

Makalenin Gönderim Tarihi: 13.09.2018; Makalenin Kabul Tarihi: 25.10.2018

## Gençlerin Turizm Algısı ve Turizme Verilen Destek; Sakarya Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

**Doç. Dr. Burhanettin ZENGİN**

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği  
bzengin@sakarya.edu.tr, Orcid ID: 0000-0002-6368-0969

**Prof. Dr. Said KINGİR**

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği  
saidkingir@sakarya.edu.tr, Orcid ID: 0000-0002-5459-3484

**Nilüfer ŞAHİN TEZCAN**

Sakarya Üniversitesi, S.B.E Turizm İşletmeciliği A.B.D  
nilufer-sahin-@hotmail.com, Orcid ID: 0000-0002-0403-5150

### Öz

Sürekli değişim ve gelişim gösteren turizm hareketleri; farklı alternatifler altında incelenmeye ve birçok çalışmaya da konu olmaya devam etmektedir. Gençlik turizmi bu alternatifler arasında dikkat çeken ve geleceği iyi görünenlerden biridir. Bu bağlamda bugünün ve geleceğin turist profilini oluşturan gençlerin turizm algılarının incelenmesi önem taşımaktadır. Çalışmanın ana amacı; gençlerin turizm hakkında çevresel, ekonomik, sosyo-kültürel algılarının ve bu doğrultuda turizme verdikleri desteğin bazı değişkenlere göre farklılıklarının ölçülmesidir. Araştırma nicel bir çalışma olarak tasarlanmış, araştırma evrenini Sakarya Üniversitesi öğrencilerinden oluşturmuş ve veri toplamada anket tekniğinden yararlanılmıştır. Geri dönüşü sağlanan 445 anket formundan elde edilen veriler; SPSS istatistiksel analiz programı yardımı ile faktör analizi, güvenilirlik analizi, frekans analizi, t testi ve Anova testlerine tabi tutulmuştur. Analizler sonucu; meydana gelen anlamlı farklılıkların genel olarak turizmin algılanan negatif etkilerinden kaynaklandığı ortaya çıkmıştır. Araştırma bulguları yardımcı ile ilgili paydaşlara ve yeni çalışmalar yürütecek olan araştırmacılara çeşitli öneriler de getirilmeye çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Gençlik Turizmi, Turizm Algısı, Turizm Desteği

**Jel Kodu:** Z39

### Tourism Perception of Young People and Tourism Support; A Research on The Students of Sakarya University

#### Abstract

Constant changing and developing the notion of tourism movements has continues to be studied under different alternatives and to be subject to many

studies. Youth tourism is one of the notable and looks good in the future alternatives. In this context, it is important to examine the tourism perceptions of young people who create today and tomorrow's tourist profile. In the study, it is aimed to measure differences according to some variables young people's environmental, economic, socio-cultural perceptions about tourism and the support they give to the tourism. The research was designed as a quantitative study, the research population was determined as the students of Sakarya University and the data were collecting the questionnaire technique. Factor analysis, reliability analyzes, frequency analyzes, t tests and ANOVA tests were applied to the data obtained from 445 questionnaire forms via SPSS package program. Several suggestions have been made to the stakeholders regarding the research findings aid and the researchers who will carry out the new studies.

**Keywords:** Youth Tourism, Tourism Perception, Tourism Support

**Jel Code:** Z39

## Giriş

İnsanlar yaradılışlarından günümüze değişik amaçlarla yer değiştirerek, devamlı yaşadıkları yerlerden farklı yerlere seyahatler gerçekleştirmekte ve çoğu zaman da çeşitli sürelerde konaklamalar da yapmaktadırlar. Turizm faaliyetlerine katılan bireylerin seyahat etme amaçlarının günden güne farklılaştığı ve gerçekleştirilen birçok faaliyetin turizm kapsamında gerçekleştirildiği söylenebilir. Turizm gelişimini sürdüren, gelecekte de bu gelişimini sürdüreceği düşünülen, ülke ekonomisi üzerine genelde olumlu etkileri bulunan önemli bir endüstridir. Turizm hareketlerinin gelişimi bir yandan ülke/bölge ekonomilerine olumlu katkılar sağlarken, öte yandan ülke/bölgelerin çevresel, sosyal ve kültürel kalkınmalarına da olumlu katkılar sağladığı söylenebilir. Bu olumlu katkılar sayesinde gelişimi desteklenen bir endüstri durumundadır.

Alternatif turizm kavramı altında incelenebilecek birçok konu başlığı bulunmaktadır. Bunlardan bazıları; gençlik turizmi, sağlık turizmi, yaya turizmi, mağara turizmi, inanç turizmi, kültür turizmi, kongre turizmi, göl turizmi, kamp ve karavan turizmi vb. şeklinde sıralanabilir. Bu konular; ziyaret edilen yere göre, katılımcıların sayısı, yaş aralıkları, sosyoekonomik güçleri, seyahat amaçlarına göre veya daha farklı şekillerde tasnif edilebilir. Çalışma kapsamında ele alınacak olan gençlik turizmi kavramı yaşa göre sınıflandırma içinde bulunan; üçüncü yaş turizmi, orta yaş turizmi ve gençlik turizmi konularından biridir. Turizm faaliyetlerine katılım sağlayan gençlerin kendilerine sağlayacakları çok sayıda fayda söz konusudur. Farklı kişilerle iletişime geçen, sosyalleşen gençlerin zaman içinde kendilerine olan güvenleri artış göstermektedir. Yeni yerler görüp, farklı deneyimler yaşayan, farklı kültürleri yakından tanıma fırsatı

bulan gençler kendilerini geliştirmek adına oldukça büyük adımlar atma imkanı bulmuş olacaktırlar.

## 1.Literatür İncelemesi

İnsanların sürekli yaşadıkları, konutlarının bulunduğu yerden geçici süreli ayrılıp, gezi amacıyla gittikleri yerlerde yaptıkları geçici konaklamalardan doğan ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik faaliyetler turizm kapsamında değerlendirilmektedir (Olalı & Timur, 1988: 17). Turizm, turist için her şeyden önce ulaşım, konaklama, yeme-içme, eğlence ve dinlenme gereksinimlerinin karşılandığı hizmetler bilesimidir (Bahar & Kozak, 2008: 29). Geçmiş yıllardan bugüne varlığını sürdüren turizm kavramının Türkiye'deki gelişim aşamaları şu şekilde sıralanabilir; 80'li yıllarda başlayan gelişim öncelikli olarak kıyı turizmi olarak baş göstermiş ve deniz-kum-güneş üçlüsünden meydana gelmiştir. Bu potansiyele sahip bölgelerde yapılanmalar gelişmiş, deniz kıyıları önem kazanmıştır. Kıyı bölgelerde meydana gelen yoğunlaşma sonucu ortaya çıkan etkilerin azaltılması, turizmden daha fazla pay alma, diğer bölgelerinde turizme katılması ve turizm faaliyetlerinin tüm yıla yayılması amacıyla alternatif turizm kavramı ortaya çıkmıştır (Zengin, 2011: 137).

Alternatif turizm; İnsanların tüketim anlayışı kalıplarında; sosyal, ekonomik ve teknolojik bakımdan değişiklikler meydana gelmektedir. Bu değişiklikler turizm sektöründe etkilerini göstermektedir. Bu etkilerin turizm talebindeki değişimler üzerinde görülmesi mümkündür. Talepteki değişimler kitle turizminden, doğaya doğru yönelmektedir. Seyahat edeceği yerler hakkında derinlemesine araştırma yapma imkânına sahip olan günümüz turistleri farklı kriterleri göz önünde bulundurarak tercihlerini istedikleri yönde yapmaktadır. Bireyler tatil tercihlerini, daha anlamlı olacak, daha eşsiz olacak yönde şekillendirme eğilimindedir (Kahraman & Türkay, 2014: 44). Bu doğrultuda turist taleplerini en iyi şekilde karşılamak amacıyla gerçekleştirilmesi gereken alternatif turizm kavramı ortaya çıkmıştır. Alternatif turizm; sosyal, ekolojik ve tarihi yapıya zarar vermeden doğadan faydalanma, doğa çevre ve arkeolojik alanların korunmasını sağlama, yerel halkın ekonomik faaliyetlerine fayda sağlama, bölgenin gelişimi, araştırılması esasları ile sürdürülebilir turizmi amaçlayan bir turizm çeşididir. Alternatif turizm 4 mevsim turizme olanak sağlamaktadır (Yılmaz , 2016: 2). Gençlik turizmi; alternatif turizm türlerinden biri olan gençlik turizmi, 15-25 yaş arasındaki bireylerin ailelerinden bağımsız, kamu ve özel kurumların destek ve teşvikler vasıtasıyla, bireysel veya grup halinde yaptıkları konaklama ve seyahatleri içeren turizm türüdür (Oral, 1992: 126). Kimi çalışmalar yaş grubunu 15-30 yaş aralığına kadar genişletilebileceğini ileri sürmektedir. Uzayan insan yaşamında gençlik yıllarının daha uzun bir sınıf içinde değerlendirilmesi yanlış olmayacaktır.

Başka bir tanıma göre gençlik turizmi; dünyayı tanıma ve görme arzusu bulunan fakat maddi olanaklar bakımından kısıtlılıklar içinde bulunan genç nüfusun, yalnız ya da kendi yaş grubundan başka kişilerle, kendilerine sunulan

konaklama, ulaşım ve diğer olanakları değerlendirerek farklı yerleri ziyaret etmeleridir (Usta, 2002: 39). Tanımdan anlaşılacağı üzere hayatının başlangıcında olan gençlerin maddi konuları ön plana çıkmaktadır. Bireylerin bu yaş döneminde öğrenci olmaları ve aktif iş yaşamına atılmamış olmaları, dünyayı gezip, görme tanıma isteklerinin önüne geçebilecek durumdadır.

Günümüzde turizmin bir kitle hareketi niteliği kazanması bütün yaş gruplarından insanların turizme katılımlarının artmasıyla gerçekleşmiştir. Turistik hareketlere en fazla katılan ve böylece turizm gelişimine en büyük katkısı olan grup gençlerdir (Öztaş, 2002: 30). Gençler buldukları yaştan dolayı sahip oldukları yüksek enerjilerini açığa vurmaya, bağımsızlıklarını kanıtlamak, yaşamda anlam bulmak ve bir kimlik elde etmek için çevrelerini araştırmak ve değiştirmek istemektedirler. Bu amaçlarla yola çıkarak yeni şeyler öğrenmeye, değişik yaşam biçimlerini araştırmaya ve yeni şeyler görmeye çabalarlar. Bu olanağı gençlere sağlayan en iyi fırsat turizmdir. Bu yüzden gençlerin diğer yaş gruplarına göre daha fazla seyahati şaşırtıcı değildir (Doğan, 1992: 8). Gençlerin kişilik gelişiminde, yeni yer ve yaşamlar öğrenmelerinde, sosyal ilişkilerini artırmalarında yaptıkları seyahatlerin büyük etkileri vardır. Turizm faaliyetleri seyahat etmeyi ve seyahat ederken öğrenmeyi sağlayan aktiviteleri içermektedir. Genellikle eğitimi sürdürmekte olan ve maddi olanaklar bakımından sınırlı kaynaklara sahip olan genç nüfusun kendilerine sunulan indirimli ulaşım ve konaklama olanakları kapsamında gerçekleştirdikleri seyahatler gençlik turizminin kapsamına girmektedir. İzci kampları, gençlik kampları, spor kampları gibi faaliyetler genç nüfusun eğlenme, dinlenme, yeni kültür ve yerler tanımaları için cazip seçenekler arasında yer almaktadır (İçöz, 2007: 87). Turizme katılan gençlerin aile gelirine bağımlı olması ya da sınırlı öğrenci bütçesiyle hareket etmesinden dolayı bazı ülkeler de 'sosyal turizm' kapsamında ele alınabilmektedir. Genç nüfus sahip olduğu psikolojik yapı dolayısıyla harekete, maceraya ve değişime açık kişilik yapısı taşımaktadır. Gençlerin aile bağlarının ve sorumluluklarının az olması, konaklama yerlerinin seçiminde çok titiz davranmamaları bu yaş grubundakilerin seyahat eğilimlerini artırmaktadır (Kozak vd., 2009: 14). Türkiye'de öğrenci yurtlarının yaz aylarında turizm amaçlı kullanılmaya başlanması, ulaşımında gençler için uygulanan indirimler gençlik turizminin gelişimi için atılan önemli adımlardandır. Gençlerin vazgeçilmezi olan internet kullanımının artması, turizme yönelik çekici sitelerin varlığı alternatif turizmin gelişimine katkı sağlamıştır (Öztaş, 2002: 30).

Ülkemizde Kültür ve Turizm Bakanlığı Eğitim Merkezleri, Yüksek Öğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu, Çevre ve Orman Bakanlığı Orman Kampları, Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü Merkez Gençlik Kampları her yıl gençlere yönelik çeşitli bölgelere ulusal ve uluslararası katılımlı gençlik kampları düzenleyerek gençlik turizmine katkı sağlamaktadır (Koroğlu & Güleç, 2008: 44). Gençlik turizminin gelişimi için gençlere konaklama, kültür ve eğlence yerleri ile enformasyon teşvikleri sağlanmalıdır. Gençlere yönelik olarak kamu ve özel kesim tarafından teşvikler düzenlenerek gençlik turizmi geliştirilebilir (Stivala,

1992: 51). Milyonlarca insanın her yıl turizm kapsamına giren biçimde devamlı yerleşim yerlerinin dışına yaptıkları seyahatler; ekonomik, sosyolojik, politik ve hukuki birçok meselelerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel olarak geniş etkiler oluşturan, turizm olarak nitelendirilen olay günümüz uygarlığının temel özelliklerinden biri halini almıştır (Aktaş, 2002: 1).

**Sosyo-kültürel etkiler;** Turizm insan yaşamında etkili olduğu kadar toplum yaşamı üzerinde de etkileri bulunan bir olgu durumundadır. Turizm bir toplumun dünya görüşünü anlayışını ve diğer ülke insanlarına bakış açısını etkileyen sosyal bir olaydır. Turizm faaliyetlerine katılıp başka ülkelere seyahat eden bireyler o ülke insanlarından etkilenebilecekleri gibi onları da önemli şekillerde etkileyebilmektedir. Toplumun sosyal yapısı üzerine etkileri bakımından; var olan sosyal değerlere, kişisel davranışlara, aile içi ilişkilere, güvenlik kavramına, ahlaki kurallara, toplumun sosyal yapısına doğrudan veya dolaylı olarak etkileri bulunmaktadır (Öztaş, 2002: 38).

Bireyler günlük yaşamlarında diğer bireylerle sürekli etkileşim halindedir. Bu bir toplum içinde yaşamının kaçınılmaz koşullarındandır. Bireyler turist olduklarında çeşitli turistik davranışlar sergilemeye başlar. Turist olarak toplumsallaşmaya katıldıklarında ortaya karşılıklı olarak bazı davranışlar çıkabilmektedir. Bunlar (Rızaoğlu, 2012: 249); hoşgörü ve anlayış, nezaket ve konukseverlik, anlaşabilme becerilerinin geliştirilmesi, insancılık ve dışa dönüklük gibi birçok etmen sıralanabilir. Turizm sürekli değişim gösteren bir olgudur. Ziyaretçi hareketlerinin büyüklüğü, çapraz kültürel etkiler ve turizmin beraberinde getirdiği ticari fırsatlar kaçınılmaz olarak toplumlara etkilemektedir (Avcıkurt, 2003: 40). Turizmin bir bölgeyi olumsuz yönde etkileyebileceği olayların gerçekleşebileceği gibi, durum her zaman bu yönde olmayabilir. Dikkatli planlanıp iyi organize edilmiş bilinçli turizm faaliyetleri ile fikir, insan, dil ve diğer kültürel özelliklerin çeşitliliğinden ve dış dünya ile birey arasında kurulan köprülerden bölge insanları da faydalanabilir (Özdemir M., 1992: 71). Turistler gittikleri bölgede yaşayan yerlilerin gözünde yabancıdırlar. Turistler ve yerliler arasında kurulan ilişkilere göre davranışlar yakın davranıştan aşırı saldırgan davranışa kadar değişkenlik gösterebilir (Rızaoğlu, 2012: 273). Her alanda olduğu gibi turizmin sosyal etkileri alanında da farklı görüşler mevcuttur. Turizmin sosyal etkilerinin olumlu veya olumsuz yönde olabileceği düşünülmektedir. Turist yerli ilişki biçimlerinin engelleyici yönde olması; ilgisizlik, ticari sömürü, suç işleme ve saldırı davranışlarını ortaya çıkarırken; destekleyici yönde olması; ilgilenme, yardım etme, arkadaşlık davranışlarını ortaya çıkarmaktadır (Rızaoğlu, 2012: 285).

**Ekonomik Etkiler;** Parasal ve kitlesel bir hareket haline gelen turizmin ülke ekonomileri üzerine oluşturduğu etkiler bulunmaktadır. Ülkelerin karşılaştığı ulusal ve uluslararası ekonomik sorunların çözümünde ve darboğazların açılmasında turizm adeta bir çıkış noktası niteliği görmüştür. Turistlerin

ihtiyaçlarını karşılamak için yaptıkları harcamalar, ekonomi içine dalga dalga yayılarak bir canlılık getirmektedir (Öztaş, 2002: 59). Hizmet sektörü içinde ağırlığını hissettiren yapıda olan turizm sektörü 67 sektörden direkt girdi kullanan yapıdadır. Birçok sektörü doğrudan etkilemektedir (Selçuk, 2013: 97). Bir turistin gerçekleştirdiği harcamalar ev sahibi ülkenin ekonomisine fonları sağladığında meydana gelen etki asıl harcanan paranın katı olarak ifade edilir. Turist harcamaları yerel halka dolaylı ya da dolaysız olarak gelir oluşturduğundan, bir gelir çarpanı olarak düşünülebilir. Artan harcamalar çok sayıda iş oluşturduğunda istihdam çarpanı halini alır, para yıl içinde birçok kez el değiştirdiğinden işlem çarpanı söz konusu olur. Satışlardan elde edilen vergiler de büyük öneme sahiptir. Bir destinasyon büyüdükçe daha çok alt ve üst yapı inşa edilir. Bunun sonucu da sermaye çarpanıdır (Özdemir M., 1992: 45). Turizme gelir getirici özelliğinden dolayı devlet tarafından da önemli ölçüde kaynaklar ayrılmakta, teşvikler verilmekte ve teşkilatlar kurulmaktadır (Özdemir M., 1992: 39).

Dünya genelinde en fazla turist çeken ve turizm geliri elde eden ülkelere bakıldığında, çoğunun gelişmiş batı ülkeleri olduğu görülmektedir. Turizmin ekonomi üzerindeki etkileri gelişmiş ülkelerde diğer ülkelere göre daha fazladır. Gelişmekte olan ülkeler için turizmden sağlanan gelir, ülkenin kalkınma, büyüme ve gelişimleri açısından çok önemlidir (Bahar & Kozak, 2008: 59). Turizmin ülke ekonomisi üzerine olumlu etkileri; GSMH'nin genişlemesine destek vermesi, yeni istihdam alanlarının açılmasını sağlaması, çarpan çoğalan etkisi ile diğer sektörler üzerine uyarıcı etki yapması akla gelen en genel etkilerdir. Bunların yanı sıra olumsuz etkiler; artan yaşam pahalılığı, fırsat maliyetinin iyi hesaplanamaması gibi birçok faktör sıralanabilir (Bahar & Kozak, 2008: 153).

**Çevresel Etkiler;** Turizm ve çevre kavramları iç içe olan kavramlar durumundadır. Doğal ya da insan yapımı olabilen çevrede ziyaretçiler için çekici olabilecek birçok unsur sağlanmış olabilir (Avcıkurt, 2003: 33). Bir ülkeye yönelik olarak turizm hareketlerinin başlamasında ve gelişmesinde en önemli faktörün şüphesiz şekilde 'çevre' olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Çünkü turizm gücünü çevrede bulunan doğal, tarihi ve arkeolojik değerlerin varlığından sağlamaktadır. Turizmin sürdürülebilirliği bu çevre kaynaklarının koruma kullanma dengesinin sağlanmasından geçmektedir (Öztaş, 2002: 41). Turizm faaliyetlerinin başarılı olabilmesi için, temiz ve düzenli çevreye ihtiyaç duyulmaktadır. Bunun yanı sıra turizmin gösterdiği hızlı gelişim çevreye zarar verebilmektedir (Boyacıoğlu, 2013: 127). Turizmin çevreyle etkileşimi çevre kaynaklarının tahrip edilmesi gibi olumsuz yönde olabileceği gibi, çevre değerlerinin korunmasına yönelik olumlu yönde de gerçekleşebilmektedir. Turizmin çevre üzerindeki etkilerinin sınıflandırılması gerekirse, olumlu çevresel etkiler; doğal alanların korunması, arkeolojik-tarihi mekanların ve mimari tarzların korunması, çevre bilincinin ve kalitesinin artması, altyapının iyileştirilmesi vb.dir. Olumsuz çevresel etkiler; belirli zamanda aşırı

yoğunlaşmalar, çevre kirliliği, gürültü, altyapı yetersizliği, kalabalıklaşma, hizmetlerin aksaması, çarpık yapılaşma, verimli arazilerin tahribi, kırsal alanların kentsel bir havaya bürünmesi şeklinde sıralanabilir (Avcıkurt, 2003: 35). Dünya nüfusunun hızla artması, sanayileşme, kentleşme, ülke doğal hammaddelerini tehdit eden kirlenmeler ve diğer çevre sorunlarının insanlığın en önemli konularından biri haline geldiği görülmektedir. Havası ve suyu kirlenmemiş, toprağı bozulmamış, gürültüden ve diğer kirliliklerden arınmış, temiz, yeşil, sağlıklı ve ekolojik açıdan dengeli bir çevrede yaşamak insanların talep ettikleri bir durum haline gelmiştir (Boyacıoğlu, 2013: 129). Tüm bu olgulara rağmen turizm, ülkeleri insanları bir arada tutan birbirlerine yaklaştıran sosyal bir olgudur. Önemli olan olumsuz etkilerin en alt düzeyde tutulup, faydaların en üst seviyede tutulmasıdır (Öztaş, 2002: 41). Sürdürülebilir iktisadi büyüme kavramı ile turizm ekolojisi arasında denge çabaları sürdürülmelidir (Boyacıoğlu, 2013: 123).

Turizm algısı ve turizme verilen destek konuları geçmişten günümüze kadar farklı başlıklar altında birleşerek birçok çalışmaya konu olmuştur. Daha önce yapılan çalışmalarda kullanılan değişkenler genelde yerel halkın veya farklı grupların algılarını ölçmeyi amaçlarken, bu çalışmada gençlerin algıları üzerinde durulmuştur. Gençlerin turizm algısı hakkında yapılan çalışmaların eksikliğini giderilmesi amaçlanmıştır. Bu noktada diğer çalışmalardan farklılık göstermektedir. Günümüzde yeni çalışmalara da konu olmaya devam etmektedir. Benzer konularla ilgili daha önce yapılmış olan bazı çalışmaları sıralamak gerekirse; Murphy (1983) yaptığı çalışma sonucunda yerel halk ve idarenin yerel turizm gelişim algı ve tutumlarında önemli farklılıklar meydana gelebildiği sonucuna ulaşmıştır. Liu ve arkadaşları (1987) turizmin çevre üzerine etkilerini değerlendirmek amacıyla yaptıkları çalışma sonucunda; gelişmiş turizm destinasyonlarında olumlu ve olumsuz çevresel etkilerin daha fazla farkında olunduğu sonucuna ulaşmışlardır. Long ve arkadaşları (1990) yaptıkları çalışmada yerel halkın turizme verdikleri desteğin ekonomik yönü üzerine odaklanmışlardır. Turizmin ekonomik sonuçlara göre şekilleneceğini ileri sürmüşlerdir. Lindberg & Jhonson (1997) yaptıkları çalışma sonucunda turizmin sosyal negatif etkilerinin uzun dönemde gözlemlenebilecek değişimlere yol açacağı sonucunu ortaya koymuştur. Brunt & Courtney (1999) toplumun turizm algılama-sını incelemek amacıyla gerçekleştirilen çalışma sonucunda; turizmin sosyal etkilerinin uzun dönemde gözlemlenecek değişimleri beraberinde getirdiği sonucuna ulaşmıştır. Yoon ve arkadaşları (2001) yaptıkları çalışmada turizmin sosyal, çevresel, ekonomik ve kültürel etkilerinin toplam turizm etkisi üzerinde etki oluşturduğu ve bu faktörlerden en etkin olanın ise ekonomik etkiler olduğu sonucunu ortaya koymuşlardır. Berber (2003) yaptığı çalışmada turizmin ekonomik farklılaşma yaratmasından çok toplumsal farklılaşma yarattığı sonucunu ileri sürmüştür.

Choi & Sirakaya (2005) yerel halk üzerine yaptıkları çalışma sonucunda turizmin başarılı şekilde sürdürülmesinin temelinde yerel halkın olduğu, sosyal

ve ekonomik faktörlerin yerel halkın turizm gelişimine yönelik algılarını etkilediği sonuçlarını ortaya koymuştur. Akova (2006) yaptığı çalışmada yerel halk turizm algılamalarında iki farklı dönemi karşılaştırmış ve olumsuz algılamalarda azalma meydana geldiği sonucuna ulaşmıştır. Bahar (2006) gerçekleştirdiği çalışma sonucunda turizmin ekonomik büyüme üzerine olumlu etkiler oluşturduğu sonucuna ulaşmıştır. Ambroz (2008) yerel halk üzerine yaptığı çalışmada; yerel halkın turizmin gelişiminde rol oynadığı ve turizmin gelişimine karşı olumlu bir tutum sergilediklerinde gelişime katkı sağlayacakları sonucunu ortaya koymuştur.

Guo ve arkadaşları (2009) yaptıkları çalışmada turizm algısındaki en önemli etkiyi ekonomik faydaların gösterdiği ve sosyal, kültürel, çevresel faydaların da yerel halkın turizm algısını etkilediği sonuçlarını ortaya koymuştur. 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 sayılabileceğini ileri sürmüştür. Gümüş & Özüpekçe (2009) halkın turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerine yönelik yaptıkları çalışmada turizm faaliyetlerine yönelik görüşlerin olumlu olduğu, cinsiyete ve mesleğe göre farklılık meydana gelmezken öğrenim durumuna göre farklılıklar meydana geldiği sonuçlarını ortaya çıkarmıştır. McDowall (2010) yerel halkın turizmin etkilerine olumlu yaklaşımlarının turizmde kritik öneme sahip olduğu, sektörün kamu ve özel sektör harcamalarını uyaran, yeni iş imkânları sağlayan, alt yapı çalışmalarının artmasını sağlayan etkilere sahip olduğu ve bunların yanı sıra suç oranını düşüren, toplumsal huzura katkı sağlayan yapıda olduğu sonuçlarını ortaya koymuştur. Han ve arkadaşları (2011) yaptıkları çalışmada turizmin gelişimi ve ekonomik katkılarının, yerel halkın algısına bağlı olduğu sonucunu ileri sürmüştür. Turizm etkilerinde demografik özelliklere bağlı olarak meydana gelen farklılıkları incelemiştir.

Özdemir & Kervankıran (2011) yaptıkları çalışma sonucunda yerel halkın turizme olumlu yaklaştığını, turizmin ekonomik ve sosyo-kültürel olumsuz etkilerinin yanı sıra çevresel olumsuz etkileri olabildiği sonuçlarını ortaya koymuştur. Zhong ve arkadaşları (2011) yaptıkları çalışmada turizmin sosyal ve çevresel olumsuz etkileri üzerine odaklanmış, olumsuz etkilerin azaltılması için taşıma kapasitesinin gözetilmesi gerektiğini ileri sürmüştür. Çetin ve arkadaşları (2012) Türkiye’de öğrenim gören yabancı uyruklu öğrencilerin turizm değerlerine ilişkin fikirlerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdiği çalışmada, algılarının cinsiyete, aile gelir durumuna ve mezun olunan lise türüne göre anlamlı farklılıklar gösterdiği sonuçlarına ulaşmıştır.

Özaltın Türker (2014) yaptıkları çalışmada yerel halkın algılamalarında sosyo-kültürel etkilerinin ön plana çıktığı sonucunu ortaya koymuştur. Sharma & Gürsoy (2015) bireylerin turizmin etkileri hakkında algılarını ölçmek amacıyla gerçekleştirdikleri araştırma sonucunda; turizm etkisi algılarında yaş, cinsiyet,



gelir, eğitim, meslek gibi unsurların etkisinin olduğu sonucunu ortaya koymuşlardır. Deniz (2016) yaptığı çalışmada yerel halkın turizm algısını incelemeyi amaçlamış ve yörede yaşayan bireylerin başta ekonomik getiriler sebebiyle turizme olumlu yaklaştığı sonucunu ortaya koymuştur. Zengin ve arkadaşları (2017) yabancı ve yerli iki üniversitenin gençleri üzerine yaptıkları araştırma sonucunda; iki üniversitenin öğrencilerinin bölgesel turizm algılarında farklılıklar ortaya çıktığı, çevre ve ekonomik konulardaki algılarında benzerlikler meydana gelebildiği sonuçlarına ulaşılmıştır. Karakaş & Şengün (2017) yerel halkın turizm faaliyetlerine yönelik yaptıkları çalışma sonucunda yerel halkın turizme bakışının olumlu yönde olduğu, bunun nedeninin ise bölgeye ekonomik katkılarının bulunması olduğu sonucunu ortaya koymuşlardır. Çevresel etkiler bakımından ise turizmin zarardan çok yarar sağlanacağı sonucuna ulaşmışlardır.

Gelişen turizm faaliyetleri içinde alternatiflerden biri olarak değerlendirilen gençlik turizmi gelişimini hızla sürdürmeye devam etmektedir. Konuyla ilgili gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde; gençlik turizmi, turizmin algılanan sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkileri, turizme verilen destek gibi değişkenlerin çeşitli araştırmalara konu olmaya devam ettiği görülmektedir. Bahsedilen bu değişkenlerin gençlerin bakış açısıyla incelenmesiyle ne tür farklılıklar meydana geleceği konusunda yapılan çalışma kapsamında birkaç hipotez şu şekilde sıralanabilir;

**H1:** Gençlerin, turizmin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel pozitif etkiler bakımından algıları çeşitli değişkenlere göre anlamlı farklılık göstermektedir.

**H2:** Gençlerin, turizmin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel negatif etkiler bakımından algıları çeşitli değişkenlere göre anlamlı farklılık göstermektedir.

**H3:** Gençlerin turizme verdikleri destek çeşitli değişkenlere göre anlamlı farklılık göstermektedir.

## 2. Metodoloji

**Araştırmanın Amacı ve Önemi;** Bu araştırma, Sakarya Üniversitesi öğrencilerinin turizm algısı ve turizmin gelişimine verdikleri desteği ölçmek amacıyla yapılan bir çalışmadır. Çalışmada elde edilen veriler doğrultusunda öğrencilerin turizmin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkilerini algılamaları ve turizmin gelişimine verdikleri destek ortaya konulacaktır. Geleceğin turist profilini oluşturan bugünün gençlerinin bahsedilen değişkenler bakımından algılarında meydana gelen farklılıkların ölçülmesi çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

**Araştırmanın Evren, Örneklem, Yöntem ve Kısıtları;** Araştırma evrenini Sakarya Üniversitesi öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmada verilerin elde edilmesi amacıyla nicel analiz tekniklerinden anket formu yöntemi kullanılıp, beşli Likert tipi ölçekler tercih edilmiştir. Ankete katılanların demografik özelliklerini belirlemek için 10 ifade bulunmaktadır. Gençlerin turizm algısını ve turizme verdikleri desteği ölçmek amacıyla kullanılan ifadeler birçok farklı çalışmadan seçilip bir araya getirilmiş ve Güneş (2014) tarafından kullanılıp Türkçe'ye geçerlilik ve güvenilirliği sağlanan 28 sorudan oluşan ölçek kullanılmıştır. Ölçekte bulunan ilk 8 soru 'turizmin algılanan sosyo-kültürel pozitif ve negatif etkilerini ölçmektedir. 9. sorudan 16. soruya kadar 'turizmin algılanan ekonomik pozitif ve negatif etkilerini ölçmektedir. 17. sorudan 24. soruya kadar 'turizmin algılanan çevresel pozitif ve negatif etkileri ölçülmektedir. 25'den 28. Soruya kadar 'turizmin gelişimine verilen destek' ölçülmektedir.

Bu araştırmada örnekleme yöntemi olarak; olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan 'kolayda örnekleme' yöntemi tercih edilmiştir. Bu örnekleme tekniğinde çalışmada yer alacak olan birimlere araştırmacı karar verebilir (Bayram, 2015: 22). Kolayda örnekleme yönteminin temel mantığı olan; ankete cevap vermek isteyen tüm öğrencilerin örnekleme dâhil edilmesi gerektiği göz önünde bulundurularak ve kayıp verilerin önüne geçilmesi, ihtiyatlı olunması amacıyla toplamda 500 anket formu oluşturulup öğrencilere dağıtılmış, toplam 468 geri dönüş alınan anketin 445'inin kullanılabilir olduğu tespit edilmiş ve analize dahil edilmiştir.

Sakarya Üniversitesi öğrencilerinin turizm algısı ve turizme verdikleri desteği ölçmek amacıyla yapılan çalışmada zaman ve maliyet kısıtları nedeniyle örneklem sayısı sınırlı kalmıştır. Aynı zamanda veri toplama yöntemi olan anket uygulamanın oluşturduğu sınırlılıklar bu çalışma içinde geçerli bir sınırlılık durumundadır.

**Verilerin Analizi;** Elde edilen verilere SPSS paket programı aracılığı ile faktör analizi, güvenilirlik analizleri, frekans analizleri, t testleri ve Anova testleri uygulanmıştır. Çalışmada, anket formunda çok sayıdaki ifadeyi daha az sayıda, anlamlı ve birbirinden bağımsız faktörler haline getirmek amacıyla açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır.

Faktör isimleri; Sosyo-kültürel pozitif etkiler (1), sosyo-kültürel negatif etkiler (2), ekonomik pozitif etkiler (3), ekonomik negatif etkiler (4), çevresel pozitif etkiler (5), çevresel negatif etkiler (6), turizme verilen destek (7) şeklindedir. Uygulanan faktör analizi sonuçları Tablo 1'de verilmiştir. Analiz sonucunda 28 maddeden 7 faktör elde edilmiştir. Faktör analizi sonuçları toplam Varyansın %69'unu açıklamaktadır. Verilerin faktör analizine uygun olup olmadığının sınanması amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin ve Barlett küresellik testleri uygulanmıştır.

Korelasyon matrisindeki ilişkilerin, faktör analizi yapacak ölçüde yeterli olup olmadığını test etmek amacıyla gerçekleştirilen Bartlett küresellik testi sonuçları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş ( $p=0.000<0.05$ ) ve faktör analizine tabi tutulan değişkenler arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir. Temel Bileşenler analizinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0.869 olarak hesaplanmış olup, örneklem büyüklüğünün faktör analizinin uygulanması için yeterli olduğu kanaatine varılmıştır.

**Tablo 1: Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları**

Boyutlar	1	2	3	4	5	6	7
Kültürel aktivitelerin gelişimini sağlamaktadır.	0,732						
Yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır.	0,821						
Yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir.	0,794						
Yerel halkın eğlence serbest zaman değerlendirme olanaklarını arttırmaktadır.	0,682						
Yerel halkın tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir.		0,798					
Kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır.		0,845					
Yerel halkın turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır.		0,763					
Suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlere neden olmaktadır.		0,696					
Geleneksel ürünlerin üretimini sağlamaktadır			0,591				
Ekonomik kazanç sağlamaktadır.			0,696				
Yerel ekonomiyi desteklemektedir.			0,765				
Yerel halk için yeni iş fırsatları yaratmaktadır.			0,760				
Bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır.			0,705				
Bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını arttırmaktadır.				0,643			
Bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır.				0,780			
Yerel halk arasında ekonomik kazanç eşitsizliği yaratmaktadır.				0,743			
Doğal çevrenin korunmasını ve gelişimini desteklemektedir.					0,816		
Gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirmektedir.					0,864		
Çevre bilincini arttırmaktadır.					0,882		
Tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir.					0,643		
Çevre kirliliğine (toprak, hava, su) neden olmaktadır.						0,826	
Doğayı (bitkiler, hayvanlar, ekosistem) olumsuz etkilemektedir.						0,830	
Çarpık kentleşmeye neden olmaktadır.						0,736	
Kalabalıklaşma, gürültü kirliliği, trafik sıkışıklığı gibi problemler yaratır.						0,698	
Turizmin daha fazla gelişimi için çaba sarf edilmelidir.							0,770
Turizm yatırımları artarak devam etmelidir.							0,826

Turizm gelişimini destekliyorum.							0,832
Turizm, toplumumuzun bir parçası olmaya devam etmelidir.							0,860
Cronbach Alfa							<b>0,869</b>
Açıklanan Varyans	11,126	11,218	10,529	10,021	9,878	9,636	6,449
Toplam Açıklanan Varyans							<b>69,857</b>

Alfa katsayısına göre bir ölçeğin güvenilirliği şu şekilde yorumlanmaktadır (Kalaycı, 2009: 405);  $,00 \leq \alpha < ,40$  ise ölçek güvenilir değildir,  $40 \leq \alpha < ,60$  ise ölçek güvenilirliği düşük,  $60 \leq \alpha < ,80$  ise ölçek oldukça güvenilir,  $80 \leq \alpha < 1,00$  ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir. Bu bilgiler ışığında kullanılan ölçek güvenilir yapıdadır.

**Tablo 2: Güvenilirlik Analizi Sonuçları**

	Cronbach Alpha Değeri	İfade Sayısı
Turizm Algısı Ölçeği	0,856	19

Daha sonra verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini anlamak amacıyla basıklık ve çarpıklık etkileri incelenmiş, turizm algısına ait olan değerlerin gerekli olan aralık içinde olduğu tespit edilmiş ve normal dağılım koşulunu sağladığı (Kline, 2011) kabul edilmiş ve parametrik testlerin uygulanmasına karar verilmiştir.

**Tablo 3: Ölçek Verilerine İlişkin Basıklık ve Çarpıklık Değerleri**

	Basıklık	Çarpıklık
Sosyo-kültürel Pozitif Etki	0,344	-0,637
Sosyo-kültürel Negatif Etki	-0,553	0,325
Ekonomik Pozitif Etki	0,831	-0,932
Ekonomik Negatif Etki	0,127	-0,514
Çevresel Pozitif Etki	-0,257	-0,374
Çevresel Negatif Etki	-0,483	-0,177
Turizme Verilen Destek	0,811	-1,056

### 3. Bulgular

Araştırma örnekleminin bireysel özelliklerine ilişkin yüzde ve frekans bilgileri tablo 4’de görülmektedir. Tablo incelendiğinde katılımcıların %59,3’ü kadın, %40,7’si ise erkeklerden oluşmakta, iş durumuna bakıldığında %85,6’sı herhangi bir işte çalışmamaktadır. Bu durum örneklemin öğrencilerden oluşmasından kaynaklanmaktadır. Eğitim durumuna göre katılımcıların %66,1 çoğunluğunun lisans seviyesinde eğitimlerine devam ettiği görülmektedir. Yaşa göre incelendiğinde; %37,8’inin 18-20 yaş, %46,1’inin 21-23 yaş, %16,2’sinin 24 yaş ve üzeri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların üniversite öncesi yaşadıkları bölgeler incelendiğinde; %74,2 ile büyük çoğunluğunun Marmara bölgesinde ikamet ettikleri sonucuna varılmıştır. Bu durum Sakarya’nın konum olarak Marmara Bölgesi sınırları içerisinde olması ve öğrenciler tarafından en

çok çevre illerden tercih edilmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Katılımcıların yıllık tatile çıkma durumlarına bakıldığında; genel olarak %53,9'unun yılda bir kez tatile çıktığı, %20,7'sinin ise hiç tatile gitmediği anlaşılmaktadır.

**Tablo 4: Araştırma Örneklemine İlişkin Demografik ve Kişisel Bilgiler**

Cinsiyet	N	Yüzde (%)	İş Durumu	N	Yüzde (%)
Erkek	181	40,7	Çalışıyor	64	14,4
Kadın	264	59,3	Çalışmıyor	381	85,6
Yaş	N	Yüzde (%)	Eğitim Durumu	N	Yüzde (%)
18-20 arası	168	37,8	Ön lisans	94	21,1
21-23 arası	205	46,1	Lisans	294	66,1
24 ve üzeri	72	16,2	Lisansüstü	57	12,8
Fakülte	N	Yüzde (%)	Sınıf	N	Yüzde (%)
Turizm Fakültesi	77	17,3	1Sınıf	147	33,1
Fen-edebiyat Fak.	111	24,9	2Sınıf	135	30,3
Siyasal Bilgiler	39	8,8	3Sınıf	94	21,1
Mühendislik Fak.	62	13,9	4Sınıf	69	15,5
İşletme Fakültesi	61	13,7	Yıllık tatil sayısı	N	Yüzde (%)
Meslek Yüksekokulu	95	21,3	Hiç gitmeyen	92	20,7
Bölge	N	Yüzde (%)	Yılda 1 kez giden	240	53,9
Marmara Bölgesi	330	74,2	2 ve daha fazla giden	113	25,4
Diğer	115	25,8			

Turizm algısı ifadelerinde cinsiyete göre anlamlı bir farklılık meydana gelip gelmediğinin ölçülmesi amacıyla gerçekleştirilen t testi sonucuna göre; Örneklem dâhil olan bireylerin sosyo-kültürel pozitif etki algısında, sosyo-kültürel negatif etki algısında, ekonomik pozitif etki algısında anlamlı farklılıklar meydana geldiği sonuçlarına ulaşılmıştır.

**Tablo 5: Cinsiyete göre turizm algısı t testi sonuçları**

Boyutlar	Cinsiyet	n	Ort	Std. Sap.	t	P
Sosyo-Kültürel Pozitif Etkiler	Kadın	264	3,97	0,792	3,296	<b>0,001</b>
	Erkek	181	3,70	0,875		
Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler	Kadın	264	2,41	0,946	-4,431	<b>0,000</b>
	Erkek	181	2,82	0,978		
Ekonomik Pozitif Etkiler	Kadın	264	<b>4,24</b>	0,638	2,316	<b>0,021</b>
	Erkek	181	<b>4,07</b>	0,797		
Ekonomik Negatif Etkiler	Kadın	264	3,86	0,857	1,408	0,160
	Erkek	181	3,75	0,790		
Çevresel Pozitif Etkiler	Kadın	264	3,56	0,952	1,307	0,192
	Erkek	181	3,43	0,977		
Çevresel Negatif Etkiler	Kadın	264	3,34	0,961	0,393	0,695
	Erkek	181	3,30	0,973		
Turizme Verilen Destek	Kadın	264	4,21	0,781	0,605	0,545

	Erkek	181	4,16	0,901		
--	-------	-----	------	-------	--	--

Turizm algısı ifadelerinde bireylerin yaşadığı bölgeye göre anlamlı bir farklılık meydana gelip gelmediğinin ölçülmesi amacıyla gerçekleştirilen t testi sonucuna göre; örnekleme dâhil olan bireylerin sosyo-kültürel negatif etki algısında ve turizme verilen destekte anlamlı farklılıklar meydana geldiği sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu farklılık Marmara Bölgesi'nde yaşayan katılımcıların çevrelerinde gördüğü yıpranmanın fazla olmasından kaynaklanıyor olabilir.

**Tablo 6: Bölgeye göre turizm algısı t testi sonuçları**

Boyutlar	Bölge	n	Ort.	Std. Sap.	t	P
Sosyo-Kültürel Pozitif Etkiler	Marmara	330	3,84	0,833	-0,851	0,395
	Diğer	115	3,92	0,844		
Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler	Marmara	330	<b>2,64</b>	0,997	2,361	<b>0,019</b>
	Diğer	115	<b>2,39</b>	0,904		
Ekonomik Pozitif Etkiler	Marmara	330	4,16	0,707	-0,487	0,627
	Diğer	115	4,20	0,722		
Ekonomik Negatif Etkiler	Marmara	330	3,84	0,827	0,953	0,341
	Diğer	115	3,75	0,845		
Çevresel Pozitif Etkiler	Marmara	330	3,46	0,982	-1,656	0,098
	Diğer	115	3,63	0,898		
Çevresel Negatif Etkiler	Marmara	330	3,35	0,969	1,189	0,235
	Diğer	115	3,23	0,953		
Turizme Verilen Destek	Marmara	330	<b>4,14</b>	0,850	-1,972	<b>0,049</b>
	Diğer	115	<b>4,32</b>	0,763		

Turizm algısında yaşa göre anlamlı bir farklılık meydana gelip gelmediğinin ölçülmesi amacıyla gerçekleştirilen Anova testi sonucuna göre; örnekleme dâhil olan bireylerin sosyo-kültürel negatif etki algısında, ekonomik negatif etki algısında, çevresel negatif etki algısında anlamlı farklılıklar meydana geldiği sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu farklılık üniversite çağına gelen ve belirli yaş seviyesine erişen bireylerin çevrelerinde meydana gelen negatif etkilere daha duyarlı hale gelmesinden kaynaklanıyor olabilir.

**Tablo 7: Yaşa Göre Turizm Algısı Anova Testi Sonuçları**

Boyutlar	Yaş	F	P	Anlamlılık
Sosyo-Kültürel Pozitif Etkiler	18-20 / 21-23 ve 24 ve üzeri yaş	0,103	0,902	
Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler	18-20 / 21-23 ve 24 ve üzeri yaş	4,329	<b>0,014</b>	18-20 yaş arası ile 24 ve üzeri*
Ekonomik Pozitif Etkiler	18-20 / 21-23 ve 24 ve üzeri yaş	0,708	0,493	
Ekonomik Negatif Etkiler	18-20 / 21-23 ve 24 ve üzeri yaş	4,079	<b>0,018</b>	18-20 yaş arası ile 24 ve üzeri*
Çevresel Pozitif Etkiler	18-20 / 21-23 ve 24 ve üzeri yaş	1,248	0,288	
Çevresel Negatif Etkiler	18-20 / 21-23 ve 24 ve üzeri yaş	4,275	<b>0,014</b>	18-20 yaş arası

	24 ve üzeri yaş			ile 24 ve üzeri*
<b>Turizme Verilen Destek</b>	18-20 / 21-23 ve 24 ve üzeri yaş	0,496	0,610	

Turizm algısında eğitim seviyesine göre anlamlı bir farklılık meydana gelip gelmediğinin ölçülmesi amacıyla gerçekleştirilen Anova testi sonucuna göre; örnekleme dâhil olan bireylerin sosyo-kültürel negatif etki algısında, ekonomik pozitif etki algısında, ekonomik negatif etki algısında, çevresel negatif etki algısında anlamlı farklılıklar meydana geldiği sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu farklılık gençlerin farklı türde eğitim almasından kaynaklanıyor olabilir.

**Tablo 8: Eğitim Seviyesine Göre Turizm Algısı Anova Testi Sonuçları**

Boyutlar	Yaş	F	P	Anlamlılık
<b>Sosyo-Kültürel Pozitif Etkiler</b>	Ön lisans Lisans, Lisansüstü	0,611	0,543	
<b>Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler</b>	Ön lisans Lisans, Lisansüstü	5,450	<b>0,005</b>	Ön lisans ile lisansüstü*
<b>Ekonomik Pozitif Etkiler</b>	Ön lisans Lisans, Lisansüstü	4,818	<b>0,009</b>	Ön lisans ile lisansüstü*
<b>Ekonomik Negatif Etkiler</b>	Ön lisans Lisans, Lisansüstü	3,907	<b>0,021</b>	Ön lisans ile lisans*
<b>Çevresel Pozitif Etkiler</b>	Ön lisans Lisans, Lisansüstü	0,237	0,789	
<b>Çevresel Negatif Etkiler</b>	Ön lisans Lisans, Lisansüstü	4,566	<b>0,011</b>	Ön lisans, lisans ile lisansüstü*
<b>Turizme Verilen Destek</b>	Ön lisans Lisans, Lisansüstü	2,256	0,106	

Turizm algısında sınıfa göre anlamlı bir farklılık meydana gelip gelmediğinin ölçülmesi amacıyla gerçekleştirilen Anova testi sonucuna göre; örnekleme dâhil olan bireylerin sosyo-kültürel negatif etki algısında, çevresel negatif etki algısında anlamlı farklılıklar meydana geldiği sonuçlarına ulaşılmıştır.

**Tablo 9: Sınıfa Göre Turizm Algısı Anova Testi Sonuçları**

Boyutlar	Yaş	F	P	Anlamlılık
<b>Sosyo-Kültürel Pozitif Etkiler</b>	1., 2., 3. ve 4. Sınıf	2,292	0,077	
<b>Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler</b>	1., 2., 3. ve 4. Sınıf	7,102	<b>0,000</b>	3. Sınıflar ile diğerleri*
<b>Ekonomik Pozitif Etkiler</b>	1., 2., 3. ve 4. Sınıf	0,162	0,922	
<b>Ekonomik Negatif Etkiler</b>	1., 2., 3. ve 4. Sınıf	0,420	0,739	
<b>Çevresel Pozitif Etkiler</b>	1., 2., 3. ve 4. Sınıf	1,749	0,156	
<b>Çevresel Negatif Etkiler</b>	1., 2., 3. ve 4. Sınıf	2,956	<b>0,032</b>	3. sınıflar ile 4. sınıflar*
<b>Turizme Verilen Destek</b>	1., 2., 3. ve 4. Sınıf	0,764	0,515	

Turizm algısında bağlı bulunulan fakülteye göre anlamlı bir farklılık meydana gelip gelmediğinin ölçülmesi amacıyla gerçekleştirilen Anova testi sonucuna göre; Örnekleme dâhil olan bireylerin sosyo-kültürel negatif etki algısında, ekonomik pozitif etki algısında, ekonomik negatif etki algısında, çevresel negatif etki algısında ve turizme verilen destekte anlamlı farklılıklar meydana geldiği sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu farklılık genel olarak turizm fakültesi öğrencileri ve diğer fakültelerin öğrencileri arasında meydana gelmiştir. Turizm eğitimi alan öğrenciler ile diğer fakültelerde eğitim alan öğrenciler arasında turizmin etkileri ve turizme verilen destek bakımından farklılıklar meydana gelmesi olağandır.

**Tablo 10: Fakülteye Göre Turizm Algısı Anova Testi Sonuçları**

Boyutlar	Yaş	F	P	Anlamlılık
<b>Sosyo-Kültürel Pozitif Etkiler</b>	Turizm, Fen-Edebiyat, Siyasal Bilgiler, Mühendislik, İşletme Fakülteleri ve Meslek Yüksekokulları	1,533	0,178	
<b>Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler</b>	Turizm, Fen-Edebiyat, Siyasal Bilgiler, Mühendislik, İşletme Fakülteleri ve Meslek Yüksekokulları	3,549	<b>0,004</b>	Turizm Fakültesi ile MYO'lar*
<b>Ekonomik Pozitif Etkiler</b>	Turizm, Fen-Edebiyat, Siyasal Bilgiler, Mühendislik, İşletme Fakülteleri ve Meslek Yüksekokulları	2,768	<b>0,018</b>	Turizm Fakültesi ile MYO'lar*
<b>Ekonomik Negatif Etkiler</b>	Turizm, Fen-Edebiyat, Siyasal Bilgiler, Mühendislik, İşletme Fakülteleri ve Meslek Yüksekokulları	2,367	<b>0,039</b>	Turizm Fakültesi ile MYO'lar*
<b>Çevresel Pozitif Etkiler</b>	Turizm, Fen-Edebiyat, Siyasal Bilgiler, Mühendislik, İşletme Fakülteleri ve Meslek Yüksekokulları	1,821	0,107	
<b>Çevresel Negatif Etkiler</b>	Turizm, Fen-Edebiyat, Siyasal Bilgiler, Mühendislik, İşletme Fakülteleri ve Meslek Yüksekokulları	4,417	<b>0,001</b>	Turizm Fakültesi, Mühendislik Fakültesi ile MYO'lar*
<b>Turizme Verilen Destek</b>	Turizm, Fen-Edebiyat, Siyasal Bilgiler, Mühendislik, İşletme Fakülteleri ve Meslek Yüksekokulları	3,999	<b>0,001</b>	Turizm Fakültesi, Fen-edebiyat fakültesi ile Mühendislik Fakültesi*

Turizm algısında yıllık tatile gitme durumuna göre anlamlı bir farklılık meydana gelip gelmediğinin ölçülmesi amacıyla gerçekleştirilen Anova testi sonucuna göre; örnekleme dâhil olan bireylerin sosyo-kültürel negatif etki algısında, ekonomik pozitif etki algısında anlamlı farklılıklar meydana geldiği sonuçlarına ulaşılmıştır. Yılda bir kere tatile gidenler ve yılda birden çok sayıda tatile gidenler arasında meydana gelen bu farklılık edinilen tecrübelerin farkından kaynaklanıyor olabilir.



**Tablo 11: Yıllık Tatile Gitme Durumuna Göre Turizm Algısı Anova Testi Sonuçları**

Boyutlar	Yaş	F	P	Anlamlılık
<b>Sosyo-Kültürel Pozitif Etkiler</b>	Hiç tatile gitmeyen, Yılda 1 kez veya 1'den fazla giden	1,132	0,323	
<b>Sosyo-Kültürel Negatif Etkiler</b>	Hiç tatile gitmeyen, Yılda 1 kez veya 1'den fazla giden	4,164	<b>0,016</b>	Yılda bir kere ile birden çok giden*
<b>Ekonomik Pozitif Etkiler</b>	Hiç tatile gitmeyen, Yılda 1 kez veya 1'den fazla giden	3,230	<b>0,040</b>	Yılda bir kere ile birden çok giden*
<b>Ekonomik Negatif Etkiler</b>	Hiç tatile gitmeyen, Yılda 1 kez veya 1'den fazla giden	0,028	0,973	
<b>Çevresel Pozitif Etkiler</b>	Hiç tatile gitmeyen, Yılda 1 kez veya 1'den fazla giden	0,348	0,706	
<b>Çevresel Negatif Etkiler</b>	Hiç tatile gitmeyen, Yılda 1 kez veya 1'den fazla giden	1,482	0,228	
<b>Turizme Verilen Destek</b>	Hiç tatile gitmeyen, Yılda 1 kez veya 1'den fazla giden	1,004	0,367	

### Sonuç

Sürekli değişim ve gelişim içinde olan turizm sektörünün oluşturduğu etkiler göz ardı edilemeyecek kadar önemli durumdadır. Bireylerin turizme yönelik düşünceleri üzerinde değişikliklere neden olan sosyo-kültürel, ekonomik, çevresel etkiler ve turizme verdikleri destek çeşitli değişkenler bakımından farklılık gösterebilmektedir. Bu etkenlerde meydana gelen değişiklikler geçmişten günümüze birçok çalışmaya konu olmuştur. Yerel halkın algıları üzerine birçok çalışma gerçekleştirilmişken, turizmde önemli alternatiflerden biri olan gençlerin algıları üzerine yapılmış olan çalışmalar oldukça sınırlıdır. Geleceğin turist profilini oluşturan gençlerin turizm hakkındaki görüşleri büyük öneme sahiptir. Gençlerin yoğun olarak bulunduğu üniversiteler gençlerin algılarıyla ilgili araştırmalar için uygun yerlerdir. Sakarya Üniversitesi gençleri üzerine gerçekleştirilen bu çalışmada çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır. Bu sonuçlardan kısaca bahsetmek gerekirse;

Yapılan t testleri sonucunda cinsiyete göre; turizmin sosyo-kültürel pozitif etki, sosyo-kültürel negatif etki ve ekonomik pozitif etki algılarında anlamlı farklılıklar meydana gelmiştir. Üniversite öncesi yaşanan bölgeye göre sosyo-kültürel negatif etki algısında ve turizme verilen destekte anlamlı farklılıklar meydana gelmiştir.

Yapılan Anova Testleri sonucunda yaşa göre; turizmin sosyo-kültürel negatif etki, ekonomik negatif etki ve çevresel negatif etki algılarında anlamlı farklılıklar meydana gelmiştir. Eğitim seviyesine göre sosyo-kültürel negatif etki, ekonomik pozitif etki, ekonomik negatif etki ve çevresel negatif etki algılarında anlamlı farklılıklar meydana gelmiştir. Sınıfa göre; sosyo-kültürel negatif etki ve çevresel negatif etki algılarında anlamlı farklılıklar meydana gelmiştir. Bağlı bulunulan fakülteye göre; sosyo-kültürel negatif etki, ekonomik pozitif etki, ekonomik negatif etki, çevresel negatif etki algıları ve turizme verilen destekte

anlamli farklılıklar meydana gelmiştir. Yıllık tatile gitme durumuna göre; sosyo-kültürel negatif ve ekonomik pozitif etki algılarında anlamli farklılıklar meydana geldiği tespit edilmiştir.

Meydana gelen farklılıklar arasında en dikkat çekici olanın öğrencilerin eğitim durumları ve eğitim aldığı fakülteler bakımından meydana gelen farklılık olduğu söylenebilir. Bu farklılık genel olarak turizm fakültesi öğrencileri ve diğer fakültelerin öğrencileri arasında meydana gelmiştir. Turizm eğitimi alan öğrenciler ile diğer fakültelerde eğitim alan öğrenciler arasında turizmin etkileri ve turizme verilen destek bakımından farklılıklar meydana gelmesi olağandır.

Bu analiz sonuçlarına göre genel bir yorumlama yapmak gerekirse meydana gelen anlamli farklılıkların genel olarak turizmin algılanan negatif etkilerinden kaynaklandığı söylenebilir. Turizmde pozitif algılarda da çeşitli farklılıklar meydana gelmiştir fakat gençlerin turizm algılarında negatif etkiler bu çalışmada elde edilen sonuçların içinde daha dikkat çekici unsur halindedir. Olağan dışı gerçekleşen etkenlerin daha dikkat çekici olması negatif unsurlarda meydana gelen farklılıkların açıklaması olabilir. Turizm algısıyla ilgili pozitif etkiler ise zaten olması gerektiğinden gerçekleşiyor algısı oluşturmuş olabilir.

Bu doğrultuda araştırma kapsamında ortaya konulan hipotezlerin değerlendirilmesi gerekirse; H2 hipotezi genel kabul görmüş, H1 ve H3 hipotezleri reddedilmiştir.

Elde edilen bu sonuçlar; (Liu vd., 1987), (Long vd., 1990), (Lindberg & Jhonson, 1997), (Brunt & Courtney, 1999), (Yoon vd., 2001), (Choi & Sirakaya, 2005), (Bahar, 2006), (Zhong vd., 2011) ve (Özaltın & Türker, 2014) çalışmalarında elde edilen sonuçlar ile bazı noktalarda uyum gösterirken; (Guo vd., 2009), (McDowall, 2010), (Karakaş & Şengün, 2017), (Gümüş & Özüpekçe, 2009), (Çetin vd., 2012) ve (Sharma & Gürsoy, 2015) çalışmalarında elde edilen sonuçlarla uyum göstermemektedir. Meydana gelen bu farklılık daha önce yapılan çalışmalarda hedef kitlenin genel olarak yerel halktan oluşmasından kaynaklanıyor olabilir. Aynı zamanda çalışmalarda kullanılan değişkenlerin farklı olması, araştırmanın yapıldığı zamanın koşulları vb. sebeplerden farklılıklar ortaya çıkmış olabilir.

Yapılan araştırma sonucunda gençlik turizmi algısının iyileştirilmesi ve gelişimi için kamu kurum ve kuruluşları gençlerin turizm hareketlerine aktif katılımını sağlayacak projeler geliştirmesi önerilebilir. Böylece ön plana çıkan negatif etkiler turizm tecrübeleri sayesinde yerini pozitif etkilere bırakabilir. Özel sektör işletmeleri ile bağlantılı olarak yürütülecek projeler ile gençlik turizminin gelişimi sağlanabilir. İşletmelerin faaliyetlerine gençlerin ilgisini çekecek etkinliklere yer vermesi, gençlere özel fiyat avantajları sağlaması gençlik turizminin önünü açacaktır ve gelişim sürekli hale gelecektir.

Konuyla ilgili benzer çalışmalar gerçekleştirecek araştırmacılara çeşitli önerilerde bulunulabilir. Ülke nüfusunun dörtte birini oluşturan gençlerin azımsanamayacak kadar yoğunluğu oluşturduğundan, gençlerin algıları üzerine gerçekleştirilen çalışmaların eksikliğinin giderilmesi için başka bölgelerde de benzer çalışmalar yapılabilir. Sosyo-kültürel, ekonomik ve sosyal açıdan farklılık gösteren bölgelerin gençlerine uygulanacak benzer çalışmalarda çeşitli karşılaştırmalar gerçekleştirilebilir. Daha büyük örneklem ile daha genel sonuçlara ulaşılabilir.

Turizmle ilgili kurumlar meydana gelen negatif algıların nedenleri üzerine çalışmalar gerçekleştirerek turizmle ilgili olumsuzluklarda azalma sağlanabilir. Böylece turizme verilen destek artabilir ve ülke ekonomisi içinde büyük bir paya sahip olan sektör büyümeye devam edebilir.

### **Kaynakça**

AKOVA, O. (2006). Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına Ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 2(1).

AKTAŞ, A. (2002). *Turizm İşletmeciliği ve Yönetimi* (2 b.). Antalya: Detay Yayıncılık.

AMBROZ, M. (2008). Attitudes of Local Residents :Towards the Development of Tourism in Slovenia: The Case of the Primorska, Dolenjska, Gorenjska and Ljubljana Regions. *Anthropological Notebooks*, 1(14), 63-79.

AVCIKURT, C. (2003). *Turizm Sosyolojisi* (1 b.). Balıkesir: Detay Yayıncılık.

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

BAHAR, O., ve Kozak, M. (2008). *Turizm Ekonomisi* (1 b.). Ankara: Detay Yayıncılık.

BAYRAM, N. (2015). Bursa: Ezgi Kitabevi.

BERBER, Ş. (2003). Sosyal Değişme Katalizörü Olarak Turizm ve Etkileri. *Selçuk Üniveristesesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(9), 205-221.

BOYACIOĞLU, E. (2013). *Turizm İşletmelerinin Çevresel Etkileri* (1 b.). (Ş. Aydın Tükeltürk, & M. Boz, Dü) Ankara: Detay Yayıncılık.

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

CHOI, H.-S., ve Sirakaya, E. (2005). Measuring Residents' Attitude toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale. *Journal of Travel Research*, 43(4), 380-394.

ÇETİN, T., Karakuş, U., ve Aksoy, B. (2012). Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Turizm ve Türkiye'nin Turizm Değerlerine İlişkin Algıları. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(3), 180-196.

DENİZ, M. (2016). Kayağıl Köyünde(Uşak) Turizmin Etkileri Üzerine Yerel Halkın Turizm Algısı. *International Periodical for the Languages*, 11(18), 57-78.

DOĞAN, H. (1992). Gençlik Turizminin Psikolojik Temelleri. *Gençlik Turizmi*, (s. 7-16). Ankara.

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.

GÜMÜŞ, N., ve Özüpekçe, S. (2009). Foça'da turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel. *etkilerine yönelik yerel halkın görüşleri*, 6(2), 398-417.

GÜNEŞ, N. (2014). Yerel Halkın Turizm Algısı ve Turizme Katılımı: Antalya Konyaaltı ve Kepez İlçesi Örneği. *Yükseklisans Tezi*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

HAN, G., Fang, W.-T., ve Huang, Y.-W. (2011). Iassification and Influential Factors in the Perceived Tourism Impacts of Community Residents on Nature-based Destinations: China's Tiantangzhai Scenic Area. *Procedia Environmental Sciences*, 10, 2010-2015.

İÇÖZ, O. (2007). *Genel Turizm Turizmde Genel Kavramlar ve İlkeler* (1 b.). Ankara: Turhan Kitabevi.

KAHRAMAN, N., ve Türkay, O. (2014). *Turizm ve Çevre* (6 b.). Detay Yayıncılık.

KALAYCI, Ş. (2009). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayınları.

KARAKAŞ, A., ve Şengün, H. (2017). Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerine Yönelik Tutumları. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 8(15), 183-202.

KLİNE, R. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (3 b.). New York: The Guilford Press.

KOZAK, N., Akoğlam Kozak, M., ve Kozak, M. (2009). *Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar* (8 b.). Ankara: Detay Yayıncılık.

KÖROĞLU, A., ve Güleç, B. (2008). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (2 b.). (N. Hacıoğlu, & C. Avcıkurt, Dü) Nobel.

LİNDBERG, K., ve Jhonson, R. (1997). The Economic Values of Tourism's Social Impacts. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 90-116.

LİU, J., Sheldon, P., ve Var, T. (1987). Resident perception of the environmental impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 14(1), 17-37.

LONG, P., Perdue, R., ve Allen, L. (1990). Rural Resident Tourism Perceptions And Attitudes By Community Level Of Tourism. *Journal of Tourism Research*, 28(3), 237-255.

MCDOWALL, S. (2010). A Comparative Analysis of Thailand Residents' Perception of Tourism's Impacts. *Journal of Quality Assurance in Hospitality&Tourism*, 11(1), 36-55.

MURPHY, P. (1983). Perceptions and Attitudes of Decisionmaking Groups in Tourism Centers. *Journal of Travel Research*, 21(3), 8-12.

OLALI , H., ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi* . İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık.

ORAL, S. (1992). Türkiye'de Gençlik Turizmi ve Geliştirilmesi, Turizm Bakanlığı, Gençlik Turizmi Konferansı-Workshop., (s. 15-134). Ankara.

ÖZALTIN TÜRKER, G., ve Türker, A. (2014). Yerel Halkın Turizm Etkilerini Algılama Düzeyi Turizm Desteğini Nasıl Etkiler: Dalyan Destinasyonu Örneği. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 4(1), 81-98.

ÖZDEMİR, M. (1992). *Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri*. Ankara.

ÖZDEMİR, M., ve Kervankıran, İ. (2011). Turizm ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi*(24), 1-25.

ÖZTAŞ, K. (2002). *Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri* (1 b.). Ankara: Nobel.

RIZAOĞLU, B. (2012). *Turizm Davranışı* (3 b.). Ankara: Detay Yayıncılık.

SELÇUK, G. (2013). *Turizmin Ekonomik Etkisinin Ölçümü: Turizm Uydu Hesapları* (1 b.). (Ş. Aydın Tükeltürk, & M. Boz , Dü) Ankara: Detay yayıncılık.

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*, 10(12), 1132-1352.

STİVALA, F. (1992). International Student Travel Confederation. *Gençlik Turizmi*, (s. 43-51).

USTA, Ö. (2002). *Genel Turizm*. İzmir: Anadolu Matbaacılık.

YILMAZ , M. (2016). Mardin İlindeki Alternatif Turizm Potansiyellerinin Belirlenmesi ve Değerlendirilmesi Üzerine Araştırmalar. *Yüksek Lisans Tezi*. Kahramanmaraş: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

YOON , Y., Gürsoy, D., ve Chen, J. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism Management*, 22(4), 363-372.

ZENGİN, B. (2011). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (2 b.). (N. Hacıoğlu, & C. Avcıkurt, Dü) Nobel.

ZENGİN, B., Eryılmaz , B., ve Şengel, Ü. (2017). Turizmin Sosyo-Ekonomik Etkilerinin Algılaması: Üniversite Öğrencilerinin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(3).

ZHONG, L., Deng, J., Song, Z., ve Ding, P. (2011). Research on environmental impacts of tourism in China: Progress and prospect. *Journal of Environmental Management*, 92(11), 2972-2983.