

DAVRANIŞ BİLİMLERİ AÇISINDAN HALKIN TURİZMİN GELİŞİMİNİ DESTEKLEMeye YÖNELİK ALGISINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER: AKÇAKOCA ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Üyesi Halime GÖKTAŐ KULUALP* 

Doğan KARADAĞ* 

ÖZET

Yerel halkın turizmin gelişimini destekleme yönündeki tutum ve algıları, belirli bir alandaki turizm gelişiminin incelenmesinde dikkat edilen hususlar arasında yer almaktadır. Bu nedenle, bu çalışmada yerel halkın turizmin gelişimini destekleme algısını etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, Düzce ilinin Akçakoca ilçesinde yaşayan yerel halktan 401 kişiye anket tekniği uygulanmış ve veriler yapısal eşitlik modellemesine tabi tutulmuştur. Analiz sonuçlarına göre; turizmin ekonomik, kültürel ve çevresel etkisinin yerel halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısı üzerinde anlamlı ve pozitif yönde bir etkisinin olduğu ancak sosyal etkinin yerel halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısı üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Algi, Tutum, Davranış, Turizm, Turizmin Gelişimi.*

Jel Kodları: M10, L20, Z30, Z32.

FACTORS AFFECTING PUBLIC PERCEPTION ORIENTED TO SUPPORT TOURISM DEVELOPMENT IN TERMS OF BEHAVIORAL SCIENCES: AKCAKOCA SAMPLE

ABSTRACT

The attitudes and perceptions of the local people to support the development of tourism are among the issues considered in the study of tourism development in a particular area. Therefore, the aim of this study was to determine the factors affecting the perception of the local people to support the development of tourism. For this purpose, 401 people from the local population living in Akcakoca district of Duzce province were applied a survey technique and the data was subjected to structural equation modeling. According to the results of the analysis; it was determined that the economic, cultural and environmental impact of tourism had a significant and positive effect on the perception of local people to support

* Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, İşletme-Yönetim ve Organizasyon A.B.D. Karabük/Türkiye e-mail: halimegoktas@karabuk.edu.tr

* Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük/Türkiye, e-mail: dkaradag2181@gmail.com

tourism development. However, it was found that social impact did not have a significant effect on the perception of local people to support tourism development.

Keywords: *Perception, Attitude, Behavior, Tourism, Tourism Development.*

JEL Codes: *M10, L20, Z30, Z32.*

1. GİRİŞ

Dünya genelinde bankacılık sektöründen sonra en hızlı büyüyen sektör turizmdir. Hızla büyüyen bu sektör, ülkeler için önemli bir ekonomik gelir kaynağı haline gelmiştir. Özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler açısından turizm sektörü, yaşanan hızlı değişimden dolayı bir zorunluluk haline gelmiştir (Çeken, 2014:1). Turizm gelirleri, literatürde uygulama alanında da turizm sektörünün önemli bir temsilcisi olarak kullanılmaktadır (Ertuğrul, Yıldırım ve Ayhan, 2017:39). TÜİK (2018) verilerine göre, Türkiye’de turizm sektörü gelirleri 2017 yılında 26 milyar 283 milyon dolar olmuştur. Dünya Turizm Örgütü (2017) verileri ise, dünya turizminin, dünyadaki GSYİH’ nin %10’unu oluşturduğunu, on istihdamdan birini sağladığını, dünya ihracatında 1,5 trilyon ABD dolarına denk geldiğini, aynı zamanda dünya ihracatının %7’ sine tekabül ettiğini göstermektedir (Ertuğrul, Yıldırım ve Ayhan, 2017:37). Williams ve Lawson, 2001 (270), ülke gelirleri içerisinde büyük bir öneme sahip olan turizm sektörünün sürdürülebilirliğinin sağlanması için bölgedeki sosyolojik dinamiklerin dikkate alınması gerektiğini ifade etmiştir. Bundan dolayı, bir destinasyonda turizm sektöründen yeterli derecede pay almak isteniyor ise gerekli altyapı ve üstyapı çalışmaları, turizm işletmeleri ve çevresel düzenlemelerin yanında yerel halkın da istek, şikâyet, görüş ve önerileri hazırlanan planlar dâhilinde dikkate alınmalıdır (Getz, 2008:403). Yerel halkın turizm gelişimine destekleri noktasında algı ve tutumlarının belirlenmesi, olası olumsuz etkilerin önüne geçilebilmesi ve bu olumsuz etkilerin ortadan kaldırılarak olumlu olabilecek etkilerin artırılması ile turizmin sürdürülebilirliğine katkı sağlanabilir (Duran ve Özkul, 2012, 502). Ayrıca, bir bölgenin gelişiminde bölgenin doğal güzellikleri ve alt-üst yapısından sonra yerli halkın turizm algısı en önemli unsurlar arasında yer alan bir turizm bileşenidir (Liu ve Var, 1986: 196).

Bir bölgenin turizminin gelişiminde halkın algılarının değerlendirilerek buna yönelik hareket edilmesinin önemi literatürde vurgulanmaktadır. Bu bilgiler ışığında, bu çalışma Türkiye’nin Batı Karadeniz bölgesinde yer alan ve turistik bir bölge olma özelliğine sahip Akçakoca İlçesinde bulunan yerel halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısını incelemesi açısından önem taşımaktadır. Akçakoca yaz aylarında mavi bayrak ödüllü plajları ve denizi, içinde bulundurduğu tarihi dokusu, kültürel yapısı, doğa turizmine ve su sporlarına uygun yapısı ile dikkat çekmektedir. Bu özellikleri ile Akçakoca’nın Batı Karadeniz’e gelen turist sayısında önemli bir paya sahip olması araştırma alanı olarak seçilmesinde önemli rol oynamaktadır.

Yerel halkın turizmin gelişimini destekleme davranışı üzerinde halkın ekonomik, kültürel, sosyal ve çevresel etkilere (Akis vd.,1996; Gürsoy vd., 2002; Liu vd., 1987; Almeida vd., 2016; Haralambopoulos ve Pizam, 1996; Liu ve Var, 1986; Jurowski ve Gürsoy, 2004; Teye vd., 2002;

Sheldon ve Var, 1984) karşı bakış açısı değerlendirilmektedir. Ancak, yapılan çalışmalarda bu etkilerin tek tek değerlendirildiği görülmüştür. Başka bir ifadeyle, bu faktörleri toplu bir şekilde tek bir modele dahil ederek faktörlerin etkileşimlerini araştıran sınırlı sayıda çalışma mevcuttur. Bu nedenle, bu araştırmada tüm faktörler tek bir model çatısı altında toplanmış ve bu anlamda literatüre katkı sunulması amaçlanmıştır.

Çalışma, iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, kavramsal çerçeve kapsamında öncelikle algı kavramı ve davranış bilimleri içerisindeki yeri ve turizm algısı ile yerel halkın algısının turizm içerisindeki önemine değinilmiştir. Sonrasında ise, turizmin gelişimini destekleme yönelik algıyı etkileyen faktörlere ilişkin literatür taraması sonuçları verilmiştir. İkinci bölümde ise araştırmaya yönelik yapılan anket verileri değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen sonuçlar yorumlanarak konu hakkında sonuç ve önerilerde bulunulmuştur.

2. ALGI KAVRAMI VE DAVRANIŞ BİLİMLERİNDEKİ YERİ

Bireylerin bir durum veya olay ile ilgili yorumlamaları, sahip oldukları tavır ve edindikleri tecrübeler farklılık göstermektedir. Bu farklılıklar ise bireylerin davranışlarında farklılıklara yol açmaktadır. Meydana gelen farklılıklar “davranış bilimleri” için giderek artan bir merak konusu olmuştur ve “algı” kavramının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Tarihsel sürece bakıldığında algı kavramını ilk kez ele alan araştırmacılar/filozoflar Herakleitos ve Parmenides’dir. Filozofların bir kısmı algıyı bilgi edinme için bir yol olarak görürken bir kısmı ise (örneğin Platon) duyuların bizleri aldattığını savunarak algının bir bilgi edinme yolu olamayacağını savunmuştur (Burkaz, 2014).

Algılama, organizmaların dünyaya anlamlı bir deneyim kazandırmak için duyguyu yorumlayıp organize etme sürecidir (Lindsay ve Norman, 2013). Bu süreçte elde edilen algılar ise deneme ve öğrenme yoluyla ortaya çıkmaktadır (Stupak, 2000). Bireyler bir durum veya uyarana karşı karşıya kaldıklarında ise uyarıyı, daha önceki deneyimlerine dayanarak kendileri için anlamlı olan bir ögeye çevirir (Pickens, 2005:52).

Bununla birlikte, bir kişinin yorumladığı veya algıladığı şey, gerçeklikten önemli derecede farklı olabilir. Algılama, duyu organları ile elde edilen her türlü bilginin beynimizde şekillendirilmesi ve görünüm kazanmasıdır. Farklı bir söylem ile algılama durumun yorumlanmasıdır, yani durumun zihinde gerçek olarak değil, yorumlanarak kaydedilmesidir (Yüksel, 2006:131). Algı, tutumlarla yakından ilişkilidir (Lindsay ve Norman, 2013). Tutumlar, bir bireyin, bulunduğu çevrenin belirli bir yönüne ilişkin kalıcı bir yatkınlık olarak gösterdiği eğilimdir (Carmichael, 2000:603). Bireylerin karşılıklı etkileşiminin yoğun olduğu turizm sektörünün gelişimi için bölge halkının turizme karşı algı ve tutumlarının keşfedilmesi önemli olacaktır.

Literatüre göre, 1960’lı yıllarda turizmin olumlu etkilerinden söz edilmekte iken, 1970’li yıllarda bu etkilere karşı dengeli ve sistematik bir yaklaşım sergilenmiştir (Jafari, 1986). 1980’lerde ise turizmin

negatif etkileri de araştırılmaya başlanmıştır (Latkova, 2008:3). Yıllar içerisinde yapılan bu çalışmalar, yerel halkın turizm gelişimine doğrudan etki ettiğine ve yerel halkın olumsuz yaklaşımının, turizmin gelişiminin yetersiz olmasına yol açtığına vurgu yapmıştır (Türker ve Türker, 2014:82).

3. TURİZM ALGISI VE YEREL HALK İLİŞKİSİ

Turizm sektörü bir endüstri olarak ekonomik gelişmelere yol açarken aynı zamanda sosyal bir etkileşim faaliyeti olmasından dolayı toplumsal bir değişime de yol açmaktadır. 1980’li yıllarda turizmi oluşturan kaynakların belirlenmesi için yapılan araştırmalar ile birlikte destinasyonlarda bulunan yerel halkın turizmin özünü oluşturduğu vurgulanmıştır. Bu araştırmalar sonucunda turizmin yerel halkı olumlu ve olumsuz yönde etkilediği de açık bir şekilde vurgulanmıştır (Kim vd., 2013:527). Geçmiş çalışmalar (Jurovski ve Gürsoy, 2004; Nunkoo ve Ramkissoon, 2011; Vargas-Sanchez vd., 2009) turizm gelişim sürecinde meydana gelen üç temel unsurun ekonomik, sosyokültürel ve çevresel etkileri olduğunu vurgulamaktadır. Turizmin, bu değişim alanlarının her biri ile ilgili olarak yerel halk üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkiler taşıdığı kabul edilmektedir (Stylidis vd., 2014:261). Özellikle ekonomik kazanç ile sosyal ve çevresel düzeyde meydana gelen bozulmalardan dolayı yerel halk bir ikileme düşebilir. Bu ikilem sonucunda halkta turizme yönelik olumsuz algı oluşur ise sektöre olan desteğini çekerek sektörün başarısını ve gelişimini tehlikeye atabilir (Sharpley, 2014:37). Turist ve yerli halk etkileşimi farklı ortamlarda (seyahat esnasında, konaklama tesislerinde, restoranlarda yemek yerken, turistik yerleri ziyaret ederken, alışveriş yaparken vs.) ortaya çıkabilir ve bu etkileşimler farklı formlarda gerçekleşebilir (Tayfun, 2002:2). Turizmin gelişimi için yapılan planlamalarda bu etkileşim süreçleri ve yerel halkın algılama biçimleri göz ardı edilirse yaşadıkları öfke, güvensizlik ve ilgisizlik durumları turistlere yansımaktadır. Turistler ise hoş karşılanmadıkları yerleri tekrar ziyaret etme konusunda isteksiz bir tavır sergileyecektir (Yoon vd., 1999:30).

Murphy (1981), daha önce yapılan bir çalışmaya dayanarak İngiltere’nin York şehrinde halkın konaklama konusunda endişeli olduklarını ve bu yüzden topluluk ilişkilerinin geliştirilmesi gerektiğini savunmuştur. Benzer bir çalışmayı ise Avusturalya’da yapan Ross (1992) yerel halkın turizm etkilerini bireysel olarak değil toplumsal olarak algıladıklarını belirlemiştir. Olumlu algılamalar daha çok eğlence ve maddi kazanç yönünde iken olumsuz algılamalar suç sayısındaki artış ve yaşam maliyetlerinin artması olarak belirlenmiştir (Snaith ve Haley, 1999:596) Bu konuda yapılan birçok çalışmada (Jurovski, 1994; Akis vd., 1996; Gürsoy vd., 2001; Wang vd., 2006; Gümüş ve Özüpekçe, 2009; Sánchez Cañizares vd., 2014; Çelikkanat, 2015; Dağdeviren, 2015) benzer sonuçlar elde edilmiştir. Yerel halkın turizme bakış açısını anlamak, turizm gelişiminde meydana gelebilecek olası olumsuz etkileri en aza indirebilmek ve faydalarını en üst düzeye çıkarabilmek adına önemli bir adım olacaktır. İleride Yapılacak çalışmalar toplumun gelişimini sağlayarak turizm gelişimi için hazırlanan politikaların uygulanabilirliğini kolaylaştıracaktır (Stylidis vd., 2014:260).

4. TURİZMİN GELİŞİMİNİ DESTEKLEMENE YÖNELİK ALGIYI ETKİLEYEN FAKTÖRLERE İLİŞKİN LİTERATÜR TARAMASI

Bir bölgedeki turizmin gelişimi desteklemeye yönelik halkın algısını inceleyen ve bu algıyı etkileyen faktörleri araştıran çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalar incelendiğinde, bu faktörleri tek bir modele dahil ederek toplu etkiyi inceleyen araştırma sayısının fazla olmadığı dikkati çekmektedir. Söz konusu etkiler çalışmalarda, ekonomik etki, sosyal etki, kültürel etki, çevresel etki ve yaş, cinsiyet, eğitim, gelir seviyesi gibi demografik değişkenler şeklinde incelenmiştir. Turizmin gelişiminde ekonomik etkilerin önde olduğunu savunan çalışmalar (Akis vd.,1996; Gürsoy vd., 2002; Liu vd., 1987) olduğu gibi sosyo-kültürel etkilerin ön planda olduğunu ifade eden çalışmalarda (Almeida vd., 2016; Haralambopoulos ve Pizam, 1996; Liu ve Var, 1986) vardır. Bunun yanı sıra, turizmin gelişiminde çevresel etkilerin önemini vurgulayan çalışmalar da (Jurowski ve Gürsoy, 2004; Teye vd., 2002; Sheldon ve Var, 1984) bulunmaktadır.

Gümüş ve Özüpekçe (2009), yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algı ve tutumlarını belirleyerek demografik değişkenlere göre değişimini incelemek amacıyla Foça merkez ve üç farklı beldede anket çalışması yapmıştır. Çalışma sonuçlarına göre, araştırmacılar cinsiyet değişkeninde ekonomik etkilerin hem kadın hem de erkek katılımcılar üzerinde olumlu etkiye sahip olduğunu fakat erkek katılımcılarda çevresel sosyo-kültürel etkilerin daha düşük yani olumsuz etkiye sahip olduklarını belirtmişlerdir. Eğitim durumu incelendiğinde ise okur-yazar olmayan katılımcıların tüm etkiler konusunda olumsuz düşüncülere sahip oldukları belirlenmiştir. Ekonomik etkilerde ortaöğretim grubu katılımcılar en olumlu algıya sahip olurken toplam, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerde ise lisansüstü eğitim görmüş katılımcıların en olumlu algılamalara sahiptirler.

Akova (2006), aynı destinasyonda iki farklı dönemde (2001 ve 2003 yıllarında) yaptığı araştırma sonuçlarına göre, halkın turizmin gelişimini etkileyen algı ve tutumlarına ilişkin 2001 yılında ekonomik faktörler ön planda çıkarken, 2003 yılında kültürel etkiler ön plana çıkmıştır. 1. araştırmada kültürel gelişim etkileri hakkında daha çok eğitim seviyesi yüksek, turistlerle iletişim kuran ve turizm sektöründe çalışan katılımcıların algıları sadece birkaç kategori için yüksek iken, 2. araştırmada aynı kategorideki katılımcıların kültürel gelişim faktörleri hakkındaki algılamaları tüm kategorilerde olumlu yönde değişmiştir. Çevresel etkilere ilişkin olarak da iki dönemde farklılıklar görülmektedir. 1. araştırmada turizm sektöründe çalışmayanlar ve yörenin yerlileri olan katılımcılar, 2. araştırmada ise bunlara ek olarak yaş ortalaması yüksek katılımcılar ve turistlerle iletişim kurmayan katılımcılarında çevresel etkileri olumsuz bir şekilde algıladıkları görülmüştür.

Ünlüören ve Özekici (2017), Yozgat ili halkı üzerinde yaptıkları anket çalışması sonuçlarına göre, yerel halk, turizmin olumlu ve olumsuz çevresel etkileri ile ekonomik anlamda olumlu ve olumsuz etkilerine katılım göstermiştir. Kültürel etkiler açısından ise olumlu kültürel etkilere katılım sağlamış, olumsuz kültürel etkilere karşı tarafsız kalmıştır. Türker ve Türker (2014), Muğla Dalyan halkına

uyguladıkları anket sonuçlarına göre, turizm desteğini etkileyen en önemli faktörün sosyal ve kültürel etkiler olduğu belirlenmiştir. Cengiz ve Kırkbir (2007) Bodrum bölgesinde 193 katılımcı ile uygulama yapmış ve turizmin sosyal, ekonomik, çevresel ve kültürel etkisinin toplam turizm etkisi üzerinde anlamlı düzeyde etkisinin bulunduğunu saptamıştır. Eren ve Aypek (2012), Bursa ili Cumalıkız Köyü'nde yaptıkları araştırmaya göre, köy halkının turizmin gelişimine karşı olumlu bir tutuma sahip olduğunu fakat, turizm yatırımlarının köye yapılan kamu hizmetlerini artırmamasından şikayetçi olduklarını belirlemiştir. Tayfun ve Kılıçlar (2004), Antalya'nın Alanya ve Gazipaşa ilçelerinde yaptıkları araştırmaya göre, halkın turizmin yaşadıkları bölge üzerinde iş imkanlarını artırması, halkı geliştirmesi gibi olumlu etkilerinin olduğu gibi çevre kirliliğine neden olması, gelenek-görenek bozulması gibi olumsuz etkilerinin olduğunu da düşündükleri belirlenmiştir. Ayaz, Artuğer ve Türkmen (2009), yerel halkın turizme bakış açısını belirlemeye çalıştığı Tokat'ın Zile ilçesinde 550 kişi üzerinde yaptıkları anket çalışması sonuçlarına göre, halk gelirleri artırması açısından turizme karşı olumlu tutum içerisindeyken, mal ve hizmetlerin fiyatlarını artırması açısından olumsuz bir tutum içerisindedir.

Turizmin gelişimi algısı hakkında dünyadan örnekler vermekte mümkündür. Doğa turizmine destek konusunda Hong-kong'da kadınlar erkeklere oranla ve yüksek gelirli kişiler düşük gelirli kişilere oranla daha olumlu düşünmektedir. Yaş ortalaması yüksek olanlar genç olanlara göre daha olumlu bir şekilde doğa turizmi gelişim algısına sahiptir (Chiu vd., 2016). İspanya'nın Malaga şehrinde yerel halkın demografik özellikleri, turizm etkilerinin algılanmasında önemli bir unsurdur. Eğitim durumu, doğum yeri ve Malaga şehrindeki ikamet süresi ile turizmin genel etkilerinin algılanması arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Örneğin, Malaga'da beş yıldan daha kısa süre ikamet eden kişilerin turizm etkilerine karşı daha olumlu tutum sergiledikleri belirlenmiştir (Almeida vd., 2016). Yunanistan'ın Samos adasında yapılan bir araştırmaya göre, turizm sektöründe çalışmış olma durumu turizmin ekonomik ve sosyal etkilerinin algılanmasını olumlu yönde etkilemektedir. Daha önce turizm sektöründe çalışmamış insanlar özellikle turizmin sosyal etkileri konusunda bireysel suçlar, uyuşturucu bağımlılığı, cinsel taciz, Vandalizm ve mal ve hizmet fiyatlarında artışa sebep olacağı yönünde olumsuz algılamalara sahiptir (Haralambopoulos ve Pizam, 1996).

5. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Bu araştırma, yerel halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algılarını değerlendirmek üzere oluşturulan bir alan araştırması temeline dayanmaktadır.

5.1. Araştırmanın Amacı

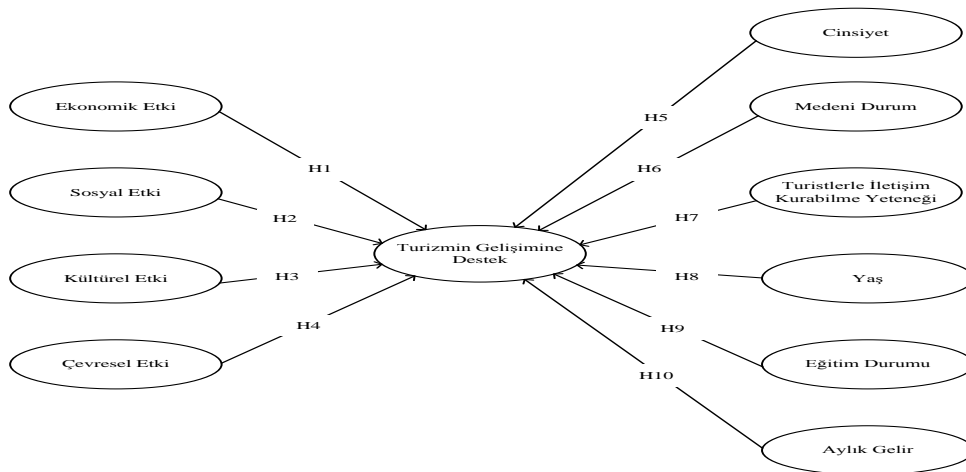
Çalışmanın amacı, yerel halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısını etkileyen faktörleri tespit etmektir. Bu amaçla, literatürde yerel halkın turizmin gelişimine desteği üzerinde etkisi olduğu belirtilen ekonomik, kültürel, sosyal ve çevresel etkiler (Akis vd.,1996; Gürsoy vd., 2002; Liu

vd., 1987; Almeida vd., 2016; Haralambopoulos ve Pizam, 1996; Liu ve Var, 1986; Jurowski ve Gürsoy, 2004; Teye vd., 2002; Sheldon ve Var, 1984) analiz kapsamına dahil edilmiştir.

5.2. Araştırmanın Hipotezleri

Yerel halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısını etkileyen faktörleri inceleyen pek çok çalışma halk tarafından algılanan ekonomik etkileri de değerlendirmiştir. Ekonomik etkiler, turizmin gelişiminde aranan en önemli unsurdur (Stylidis vd., 2014; Akis vd., 1996; Yoon vd., 2001). Ekonomik etki araştırmalarının çoğu turizm gelirleri ve istihdam imkanları açısından ele alınmıştır (Davis vd., 1988). Son dönemlerde, turizmin gelişmesi pek çok alanda ekonomik büyümeye katkı sağlamıştır (Szpilko, 2015:977). Araştırma sonuçlarından bazıları ekonomik etkinin turizmin gelişimi üzerinde olumlu bir etkisinin olduğunu ve diğer etkilerin (sosyal, kültürel ve çevresel etkiler) ise olumsuz bir etkisinin bulunduğunu göstermiştir (Jurowski vd., 1997; Yoon vd., 2001). Bazı araştırma sonuçlarına göre ise, turizmin gelişimi üzerinde sosyal, kültürel ve çevresel etkilerin ekonomik etkilere göre daha etkili olduğu tespit edilmiştir. Çevresel etkilerin de turizmin gelişimi üzerinde pozitif ve negatif etkileri bulunmaktadır (Yoon vd., 2001). Çevresel etkilerin negatif sonuçları arasında, doğal kaynakların tahrip edilmesi, kirlilik ve kültürel veya tarihsel kaynakların bozulması yer almaktadır. Algılanan pozitif etkileri arasında ise tarihi ve kültürel kaynakların korunması, ziyaretçilerin ve sakinlerin rekreasyon olanakları, daha iyi yollar ve kamu tesisleri bulunmaktadır (Gökçe, 2016; Yoon vd., 2001). Bu bilgiler doğrultusunda; ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel etkiler ve demografik değişkenlerin halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısı üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla kurulan hipotezler ve araştırma modeli aşağıda yer almaktadır.

Şekil 1. Araştırma Model Çizimi



H1: Turizmin ekonomik etkileri halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısını olumlu yönde etkilemektedir.

H2: Turizmin sosyal etkileri halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısını olumlu yönde etkilemektedir.

H3: Turizmin kültürel etkileri halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısını olumlu yönde etkilemektedir.

H4: Turizmin çevresel etkileri halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısını olumlu yönde etkilemektedir.

H5: Cinsiyet değişkenine göre halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısı anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H6: Medeni durum değişkenine göre halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısı anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H7: Turistlerle iletişim kurabilme yeteneğine göre halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısı anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H8: Yaş değişkenine göre halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısı anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H9: Eğitim durumu değişkenine göre halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısı anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H10: Aylık gelir değişkenine göre halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısı anlamlı bir farklılık göstermektedir.

5.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Çalışmanın ana kütesini, Düzce ilinin Akçakoca ilçesinde yaşayan halk oluşturmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2017 verilerine göre Akçakoca ilçesinin toplam nüfusu 37,924 kişidir. Bu evren büyüklüğünü %95 güvenilirlik ve %5'lik hata payı ile en iyi temsil edecek örneklem sayısı 380'dir (Sekaran, 2003). Araştırmanın evreni Akçakoca'da yaşayan halk olarak belirlendiği için günü birlik ziyaretçiler ve turistler anket kapsamı dışında tutulmuştur. Bu doğrultuda, ziyaretçi ve turist kategorisinde bulunmayan, Akçakoca'yı yaşama alanı olarak tercih eden ve en az 1 yıl bu yörede yaşayan yerel halk amaçlı örnekleme yöntemiyle belirlenmiş 416 kişiye anket uygulanmış ve 401 geçerli anket analize tabi tutulmuştur. Anket verileri 2017 yılı Ekim ayı içerisinde toplanmıştır. Yerel halk olarak araştırma kapsamına, Akçakoca ilçe merkezi ve mahallelerinde yaşayan kişiler dâhil edilmiştir.

5.4. Veri Toplama ve Analiz Yöntemi

Yapılan bu çalışmada anket tekniği aracılığıyla veriler sağlanmıştır. Anketler, yüz yüze görüşme tekniğiyle yapılmıştır. Araştırmanın birinci aşamasında, ölçekler SPSS programında geçerlilik ve güvenilirlik analizine tabi tutulmuş ve araştırma verilerinin yapı geçerliliği ise doğrulayıcı faktör analizi

(DFA) aracılığıyla test edilmiştir. DFA, AMOS programında yapılmıştır. DFA, daha az faktör altında toplandığı belirlenmiş olan ölçeğin araştırmanın yapıldığı mevcut örneklem için de uygunluğunu test etmektedir (Anderson ve Gerbing, 1988:412; Meydan ve Şeşen, 2011:21). Ölçeklerin güvenilirlik analizinde Cronbach Alfa (α) katsayısı dikkate alınmıştır. Cronbach Alfa katsayısı, ölçek sorularının bir bütünü oluşturarak homojen bir yapıya sahip olup olmadığını belirlemek üzere gerçekleştirilen ve 0 ile 1 aralığında değişen bir orandır (Kline, 2011:69). Bu katsayısı 0,70 ve üzeri ise ölçeğin güvenilir olduğu yargısına varılabilir (Tavşancıl, 2010:29). Yerel halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısını (bağımlı değişken) etkileyen faktörler kapsamında turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkisi (bağımsız değişkenler) ölçülmüş ve bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki etkisini belirlemek üzere AMOS programında yol analizi uygulanmıştır. Ayrıca, demografik değişkenlerin halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısına göre farklılık gösterme durumu ise varyans analizi aracılığıyla test edilmiştir.

5.5. Araştırma Ölçekleri

Uygulama kapsamında yerel halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısını değerlendirmek üzere Yoon vd., (2001) tarafından kullanılan orijinali Liu ve Var, (1986) ve Akis vd., (1996)' den uyarlanan ölçekten yararlanılmıştır. Ekonomik etki 8 ifade, sosyal etki 6 ifade, kültürel etki 4 ifade ve çevresel etki 3 ifadeden oluşmaktadır. 21 etki maddesini ölçmek üzere 5'li likert ölçeği (1=Kesinlikle Katılmıyorum...3=Kararsızım...5=Kesinlikle Katılıyorum) kullanılmıştır. Halkın turizmin gelişimine destek ölçeği ise orijinali Jurowski vd., (1994) olan ve Yoon vd., (2001) tarafından da kullanılan ölçekten uyarlanmıştır. Ölçek, “doğa tabanlı gelişimi desteklerim, kültürel ya da tarihsel tabanlı gözde mekanları desteklerim vb. gibi gelişime katkıyı sorgulayan 6 ifadeden oluşmakta ve 5'li likert ölçeği (1=Kesinlikle Katılmıyorum...3=Kararsızım...5=Kesinlikle Katılıyorum) aracılığıyla ölçülmektedir. Araştırmada demografik değişkenler olarak, yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, gelir durumu ve turistlerle iletişim kurabilme yeteneğini sorgulayan ifadeler yer almaktadır.

6. BULGULAR

Bulgular kısmında, katılımcıların demografik özelliklerine, geçerlilik ve güvenilirlik analizlerine, tanımlayıcı istatistiklere, doğrulayıcı faktör analizi ve yol analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

6.1. Katılımcılara Ait Demografik Özellikler

Araştırma katılımcılarının %53,6'sı erkek (n=215), %46,4'ü kadındır (n=186). Katılımcıların %30,7'si 24 yaş ve altı aralığında (n=123), %22,2'si ise 25-34 yaş aralığında (n=89) yer almaktadır. Araştırmada yer alan katılımcıların %57,9'u bekâr (n=232) iken %41,4'ü evlidir (n=166). Araştırma en yüksek oranla %37,9'u lisans eğitimi (n=152) ve ikinci sırada %20,9'u ön lisans eğitimi (n=84) almış katılımcılardan oluşmaktadır. Katılımcıların %51,1'i turistler ile iletişim kurabildiklerini (n=205) belirtirken %47,6'sı (n=191) turistler ile iletişim kuramadıklarını belirtmişlerdir. Çalışmaya dâhil olan

katılımcıların en yüksek oranla %21,9'u 3001 TL ve üstü (n=88) ve %20,2'si ise 1401-2000 TL (n=81) aylık gelire sahip olduğu saptanmıştır.

Tablo 1. Demografik Bilgiler

Yaş	Frekans	Yüzde
24 yaş ve altı	123	30,7
25-34	89	22,2
35-44	77	19,2
45-54	66	16,5
55 yaş ve üstü	46	11,5
Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Kadın	186	46,4
Erkek	215	53,6
Medeni Hal		
Evli	166	41,4
Bekar	232	57,9
Cevaplamayan	2	0,5
Öğrenim Durumu	Frekans	Yüzde
İlköğretim	53	13,2
Lise	81	20,2
Önlisans	84	20,9
Lisans	152	37,9
Lisansüstü	30	7,5
Cevaplamayan	1	0,2
Turistlerle İletişim	Frekans	Yüzde
Evet	205	51,1
Hayır	191	47,6
Cevaplamayanlar	5	1,2
Gelir	Frekans	Yüzde
850 TL ve altı	62	15,5
851-1400 TL	61	15,2
1401-2000 TL	81	20,2
2001-3000 TL	57	14,2
3001 TL ve üstü	88	21,9
Cevaplamayanlar	52	13

Toplam Katılımcı Sayısı=401

6.2. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri Sonuçları

Araştırma değişkenlerinin yapı geçerliliğinin araştırılması için doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Şimşek (2007:12)'e göre, boyutlara ait değişkenler tek bir model içerisinde test edilebildiği gibi ölçme modelleri her bir değişken için ayrı olarak da test edilebilir. Bu çalışmada her bir değişken için ayrı doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda gerek gözlem değeri 2,58'den büyük olan ve gerekse ilgili olduğu faktörü açıklama gücünü ifade eden faktör yükleri çok düşük olan ifadeler modelden çıkarılmalıdır (Byrne, 2010:86-87). Bu kapsamda, ekonomik etki faktöründen 2 değişken, sosyal etki faktöründen 1 değişken, kültürel etki faktöründen 1 değişken ve çevresel etki faktöründen 1 değişken analiz kapsamı dışında tutulmuştur.

Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda değişkenlere ilişkin ölçüm modeli için elde edilen standardize edilmemiş ve standardize edilmiş değerler, standart hatalar ve t-değerleri Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Ölçüm Modeli Değerleri

Değişken	Standardize Edilmemiş Değerler	Standardize Edilmiş Değerler	Standart Hatalar	t-değerleri
Eko.Etki				
Eko.1	1,03	0,81	0,08	9,09
Eko.2	1,08	0,78	0,07	8,92
Eko.3	0,06	0,48	0,08	9,29
Eko.4	0,07	0,84	0,07	8,06
Eko.5	0,07	0,53	0,08	14,31
Eko.6	0,70	0,73	0,07	15,10
Sosyal Etki				
SE1	0,88	0,50	0,23	3,82
SE2	0,74	0,60	0,20	3,65
SE3	1,08	0,71	0,33	5,32
SE4	1,06	0,66	0,33	4,99
SE5	1	0,77	-	-
Kültürel Etki				
KE1	1,04	0,60	0,25	5,65
KE2	1,09	0,84	0,42	4,54
KE3	1	0,52	-	-
Çevresel Etki				
ÇE1	0,57	0,79	-	-
ÇE2	1	0,86	0,10	5,56
Tur.Gel.Destek				
TGD1	1	0,91	-	-
TGD2	0,65	0,51	0,08	5,31
TGD3	0,73	0,66	0,08	4,86
TGD4	0,83	0,81	0,11	7,37
TGD5	0,49	0,58	0,09	5,21

Ekonomik etki değişkenine ait doğrulayıcı faktör analizi sonucuna göre, ölçüm modelinin analizinden elde edilen standardize edilmiş değerler, değişkenlerin gizil değişkeni açıklama gücünü gösteren faktör yükleridir (Meydan ve Şeşen, 2011:70). Bu değişkene ait faktör yüklerinin 0,480 ile 0,840 arasında olduğu tespit edilmiştir. Sosyal etki değişkenine ait doğrulayıcı faktör analizi sonucuna göre, faktör yüklerinin 0,508 ile 0,770 arasında olduğu belirlenmiştir. Kültürel etki değişkenine ait doğrulayıcı faktör analizi sonucuna göre, faktör yüklerinin 0,520 ile 0,840 arasında olduğu tespit edilmiştir. Çevresel etki değişkenine ait doğrulayıcı faktör analizi sonucuna göre, faktör yüklerinin 0,790 ile 0,860 arasında olduğu belirlenmiştir. Turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algı değişkenine ait doğrulayıcı faktör analizi sonucuna göre, faktör yüklerinin 0,510 ile 0,910 arasında olduğu tespit edilmiştir. Bir modelin veri ile uyumlu olup olmadığı kararını verebilmek için uyum indeksleri incelenmelidir (Meydan ve Şeşen, 2011, 31). Değişkenlere ait uyum indeksleri Tablo 3’te yer almaktadır.

Tablo 3. Uyum İndeksleri

	Ekonomik Etki	Sosyal Etki	Kültürel Etki	Çevresel Etki	Turizmin Gelişimine Destek	İyi Uyum Şartı	Kabul Edilebilir Uyum Şartı
χ^2/sd	1,69	1,83	1,66	1,38	1,84	≤ 3	≤ 5
GFI	0,971	0,99	0,98	0,98	0,991	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$
NFI	0,948	0,954	0,99	0,982	0,981	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$
TLI	0,93	0,944	0,983	0,994	0,965	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$
CFI	0,963	0,978	0,976	0,985	0,989	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$
RMSEA	0,03	0,05	0,04	0,05	0,03	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$

Schumacker ve Lomax (2004), yapısal modelin bütünsel olarak anlamlılığını belirlemek için yol analizine ait uyum iyiliği değerlerine bakılmasını önermiştir. Bu doğrultuda, yapısal modele ait uyum iyiliği değerleri Tablo 3'te verilmiştir. Uyum iyiliği kriterleri çerçevesinde modeldeki ilişkilerin örneklem verisi ile tutarlı olduğu söylenebilmektedir. Bu sonuçlar, ekonomik etki, sosyal etki, kültürel etki, çevresel etki ve turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algı ölçeğine ilişkin faktör yapısının doğrulandığını göstermektedir. Yapısal geçerlilikleri test edilen ölçeklerin güvenilirlikleri ise Cronbach Alfa (α) değerleri hesaplanarak belirlenmiştir. Elde edilen güvenilirlik değerleri Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4. Güvenilirlik Değerleri

Cronbach's Alpha Değeri	
Ekonomik Etki	0,762
Sosyal Etki	0,855
Kültürel Etki	0,902
Çevresel Etki	0,976
Tur.Gel Des.	0,923

Tablo 4'te sunulan değerler, ölçeklerin güvenilirlik değerinin 0,70 üzerinde olduğunu göstermektedir. Belirlenen değerler çerçevesinde tüm ölçeklerin oldukça güvenilir olduğu görülmektedir. Araştırmada kullanılan değişkenler arasındaki karşılıklı ilişkiler Pearson korelasyon analizi aracılığıyla tespit edilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 5'te bulunmaktadır.

Tablo 5. Korelasyon Analizi Sonuçları

	Std.Sapma	Eko. Etki	Sosyal Etki	Kültürel Etki.	Çevresel Etki	Gelişime Destek
Eko.etki	0,855	1				
Sosyal Etki	0,736	,128**	1			
Kültürel Etki	0,925	,586**	,110**	1		
Çevresel Etki	0,91	,222**	,363**	,179**	1	
Gelişime Destek	0,939	,571**	,170**	,660**	,233**	1

N=327, **p<0,01, Ort=Ortalama, Std.Sapma=Standart Sapma

Tablo 5'e göre, araştırma içerisinde incelenen değişkenler arasındaki karşılıklı ilişkilerin 0,01 düzeyinde anlamlı olduğu belirlenmiştir. Kline, (2011:362)' e göre; değişkenler arası karşılıklı ilişkilerin katsayı 0,85 değerini geçmediğinde çoklu doğrusal bağlantı sorunu olmayacaktır. Bu bilgi doğrultusunda, araştırmada çoklu doğrusal bağlantı sorunu bulunmadığı söylenebilir. Ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etki faktörlerinin ortalamasından oluşan yerel halkın turizme bakış açısı ile turizmin gelişimine destek değişkenleri arasında ise; 0,01 anlamlılık düzeyinde ve 57,8 değerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma değişkenleri verilerine ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistik Verileri

BOYUTLAR	X	SS.
Ekonomik Etki	3,3	0,981
Mal ve hizmetlerin fiyatları turizmden dolayı artar.	2,87	1,684
Turizm, bölgemiz için daha fazla istihdam yaratır.	3,49	1,399
Turizm, bölgemize daha fazla yatırım çeker.	3,37	1,392
Yaşam standardımız turizme bağlı olarak önemli ölçüde artar.	3,29	1,305
Turizm, yerel halk ve küçük işletmeler için ekonomik fayda sağlar	3,29	1,41
Yerel yönetimler için turizm gelirleri diğer sektörlerden gelen gelirlerden daha önemlidir.	3,55	1,3
Sosyal Etki	3,06	0,804
Yerel halk turizm destinasyonlarında yaşamaktan zarar görür.	2,95	1,328
Turizm toplum içinde daha fazla şiddete yol açar.	2,81	1,407
Turizm bölgemizde suç oranını artırır.	2,71	1,358
Farklı kültürleri ve toplumları anlamak için farklı bölgelerden gelen turistlerle tanışmak önemli bir tecrübedir.	3,3	1,32
Turistlerin yüksek harcamalar yapması yaşam tarzımızı olumsuz etkiler.	3	1,36
Kültürel Etki	3,42	1,011
Turizm, geleneksel kültürel değerlerimizi değiştirir	3,13	1,384
Turizm yerel halk tarafından yapılan çeşitli kültürel aktiviteleri destekler.	3,46	1,365
Turizm, kültürel kimliğimizde olumlu etkiler meydana getirir.	3,68	1,356
Çevresel Etki	3,24	1,084
Turizm, trafikte kirliliğine neden olur.	2,89	1,454
Turizm, yerel halk için daha fazla park ve diğer rekreasyonel alanların açılmasını sağlar.	3,59	1,267
Turizmin Gelişimini Desteklemeye Yönelik Algı	3,65	0,978
Doğa tabanlı gelişimi destekliyorum (kayak, kamp alanı, park, tırmanma vb.)	3,61	1,483
Çok sayıda turist için tasarlanmış gezi yerleri/mekânları destekliyorum (temalı park, tatil kompleksi, Disney vb.)	3,71	1,285
Kültürel ya da tarihsel tabanlı gözde mekânları destekliyorum (müze, saray, halk köyü, tarihi site vb.)	3,70	1,353
Etkinlik/Açık hava programlarını destekliyorum (rekreasyonel faaliyetler, sergi, performans, spor etkinliği, iş/kamu etkinliği)	3,69	1,422
İşletmelerin hizmet kalitelerini artırmak amacıyla yaptıkları faaliyetleri destekliyorum (otel, seyahat acentası, restoran, eğlence, hediyelik eşya merkezi vb.)	3,54	1,436

X=Ölçek Ortalaması; SS=Standart Sapma.

Elde edilen sonuçlara göre, araştırmada kullanılan ölçeklerin ortalamaları; ekonomik etki (X=3,30), sosyal etki (X=3,06), kültürel etki (X=3,42), çevresel etki (X=3,24) ve turizmin gelişimini desteklemeye yönelik etki (X=3,65) şeklindedir.

6.3. Halkın Turizmin Gelişimini Desteklemeye Yönelik Algısını Etkileyen Değişkenlere İlişkin Farklılaşma Analizi Bulguları

Araştırma verilerinin normal dağılıp dağılmadığı demografik değişkenler için Kolmogorov-Smirnov testi ve diğer 5’li likert ölçek ifadeleri için ise çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) değerleri dikkate alınarak kontrolü sağlanmıştır. Analiz sonucuna göre verilerin normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir. Bu doğrultuda, cinsiyet, medeni durum ve turistlerle iletişim kurabilme değişkenleri ile turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunup bulunmadığını test etmek amacıyla T testi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre, medeni durum ve turistlerle iletişim kurabilme yeteneği ile turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık (p<0,05) tespit edilmiştir. Bekâr katılımcıların (x=3,85), evli katılımcılara (x=3,36) göre ve turistlerle iletişim kurabilen katılımcıların (x=3,84), turistlerle iletişim kuramayan katılımcılara (x=3,42) oranla turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algının daha yüksek olduğu söylenebilir. Cinsiyet değişkenine göre ise anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Dolayısıyla, H6 ve H7 hipotezleri kabul edilirken, H5 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 7. T-Testi Sonuçları

Boyutlar/ Faktörler	Değişkenler	Gruplar	A.O.	s.s.	t	p
Turizm Gelişimine Destek	Cinsiyet	Kadın	3,64	0,91	-0,26	0,78
		Erkek	3,66	1,03		
	Medeni Durum	Evli	3,36	0,85	-5,06	,00*
		Bekâr	3,85	1,01		
	Turistler ile iletişim kuruyor musunuz?	Evet	3,84	0,96	4,36	,00*
Hayır	3,42	0,95				

p<0,05

Eğitim durumu, yaş ve aylık gelir değişkene göre halkın turizmin gelişimi destekleme algısının farklılık gösterip göstermediği Anova ve Tukey testi aracılığıyla belirlenmiştir.

Tablo 8 incelendiğinde; “turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algı” bağımlı değişkeni ve bağımsız değişken olan eğitim arasında anlamlı bir farklılık (p<0,05) görülmektedir. Farklılığın hangi gruplar arasında meydana geldiğini belirleyebilmek için Tukey testi yapılmıştır. Tukey testi analizlerine göre özellikle lisans eğitimi almış katılımcıların (Ort.4,02), ilköğretim (Ort. 3,44), lise (Ort.3,42), ön lisans (Ort. 3,50) ve lisansüstü (Ort. 3,17) eğitimi almış katılımcılara göre turizmin gelişimine daha olumlu bir destek verdikleri belirlenmiştir. En olumsuz bakış açısına sahip katılımcıların ise lisansüstü eğitim almış kişiler olduğu belirlenmiştir (Ort.3,17). Dolayısıyla, H9 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 8. Eğitim Durumu Değişkenine göre Varyans Analizi ve Tukey Testi Sonuçları

Turizm Gelişimine Destek	A.O.		Std. Sapma		Tukey	
	İlköğretim (1)	3.44		0.805		1-4
Lise (2)	3.42		0.903		2-4	
Ön lisans (3)	3.50		1.144		3-4	
Lisans (4)	4.02		0.892		4-4	
Lisansüstü (5)	3.17		0.767			
ANOVA	Karelerin toplamı	sd	Kareler Ort.	F	p(sig)	
Gruplar arası	13,319	4	9.015	10.316.561	,000*	
Gruplar içi	125,254	395	0.873			

*p<0,05

Bağımsız değişkenlerden biri olan yaş değişkeni ile bağımlı değişken olan turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algı arasında eğitim değişkeni ile benzer olarak anlamlı farklılık ($p<0,05$) tespit edilmiştir. Farklılığın meydana geldiği grupların belirlenebilmesi için Tukey testi uygulanmıştır. Tukey testi sonuçlarına göre; 24 yaş ve altındaki katılımcıların (Ort.4,30) ile 25-34 yaş aralığındaki (Ort.3,61), 35-44 yaş aralığındaki (Ort. 3,23), 45-54 yaş aralığındaki (Ort. 3,22) ve 55 yaş üstü (Ort.3,32) aralığındaki katılımcılara oranla ve 25-34 yaş aralığındaki katılımcıların (Ort.3,61) 35-44 yaş aralığındaki (3,23) katılımcılara oranla turizmin gelişimine daha olumlu bir destek verdikleri belirlenmiştir. Turizmin gelişimine en olumsuz yönde destek veren katılımcıların ise 55 yaş ve üstündekilerin olduğu tespit edilmiştir. Bu duruma göre, H8 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 9. Yaş Değişkeni Anova ve Tukey Testi Sonuçları

Turizm Gelişimine Destek	Ortalama (Ort.)		Std. Sapma		Tukey	
	24 yaş ve altı	4.30		0.981		1-2
25-34	3.61		0.881		1-3	
35-44	3.23		0.716		1-4	
45-54	3.22		0.792		1-5	
55 ve üstü	3.32		0.872		2-3	
ANOVA	Karelerin toplamı	sd	Kareler Ort.	F	p(sig)	
Gruplar arası	83.179	4	20.794	27.462.122	,000*	
Gruplar içi	299.861	396	0,757			

*p<0,05

Katılımcıların aylık gelir durumları ve turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algı arasında $p>0,05$ olduğu için istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Dolayısıyla, H10 hipotezi reddedilmiştir.





Tablo 10. Aylık Gelir Değişkenine Göre Anova ve Tukey Testi Sonuçları

	Ortalama (Ort.)	Std. Sapma	Tukey		
Turizm Gelişimine Destek	850 TL ve altı	3.71	0.995		
	851-1400 TL	3.81	0.885		
	1401-2000 TL	3.48	0.828		
	2001-3000 TL	3.57	0.813		
	3001 TL ve üstü	3.30	1.078		
	ANOVA	Karelerin toplamı	sd	Kareler Ort. F	p(sig)
Gruplar arası	9.047	5	1.809	2.124.096	0,062
Gruplar içi	292.184	343	0.851		
p>0,05					

6.4. Turizmin Gelişimini Desteklemeye Yönelik Algıyı Etkileyen Faktörleri Belirlemeye İlişkin Yapısal Model

Ölçeklere ilişkin modeller DFA ile doğrulanmış ve sonrasında kullanılan değişkenler arası ilişkiler yol analiziyle araştırılmıştır. Turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algıyı etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik gerçekleştirilen yol analizinde test edilen hipotezlere ait değerler Tablo 10'da bulunmaktadır.

Tablo 11. Hipotezler Kapsamında Yapısal Modele Yönelik Değerler

Hipotezler	Standardize Edilmiş Değerler	Standart Hatalar	t değerleri	p değerleri
H1 	0,302	0,03	1,603	0,005
H2 	-0,100	0,012	2,839	0,322
H3 	0,484	0,024	2,854	0,002
H4 	0,118	0,038	4,47	0,001

Araştırmanın hipotezleri kapsamında ekonomik etki, sosyal etki, kültürel etki ve çevresel etki değişkenlerinin halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısı üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Analiz sonuçları; turizmin ekonomik etki, kültürel etki ve çevresel etkisinin yerel halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısı üzerinde anlamlı ve pozitif yönde bir etkisinin olduğunu göstermiştir (H1: $\beta=0,302$, $p<0,05$; H3: $\beta=0,484$, $p<0,05$; H4: $\beta=0,118$, $p<0,05$). Dolayısıyla, H1, H3 ve H4 hipotezi kabul edilmiştir. Ancak, turizmin sosyal etkisinin, yerel halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısı üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır (H2: $\beta=-0,100$, $p>0,05$).

Tablo 12. Yol Analizine Yönelik Uyum İyiliği Değerleri

Uyum İyiliği Kriterleri	Uyum İyiliği Değeri	İyi Uyum Şartı	Kabul Edilebilir Uyum Şartı
Ki-Kare Uyum Testi (χ^2/sd)	3,74	≤ 3	≤ 5
Standardize Edilmiş Hataların Karekökü (SRMR)	0,05	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$
Uyum İyiliği İndeksi (GFI)	0,99	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$
Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi (AGFI)	0,92	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$
Normlandırılmış Uyum İndeksi (NFI)	0,93	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$
Tucker-Lewis İndeksi (TLI)	0,95	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$
Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI)	0,91	$\geq 0,97$	$\geq 0,95$
Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (RMSEA)	0,02	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$

Tablo 12'ye göre iyilik uyum değerleri, iyi ve kabul edilebilir uyum şartlarını sağlamaktadır. Uyum iyiliği değerlerine göre, modeldeki ilişkilerle örneklem verisi tutarlı ve model geçerlidir. Bu sonuca dayanarak, yerel halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısının ekonomik, kültürel ve çevresel etki tarafından etkilendiğini söylemek mümkündür.

7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bireylerin çevrelerinden edindiği bilgileri anlamlandırabilmeleri için algılamaları gerekmektedir. Çünkü bu bilgilere ilişkin gözleme, anlama, yorumlama faaliyetleri algılama süreci sonunda gerçekleşecektir (Bakan ve Kefe, 2012:32). Bu durum, bireylerin konulara bakış açısını yönlendirmektedir. Örneğin, turistik bir alanda yaşayan halkın turizme bakış açısının, turizm olayına olumlu ya da olumsuz yaklaşımını ve bu konudaki davranışlarını ortaya koyabileceği gibi, yerel halkın turizmin etkilerini algılama şekli, turizmin gelişmesine destek olma niyetini de etkilemektedir.

Turizmin olumlu etkilerini arttırmak ve olumsuz etkilerini azaltmak için yerel halkı, turizm gelişim sürecine dâhil etmek, onların bu konudaki fikir ve önerilerini almak gelecekteki turizm hareketlerine ışık tutmada çok büyük katkı sağlayacaktır (Çelikkanat, 2015:66). Bu doğrultuda, çalışmanın amacı, yerel halkın turizmin gelişimini destekleme algısını etkileyen faktörlerin belirlenmesidir. Bu bağlamda, araştırmada Akçakoca halkı üzerinde anket çalışması yapılarak yerel halkın turizmin gelişimine desteğinin belirli faktörlere göre nasıl değişeceği analiz edilmiştir. Korelasyon analizi bulgularına göre, yerel halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısı ile ekonomik ve kültürel etki arasında yüksek düzeyde ilişki olduğu belirlenmişken; sosyal ve çevresel etki ile turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algı arasında düşük düzeyde ilişki olduğu saptanmıştır.

Yol analizi sonuçlarına göre; turizmin ekonomik, kültürel ve çevresel etkisinin yerel halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısı üzerinde anlamlı ve pozitif yönde bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Bu üç değişkenle turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algı arasındaki etki oranları kıyaslandığında, yerel halkın turizmin gelişimine destek olma algısını en yüksek düzeyde kültürel etki

ve en düşük düzeyde ise, çevresel etki değişkeninin etkilediği tespit edilmiştir. Yerel halk, turizmin gelişiminde kültürel etkileri daha önemli bulmuştur. Başka bir ifadeyle; halk, turizmin kültürel etkilerinin ağır basması nedeniyle turizmin gelişiminin desteklenmesi gerektiğini düşünmektedir. Dolayısıyla, turizmin gelişmesi denilince insanların aklına ekonomik ya da sosyal etkilerden de önce kültürel etkilerin geldiği söylenebilir. Elbette bu sonuç bu araştırmanın örneklemini oluşturan Akçakoca halkı için geçerlidir. Farklı bölgelerde yapılacak çalışmalar için etki ağırlıklarının farklı çıkabileceğinin söylenmesi yerinde bir sonuç olacaktır.

Araştırma sonuçları yerel halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısını etkileyen en önemli unsurun ekonomik faktörler olduğunu savunan çalışmalardan (Stylidis vd., 2014; Akis vd., 1996; Yoon vd., 2001) ayrılmaktadır. Hatta, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerin turizmin gelişimi üzerinde hiçbir etkisinin olmadığı sadece ekonomik etkinin turizmin gelişimi üzerinde olumlu bir etkisinin bulunduğunu belirten bazı çalışmalarla (Jurowski vd., 1997; Yoon vd., 2001) tamamen ters düşmektedir. Araştırma hipotezleri kısmında da belirtildiği üzere, literatürde halen turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algıyı etkileyen faktörler tartışmalıdır. Kimi çalışmalar önceden bu yana incelenen temel faktörün ekonomik etki kaynaklı olduğunu savunmakta ve sadece ekonomik etkiye yönelmekte, kimi çalışmalar ise günümüzde her alanda olduğu gibi turizmde de sosyal içerikli faktörlerin önem kazandığını öne sürmekte ve sosyal, kültürel ve çevresel etkilerin halkın turizmin gelişimini destekleye yönelik algısını etkilemedeki gücüne değinmektedir.

T-testi ve One-Way Anova testleri sonuçlarına göre ise medeni durum, turistler ile iletişim kurabilme, eğitim ve yaş değişkenlerinin turizmin gelişimine destek değişkeni üzerinde farklılıklar tespit edilmiştir. Özellikle 55 yaş ve üzeri katılımcıların turizmin gelişimine destek boyutuna en düşük oranda ve negatif yönde olması ile 24 yaş ve altı katılımcıların en olumlu ve pozitif olması nesiller arasında oluşan algı farkını ortaya koymaktadır. Araştırma demografik özelliklerin halkın turizmin gelişimine destek algısı üzerindeki etkisi açısından bazı çalışmalarla (Akova, 2006; Gümüş ve Özüpekçe, 2009; Chiu vd, 2016) benzer sonuçlara sahiptir.

Halkın turizmin gelişimine sağlayacağı destek bakış açılarına göre vaziyet olacaktır. Bu nedenle, özellikle turizme açık alanlarda yaşayan halkın bölgelerindeki turizme bakış açılarının belirlenip değerlendirilmesi ve olumsuzlukların giderilmesi önem kazanmaktadır. Sonuç itibarıyla, turizme olumlu bakan ve turizmin gelişiminin yarar sağlayacağına inanan bir halk, bölgesindeki turizmi geliştirmek için gönüllü olacak ve bu faaliyete yönelik devletin yapacağı uygulamalara katılarak istekli bir şekilde çalışacaktır. Bu nedenle, turizmin gelişmesi için öncelikli olarak halkın kazanılması gerektiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Bölge gelişiminin sağlanması için yerel halkın turizmin gelişimini desteklemeye yönelik algısını etkileyen faktörleri toplu olarak tek bir model içerisinde inceleyen araştırma sayısı sınırlıdır. Bu bağlamda, çalışmanın literatüre teorik olarak katkı sunması açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Araştırmanın yerel gelişim politikaları ve stratejilerinin oluşturulmasında yerel yönetimlere uygulama alanında katkı sağlaması beklenmektedir. Uygulamanın bir tane yerel yerleşim alanında yapılmış olması çalışmanın kısıtlı yanını oluşturmaktadır. Bundan dolayı, daha sonra yapılacak akademik çalışmaların daha fazla sayıda turizm alanına uygulanması önerilebilir. Bu durumda, yerel halkın fikirleri alınarak genel olarak turistik alanların gelişiminde yerel halk-yerel yönetim işbirliğinin sağlanması açısından büyük önem taşımaktadır.

REFERENCES

- Akis, S., Peristianis, N. ve Warner, J. (1996) “Residents Attitudes to Tourism Development: The Case of Cyprus”, *Tourism Management*, 17(7): 481-494.
- Akova, O. (2006) “Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma”, *Akademik İncelemeler Dergisi*, 1(2): 77-109.
- Almeida-García, F., Peláez-Fernández, M. Á., Balbuena-Vazquez, A. ve Cortes-Macias, R. (2016) “Residents' Perceptions of Tourism Development in Benalmádena (Spain)”, *Tourism Management*, (54): 259-274.
- Anderson, J. C. ve Gerbing, D. W. (1988) “Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach”, *Psychological Bulletin*, 103(3): 411-423.
- Ayaz, N., Artuğer, S. ve Türkmen, F. (2009) “Tarihi Zela (Zile) İlçesindeki Yerel Halkın Turizme Bakış Açılarını Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması”, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2:103-124.
- Bakan, İ. ve Kefe, İ. (2012) “Kurumsal Açından Algı ve Algı Yönetimi”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1): 19-34.
- Burkaz, V. (2014) “Platon ve Rousseau’da İnsan Doğası Bağlamında Eğitim”, *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2): 101-112.
- Byrne, B. M. (2010) “Structural Equation Modeling with AMOS: Basic Concepts, Applications and Programming”, 2nd Edition, Routledge Taylor and Francis Group, New York.
- Cañizares, S. M. S., Tabales, J. M. N. and García, F. J. F. (2014). Local Residents Attitudes Towards The Impact of Tourism Development in Cape Verde. *Tourism and Management Studies*, 10(1): 87-96.
- Carmichael, B. A. (2000) “A Matrix Model for Resident Attitudes and Behaviours in A Rapidly Changing Tourist Area”, *Tourism Management*, 21(6): 601-611.

- Cengiz, E., ve Kırkbir, F., (2007) “Yerel Halk Tarafından Algılanan Toplam Turizm Etkisi ile Turizm Desteği Arasındaki İlişkiye Yönelik Yapısal Bir Model Önerisi”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1): 19-37.
- Chiu, H. Y., Chan, C. S. ve Marafa, L. M. (2016) “Local Perception and Preferences in Nature Tourism in Hong Kong”, *Tourism Management Perspectives*, (20): 87-97.
- Çeken, H. (2014) “Turizm Ekonomisi”, İstanbul: Detay Yayıncılık.
- Çelikkanat, N. (2015) “Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı: Bodrum İlçesi Örneği”, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dağdeviren, A. (2015) “Yerel Halkın Turizmin Sosyo-Kültürel Etkilerini Algılamalarının Yaşam Tarzı Boyutuyla İncelenmesi”, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Davis, D., Allen, J., ve Cosenza, R. M. (1988) “Segmenting Local Residents by Their Attitudes”, *Interests and Opinions Toward Tourism. Journal of Travel Research*, 27(2): 2-8.
- Duran, E. ve Özkul, E. (2012) “Yerel Halkın Turizm Gelişimine Yönelik Tutumları: Akçakoca Örneği Üzerinden Bir Yapısal Model”, *International Journal of Human Sciences*, 9(2): 500-520.
- Eren, R., ve Aypek, N. (2012) “Kırsal Turizm Bölgesinde Yerel Halkın Turizmin Gelişimine Karşı Tutumları: Cumalıkız Köyü Örneği”, *Uluslararası Sosyal Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2 (2): 43-47.
- Ertuğrul, H. M., Yıldırım, S., ve Ayhan, F. (2017) “An Investigation of Stationarity Properties of the Turkish Tourism Income Variable”, *International Econometric Review*, 9(2): 37-49.
- Getz, D. (2008) “Event Tourism: Definition, Evolution, and Research”, *Tourism Management*, 29(3): 403-428.
- Gökçe, F. (2016) “Yerli Halkın Turizmin Gelişimine Yönelik Algısı ve Desteği: Afyonkarahisar Örneği”, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Afyon: Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Gürsoy, D., Jurowski, C. ve Uysal, M. (2002) “Resident Attitudes: A Structural Modeling Approach”, *Annals of Tourism Research*, 29(1): 79-105.
- Gürsoy, D., Yoon, Y. ve Chen, J. S. (2001) “Validating A Tourism Development Theory with Structural Equation Modeling”, *Tourism Management*, 22(4): 363-372.
- Gümüş, N. ve Özüpekçe, S. (2009) “Foça’da Turizmin Ekonomik, Sosyal, Kültürel ve Çevresel Etkilerine Yönelik Yerel Halkın Görüşleri”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2): 398-417.

- Haralambopoulos, N. ve Pizam, A. (1996) "Perceived Impacts of Tourism: The Case Of Samos", *Annals of Tourism Research*, 23(3): 503-526.
- Jafari, J. A. (1986) "System View of Sociocultural Dimensions of Tourism", In the President's Commision on Americans Outdoors, 33-50.
- Jurowski, C. ve Gürsoy, D. (2004) "Distance Effects On Residents' Attitudes Toward Tourism", *Annals of Tourism Research*, 31(2): 296-312.
- Jurowski, C., Uysal, M. ve Williams, D. R. (1997) "A Theoretical Analysis of Host Community Resident Reactions to Tourism", *Journal of Travel Research*, 36(2): 3-11.
- Jurowski, C., Uysal, M., Noe, F. P., ve Mcdonald, C. D. (1994) "Environmental Attitude by Trip and Visitor Characteristics: US Virgin Islands National Park", *Tourism Management*, 15(4): 284-294.
- Kim, K., Uysal, M. ve Sirgy, M. J. (2013) "How Does Tourism in A Community Impact The Quality of Life of Community Residents?", *Tourism Management*, 36: 527-540.
- Kline, R. B. (2011) "Principles and Practice of Structural Equation Modeling", 3th Edition, New York: The Guilford Press.
- Latkova, P. (2008) "An Examination of Factors Predicting Residents' Support for Tourism Development", Unpublished Ph.D., Michigan State University Department of Park, Recreation and Tourism Resources, U.S.
- Lindsay, P. H., ve Norman, D. A. (2013) "Human Information Processing: An Introduction To Psychology", Academic Press.
- Liu, J. C. ve Var, T. (1986) "Resident Attitudes Toward Tourism Impacts in Hawaii", *Annals of Tourism Research*, 13(2): 193-214.
- Liu, J., Sheldon, P. J. ve Var, T. (1987) "Resident Perception of The Environmental Impacts of Tourism", *Annals of Tourism Research*, 14(1): 17-37.
- Meydan, C. H. ve Şeşen, H. (2011) "Yapısal Eşitlik Modellemesi Amos Uygulamaları", Ankara: Detay Yayıncılık.
- Murphy, P. E. (1981) "Community Attitudes To Tourism: A Comparative Analysis", *International Journal of Tourism Management*, 2(3): 189-195.
- Nunkoo, R., ve Ramkissoon, H. (2011) "Developing A Community Support Model for Tourism", *Annals of Tourism Research*, 38(3): 964-988.
- Pickens, J. (2005) "Attitudes and Perceptions", *Organizational Behavior in Health Care*, 43-76.
- Ross, G. F. (1992) "Resident Perceptions of The Impact of Tourism on an Australian City", *Journal of Travel Research*, 30(3): 13-17.

- Schumacker, R. E. ve Lomax, R. G. (2004) “Beginner's Guide to Structural Equation Modeling”, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- Sekaran, U. (2003) “Research Method for Business: A Skill Building Approach”, New York: Malloy Lithographing.
- Sharpley, R. (2014) “Host Perceptions of Tourism: A Review of The Research”, *Tourism Management*, 42(1): 37-49.
- Sheldon, P. J. ve Var, T. (1984) “Residents Attitudes Toward Tourism in North Wales”, *Tourism Management*, 5(1): 40-47.
- Snaith, T. ve Haley, A. (1999) “Residents’ Opinions of Tourism Development in The Historic City of York, England”, *Tourism Management*, 20(5): 595-603.
- Stupak, R. J., (2000) “Perception Management: An Active Strategy for Marketing and Delivering Academic Excellence, Business Sophistication, and Communication Successes”, *Public Administration & Management*, 5(4): 250-260.
- Stylidis, D., Biran, A., Sit, J. ve Szivas, E. M. (2014) “Residents' Support for Tourism Development: The Role of Residents' Place Image and Perceived Tourism Impacts”, *Tourism Management*, 45: 260-274.
- Szpilko, D. (2015) “The Future of Tourism Development in The Podlaskie Voivodeship”, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213: 977- 984.
- Şimşek, Ö. F. (2007) “Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş, Temel İlkeler ve Lisrel Uygulamaları”, Ankara: Ekinoks Yayınları.
- Tavşancıl, E. (2010) “Tutumların Ölçülmesi ve Spss ile Veri Analizi”, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Tayfun, A. (2002) “Turist Yerli Halk Etkileşimi Üzerine Bir Araştırma”, *Gazi Üniversitesi Ticaret Ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1: 1-12.
- Tayfun, A. ve Kılıçlar A. (2004) “Turizmin Sosyal Etkileri ve Yerli Halkın Turiste Bakışı”, *Gazi Üniversitesi, Ticaret ve Turizm Fakültesi Dergisi*, 1: 1-17.
- Teye, V., Sönmez, S. F. ve Sirakaya, E. (2002) “Residents' Attitudes Toward Tourism Development”, *Annals of Tourism Research*, 29(3): 668-688.
- TÜİK (2018) <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24590>, (22.03.2018).
- Türker, G. Ö., ve Türker, A. (2014) “Yerel Halkın Turizm Etkilerini Algılama Düzeyi Turizm Desteğini Nasıl Etkiler: Dalyan Destinasyonu Örneği”, *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 4(1): 81-98.

- Ünlüönen, K., ve Özekici, Y. K. (2017) “Yeni Gelişen Destinasyonlarda Turizm Algısı: Yozgat İli Üzerine Bir Alan Araştırması”, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4): 466-488.
- Vargas-Sánchez, A., Plaza-Mejía, M., ve Porrás-Bueno, N. (2009) “Understanding Residents' Attitudes Toward The Development of Industrial Tourism in A Former Mining Community”, *Journal of Travel Research*, 47(3): 373-387.
- Wang, Y., Pfister, R. E. ve Morais, D. B. (2006) “Residents’ Attitudes Toward Tourism Development: A Case Study of Washington”, NC. In *Proceedings of The Northeastern Recreation Research Symposium* (14): 411-418.
- Williams, J. ve Lawson, R. (2001) “Community Issues and Resident Opinions of Tourism”, *Annals of Tourism Research*, 28(2): 269-290.
- Yoon, Y., Gürsoy, D. ve Chen, J. S. (1999) “An Investigation of The Relationship Between Tourism Impacts and Host Communities' Characteristics”, *Anatolia*, 10(1): 29-44.
- Yoon, Y., Gürsoy, D. ve Chen, J. S. (2001) “Validating A Tourism Development Theory with Structural Equation Modeling”, *Tourism Management*, 22(4): 363-372.
- Yüksel, Ö. (2006) “Davranış Bilimleri”, Ankara: Gazi Yayınevi.