltere		
<i>Bölgedeki turizm gelişimi doğal çevreye zarar vermektedir.</i>	1	n	59	38	97
		%	29,5	19,0	24,2
	2	n	64	152	216
		%	32,0	76,0	54,0
	3	n	42	10	52
		%	21,0	5,0	13,0
	4	n	26	0	26
		%	13,0	0,0	6,5
	5	n	9	0	9
		%	4,5	0,0	2,2
		ÜLKE		Toplam	
		Türkiye	İngiltere		
<i>Bölgede turizm devamlılığı için en önemli faktör doğal çevrenin korunmasıdır.</i>	1	n	23	0	23
		%	11,5	0,0	5,8
	2	n	15	0	15
		%	7,5	0,0	3,8
	3	n	22	0	22
		%	11,0	0,0	5,5
	4	n	63	57	120
		%	31,5	28,5	30,0
	5	n	77	143	220
		%	38,5	71,5	55,0
		ÜLKE		Toplam	
		Türkiye	İngiltere		
<i>Bence yöre insanı doğal çevreye ve doğal değerlere yeterince duyarlı değildir.</i>	1	n	18	13	31
		%	9,0	6,5	7,8
	2	n	24	98	122
		%	12,0	49,0	30,5
	3	n	61	34	95
		%	30,5	17,0	23,8
	4	n	66	36	102
		%	33,0	18,0	25,5
	5	n	31	19	50
		%	15,5	9,5	12,5
		ÜLKE		Toplam	
		Türkiye	İngiltere		
<i>Doğal çevrenin korunması için yerel/merkezi yönetimlerin gerekli tedbirleri almadığını düşünüyorum.</i>	1	n	12	36	48
		%	6,0	18,0	12,0
	2	n	27	65	92
		%	13,5	32,5	23,0
	3	n	64	73	137
		%	32,0	36,5	34,2
	4	n	64	26	90
		%	32,0	13,0	22,5
	5	n	33	0	33
		%	16,5	0,0	8,2
		ÜLKE		Toplam	
		Türkiye	İngiltere		
<i>Doğal çevrenin bozulmasındaki en önemli faktör yerel/merkezi yönetimlerin uyguladıkları yanlış</i>	1	n	15	68	83
		%	7,5	34,0	20,8

<i>politikalar</i>	2	n	30	94	124
		%	15,0	47,0	31,0
	3	n	59	26	85
		%	29,5	13,0	21,2
	4	n	60	12	72
		%	30,0	6,0	18,0
	5	n	36	0	36
		%	18,0	0,0	9,0

Tablo 3'te turizmin çevresel algısına ilişkin çapraz verilere yer verilmektedir. Tablo incelendiğinde, “*Bölgedeki turizm gelişimi doğal çevreye zarar vermektedir.*” ifadesine katılımcıların büyük çoğunluğunun olumsuz görüş bildirdikleri görülmektedir. Bu ifade için İngiltere’den hiçbir katılımcı olumlu görüş bildirmezken, Türkiye’deki katılımcıların yaklaşık %17’si olumlu görüş bildirmiştir. “*Bölgede turizm devamlılığı için en önemli faktör doğal çevrenin korunmasıdır.*” ifadesinde ise bir öncekinin tersi olacak şekilde katılımcılar ağırlıklı olarak olumlu görüş bildirmişlerdir. İngiltere’deki katılımcıların tamamı bu ifade için olumlu görüş bildirirken, Türkiye’deki katılımcıların yaklaşık %70’i olumlu görüş bildirmiştir.

Çevre ile ilgili ifadelerden iki ülke katılımcılarının görüşlerinde en belirgin farklılığın ortaya çıktığı ifadeler yerel/merkezi yönetimler ile ilgili olan ifadelerdir. İlgili yönetimlerin turizm-çevre etkileşimi ile ilgili yetersiz kaldıklarına değinen iki ifade içinde Türkiye’deki katılımcılar olumlu görüş bildirirken, İngiltere’deki katılımcılar olumsuz görüş bildirmişlerdir. Yani bu konuda, Türkiye’deki katılımcılar İngiltere’dekilere göre yerel ve merkezi yönetimleri daha fazla sorumlu olarak görmektedir.

Tablo 4: Turizmin Politik Algısına İlişkin Bulgular

			ÜLKE		Toplam
			Türkiye	İngiltere	
<i>İmar planlarını olmaması bölgedeki turizm gelişiminin önündeki en büyük etkidir.</i>	1	n	17	70	87
		%	8,5	35,0	21,8
	2	n	16	91	107
		%	8,0	45,5	26,8
	3	n	68	29	97
		%	34,0	14,5	24,2
	4	n	68	10	78
		%	34,0	5,0	19,5
	5	n	31	0	31
		%	15,5	0,0	7,8
			ÜLKE		Toplam
			Türkiye	İngiltere	
<i>Yerel/merkezi yönetimler turizm konusunda bize yeterince söz hakkı tanımamaktadır.</i>	1	n	16	54	70
		%	8,0	27,0	17,5
	2	n	20	121	141
		%	10,0	60,5	35,2
	3	n	66	18	84
		%	33,0	9,0	21,0
	4	n	60	7	67
		%	30,0	3,5	16,8
	5	n	38	0	38
		%	19,0	0,0	9,5
			ÜLKE		Toplam
			Türkiye	İngiltere	
<i>Toplumun bölgede turizm ile ilgili karar alma süreçlerine katılımına olanak sağlanmalıdır.</i>	1	n	12	0	12
		%	6,0	0,0	3,0
	2	n	19	0	19
		%	9,5	0,0	4,8
	3	n	50	1	51
		%	25,0	0,5	12,8
	4	n	80	141	221
		%	40,0	70,5	55,2
	5	n	39	58	97
		%	19,5	29,0	24,2

			ÜLKE		Toplam
			Türkiye	İngiltere	
<i>Bölgemdeki turizm ile ilgili soru ve sorunların olduğunda ilgili merciiyle irtibata geçebilmek benim için oldukça zor.</i>	1	n	13	40	53
		%	6,5	20,0	13,2
	2	n	22	98	120
		%	11,0	49,0	30,0
	3	n	85	31	116
		%	42,5	15,5	29,0
	4	n	51	31	82
		%	25,5	15,5	20,5
	5	n	29	0	29
		%	14,5	0,0	7,2
			ÜLKE		Toplam
			Türkiye	İngiltere	
<i>Turizmin istediğimiz gibi gelişmemesinin önündeki engellerden bir tanesinin yerel/merkezi yönetimlerin turizm planlama sürecine bizi dâhil etmemesi olduğunu düşünüyorum.</i>	1	n	10	0	10
		%	5,0	0,0	2,5
	2	n	21	14	35
		%	10,5	7,0	8,8
	3	n	83	55	138
		%	41,5	27,5	34,5
	4	n	47	104	151
		%	23,5	52,0	37,8
	5	n	39	27	66
		%	19,5	13,5	16,5

Öğrencilerin turizmin politik algısına ilişkin bulgularının verildiği Tablo 4 incelendiğinde, Türkiye’deki öğrencilerin verdiği cevapların her beş seçenek içinde dağıldığı görülmektedir. Ancak bu cevaplar sorulan ifadelerle göre negatif veya pozitif olabilmektedir. İngiltere’deki öğrencilerin verdikleri cevapları ise beş seçenek için dağılım göstermemektedir. “*Toplumun bölgede turizm ile ilgili karar alma süreçlerine katılımına olanak sağlanmalıdır.*” ifadesi iki ülkeden katılımcıların fikir birliği sağladığı tek politik algı ifadesidir. Bu ifade için her iki ülkeden katılımcılar olumlu algıya sahiptir. Ancak İngiltere’deki öğrencilerin neredeyse tamamı olumlu algıya sahipken, Türkiye’deki öğrenciler için bu oran % 60 civarlarındadır.

Turizmin politik algısına ilişkin ifadelerle bakıldığında başta yerel yönetimler olmak üzere, ilgili kurum ve kuruluşların turizmin bölgedeki gelişimi ile ilgili yerel halk ile işbirliği yapma konusunda iki ülkeden katılımcıların verdiği cevaplar arasında zıtlık bulunmaktadır. Türkiye’de bu işbirliğinin yapılmadığı görüşü ağır basarken, İngiltere’de işbirliğinin olduğu fikri ağır basmaktadır. Ayrıca turizm endüstrisinin en çok etkilediği konulardan biri de imar planlarıdır. Türkiye’deki katılımcılar imar planlarının ülkede turizmin gelişimini etkileyen bir engel vurgularken, İngiltere’deki öğrenciler bu durumu bir engel olarak görmemektedir.

Tablo 5’te turizmin sosyal algısına ilişkin bulgulara yer verilmektedir. Her iki ülkeden katılımcılar, bu bölümdeki bir ifadenin dışındaki ifadelerle benzer cevaplar vermişlerdir. “*Turizm bölgede plansız gelişmektedir.*” ifadesine Türkiye’den katılımcılar pozitif eğilimi cevaplar verirken, İngiltere’deki katılımcıları negatif eğilimli cevaplar vermişlerdir. Yani Türkiye’de turizmin plansız geliştiği düşünülürken, İngiltere’de turizmin plansız gelişmediği düşünülmektedir.

Tablo 5: Turizmin Sosyal Algısına İlişkin Bulgular

			ÜLKE		Toplam
			Türkiye	İngiltere	
<i>Bölgemdeki turizm gelişiminden rahatsızlık duyuyorum.</i>	1	n	84	56	140
		%	42,0	28,0	35,0
	2	n	53	106	159
		%	26,5	53,0	39,8
	3	n	43	33	76
		%	21,5	16,5	19,0
	4	n	11	4	15
		%	5,5	2,0	3,8
	5	n	9	1	10
		%	4,5	0,5	2,5

			ÜLKE		Toplam
			Türkiye	İngiltere	
<i>Bölgeye gelen turistlerden rahatsızım.</i>	1	n	103	111	214
		%	51,5	55,5	53,5
	2	n	56	89	145
		%	28,0	44,5	36,2
	3	n	23	0	23
		%	11,5	0,0	5,8
	4	n	9	0	9
		%	4,5	0,0	2,2
	5	n	9	0	9
		%	4,5	0,0	2,2
			ÜLKE		Toplam
			Türkiye	İngiltere	
<i>Turizm bölgede plansız gelişmektedir.</i>	1	n	11	72	83
		%	5,5	36,0	20,8
	2	n	35	84	119
		%	17,5	42,0	29,8
	3	n	66	39	105
		%	33,0	19,5	26,2
	4	n	59	5	64
		%	29,5	2,5	16,0
	5	n	29	0	29
		%	14,5	0,0	7,2
			ÜLKE		Toplam
			Türkiye	İngiltere	
<i>Bölgede turizmi daha fazla geliştirmek için 5 yıldızlı otellere ihtiyaç olduğunu düşünüyorum.</i>	1	n	16	0	16
		%	8,0	0,0	4,0
	2	n	18	37	55
		%	9,0	18,5	13,8
	3	n	73	50	123
		%	36,5	25,0	30,8
	4	n	47	89	136
		%	23,5	44,5	34,0
	5	n	46	24	70
		%	23,0	12,0	17,5

Turizmin sosyal algısına ilişkin bulgular incelendiğinde, her iki ülkeden katılımcıların rahatsızlık duyma ile ilgili ifadeler olumsuz cevaplar verdikleri görülmektedir. Yani hem Türkiye'deki hem de İngiltere'deki öğrenciler bölgelerinde turizmin gelişmesinden ve gelen turistlerden rahatsızlık duymamaktadır. Aynı şekilde her iki ülkeden katılımcılar bölgelerinde turizmin gelişmesi için başta 5 yıldızlı otel işletmeleri olmak üzere tesisleşmenin artmasının turizmin gelişmesine pozitif katkı sağlayacağı yönünde görüş bildirmektedirler.

Sonuç ve Öneriler

Turizm dünya genelinde günden güne hızlı bir gelişim göstermektedir. Bu gelişmelerle paralel olacak şekilde turizmin sektörel sorunları da ortaya çıkmakta zamanla bu sorunların çözümleri zor ve maliyetli olabilmektedir. Turizmin toplumdaki gelişmelerden etkilenen ve toplumsal gelişmeleri etkileyen yanı, modern turizm hareketlerinin en önemli konularının başında gelmektedir. Özellikle turizmin bu toplumsal etkileri ile turizme verilen destek arasında güçlü ilişkiler bulunmaktadır. Turizmin yerel toplumsal etkilerinin boyutu, turizmin geliştiği bölgelerdeki insanların olumlu veya olumsuz olabilecek bir turizm algısına sahip olunmasını sağlamaktadır. Olumsuz turizm algısının artması turizmin sektörel sorunlarının artmasındaki en önemli konuların başında gelmektedir.

Turizm algısının olumlu veya olumsuz olmasını belirleyen çok sayıda sebep vardır. Turizmin sosyal, ekonomik, çevresel, kültürel ve politik etkileri, bu sebeplerin başında gelmektedir. Ancak bunların ötesinde ülkelerin gelişmişlik seviyelerinin de bunda belirleyici bir etken olduğu söylenebilir. Özellikle işin politik boyutunda bu durum daha açık bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Ülkeler geliştikçe turizmin politik algısı ile ilgili daha olumlu görüşlere sahip olmaktadır. Bazı sosyal konularda da benzer şekilde ülkelerin gelişmişlik seviyesinin artmasına bağlı olarak turizm algısının olumlu olması

beklenmektedir. Bununla birlikte, özellikle ekonomik algı bakımında ülkelerin gelişmişlik düzeyi belirleyici bir etken değildir. Yani bütün ülkeler turizmin ekonomik potansiyeli nedeniyle turizmin ekonomik algısında olumlu bir tutum sergileyebilmektedir.

Bu çalışmanın alandaki teori ve uygulamalara önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Öncelikle çalışmanın gelişmiş ve gelişmekte olan iki ayrı kategorideki iki farklı ülkeden öğrencilerin görüşlerinin karşılaştırılması ve çıkan sonuçlar itibariyle literatürdeki uygulamalara önemli bir katkı sunmaktadır. Bununla birlikte, farklı sosyo-ekonomik özelliklere sahip ülkelerde yaşayan bireylerin turizm algılarının bazı parametrelere göre değişiklik gösterirken, bazı parametrelere göre ise değişiklik göstermediği görülmektedir. Çünkü turizm bazı konularda geliştiği bütün destinasyonlara olumlu katkılar sağlamaktadır. Bu olumlu katkıların çoğunlukta olduğu konularda halkın veya öğrencilerin görüşleri benzerlik göstermektedir. Bu sonuçların turizm algısı ile ilgili literatüre önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmanın sonuçları itibariyle bazı öneriler getirilebilir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde turizm kaynaklı imar sorunlarının en aza indirilmesi gerekmektedir. Ayrıca bu ülkelerde turizmin plansız gelişmesinin önüne geçilmelidir. Bununla birlikte, turizmdeki gelişmelerin çevreye zarar vermemesinin önüne geçilmesi ve başta bu konu olmak üzere birçok açıdan yerel/merkezi siyasi otoritelerin aktif ve çözüm odaklı roller alması yararlı olabilir. Ayrıca Araştırmada başta para ve zaman olmak üzere önemli kısıtların olması konu ile ilgili yeni araştırma yapmak isteyen araştırmacıların da öğrencilerin yerine yerel halkın tamamı üzerine ve ikiden fazla ülkede karşılaştırmalı çalışmalar yapmaları yararlı olabilir.

Kaynakça

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

Brunt, P., ve Courtney, P. (1999), "Host Perceptions of Sociocultural Impacts", *Annals of Tourism Research*, Vol.26, Issue 3, 493-515

Chuang, S. T. (2010). "Rural Tourism: Perspectives from Social Exchange Theory". *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 38, 1313–1322.

Concu, N., ve Atzeni, G. (2012). "Conflicting Preferences among Tourists and Residents". *Tourism Management*, 33, 1293–1300.

Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, Sakarya Yayıncılık, Sakarya

Dadvar-Khani, F. (2012). "Participation of Rural Community and Tourism Development in Iran". *Community Development*, 43, 259–277.

Deery, M., Jago, L., ve Fredline, L. (2012). "Rethinking Social Impacts of Tourism Research: A New Research Agenda". *Tourism Management*, 33, 64 – 73.

Faccioli, M. (2011). "Youth's Perception of Tourism Impact: Policy Implications for Folgaria (Italy)". *International Journal of Tourism Policy*, 4(1), 1–35.

Huh, C. ve Vogt, C. A. (2008), "Changes in Residents' Attitudes Perceptions Toward Tourism over Time: A Cohort Analytical Approach" *Journal of Travel Research*, 46(4), 446-455 .

Guo, Y., Zang, S., ve Peng, L. (2009). "Local Residents Perceived Attitudes and Expectations on Tourist Mage-Events: A Case of 2010 Shanghai World Expo". *Journal of Shanghai Institute of Technology*, 9 (1), 9–14.

Guo, Y., Seongseop, K. ve Yong, C. (2014), "Shanghai Residents' Perceptions of Tourism Impacts and Quality of Life" *Journal of China Tourism Research*, 10:142-164

Gürsoy, D., Jurovski, C., ve Uysal, M. (2002). "Resident Attitudes: A Structural Modeling Approach". *Annals of Tourism Research*, 29, 79–105.

Gürsoy, D., Chi, C. G., ve Dyer, P. (2009). "An Examination of Locals' Attitudes". *Annals of Tourism Research*, 36(4), 723 – 726

Inbakaran, R., ve Jackson, M. (2006). "Resident Attitudes Inside Victoria's Tourism Product Regions: A Cluster Analysis". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 13(1), 59 – 74.

Korça, P. (1998). "Resident Perceptions of Tourism in a Resort Town". *Leisure Sciences*, 20, 193–212.

Levy, S. E., ve Hawkins, D. E. (2009). "Peace Through Tourism: Commerce Based Principles and Practices" *The Journal of Business Ethics*, 89, 569 – 585

Long, P. H. ve Kayat K. (2011), "Residents' Perceptions of Tourism Impact and Their Support for Tourism Development: The Case Study of Cuc Phuong National Park, Ninh Binh Province, Vietnam", *European Journal of Tourism Research*, 4(2), 123-146

McDowall, S. ve Choi, Y. (2010), "A Comparative Analysis of Thailand Residents' Perception of Tourism's Impacts", *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, Vol 11, 36-55.

Sharma, B. ve Gürsoy, D. (2015), "An Examination of Changes in Residents' Perception of Tourism Impacts Over Time: The Impact of Residents' Socio-demographic Characteristics", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol.20, No 12, 1332-1352

Untong, A. (2007). Local Residents' Attitudes Towards Tourism: A Case Study in Chiang Mai and Chiang Rai, Thailand. In M. Kaosa-ard, (Ed.), *Mekong tourism: Blessing for all?* (pp. 125–136). *Chiang Mai: Social Research Institute*.

Wober, K. W., Hwang, Y. H. ve Fesenmaier, D. R. (2003), "Services and Functions Provided by European City Tourist Offices: A Longitudinal Study", *The International Journal of Tourism Research*, 5(1), 13-27