



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2021, 5(3): 2200-2216.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.842](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.842)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Yerel Halkın Potansiyel Turizm Gelişimi Arzusu: Antalya'da Bir Araştırma

Dr. Öğr. Üyesi Emrullah ERUL, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, İzmir, e-posta: emrullah.erul@ikcu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3785-9145>

Öz

Bu çalışmanın amacı Antalya yerel halkının potansiyel turizm gelişimi arzusunu (*potansiyel turizm gelişim ölçeği* tarafından hesaplanan) belirlemektir. Bu bağlamda bu çalışma, yerel halkın (n= 660) mevcut turizm gelişimine karşı tutumlarını (*turizm etkileri tutum ölçeği* tarafından hesaplanan), bu tutumlara nelerin sebep olduğunu ve yerel halkın turizme karşı davranışlarının onların potansiyel turizm gelişimi arzularını nasıl etkilediğini *değer-inanç-norm (DİN) kuramına* başvurarak belirlemeye çalışan bir model sunar. Yapısal eşitlik modellemesi (YEM) sonuçlarına göre yerel halkın turistlerle olan yakınlığı/samimiyeti (*duygusal dayanışma ölçeği* tarafından hesaplanan) onların mevcut turizm gelişimine yönelik tutumlarının (R^2_{SMC} turizmi geliştirme desteği için %52 ve topluma katkı için %60 tır) öncüsü olmuştur. En nihayetinde, yerel halkın mevcut turizm gelişmelerine yönelik tutumları onların potansiyel turizm gelişimi arzularını (R^2_{SMC} sürdürülebilir turizm gelişmesi için %14 ve hizmet turizmi gelişmesi için %12) açıklamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Potansiyel Turizm Gelişimi, Değer-İnanç-Norm Kuramı, Duygusal Dayanışma, Yerel Halkın Tutumları, Sürdürülebilir Turizm.

Makale Gönderme Tarihi: 12.07.2021

Makale Kabul Tarihi: 05.09.2021

Önerilen Atıf:

Erul, E. (2021). Yerel Halkın Potansiyel Turizm Gelişimi Arzusu: Antalya'da Bir Araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3): 2200-2216.

© 2021 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2021, 5(3): 2200-2216.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.842](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.842)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

Residents' Desire for Potential Tourism Development: The Case Study of Antalya, Turkey

Assistant Prof. Dr. Emrullah ERUL, İzmir Katip Çelebi University, Faculty of Tourism, İzmir, e-mail: emrullah.erul@ikcu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3785-9145>

Abstract

The aim of this work is to determine residents' desire for potential tourism development (measured by *Potential Tourism Development Scale*). In that point, this study provides a model that determines residents' (n= 660) attitudes toward existing tourism development (measured by *Tourism Impact Attitude Scale*), what causes those attitudes, and in turn how residents' attitudes toward tourism development influence their desire for potential tourism development by applying the *value-belief-norm (VBN) theory*. Structural Equation Modelling (SEM) findings indicated the intimacy that exists between residents and tourists (measured by *Emotional Solidarity Scale*) was antecedents of residents' attitudes toward tourism development (R^2_{SMC} for *support for tourism development* is 0.52 and *contributions to community* is 0.60). Ultimately, residents' attitudes regarding tourism development predicted their desire for potential tourism development (R^2_{SMC} for *service tourism development* is 0.12 and *sustainable tourism development* 0.14).

Keywords: Potential Tourism Development, Value-Belief-Norm Theory, Emotional Solidarity, Residents' Attitudes, Sustainable Tourism.

Received: 12.07.2021

Accepted: 05.09.2021

Suggested Citation:

Erul, E. (2021). Residents' Desire for Potential Tourism Development: The Case Study of Antalya, Turkey, *Journal of Turkish Tourism Research*, 5(3): 2200-2216.

© 2021 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) 2020 yılında yayınladığı verilere göre 2019 yılında, 1,5 milyar insan uluslararası seyahat gerçekleştirmiştir. Milyonlarca insan direkt veya dolaylı olarak turizm endüstrisinde çalışmakta ve her yıl milyonlarca dolar turizm ürünlerinin gelişimi, turizm tanıtımı ve reklamı için harcanmaktadır (Mason, 2008:4). Örneğin, Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'nin (WTTC) resmi sitesinde yayınladığı rapora göre dünya genelinde her on işten biri turizm ile ilgili olup, turizm 330 milyon iş istihdamı sağlamakta ve küresel gayri safi hasılanın yüzde onu turizm tarafından üretilmektedir. T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020) verileri ve Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (2020) raporuna göre, Türkiye 2019 yılında 51 milyon turist (45 milyonu sadece yabancı turist) sayısı ile Dünya'da ve yaklaşık 30 milyar dolar turizm geliri ile Avrupa'da ülkeler sıralamasında altıncı sırada yer almıştır. Yine T.C Kültür ve Turizm Bakanlığının en son paylaştığı resmi turizm istatistiklerine göre (Covid-19 ve onun getirdiği kısıtlamalara rağmen) 2020 yılında yaklaşık 13 milyon ve 2021 yılının Ocak- Temmuz döneminde ise 10 milyon yabancı turist ülkemizi ziyaret etmiştir. Türkiye'ye gelen yabancı turistler özellikle yaz aylarında deniz-kum-güneş odaklı hareket ettikleri için Bakanlığımızın paylaştığı raporda turizmin başkenti olarak görülen Antalya 2019 yılı için yaklaşık 15 milyon turist ve 2021 yılı Temmuz ayı için ise yaklaşık 1.8 milyon turisti ağırlamıştır.

Bu veriler ve ölçümlerden anlaşılacağı gibi turizm gerek dünya gerekse ulusal ekonomi için önemli bir rol oynamaktadır. Fakat artan turist sayısı ile birlikte turizmin olumsuz ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri (sezonluk iş ve kira artışı, kalabalık veya aşırı nüfus, suç oranlarının artması ve çevre kirliliği ve tahribatı gibi) daha yaygın bir biçimde fark edilmeye başlamıştır (Mason, 2008:36). İşte bu hususta turizmin negatif etkilerini minimize etmek, pozitif etkilerini (iş istihdamı, kültürel ve doğal kaynakların korunması gibi) arttırmak ve turizmin sürdürülebilirliğini sağlamak için yerel halkın duygu ve düşüncelerini ele alan planlamaların yapılması bir zorunluluk haline gelmiştir (Hall ve Lew, 2009:268). Yerel halkın desteğini elde edemeyen turistik destinasyonlar hem kısa hem de uzun vadede turist çekmekte zorlanır ve hatta hızla gelişen dinamik turizm pazarında rekabet üstünlüğünü yitirirler. Benzer bir şekilde, yerel halkın desteği turizmin başarısı ve sürdürülmesinde en önemli belirleyicilerden biridir (Erul vd., 2020:1158; Koçoğlu vd., 2020:204). Bu yüzden yerel halk turizmin gelişimi için en az turist kadar büyük bir role sahiptir. Bu görüşler ışığında, birçok turizm araştırmacısı (Nunkoo ve So, 2016; Gursoy vd., 2017; Avcı, 2020; Bayram ve Alkaya, 2020; Erul vd., 2020; Koçoğlu vd., 2020; Solmaz ve Oğuz, 2020; Erul ve Woosnam, 2021) turizmin gelişimi için yerel halkın hayati önemini yıllardır çalışmalarda vurgulamış ve genel olarak yerel halkın turizmin etkilerine bakış açısı ve/veya yerel halkın turizm gelişimine karşı tutumlarını çalışmalarında ele almışlardır.

Her ne kadar yıllardır turizm bilginleri yerel halkın mevcut turizm gelişimine karşı tutum, perspektif, niyet ve davranışlarına odaklansa da şimdiye kadar yerel halkın potansiyel turizm gelişimi arzusunu bulmaya yönelik yeterli bir çalışma bulunamamıştır. Bunun yanında yerel halkın mevcut turizm gelişmelerine karşı tutumlarını inceleyen çalışmaların bazıları (Nunkoo ve So, 2016; Gursoy vd., 2017) ekonomik boyuta (parasal kazanca) odaklanırken, diğer çalışmalar (Woosnam, 2012; Hasani vd., 2016; Li ve Wan, 2017; Erul vd., 2020; Aleshinloye vd., 2021) duygusallığı ön planda tutmuştur. Fakat hala yerel halkın turist ile olan duygusal yakınlığı ile mevcut turizmi gelişimi hakkındaki tutumları arasındaki ilişkiyi açıklayan ve en nihayetinde onların potansiyel turizm gelişmelerine yönelik arzularını araştıran bir çalışmaya ihtiyaç vardır. İşte bu mevcut çalışma yukarıda bahsedilen alandaki boşlukları doldurmayı planlamaktadır. Bundan dolayı çalışmanın iki temel amacı vardır:

Birincisi Antalya yerel halkının turistlerle olan yakınlığının mevcut turizm gelişimine karşı tutumlarını nasıl etkilediğini saptamak; İkincisi yerel halkın mevcut turizm gelişmelerine olan tutumlarının onların potansiyel turizm gelişimi arzularını nasıl etkilediğini belirlemektir. İşte bu amaçlar değer-inanç-norm kuramı kullanılarak açıklanacaktır.

LİTERATÜR

Duygusal Dayanışma

Duygusal dayanışma kavramı, bireylerin birbirleri ile yakınlaşması, iletişimi ve özdeşleştirilmesi ile oluşan hisler neticesindeki bireyler arasındaki gönül bağıdır (Hammarstrom, 2005: 44-45). Birçok sosyal bilim dalında kullanılan duygusal dayanışma, turizm alanında ilk defa Woosnam ve Norman (2010) tarafından tanıtılmış, açıklanmış ve sonrasında doğrulanmıştır. Buna göre duygusal dayanışma ölçeği üç ana faktörden oluşmaktadır: *karşılama doğası (mizacı)*, *sempatik anlayış* ve *duygusal yakınlık*. Bu on yıl boyunca birçok turizm araştırmacısı (Woosnam, 2012; Hasani vd., 2016; Li ve Wan, 2017; Simpson ve Simpson, 2017; Woosnam vd., 2017; Joo vd., 2020; Juric vd., 2020; Phuc ve Nguyen, 2020; Suess vd., 2020; Erul vd., 2020) yerel halk ile turist arasındaki duygusal dayanışmayı ve/veya birlikteliği çalışmalarında belirlemeye çalışmışlardır. Çalışmaların bazıları (Hasani vd., 2016; Woosnam vd., 2017; Phuc ve Nguyen, 2020; Suess vd., 2020; Erul ve Woosnam, 2021) bu dayanışmayı yerel halkın turistlere karşı olan samimiyeti ve/veya birlikteliği üzerine ele alırken, diğerleri (Ribeiro vd., 2018; Woosnam vd., 2018; Joo vd., 2020; Juric vd., 2020) ise turistlerin yerel halka olan hislerine ve duygularına odaklanmıştır.

Bunun yanında duygusal dayanışma faktörleri birçok ölçeğin belirleyicisi olarak kullanılmıştır. Örneğin, duygusal dayanışma faktörleri yerel halkın festival etkilerine (olumlu ve olumsuz) bakış açısını ve festivale olan desteğini bulmada (Li ve Wan, 2017), onların turizm gelişmelerine karşı tutumu (Woosnam, 2012; Hasani vd., 2016; Erul vd., 2020), davranışsal niyetini (Erul ve Woosnam, 2021), davranışsal desteğini (Suess vd., 2018; Phuc ve Nguyen, 2020; Joo vd., 2021) öngörmede kullanılmıştır. Turistlerin yerel halka olan duygusal beraberliği açısından ise turistlerin destinasyon memnuniyeti (Ribeiro vd., 2018), seyahat tatmini (Joo vd., 2020), birebir konaklama niyeti (Juric vd., 2020) ve destinasyona bağlılığı (Woosnam vd., 2018) gibi faktörleri saptamak için araştırmacılar duygusal dayanışma faktörlerini bu faktörlerin açıklayıcısı olarak kullanmıştır. Bu yüzden bu çalışma yerel halkın turiste olan duygularının onların mevcut turizm gelişmelerine olan tutumlarını nasıl etkileyeceğini belirlemeyi amaçlamaktadır. Başka bir ifade ile duygusal dayanışma faktörlerinin (*karşılama doğası (mizacı)*, *duygusal yakınlık* ve *sempatik anlayış*) turizm etkileri tutum ölçeği faktörlerini (*turizmi geliştirme desteği* ve *topluma katkısı*) nasıl tahmin ettiğini bulmaya çalışmaktır. Tüm bu açıklamalar sonucunda aşağıdaki hipotezler öne sürülmüştür:

H1a: Yerel halkın turisti *karşılama doğası (mizacı)* onların mevcut *turizmi geliştirme desteklerini* öngörecektir.

H1b: Yerel halkın turisti *karşılama doğası (mizacı)* mevcut turizm gelişmelerinin *topluma katkısını* öngörecektir.

H2a: Yerel halkın turistle olan *duygusal yakınlığı* onların mevcut *turizmi geliştirme desteklerini* öngörecektir.

H2b: Yerel halkın turistle olan *duygusal yakınlığı* mevcut turizm gelişmelerinin *topluma katkısını* öngörecektir.

H3a: Yerel halkın turiste olan *sempatik anlayışı* onların mevcut *turizmi geliştirme desteklerini* öngörecektir.

H3b: Yerel halkın turiste olan *sempatik anlayışı* mevcut turizm gelişmelerinin *topluma katkısını* öngörecektir.

Yerel Halkın Mevcut Turizm Gelişmelerine ve Turizm Etkilerine Yönelik Tutumları ve Potansiyel Turizm Gelişimi Arzusu

Turizmde sürdürülebilirliği sağlamak ve başarılı bir turizm gelişmesi elde etmek için yerel halkın desteği gerekmektedir (Koçoğlu vd., 2020:204; Erul ve Woosnam, 2021:2). Diğer bir deyişle, turizmin ana etmenlerinden biri olan yerel halk, turistlerin karar ve tecrübelerinin şekillenmesinde önemli bir rol almakla birlikte, turizmin gelişmesi, geleceği ve sürdürülebilirliği açısından da hayati bir rol oynamaktadır (Aleshinloye vd., 2021:1). İşte bu nedenledir ki turizm bilginleri yerel halkın turizm etkilerine olan görüşlerini, onların turizmden sağladıkları yararları ve turizm gelişmelerine karşı tutumlarını yaklaşık yarım asırdır çalışmalarında ele almışlardır. Bunun başlıca nedeni yerel halkın turizmin etkilerinden direkt olarak etkilenmesinden kaynaklıdır (Mason, 2008:63).

Genellikle turizmin etkileri ekonomik, sosyal-kültürel ve çevresel olarak üç ana kategoriye ayrılmaktadır (Avcı, 2020: 542). 1960'lı yıllarda sadece turizmin olumlu etkilerine odaklanılmış, 1970'li yıllarda olumsuz etkilerine ve 1980' den bu yana hem olumlu hem olumsuz etkileri üzerine araştırmalar yapılmıştır (Andereck ve Vogt, 2000). Turizm istihdam sağlama, döviz girişi sağlama, yatırım fırsatları oluşturma, işsizliği azaltma, yeni iş imkânları oluşturma gibi olumlu ekonomik etkileri vardır. Öte yandan ürün ve hizmet fiyatlarının artması, sezonluk iş imkânları, nakit sızıntısı, yabancı mülkiyet ve yönetiminin artması, arazi, ev ve kira fiyatlarının artışı gibi olumsuz ekonomik etkileri de bulunmaktadır (Hall ve Lew, 2009:109). Yerel halk yeni bir dil öğrenimi, farklı kültürlerle karşılaşma, yerel kültür ve mirası koruma, alt yapıların iyileştirilmesi gibi sosyal-kültürel katkıları fark ettiği gibi suç oranlarının artması, fuhuş, kumar, hırsızlık ve kültürler arası çatışma gibi olumsuz etkilerinden de haberdarlardır (Mason, 2008:58). Son olarak ise turizm nesli tükenmekte olan hayvanları koruma, tarihi yerlerin muhafaza edilmesi gibi olumlu çevresel etkilerinin yanı sıra maalesef çevre tahribatı, kirliliği ve aşırı nüfus yoğunluğu gibi olumsuz çevresel etkileri de barındırmaktadır (Mason, 2008:73; Nunkoo ve So, 2016:849).

Kısaca yerel halk turizmin planlanmasında temel aktörlerden biridir (Mason, 2008:113; Hall ve Lew, 2009:268; Aleshinloye vd., 2021:1). Eğer yerel halkın davranışları, fikirleri ve görüşleri göz ardı edilirse turizmin negatif etkileri daha belirginleşecektir (Erul vd., 2020:1). Bu negatif etkilerin artması ve belirginleşmesi de destinasyonun çekiciliğini azaltacak ve oraya olan talebi azaltacaktır (Murphy, 1985:153). Diğer taraftan eğer yerel halk dinlenir ve turizm planlamasına katılırsa yerel halk turizmin olumlu etkilerini olumsuz etkilerinden daha fazla olarak fark edecek ve mevcut ve potansiyel turizm gelişmelerine daha sıcak bakacaktır (Nunkoo ve So, 2016:850). Benzer şekilde yerel halk turizmin olumlu etkilerini daha çok fark ederse daha olumlu tutumlara sahip olacak ve gelecek turizm gelişmelerini desteklemeye daha istekli olacaklardır (Ribeiro vd., 2018; 524; Koçoğlu vd., 2020:204; Solmaz ve Oğuz, 2020:309). Buradan yola çıkarak aşağıdaki hipotezler öne sürülmüştür:

H4a: Yerel halkın mevcut *turizmi geliştirme destekleri* onların potansiyel *hizmet turizmi gelişmesi* arzularını öngörecektir.

H4b: Yerel halkın mevcut *turizmi geliştirme destekleri* onların potansiyel *sürdürülebilir turizm gelişmesi* arzularını öngörecektir.

H5b: Mevcut turizm gelişmelerinin *topluma katkısı* yerel halkın potansiyel *hizmet turizmi gelişmesi* arzularını öngörecektir.

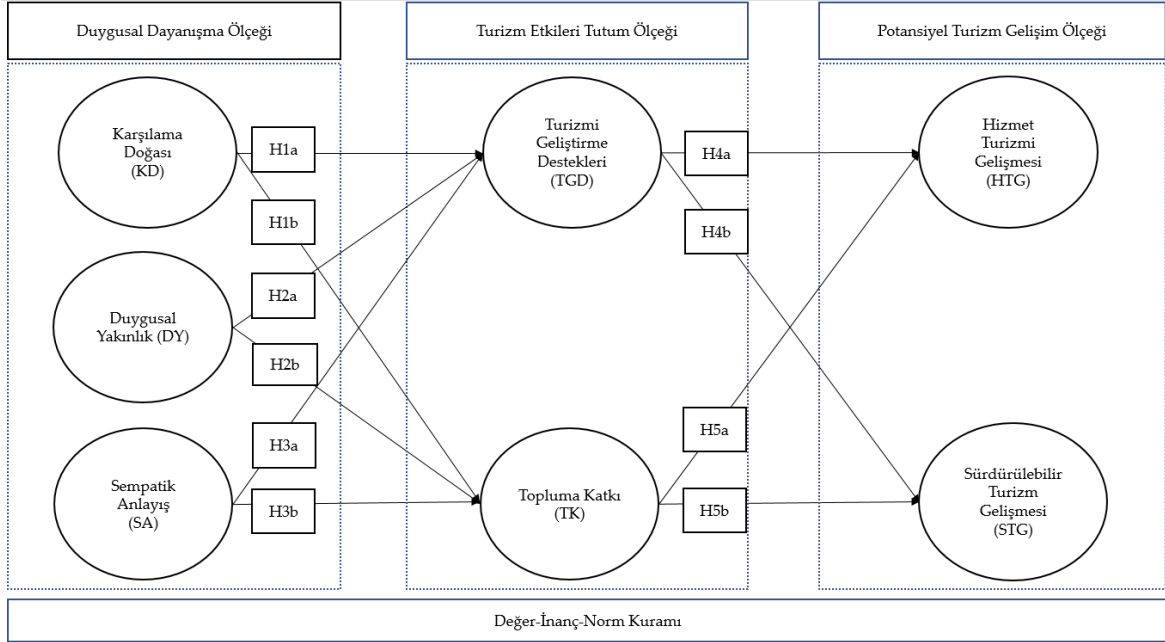
H5b: Mevcut turizm gelişmelerinin *topluma katkısı* yerel halkın potansiyel *sürdürülebilir turizm gelişmesi* arzularını öngörecektir.

Değer-İnanç-Norm (DİN) Kuramı

Değer-inanç-norm (DİN) kuramı ilk defa 1999 yılında bir model olarak çevre yanlısı davranışları tahmin etmek için kullanılmıştır (Stern vd., 1999). Bu kuram harekete geçme eylemi (ameller) ile çevre yanlısı niyetler arasındaki ilişki üzerine kurulmuştur (Stern vd., 1999:441). Kısaca bu kuruma göre bireyin inanç ve tutumları onların algıladıkları değerlerinin bir formu ya da oluşumudur ve bu tutumlar bireyin asıl davranışlarının ve/veya niyetlerinin öncüsüdür (Denley vd., 2020:1862; Megeirhi vd., 2020:1353). Daha sonraları birçok turizm bilimci (Choi vd., 2015; Han, 2015; Kiatkawsin ve Han, 2017; Han vd., 2018; Landon vd., 2018; Olya ve Akhshik, 2019; Denley vd., 2020; Megeirhi vd., 2020; Sharma ve Gupta, 2020; Beall vd., 2021) DİN kuramını turizm ve seyahat ile ilgili çevre davranışları üzerinde kullanmıştır. Örneğin, turistlerin çevre dostu otelleri (yeşil hotel) kullanma niyetlerini (Choi vd., 2015), turistlerin yok olmaya yüz tutmuş turizm destinasyonlarında bulunma niyetlerini (Denley vd., 2020), yerel halkın sürdürülebilir kültürel turizmi destekleme niyetlerini (Megeirhi vd., 2020) ve turistlerin eko turizm niyetlerini (Beall vd., 2021) belirlemede kullanılmıştır. Genellikle (Han, 2015; Kiatkawsin ve Han, 2017; Landon vd., 2018; Olya ve Akhshik, 2019; Sharma ve Gupta, 2020) ise turistlerin sürdürülebilir turizm yanlısı davranışlarını bulmak için DİN kuramına başvurulmuştur.

Bu çalışmanın amacı öncelikle yerel halkın turistlerle olan duygusal yakınlığının onların mevcut turizm gelişmelerine karşı tutumlarını nasıl etkilediğini tahmin etmektir. Diğer önemli bir amacı ise yerel halkın bu tutumlarının onların potansiyel turizm gelişmelerini nasıl arzularadıklarını saptamaktır. Bu yüzden bir model (Şekil 1'e bakınız) geliştirilmiştir: Yerel halk ile turist arasındaki duygusal dayanışma (*duygusal yakınlık, sempatik anlayış ve karşılama doğası (mizacı)*) arttıkça, yerel halk mevcut turizm gelişmelerine karşı daha olumlu tutumlara (*turizmi geliştirme desteği ve topluma katkı*) sahip olacak. Son olarak yerel halkın tutumları onların potansiyel turizm gelişimi arzularını (*sürdürülebilir turizm gelişmesi ve hizmet turizmi gelişmesi*) tahmin edecektir. Şekil 1' de belirtilen modeli doğrulamak adına *değer-inanç-norm kuramına (DİN)* başvurulmuştur. Her ne kadar DİN kuramı çevre yanlısı turizm davranışları ve değerleri belirlemek için kullanılsa da bugüne dek kimse bu kuramı bu tarz bir modeli (duygusal dayanışma (*değer*) → mevcut turizm gelişmelerine yönelik tutumlar (*inanç*) → potansiyel turizm gelişimi arzuları (*norm*)) belirlemek adına kullanmamıştır. Kısaca, yerel halkın turiste verdiği değerler onların mevcut turizme karşı olan inançlarını etkileyecek, en nihayetinde bu inançlar potansiyel turizm geliştirme normlarını öngörecektir. Yine ilk defa mevcut turizme yönelik tutumlar potansiyel turizm gelişmelerinin öncüsü olacaktır. Böylelikle bu çalışma literatürdeki bu boşlukları gidermeyi hedeflemektedir. Bu çalışma bulguları ile yerel halkın turizm için ne kadar

kritik bir yere sahip olduğu bir kez daha vurgulanacak ve onların duygu ve perspektiflerinin turizm planlamasında önemi sergilenecektir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

YÖNTEM

Türkiye'nin güneyinde ve Akdeniz'in kıyısında yer alan Antalya yaklaşık 2,5 milyon nüfusa sahiptir (TÜİK, 2020). Akdeniz iklimine sahip olduğu için yazları sıcak ve kurak, kışları ise ılıman ve yağışlıdır. Zengin kültürel, tarihi ve doğal güzellikleri ile milyonlarca turist her yıl dikkatini çekmektedir. Bunun yanı sıra ultra-lüks hoteller, barlar, restoranlar ve alışveriş merkezleri bulundurmaktadır. Antalya her yıl birçok spor organizasyonuna (örneğin plaj voleybolu, yelken sörfü, golf, okçuluk vb.) ev sahipliği yapmakta ve Kaş, Kemer, Side, Manavgat ve Belek gibi turizm merkezleri ile her yıl yaklaşık 10 milyon turist çekmektedir (Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020). T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020) raporuna göre, 2019 yılında Antalya yaklaşık 15 milyon ziyaretçi ile İstanbul'un ardından en çok turist alan şehir olarak ikinci sırada yer almaktadır. İşte bu zenginlikleri ve özelliklerinden dolayı çalışma alanı olarak Antalya şehri seçilmiştir.

Antalya yerel halkı bu çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır ve çalışma verileri 2014 yılının ilk üç ayı (Ocak-Şubat- Mart) hem hafta içi hem de hafta sonları anket yapılarak toplanmıştır. Örneklem çeşidi olarak küme örnekleme kullanılmış ve 19 ilçeden turist yoğunluğu yüksek olan dört ilçe (Kemer, Serik, Manavgat ve Konyaaltı) seçilmiştir. Bu ilçelerdeki sokaklar haritadan rastgele seçilmiş ve rastgele seçilen sokaktaki her dördüncü ev veya iş merkezi ziyaret edilmiştir. Anket soruları 18 yaşından büyük olmak şartı ile ankete katılmak isteyen kişilere dağıtılmıştır. Dağıtılan anketler araştırmacı tarafından bazen aynı gün bazen ise bir gün sonrasında toplanmıştır. 1003 kişi ile iletişime geçilmiş ve bu konuşulan bireylerin 276'sı çalışmaya katılmayı ret etmiştir. Kalan 727

anketten ise sadece 660'ı kullanılabilir (67 anket eksik veya hatalı olarak doldurulduğu için çalışmaya dâhil edilmemiştir) durumdadır.

Bu çalışma üç ana ölçek üzerinde odaklanmıştır ve her bir ölçek için 5'li Likert tipi soru kullanılmıştır: *duygusal dayanışma ölçeği* ve *turizm etkileri tutum ölçeği* için: 1 = kesinlikle katılmıyorum ve 5 = kesinlikle katılıyorum; *potansiyel turizm gelişim ölçeği* için ise: 1 = kesinlikle arzulamıyorum ve 5 = kesinlikle arzuluyorum. Anket ölçek sorularının orijinal dili İngilizcedir. Sorular uzman tercümanlar tarafından önce Türkçe diline sonra tekrar İngilizceye çevrilerek anlam kaybı engellenmiştir. Modeldeki ilk ölçek olan yerel halkın turistlerle olan birlikteliğini belirlemeye çalışan *duygusal dayanışma ölçeği* ifadeleri (maddeleri) Woosnam ve Norman (2010)'dan elde edilmiştir. Önceki çalışmalar ele alındığında *duygusal dayanışma ölçeği* üç temel faktörden oluşmaktadır: *karşılama doğası*, *sempatik anlayış* ve *duygusal yakınlık*. Woosnam (2012)'den alınan yerel halkın mevcut turizme karşı olan tutumlarını belirleyen ikinci ölçek ise *turizm etkileri tutum ölçeğidir* ve iki faktöre (*turizme destek* ve *topluma katkı*) ayrılmaktadır. Doh (2006) tezinden adapte edilen son ölçek ise *potansiyel turizm gelişim ölçeğidir* ve yine iki faktördür: *sürdürülebilir turizm gelişmesi* ve *servis turizmi gelişmesi*.

Modeldeki ölçekler daha önceki çalışmalardan değiştirilmeden kullanıldığı için Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) kullanılmıştır. Bu ölçekler arasındaki ilişkiyi ölçmek ve modeli test etmek için yapısal eşitlik modeli (YEM) uygulanmıştır. Demografik özellikler hakkında bilgi vermek için frekans ve yüzde dağılımı dikkate alınmıştır. Araştırma ile ilgili veri ve değişkenlerin kodlanması toplanması ve organize edilmesi için IBM SPSS 27 versiyonu tercih edilmiştir. Verilerin analizlerini yapmak ve hipotezleri test etmek için ise AMOS 24 versiyonu (sürümü) uygun görülmüştür.

BULGULAR

Demografik Bulgular

Tablo 1' de ifade edildiği üzere çalışmaya katılanların çoğu (yaklaşık%62) erkeklerden oluşmaktadır. Aylık gelir durumu 3000 TL ve altı olan grup en fazladır (%65). Genel olarak örneklem gençtir (%68) ve 30-39 yaş grubu ortanca (median) olarak bulunmuştur. Katılımcıların yarısından biraz fazlası evli (%56), üniversite derecesine sahip (%52) ve turizm ile ilgili işlerle (%51) çalışmaktadır.

Tablo 1. Örneklemin Sosyo-Demografik Özellikleri (n = 660)

Demografik Değişkenler	n	%
Cinsiyet		
Kadın	252	38.2
Erkek	408	61.8
Çalışma Durumu		
Turizmle ilgili değil	191	28.9
Turizmle ilgili	337	51.1
Öğrenci	104	15.8
Ev Hanımı	19	2.9
Emekli veya İşsiz	9	1.4
Aylık Gelir ^a		

3000 TL altı	435	65.9
3000-6000 TL	184	27.9
6000TL ve üstü	41	6.2
Yaş ^b		
18-29	271	41.1
30-39	176	26.7
40-49	164	24.8
50-59	46	7.0
≥ 60	3	0.5
Eğitim ^c		
Lise Öncesi	46	7.0
Lise	177	26.8
Teknik Okul/ Mesleki Okul	71	10.8
Üniversite	343	52.0
Lisansüstü	23	3.5
Medeni Durum		
Bekâr	277	42.0
Evli	367	55.6
Boşanmış veya Ayrılmış	10	1.5
Dul	6	0.9

^a Ortanca = 3000 TL altı

^b Ortanca = 30-39 , *SD* = 0.990

^c Ortanca = Üniversite, *SD* = 1.804

Ölçüm ve Yapısal Modeller

Ölçekler için yapılan DFA sonuçları literatürdeki önceki çalışmalarla tutarlıdır (duygusal dayanışma 3, tutum ve potansiyel turizm geliştirme arzusu ölçekleri ise her biri yine 2 faktördür). DFA değişkenlerin güvenilirlik ve geçerlilik sonuçlarını verir. Bu çalışmada güvenilirlik sonuçları yedi faktör için gayet iyi ve yüksek çıkmıştır: Bileşik güvenilirlik değeri 0.70 ten başlayıp 0.91'e kadardır (Byrne, 2016). Bütün faktörler aynı zamanda kabul edilir derecede sağlam ve geçerli bulunmuştur (Schumacker ve Lomax, 2010). Kısaca açıklanan ortalama varyans (AVE skoru) her bir faktör için 0.5 ten yüksektir (Tablo 2) (Schumacker ve Lomax, 2010; Byrne, 2016).

Tablo 2. Ölçüm Modeli Sonuçları

Boyutlar ve İfadeler	Faktör Yüklere	t- istatistiği	CR: Bileşik Güvenirlik	AVE Skoru
Sempatik Anlayış (SA)^b			0.80	0.57
Antalya'ya gelen ziyaretçilere karşı duygusal bir yakınlık hissediyorum.	0.76	U/D ^a		
Antalya'ya gelen ziyaretçilerle kendimi özdeşleştiriyorum.	0.82	18.90***		
Antalya'ya gelen ziyaretçilerle birçok ortak noktamız var.	0.68	16.20***		
Karşılama Doğası (KD)^b			0.70	0.53
Antalya'ya ziyaretçilerin gelmesinin topluma yarar sağladığını düşünüyorum.	0.71	U/D ^a		
Antalya'ya ziyaretçilerin gelmesinden dolayı gurur duyuyorum.	0.74	16.47***		
Duygusal Yakınlık (DY)^b			0.84	0.73
Antalya'ya gelen bazı ziyaretçilerle arkadaşlık kurdum.	0.82	U/D ^a		
Antalya'da karşılaştığım bazı ziyaretçileri kendime yakın hissediyorum	0.88	20.58***		
Turizmi Geliştirme Destekleri (TGD)^b			0.91	0.72
Turizmin Antalya'da aktif olarak teşvik edilmesi gerektiğine inanıyorum.	0.83	U/D ^a		
Turizmi destekliyor ve Antalya'daki öneminin devam etmesini istiyorum.	0.92	29.18***		
Antalya'ya yeni ziyaretçiler çekmeyi sağlayacak yeni turizm faaliyetlerini destekliyorum.	0.84	25.84***		
Antalya halkı turizme katkı sağlayacak tanıtımları desteklemelidir	0.79	23.33***		
Topluma Katkı (TK)^b			0.76	0.51
Turizm sektörü Antalya halkı için birçok cazip iş imkânı sağlar.	0.72	U/D ^a		
Turizm gelişmeleri sayesinde Antalya'daki yaşam kalitesi yükselmiştir.	0.78	15.99***		
Antalya'daki turizm sayesinde daha çok eğlence olanaklarına (gidilecek yerler ve yapılacak şeyler) sahibim.	0.64	14.02***		
Hizmet Turizmi Gelişmesi (HTG)^c			0.74	0.59
Daha çok otelin hizmete sunulmasını.	0.65	U/D ^a		
Daha çok restoranın(lokantanın) hizmete sunulmasını.	0.86	6.93***		
Sürdürülebilir Turizm Gelişmesi (STG)^c			0.82	0.69
Yürüyüş yapmak ve bisiklete binmek için yeni yolların hizmete sunulmasını.	0.71	U/D ^a		
Tarihi alanların geliştirilmesini.	0.94	9.26***		

^aAMOS programında, faktörlerin içinde ki ifadelerden (durumlardan) bir tanesi 1 olarak kodlanmak zorunda bu yüzden o durum için t- değeri hesaplanamıyor veya uygulanabilir değil (U/D). ***p < 0.001

^b 5'li Likert ölçeği kullanılarak sorulmuştur: 1 = kesinlikle katılmıyorum ve 5 = kesinlikle katılıyorum.

^c 5'li Likert ölçeği kullanılarak sorulmuştur: 1 = kesinlikle arzulamıyorum ve 5 = kesinlikle arzuluyorum.

Elde edilen sonuçlar hem ölçüm modelinin (yani DFA) hem de yapısal modelin (yani YEM) yeterli ve fazlasıyla kabul görür fit (uyum) indeks değerlerine sahip olduğunu göstermektedir (IFI, TLI ve CFI değerleri 0.95 eşliğinden büyüktür). Ayrıca RMSEA skoru her iki model için 0.05'ten küçüktür (detaylı bilgi için Tablo 3'e bakınız) (Byrne, 2016).

Tablo 3. Modelin Uyum İndeks Değerleri

Uyum İndeksleri ^a	CMIN	DF	P	CMIN/DF	IFI ^b	TLI ^b	CFI ^b	RMSEA ^c
Ölçüm Modeli (DFA)	201.295	113	0.000	1.781	0.984	0.979	0.984	0.03
Yapısal Model (YEM)	223.464	121	0.000	1.847	0.982	0.977	0.982	0.04

Not: DFA: Doğrulayıcı Faktör Analizi; YEM: Yapısal Eşitlik Modellemesi

^a CMIN (Chi-square): Chi-karesi; DF (Degrees of freedom): Serbestlik derecesi; P (Probability level): Olasılık düzeyi

- IFI (Incremental Fit Index): Fazlalık Uyum İndeksi;
 - TLI (Tucker-Lewis index): Tucker-Lewis İndeksi;
 - CFI (Comparative fit index): Karşılaştırmalı Uyum İndeksi;
 - RMSEA (Root mean square error of approximation): Yaklaşık Hataların Ortalama Karakökü
- ^b IFI, TLI ve CFI > 0,90
^c RMSEA < 0,05

Faktörlerin merkezi eğilim ölçüleri (ortalama), merkezi dağılım ölçüleri (standart sapma) ve ayırt edici geçerlilik değerleri (discriminant validity) Tablo 4'de sunulmuştur. Ayırt edici geçerlilik analizinde köşegen basamaklar açıklanan ortalama varyansın (AVE'nin) karaköküdür. Koyu renkte olmayan basamaklar ise faktörler arasındaki karşılıklı ilişkiyi (korelasyon) ifade etmektedir. Ayırt edici geçerliliğin sağlanması için köşegenler üzerinde bulunan değerlerin en yüksek düzeyde olması gerekir. Sonuçlara göre korelasyon değerleri köşegen değerlerinden küçüktür. Kısaca ayırt edici geçerlilik sağlanmıştır ve herhangi bir problem yoktur (Hair vd., 2010).

Tablo 4. Ayırt Edici Geçerlilik Analizi

Ayrışma Geçerliliği Sonuçları:	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	KD	TGS	TK	SA	HTG	STG	DY
Karşılama Doğası (KD) ^a	4.01	0.92	0.729						
Turizmi Geliştirme Destekleri (TGS) ^a	4.47	0.77	0.679	0.847					
Topluma Katkı (TK) ^a	3.88	0.87	0.746	0.556	0.715				
Sempatik Anlayış (SA) ^a	3.02	0.99	0.661	0.316	0.415	0.756			
Hizmet Turizmi Gelişmesi (HTG) ^b	3.36	1.13	0.342	0.226	0.281	0.222	0.765		
Sürdürülebilir Turizm Gelişmesi (STG) ^b	4.51	0.72	0.334	0.340	0.279	0.137	0.239	0.832	
Duygusal Yakınlık (DY) ^a	3.43	1.12	0.628	0.409	0.445	0.712	0.145	0.210	0.852

Not: Köşegen üzerindeki koyu olarak belirtilmiş değerler AVE değerlerinin kareköküdür.

Tablo 5. Araştırma Modeline Ait Hipotez Sonuçları

Yapısal modelden elde edilen hipotez kurulan ilişkiler	B	Beta (β)	t-istatistiği	Hipotez Kabul/Ret
H1a: Karşılama Doğası → Turizmi Geliştirme Destekleri (KD → TGD)	0.82	0.83	10.19***	Kabul
H1b: Karşılama Doğası → Topluma Katkı (KD → TK)	0.80	0.87	9.73***	Kabul
H2a: Duygusal Yakınlık → Turizmi Geliştirme Destekleri (DY → TGD)	0.08	0.11	1.53 ^{ad}	Ret
H2b: Duygusal Yakınlık → Topluma Katkı (DY → TK)	0.01	0.02	0.26 ^{ad}	Ret
H3a: Sempatik Anlayış → Turizmi Geliştirme Destekleri (SA → TGD)	-0.26	-0.31	-3.95***	Kabul
H3b: Sempatik Anlayış → Topluma Katkı (SA → TK)	-0.13	-0.17	-2.09*	Kabul
H4a: Turizmi Geliştirme Destekleri → Hizmet Turizmi Gelişmesi (TGD → HTG)	0.12	0.09	1.46 ^{ad}	Ret
H4b: Turizmi Geliştirme Destekleri → Sürdürülebilir Turizm Gelişmesi (TGD → STG)	0.20	0.26	4.46***	Kabul
H5a: Topluma Katkı → Hizmet Turizmi Gelişmesi (TK → HTG)	0.41	0.28	4.11***	Kabul
H5b: Topluma Katkı → Sürdürülebilir Turizm Gelişmesi (TK → STG)	0.13	0.15	2.60**	Kabul

Anlamlılık: *p < 0.05; **p < 0.01; ***p < 0.001; ve ad (anlamli değil).

R²_{SMC}:

- Topluma Katkı (TK): 0.60,
- Turizmi Geliştirme Destekleri (TGD): 0.52,
- Hizmet Turizmi Gelişmesi (HTG): 0.12 ve
- Sürdürülebilir Turizm Gelişmesi (STG): 0.14.

Ayrıca Tablo 5' e göre yapılan hipotezlerin çoğu kabul edilmiştir (7 tane kabul 3 tane ret). Yine yol katsayılarına (β katsayıları) ve R²_{SMC} değerlerine bakıldığında modelin iyi bir uyuma sahip olduğu görülmektedir: Kabul gören hipotezler için yol katsayıları 0.15'ten başlayıp 0.87'ye kadardır (Hair vd., 2010; Byrne, 2016). Duygusal dayanışma faktörlerinden sadece ikisi (*karşılama doğası* ve *sempatik anlayış*) direkt ve önemli ölçüde tutum faktörlerini (*turizmi geliştirme destekleri* ve *topluma katkı*) tahmin etmektedir (yani R²_{SMC} *turizmi geliştirme desteği* için %52 ve *topluma katkısı* için %60 tır). Dahası bu tutum faktörleri (*turizmi geliştirme destekleri* ve *topluma katkı*) yerel halkın potansiyel turizm geliştirme arzularının (*sürdürülebilir turizm gelişmesi* ve *servis turizmi gelişmesi*) kayda değer öngörücüleridir (yani R²_{SMC} *sürdürülebilir turizm gelişmesi* için %14 ve *hizmet turizmi gelişmesi* için %12).

TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

İlk üç hipotez (H₁, H₂ ve H₃) yerel halkın turist ile olan duygusal birlikteliğinin onların mevcut turizm gelişmeleri üzerine yönelik tutumlarını belirlemeyi hedeflemektedir. Elde edilen sonuçlara göre yerel halkın turistle olan duygusal birlikteliğinden onların mevcut turizm gelişmeleri üzerinde etkisinin var olduğunu görülmektedir. Kısaca yerel halkın turisti *karşılama doğası* onların *turizmi geliştirme*

desteklerini ($\beta=0.83$, $t=10.19$, $p<0.001$) ve turizm gelişmelerinin *topluma katkısını* ($\beta=0.87$, $t=9.73$, $p<0.001$) önemli ölçüde tahmin etmektedir (H_{1a} ve H_{1b} kabul). Fakat *duygusal yakınlık* ve tutum ölçeği faktörleri (*turizmi geliştirme destekleri*: $\beta=0.08$, $t=1.53$, $p>0.05$; *topluma katkı*: $\beta=0.01$, $t=0.26$, $p>0.05$) arasında anlamlı bir ilişki yoktur (H_{2a} ve H_{2b} ret edilmiştir). Öte yandan yerel halkın turiste olan *sempatik anlayışı* ve onların mevcut turizm gelişmelerine karşı tutumları arasında anlamlı bir ilişki olmasına rağmen negatif bir ilişki söz konusudur (*turizmi geliştirme destekleri*: $\beta=-0.31$, $t=-3.95$, $p<0.001$; *topluma katkı*: $\beta=-0.17$, $t=-2.09$, $p<0.05$).

Bu sonuçlar önceki çalışmalar ile benzerlik göstermektedir (Woosnam, 2012; Hasani vd., 2016; Erul vd., 2020). Örneğin, Woosnam (2012) duygusal dayanışma faktörlerinden sadece ikisinin tutum faktörlerini belirlediğini bulmuştur. Woosnam (2012) yaptığı çalışmaya göre *karşılama doğası* ve *sempatik anlayış* faktörlerini yerel halkın mevcut *turizmi geliştirme desteklerini* (R^2 %37), *duygusal yakınlık* ve *sempatik anlayış* faktörlerinin ise turizmin *topluma katkısı* faktörünü belirlemede önemli bir öncü olarak bulmuştur (R^2 %29). Mevcut çalışmada ise bu ilişkiler daha uyumlu, açıklayıcı ve yüksektir (R^2 : %52 ve %60). Yani yerel halkın turiste olan *karşılama doğası* ve *sempatik anlayışı*, onların *turizmi geliştirme desteklerinin* %52 ve *topluma katkısının* %60 varyansını hesaplamaktadır. Öte yandan Erul vd. (2020) tüm duygusal dayanışma faktörlerin anlamlı ve pozitif olarak *turizmi geliştirme desteğini* öngördüğünü bulurken (R^2 $_{SMC}$: 0.45), Hasani vd. (2016) yalnızca *karşılama doğasını* onların *turizmi geliştirme desteği* tutumunun anlamlı bir öncüsü olarak bulmuşlardır (R^2 $_{SMC}$: 0.48).

Araştırmanın en önemli bulgusu ise yerel halkın mevcut turizm gelişmelerine olan tutumları (*turizmi geliştirme destekleri* ve *topluma katkı*) onların potansiyel turizm gelişimi arzularını (R^2 *sürdürülebilir turizm gelişmesi* için %14 ve R^2 *hizmet turizmi gelişmesi* için %12) ön görmektedir. Yerel halkın mevcut *turizmi geliştirme destekleri* onların potansiyel *sürdürülebilir turizm gelişmesi* arzusunu anlamlı ve pozitif olarak belirlerken ($\beta=0.26$, $t=4.46$, $p<0.001$), *hizmet turizm gelişmesi* ile anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($\beta=0.09$, $t=1.46$, $p>0.05$). Öte yandan yerel halkın mevcut turizmden algıladıkları pozitif etkiler (*topluma katkı*) onların hem potansiyel *sürdürülebilir turizm gelişmesi* arzusunu ($\beta=0.15$, $t=2.60$, $p<0.01$) hem de potansiyel *hizmet turizm gelişmesi* arzusunu ($\beta=0.28$, $t=4.11$, $p<0.001$) anlamlı ve pozitif olarak tahmin etmektedir. Kısaca H_{4b} , H_{5a} ve H_{5b} kabul edilmiştir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta yerel halkın turistlerle olan karşılama doğası onların turizme yönelik tutumlarını tahmin etmekte ve bu tutumlar (*turizmi geliştirme destekleri* ve *topluma katkı*) onları *sürdürülebilir turizm gelişmelerine* doğru yönlendirmektedir ve bu değer-inanç-norm kuramını desteklemektedir. Buradan yola çıkarak denilebilir ki yerel halkın turistlerle olan duygusal birlikteliği arttıkça onların turizm etkilerine karşı olan tutumları da artacaktır ve bu tutumlar onların potansiyel turizm geliştirme arzularını belirleyecektir. Yerel halkın turistlerle olan duygusal birlikteliği (turiste ve turizme verdiği değer) onların turizm destekleme tutumlarını ve turizmin topluma olan katkısını (turizme olan inancı) etkileyecektir. Bu tutumlar da potansiyel turizm gelişmeleri arzularını öngörecektir (norm).

Her araştırmada olduğu gibi bu çalışmanın da bazı kısıtları bulunmaktadır: Birincisi araştırma sadece turizm yoğunluğu yüksek ilçelerle yürütülmüştür bundan sonraki çalışmalar diğer ilçeleri de dâhil edip daha iyi ve uygun bir genelleme yapabilir. Yine katılımcıların çoğunluğu turizmle ilgili çalışmakta (%52) ve erkek (%62) bireylerden oluşmaktadır. Sonraki çalışmalar bayanların çalışmaya daha fazla katılımını sağlar ve gelir durumu turizmle ilişkisi olmayan kişileri de dikkate alırsa daha objektif sonuçlar elde edebilir. Son olarak ise araştırmaya sadece turizmin sağladığı pozitif etkiler eklenmiş ama olumsuz etkiler çalışmaya dâhil edilmemiştir. İleriki çalışmalar turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel olumsuz etkilerini de ölçerse R^2 değeri farklılık gösterebilir.

Yine bu çalışma sonuçları neticesinde pratik uygulamalar tavsiye edilmektedir. Bunlar sırasıyla şu şekildedir: Turizm kural koyucuları yerel halkın turizme olan bakış açılarını göz önünde bulundurmalarıdır. Onların istekleri, arzuları ve şikâyetlerini dinlenmeli ve dikkate alınmalıdır. Bunu yapabilmek adına haftalık veya aylık toplantılar düzenlenmeli ve yerel halk turizm planlamasına dâhil edilmelidir. Turizm ile ilgili toplantılara, aktivitelere, faaliyetlere ve turizm gelişmelerine yerel halkın direkt dâhil olması turizmin sürdürülebilirliği açısından önemli bir rol oynamaktadır. Eğer yerel halk göz ardı edilirse yerel halk turiste ve turizme karşı olumlu ve hoşgörülü bir tutum yerine, olumsuz ve saldırgan bir tutum sergileyebilir.

Çalışmaya bakıldığında yerel halkın turistle olan duygusal birlikteliği onların olumlu tutumlara sahip olmasına yol açmaktadır. Buradan yola çıkarak yerel halk ile turistin yakınlaşmasını sağlayacak daha çok ortak aktivite, festival ve organizasyonlar düzenlenmelidir. Yine turizmden elde edilen gelirler ile altyapı, ulaşım, park gibi yerel halkın ihtiyaç ve giderleri de karşılanarak onların turizme olan tutumları olumlu yönde değiştirilebilir. Turizmden elde edilecek gelirler veya vergiler ile oluşturulan parklar, ulaşım araçlarının gelişimi, bedava festivaller ve organizasyonlar yerel halkın turistle kaynaşmasını sağlayacak ve bunun sonucunda onları gelecek turizm gelişmeleri arzularını geliştirecektir. Bununla birlikte çalışma bulguları sonucunda turizm otoriteleri gerek tüm şehri kapsayıcı anketler düzenleyerek gerekse yerel halk temsilcilerini turizm toplantılarına çağırarak ya da mitingler organize ederek onların mevcut turizm gelişimi ve ilerideki turizm hakkındaki görüş ve taleplerini göz önünde bulundurmalarıdır.

Sonuç olarak bu çalışma yerel halkın potansiyel turizm gelişmeleri arzularını belirlemek için sadece bireysel ve toplumsal ekonomik çıkarları değil, aynı zaman da onların turistlerle olan duygusal birlikteliğini de göz önünde bulundurmuştur. Eğer başarılı ve sürdürülebilir bir turizm gelişmesi istiyorsak, yerel halkın hislerini, perspektiflerini ve düşüncelerini içeren turizm planlamalarına ihtiyaç vardır (Avcı, 2020: 542; Bayram ve Alkaya, 2020: 1030). Bu çalışma yerel halkın turizm açısından hayati önemini bir kez daha vurgulamış ve/veya kanıtlamıştır. Mevcut turizm gelişmelerinin ve faaliyetlerinin devamı, gelecek ve potansiyel turizm gelişmelerinin gerçekleşmesi, başarılı bir turizm planlaması ve en önemlisi turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması yerel halk olmadan düşünülemez (Avcı, 2020: 554; Erul vd., 2020; 12; Koçoğlu vd., 2020: 214).

KAYNAKÇA

- Aleshinloye, K. D., Woosnam, K. M., Erul, E., Suess, C., Kong, I. and Boley, B. B. (2021). Which construct is better at explaining residents' involvement in tourism; emotional solidarity or empowerment?. *Current Issues in Tourism*. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1881051>
- Andereck, K. L. and Vogt, C. A. (2000). The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel Research*, 39(1), 27-36.
- Avcı, M. (2020). Turizmde Gelişmenin, Yöre Halkı Üzerinde Oluşturduğu Toplumsal ve Kültürel Etkilerin Araştırılması: Kastamonu Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 540-556.
- Bayram, Ü. ve Alkaya, S. (2020). Sürdürülebilir Turizm Planlaması İçin Yerel Halkın Turizme Bakış Açısının Değerlendirilmesi: Buldan Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1028-1043.

- Beall, J. M., Boley, B. B., Landon, A. C. and Woosnam, K. M. (2021). What drives ecotourism: environmental values or symbolic conspicuous consumption?. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(8), 1215-1234.
- Byrne, B. M. (2016). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming (2nd ed.)*. New York, NY: Routledge.
- Choi, H., Jang, J. and Kandampully, J. (2015). Application of the extended VBN theory to understand consumers' decisions about green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 51, 87–95.
- Denley, T. J., Woosnam, K. M., Ribeiro, M. A., Boley, B. B., Hehir, C. and Abrams, J. (2020). Individuals' intentions to engage in last chance tourism: Applying the value-belief-norm model. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(11),1860-1881.
- Doh, M. (2006). *Change through tourism: Resident perceptions of tourism development*. Unpublished Doctoral Dissertation, Texas A&M University, College Station, TX.
- Erul, E. and Woosnam, K. M. (2021). Explaining Residents' Behavioral Support for Tourism through Two Theoretical Frameworks. *Journal of Travel Research*. <https://doi.org/10.1177/0047287520987619>
- Erul, E., Woosnam, K. M. and McIntosh, W. A. (2020). Considering emotional solidarity and the theory of planned behavior in explaining behavioral intentions to support tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(8), 1158-1173.
- Cursoy, D., Milito, M. C. and Nunkoo, R. (2017). Residents' support for a mega-event: The case of the 2014 FIFA World Cup, Natal, Brazil. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(4), 344–352.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. and Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis (7th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hall, C. M. and Lew, A. A. (2009). *Understanding and managing tourism impacts: An integrated approach*. New York: Routledge.
- Hammarstrom, G. (2005). The Construct of Intergenerational Solidarity in a Lineage Perspective: A Discussion on Underlying Theoretical Assumptions. *Journal of Aging Studies*, 19(1), 33-51.
- Han, H. (2015). Travelers' pro-environmental behavior in a green lodging context: Converging value-belief-norm theory and the theory of planned behavior. *Tourism Management*, 47, 164-177.
- Han, H., Olya, H. G., Cho, S. B. and Kim, W. (2018). Understanding museum vacationers' eco-friendly decision-making process: strengthening the VBN framework. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(6), 855–872.
- Hasani, A., Moghavvemi, S. and Hamzah, A. (2016). The impact of emotional solidarity on residents' attitude and tourism development. *PloS one*, 11(6). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0157624>
- Joo, D., Woosnam, K. M., Lee, S. and Lee, C. K. (2020). Destination loyalty as explained through self-congruity, emotional solidarity, and travel satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 338-347.
- Joo, D., Xu, W., Lee, J., Lee, C. K. and Woosnam, K. M. (2021). Residents' perceived risk, emotional solidarity, and support for tourism amidst the COVID-19 pandemic. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100553. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100553>

- Juric, J., Lindenmeier, J. and Arnold, C. (2020). Do emotional solidarity factors mediate the effect of personality traits on the inclination to use nonmonetary peer-to-peer accommodation networks? *Journal of Travel Research*, 60(1), 47-64. <https://doi.org/10.1177/0047287519895127>
- Kiatkawsin, K. and Han, H. (2017). Young travelers' intention to behave pro-environmentally: Merging the value-belief-norm theory and the expectancy theory. *Tourism Management*, 59, 76-88.
- Koçoğlu, C. M., Saraç, Ö. ve Batman, O. (2020). Safranbolu'da sürdürülebilir turizm gelişmesine yönelik yerel halkın tutumları. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 202-219.
- Landon, A. C., Woosnam, K. M. and Boley, B. B. (2018). Modeling the psychological antecedents to tourists' pro-sustainable behaviors: An application of the value-belief-norm model. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(6), 957-972.
- Li, X. and Wan, Y. K. P. (2017). Residents' support for festivals: Integration of emotional solidarity. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(4), 517-535.
- Mason, P. (2008). *Tourism impacts, planning and management*, 2nd edition. London: Routledge.
- Megeirhi, H. A., Woosnam, K. M., Ribeiro, M. A., Ramkissoon, H. and Denley, T. J. (2020). Employing a value-belief-norm framework to gauge Carthage residents' intentions to support sustainable cultural heritage tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(9), 1351-1370.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A community approach*. London: Routledge.
- Nunkoo, R. and So, K. K. F. (2016). Residents' support for tourism: Testing alternative structural models. *Journal of Travel Research*, 55(7), 847-861.
- Olya, H. G. and Akhshik, A. (2019). Tackling the complexity of the pro-environmental behavior intentions of visitors to turtle sites. *Journal of Travel Research*, 58(2), 313-332.
- Phuc, H. N. and Nguyen, H. M. (2020). The importance of collaboration and emotional solidarity in residents' support for sustainable urban tourism: case study Ho Chi Minh City. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1831520>
- Ribeiro, M. A., Woosnam, K. M., Pinto, P. and Silva, J. A. (2018). Tourists' destination loyalty through emotional solidarity with residents: An integrative moderated mediation model. *Journal of Travel Research*, 57(3), 279-295.
- Schumacker, R. and Lomax, R. (2010). *A beginner's guide to structural equation modeling (3rd ed.)*. New York, NY: Routledge.
- Sharma, R. and Gupta, A. (2020). Pro-environmental behaviour among tourists visiting national parks: Application of value-belief-norm theory in an emerging economy context. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(8), 829-840.
- Simpson, J. J. and Simpson, P. M. (2017). Emotional solidarity with destination security forces. *Journal of Travel Research*, 56(7), 927-940.
- Solmaz, S. A. ve Oğuz, H. U. (2020). Kırsal Alanlarda Yaşayan Yerel Halkın Kırsal Turizme Bakışının Belirlenmesi: İznik ve Orhangazi Kırsal Yerleşimlerine Yönelik Ampirik Bir Araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 294-313.

- Stern, P. C., Dietz, T., Abel, T., Guagnano, G. A. and Kalof, L. (1999). A Value-Belief-Norm Theory of support for social movements: The case of environmentalism. *Human Ecology Review*, 6(2), 81–97.
- Suess, C., Woosnam, K. M. and Erul, E. (2020). Stranger-danger? Understanding the moderating effects of children in the household on non-hosting residents' emotional solidarity with Airbnb visitors, feeling safe, and support for Airbnb. *Tourism Management*, 77, 103952
- T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Turizm İstatistikleri, 2020, <https://antalya.ktb.gov.tr/TR-175552/turizm-istatistikleri.html> (Erişim Tarihi: 03.12.2020).
- T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, Resmi Turizm İstatistikleri, 2020, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> (Erişim Tarihi: 01.12.2020).
- T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, Resmi Turizm İstatistikleri, 2021, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> (Erişim Tarihi: 01.09.2021).
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Yıllara Göre İl Nüfusları 2000-2019, 2020, <https://data.tuik.gov.tr/Search/Search?text=nüfus> (Erişim Tarihi: 03.12.2020).
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO), International Tourism Highlights, 2019, <https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> (Erişim Tarihi: 01.12.2020).
- Woosnam, K. M. (2012). Using emotional solidarity to explain residents' attitudes about tourism and tourism development. *Journal of Travel Research*, 51(3), 315-327.
- Woosnam, K. M., Aleshinloye, K. D., Strzelecka, M. and Erul, E. (2018). The role of place attachment in developing emotional solidarity with residents. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(7), 1058–1066.
- Woosnam, K. M., Erul, E. and Ribeiro, M. A. (2017). Heterogeneous community perspectives of emotional solidarity with tourists: Considering Antalya, Turkey. *International Journal of Tourism Research*, 19(6), 639–647.
- Woosnam, K. M. and Norman, W. C. (2010). Measuring residents' emotional solidarity with tourists: Scale development of Durkheim's theoretical constructs. *Journal of Travel Research*, 49(3), 365–380.