



T.C.

ALANYA ALAADDİN KEYKUBAT ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI

**TURİZMDE YOĞUNLAŞMA TEMELİNDE YEREL HALKIN MUTLULUĞU
VE TURİZM GELİŞİMİNE DESTEĞİ:
AŞIRI VE YETERSİZ TURİZM UYGULAMALARI**

Doktora Tezi

Muhammet Necati ÇELİK

Danışman

Doç. Dr. Aydın ÇEVİRGEN

ALANYA

2025

T.C.
ALANYA ALAADDİN KEYKUBAT ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

TURİZMDE YOĞUNLAŞMA TEMELİNDE YEREL HALKIN MUTLULUĞU
VE TURİZM GELİŞİMİNE DESTEĞİ: AŞIRI VE YETERSİZ TURİZM
UYGULAMALARI

Doktora Tezi

Muhammet Necati ÇELİK
Anabilim Dalı: Turizm İşletmeciliği
Program Adı: Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik

Danışman
Doç. Dr. Aydın ÇEVİRGEN

ALANYA
(2025)

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilemeyen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmamın Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programıyla tarandığını ve “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

.....

(İmza)

Muhammet Necati ÇELİK

(Adı-Soyadı)

ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR

Turizm, destinasyonlardaki sosyal, kültürel ve fiziksel çevreyi bir kaynak olarak kullanan ekonomik fayda elde edilen iktisadi bir girişimdir. Dolayısıyla, turizm destinasyonlarının, öncelikle orayı bir yaşam alanı olarak kullanan yerel halkın haklarına saygı göstererek ve onlarla birlikte ortak olarak kullandığı sosyal, kültürel ve fiziksel çevreyi koruyarak turizm faaliyetlerini sürdürmesi oldukça önemlidir. Bir turizm destinasyonunda yaşanan olayların, oluşan şartların ve ortaya çıkan gelişmelerin orada ikamet eden bireylerin yaşamlarını da etkilediği unutulmamalıdır. Bu araştırmanın konusu olan mutluluk ise, insanların kendini iyi hissetmesi ile ilgilidir ve tüm insanların hakkıdır...

Teze başlarken henüz çok yeni bir kavram olan ve turizmin olumsuz etkilerine dayanan aşırı turizm, bugün olduğu kadar dünya gündeminde değildi. Turizm gelişimi sürdürülebilir bir anlayışla ve planlı bir şekilde iyi yönetildiğinde, insanların hayatlarında ekonomik kazanç sağlama, kültürel gelişmeyi destekleme, sosyalleşme ve fiziksel çevreyi güzelleştirme yönleriyle olumlu izler bırakabilmektedir. Ancak, günümüzde hiç alışık olmadığımız kadar artan uluslararası hareketlilik ile birlikte, seyahat eden insan sayısında yaşanan hızlı büyüme birçok turizm destinasyonunu hazırlıksız yakalamış gibi gözüküyor...

Bu tez çalışmasının çıkış noktasını yukarıda yer alan iki paragraf özetlemektedir. Tez çalışmasının ilerleyen bölümlerinde yukarıda yer alan hikayeyi derinlemesine incelemeye çalıştım. Bu süreçte iyi ya da kötü birçok şey yaşadım ve tabi ki yalnız değildim...

Barselona gibi sadece Avrupa'nın değil dünyanın en güzel turizm destinasyonlarından birinde, İspanya'nın o dönemki en iyi üniversitesi olan University of Barcelona'da doktora tezim ile ilgili araştırma yapma fırsatını sunarak 2214-A Yurt Dışı Doktora Sırası Burs Programı kapsamında bana destek olan Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu'na (TÜBİTAK),

Yurt dışında gerçekleştirdiğim eğitim ve araştırma faaliyetleri için gerekli izinler konusunda desteğini esirgemeyen bölüm, fakülte, enstitü ve üniversite yönetimine,

Bu alandaki akademik tecrübesi ve derin bilgi birikimi ile bana yol gösteren danışmanım Doç. Dr. Aydın ÇEVİRGEN'e, tez izleme sürecindeki katkıları için

Prof. Dr. Murat Alper BAŞARAN, Prof. Dr. Kemal KANTARCI ve Doç. Dr. Serpil KOCAMAN’a ve saygıdeğer jüri üyeleri Prof. Dr. Cengiz DEMİR ve Doç. Dr. Furkan BALTACI’ya,

Bu süreçte hayatın her alanında benden desteğini esirgemeyen kıymetli eşime ve bu zorlu süreçte fırsat buldukça daha fazla zaman ayırmaya gayret gösterdiğim değerli oğluma,

Bu hayata gelmeme vesile olan ve küçüklüğümden beri kendimi geliştirebilmem için gerekli imkanları sağlayarak hayatıma dokunan anneme ve babama,

Sonsuz teşekkürlerimi sunmak istiyorum...

Muhammet Necati ÇELİK

Alanya, 2025

ÖZET

TURİZMDE YOĞUNLAŞMA TEMELİNDE YEREL HALKIN MUTLULUĞU VE TURİZM GELİŞİMİNE DESTEĞİ: AŞIRI VE YETERSİZ TURİZM UYGULAMALARI

Muhammet Necati ÇELİK

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü,

Haziran, 2025 (99 Sayfa)

Dünya genelinde insanların boş zamanlarında ve gelirlerinde yaşanan artış ile birlikte uluslararası hareketliliğin kolaylaşması her geçen gün daha fazla insanın seyahat etmesine olanak sağlamıştır. Destinasyonlar artan bu hareketlilikten aldıkları payı arttırarak daha fazla ekonomik fayda elde etmek için turizm arzını genişletmeyi sürdürmektedir. Ancak, özellikle sıklıkla ziyaret edilen popüler destinasyonlarda artan ziyaretçi sayıları yerel halkın turizmin olumsuz etkilerini derinden hissetmesine ve somut tepkiler göstermesine neden olmuş, aşırı turizm olarak adlandırılan bir kavram ortaya çıkmıştır. Bu durumun yakın gelecekte daha fazla destinasyonda yaşanacağı tahmin edilmektedir. Diğer taraftan, özellikle ağırlıklı olarak mevsimsel özellikte turizm ürünü ve hizmeti sunan turizm destinasyonlarında, düşük sezon dönemlerinde mevcut arzın altında kalan talep nedeniyle kullanılmayan atıl bir kapasitenin ortaya çıkması anlamına gelen yetersiz turizm durumu yaşanmaktadır. Her iki durumu yaşayan turizm destinasyonlarında da yerel halkın maliyet olarak algıladığı turizmin olumsuz etkileri nedeniyle yaşam şartları zorlaşmakta ve yerel halkın mutluluğu olumsuz yönde etkilenmektedir. Buradan hareketle, turizmde yoğunlaşma temelinde turizmin algılanan faydaları ve maliyetleri, yerel halkın iyi oluşu, mutluluğu ve turizm gelişimine olan desteği arasındaki ilişkilerin önemli olduğu düşünülerek bu araştırma gerçekleştirilmiştir. Alanya, ağırlıklı olarak mevsimsel özelliğe sahip olan turizm ürünü ve hizmeti sunan ve her yıl çok sayıda ziyaretçiyi ağırlayan önemli bir turizm destinasyondur. Bu araştırmanın amacı, Alanya’da belirtilen değişkenler arasındaki ilişkilerin incelenmesi sonucunda yerel halkın yaşam şartlarının ve mutluluğunun turizm gelişiminden nasıl etkilendiğini ve onların mutluluğunun yerel halkın turizme yönelik desteğini nasıl etkilediğini ortaya koymaktır. Ayrıca, yaz ve kış dönemi olmak üzere iki

aşamalı nicel araştırma yöntemi kullanılmış ve anket yoluyla her iki dönemde toplam 1046 anket toplanmıştır. Toplanan veriler kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında Alanya’da turizm yoğunluğu hesaplamalarına göre aşırı turizm riski olduğu belirtilmiştir. Araştırmanın sonucunda, yerel halkın mutluluğunun onların turizm gelişimine olan desteğini etkilediği ve turizmin algılanan etkilerinin onların farklı yaşam alanlarındaki iyi oluşlarında belirleyici bir rol oynadığı ortaya koyulmuştur. Ayrıca, maddi, duygusal, sağlık ve güvenlik iyi oluşları ile kendini geliştirme değişkenlerinin yerel halkın mutluluğu üzerinde etkileri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ek olarak, yerel halk tarafından turizmin algılanan maliyetleri ile onların iyi oluş boyutları arasındaki anlamlı ve olumsuz ilişkilerin kış döneminde yaz dönemine göre daha güçlü olduğu anlaşılmıştır. Alanya’daki karar alıcılara turizmde nicelik odaklı bir politika yerine nitelik odaklı bir politika izlenmesi, mevsimsellik sorununun ortadan kaldırılabilmesi için turizmde ürün çeşitlendirme ve yeniden pazar konumlandırma gibi faaliyetlerin yürütülmesi ve aşırı turizm sorunlarının ortaya çıktığı destinasyonlarda geliştirilen sürdürülebilir turizm politikalarının yakından izlenmesi gerektiği önerilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Turizmin Etkileri, Mutluluk, İyi Oluş, Aşırı Turizm, Yetersiz Turizm

ABSTRACT

RESIDENTS' HAPPINESS AND THEIR SUPPORT FOR TOURISM DEVELOPMENT BASED ON TOURISM INTENSITY: OVERTOURISM AND UNDERTOURISM PRACTICES

Muhammet Necati ÇELİK

Department of Tourism Management

Graduate School of Alanya Alaaddin Keykubat University,

June, 2025 (99 pages)

The increase in leisure time and income of people around the world, along with the ease of international mobility, has allowed more people to travel day by day. Destinations continue to expand their tourism supply in order to increase their share of this increasing mobility and want to gain more economic benefits. However, the increasing number of visitors, especially in popular destinations that are frequently visited, has caused the residents to deeply feel the negative impacts of tourism and to show their concrete reactions, and a concept called overtourism has emerged. It is estimated that this situation will be experienced in more destinations in the near future. On the other hand, in tourism destinations that offer tourism products and services that are predominantly seasonal, an undertourism situation, meaning the emergence of an unused idle capacity due to the demand remaining below the current supply during low season periods, is experienced. In tourism destinations experiencing both situations, living conditions become difficult due to the negative impacts of tourism perceived by the residents as costs, and the happiness of the residents is negatively affected as a result of this. Based on this, this research was conducted considering the importance of the relationships between residents' perceived benefits and costs of tourism, their well-being and happiness, and their support for tourism development on the basis of tourism intensity. Alanya is an important tourism destination that hosts many visitors every year and offers tourism products and services that are predominantly seasonal. The aim of this research is to reveal how the living conditions and happiness of the residents are affected by tourism development and how their happiness affects residents' support for tourism development as a result of examining the relationships between the variables specified in Alanya. In addition, a two-stage quantitative research method was used for summer and

winter periods, and a total of 1046 questionnaires were collected through a questionnaire in both periods. The collected data were analyzed using partial least squares structural equation modeling. Within the scope of the research, it was stated that there is a risk of overtourism in Alanya according to tourism intensity calculations. As a result of the research, it was revealed that the happiness of the residents affects their support for tourism development, and the perceived effects of tourism play a decisive role in their well-being in different living areas. In addition, it was concluded that the variables of material and emotional well-being, health and safety well-being, and self-development have effects on the happiness of the residents. In addition, it was understood that the significant and negative relationships between residents' perceived costs of tourism and their well-being dimensions were stronger in the winter period compared to the summer period. It has been suggested to decision makers in Alanya that a quality-oriented policy should be followed instead of a quantity-oriented policy in tourism, that activities such as product diversification and market repositioning should be carried out in tourism in order to eliminate the seasonality problem, and that sustainable tourism policies developed should be closely monitored in destinations where overtourism issues occur.

Keywords: Tourism Impacts, Happiness, Well-being, Overtourism, Undertourism

İÇİNDEKİLER

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI	i
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	ii
ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR	iii
ÖZET	v
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER	ix
TABLolar LİSTESİ	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
SİMGELER VE KISALTMALAR	xiii
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	3
1. TURİZM GELİŞİMİ VE ETKİLERİ BAĞLAMINDA AŞIRI VE YETERSİZ TURİZM....	3
1.1. Turizm Gelişimi ve Etkileri	4
1.1.1. Turizmin algılanan faydaları ve maliyetleri	7
1.1.1.1. Algılanan fiziksel faydalar ve maliyetler	7
1.1.1.2. Algılanan sosyokültürel faydalar ve maliyetler	9
1.1.1.3. Algılanan ekonomik faydalar ve maliyetler	10
1.2. Aşırı Turizm ve Yetersiz Turizm Kavramları	12
1.1.2. Aşırı turizmin göstergeleri	19
1.1.3. Yetersiz turizmin göstergeleri	21
İKİNCİ BÖLÜM	23
2.YEREL HALKIN İYİ OLUŞU, MUTLULUĞU VE TURİZM GELİŞİMİNE YÖNELİK DESTEĞİ	23
2.1. Mutluluk Kavramı, Tanımı ve Teorileri	23
2.1.1. Hazcı (hedonistik) teoriler	25
2.1.2. Yaşam tatmini teorisi	25
2.1.3. Duygusal durum teorisi	26
2.1.4. Karma teoriler	27
2.2. Mutlulukla ilişkili yaşam kalitesi, yaşam tatmini, öznel iyi oluş kavramları	27
2.2.1. Yaşam kalitesi kavramı ve mutluluk ilişkisi	27
2.2.2. Yaşam tatmini kavramı ve mutluluk ilişkisi	30
2.2.3. Öznel iyi oluş kavramı ve mutluluk ilişkisi	31
2.3. Turizmin Etkileri ve Mutluluk Bileşenleri	33
2.3.1. Turizmin ekonomik etkileri ve maddi iyi oluş ilişkisi	34
2.3.2. Turizmin sosyal etkileri ve toplumsal iyi oluş ilişkisi	35

2.3.3. Turizmin kültürel etkileri ve duygusal iyi oluş ilişkisi	36
2.3.4. Turizmin fiziksel etkileri, sağlık ve güvenlik iyi oluşu ilişkisi	37
2.3.5. Turizmin etkileri ve kendini geliştirme ilişkisi	39
2.3.6. Turizm gelişimi, etkileri ve yerel halkın mutluluğu ilişkisi	39
2.4. Yerel Halkın Mutluluğu ve Turizm Gelişimine Yönelik Desteği	40
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	43
3. TURİZMDE YOĞUNLAŞMA TEMELİNDE YEREL HALKIN MUTLULUĞU VE TURİZM GELİŞİMİNE DESTEĞİ: AŞIRI VE YETERSİZ TURİZM UYGULAMALARI	43
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	43
3.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri	48
3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	49
3.4. Araştırmanın Yöntemi	50
3.4.1. Araştırmanın evren ve örnekleme	50
3.4.2. Veri toplama aracı ve süreci	51
3.5. Verilerin Analizi ve Bulgular	54
3.5.1. Katılımcıların demografik ve sosyoekonomik özellikleri	55
3.5.2. Yapısal eşitlik modellemesi ile gerçekleştirilen analiz bulguları	56
3.5.2.1. Birinci dönem (yaz dönemi – 674 katılımcı) bulguları	56
3.5.2.1.1. Ölçüm modelinin değerlendirilmesi	56
3.5.2.1.2. Yapısal modelin değerlendirilmesi (birinci dönem - yaz dönemi - 674 katılımcı)	61
3.5.2.2. İkinci dönem (kış dönemi – 372 katılımcı) bulguları	65
3.5.2.2.1. Ölçüm modelinin değerlendirilmesi	65
3.5.2.2.2. Yapısal modelin değerlendirilmesi (ikinci dönem - kış dönemi - 372 katılımcı)	68
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	73
4.TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER	73
KAYNAKÇA	81
EK-1 – KIŞ DÖNEMİ ANKET FORMU	93
EK-2 – YAZ DÖNEMİ ANKET FORMU	97
ÖZGEÇMİŞ	100

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1.1 2023-2025 Yılları arasında adı aşırı turizmle geçen farklı destinasyonlar ile ilgili haberler.....	13
Tablo 1.2 Aşırı kalabalıklık riskinin değerlendirmesi için şehir kıyaslamaları	20
Tablo 1.3 Aşırı turizm riskinin değerlendirmesinde kullanılan göstergeler	20
Tablo 2.1 Dörtlü yaşam kalitesi yaklaşımı.....	29
Tablo 3.1 Alanya’da turizm yoğunluğu hesaplamaları (2018-2023)	44
Tablo 3.2 Araştırma kapsamında kullanılan önermelerin listesi ve kaynakları	52
Tablo 3.3 KEKK-YEM sonuçlarının sistematik değerlendirilmesi	54
Tablo 3.4 Katılımcıların demografik ve sosyoekonomik özellikleri	56
Tablo 3.5 Yansıtıcı (reflektif) ölçüm modellerindeki alt/üst sınır değerleri	57
Tablo 3.6 Ölçeklerin güvenirlik ve geçerlilik sonuçları (birinci dönem – yaz dönemi – yüksek sezon – 674 katılımcı)	58
Tablo 3.7 HTMT kriterine göre ayrışma geçerliliği değerleri (birinci bölüm – yaz dönemi).....	60
Tablo 3.8 Hipotez testi sonuçları (birinci dönem - yaz dönemi – 674 katılımcı)	62
Tablo 3.9 AVE, R^2 , Q^2 sonuçları (birinci dönem – yaz dönemi – 674 katılımcı).....	64
Tablo 3.10 Ölçeklerin güvenirlik ve geçerlilik sonuçları (2. dönem – kış dönemi – düşük sezon – 372 katılımcı).....	65
Tablo 3.11 HTMT kriterine göre ayrışma geçerliliği değerleri (ikinci bölüm – kış dönemi).....	68
Tablo 3.12 Hipotez testi sonuçları (ikinci dönem - kış dönemi – 372 katılımcı).....	69
Tablo 3.13 AVE, R^2 , Q^2 sonuçları (ikinci dönem – kış dönemi – 372 katılımcı).....	71

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1 Temel turizm sistemi	4
Şekil 2.1 Yaşam kalitesinin boyutları.....	28
Şekil 2.2 Yaşam tatmininin hiyerarşik modeli	30
Şekil 2.3 Öznel iyi oluşun incelenmesine yönelik ardışık bir çerçeve	32
Şekil 3.1 Aylara göre alanya'daki konaklama tesislerinde doluluk oranları grafiği (2022-2023 yılları)	45
Şekil 3.2 Aylara göre alanya'daki konaklama tesislerinde konaklayan kişi sayısı grafiği (2022-2023 yılları).....	46
Şekil 3.3 Aylara göre alanya'daki konaklama tesislerinde geceleme sayısı grafiği (2022-2023 yılları)	46
Şekil 3.4 Araştırma modeli.....	48

SİMGELER VE KISALTMALAR

Simgeler

α	Alfa
β	Beta
%	Yüzde
N	Gözlenen Sayısı

Kısaltmalar

ALTSO	Alanya Ticaret ve Sanayi Odası
AVE	Average Variance Extracted (Ortalama Açıklanan Varyans)
CR	Composite Reliability (Birleşik Güvenilirlik)
KEKK-YEM	Kısmi En Küçük Kareler Yapısal Eşitlik Modellemesi
UNWTO	United Nations World Tourism Organization (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü)
VIF	Variance Inflation Factor (Varyans Enflasyon Faktörü)

GİRİŞ

Turizm alanında gerçekleştirilen araştırmalar içerisinde yerel halkın turizme yönelik tutumlarını ve turizme yönelik desteğini anlama üzerine yapılan araştırmaların önemli bir paya sahip olduğu görülmektedir (Boley, 2025). Destinasyonlarda gerçekleştirilen turizm faaliyetleri yoğunluğu ile doğru orantılı olarak destinasyonun sosyal, kültürel, fiziksel ve ekonomik çevresini kaynak olarak kullanan paydaşların bu faaliyetlerden etkilenmesine neden olmaktadır. Bu etkilerin hangi paydaşı nasıl etkilediği turizm faaliyetlerini gerçekleştiren işletmelerin uygulamalarına ve destinasyondaki karar vericilerin destinasyon paydaşları ile ilgili kararlarına bağlı olarak farklılık gösterebilir. Bir destinasyon paydaşı olarak yerel halk, destinasyondaki turizm faaliyetlerinden en çok etkilenen paydaşların başında gelmektedir. Turizm faaliyetlerinin destinasyonda yaşayan yerel halkın yaşam kalitesini, iyi oluşunu ve yaşam tatminini olumlu veya olumsuz yönde etkilediği ilgili alan yazında yaygın olarak bilinmektedir (Mathew ve Nimmi, 2022; Ozturk vd., 2015; Wang vd., 2021). Yerel halk tarafından turizmin algılanan etkilerinin yönünün (olumlu ya da olumsuz oluşu) yerel halkın destinasyonda gerçekleştirilen turizm faaliyetlerine ve destinasyona gelen turistlere yönelik tutumunu belirlediği görülmektedir (Tam vd., 2023). Daha önce de vurgulandığı gibi turizm alanında küresel ölçekte yerel halkın turizme yönelik tutumları ve turizm gelişimine yönelik desteğine yönelik araştırmalar uzun yıllardır yapılmaya devam etmektedir.

Günümüzde artan internet ve sosyal medya kullanımı, uluslararası hareketlilik ve popüler destinasyonlarda turizm faaliyetlerinin büyük ölçekte gerçekleşmesi aşırı turizm gibi turizmin olumsuz etkilerine dayanan bir kavramın yüksek sesle konuşulur hale gelmesine neden olmuştur (elik ve evirgen, 2024; Song ve Wondirad, 2023). Aşırı turizm kavramı bir destinasyonda algılanan yerel halkın yaşam kalitesinin ya da ziyaret deneyimi kalitesinin olumsuz yönde etkilenmesi durumu olarak karşımıza çıkmaktadır (UNWTO vd., 2018). Dolayısıyla, bu durum bir taraftan yerel halkın yaşam kalitesinin olumsuz etkilenmesiyle onların tepkisinin oluşmasına yol açmakta diğer taraftan bölgeyi ziyaret eden turistlerin deneyim kalitesinin olumsuz yönde etkilenmesiyle onların destinasyonu tekrar ziyaret etmemesi veya bölgeyi tavsiye etmemesi sonuçlarını doğurabilmektedir. Nitekim, günümüzde popüler destinasyonlarda yerel halkın yaşadıkları yerde daha fazla turizm gelişimine karşı tepki gösterdiği gündemde yoğun bir şekilde konuşulmaktadır. Yerel halkın turizm gelişimine tepki gösterdiği İşpanya, İtalya, Hollanda, ek Cumhuriyeti, İşvire gibi destinasyonlar kira ve ev fiyatlarının artmasından kaynaklanan konut krizi, artan atıklar ve kamu hizmetlerine olan talep

yüzünden oluşan altyapı sorunları ve bölgede yer alan hem soyut hem somut değerlerin kaybı gibi sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır (TTW, 2025). Aslında, benzer sorunlar çok sayıda turist tarafından ziyaret edilen birçok destinasyonda yaşanmaktadır. Ancak, bu sorunlara karşı yerel halk tarafından verilen tepkinin boyutu bazı destinasyonlarda gündem olacak kadar büyük olurken bazılarında somut olarak ortaya bile çıkmamaktadır. Bu durumun yerel halk tarafından turizmin algılanan olumsuz etkileri ve onların yaşam tatmini, iyi oluşları ve yaşam kalitesi ile ilişkili olduğu söylenebilir. Destinasyonlarda gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinin sonucunda ortaya çıkan turizmin etkilerinin orada yaşayan yerel halkın yaşamını daha çok olumsuz etkilemesi durumunda turizm karşıtı tepkiler ortaya çıkarken daha çok olumlu etkilemesi durumunda ise bölgedeki turizm gelişimi yerel halk tarafından desteklenmektedir. Sonuç olarak, bir destinasyonda yaşayan yerel halkın turizm gelişimini desteklemeye yönelik tutumlarının onların turizmin etkilerine yönelik algıları ve yaşamlarına olan etkisi veya mutluluğuna katkısı ile ilişkili olduğu az sayıda da olsa bazı araştırmalarda ortaya koyulmuştur (Ozturk vd., 2015; Tam vd., 2023).

Literatürdeki gelişmeler ve mevcut dünya gündemindeki turizm karşıtı tepkiler dikkate alındığında yerel halk tarafından turizmin algılanan etkileri, onların iyi oluşları ve turizm gelişimine olan destekleri arasındaki ilişkilerin incelendiği bu araştırmanın gerçekleştirilmesi oldukça önemlidir. Alanya, yoğun bir şekilde turizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği, yılda 7 milyon civarında ziyaretçi ağırlayan, deniz, kum, güneş (3S – sea, sand, sun) turizminin temel ürün olarak kullanıldığı Akdeniz kıyılarında yer alan önemli destinasyonlardan biridir. Bu araştırmanın Alanya destinasyonunda yapılmış olması, bölgede yaşayan yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılarının ortaya konulması, bu etkilerin onların iyi oluşlarını nasıl etkilediğinin ve turizm gelişimini desteklemeye yönelik tutumlarının incelenmesi açısından önem arz etmektedir. Ayrıca, Alanya destinasyonunun gelecekte izleyeceği turizm politikalarının belirlenmesi adına da faydalı olacağı düşünülmektedir. Yaz dönemi ve kış dönemi (yüksek sezon ve düşük sezon) olmak üzere iki aşamalı olarak gerçekleştirilen bu araştırmada hem turizmin yoğun olduğu dönemdeki hem de mevcut turizm arzının tam olarak kullanılmadığı düşük sezon dönemindeki durum birlikte ele alınmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. TURİZM GELİŞİMİ VE ETKİLERİ BAĞLAMINDA AŞIRI VE YETERSİZ TURİZM

Son çeyrek asırda küresel turist hareketliliği ve gerçekleştirilen uluslararası seyahatler neredeyse üç katı artış göstermiştir (Çelik, 2019: 6). Nitekim, 2024 yılında uluslararası turist sayısı yaklaşık 1.5 milyara yaklaşmış, uluslararası turizm gelirleri ise 1.7 milyar doların üzerine çıkmıştır (UNWTO, 2025). Dolayısıyla, turizm çok sayıda ülke için ekonomik gelişmenin önemli bir unsuru haline gelmiştir. Ancak, günümüzde çok sayıda turist tarafından ziyaret edilen bazı destinasyonların aşırı turizm kaynaklı sorunların ortaya çıktığı ve yaşamın birçok açıdan zorlaştığı yerler olarak anılması oradaki turizm faaliyetlerinin tekrar gözden geçirilmesi ihtiyacını doğurmuştur. Bu durum, Leiper (1981) tarafından ortaya konulan temel turizm sisteminde de vurgulandığı gibi turistlerin uğradıkları çevre ile bulunduğu etkileşim nedeniyle bir takım olumsuz etkilerin ortaya çıkması ile açıklanabilir.

Yoğun turizm faaliyetleri nedeniyle ortaya çıkan olumsuz etkilerin yanı sıra, özellikle mevsime dayalı turizm ürünleri ile öne çıkan destinasyonlar için de düşük sezonda aşırı turizmin tam tersi bir durum olan yetersiz turizm durumu ortaya çıkmaktadır. Yetersiz turizm, mevsimsel turizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği destinasyonlarda düşük sezonda mevcut turizm arzının çok altında bir talebin olması durumu olarak ifade edilebilir. Yaşanan bu durum destinasyonda yaşayan bireyleri başta ekonomik olmak üzere sosyal ve kültürel açılardan da olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Destinasyonlarda ortaya çıkan bu olumsuz etkilerin öncelikle orada yaşayan yerel halkın yaşam şartlarını etkilediği unutulmamalıdır. Elbette, destinasyonlarda yoğun bir şekilde gerçekleştirilen turizm faaliyetleri yerel halkı olumlu yönde de etkilemektedir. Yerel halk olumlu etkileri birer fayda olarak algımlarken, olumsuz etkileri ise birer maliyet olarak algılamaktadır (Andereck vd., 2005; Milne, 1990; Swarbrooke, 1999; Wang vd., 2021). Destinasyonlarda ortaya çıkan fayda ve maliyet olarak algılanan bu etkilerin sürdürülebilir bir anlayışla yönetilmesi ve turizm gelişiminin yeniden gözden geçirilerek planlanması gerekmektedir.

1.1. Turizm Gelişimi ve Etkileri

Turizm, turist gönderen bölgeden yola çıkan turistlerin gidecekleri destinasyona seyahat ettiği ulaşım sürecini, turistlerin bu destinasyonda konaklama, yeme içme, eğlenme gibi farklı ihtiyaçlarını karşılamak için ürün ve hizmet satın aldığı zaman dilimini ve evine geri dönüşünü içeren ulaşım sürecini de kapsayan karmaşık bir süreçtir. Leiper (1981), anlatılan bu süreci temel turizm sistemi adını verdiği Şekil 1.1’deki görsel ile açıklamaktadır.



Şekil 1.1 Temel turizm sistemi

Kaynak: Leiper, 1981.

Şekil 1.1’de ifade edilen tüm bölgelerde turistler, uğradıkları bölgenin çevresel koşulları (fiziki, teknolojik, sosyal, kültürel, ekonomik, politik vb.) ile etkileşimde bulunmaktadır. Başka bir deyişle, turistler bir yandan ziyaret ettikleri bölgenin çevresel unsurlarını olumlu ya da olumsuz yönde etkilerken, diğer yandan kendileri de içinde bulundukları çevrenin şartlarından etkilenmektedir.

Turizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği destinasyonlarda olumlu ve/veya olumsuz bazı ekonomik, sosyokültürel ve fiziksel etkiler meydana gelmektedir (Eslami vd., 2019). Ekonomik olarak istihdam yaratma ve bölge ekonomisine katkı sağlama gibi olumlu etkilere yol açarken aynı zamanda pahalılık ve mevsimlik kazanç gibi olumsuz etkilere de neden olabilmektedir (Swarbrooke, 1999). Sosyokültürel açıdan ise farklı kültürleri tanıma fırsatı ve tarihi yerlerin ve anıtların restorasyonu gibi olumlu etkilerin yanı sıra kültürel yozlaşma ve altyapı olanaklarının aşırı kalabalıklaşması gibi olumsuz etkilere de yol açabilmektedir (Milne, 1990). Son olarak, doğal kaynakları koruma farkındalığı ve altyapı olanaklarının iyileştirmesi gibi olumlu, çevre kirliliğinin artması ve biyoçeşitliliğin değişimi gibi olumsuz fiziksel etkilere de neden olduğundan bahsedilebilir (Ribeiro vd., 2013). Tüm bu etkilerin destinasyon paydaşlarından biri olan ve orada ikamet eden insanlardan oluşan yerel toplum tarafından fayda ve maliyet olarak

algılandığı bilinmektedir (Andereck vd., 2005; Milne, 1990; Swarbrooke, 1999; Wang vd., 2021).

Yerel halk tarafından algılanan faydaların ve maliyetlerin literatürde farklı teorilerle ilişkilendirildiği görülmektedir. İlgili literatürde yerel halkın turizm algısı bağlamında en çok kullanılan teorilerden birinin sosyal değişim teorisi olduğu söylenebilir (Hadinejad vd., 2019; Scalabrini ve Remoaldo, 2022). Sosyal değişim teorisi, yerel halkın turizmden kaynaklanan faydaları ve maliyetleri karşılaştırarak yaptıkları bir tür fayda maliyet analizidir (Tam vd., 2023). Yerel halk turizmden kaynaklanan maliyetlerin, elde edilen faydaların ve destinasyondaki kaynakların adil dağıtıldığı kanısına vardığında bölgedeki turizm gelişimini olumlu bir gelişme olarak görme eğilimindedir ve daha fazla turizm gelişimini desteklemektedir. Ancak, yerel halk bunun tam tersi bir kaniya sahipse, bölgedeki turizm faaliyetleri sürdürülürken kaynakların adil paylaşılmadığını ve bu faaliyetlerin kendilerine faydadan çok maliyet getirdiğini düşünüyorsa turizm gelişimini desteklememe yönünde bir tutum sergilemektedir (Çelik ve Çevirgen, 2024). Nitekim, günümüzde bu olumsuz tutum sonrası ortaya çıkan tepkiler yoğun olarak ziyaret edilen bazı destinasyonlarda görülmektedir (TTW, 2025).

Destinasyonlarda yerel halkın turizm gelişimine yönelik tutumu ile ilişkili diğer modellerden biri ise destinasyon yaşam döngüsü modelidir. Butler (1980) tarafından geliştirilen bu model destinasyon tarafından turistlerin yeni ağırlanmaya başladığı **keşif**, turist sayısının artmaya başladığı ve yerel halkın turizm faaliyetlerine ilgi gösterdiği **katılım**, destinasyondaki yatırımların ve kaynak pazarlara yapılan pazarlama faaliyetlerinin arttığı **gelişme**, destinasyondaki ziyaretçi sayısının artış oranında düşüşün yaşandığı ve ziyaretçi sayısının destinasyonun nüfusunu aştığı **olgunluk**, taşıma kapasitelerinin aşılmasıyla birlikte fiziksel, sosyal ve ekonomik sorunların ortaya çıktığı ve destinasyona yapılan yatırımların hızının yavaşladığı **doygunluk** ve son olarak ziyaretçi sayısının azalmaya başladığı ve destinasyonun çekiciliğini yitirmeye başladığı **düşüş** dönemlerini kapsamaktadır (Aydın ve Aksöz, 2022; Buhalis, 2000; Demir ve Çevirgen, 2006). Ayrıca, destinasyonlarda yeni çekiciliklerin oluşturulması ve mevcut ürünlerin gözden geçirilerek yeni ürünlerin pazarlanmaya başlanması başarılabilirse **yeniden canlanma** olarak adlandırılan düşüş dönemine girilmeden destinasyonun yeniden canlandırıldığı bir döneme de giriş yapılabilmektedir (Butler, 1980; Romão, 2024). İlgili literatürde, yerel halkın turizm faaliyetlerine yönelik tutumu bu modelin aşamalarına göre değişiklik göstermekte olup turistlerin yeni ağırlanmaya başladığı dönemde yerel halkın bölgeye gelen turistlerden memnun olduğu vurgulanmaktadır.

Ancak, gelişme döneminden sonra yerel halkın ilgisiz olduğu, olgunluk döneminde yerel halkın turizm faaliyetleri ve turistlere karşı sinirlenme tutumuna sahip olduğu, doygunluk döneminde ise ziyaretçi sayısının artışı ve turizmden kaynaklanan algılanan maliyetlerin artmasından dolayı turistlere düşmanlık besleyebileceğinden bahsedilmektedir (Buhalis, 2000; Demir ve Çevirgen, 2006).

Algılanan maliyetler olarak vurgulanan ve turizm gelişiminin olumsuz etkilerine dayanan bu durumda yerel halk ve turizm gelişimine yönelik tutumları arasındaki ilişkiyi aydınlatan diğer bir model de Doxey (1976) tarafından ortaya konulan “Rahatsızlık” modelidir. Bu model sırasıyla **mutluluk, ilgisizlik, kızgınlık, düşmanlık** ve **vazgeçme** olmak üzere beş farklı düzey üzerine kurulmuştur (Weaver ve Lawton, 2006). İlk aşamada yerel halk turistlerin destinasyonu ziyaret etmesinden ve bölgedeki turizm gelişiminden oldukça memnun olmaktadır, ancak ikinci aşamada turizm faaliyetleri metalaşır ve kar odaklı ticari bir faaliyet halini almaktadır (Çelik, 2019; Cooper vd., 2008). Üçüncü aşama olan kızgınlık aşaması ise turizm endüstrisinin doygunluğa yaklaşması ve yerel halkın turistlerle birlikte paylaştıkları ortak alanlarda sorunlar yaşamaya başlamasıyla ortaya çıkmaktadır (Mathieson ve Wall, 1982). Dördüncü aşamada yerel halk turizmin etkilerini ve turistleri destinasyonda yaşanan olumsuzlukların kaynağı olarak görmeye başlamakta ve turizm gelişimini desteklemeyen bir tutum sergilemeye başlamaktadır. Aslında bu durum destinasyondaki sosyal, kültürel ve fiziksel taşıma kapasitelerinin aşılmasıyla ilişkilendirilmektedir. Son aşama olan vazgeçme aşamasında ise yerel halktan bir grup destinasyonda ikamet etmeyi bırakırken diğer bir grup ise destinasyondaki yoğun turizm faaliyetlerini kabullenerek yaşamaya başlamaktadır (Weaver ve Lawton, 2006).

Algılanan maliyet ve faydaların sonrasında yerel halk tarafından turizm gelişimine yönelik sergilenen tutum destinasyonun geleceğini belirleyecektir. Çünkü, destinasyonda yaşamını sürdüren yerel halk her şeyden önce o bölgenin daimi ikamet edenidir. Yerel halk hem turizmden ekonomik fayda sağlayan bir grup olan turizm çalışanlarını ve işletme sahiplerini içermekte hem de turizmden ekonomik olarak fayda sağlamayan ama bu faaliyetlerden sosyokültürel anlamda etkilenen ve turistik bir ürün olarak sunulan destinasyonun fiziki imkanlarını paylaşan bir grubu içermektedir. Bu iki grubun çıkarları ve turizm faaliyetlerinden nasıl etkilendikleri farklılık gösterecektir. Turizmden kaynaklanan bu etkiler olumlu olabileceği gibi olumsuz da olabilmektedir. İlgili literatürde turizm gelişiminden kaynaklanan olumlu etkilerin yerel halk tarafından fayda olarak algılandığı, olumsuz etkilerin ise maliyet olarak algılandığı belirtilmektedir (Garau-Vadell vd., 2018; Icoz ve Icoz, 2019; Thapa vd., 2022).

1.1.1. Turizmin algılanan faydaları ve maliyetleri

Temel turizm sisteminde (Şekil 1.1) bahsedilen turistlerin çevre ile bulundukları etkileşimde, turizmin bir kaynak olarak kullandığı fiziksel, ekonomik ve sosyokültürel çevre olumlu ya da olumsuz yönde etkilenebilmektedir. Destinasyonda yaşamını ve faaliyetlerini sürdüren tüm paydaşlar ortak olarak kullanılan fiziksel, ekonomik ve sosyokültürel çevrede oluşan etkilere maruz kalmaktadır. Paydaşlar tarafından destinasyonda ortaya çıkan olumlu etkiler birer fayda, olumsuz etkiler ise birer maliyet olarak algılanmaktadır. Özellikle destinasyonda ikamet ederek yaşamlarının çok büyük bir kısmını o destinasyonda geçiren yerel halk turizm gelişimi sonucunda ortaya çıkan etkileri derinden hissetmektedir.

1.1.1.1. Algılanan fiziksel faydalar ve maliyetler

Turizmin ekonomik fayda elde edilmesi adına fiziksel çevrenin bir kaynak olarak kullanıldığı ve ürün olarak turistlere sunulduğu iktisadi bir faaliyet olduğu söylenebilir. Gerçekleştirilen bu ekonomik faaliyetler sonucunda hem konaklama, yeme içme gibi turistlere hizmet veren işletmelerin operasyonları hem de turist olarak bölgeye gelen ziyaretçilerin davranışları ziyaret ettikleri yerdeki fiziksel çevreyi olumlu ya da olumsuz etkilemektedir. Fiziksel çevre destinasyonun görünen yüzünü oluşturmakta, destinasyonun doğal, kültürel alanlarını ve yapay (insan yapımı) altyapısı gibi fiziksel çevre ile ilgili tüm bileşenleri içermektedir (Avcıkurt, 2020). Turizm için fiziksel çevre bir ürün olarak sunulan önemli bir kaynaktır. Dolayısıyla, fiziksel çevrenin olumsuz etkilenmesi ve çekicilik özelliğini kaybetmesi istenmeyen bir durumdur. Planlı bir şekilde ve sürdürülebilir bir anlayışla gerçekleştirilen bir turizm gelişimi fiziksel çevrenin korunmasına ve iyileştirilmesine katkıda bulunabilecekken, plansız bir şekilde gerçekleştirilen bir turizm gelişimi ise destinasyonlarda fiziksel çevrenin olumsuz yönde etkilenecek çevre kalitesinin bozulmasına yol açabilecektir (Avcıkurt, 2020: 48). Turizm destinasyonlarında yaşayan yerel halk o şehrin daimi ikamet edenleri ve ziyaretçilerle aynı fiziksel çevreyi paylaşıyor olması nedenleriyle, turizm faaliyetlerinin planlı ve sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi durumunda turizmi kendi yaşadıkları yer için faydalı bir ekonomik faaliyet olarak görebilir. Bu faaliyetlerin plansız ve sürdürülebilir olmayan bir şekilde yönetilmesi durumunda ise yerel halk turizm gelişimini bulundukları fiziksel çevreye zarar veren kendileri için maliyetli bir faaliyet olduğunu düşünebilir. Planlı ve sürdürülebilir bir anlayışla yönetilecek turizm faaliyetleri sonucunda fiziksel çevrenin, tarihi alanların korunması ve güzelleşmesi, fiziksel altyapının geliştirilmesi ve

kamu hizmetlerinde olumlu yönde gelişme sağlanması gibi olumlu sonuçlar ortaya çıkabilecektir (Ribeiro vd., 2013; Mathieson ve Wall, 1982). Ancak, plansız ve sürdürülebilir olmayan bir anlayışla yönetilecek turizm gelişimi sonucunda doğal ve tarihi alanlarda bozulma, aşırı yapılaşma ve betonlaşma, trafik oluşumu, atık ve kirlilik sorunları gibi olumsuz sonuçlar meydana gelebilecektir (Swarbrooke, 1999: 49-58; Çelik ve Çevirgen, 2024).

Turizm gelişiminin olumsuz etkileri konusunda küresel boyutta örnek verilecek olursa, bir destinasyonda 1 hafta boyunca tatil yapan bir turist barınma, yeme içme gibi birçok ihtiyacını ziyaret ettiği destinasyonda bulunan işletmelerin hizmetlerini satın alarak karşılamaktadır. Bu ihtiyaçlar karşılanırken turistler tarafından satın alınan her ürün ve hizmetin oluşturduğu karbon ayak izi fiziksel çevreye zarar verebilmektedir. Küresel turizmin karbon ayak izi konusunda gerçekleştirilen bilimsel yayınlar (Lenzen vd., 2018) olduğu gibi, bu konu çeşitli basın yayın organları (Örnek, The Economist, 2024) tarafından da yakından takip edilmektedir. Alanya'dan bir örnek verilecek olursa, yaygın olarak gerçekleştirilen deniz, kum, güneş odaklı kıyı turizmi nedeniyle sahil kesimlerinde yoğunlaşan aşırı yapılaşma bölgedeki yoğun turizm faaliyetlerinin olumsuz fiziksel etkilerinden biri olarak görülmektedir (Çelik ve Çevirgen, 2021).

Turizm gelişiminin fiziksel çevreye olan olumsuz etkileri nedeniyle yerel halk tarafından algılanan maliyetlere yönelik haberlere günümüzde çeşitli ulusal ve uluslararası basında da rastlanmaktadır. Örneğin, uluslararası yayın yapan bir seyahat ve turizm haber sitesi büyük kruvaziyer gemilerinin İtalya'nın Venedik kentinde yarattığı kirlilik nedeniyle su kirliliğine ve tarihi dokuda fiziksel hasara yol açtığına değinmektedir. Aynı haberde İsviçre'nin Alp Dağları'nda iklim değişikliği nedeniyle karlı kayak sezonunun kısaldığından ve yoğun talep nedeniyle artan yapılaşmanın kayak turizminin sürdürülebilirliği konusunda endişelere yol açtığından bahsedilmektedir (TTW, 2025). Aslında, turizmin fiziksel olumsuz etkileri nedeniyle algılanan maliyetler konusu uzun yıllardır ilgili akademisyenler tarafından üzerinde çalışılan bir konudur. Mathieson ve Wall (1982: 96-113) turizm ve fiziksel çevrenin birbirinden fayda sağlayan simbiyotik bir ilişki içerisinde olduğunu ancak yetersiz planlama nedeniyle turizmin fiziksel çevreye olan etkilerinin çoğu zaman olumsuz sonuçlandığını vurgulamaktadır. Dolayısıyla, bu noktada turizmin fiziksel çevreye olan olumsuz etkilerinin azaltılabilmesi için etkili bir planlama yapılması gerektiği vurgulanmalıdır. Weaver ve Lawton (2006: 289-295) ise turizmin fiziksel çevreye yönelik olumsuz etkilerine değinirken organik ve organik olmayan çöp, atık su, ulaşım için uçakların ve ısınma ya da soğutma için kullanılan

klimaların oluşturduğu emisyonlar, trafik sıkışıklığı ve kıyılarda meydana gelen yapılaşmadan kaynaklanan sorunlar gibi olumsuz etkileri vurgulamaktadır. Tüm bunlara ek olarak, özellikle kıyı bölgelerinde yoğun turizm faaliyetlerinin hem denizde hem de karada kirlenmeye ve aşırı yapılaşma kaynaklı betonlaşmaya neden olduğu da belirtilmiştir (Avcıkurt, 2020: 54). Turizm faaliyetlerinin yoğun olarak gerçekleştiği bölgelerde yaşayan yerel halk literatürde bahsedilen bu durumları fiziksel çevre açısından birer maliyet olarak görmektedir.

1.1.1.2. Algılanan sosyokültürel faydalar ve maliyetler

Turizm sadece fiziksel çevreyi bir kaynak olarak kullanmakla kalmaz aynı zamanda ziyaret edilen bölgenin somut ve soyut kültürel mirasını da bir ürün olarak sunmaktadır. Dolayısıyla, turizm bir destinasyonda sosyokültürel çevreyi de bir kaynak olarak kullanmaktadır. Ayrıca, turistler gittikleri yerde yaşayan yerel halk ile iletişime geçerek bölgenin sosyokültürel yapısı ile de etkileşime geçmektedir. Turist ve yerel halk arasında yaşanan bu etkileşim beraberinde kültürlerarası hoşgörü, toplumun öz farkındalığının artması ve farklı kültürlerel değerlerin öğrenilmesi ve keşfi gibi olumlu sonuçların yanı sıra yerel kültürel değerlerin erozyona uğraması, kültürün metalaşması, olumsuz özendirici etki gibi olumsuz sonuçlar da doğurabilmektedir (Çelik, 2019; Çelik ve Çevirgen, 2024; Milne, 1990; Roney, 2018). Örneğin, bir turist ziyaret ettiği destinasyona gelirken kendi kültürel öğretilerini de beraberinde getirmekte ve yerel halk o kültürel öğretilere zaman zaman maruz kalabilmektedir. Otellerde hizmet olarak sunulan animasyon etkinliklerinde otele gelen ana misafir grubunun (otelin ana pazarının) ilgi duyduğu etkinliklere aktivite olarak yer verilmesi buna uygun bir örnek olarak verilebilir (Örneğin, bocce sporu). Elbette yerel halk için yeni bir spor dalı öğrenmek aynı zamanda bir faydadır. Ancak, bunun gibi durumlar bir yandan yerel halkın farklı kültürel değerleri öğrenmesini sağlamakta, diğer taraftan yerel sosyokültürel değerlerin uzun vadede sürdürülebilirliğini tehlikeye atmakta, yerel değerler yerine kaynak pazarın kültürel değerinin yaygınlaşmasını sağlamaktadır. Ayrıca, destinasyondaki sosyokültürel mirasın ziyaretçilere sunulması ve korunması, bu değerlerin sürdürülebilirliğinin sağlanması adına oldukça önemlidir. Hindistan'ın Goa şehri bu duruma güncel bir örnek olarak verilebilir. Ekonomik kaynaklarının önemli bir bölümünü turizm faaliyetlerinden elde eden Goa şehrinde yaşanan aşırı turizm faaliyetlerinin kültürel etkinliklerin ticarileşmesine yol açtığından ve turistlerin beklentilerine uyacak şekilde uyarlandığından bahsedilmektedir (Gomantak Times, 2025). Burada yaşanan kültürel

değerlerin ticarileşmesi durumu ilgili literatürde kültürün metalaşması olarak vurgulanmaktadır (Roney, 2018: 119).

Bunlara ek olarak, ikinci konut turizmi nedeniyle oluşan sosyal baskı ve turizm destinasyonlarına yönelik göç nedeniyle yaşanan sosyodemografik değişiklikler de turizmin sosyal maliyetleri olarak vurgulanmaktadır (Spilanis vd., 2012). Günümüzde yaşanan diğer gelişmelere bakıldığında ise Avrupa basınında da buna benzer farklı örneklerle karşılaşılabilir. Örneğin, Çekya'nın başkenti Prag'da aşırı turizm faaliyetleri nedeniyle şehirdeki geleneksel kültürün kaybolduğu, İtalya'nın Venedik kentinde ise aşırı turizm faaliyetlerinin kültürel mimarinin korunması konusunda endişelere yol açtığı vurgulanmaktadır (TTW, 2025). Turizm faaliyetleri nedeniyle yerel halk tarafından algılanan sosyokültürel maliyetler ile ilgili literatüre bakıldığında turizmin olumsuz etkilerinden birinin de yerel kültürde bir takım değişikliklere yol açan kültürel yozlaşma olduğu görülmektedir (Avcıkurt, 2020: 78). Ayrıca, çeşitli kaynaklarda turizm faaliyetlerinin yoğunlaştığı dönemlerde aşırı alkol ve uyuşturucu kullanımı gibi nedenlerle kavga, hırsızlık ve cinayet gibi suç oranlarının artış eğiliminde olduğu da belirtilmektedir (Roney, 2018: 121-122; Wall ve Mathieson, 2006: 244-248). Bu ve benzeri durumlar yerel halk tarafından birer sosyokültürel maliyet olarak algılanmaktadır.

1.1.1.3. Algılanan ekonomik faydalar ve maliyetler

Turizm ülkeler ve yerel yönetimler için önemli ölçüde gelir elde etmek için gerçekleştirilen ve bölgesel kalkınmaya fayda sağlayan ekonomik bir faaliyettir. Dolayısıyla, turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesindeki temel amaç ekonomik kazanç elde etmektir. Bu ekonomik faaliyet gerçekleştirilirken yeni iş alanları yaratmakta, yerel işletmelerin ekonomik faaliyetlerini sürdürmesine yardımcı olmakta ve çarpan etkisi ile kazanılan gelirin yerel ekonomiye dağılmasını sağlamaktadır (Çelik, 2019; Swarbrooke, 1999). Ayrıca, günümüzde turizm hareketlerinin yoğun olarak yaşandığı ülkelerde gayri safi yurt içi hasılanın anlamlı bir kısmı turizm gelirlerinden elde edilmektedir. Bu yüzden turizm ülkelerin ekonomik açıdan kalkınması için önemli bir araç olarak görülmektedir. Ayrıca, turizm döviz girdisi sağlaması nedeniyle ülkelerin dış ödemeler dengesinin sağlanması konusunda da önemli bir rol oynamaktadır (Avcıkurt, 2020: 42).

Turizm faaliyetleri ekonomik kazanç elde edilmesi amacıyla gerçekleştirilmesine rağmen bölge ekonomisinde bazı olumsuz etkilere de neden olmaktadır. Bu olumsuz etkilerden biri turizm faaliyetlerinin yoğun olarak gerçekleştirildiği bölgelerde ürün ve hizmetlere olan talebin artması nedeniyle yaşanan fiyat artışları ya da başka bir deyişle

enflasyondur (Avcıkurt, 2020: 47). Günümüzde turistler tarafından yoğun olarak ziyaret edilen destinasyonlardaki konutların kısa dönemli olarak turizm amaçlı kiralanmasının konut kiralarının ve fiyatlarının yükselmesine neden olduğu görülmektedir (Stienmetz vd., 2022). Yaşanan bu durum da o destinasyonda yaşayan yerel halkı olumsuz etkilemekte ve temel bir ihtiyaç olan barınma ihtiyaçlarını karşılarken zorlanmalarına sebep olmaktadır. Bu durumun yansımaları yakın zamanda uluslararası basında da görülmektedir. Barselona, Dubrovnik, Paris, Prag ve Venedik gibi farklı Avrupa destinasyonlarında yerel halkın algıladığı en önemli ekonomik maliyetlerden birinin de kısa süreli kiralanın konutların yerel halka sunulan konut arzını azaltması ve bu durumun kiraların yükselmesine yol açması olduğu vurgulanmaktadır (Martiny, 2024; TTW, 2025). Turizmin algılanan ekonomik maliyetlerinden biri olan bu konu üzerine Hırvatistan’da gerçekleştirilen uygulamalı bir araştırmada turizmin belirli bir zamanda ya da mekanda yoğunlaşmasının yerel halkın konut edinme imkanlarını olumsuz yönde etkilediği ortaya konulmuştur (Mikulić vd., 2021). Dolayısıyla, günümüzde turizm destinasyonlarında kiralanın kısa süreli konutların yerel halkın konut edinme imkanları üzerindeki olumsuz etkileri konusu hem ilgili literatürdeki araştırmacıların hem de bu sorunu yaşayan destinasyonların gündeminde yer alan önde gelen konulardan biridir. Aslında, artan konut fiyatları ve kiraları sorunu daha makro etkilerden biri olan enflasyonist baskı konu başlığı altında verilebilir. Enflasyonist baskının bir destinasyonu genel enflasyon ve kısmi enflasyon olmak üzere iki şekilde etkilediği vurgulanmıştır. Genel enflasyon artan turizm talebinin ülke genelinde bir enflasyona sebep olması olarak tanımlanırken, kısmi enflasyon ise mevsimlik (dönemsel) olarak artan turizm talebi ile birlikte oluşan enflasyon olarak tanımlanmıştır (Koçoğlu ve Özkul, 2016: 156). Özellikle turistik tüketimin yoğunlaştığı dönemlerde talep edilen ürün ve hizmet fiyatlarında bir artış meydana gelmektedir (Usta, 2016: 153-154).

Turizmin olumsuz ekonomik etkilerinden bir diğeri de turizm sektörüne aşırı bağımlılıktır (Mathieson ve Wall, 1982). Ekonomisi büyük oranda turizme bağlı olan destinasyonlarda gerçekleşebilecek muhtemel politik ya da farklı diğeri krizler nedeniyle turizm talebinin farklı bölgelere yönelmesi o destinasyonun ekonomik bir krize girmesine neden olabilecektir (Avcıkurt, 2020). Bu nedenle, turizme aşırı bağımlı olan destinasyonlarda turizm dışındaki diğeri sektörlere olan yatırımların da teşvik edilmesi destinasyonun ekonomik sürdürülebilirliği için oldukça önemlidir (Çelik ve Çevirgen, 2024). Algılanan olumsuz etkilerden bir diğeri ise turizm sektörüne yatırım yapılırken yatırım yapılamayan diğeri sektörlerin kaybını ifade eden fırsat maliyetidir (Koçoğlu ve

Özkul, 2016: 156). Bu duruma verilebilecek en uygun örnek tarım ürünlerinin yetiştirilmesi için oldukça uygun olan Alanya bölgesindeki tarım arazilerine yapılabilecek yatırımlar yerine gerçekleştirilen otel yatırımlarıdır. Aslında, Alanya turizm gelişimine yatırım yaparak bölgedeki yatak kapasitesinin arttırılması adına otel yatırımlarını incelemektedir. Burada dikkat edilmesi gereken en önemli nokta daha önce de değinilen turizme aşırı bağımlılık sorunudur. Bu sorunun üstesinden gelinebilmesi için bölgedeki yatırımların dengeli ve olası kriz anlarında riskin bölgenin sahip olduğu değerlerin de gözetilerek farklı sektörlere dağıtılması şeklinde dengeli bir politika izlenebilir.

1.2. Aşırı Turizm ve Yetersiz Turizm Kavramları

Daha önce de vurgulandığı gibi turizmin fiziksel, ekonomik ve sosyokültürel çevre üzerindeki etkileri uzun yıllardır ilgi duyulan bir araştırma konusudur. Ancak, son yıllarda artan uluslararası hareketlilik, uzak bölgelere ulaşımın kolaylaşması ve insan hayatında oluşan daha fazla boş zaman gibi etkenler seyahat etmeyi daha kolay hale getirmiştir (Çelik ve Çevirgen, 2024). Ayrıca, teknolojik gelişmeler sonucunda insanlarda sosyal medya kullanımının artması ile birlikte popüler hale gelen destinasyonlara giderek orada kendini gösterme ve paylaşım yapma isteği de belirli destinasyonlara seyahat etme motivasyonunu tetiklemektedir (Song ve Wondirad, 2023). Yoğun olarak tercih edilen bu destinasyonlara olan talep gün geçtikçe artmış ve popüler destinasyonlarda mekansal ve zamansal yoğunlaşma nedeniyle çeşitli sorunlar meydana gelmiştir. Öyle ki, tüm dünyada popüler destinasyonlarda yaşayan yerel halk turistik yoğunlaşma nedeniyle yaşadıkları sorunlara farklı şekillerde tepki göstermiştir. Örneğin, İspanya'nın Barselona şehrinde kitlesel turizm hareketlerine yönelik "Turistler Evinize Gidin" ifadeleriyle birlikte büyük ölçekli gösteriler yapılmaya başlanmıştır (Hughes, 2018). Barselona halkı, 2023 yılının Eylül ayında daha da ileriye gitmiş ve turizm karşıtlığı konusunda örgütlenerek 27 Eylül Dünya Turizm Günü'nü kutlamak çöküşü kutlamaktır diyerek şehrin merkezinde yer alan Barselona Katedrali'nin merdivenlerinde toplanmış ve tepkilerini dile getirdikleri bir etkinlik düzenlemiştir (ABDT, 2023). Tüm bu gelişmelerin öncesinde, 2018 yılının ağustos ayında yoğun bir şekilde turistler tarafından ziyaret edilen ve belirli dönemlerde aşırı turizmin yaşandığı ifade edilen Barselona'da yerel toplum turistlere yönelik afişler bastırarak şehirlerinden gitmelerini istemişlerdir (BBC, 2018). Büyük bir olasılıkla Barselona'da yaşayan yerel toplumun bu tepkisi, 1976 yılında Doxey tarafından oluşturulan ve yerel toplumun turizme karşı tutumlarındaki değişimi anlatan Rahatsızlık Modeli'nde belirtilen kızgınlık aşamasına gelindiğini ifade etmektedir. Bu örnekte

görüldüğü gibi yaşanan aşırı turizm durumu yerel toplum ve turistleri karşı karşıya getirerek iki grup arasında ciddi bir çıkar çatışmasına neden olmuştur. Benzer bir şekilde Hindistan'ın Ganj Nehri'nde yapılan dini ritüellerin turistler tarafından yoğun bir şekilde ziyaret edilmesi, o bölgede törene katılan yerel toplumun üyelerinin yaşam kalitesini olumsuz yönde etkilediği görülmektedir (Gowreesunkar ve Thanh, 2020). Her iki örnekten de anlaşılabileceği gibi yaşanan bu durumlar yerel toplum için ciddi bir maliyet olarak algılanmaktadır. Tüm bu gelişmeler aşırı turizm kavramının ortaya çıkmasını tetiklemiştir.

Aşırı turizm kavramı Avrupa Parlamentosu tarafından hazırlanan bir raporda “Belirli zamanlarda ve belirli yerlerde turizmin etkisinin fiziksel, ekolojik, sosyal, ekonomik, psikolojik ve/veya politik kapasite eşiklerinin aşıldığı durum” olarak tanımlanmıştır (Peeters vd., 2018). Dünya Turizm Örgütü tarafından da gündeme alınan bu kavram “çok fazla sayıda turist tarafından ziyaret edilen destinasyonlarda orayı ziyaret eden turistlerin deneyiminin ve/veya orada yaşayan yerel halkın yaşam kalitesinin olumsuz yönde etkilenmesi durumu” olarak ifade edilmiştir (UNWTO vd., 2018). Hatta bu kavram yaygın olarak bilinen İngilizce sözlüklerden birinde de yerini almış ve bu sözlük tarafından “Çok fazla sayıda insanın tatil için bir yeri ziyaret etmesi, böylece yerin bozulması ve orada yaşayan insanların hayatının zorlaşması durumu” şeklinde tanımlanmıştır (Cambridge Dictionary, 2025). Aşırı turizm kavramı zamanla farklı destinasyonlarda da konuşulmaya başlanmış ve günümüzde İtalya'nın Venedik, Hollanda'nın Amsterdam, Hırvatistan'ın Dubrovnik, Çekya'nın Prag, İrlanda'nın Reykjavik gibi Avrupa destinasyonlarının ismi bu kavramla birlikte anılmaktadır (TTW, 2025). Tablo 1.1'de 2023 ve 2025 yılları arasında bazı destinasyonlarda aşırı turizm nedeniyle yaşanan sorunları içeren güncel haberler sunulmuştur.

Tablo 1.1 2023-2025 Yılları arasında adı aşırı turizmle geçen farklı destinasyonlar ile ilgili haberler

Haber Tarihi	Destinasyon	Haber Başlığı	Haber Linki
10.07.2025	Barselona, İspanya	Barselona'da aşırı turizm protestoları tırmanırken turistlere su püskürtüldü	https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/barcelona-spain-tourists-water-pistol-b2577116.html
01.08.2024	Venedik, İtalya	Venedik, aşırı turizme karşı mücadele kapsamında tur gruplarını 25 kişiyle sınırlandırdı ve megafonları yasakladı	https://edition.cnn.com/2024/08/01/travel/venice-overtourism-initiatives-scli-intl
23.07.2024	Bretonya Adası, Fransa	Aşırı turizm: Simgesel Bretonya adası ziyaretçi sayısını sınırlıyor	https://www.lemonde.fr/en/economy/article/2024/07/23/overtourism-the-island-of-brehat-is-limiting-its-number-of-visitors-again-this-summer_6694883_19.html
10.02.2025	Japonya	Japonya artan aşırı turizm krizini çözebilir mi?	https://www.dw.com/en/visit-japan-tokyo-overtourism-crisis-v2/a-71561020

Tablo 1.1'in devamı

06.05.2025	Tayland	Tayland aşırı turizmden mi muzdarip?	https://thethaiger.com/guides/best-of/lifestyle/thailand-overtourism#google_vignette
30.07.2024	Galapagos Adaları, Ekvador	Galapagos Adaları aşırı turizme karşı önlem alıyor	https://macaonews.org/news/around-the-world/galapagos-islands-ecuador-tourist-tax/
30.01.2024	Machu Picchu, Peru	Machu Picchu'da turizm protestoları nedeniyle risk altında mı?	https://www.travelandtourworld.com.tr/news/article/is-tourism-in-machu-picchu-at-risk-amid-protests/
16.02.2024	Everest Dağı, Nepal Venedik, İtalya Maya Koyu, Tayland Amsterdam, Hollanda Cano Cristales, Kolombiya Bali, Endonezya Mallorca, İspanya Santorini, Yunanistan	Santorini'den Machu Picchu'ya ve Everest Dağı'na — Aşırı Turizme Karşı Savaş Başladı	https://worldcrunch.com/food-travel/santorini-overtourism/
14.11.2024	Prag, Çekya	Prag aşırı turizmin sonuçlarıyla mücadele ediyor	https://www.dw.com/en/prague-battles-with-the-consequences-of-overtourism/a-70779698
19.08.2024	Lizbon, Portekiz	Lizbonlular, turist tuk-tuk'larının sokakları tıkağını ve şehri yaşanmaz hale getirdiğini söylüyor	https://www.euronews.com/travel/2024/08/19/how-the-iberian-holiday-hotspot-of-lisbon-is-handling-overtourism
17.09.2024	Yunanistan	Yunanistan aşırı turizmin etkisini ele almak için önlemler açıkladı	https://www.aa.com.tr/en/culture/greece-announces-measures-to-address-impact-of-overtourism/3331936
02.10.2024	Floransa, İtalya Pompei, İtalya Amsterdam, Hollanda	Aşırı Turizm ve Müzeler: Aşırı Ziyaretçi Sayılarının Zorluklarıyla Başa Çıkmak	https://www.museumnext.com/article/over-tourism-and-museums-navigating-the-challenges-of-excessive-visitor-numbers/
31.08.2024	Serengeti, Tanzanya	Tanzanya, Serengeti'deki aşırı turizmle mücadele için harekete geçiyor	https://indiaoutbound.info/trade-news/tanzania-moves-to-tackle-overtourism-in-serengeti/
27.03.2023	Masai Mara, Kenya	Odada bulunan fil: Afrika'da aşırı turizm	https://www.travelweekly.com/Middle-East-Africa-Travel/Overtourism-in-Africa
28.06.2024	Masai Mara, Kenya Serengeti, Tanzanya	Serengeti-Mara'da aşırı turizm yeniden radarlarda	https://www.tourismupdate.com/article/overtourism-back-on-the-radar-in-serengeti-mara
20.07.2024	Fuji Dağı, Japonya	Fuji Dağı'ndaki fotoğraf karesi Japonya'daki aşırı turizm krizini gözler önüne seriyor	https://asia.nikkei.com/Life-Arts/Life/Mount-Fuji-photo-row-highlights-Japan-s-overtourism-crisis
24.07.2024	Mallorca, İspanya	Mallorca'da yerel halk aşırı turizme karşı sokaklara döküldü	https://www.travelweekly-asia.com/Destination-Travel/Locals-storm-the-streets-against-overtourism-in-Mallorca
26.10.2024	Kamakura, Japonya	Japonya'da aşırı turizm: Kamakura kalabalıkları yönetmenin yollarını sunuyor	https://asia.nikkei.com/Business/Travel-Leisure/Overtourism-in-Japan-Kamakura-offers-ways-to-manage-crowds
22.01.2025	Kyoto, Japonya	Kyoto, otel vergilerinde büyük bir artışla aşırı turizmi önleyecek	https://www.lifestyleasia.com/hk/travel/news/kyoto-takes-aim-at-overtourism-with-steep-hotel-tax-increase/#google_vignette
05.09.2024	Brugge, Belçika	Belçika'nın tarihi şehri Brugge, aşırı turizm nedeniyle yeni Airbnb kiralamalarını yasaklamaya hazırlanıyor	https://www.aa.com.tr/en/europe/belgiums-historic-city-bruges-set-to-ban-new-airbnb-rentals-amid-over-tourism/3322399
22.11.2024	Floransa, İtalya	Floransa Aşırı Turizmle Mücadele İçin Anahtar Kutularını ve Hoparlörleri Yasaklıyor	https://etias.com/articles/florence-bans-key-boxes-loudspeakers-to-fight-overtourism

Tablo 1.1'in devamı

Haber Tarihi	Destinasyon	Haber Başlığı	Haber Linki
29.10.2024	Bukchon Hanok Köyü, Seul, Güney Kore	Seul'ün tarihi Hanok Köyü'ndeki aşırı turizm, sokağa çıkma yasağıyla azalacak mı?	https://www.reuters.com/world/asia-pacific/will-curfew-ease-overtourism-seouls-historic-hanok-village-2024-10-29/
17.02.2025	Plaka, Atina, Yunanistan	Aşırı Turizm ve Kısa Dönem Kiralamalar “Tanrıların Mahallesini” Boğuyor	https://greekcitytimes.com/2025/02/17/overtourism-and-short-term-rentals-are-suffocating-the-neighborhood-of-the-gods/
12.04.2025	Antalya, Türkiye	Sektör 'aşırı turizmi' konuşuyor: 'Antalya turizmi yoruldu'	https://www.cumhuriyet.com.tr/turkiye/sektor-asiri-turizmi-konusuyor-antalya-turizmi-yoruldu-2318128
24.10.2024	United States of America	ABD'de aşırı turizm sorunu var mı?	https://www.hospitalityinvestor.com/americas/does-us-have-overtourism-problem

Kaynak: Yazar tarafından düzenlenmiştir.

Günümüzde aşırı turizm, sıklıkla ziyaret edilen çok sayıda turizm destinasyonunun gündeminde yer almaktadır. Tablo 1.1'de 2023-2025 yılları arasında dünyanın 20 farklı ülkesinde aşırı turizmle ilgili yayınlanan 25 haber özetlenmiştir. Aşırı turizmle ilişkilendirilen destinasyonlar arasında Amsterdam, Barselona, Venedik gibi çok kişinin yaşadığı büyük şehirlerin yanı sıra nispeten daha az kişinin yaşadığı Masai Mara, Serengeti gibi doğal alanlar ve Kamakura, Machu Picchu, Bukchon Hanok Köyü gibi tarihi ve kültürel miras alanları da bulunmaktadır. Haberlerin bir kısmı yerel halkın turizme yönelik tepkisini ifade ederken, bir kısmı ise olumsuz etkilerin önlenmesi adına alınan önlemlerden oluşmaktadır.

Aşırı turizm son yıllarda kullanılmaya başlanan yeni sayılabilecek bir kavram olmasına rağmen turizmin olumsuz etkilerine dayanan kökleri 1960'ların ortalarından beri tartışılmaya devam etmektedir (Mihalic, 2020). Nitekim Dodds ve Butler (2019)'ın aşırı turizm kavramını eski bir problemin yeni adı olarak nitelendirmesi bu kanıyı desteklemektedir. Butler (2018), yakın gelecekte yeni destinasyonların gelişerek destinasyon yaşam dönemindeki doygunluk seviyesine geleceğini ve bununla birlikte aşırı turizm kavramının giderek daha önemli bir kavram halini alacağını öngörmektedir. Bu kavram ilk bakışta aşırı kalabalıklık ile ilgili görülse de aşırı kalabalıklığın ötesinde daha karmaşık ve çok yönlü bir kavramdır ve destinasyona gelen turist sayısının yanında taşıma kapasitesiyle de ilgilidir (Peeters vd., 2018; UNWTO vd., 2018). Taşıma kapasitesi kavramı turizmin yararlandığı çevreden elde edilen memnuniyet derecesinin azalmasına neden olmadan sunulan hizmet kapasitesi anlamına gelmektedir (Demir ve Çevirgen, 2006). Bir diğer tanımda ise taşıma kapasitesi “bir turistik destinasyonu fiziksel, ekonomik ve sosyokültürel çevrenin tahribatına ve ziyaretçilerin memnuniyet kalitesinde

kabul edilemez bir azalmaya neden olmadan aynı anda ziyaret edebilecek maksimum kişi sayısı” olarak tanımlanmaktadır (UNWTO vd., 2018). İlgili literatürde destinasyonlarda ekolojik, sosyal, kültürel, psikolojik, fiziksel, ekonomik çevreye yönelik taşıma kapasitelerinden bahsedilmektedir (Avcıkurt, 2020; Butler ve Dodds, 2024; Demir ve Çevirgen, 2006).

Aslında, turizmin olumsuz etkileri nedeniyle taşıma kapasitesinin aşılması geçmişte yaygın olarak üzerinde durulan bir konudur. Nitekim, Wall (2020) taşıma kapasitesi kavramının geçmişte oldukça dikkat çeken ve aşırı turizm ile ilgili endişelerin öncüsü olan bir kavram olduğunu belirtmekte ve taşıma kapasitesinin aşılması durumunda destinasyondaki kaynakların ve yaşayanların yaşam tarzlarının zarar görebileceğini öne sürmektedir. Aşırı turizm kavramının son yıllarda dünya gündemine çıkmasının iki nedeni olduğu düşünülmektedir. İlk neden uzak yerlere ulaşım olanaklarının artması ve özellikle gelişmiş ülkelerde insanların boş zamanlarının çoğalmasıyla birlikte seyahat etmenin kolaylaşmasıdır. Bu gelişmenin bir sonucu olarak daha fazla insan uluslararası seyahatler gerçekleştirmekte ve özellikle merak edilen popüler destinasyonlar daha fazla insan tarafından ziyaret edilmektedir. İkinci neden ise günümüzde teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak internet kullanımı yaygınlaşmış ve küresel boyutta iletişim kurabilmek kolaylaşmıştır. Bu gelişmeler insanların turizm destinasyonlarıyla ilgili daha fazla bilgi edinebilmelerini sağlamış ve buralarda görünür olma motivasyonlarını arttırmıştır. Bunun doğal bir sonucu olarakta dünyada daha fazla turizm destinasyonunda taşıma kapasiteleri aşılmış ve çok sayıda destinasyonun farklı sorunlarla karşılaşmasıyla birlikte aşırı turizm kavramı dünya gündemindeki yerini almıştır. Bu nedenle taşıma kapasitesi ve aşırı turizm kavramları birbiriyle ilişkili olup, aşırı turizm kavramının taşıma kapasitelerinden en az birinin aşılması sonucunda meydana gelen yerel halkın yaşam kalitesinin ya da ziyaretçi deneyiminin olumsuz etkilenmesi durumunda ortaya çıktığı söylenebilir.

Avrupa’daki turizm destinasyonları dikkate alınarak hazırlanan iki farklı çalışmada aşırı turizmi tetikleyebilecek faktörler aşağıdaki şekilde belirtilmiştir (Jordan vd., 2018; Peeters vd., 2018).

- Seyahatin daha erişilebilir ve karşılanabilir hale gelmesi
- Tüketicilerin seyahat ve dinlenme deneyimini önceliklendirmesi
- Turizm sektörünün diğer niteliğe dayalı amaçlardan ziyade sayıyı arttırmaya odaklanan (nicelik odaklı) geleneksel politikası

- Uluslararası varışlarda yaşanan artışlar
- Kentleşme baskısı
- Şehir merkezlerinde ve yeni mahallelerde yaşanan soylulaştırma ve artan fiyatlar
- Kontrolsüz/yasalarla düzenlenmemiş turist konaklamalarının yaygınlaşması
- Kalabalık turist gruplarının yoğunlaşması (Örn. Kruvaziyer yolcuları)
- Sosyal medyanın seyahat etmeye yönelik tüketici farkındalığını arttırması ve ilham vermesi
- Herkes tarafından ziyaret edilmek istenen belirli yerlere seyahat etme arzusu nedeniyle yoğunlaşma

Yine aynı kaynaklarda yukarıda verilen faktörlerin tetiklemesiyle gerçekleşen aşırı turizmin sonucunda ev sahibi destinasyonlarda yaşayan yerel halkı rahatsız eden sonuçlar aşağıdaki şekilde vurgulanmıştır.

- Artan sıkışıklık (Trafik sıkışıklığı, bazı yerlerin kalabalıklaşması)
- Altyapı üzerinde oluşan baskı
- Enerji ve su talebindeki artış
- Kirlilik
- Ziyaretçilerin yerel halkın hoşuna gitmeyen davranışları
- Çevrenin bozulması
- Tarihi alanlar ve anıtların zarar görmesi
- Kimliğin ve özgünlüğün/otantikliğin kaybolması (Örn. Yerel dükkanlar)
- Yerel halkın yaşam maliyetlerinde yaşanan artışlar
- Yerel halk arasında artan eşitsizlik

Yetersiz turizm kavramı ise aşırı turizme göre daha yeni sayılabilecek bir kavramdır ve basitçe aşırı turizmin tam tersi olarak ifade edilebilir (Mihalic, 2020). Yetersiz turizm kavramı henüz net bir şekilde tanımlanmamış olsa da (Barač–Miftarević, 2023), hem turizmi gelişme aracı olarak gören, turizme bağımlı olan ve daha az ziyaret edilen destinasyonların çekiciliğinin vurgulanması için kullanılırken hem de destinasyonlarda yaşanan arz fazlası ve azalan talep arasındaki uyumsuzluğun tanımlanması için kullanılmaktadır (Blázquez-Salom vd., 2023). Destinasyonlarda

yaşanan arz fazlası ve azalan turist talebi kriz ya da mevsimsellik durumlarında kendini göstermektedir. Nitekim yaşanan COVID-19 pandemisinde azalan turizm talebinin birçok destinasyondaki turizm arzını olumsuz yönde etkilediği söylenebilir (Bol vd., 2022). Aynı zamanda mevsimsellik talebin yıl içindeki düzensiz dağılımı ve arzın ise esnek olmayan yapısı nedeniyle birbirinin karşıtı iki durumun destinasyonda yaşanmasına sebep olmaktadır. Yüksek sezonda artan turist akımı aşırı turizme neden olurken, yüksek sezon dışındaki dönemde azalan turist akımı ise yetersiz turizme neden olmaktadır (Ruggieri vd., 2020). Kış turizmi veya deniz kum güneş turizmi ürünlerini sunan birçok destinasyonda mevsimlik talep daralması yaşandığı bilinmektedir. Bu destinasyonlar turizm talebinin arttığı dönemlerde aşırı turizm ile karşılaşırken, talebin azaldığı ve arz fazlasının olduğu dönemlerde de yetersiz turizm durumu ile karşı karşıya kalmaktadır. Aslında destinasyonlarda yaşanan aşırı turizm ve yetersiz turizm durumlarının, koordinasyon ve strateji eksikliği, yönetim zaafiyeti ve zayıf planlamanın bir sonucu olarak ortaya çıktığı söylenebilir (Gowreesunkar ve Thanh, 2020; Barač–Miftarević, 2023; Séraphin vd., 2020). Aşırı turizm durumunda destinasyonun taşıma kapasitesinin aşılması olumsuz etkilere sebep olurken, yetersiz turizm durumu da mevcut kaynakların verimsiz kullanımına neden olarak destinasyonu olumsuz yönde etkilemektedir. Bir destinasyondaki gecelermelerin km²'ye ve nüfusa oranı aşırı turizm yaşanan destinasyonlarda dikkate alınması gereken önemli göstergelerden bazılarıdır (Peeters vd., 2018).

Aşırı turizm ve yetersiz turizm durumlarının destinasyonlara etkileri ise beklenen etkilerden daha yıkıcı ve ağır olabilmektedir. Bir destinasyonun kapasitesinin altında çok az sayıda turist tarafından ziyaret edilmesi de, kapasitesinin üstünde çok fazla sayıda turist tarafından ziyaret edilmesi de olumsuz sonuçlar doğurabilmekte ve destinasyonların sürdürülebilirliği açısından tehlike oluşturabilmektedir (Mihalic, 2020; Litavniece vd., 2021). Örneğin, Aşırı turizm ve yetersiz turizm durumları mevsimselliğin yaşandığı bazı destinasyonlarda aynı yıl içerisinde birlikte de yaşanabilmektedir. 2023 yılında Mayorka'da aralarında yerel toplum üyelerinin de bulunduğu katılımcılarla gerçekleştirilen araştırmada bu durum çok açık bir şekilde ifade edilmiş ve her iki durumda da ciddi maliyetlerle karşılaştığı ortaya koyulmuştur (Blázquez-Salom vd., 2023). Turizm faaliyetlerinin sürdürüldüğü yerlerde yerel toplum ve turistler arasında maddi, sosyal ya da psikolojik olarak bir etkileşim süreci yaşanmaktadır (Andereck vd., 2005). Aşırı ve yetersiz turizm durumlarında yaşanan bu etkileşim sürecinde ise yerel toplumun yaşam kalitesi veya ziyaretçilerin turizm deneyimlerinin kalitesi olumsuz

yönde etkilenmekte (UNWTO vd., 2018) ve her iki paydaş için de algılanan ciddi maliyetlerin ortaya çıkması söz konusu olabilmektedir. Sonuç olarak, aşırı turizm durumu da yetersiz turizm durumu da turizm destinasyonları için arzu edilen durumlar değildir. İdeal olan destinasyondaki turizm gelişiminin taşıma kapasitelerini aşmayacak şekilde planlanması, mevcut turizm arzının üzerinde bir talep oluşturup aşırı turizme yol açılmadan ya da turizm talebinin turizm arzının çok altında kalacağı yetersiz turizme neden olunmadan dengeli bir şekilde yönetilmesidir (Litavniece vd., 2021).

1.1.2. Aşırı turizmin göstergeleri

Aşırı turizmden kaynaklanan sorunların dünya gündemine oturması ile birlikte uluslararası kuruluşlar tarafından da bu konu hakkında çeşitli raporlar hazırlanmıştır. Örneğin bir danışmanlık şirketi olan McKinsey ve Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'nin ortak olarak hazırladıkları turizm destinasyonlarında kalabalıkların yönetimi ile ilgili raporda potansiyel risklerin anlaşılması adına 9 ayrı göstergeden bahsedilmiştir. Bunlar, gayri safi milli hasıla ve istihdamda turizmin payını içeren turizmin önemi, gelen ziyaretçi sayısında (hem ulusal hem uluslararası) büyüme, kilometre kareye düşen ziyaretçi sayısı yoğunluğu, destinasyonda ikamet eden kişi başına düşen ziyaretçi sayısı yoğunluğu, destinasyondaki önde gelen çekiciliklerin değerlendirmelerinde olumsuz yorumların payı (Olumsuz Tripadvisor Değerlendirmeleri), varışların mevsimselliğini ifade eden yüksek ve düşük sezon arasındaki varış-uçuş koltuk sayısı farkı, çekiciliklerdeki yoğunlaşmayı ifade eden ilk 5 çekicilikle sınırlandırılmış değerlendirmelerin tüm değerlendirmeler içerisindeki payı, hava kirliliğinin boyutunu ortaya koyan yıllık ortalama PM10 partikül yoğunluğu (kübik metre başına düşen mikrogram), tarihi alanların sayıca üstünlüğünü ifade eden bir destinasyondaki Tripadvisor'daki ilk 20 çekicilik içerisinde yer alan tarihi alanların payından oluşmaktadır (McKinsey & Company ve World Travel & Tourism Council, 2017). Aralarında Amsterdam, Barselona ve Dubrovnik gibi adı aşırı turizm ile anılan şehirlerin de yer aldığı dünya genelinden 68 şehrin verileri kullanılarak hazırlanan bu raporda öne sürülen göstergeler kalabalıklık riskinin şehirlere göre kıyaslanabilmesi için 5 ayrı risk grubuna ayrılmıştır. Her bir risk grubu için belirlenen sınır değerler Tablo 1.2'de verilmiştir.

Tablo 1.2 Aşırı kalabalıklık riskinin değerlendirmesi için şehir kıyaslamaları

	Birinci Risk Grubu (En yüksek risk)	İkinci Risk Grubu	Üçüncü Risk Grubu	Dördüncü Risk Grubu	Beşinci Risk Grubu
GSYİH ve istihdamda turizmin payı	>8.5%	6.1–8.5%	4.5–6.0%	3.2–4.4%	<3.2%
Turist varışlarının artış oranı	>7.7%	6.2–7.7%	4.0–6.1%	2.0–3.9%	<2.0%
Kilometrekare başına düşen ziyaretçi sayısı	>930,000	475,001-930,000	200,001-475,000	75,000-200,000	<75,000
İkamet eden kişi başına düşen ziyaretçi sayısı	>5.3	2.8–5.3	1.8–2.7	1.0–1.7	<1.0
En iyi turistik çekicilikler arasında olumsuz yorumların payı	>2.8%	2.0–2.8%	1.5–1.9%	1.1–1.4%	<1.1%
Yüksek ve düşük sezon arasındaki varış-uçuş koltuk sayısı farkı	>1.36	1.29–1.36	1.19–1.28	1.14–1.18	<1.13
İlk 5 çekicilikle sınırlandırılmış değerlendirmelerin tüm değerlendirmeler içerisindeki payı	>36%	33–36%	29–32%	22–28%	<22%
Yıllık ortalama PM10 partikül yoğunluğu	>74.9	43.1–74.9	26.8–43.0	16.6–26.7	<16.5
Tripadvisor'daki ilk 20 çekicilik içerisinde yer alan tarihi alanların payı	>45%	31–45%	21–30%	7–20%	<7%

Kaynak: McKinsey & Company ve World Travel & Tourism Council, 2017: 22.

Not: Belirtilen risk grupları 68 farklı şehrin verilerine dayandırılarak oluşturulmuştur. Bu ülkelerin listesi ve detaylı bilgi için ilgili kaynağa bakınız.

Peeters ve diğerleri (2018) tarafından hazırlanan farklı bir raporda ise yukarıdakine benzer bir çıkarım yapılarak bir önceki göstergelerle karşılaştırılan aşırı turizm riskinin değerlendirilmesinde kullanılabilecek bazı göstergeler Tablo 1.3'te listelenmiştir.

Tablo 1.3 Aşırı turizm riskinin değerlendirmesinde kullanılan göstergeler

Gösterge Adı	Birim	McKinsey ve WTTC, 2017	Peeters vd., 2018
Turizmin GSYİH'daki Payı	Oran (%)	Mevcut	Mevcut
Gelen Yolcu Sayısındaki Artış Oranı	Yıllık Oran (%)	Mevcut	Mevcut Değil
Geceleme Sayısındaki Artış Oranı	Yıllık Oran (%)	Mevcut Değil	Mevcut
Ziyaretçi Alan Yoğunluğu	Ziyaretçi Sayısı/km ²	Mevcut	Mevcut Değil
Turizm Yoğunluğu	Geceleme/km ²	Mevcut Değil	Mevcut
Ziyaretçilerin Nüfus Yoğunluğu	Ziyaretçi Sayısı/Nüfus	Mevcut	Mevcut Değil
Turizm Yoğunluğu	Geceleme/Nüfus	Mevcut Değil	Mevcut
Olumsuz TripAdvisor Değerlendirmelerinin Payı	Oran (%)	Mevcut	Mevcut Değil

Tablo 1.3'ün devamı

Hava Taşımacılığının Mevsimselliği (Havayolu ile gelen yolcuların en yüksek ve düşük aylık oranı)	-	Mevcut	Mevcut
İlk 5 Çekicilikle Sınırlandırılmış Değerlendirmelerin Payı	Oran (%)	Mevcut	Mevcut Değil
Yıllık Ortalama PM10 Partikül Yoğunluğu	µgram/m ³	Mevcut	Mevcut Değil
Tripadvisor'daki İlk 20 Çekicilik İçerisinde Yer Alan Tarihi Alanların Payı	Oran (%)	Mevcut	Mevcut Değil
Hava Taşımacılığının Büyümesi (2024'e göre 2025)	Oran (%)	Mevcut Değil	Mevcut
Dünya Mirası Alanı Yakınlığı	30 km Uzaklıktaki Alan Sayısı	Mevcut Değil	Mevcut
Kruvaziyer Limanına Yakınlığı	10 km Uzaklıktaki Liman Sayısı	Mevcut Değil	Mevcut
Havalimanına Yakınlığı	50 km Uzaklıktaki Gelen Yolcu Sayısı	Mevcut Değil	Mevcut
Airbnb Konaklamalarının Booking.com Konaklamalarına Olan Ortalama En Kısa Mesafesi	km	Mevcut Değil	Mevcut
Booking.com'un Airbnb Payı + Airbnb	Oran (%)	Mevcut Değil	Mevcut
Hava Taşımacılığı Yoğunluğu	Hava Yolcuları/Geceleme	Mevcut Değil	Mevcut
UNESCO Dünya Miras Alanı Sayısı	Sayı	Mevcut Değil	Mevcut
Birleşik Yoğunluk Artış Puanı	-	Mevcut Değil	Mevcut

Kaynak: Peeters vd., 2018

1.1.3. Yetersiz turizmin göstergeleri

Yetersiz turizmin göstergeleri henüz net bir şekilde ortaya koyulmamış olsa da şimdiye kadar gerçekleştirilen araştırmalarda yapılan tanımlamalar dikkate alınarak birtakım göstergelerden bahsedilebilir. Yetersiz turizm kavramı tanımlanırken vurgulanan iki farklı durumdan biri destinasyonların altyapı yetersizlikleri, olumsuz imaj gibi farklı nedenlerle az sayıda turist tarafından ziyaret edilmesi iken, diğeri ise destinasyonların mevsimsellik ya da yaşanan bölgesel ya da küresel krizler nedeniyle mevcut kapasitesinin (turizm arzının) altında kalan turizm talebi nedeniyle olması gerekenden daha az sayıda turist tarafından ziyaret edilmesidir.

İlk durumu yaşayan destinasyonlar dikkate alındığında sınırlı turizm arzından ve talebinden bahsetmek mümkündür. Dolayısıyla, sınırlı turizm arzının ve talebinin olması ilk gösterge olarak öne sürülebilir. Turizm arzının sınırlı olup olmadığını gözlemlemek için somut bir kanıt olarak o destinasyonda yer alan konaklama kapasitesini ifade edebilecek destinasyondaki toplam yatak sayısının bir gösterge olarak kullanılması uygun olabilir. Ayrıca, bölgenin ulaşılabilirliği de önemli faktörlerden biridir. Destinasyona yakın olan havaalanı sayısı, bu havaalanlarının uzaklığı ve havaalanlarına gerçekleştirilen uçuş sayısı gibi somut göstergeler kullanılabilir. Bunun yanında denize kıyısı olan destinasyonlardaki liman sayısının, bu limanların uzaklıklarının ve kapasitelerinin de

somut birer gösterge olabileceği söylenebilir. Olumsuz imaja sahip olan destinasyonlarda ise bu imajın nedenlerini belirlemek yerinde olacaktır. Örneğin destinasyondaki çekiciliklere yönelik yazılan olumsuz değerlendirmelerin toplam değerlendirmeler içerisindeki payına bakılabilir. Ayrıca, destinasyonun bulunduğu bölgede meydana gelen kitlesel eylemler, savaş ve terör olayları gibi göstergeler de destinasyon güvenliğini ve imajını olumsuz yönde etkileyerek destinasyonun ziyaret edilmek istenmemesine neden olabilmektedir (Gowreesunkar ve Thanh, 2020). Aslında, turizm arzının sınırlı olması o destinasyonun çok sayıda turisti ağırlayamayacağı anlamına da geldiğinden bu durum o destinasyonun daha az ziyaret edilmesine yol açan nedenlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada destinasyondaki girişimcilere sunulan finansal teşviklerin miktarı da bir gösterge olarak kullanılabilir.

İkinci durum olan turizm arzının yüksek olduğu ancak mevsimsellik ve krizler gibi nedenlerden kaynaklanan yetersiz turizm durumu literatürde vurgulanan bir durumdur (Blázquez-Salom vd., 2023; Litavniece vd., 2021). Bazı destinasyonlarda yaşanan sağlık problemleri ya da bölgesel krizlerin bir sonucu olarak seyahat için tercih edilmemekten ziyade (Barač–Miftarević, 2023), bazıları ise destinasyonun iklim şartlarını temel bir ürün olarak sunduklarından mevsimsellik nedeniyle sundukları ürünün sunulmasının mümkün olmadığı dönemlerde yetersiz turizm durumuyla karşı karşıya kalmaktadır. Mevsimsellik nedeniyle yetersiz turizm durumunu yaşayan destinasyonlar sadece 3S (deniz, kum, güneş) turizmi odaklı kıyı turizmi destinasyonları ya da kış turizmini ana ürün olarak sunan kayak merkezlerini de içeren destinasyonlardır. Aslında bu destinasyonlarda mevcut turizm arzının kullanılmadığı atıl bir dönem ortaya çıkmaktadır. Bu atıl dönemde turizm sektöründe işsizlik, bütçe ile ilgili dengesizlik, çalışan kesimin fakirleşmesi, ticari faaliyetlerin durması gibi çeşitli sorunların görüldüğü vurgulanmaktadır (Blázquez-Salom vd., 2023). Ayrıca, mevsimsellik kaynaklı sorunlar turizmin bu destinasyondaki sürdürülebilirliği için de tehlike oluşturmaktadır. Dolayısıyla, bir destinasyonda sunulan temel turizm ürününün mevsimsel şartlara bağlı olup olmadığı ve destinasyonların temel ürünlerini sundukları yüksek sezon dönemi ile bu ürünü sunmadıkları düşük sezon dönemi arasında çeşitli turizm istatistikleri (turist sayısı, turizm gelirleri, doluluk oranları vb.) açısından fark oluşup oluşmaması da yetersiz turizmin bir göstergesi olarak öne sürülebilir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. YEREL HALKIN İYİ OLUŞU, MUTLULUĞU VE TURİZM GELİŞİMİNE YÖNELİK DESTEĞİ

Turizm destinasyonları orayı ziyaret eden turistler için kaliteli bir turizm deneyimi edinilecek bir yer olarak görülürken, o destinasyonda ikamet eden bireyler için ise kaliteli yaşam şartlarının sağlandığı bir yaşam alanını ifade etmektedir. Buradan hareketle, bir destinasyonda yer alan her paydaşın oradan beklentileri kendi çıkarları doğrultusunda oluştuğunu söylemek doğru olacaktır. Dolayısıyla, bu tezin konusu olan yerel halk için içinde yaşadıkları destinasyondaki yaşam şartları oldukça önemlidir ve yerel halkın bu şartların iyi olmasını beklemesi doğaldır. Turizm gelişimi nedeniyle destinasyonda şekillenen şartlar yerel halkın mutluluğunu ve yaşam tatminini etkilemektedir. Turizm gelişimi nedeniyle oluşan etkilerin yönü yerel halk için zaman zaman olumlu ya da olumsuz yönde olabilmektedir. Yerel halkın turizm gelişimine yönelik desteği ise algılanan etkinin yönü ile ilişkilidir. Yerel halk tarafından olumlu etkiler daha fazla hissedildiğinde onların turizme yönelik destekleme tutumu olumlu yönde, daha fazla olumsuz etkiler hissedildiğinde ise yerel halkın turizm gelişimini destekleme tutumu olumsuz yönde etkilenecektir.

2.1. Mutluluk Kavramı, Tanımı ve Teorileri

Mutluluk en geniş anlamıyla, iyi olan herşeyi kapsayan, sıklıkla “iyi oluş” yerine de kullanılan ve hem bireysel hem de sosyal refahı ifade etmektedir (Veenhoven, 2023). Mutluluk neşe, memnuniyet, tatmin ve esenlik duygusu olarak tanımlanabilir (APA Dictionary of Psychology, 2021b). Mutlu bir yaşamı bireyin düşünce tarzı ile ilgili olduğunu belirten Antik Yunan filozofları (Diener ve Sim, 2025), mutluluk kavramını ahlaklı olmakla ilişkilendirirken bireysel mutluluğu geri planda bırakmaktadır (Frey, 2018: 1). Sık sık ahlaklı davranışı vurgulayan filozoflar, mutluluk kavramını kullanırken iyi bir yaşam sürmek için gerekli olan iyi yaşam koşullarını da işaret etmiştir (Samavati ve Veenhoven, 2024). Nitekim, Çin ve Doğu Asya’da bu konudaki etik, ideolojik ve politik görüşler insan ilişkilerini merkeze koyarak toplumdaki yaşam kalitesine odaklanmaktadır (Frey, 2018: 1-2; Kiroğlu ve Yıldırım, 2022). Güncel ve popüler olan diğer bir tanım da ise mutluluk kavramı insanların kendi yaşamlarının değerlendirilmesi sonucunda oluşan öznel iyi oluş durumu ile açıklanmaktadır (Diener ve Sim, 2025).

Dolayısıyla, günümüzde mutluluk anlayışı daha çok birey merkezidir (Frey, 2018). Ayrıca, mutluluğun insan davranışlarının üzerinde belirleyici bir rolü olduğu da belirtilmektedir (Rossi, 2018).

Mutluluk, bireylerde olumlu hislere neden olan ve uzun süre kalıcı olabilen bir ruh halini ifade eden geniş bir kavramdır (Diener ve Sim, 2025). “Mutluluk” kelimesinin birçok anlama geldiği bilinmekte ancak bu kelimenin felsefe literatüründe öne çıkan kullanımı temelde “iyi oluş” kelimesinin eş anlamlısı olarak karşımıza çıkmaktadır (Haybron, 2008). Mutluluk kavramı farklı teorisyenler tarafından, farklı bağlamlarda, farklı anlamlara geldiğinden ve daha dar ya da daha geniş anlamlarda yorumlandığından bilimsel literatürde kullanılmaktan çekinilmektedir (Diener ve Sim, 2025). Bireylerin mutluluğunun belli oranlarda kalıtım (yaklaşık %50), yaşam olayları (%10) ve kasıtlı eylemler (%40) gibi faktörler tarafından belirlendiği yönünde bazı genellemeler yapılmaktadır (Nawijn ve Mitas, 2012). Ancak, mutluluk konusunda önde gelen bilim insanlarından biri olan Diener (2008: 496-499) bu tür genellemelerle zaman kaybedilmemesi gerektiğini ve bu genellemelerin araştırmacıları bazı değişkenlerin diğerlerinden daha önemli olduğu yönünde bir kanıya varmak gibi bir hataya düşürdüğünü vurgulamaktadır. Buna ek olarak, mutluluğun para ile ilişkili olmadığına yönelik yanlış bir söylenti vardır ve gelirin yaşam tatmini ve iyi oluş gibi kavramlarla ilişkili olduğu birçok kez kanıtlanmıştır (Behera vd., 2024; Diener, 2008: 499-503).

Wang ve diğerleri (2021) tarafından mutluluğun belirli bir tanımının olmadığı, ancak anlamı ile ilgili hedonik ve ödömanik bakış olmak üzere iki bakış açısının olduğu belirtilmiştir. Hedonik bakış açısı acıdan kaçınan ve zevk almayı ön planda tutan hazzı bir tür mutluluğu ifade ederken (APA Dictionary of Psychology, 2021c), ödömanik bakış açısı kendini gerçekleştirme ve anlamlı bir yaşam amacına sahip olmadan kaynaklanan mutluluğu vurgulamaktadır (APA Dictionary of Psychology, 2021d). Frey (2018: 5), zevk veren anlık hisler ve yunanca “eudaimonia” olarak adlandırılarak sonsuz mutluluk olmak üzere mutluluğun iki uç noktası olduğundan bahsetmektedir. Psikolojide olumlu etki olarak adlandırılan zevk veren anlık hisler, olumsuz etki olarak gerçekleştiğinde çok endişe, üzüntü ya da acı hissettiren ve mutsuz eden bir his olarakta gerçekleşebilir (Frey, 2018). Mutluluk kavramı hedonizm (hazzcılık), yaşam tatmini, duygusal durum teorisi gibi farklı teorilerle açıklansa da, mutluluk farklı bağlamlarda farklı şeylere bağlı olarak geliştiğinden “mutluluğun hangi anlayışı kavramdaki çıkarlarımıza en iyi cevabı verir?” sorusuna yanıt aramak en doğru seçim olacaktır (Haybron, 2008). İlerleyen kısımlarda mutluluk ile ilgili yaygın olarak kullanılan bazı teorilere değinilmiştir.

2.1.1. Hazcı (hedonistik) teoriler

Etimolojik açıdan incelendiğinde “hedonism” kelimesinin Yunanca bir terim olan ve haz anlamına gelen “hedone” kelimesinden geldiği bilinmektedir ve mutluluğun tanımı ya da doğası olarakta düşünülebilir (Brölde, 2023). Mutluluk ile ilgili literatüre önemli katkıları olan Veenhoven (2003), hazcılığı haz alınan deneyimlere açık olmak ile karakterize edilen bir yaşam biçimi olarak tanımlamaktadır. Bunun tam tersini ise kendini tutan ve ahlaki olarak hazlardan arınmayı içeren sade bir hayat olarak ifade etmektedir (Veenhoven, 2003: 1). Haybron (2008) ise hedonistlerin mutluluk kavramını bireylerin hoş olmayan deneyimler üzerinde hoş deneyimlerle dengelenen bir durum olarak tanımladığını vurgulamaktadır. Farklı bir ifadeyle, hazcı teori bakış açısıyla mutluluk kavramı hoş olmayan deneyimlere karşı haz veren deneyimlerin üstün gelmesiyle açıklanmaktadır (Omay, 2022). Bu tür bir hazcılıktan psikolojik hazcılık ya da motivasyonel hazcılık olarakta bahsedilmektedir (Brölde, 2023).

Helenistik dönem filozofları tarafından hedonizmin iyi bir yaşamın anahtarı olduğu öne sürülmüş ve mutluluk ile ilgili araştırmalar bu fikirlerden etkilenmiş olsa da, ilerleyen dönemde yaşam tatminine yönelik yargı ile birlikte mutluluk kavramı çok daha geniş bir anlam kazanarak hazcı fikirlerin ötesine geçmektedir (Diener ve Sim, 2025: 200-201). Yazarlar, bunun gerekçesini insanların kendi hayatlarından haz almasalar bile iyi olarak değerlendirebildiklerini vurgulayarak ifade etmektedir.

Mutluluğun maddi açıdan nasıl temellendirileceği konusuna hazcı faydacıların belirttiği faydanın mutluluk üzerindeki etkisi verilebilecek bir cevaptır ve faydanın yerini doldurabilecek uygun psikolojik durum ise hazdır (Haybron, 2003: 307). Başka bir deyişle hazcı faydacı bir bakış açısıyla, maddi açıdan mutluluğu temellendirmek için psikolojik bir durum olan hazzın kullanımı uygun olacaktır. Hazcı teorisyenler acı veren deneyimlerden daha çok haz veren deneyimler yaşayan birinin mutlu olacağını iddia etmektedirler (Bremner, 2011: 98). Özetle, her ne kadar eleştirilse de uzun yıllardır kabul gören hazcı teoriler, mutluluk kavramına haz odaklı bir bakış açısıyla yaklaşmaktadır.

2.1.2. Yaşam tatmini teorisi

Yaşam tatmini kavramı mutluluk kavramı ile eş anlamlı olarak kullanılan bir kavram olmakla birlikte, sık sık genel iyi oluşun bir bileşeni olarak ta görülmektedir (Hall, 2023). Yaşam tatmini teorisi bakış açısıyla mutluluk, bireyin kendi hayatındaki belirli öğeler ya da alanlar ile ilgili bir dizi yargıyı da içeren kendi yaşamına yönelik olumlu bir tutum sergilemesi şeklinde tanımlanabilir (Haybron, 2008: 30). Farklı bir açıklamayla

yaşam tatmini teorisinde mutluluk, bireyin önemli olduğuna inandığı unsurları kapsayan iyi bir hayatın onayını yansıtan bir zihin durumudur (Diener ve Sim, 2025: 203). Yaşam tatmini teorisi kapsamında, yaşamda belirlenecek bazı standartların ya da hedeflerin gerçekleştirilmesi durumunda mutluluğa erişilebileceği öne sürülmektedir (Kıroğlu ve Yıldırım, 2022: 55; Bremner, 2011: 101-105).

Feldman (2019), bazı araştırmacıların bir bütün olarak yaşam tatmini anlayışını öne sürdüklerini ancak bunun mantıksız olduğunu belirtmekte ve bunu bir kişinin seçili bir zaman diliminde çok mutlu olabileceken aynı anda tüm yaşamı hakkında bir değerlendirme yapmamış olabileceğini öne sürerek gerekçelendirmektedir. Nitekim, Frey (2018: 7) bu konuda aynı fikirde olup, bu durumu hava şartlarının iyi olması durumunda bireylerin kendisini daha mutlu hissetmesi, kötü olması durumunda ise daha mutsuz hissedebilmesi örneği ile anlatmaktadır. Buradan hareketle, mutluluk gibi farklı zamanlarda farklı sonuçların alınabildiği bir kavramın içinde bulunulan şartlar da dikkate alınarak belirlenmesi gerekmektedir.

2.1.3. Duygusal durum teorisi

Duygusal durum teorisi mutluluğu hazzı teoride olduğu gibi haz veren deneyimlerle açıklamak yerine bireyin ruh halini ve duygularını da içeren duygusal durumu ile açıklamaktadır (Haybron, 2008: 30). Hazzı teoriye göre haz veren davranışların haz vermeyen davranışlara göre sayıca üstün olması şeklinde tanımlanan mutluluk kavramının tanımında bu davranışların sayısından çok yoğunluğunun da bir o kadar önemli olduğu ve hazzı teorisinin mutluluğa olan bakış açısında bir eksiklik olduğu vurgulanmaktadır (Rossi, 2018). Tam da bu noktadaki eksikliği bireylerin duygusal durumlarının tamamladığı ve bireylerin duygusal durumlarının neşeli, coşkulu ya da huzurlu gibi olumlu şartlarda olması durumunda mutluluğun, duygu durumlarının depresyon, korku, kaygı, öfke gibi olumsuz şartlarda olması durumunda ise mutsuzluğun ortaya çıkacağı söylenebilir (Haybron, 2001: 506).

Duygusal durum teorisi bakış açısına göre mutluluk depresyon ve kaygının tam tersi olarak nitelendirilirken, hazzı mutluluk ise temelde hazzsızlığa karşıdır (Haybron, 2008: 30). Diener ve Sim (2025: 203), bireylerin anlık olarak arzu edilen ya da edilmeyen bir durum ile karşılaştıklarında olumlu ya da olumsuz hisler deneyimleme eğiliminde olduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla, arzu edilen deneyimlerle karşılaşan insanlar mutlu olma eğilimindeyken, arzu edilmeyen bir deneyimle karşılaşan insanlar ise mutsuz olma

eğilimindedirler. Özetle, insanların duygusal durumları da, onların mutluluklarını şekillendirmektedir.

2.1.4. Karma teoriler

Karma teori yaklaşımına göre mutluluk bir kısım bilişsel ve duygusal boyutları olan karmaşık bir zihinsel durumdur (Brölde, 2007: 16). Ayrıca, karma teoriler mutluluğun hem öznel hem de nesnel bileşenleri olduğunu belirtir ve mutluluğun hayatın gerçek koşullarına uygun olarak oluşan psikolojik bir durum olduğu bir gerçektir (Sizer, 2010). Bu nedenle, mutluluk kavramının hem bireyin içsel durumunun hem de bireyi etkileyen dışsal faktörlerin sonucunda gerçekleşen zihin durumu olduğu söylenebilir. Karma teori yaklaşımı mutluluğu hem yaşam tatminini, hazları ve duygusal durumu hem de diğer durumların yanında bireyin ilgi alanlarına yönelik tatminini de ele alır ve bunların tamamını dikkate alarak mutluluğu belirleyebilecek en kapsamlı kavram öznel iyi oluş kavramıdır (Haybron, 2008: 31).

2.2. Mutlulukla ilişkili yaşam kalitesi, yaşam tatmini, öznel iyi oluş kavramları

Mutluluk kavramı psikolojik bir olgu olmakla birlikte son yıllarda ekonomistler ve sosyologlar tarafından da yoğun bir şekilde incelenmektedir (Frey, 2020; Liu ve Da, 2020). Mutluluk kavramı öznel bir durum olmakla birlikte literatürde öznel iyi oluş ile ilişkilendirilmiştir (Bimonte ve Faralla, 2012; Rivera vd., 2016). Mutluluk kavramı sıklıkla yaşam tatmini ve yaşam kalitesi gibi kavramların yerine kullanılmakta, ancak bu kavramlar arasında önemli farklılıklar vardır (Wang vd., 2021). Sonraki kısımlarda mutluluk ile ilişkili olan bu kavramlar hakkında detaylı bilgi verilmiş ve bu kavramların mutluluk kavramı ile olan ilişkisi daha detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

2.2.1. Yaşam kalitesi kavramı ve mutluluk ilişkisi

Yaşam kalitesi ekonomi, sağlık, eğitim, çevre, emniyet ve güvenlik, kültür ve boş zaman gibi nesnel göstergeleri ve mutluluk, yaşam tatmini gibi öznel göstergeleri içeren bir kavramdır (Berkova ve Uysal, 2021). Yaşam kalitesi kavramının içinde yer alan farklı göstergelerin mutluluğa ulaşmak için bir ön koşul olduğu da vurgulanmıştır (Rivera vd., 2016).



Şekil 2.1 Yaşam kalitesinin boyutları
Kaynak: Berbekova ve Uysal, 2021

Veenhoven (2012) tarafından mutluluk kavramının yaşam tatmini, öznel iyi oluş, yaşam kalitesi gibi farklı kavramlar ile ilişkilendirildiği belirtilmiş, bireysel ve toplumsal refah ile de ilişkili olduğu vurgulanmış ve bu kavramın iyi hissettiren her şey için kullanılan kapsamlı bir kavram olduğuna değinilmiştir. Uzun yıllardır mutluluk kavramını çeşitli boyutlarıyla inceleyen Veenhoven, ortaya çıkan bu karmaşıklığın biraz olsun ortadan kaldırılabilmesi için dörtlü yaşam kalitesi (Tablo 2.1.) adını verdiği “yaşam olanakları”, “yaşam sonuçları”, “dışsal nitelikler” ve içsel nitelikler” başlıklarından oluşan bir matris ortaya koymuştur (Veenhoven, 2000; Veenhoven, 2012). Mutluluğun daha net anlaşılabilmesi için Tablo 2.1’te verilen dörtlü yaşam kalitesi matrisinde yer alan her bir boyut detaylı olarak ele alınmıştır.

Tablo 2.1 Dörtlü yaşam kalitesi yaklaşımı

	Dışsal Nitelikler	İçsel Nitelikler
Yaşam Olanakları	Çevrenin Yaşanabilirliği	Kişinin Yaşam Becerisi
Yaşam Sonuçları	Yaşamın Yararlılığı	Yaşam Tatmini

Kaynak: Veenhoven, 2012

Veenhoven (2012) tarafından geliştirilen dörtlü yaşam matrisinde yer alan **çevrenin yaşanabilirliği** mutluluk için bir ön koşul olarak öne sürülmüş olup fiziksel ve toplumsal çevreyi de içermekte ve yaşanabilir, iyi yaşam şartları anlamına gelmektedir.

Kişinin yaşam becerisi, bireyin yaşamdaki problemlerle başa çıkmak için ne kadar donanımlı olduğu ile ilgili olup, kişinin hayatını sürdürecektir bir sağlık probleminin olmaması ve kendisini nasıl geliştirdiği ile ilgilidir (Veenhoven, 2012).

Yaşamın yararlılığı ise yaşanan topluma faydalı olma ve erdemli yaşama gibi bileşenleri içermektedir (Veenhoven, 2012). Aslında burada vurgulanmak istenen kişinin hissettiği salt öznel anlam duygusu değil yaşadığı toplum içerisinde gerçek bir anlam yaratmasıdır.

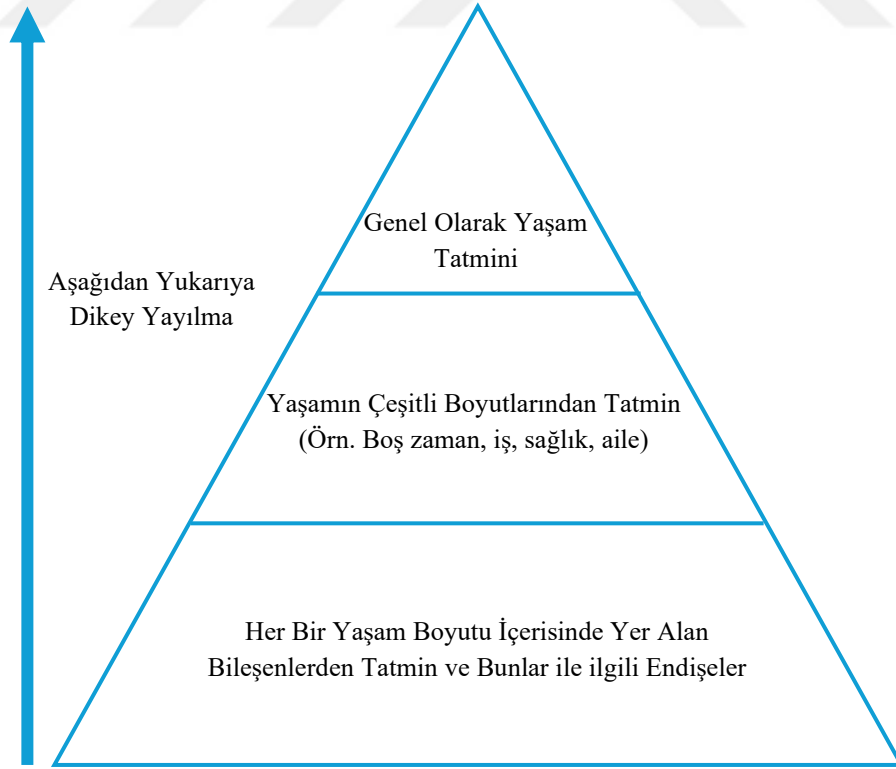
Son olarak, **yaşam tatmini** yaşamın içsel çıktıları temsil ederken yaşanan belirli bir şeyin sonucunda hissedilen iyi ya da kötü duygu anlamına gelmektedir. Hissedilen durum/tatmin insanın hayatının nasıl olması gerektiği konusundaki beklentisi ile yaşadığı durumu karşılaştırması sonucunda ortaya çıkan bilişsel yargı ile veya sezgisel duygusal değerlendirme sonucunda şekillenebilir. Örneğin, bireyin geliri gibi somut şeyler karşılaştırma yaparak değerlendirilirken, beğenilme isteği gibi somut olmayan konular hissedilen duyguya göre değerlendirilebilir. Bireyin olumlu bir değerlendirme yapması yaşamdan alınan öznel hazzı indirgenmekte ve bu da “öznel iyi oluş”, “yaşam tatmini” ve “mutluluk” kavramlarıyla ilişkilidir. Burada yaşanacak yaşam tatmini faydacı filozofların bakış açısıyla yaşamın öznel zevki ifade eden bir tür mutluluk anlamına gelmektedir (Veenhoven, 2012).

Destinasyonlarda gerçekleşen turizm faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan etkiler dörtlü yaşam kalitesi yaklaşımında bahsedilen ekonomik, sosyal, kültürel ve fiziksel çevreyi de içeren çevrenin yaşanabilirliğini şekillendirmekte ve bu etkiler çevrenin olumlu ya da olumsuz yönde değişmesine neden olarak daha önce bireylerde “öznel iyi oluş”, “yaşam tatmini” ve “mutluluk” ile ilişkilendirilen yaşam tatmini etkilemektedir

(Kim vd., 2013). Nitekim, Sosyal Değişim Teorisi (SDT) ile temellendirilerek gerçekleştirilen farklı bir araştırma turizm destinasyonlarında ortaya çıkan etkilerin yerel halkın yaşamını olumlu ya da olumsuz etkilediğini vurgulamaktadır (Jurowski vd., 1997). Bir sonraki kısımda yaşam tatmini kavramı ve bu kavramın mutlulukla ilişkisi incelenmiştir.

2.2.2. Yaşam tatmini kavramı ve mutluluk ilişkisi

Yaşam tatmini, bir kişinin hayatı zengin, anlamlı, dolu veya kaliteli bulma derecesi olarak tanımlanmaktadır (APA Dictionary of Psychology, 2021a). Mutluluk kavramının yaşam tatmini, öznel iyi oluş, yaşam kalitesi gibi farklı kavramlar ile ilişkilendirildiği belirtilmiş, bireysel ve toplumsal refah ile de ilişkili olduğu vurgulanmış ve bu kavramın iyi hissettiren her şey için kullanılan kapsamlı bir kavram olduğundan bahsedilmiştir (Veenhoven, 2012). Ayrıca, Neal ve diğerleri (1999: 155) tarafından piramit şeklinde yaşam tatmininin hiyerarşik modeli ortaya konulmuştur. Şekil 2.2’de yer alan bu hiyerarşik modelde en aşağıda her bir yaşam boyutu ile ilgili bileşenlerden tatmin olma durumu ve bu bileşenlere yönelik endişeler yer almaktadır. Onun hemen yukarısında boş zaman, iş, sağlık ve aile gibi yaşamın çeşitli boyutlarından tatmin bulunmakta, piramidin en üstünde ise genel olarak yaşam tatmini yer almaktadır (Neal vd., 1999: 155).



Şekil 2.2 Yaşam tatmininin hiyerarşik modeli

Kaynak: Neal vd., 1999: 155

Mutluluk ile yaşam tatmini ilişkisinde yaş, cinsiyet, eğitim, gelir ve sağlık durumu, çocuk sayısı ve iş gibi faktörlerin olumlu ya da olumsuz yönde rolü olduğu bilinmektedir (Selim, 2008: 559). Aslında, tüm bu faktörler Şekil 2.2’de bahsedilen yaşamın çeşitli bileşenleri ve boyutları içerisinde yer almaktadır. Dolayısıyla, bu faktörlerin tamamının bireylerin mutluluğunun belirlenmesi noktasında belirleyici bir etkiye sahip olabileceği söylenebilir.

2.2.3. Öznel iyi oluş kavramı ve mutluluk ilişkisi

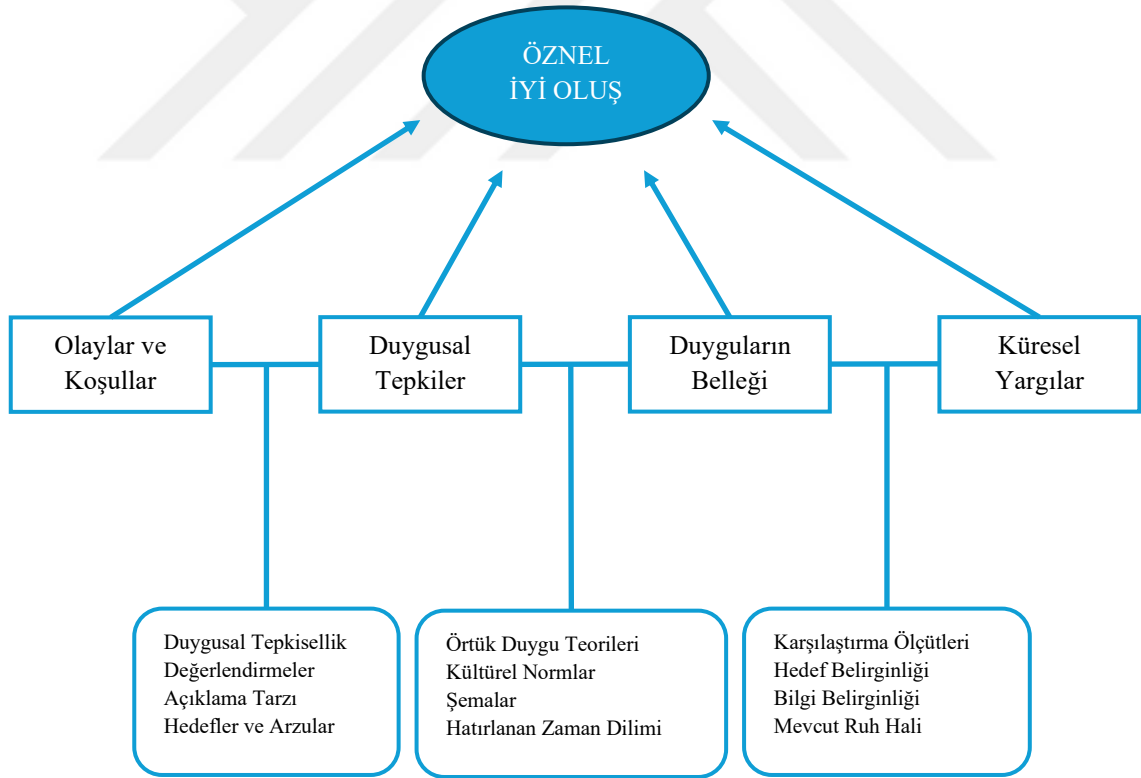
Diener, Oishi ve Tay (2018) ise mutluluğun öznel iyi oluş ile eş anlamlı olduğunu belirtmiş ve öznel iyi oluşun biyolojik teoriler, amaç tatmini teorileri ve zihinsel durum teorileri olmak üzere üç sınıfta incelenebileceğini vurgulamıştır. Ayrıca, biyolojik teorilerin biyolojik ve genetik faktörlere, amaç tatmini teorilerinin insanların ihtiyaçlarından, arzularından ve amaçlarından memnun olup olmadığına, zihinsel durum teorilerinin ise bilişsel ve dikkat ile ilgili konulara odaklandığının altını çizmiştir (Diener vd., 2018).

Sosyal bilimciler tarafından ise mutluluk kelimesi yaşamdan alınan öznel haz olarak kullanılmaktadır (Nawijn ve Mitas, 2012). Öznel iyi oluş kavramı sosyologlar tarafından nadiren ele alınan konulardan biri olup onlar insanların ne hissettiklerinden çok ne yaptıkları ile ilgilenmektedir (Veenhoven, 2008). Aslında, öznel iyi oluş hissi insanların yaşam tatmini gibi yansıtıcı bilişsel değerlendirmelerinin yanı sıra onların yaşadıkları olumlu ve hoş olan ya da olumsuz ve hoş olmayan durumlar sonucunda oluşan duygusal tepkileri de içermektedir (Diener vd., 2018). Öznel iyi oluşun incelenmesine yönelik ardışık bir çerçeve geliştiren Kim-Prieto ve diğerleri (2005: 261), bu kavramın mutluluk, yaşam tatmini, hedonik denge, stres gibi çok geniş çaplı bileşenleri kapsadığına ve özünde bireyin hayatındaki duygusal ve bilişsel değerlendirmeleri barındırdığına değinmektedir. Ayrıca, bireylerin öznel iyi oluşu Şekil 2.3’te yer alan görsel ile açıklamaktadır.

Şekil 2.3’te sunulan ardışık çerçevenin ilk aşaması bireylerin duygusal tepkilerini ortaya çıkaran nesnel olan olaylar ve koşullar ile başlamaktadır. Kim-Prieto ve diğerleri (2005), ilk aşamada yer alan bu nesnel koşulların değerlendirilmesinde yaşam kalitesinin kullanılabilirliğini ve genelde ekonomist ve sosyologların ilgili nesnel koşulları iyi oluş kavramı ile ölçtüklerini vurgulamaktadır. Nesnel olaylar genellikle öznel değerlendirmelerin ilk hedefleridir ve bu nedenle sunulan ardışık çerçevede ilk aşamada yer almaktadır (Kim-Prieto vd., 2005). Dolayısıyla, turizm destinasyonlarında yerel

halkın mutluluğunun öncelikle yaşadıkları yerdeki nesnel koşulların değerlendirilmesinden etkileneceği çıkarımı yapılabilir. Bu doğrultuda, öznel değerlendirmelerin ilk hedefi olan nesnel olayların anlaşılabilmesi için yerel halkın yaşam kalitesinin mutluluğun bir öncülü olarak varsayılması uygun olacaktır.

Wang ve diğerleri (2021) tarafından yerel halkın ekonomik, sosyal, çevresel ve kültürel değer algısının turizm faaliyetleri tarafından etkilendiği vurgulanmıştır. Turizmde yaşam kalitesi konusunda çeşitli araştırmalar gerçekleştiren Berbekova, Uysal ve Assaf (2024) tarafından turizm destinasyonlarında yerel halkın öznel yaşam kalitesi göstergeleri konusunda verilen örnekler maddi iyi oluş, toplumsal iyi oluş, sağlık ve güvenlik iyi oluşu, duygusal ve ruhsal iyi oluş, genel olarak yaşam tatmini ve algılanan mutluluk gibi alanları içermektedir. Yerel halkın mutluluğu ile onların turizm gelişimine yönelik destekleri arasındaki ilişkiyi inceleyen bir araştırmada da yine maddi iyi oluş, duygusal iyi oluş ve kendini geliştirme kavramları mutluluğun öncülü olarak kullanılmıştır (Wang vd., 2021).



Şekil 2.3 Öznel iyi oluşun incelenmesine yönelik ardışık bir çerçeve

Kaynak: Kim-Prieto vd., 2005: 268

Kim ve diğerkleri (2013) tarafından turizmin yerel halkın yaşam kalitesini nasıl etkilediğine yönelik gerçekleştirilen araştırmada turizmin ekonomik etkilerinin maddi iyi oluşu, sosyal etkilerinin toplumsal iyi oluşu, kültürel etkilerinin duygusal iyi oluşu ve çevresel etkilerinin ise sağlık ve güvenlik iyi oluşunu anlamlı düzeyde etkilediği ortaya koyulmuştur. Ayrıca, Mathew ve Nimmi (2022) daha önce yaşam tatmini bölümünde vurgulanan aşağıdan yukarıya dikey yayılan bireylerin yaşam alanları ile onların genel olarak yaşam tatmini arasındaki ilişkiye vurgu yaparak maddi iyi oluş, toplumsal iyi oluş, duygusal iyi oluş ve sağlık ve güvenlik iyi oluşu değişkenlerinin genel olarak yaşam tatmini ilişkisini uygulamalı olarak ele almıştır. Bu bağlamda, turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve fiziksel çevrelere olan olumlu ve olumsuz etkileri de dahil olmak üzere yaşamın farklı alanlarında gerçekleşen olayların ve koşulların bireylerin mutlulukla ilgili olan yaşam tatmini, öznel iyi oluşu gibi kavramları etkilediği anlaşılmaktadır.

Tüm bunlardan hareketle, ilerleyen kısımlarda turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve fiziksel çevrelere olan olumlu ve olumsuz etkileri ile maddi iyi oluş, toplumsal iyi oluş, duygusal iyi oluş, sağlık ve güvenlik iyi oluşu ile olan ilişkisine değinilmiştir. Ayrıca, daha önce mutluluğu etkileyen faktörlerden biri olarak ele alınan kendini geliştirme bileşeni de (Wang vd., 2021) turizmin tüm etkileri ile birlikte ele alınmıştır.

2.3. Turizmin Etkileri ve Mutluluk Bileşenleri

Turizm gelişimi, yarattığı etkilerle bir destinasyonda ikamet eden bireylerin mutluluğunu şekillendiren bileşenlere etki etmektedir. Örneğin, turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinin temel amacı olan ekonomik fayda elde etme motivasyonu öncelikle turizm sektöründe girişimlerde bulunan işverenlerin ve turizm sektörü çalışanlarının maddi iyi oluşlarına doğrudan katkı sağlamaktadır. Turizm sektörü dışındaki çalışanların ve işverenlerin maddi iyi oluşlarına ise çarpan etkisi ile dolaylı olarak fayda sağlamaktadır. Ayrıca, bir destinasyondaki turizm gelişimi yarattığı yeni dil öğrenme ve kültürel etkileşimde bulunma gibi yönleriyle yerel halkın kültürel anlamda gelişimine destek olmakta ve onların duygusal iyi oluşlarına olumlu yönde katkı sağlamaktadır. Turizm gelişimi nedeniyle destinasyonda gerçekleştirilen peyzaj düzenlemeleri ve turistik rekreasyon alanlarının arttırılması gibi fiziksel çevrede gerçekleştirilen iyileştirme faaliyetleri yerel halkın sağlık ve güvenlik iyi oluşunu olumlu yönde etkileyebilecektir. Tüm bunlar yerel halkın mutluluğuna katkı sağlayabilecek gelişmeler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Turizm gelişimi destinasyonlarda bazı olumsuz etkiler yaratarak yerel halkın mutsuzluğuna da neden olabilmektedir. Örneğin, artan turist sayısı destinasyondaki mal ve hizmetlere olan talebin artmasına neden olarak bir enflasyona sebep olabilmektedir. Bu durum da orada yaşayan bireylerin maddi iyi oluşlarını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bir diğer örnek, destinasyonda yaşanan kültürel etkileşim nedeniyle ortaya çıkabilecek kültürel değerlerin ortadan kaybolması durumudur. Yerel halkın kendi kültürel değerlerinin yozlaştığını görmesi ve bu değerlerin turizm gelişimi nedeniyle bölgeye gelen turistlerin kültürel değerleri ile değiştiğini fark etmesi onların duygusal iyi oluşlarını olumsuz yönde etkileyebilecektir. Bölgedeki turizm gelişimi nedeniyle yeşil alanların yerini konaklama tesislerinin alması yine yerel halkın bölgede nefes alabileceği doğal alanların azaldığını fark etmesine neden olacak ve onların sağlık ve güvenlik iyi oluşları bu durumdan olumsuz yönde etkilenebilecektir. Anlatılan bu durumlar yerel halkın mutsuzluğuna neden olabilecek gelişmeler olarak ifade edilebilir.

2.3.1. Turizmin ekonomik etkileri ve maddi iyi oluş ilişkisi

Turizmin temel olarak ekonomik gelir elde edilmesi amacıyla yapılan ekonomik bir faaliyet olduğu daha önce de vurgulanmıştır. Turizm işletmeciliği faaliyetlerinin gerçekleştirildiği destinasyonlarda istihdam yaratma, çarpan etkisi ile diğer sektörlerle ekonomik katkı sağlama, gelişmiş bölgelerden daha az gelişmiş bölgelere gerçekleştirilen seyahatler ile zengin bölgelerden daha fakir bölgelere ekonomik destek sağlanması ve ülkelere önemli derecede döviz girdisi oluşturmaları gibi önemli ekonomik katkıları mevcuttur (Swarbrooke, 1999; Usta, 2016; Cooper vd., 2008). Ancak, tüm bunların yanında iklimini ana turizm ürünü olarak kullanan ve mevsimsel özelliğe sahip olan destinasyonlarda mevsimlik iş imkanları ve gelir sağlaması, destinasyonlardaki ürün ve hizmetlere artan talep nedeniyle oluşan bölgesel enflasyon ve ekonomik açıdan turizm sektörüne aşırı bağımlılık gibi olumsuz bazı etkilerin de ortaya çıkabildiği bilinmektedir (Çelik ve Çevirgen, 2024; Swarbrooke, 1999; Usta, 2016).

Maddi iyi oluş kavramını kapsamlı bir şekilde inceleyen Sirgy (2018), bu kavramı bir bireyin ekonominin idare edilmiş biçimi, vergiler, temel ihtiyaçların maliyeti, hane geliri, yan gelirler, finansal güvenlik, yaşam standardı gibi konularla ilgili memnuniyeti olarak tanımlamaktadır. Gerçekleşen turizm işletmeciliği faaliyetleri de bireylere gerek turizm işletmelerinde çalışma imkanları sunarak gerekse turizm alanında yeni girişimcilik faaliyetlerinin yürütülmesine imkân vererek bireylerin maddi iyi oluşlarına katkı sağlamaktadır. Bir turizm destinasyonunda ikamet eden daha fazla birey turizmi

ekonomik bir fırsat olarak algıladığında, bu durum orada yaşayan yerel halkın maddi iyi oluşunu olumlu yönde etkileyebilecektir (Kim vd., 2013). Diğer taraftan, aşırı turizm faaliyetleri nedeniyle ortaya çıkan ürün ve hizmet fiyatlarındaki artıştan kaynaklanan enflasyon, mevsimsel iş ve gelir imkanları bireylerin maddi iyi oluşunu olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Ayrıca, aşırı turizmin yaşandığı destinasyonlarda yaşayan bireylerin barınma, yeme içme gibi temel ihtiyaçlarını karşılama konusunda da zorluklar yaşadığı bilinmektedir. Sonuç olarak, gerçekleştirilen turizm faaliyetleri bir yandan bireylere ekonomik fayda sağlayarak onların maddi iyi oluşlarına katkıda bulunmakta, diğer yandan turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir bir anlayış ile yönetilemediği durumlarda yerel halkın temel ihtiyaçlarını karşılamakta zorlanması ile onların maddi iyi oluşlarının olumsuz etkilenmesine neden olabilmektedir.

2.3.2. Turizmin sosyal etkileri ve toplumsal iyi oluş ilişkisi

Turizm hem ulusal hem de uluslararası hareketlilik boyutu ile farklı dillerin ve kültürlerin öğrenilmesi konusunda en başta turizm çalışanlarını daha sonra da o destinasyonda yaşayan yerel halkı teşvik etmektedir (Beeton, 2006: 18). Bu yönüyle turizm, turizm işletmelerinde çalışsın ya da çalışmasın o bölgede yaşayan yerel halkı sosyal anlamda geliştirmektedir. Farklı ülkelerden ya da bölgelerden turizm destinasyonlarına gerçekleştirilen seyahatler sırasında turistler kendileri ile birlikte iyi ya da sosyal normlarını da getirmekte ve yerel halk zaman zaman bu sosyal normlarla karşılaşabilmektedir. Bu durum yerel halkın kendisine ait olmayan yeni sosyal normlarla karşılaşmasına neden olmakta ve bunlardan ister istemez olumlu ya da olumsuz yönde etkilenmektedir. Diğer taraftan ikinci konut turizmi nedeniyle yoğun olarak turizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği bölgelere göç edilmekte ve farklı sosyal normlar o toplumda kalıcı olarak yaşayabilmektedir.

Toplumsal iyi oluş kavramı Sirgy ve diğerleri (2010) tarafından toplumsal hizmetler ve şartlardan duyulan memnuniyet olarak tanımlanmaktadır. Destinasyonlarda aşırı turizm nedeniyle gerçekleşen soylulaşma, turistleşme ve bozulmalar, orada yaşayan yerel halkın toplumsal hizmetleri ve şartları olumsuz yönde etkilediği görülmekte ve bu durumun onları sosyo-psikolojik olarak etkilediği de vurgulanmaktadır (Buitrago-Esquinas vd., 2023: 76). Bireyler kendilerine ait olan, yıllardır içinde yaşadıkları normları ve şartları kendi doğruları olarak kabul etme eğiliminde olduklarından, olumlu ya da olumsuz yönde gerçekleştirebilecek bu farklılıklara karşı zaman zaman tepki gösterebilmektedir. Bunlara ek olarak, çok sayıda turist ziyaret ettiği yerlerde yaşanan

altyapı imkanlarının kalabalıklaşması durumu da bireylerin bu durumu toplumsal bir maliyet olarak algılamasına neden olmakta (Beeton, 2005; Milne, 1990) ve onların toplumsal iyi oluşlarını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Çünkü içinde bulundukları ve alışılmış koşulların değişimi söz konusu olmaktadır. Değişen bu koşullar, Şekil 3.'te vurgulanan öznel iyi oluşun incelenmesine yönelik ardışık çerçevede bulunan başlangıç noktasıdır. Bu noktada yaşanan olaylar ve koşulların değişmesi bireylerin değişen koşulları yeniden değerlendirmesine neden olacak ve yapılan olumlu ya da olumsuz değerlendirme, duygusal tepkiler, daha önce sahip olunan duyguların belleği ve oluşan küresel yargılar sonucunda onlara ait öznel duygu durumu oluşacaktır. Aslında, belirli koşullar tarafından şekillenen mutluluk ya da mutsuzluk süreci burada anlatılan süreç içerisinde şekillenmektedir. Şüphesiz, yaşanan toplum içerisinde gerçekleşen sosyal değişimler bireyleri olumlu ya da olumsuz yönde etkileyecektir. Başka bir anlatımla, bu değişimler bireyleri etkileme düzeyine bağlı olarak onların mutsuz ya da mutlu olmasına neden olabilecektir.

İlgili literatürde bu durum Doxey'in öne sürdüğü Rahatsızlık Modeli çerçevesinde anlatılmaktadır. Rahatsızlık Modeli, mutluluk, ilgisizlik, kızgınlık, düşmanlık ve vazgeçme olmak üzere beş aşamadan oluşmaktadır. İlk aşamada yerel halk bölgedeki turist ziyaretlerinden ve turizm faaliyetlerinde oldukça mutluyken, sonraki aşamada (ilgisizlik) turistler ekonomik fayda elde edilen bir kaynak olarak görülmektedir. Ardından, kızgınlık aşamasında artan turist ziyaretleri nedeniyle şehirde yer alan kamu hizmetlerinin kapasitesi zorlanmaya başlar ve yerel halk bu hizmetlerden tatmin edici bir şekilde faydalanamamaya başlamaktadır. Zamanla yaşanan yerdeki sorunların birer nedeni olarak görülmeye başlanan turistlere karşı düşmanlık hissi oluşmaya başlamaktadır. Bu durum yerel halk içerisinde turizm karşıtı tavır sergileyen grupların sayısında bir artışa neden olmaktadır. Son aşamada ise yerel halkın içerisindeki bazı gruplar (özellikle turizmden gelir sağlamayanlar) azalan toplumsal iyi oluş hissi nedeniyle yaşadığı yerden vazgeçerek oradan taşınmaya karar vermektedir (Cooper vd., 2008; Mathieson ve Wall, 1982; Weaver ve Lawton, 2006). Aktarılan bu sürece benzer örnekler günümüzde İspanya, İtalya gibi ülkelerde yaşanmaktadır (Başlık 1.2.'ye bakınız).

2.3.3. Turizmin kültürel etkileri ve duygusal iyi oluş ilişkisi

Turizm, diğer çevre unsurları gibi kültürel çevrede bulunan soyut ve somut değerleri bir ürün olarak turistlere sunmakta, aynı şekilde destinasyona gelen turistler de

kendi kültürlerini ziyaretleri sırasında beraberinde getirerek o destinasyondaki yaşayan bireylerle etkileşime geçmektedir. Bu süreçte yaşanan kültürel etkileşim zamanla o destinasyondaki kültürel değerlerin olumlu ya da olumsuz yönde etkilenmesine neden olabilmektedir. Nitekim, Milne (1990), turizmin farklı kültürlerin keşfedilmesini sağladığına ve bu farklılıklara karşı hoşgörü oluşmasına neden olduğuna değinmekte, aynı zamanda turizm nedeniyle kültürün bir parçası olan dilin erozyona uğradığını da vurgulamaktadır. Turizm bir taraftan geleneksel davranış kalıplarını ve kültürel yapıyı bozmakla eleştirilirken, diğer taraftan bir destinasyonda kaybolmaya başlayan kültürel değerlerin turistlere sunulmak üzere yeniden canlandırılması yönüyle geleneksel kültürü canlandırıcı bir unsur olarak görülmektedir (Kim vd., 2013). Turizm faaliyetleri sayesinde o destinasyona özgü soyut ya da somut kültürel değerlerin turistlere sunulması ve daha çok insan tarafından tanınması sağlanmaktadır. Ancak, destinasyondaki kültürel değerlerin metalaşarak sadece para kazanmak için turistlerin beklentilerine göre uyarlanması durumunda, yerel kültürün özünden uzaklaşarak olumsuz yönde değişikliğe uğradığı durumlar da yaşanabilmektedir (Başlık 1.1.1.2.'ye bakınız).

Duygusal iyi oluş kavramı yaygın olarak bireylerin kendi yaşamı hakkındaki hislerinden duydukları memnuniyet olarak tanımlanmakla birlikte, destinasyonlarda yaşayan bireylerin duygusal yaşamlarından memnuniyeti şeklinde de ifade edilebilir (Wang, Berbekova ve Uysal, 2021). Elbette birçok faktör bireylerin duygusal yaşamlarından memnuniyetlerini etkileyebilir ancak burada turizmin onların duygusal yaşamlarındaki memnuniyetini nasıl etkilediğine odaklanılmaktadır. Kim ve diğerleri (2013), yerel halkın turizm nedeniyle yerel sanatlar ve el sanatları gibi kültürel değerlerin daha iyi korunduğunu hissetmesi durumunda, bu durumun yerel halkın kendi kültürel miraslarıyla daha fazla gurur duymalarını sağlayabileceğine ve bunun onların duygusal iyi oluşlarını olumlu yönde etkileyeceğine değinmektedir. Dolayısıyla, bireylerin kendi kültürel değerlerinin başkaları tarafından merak edilerek öğrenilmesi ve yaşatılması, onları duygusal anlamda iyi hissettiren ve onlara gurur veren bir durumdur. Ancak, tam tersinin yaşanarak bireyler tarafından bu kültürel değerlerin bozulduğunun farkına varılması ise onların duygusal iyi oluşlarını olumsuz yönde etkileyebilecektir.

2.3.4. Turizmin fiziksel etkileri, sağlık ve güvenlik iyi oluşu ilişkisi

Turizm faaliyetlerinin planlı ve sürdürülebilir bir şekilde gerçekleştirilmesi durumunda doğal çevrenin korunması, çevresel farkındalık ve çevrenin değer kazanması gibi olumlu etkilerin ortaya çıkacağından daha önceki bölümlerde de bahsedilmiştir

(Başlık 1.1.1.1.'e bakınız). Fakat, plansız ve sürdürülebilir olmayan bir anlayışla yürütülen turizm faaliyetleri ise destinasyona özgü flora ve faunada kayıp, çevre kirliliği, trafik sıkışıklığı ve aşırı yapılaşma gibi sorunlara neden olabileceği de bilinmektedir (Milne, 1990; Ribeiro vd., 2013; Swarbrooke, 1999). Turizm destinasyonlarındaki fiziksel çevrede yaşanan bu gelişmelerin etkisi ve yoğunluğu ağırlanan turist sayısına göre değişkenlik göstermekle birlikte, turizmin bahsedilen bu fiziksel etkileri yerel halkın içinde yaşadığı yerin sağlık ve güvenlik koşullarını olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Eğer destinasyonda yaşayan bireyler turizm nedeniyle oluşan hava ya da su kirliliği veya doğal alanların tahribatı gibi etkileri algıarlarsa, onların yaşadıkları yer ile ilgili sağlık ve güvenlik hissi olumsuz yönde etkilenecektir (Kim vd., 2013). Chiang Mai'deki turizm gelişimi ve orada yaşayan yerel halkın iyi oluşu ile ilgili bir araştırmada katılımcıların sağlık ve güvenlik iyi oluşunu genel iyi oluşun en önemli bileşeni olarak vurgulandığı görülmektedir (Koh vd., 2022: 201).

Destinasyonlarda turizm faaliyetleri yürütülürken sağlıklı ve güvenli çevre şartlarının sunulması zaten oldukça önemliyken, özellikle pandemi döneminden sonra bu konu daha da önemli bir konu haline gelmiştir (Majeed ve Ramkissoon, 2020; Robina-Ramírez vd., 2023). Bu durum hem destinasyonda ikamet eden bireyler için hem de destinasyonu ziyaret eden turistler için geçerli bir durumdur. Uluslararası seyahatlerin uzak coğrafyalarda ortaya çıkan hastalıkların yayılmasını hızlandırdığı COVID-19 pandemisi döneminde tüm dünya ile birlikte turizm destinasyonlarında yaşayan yerel halk tarafından da deneyimlenmiştir. Sağlık ve güvenlik turizm destinasyonlarında yaşam kalitesinin önemli bileşenleri olarak vurgulanmaktadır (Berebkova ve Uysal, 2021). Ayrıca, hem sağlık hem güvenlik turizm destinasyonlarında belirlenecek yaşam kalitesi ile ilgili kamu politikalarında dikkat edilmesi gereken birer faktör olarak görülmektedir (Berebkova vd., 2024). Belirlenecek turizmle ilgili bu kamu politikaları yerel halkın sağlık ve güvenlik iyi oluşu üzerinde etkili olacaktır. Örneğin, turizm işletmelerinin sürdürülebilirlik ve çevreye duyarlılık sertifikası almasının zorunlu tutulması onların operasyonlarını sürdürürken çevreye verdikleri zararı en aza indirmelerine katkıda bulunacak ve doğrudan o destinasyonun fiziksel çevresini olumlu yönde etkileyecektir. Bu durum fiziksel çevrenin daha az kirletilmesi, yeşil alanların korunması gibi uygulamalarla birlikte sağlıklı ve güvenli bir ortam oluşmasına destek olacaktır.

2.3.5. Turizmin etkileri ve kendini geliştirme ilişkisi

Turizm gelişiminin kültürel paylaşım, farklı kültürlerle karşı anlayış ve hoşgörü, yeni yabancı dillerin öğrenilmesi, artan sosyal etkileşim ile birlikte iletişim becerilerini artırma gibi bireylerin kişisel gelişimine katkı sağlayan etkileri olduğu bilinmektedir (Beeton, 2006: 18). Ayrıca, turizm yerel halka doğrudan ya da dolaylı olarak yeni iş imkanları sağlamaktadır (Avcı, 2018; Weaver ve Lawton, 2006). Turizm sektöründen elde edilen gelirler de bireyler tarafından kendi gelişimleri için harcanabilmekte ve turizmin gelir yaratıcı etkisi de kişisel gelişime destek olmaktadır. Kendini geliştirme, bir bireyin niteliklerinin ve yeteneklerinin gelişmesi veya iyileşmesi olarak tanımlanmaktadır (APA Dictionary of Psychology, 2025). Turizm sektörü çalışanlarının iletişim becerileri ve sosyal beceriler (soft skills) gibi niteliklerin yanında yabancı dil bilgisi ve bilgisayar becerilerine de sahip olmaları oldukça önemlidir (Modi, 2024; Tankovic vd., 2023). Bu nedenle turizm eğitimi alan bireyler bu nitelikler konusunda kendilerini geliştirmektedirler. Bu durum onların kendini geliştirme konusundaki memnuniyetini de arttırabilmektedir.

Destinasyonda ikamet edip turizm sektöründen maddi gelir elde etmeyen bireyler de turistlerle etkileşime geçerek onların kültürüne karşı anlayış ve hoşgörü geliştirebilmektedirler (Beeton, 2006). Portekiz'in batı kıyılarında yer alan bir turizm destinasyonunda gerçekleştirilen bir araştırmada yerel halk tarafından turizmin sosyalleşme fırsatları oluşturma, rekreasyonel aktivitelere katılma, farklı kültürlerden insanlarla bir araya gelme gibi olumlu etkilerinin olduğu vurgulanmıştır (Carneiro ve Eusébio, 2015). Dolayısıyla, turizm destinasyonlarında gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinin hem kültürel hem de ekonomik olarak turizm sektörü ile ilgili bir işte çalışsın ya da çalışmasın orada yaşayan insanlara kendilerini geliştirmeleri için çeşitli imkanlar sağladığı söylenebilir.

2.3.6. Turizm gelişimi, etkileri ve yerel halkın mutluluğu ilişkisi

Turizm destinasyonlarında yerel halkın mutluluğunu etkileyen maddi yaşam, duygusal yaşam, toplumsal yaşam, sağlık ve güvenlik yaşam alanları ile ilgili memnuniyeti, turizm gelişiminin bir sonucu olarak ortaya çıkan ekonomik, sosyal, fiziksel ve kültürel etkilerle oldukça ilişkilidir (Mathew ve Nimmi, 2022; Wang vd., 2021; Lin vd., 2017; Kim vd., 2013). Başka bir söylemle, turizm destinasyonlarında gerçekleştirilen turizm faaliyetleri orada yaşayan bireylerin yaşamlarının farklı boyutlarını olumlu ya da olumsuz yönde etkileyerek onların etkilenen yaşam alanları ile

ilgili mutlu ya da mutsuz olmasına neden olmaktadır. Çünkü, bireylerin yaşadıkları çevrede gerçekleşen olaylar ve içinde bulundukları şartlarda yaşanan değişiklikler onların öznel iyi oluşlarını şekillendirdiği bilinmektedir (Kim-Prieto vd., 2005).

Bunlara ek olarak, maddi ve maddi olmayan ve yerel halkın yaşam kalitesini etkileyen yaşam alanları ile ilgili memnuniyetin turizm gelişimini desteklemeye yönelik tutumla da ilişkili olduğu bilinmektedir (Woo vd., 2015). Dolayısıyla, turizm destinasyonlarında gerçekleşen turizm gelişiminin yerel halkın yaşam alanlarına etkilerini dikkate alan ve onların ilgili yaşam alanlarındaki iyi oluşunu destekleyecek kamu politikalarıyla planlı ve sürdürülebilir bir anlayışla yönetilmesi oldukça önemlidir. Günümüzde, belirtilen kamu politikalarıyla, sürdürülebilir ve planlı bir şekilde yönetilemeyen ve aşırı turizmin yaşandığı çok sayıda destinasyonda yaşayan yerel halk, olumsuz yönde etkilenen yaşam alanları nedeniyle kendilerini mutsuz hissetmekte ve tepkilerini dile getirmektedir (Başlık 1.2.'ye bakınız). Eğer, destinasyonlar turizm gelişimi konusunda orada ikamet eden yerel halkın turizm gelişimini desteklemelerini istiyorlarsa, ilk önce onların yaşam alanlarını olumsuz yönde etkileyen faktörleri ortadan kaldırmalı daha sonra sürdürülebilir ve planlı bir anlayışla turizm gelişimini yönetmeye devam etmelidir.

2.4. Yerel Halkın Mutluluğu ve Turizm Gelişimine Yönelik Desteği

Turizm destinasyonlarında yaşayan yerel halkın mutluluğu onların yaşamlarının farklı alanlarındaki iyi oluşlarından etkilenmektedir (Mathew ve Nimmi, 2022; Wang vd., 2021). Yerel halkın mutluluğunu etkileyen maddi iyi oluş, duygusal iyi oluş, toplumsal iyi oluş, kendini geliştirme ve sağlık ve güvenlik iyi oluşu ise turizm destinasyonlarında yaşanan turizm gelişiminin bir sonucu olarak ortaya çıkan ekonomik, sosyal, kültürel ve fiziksel etkilerle ilişkilidir (Kim vd., 2013). Turizm sektörü bölgede yarattığı istihdam ve girişimcilik olanakları ile bölge ekonomisinin canlanmasını sağlamakta, bireylerin maddi kazanç sağlamasına yardımcı olmaktadır. Bu da turizm destinasyonlarındaki bireylerin maddi iyi oluşlarını olumlu yönde etkilemektedir. Ayrıca, maddi kazanç sağlayan bireyler kendilerini geliştirecek faaliyetlere ekonomik kaynak ayırabilecektir. Turizm destinasyonları ziyaretçilerin ilgisini çekebilmek ve onların daha kaliteli bir turizm deneyimi yaşayabilmelerini sağlayabilmek için bölgedeki park ve rekreasyon alanları, sağlık ve ulaşım altyapısı gibi kamu hizmetlerini iyileştirebilmek için diğer yerlere göre daha fazla ekonomik kaynak ayırmaktadır. Bu durumun orada yaşayan yerel halkın toplumsal iyi oluşuna da katkı sağladığı söylenebilir. Turizm gelişimi yerel halkın sadece

maddi iyi oluşlarını değil aynı zamanda sunduğu farklı kültürlerle etkileşim kurabilme imkanıyla da bireylerin sosyalleşmesini, yabancı dil öğrenmesini, farklı kültürler hakkında bilgi sahibi olmasını sağlayarak bireylerin kendilerini kültürel anlamda geliştirmesine de fayda sağlamaktadır. Ayrıca, turizm destinasyonlarının güvenli olması ziyaretçiler tarafından özellikle aranan bir faktör olduğundan bu yerlerde alınan güvenlik önlemleri de sıkılaştırılmaktadır. Tüm bu anlatılanların turizm destinasyonlarında yerel halkın farklı boyutlardaki iyi oluşunu ve mutluluğunu olumlu yönde etkilediği söylenebilir. Nitekim, yerel halkın algıladıkları olumlu etkilerin onların farklı boyutlarda iyi oluşlarını ve mutluluklarını olumlu yönde etkilediğini tespit eden araştırmalar bulunmaktadır (Ozturk vd., 2015; Tam vd., 2023).

Elbette, turizm gelişiminden kaynaklanan yerel halkın yaşamını ve mutluluğunu olumsuz etkileyen ekonomik, sosyal, kültürel ve fiziksel etkiler de ortaya çıkmaktadır. Örneğin, yoğun ziyaretçi akınına uğrayan turizm destinasyonlarında ürün ve hizmet fiyatlarında artış yaşanmakta, hatta bu fiyat artışları yüzden orada yaşayan bireyler temel ihtiyaçlarından biri olan barınma ihtiyacını karşılamakta zorlanmaktadır (Collado-González vd., 2025). Özellikle aşırı turizm sorunları ile mücadele eden popüler destinasyonlarda ikamet eden yerel halk, bu olumsuz etkilerden derinden etkilenmekte ve orada bireyler hayatlarını zorlaştıran bu olumsuz etkilere somut tepkiler göstermektedir (ABDT, 2023; BBC, 2018). Aslında, yerel halk bu tepkiyi olumsuz etkileri nedeniyle turizm gelişimini desteklemedikleri için göstermektedir. Bu durum hiç şaşırtıcı değildir. Çünkü, turizm destinasyonlarında turizm gelişiminin olumlu etkilerini algıladıklarında mutlu olan yerel halk nasıl turizm gelişimini destekleme eğilimindeyse, turizm gelişiminden kaynaklanan olumsuz etkilerin hayatlarını zorlaştırdığını (yaşam kalitelerini düşürdüğünü) idrak eden ve mutsuz olan bireylerin turizm gelişimini desteklememe eğiliminde olması beklenen bir sonuçtur.

Geçmişte, turizm destinasyonlarında yerel halkın mutluluğu ile turizm gelişimine yönelik destekleme tutumları arasındaki ilişkiyi inceleyen sınırlı sayıda araştırma mevcuttur. Örneğin, Kuşadası'nda gerçekleştirilen ve yerel halkın turizmin etkileri ile mutlulukları arasındaki ilişkiyi inceleyen bir araştırmada hem turizmin kültürel ve fiziksel çevreye olan olumsuz etkilerinin yerel halkın mutluluklarını olumsuz yönde etkilediği görülmüş hem de yerel halkın mutluluğu ile onların turizm gelişimine olan destekleri arasında olumlu yönde bir ilişki olduğu ortaya koyulmuştur (Ozturk vd., 2015). Tam ve diğerleri (2023) tarafından Makao'da gerçekleştirilen bir araştırmada ise turizm gelişimi nedeniyle algılanan maliyetlerin yerel halkın öznel iyi oluşlarını olumsuz yönde etkilediği

tespit edilirken, algılanan olumlu etkilerin ise öznel iyi oluşlarını olumlu yönde etkilediği saptanmıştır. Aynı makalede yerel halkın öznel iyi oluşları ile onların turizmi destekleme tutumu arasında anlamlı ve olumlu bir ilişki bulunmuştur (Tam vd., 2023). Çin’de kırsal turizm gelişiminde yerel halkın farklı boyutlarda iyi oluşlarının ve mutluluğunun incelendiği bir diğer çalışmada ise mutluluğun turizm gelişimini destekleme tutumu üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkisi olduğu ortaya koyulmuştur (Wang vd., 2021). Özetle, turizm destinasyonlarında yerel halkın farklı yaşam alanlarında iyi oluşu ve mutluluğu, onların turizm gelişimine olan desteklerini olumlu yönde etkilemektedir. Sonraki bölümde Türkiye’nin Akdeniz kıyılarında yer alan bir kitle turizmi destinasyonu olan Alanya’da “Turizmde Yoğunlaşma Temelinde Yerel Halkın Mutluluğu ve Turizm Gelişimine Desteği: Aşırı ve Yetersiz Turizm Uygulamaları” adı ile iki farklı dönemde (yaz ve kış dönemleri) gerçekleştirilen araştırmalara yer verilmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TURİZMDE YOĞUNLAŞMA TEMELİNDE YEREL HALKIN MUTLULUĞU VE TURİZM GELİŞİMİNE DESTEĞİ: AŞIRI VE YETERSİZ TURİZM UYGULAMALARI

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Alanya bölgesindeki turizm faaliyetlerinin büyük oranda sezonluk olduğu ve bölgede organize kitle turizminin baskın olduğu bilinmektedir. Alanya ekonomisinde turizm faaliyetlerinin payı oldukça fazladır. Özellikle turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu dönemlerde bölgede yaşayan nüfusun yanı sıra bölgeye gelen ziyaretçiler de bölgedeki sınırlı kaynakları kullanmakta olup bu kaynakların olumlu ya da olumsuz yönde etkilenmesi söz konusu olmaktadır. Örneğin, Alanya’da ikamet eden kişilerin ihtiyaç duyduğu bölgedeki ürünlere ve hizmetlere olan talebin yanında yoğun turizm döneminde bölgeye gelen ziyaretçilerin de benzer ürünlere ve hizmetlere olan taleplerin artması söz konusudur. Daha somut bir örnek verilecek olursa, yerel halkın fizyolojik beslenme ihtiyaçlarını karşılamak için talep ettiği yiyecek ürünlerine (meyve, sebze, et vb.) yönelik talebin üzerine yoğun turizm sezonunda kapasitesi dolu olan otellerin ziyaretçilerine sunmak için aynı ürünlere olan talebinin eklenmesinden bahsedilebilir. Aynı talep artışının bölgedeki kamu hizmetleri (ulaşım, sağlık vb.) için de geçerli olduğu söylenebilir. Bu durumun etkileri genellikle turizm faaliyetlerinin yoğun olarak gerçekleştirildiği dönemlerde daha yoğun bir şekilde hissedilmektedir. Turizm faaliyetlerinin yoğun olmadığı dönemlerde ise hem turizm sektörünün arzını oluşturan işletmelerin kapasiteleri hem de kamu hizmetleri ve turizme destek veren diğer hizmetlerde arttırılan kapasite tam olarak kullanılamamaktadır. Tüm bu yaşananların turizmin istihdam yaratma, yerel ekonomiyi canlandırma gibi olumlu etkilerinin dönemsel bir özelliğe sahip olmasına yol açtığı, olumsuz etkilerinin ise turizm faaliyetlerinin yoğunlaştığı dönemlerde daha çok ve derin hissedilmesine sebep olmasına yol açtığı söylenebilir.

Ayrıca, bir turizm destinasyonu olarak Alanya’nın önceki bölümlerde bahsedilen aşırı turizmin göstergeleri arasında yer alan kilometrekareye düşen geceleme sayısı yoğunluğu ve destinasyonda ikamet eden kişi başına düşen geceleme sayısı yoğunluğu açısından Avrupa ülkeleri arasında belirlenen aşırı turizm risk grupları arasında her iki kategoride de en riskli grupta yer aldığı görülmektedir. Bu konuda yapılan hesaplamalar Tablo 3.1’de sunulmuştur.

Tablo 3.1 Alanya’da turizm yoğunluğu hesaplamaları (2018-2023)

Yıl	Ziyaretçi Sayısı	Toplam Geceleme	Nüfus	Alan Bazlı Yoğunluk (Geceleme/Yüzölçümü*)	Nüfus Bazlı Yoğunluk (Geceleme /Nüfus)
2023	7.093.599	22.251.250	359.891	12671.55	61.83
2022	8.080.308	24.045.515	364.180	13693.35	66.03
2021	5.538.697	16.731.773	350.636	9528.34	47.72
2020	2.462.735	6.922.211	333.104	3942.03	20.78
2019	6.693.646	23.066.231	327.503	13135.67	70.43
2018	5.680.359	20.279.791	312.319	11548.86	64.93

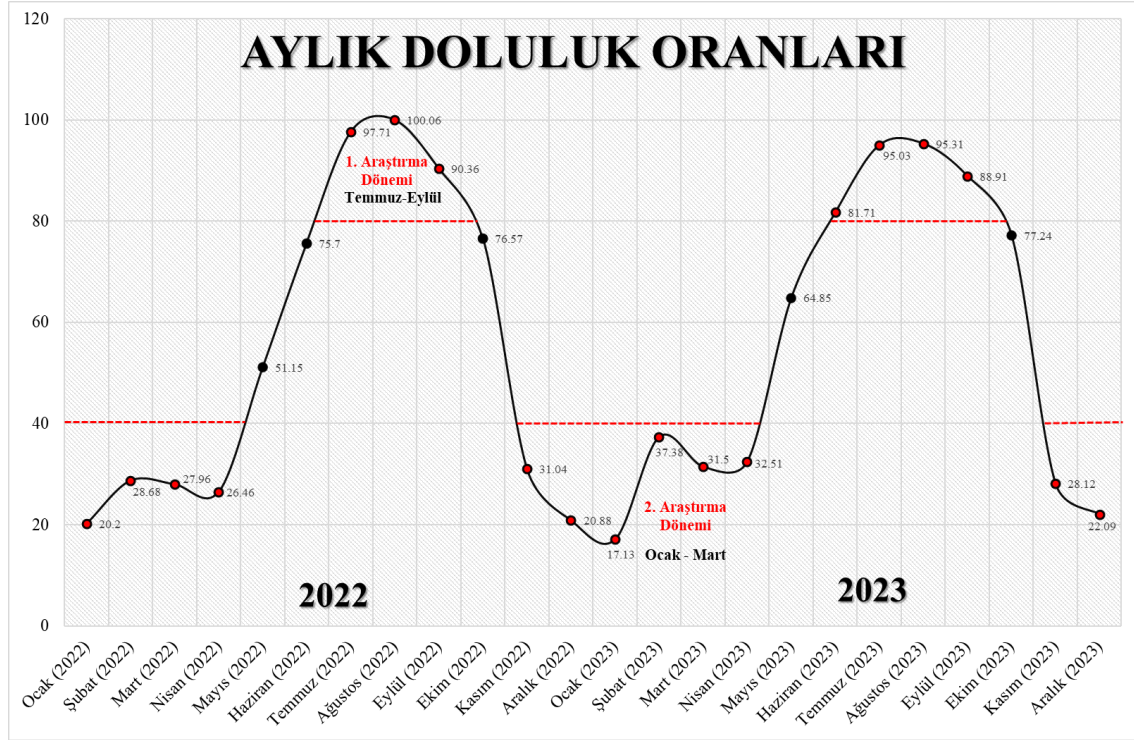
*Alanya’nın yüzölçümü: 1756 km²

Kaynak: ALTSO, 2024; Antalya Valiliği, 2024; Çelik ve Çevirgen, 2024; TÜİK, 2024’ten yararlanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 3.1’de Alanya’da yıllık geceleme sayılarına göre 2018 ve 2023 yılları arasındaki yoğunluk hesaplamaları verilmiştir. Peeters ve diğerleri (2018), Tablo 3.1’de verilen yoğunluk hesaplamalarını Avrupa’da yer alan destinasyonlar için hesaplamış ve bu destinasyonları beş ayrı risk grubuna ayırmıştır. Birinci grupta yer alan destinasyonlar en düşük aşırı turizm riskine sahip olan destinasyonları, beşinci grup ise en yüksek aşırı turizm riskine sahip olan destinasyonları kapsamaktadır. Alanya için gerçekleştirilen yoğunluk hesaplamalarına göre, Alanya’nın Barselona, Venedik, Prag gibi destinasyonlarla birlikte 2018 yılından bu yana en yüksek risk grubu olan beşinci grupta yer aldığı görülmektedir (Çelik ve Çevirgen, 2024). Dolayısıyla, Alanya’da aşırı turizmden kaynaklanan sorunlara yönelik somut tepkiler henüz görülmese de aşırı turizm riskinin olduğunu söylemek doğru olacaktır. Butler’ın (2018) yakın gelecekte daha fazla destinasyonun aşırı turizm sorunlarıyla yüzleşebileceğini vurgulaması bu riskin göz ardı edilmemesi gerektiğinin bir göstergesidir. Yakın gelecekte yoğun turizm faaliyetlerine yönelik somut tepkiler ortaya çıkmadan önce, bu tepkilerin proaktif bir bakış açısı ve sürdürülebilir bir gelişme anlayışı ile önlenmesi oldukça önemlidir. Bu konuda gerekli olan sürdürülebilir politikaların ortaya koyulmasında bu araştırmanın sonuçlarının oldukça faydalı olabileceği düşünülmektedir.

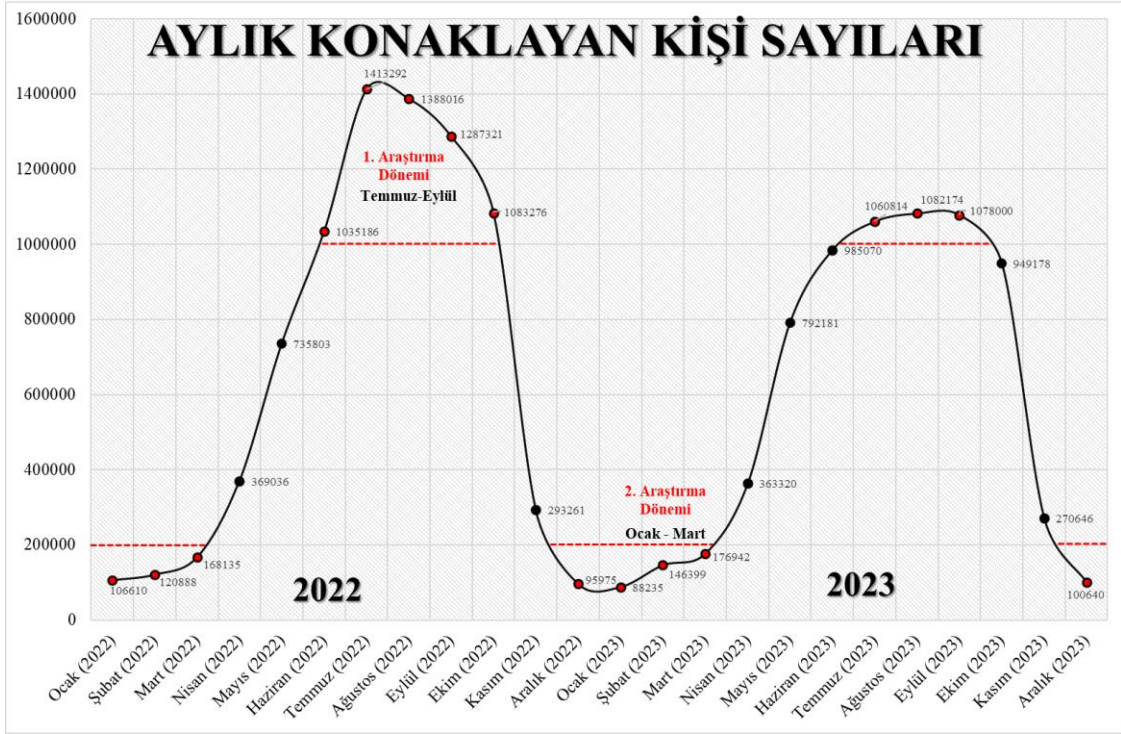
Ayrıca, Alanya’da turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu dönemde mevcut kapasitelerin üstüne çıkılması (aşırı turizm), yoğun olmadığı dönemde ise atıl kapasitenin ortaya çıkması (yetersiz turizm) söz konusudur. Her iki durumun da bölgede yaşayan yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılarını, iyi oluşlarını, mutluluklarını ve turizm gelişimine yönelik desteklerini olumsuz yönde etkilediği düşünülmektedir. Nitekim, güncel farklı araştırmalarda turizm gelişiminin yaşandığı destinasyonlarda yerel halkın

iyi oluşlarının dikkate alınması gerektiği belirtilmiştir (Dwyer, 2024a; Dwyer, 2024b; Dwyer, 2023a; Dwyer, 2023b). Yapılan araştırmanın belirtilen değişkenleri nasıl etkilediğinin belirlenmesi, bu değişkenler arasındaki ilişkinin nasıl şekillendiğini ortaya koyması ve ayrıca iki farklı dönemde yapılacak olması nedeniyle önemli olduğu düşünülmektedir. Şekil 3.1, Şekil 3.2 ve Şekil 3.3'te araştırmanın gerçekleştirildiği dönem olan 2022-2023 yıllarında Alanya'da bulunan konaklama tesislerinin aylara göre doluluk oranları, konaklayan kişi sayıları ve geceleme sayıları verilmiştir.



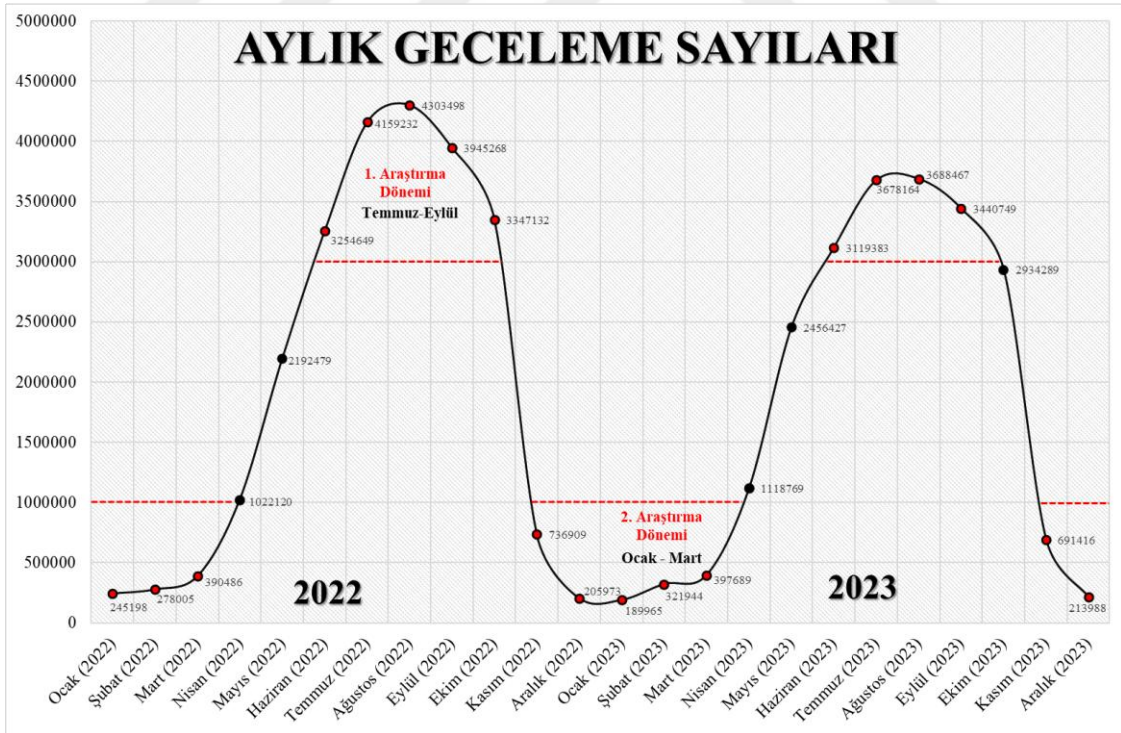
Şekil 3.1 Aylara göre alanya'daki konaklama tesislerinde doluluk oranları grafiği (2022-2023 yılları)
Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2025

Alanya'da konaklama tesislerinde 2022-2023 yıllarında aylara göre doluluk oranları Şekil 3.1'de verilmiştir. Konaklama tesislerinin doluluk oranlarının yaz döneminde çok yüksek kış döneminde ise çok düşük olduğu söylenebilir. Bu durum Alanya'da bulunan konaklama tesislerinin yaz döneminde çok yoğun çalışırken Kasım ayından Şubat ayına kadar ise mevcut kapasitesinin çok azını kullanarak çalıştığının bir göstergesidir. Şekil 3.2'de yer alan aylara göre konaklayan kişi sayılarında ve Şekil 3.3'te yer alan aylara göre geceleme sayılarında da benzer bir durumun olduğu görülmektedir.



Şekil 3.2 Aylara göre alanya'daki konaklama tesislerinde konaklayan kişi sayısı grafiği (2022-2023 yılları)

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2025



Şekil 3.3 Aylara göre alanya'daki konaklama tesislerinde geceleme sayısı grafiği (2022-2023 yılları)

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2025

Şekil 3.1, Şekil 3.2 ve Şekil 3.3'teki veriler dikkate alındığında, Alanya'da gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinin mevsimlik özellikte olduğu söylenebilir. Bu nedenle, Alanya'da yaşayan yerel halk aynı yıl içerisinde özellikle yaz döneminde yoğun turizm faaliyetlerine maruz kalırken kalabalık bir dönem geçirmektedir. Turizm faaliyetleri açısından yoğun olan bu dönemde şehrin altyapısı oluşan kalabalık nedeniyle her anlamda zorlanmaktadır. Örneğin, trafik sıkışıklıkları artmakta, yerel halkın aldığı kamu hizmetlerinde yoğunluklar yaşanmakta, destinasyonda sunulan mal ve hizmetlere yönelik talep artışı yaşanmaktadır. Yaşanan bu durum elbette destinasyonun ekonomisini de canlandırmakta ve yerel halkın özellikle turizm sektörü ile ekonomik açıdan ilişkili olan kesimi ile birlikte Alanya'da yaşayan bireylere maddi açıdan katkı sağlamaktadır. Bunun tam tersi bir şekilde, aynı yılın içerisinde bu yoğun dönemin dışında kalan dönemde ise yerel halk daha sakin bir dönem geçirmekte ve yerel halkın turizm ile ekonomik açıdan ilişkili olan kesiminin gelirinde önemli ölçüde bir azalma meydana gelmektedir. Ayrıca, destinasyonda sunulan mal ve hizmetlere olan talep büyük oranda azalmaktadır. Dolayısıyla, Alanya'daki yerel halk, yılın belirli bir döneminde yoğun turizm faaliyetlerine maruz kalmakta, belirli bir döneminde ise mevcut turizm arzı kapasitesinin çok altında kalarak yetersiz turizm kaynaklı sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır.

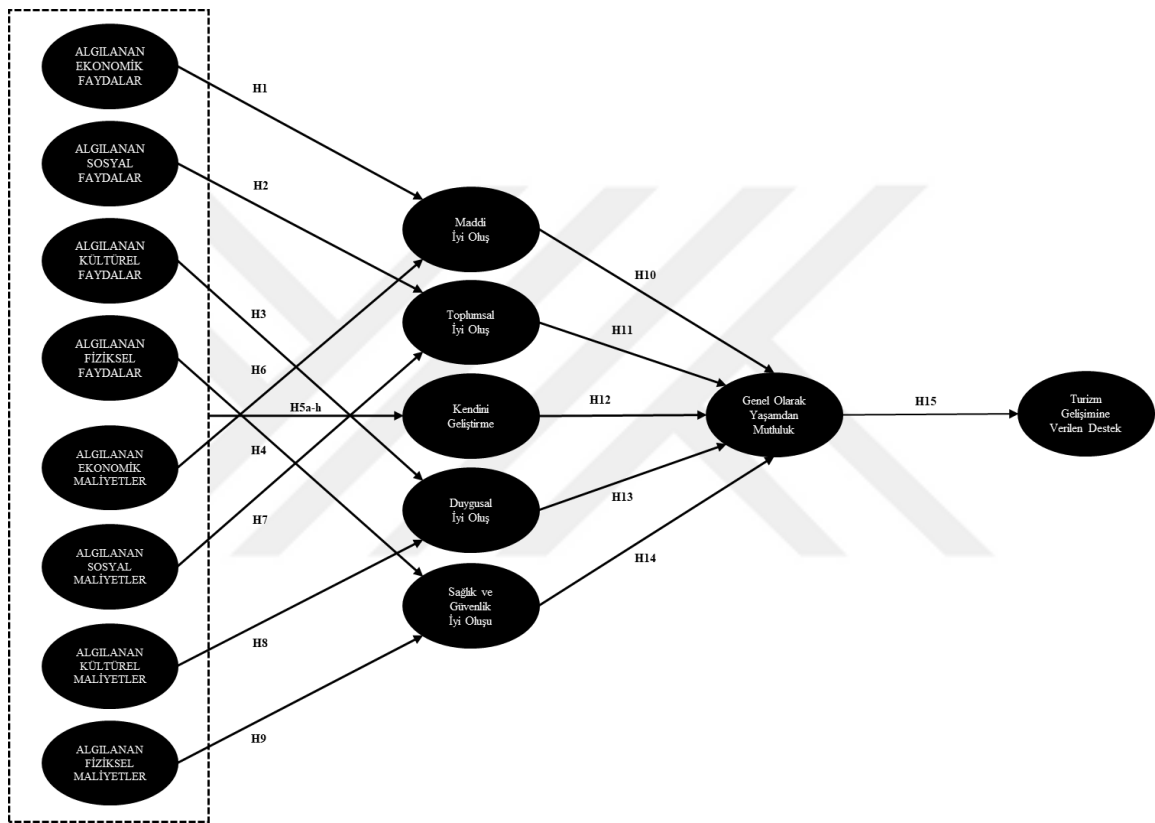
Bu doğrultuda, bu araştırmanın temel amacı yoğun bir şekilde kitle turizmi faaliyetlerinin sürdürüldüğü Alanya destinasyonunda yaşayan yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılarını, iyi oluşunu, mutluluğunu ve turizm gelişimine desteğini incelemek ve bu değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya koymaktır. Ayrıca, araştırma iki ayrı uygulama şeklinde planlanmış olup birinci uygulama turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu yaz döneminde, ikinci uygulama ise turizm faaliyetlerinin minimum seviyede olduğu kış döneminde gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algısı, iyi oluşu, mutluluğu ve turizm gelişimine yönelik desteği değişkenlerini kapsamı ve iki ayrı uygulama (yaz ve kış uygulamaları) şeklinde planlanması araştırmanın önemini güçlendirmektedir. Bunun sonucunda turizm faaliyetlerinin yoğunluğunun artması ya da azalmasının yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılarını, iyi oluşlarını, mutluluklarını ve turizm gelişimine yönelik desteklerini nasıl etkilediğinin anlaşılması ve belirlenen farklı dönemlerde bu değişkenler arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. İki ayrı dönemde gerçekleştirilen bu araştırmalardan elde edilen bulguların hem akademik

anlamda literatüre hem de pratik anlamda turizmin sürdürülebilir yönetimi açısından destinasyon yöneticilerine ve planlayıcılarına katkı sağlaması beklenmektedir.

3.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Turizmde yoğunlaşma temelinde yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılarını, iyi oluşunu, mutluluğunu ve turizm gelişimine desteğini konu alan araştırmanın modeli Şekil 3.4’te sunulmuştur.



Şekil 3.4 Araştırma modeli

Araştırmanın hipotezleri:

H1: Turizmin algılanan ekonomik faydalarının maddi iyi oluş üzerinde pozitif etkisi vardır.

H2: Turizmin algılanan sosyal faydalarının toplumsal iyi oluş üzerinde pozitif etkisi vardır.

H3: Turizmin algılanan kültürel faydalarının duygusal iyi oluş üzerinde pozitif etkisi vardır.

H4: Turizmin algılanan fiziksel faydalarının sağlık ve güvenlik iyi oluşu üzerinde pozitif etkisi vardır.

- H5 a-h: Turizmin algılanan faydalarının/maliyetlerinin (a,e- ekonomik, b,f- sosyal, c,g- kültürel, d,h- fiziksel) kendini gerçekleştirme üzerinde pozitif/negatif etkisi vardır.
- H6: Turizmin algılanan ekonomik maliyetlerin maddi refah üzerinde negatif etkisi vardır.
- H7: Turizmin algılanan sosyal maliyetlerinin toplumsal iyi oluş üzerinde negatif etkisi vardır.
- H8: Turizmin algılanan kültürel maliyetlerinin duygusal iyi oluş üzerinde negatif etkisi vardır.
- H9: Turizmin algılanan fiziksel maliyetlerinin sağlık ve güvenlik iyi oluşu üzerinde negatif etkisi vardır.
- H10: Maddi iyi oluşun genel olarak yaşamdan mutluluk üzerinde pozitif etkisi vardır.
- H11: Toplumsal iyi oluşun genel olarak yaşamdan mutluluk üzerinde pozitif etkisi vardır.
- H12: Kendini geliştirmenin genel olarak yaşamdan mutluluk üzerinde pozitif etkisi vardır.
- H13: Duygusal iyi oluşun genel olarak yaşamdan mutluluk üzerinde pozitif etkisi vardır.
- H14: Sağlık ve Güvenlik iyi oluşunun genel olarak yaşamdan mutluluk üzerinde pozitif etkisi vardır.
- H15: Genel olarak yaşamdan mutluluğun turizm gelişimine destek üzerinde pozitif etkisi vardır.

3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırma Antalya'nın önemli turizm merkezlerinden biri olan Alanya ilçesindeki yerel halkı kapsamaktadır. Alanya 2023 yılı itibariyle nüfusu 359.891 olan, 7 milyonun üzerinde yerli ve yabancı ziyaretçi ağırlayan, özellikle yaz döneminde yoğun turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü, 600'ün üzerinde konaklama tesisi, 80.000'in üzerinde oda ve 175.000'in üzerinde yatak kapasitesine sahip olan bir destinasyondur (ALTSO, 2024).

Araştırma iki ayrı dönemde yapılmak üzere planlanmış olup araştırmanın sonuçları birinci dönemde (yaz dönemi – yüksek sezon) 23 Temmuz – 30 Eylül 2022 tarihleri arasında, ikinci dönemde ise (kış dönemi – düşük sezon) 15 Ocak – 31 Mart 2023 tarihleri arasında toplanan verileri kapsamaktadır. Bu nedenle araştırmanın sonuçları belirtilen dönem ile sınırlıdır. Ayrıca, araştırma sonuçları birinci dönemde anket toplanan 674 katılımcının, ikinci dönemde ise 372 katılımcının verdiği cevaplar ışığında ortaya koyulmuştur. Analiz sonuçlarının araştırmaya dahil olan katılımcıların görüşleri ile sınırlı olduğu da unutulmamalıdır.

3.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup nicel veriler yapılandırılmış anket formu kullanılarak toplanmıştır. Nicel araştırma yöntemlerinde araştırmacı tarafından belirlenen değişkenlerin arasındaki ilişkilerin incelenebileceği gibi bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken veya değişkenler üzerindeki etkisi de incelenabilmektedir. Nicel araştırma yöntemi araştırmacılar tarafından genellikle kesin ve genellenebilir sonuçlar elde etmek ve belirlenen araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla kullanılmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2016: 106). Nicel araştırma, ölçümleme araçları kullanılarak elde edilen sayısallaştırılmış veriler ışığında araştırma kapsamında belirlenen değişkenler arasındaki ilişkilerin incelendiği nesnel kuramların test edildiği araştırma yaklaşımıdır (Creswell, 2016: 4).

Araştırma kapsamında elde edilen nicel veriler Kısmi En Küçük Kareler (KEKK) Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) kullanılarak analiz edilmiştir. Normal dağılımın aranmadığı parametrik olmayan bir yöntem olan KEKK-YEM küçük örneklem büyüklüklerinde yüksek düzeyde istatistiksel güce ulaşmakla birlikte örneklem hacmi büyüdükçe modelin tahmin hassasiyeti de artmaktadır (Hair vd., 2022: 19). KEKK-YEM’inde kovaryans temelli YEM’de olduğu gibi model uyum ölçütleri bulunmamakta ve keşfedici faktör analizine benzer bir şekilde toplam varyansı kullanmaktadır (Yıldız, 2024: 26). Ayrıca, KEKK-YEM’de kovaryansa dayalı YEM’den farklı olarak tek sorulu ölçeklerle de analiz yapılabilirken bu yöntem açıklanan varyansı maksimize etmeyi ve hata varyanslarını minimize etmeyi amaçlamaktadır (Yılmaz vd., 2024: 9). KEKK-YEM, kovaryansa dayalı YEM gibi alternatif yöntemlerle karşılaştırıldığında yüksek düzeyde istatistiksel güce sahip olmakla birlikte diğer yöntemlere göre karmaşık modelleri daha iyi ele almaktadır (Hair vd., 2022: 20). Dolayısıyla, araştırma kapsamında ele alınan modelin KEKK-YEM ile analiz edilmesinin uygun olacağı planlanmıştır.

3.4.1. Araştırmanın evren ve örnekleme

Araştırmanın evrenini Alanya’da ikamet eden kişiler oluşturmaktadır. Alanya’nın 2023 yılındaki nüfusu 359.891 kişiden oluşmaktadır (TÜİK, 2024). Örneklem belirlenirken olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Ancak, araştırmaya katılım için katılımcılarda en az 5 yıldır Alanya’da ikamet ediyor olmak şartı aranmıştır. Bu şartın iki farklı belirlenme nedeni bulunmaktadır. Birinci nedeni katılımcıların Alanya’da gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinin etkisini uzun süre gözlemlemiş olması gerektiğidir. Uzun süre Alanya’daki turizm gelişimini

gözlemleyen katılımcılardan daha doğru bir değerlendirme alınacağı düşünülmüştür. Belirlenen en az 5 yıldır Alanya’da ikamet etme şartının ikinci nedeni ise araştırmaya başlanan tarihten önce 2020 ve 2021 yıllarında COVID 19 pandemisinin yaşanmış olmasıdır. Pandemi döneminde tüm dünyada olduğu gibi Alanya’da da turizm faaliyetlerinin yoğunluğu azalmıştır. Dolayısıyla, katılımcıların en az 5 yıldır Alanya’da ikamet ediyor olması pandemi öncesinde de Alanya’daki yoğun turizm faaliyetlerini yaşamış olduğu anlamına gelmektedir. Bu kapsamda ankete katılım tarihi itibarıyla en az 5 yıldır Alanya’da ikamet eden yaz döneminde 735, kış döneminde ise 401 olmak üzere toplamda 1136 katılımcıdan anket formu toplanmıştır.

3.4.2. Veri toplama aracı ve süreci

Araştırma kapsamında kullanılan anketler oluşturulurken gerçekleştirilen alan yazın taraması sonrasında her değişkeni temsil etmesi için farklı araştırmalarda daha önce kullanılan bazı önermeler kullanılmıştır. Bu doğrultuda, yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılarının belirlenmesi için Garau-Vadell ve diğerleri (2018) tarafından kullanılan 24 önermeden oluşan soru grubu kullanılmıştır. Yerel halkın iyi oluşunu ölçmek için ise Mathew ve Nimmi (2022) tarafından daha önce kullanılan ve maddi, duygusal, toplumsal ve sağlık ve güvenlik ile ilgili iyi oluşlarını ölçen 30 önerme ve Wang ve diğerleri (2021) tarafından daha önce kullanılan ve bireylerin kendini geliştirme olanakları ile ilgili olan 3 önermeden yararlanılarak oluşturulan toplam 33 önerme kullanılmıştır. Ayrıca, yerel halkın genel olarak yaşamdan mutluluklarını ölçmek için ise daha önce Wang ve diğerleri (2021) tarafından daha önce kullanılan 3 önerme anket formuna eklenmiştir. Buna ek olarak, yerel halkın turizm gelişimine yönelik desteğini ölçen ve daha önce farklı araştırmalarda Tam ve diğerleri (2023) tarafından kullanılan 2 önerme ile birlikte Wang ve diğerleri (2021) tarafından kullanılan 3 önerme olmak üzere toplam 5 önerme anket formuna eklenmiştir. Araştırma kapsamında kullanılan tüm önermelerin listesi, kısa kodları ve kaynakları Tablo 3.2’de sunulmuştur.

Anket formuna eklenen önermeler 7’li likert tipi sorular kullanılarak yapılandırılmış olup anket toplama işlemine başlanmadan önce önermelerin çevirileri yapılarak iki ayrı uzmandan kontrol etmeleri talep edilmiştir. Daha sonra İngilizce-Türkçe ve tekrar Türkçe- İngilizce çeviri işlemleri gerçekleştirildikten sonra anket formunda anlaşılmayan soruların olup olmadığının tespit edilebilmesi amacıyla anket formunu ilk defa gören kişilerden kontrol etmeleri talep edilmiştir. Bu kontroller sonucunda öneriler

dikkate alınmış ve katılımcıların demografik ve sosyoekonomik özelliklerine yönelik sorular da anket formuna eklenerek anket toplanmaya başlanmıştır.

Tablo 3.2 Araştırma kapsamında kullanılan önermelerin listesi ve kaynakları

Değişken	Alt Boyut	Kısa Kod	Önerme	Kaynak
ALGILANAN FAYDALAR	Algılanan Ekonomik Faydalar	AEF1	Turizm sektörü yerel halk için geniş iş fırsatları ve profesyonel/mesleki gelişme imkanları sağlamaktadır.	Garau-Vadell ve diğerleri (2018)
		AEF2	Turizm, halkın gelir düzeyinde ve ücretlerinde makul bir artış sağlamaktadır.	
		AEF3	Turizm yerel/merkezi yönetimler için önemli vergi geliri sağlamakta ve yatırımları çekmektedir.	
	Algılanan Sosyal Faydalar	ASF1	Turizm sayesinde daha fazla park, yüzme, yürüyüş ve spor alanları gibi eğlence ve boş zaman faaliyeti seçeneği oluşmaktadır.	
		ASF2	Turizm, su, elektrik, toplum merkezleri gibi günlük yaşamda ihtiyaç duyulan temel hizmetlerin iyileştirilmesini teşvik eder.	
		ASF3	Turizm sayesinde sağlık ve eğitimde olduğu kadar diğer genel sosyal alanlarda da iyileşmeler görülmektedir.	
	Algılanan Kültürel Faydalar	AKF1	Turizm, geleneklerimizi tanıtarak kültürel ve tarihi sergiler yaratmaya ve bu değerlerin korunarak yaşatılmasına yardımcı olmaktadır.	
		AKF2	Turizm Alanya'da farklı kültürlerin anlaşılmasına ve tanınmasına destek olmaktadır.	
		AKF3	Turizm Alanya'daki insanların kendi kültürel kimliklerinin değerini bilmelerini teşvik eder.	
	Algılanan Fiziksel Faydalar	AFF1	Alanya'da turizm gelişiminin olduğu bölgelerde uyumlu bir kentsel yapı devamlı olarak korunmaktadır.	
		AFF2	Alanya'da turizm sayesinde doğal alanlar korunmakta ve bu alanların bakımı yapılmaktadır.	
		AFF3	Diğer ekonomik faaliyetlere kıyasla turizm çevreyi daha az kirletir ve çevreye karşı daha saygılıdır.	
ALGILANAN MALİYETLER	Algılanan Ekonomik Maliyetler	AEM1	Turizm çoğunlukla garantisi olmayan ve çok istenmeyen iş imkanları sağlamaktadır.	Garau-Vadell ve diğerleri (2018)
		AEM2	Turizm faaliyetleri Alanya'daki ürünlerin fiyatlarını ve yaşam maliyetlerini arttırmaktadır.	
		AEM3	Turizm faaliyetleri Alanya'daki ev ve arazi maliyetlerini arttırmaktadır.	
	Algılanan Sosyal Maliyetler	ASM1	Turizm faaliyetlerinin Alanya'daki güvenlik sorunlarının büyümesinde payı bulunmaktadır (Suç oranlarının artması vb.).	
		ASM2	Turizm Alanya'daki trafik sıkışıklığının artmasının en büyük nedenidir.	
		ASM3	Turizm gelişimi Alanya'da daha önce var olan huzur ve yaşam kalitesinin kaybolmasına neden olmuştur.	
	Algılanan Kültürel Maliyetler	AKM1	Turistler Alanya'ya geldiğinde, yerel halkın günlük yaşamı olumsuz etkilenmektedir.	
		AKM2	Turizm yerel kültürün ve kimliğin kaybolmasına neden olmaktadır.	
		AKM3	Alanya'da yaşayan biri turizm yüzünden kendini bir yabancı gibi hissetmektedir.	
	Algılanan Fiziksel Maliyetler	AFM1	Turizm Alanya'da önemli atık ve kirlilik sorunlarına neden olmaktadır (çöp, gürültü kirliliği vb.).	
		AFM2	Turizm, Alanya'daki yerel ekosistemin, iç kesimlerin, dağ ve kıyı kesimlerinin erozyona uğramasına ve tahribatına neden olmaktadır.	
		AFM3	Turizm su gibi doğal kaynakları aşırı tüketmekte ve bu kaynakların kullanılabilirliğini tehlikeye atmaktadır.	
YEREL HALKIN İYİ OLUŞU	Maddi İyi Oluş	MİO1	Alanya'daki emlak fiyatlarından memnunum.	Mathew ve Nimmi (2022)
		MİO2	Alanya'daki yaşam maliyetinden memnunum.	
		MİO3	Alanya'da temel ihtiyaçlarımı karşılayabilme durumumdan memnunum.	
		MİO4	Mevcut gelirimden memnunum.	
		MİO5	Ekonomik güvenliğimden memnunum.	
		MİO6	Ailemin gelirinden memnunum.	
		MİO7	Yan gelirlerimden memnunum.	

Tablo 3.2'nin devamı

Değişken	Alt Boyut	Kısa Kod	Önerme	Kaynak
YEREL HALKIN İYİ OLUŞU	Toplumsal İyi Oluş	TİO1	Yaşadığınız toplumun içinde bulunduğu çevre şartlarından memnunuz.	Mathew ve Nimmi (2022)
		TİO2	Alanya'da yaşayan insanlardan memnunuz.	
		TİO3	Alanya'da sunulan hizmetlerden ve tesislerden memnunuz.	
		TİO4	Alanya'daki toplum hayatından memnunuz.	
		TİO5	Alanya'daki toplu ulaşım imkanlarından memnunuz.	
	Duygusal İyi Oluş	DİO1	Alanya'daki boş zamanımı değerlendirme durumumdan memnunuz.	
		DİO2	Alanya'da sunulan boş zaman aktivitelerinden memnunuz.	
		DİO3	Alanya'da yaşanan turist akınından memnunuz.	
		DİO4	Alanya'daki sosyal hayatımdan memnunuz.	
		DİO5	Alanya'da sunulan dini hizmetlerden memnunuz.	
		DİO6	Alanya'da sahip olunan mevcut kültürün korunmasından memnunuz.	
		DİO7	Alanya'daki turistlerden ve onların kültürel görünümünden memnunuz.	
		DİO8	Sosyal statümden memnunuz.	
		DİO9	Ruhsal/ Manevi yaşamımdan memnunuz.	
	Sağlık ve Güvenlik İyi Oluşu	SGİO1	Alanya'daki su kaynaklarının (baraj, deniz vb.) kalitesinden memnunuz.	
		SGİO2	Alanya'daki sağlık tesislerinden memnunuz.	
		SGİO3	Alanya'daki sağlık hizmetlerinin kalitesinden memnunuz.	
		SGİO4	Alanya'daki hava kalitesinden memnunuz.	
		SGİO5	Alanya'daki atıkların/çöplerin yönetiminden memnunuz.	
		SGİO6	Alanya'daki çevre kalitesinden memnunuz.	
		SGİO7	Alanya'daki çevre temizliğinden memnunuz.	
		SGİO8	Alanya'daki toplumsal emniyet ve güvenlikinden memnunuz.	
		SGİO9	Alanya'da yaşanan toplumsal kaza ve suç oranlarından memnunuz.	
	Kendini Geliştirme	KG1	Alanya'daki mevcut iş fırsatlarından memnunuz.	Wang ve diğerleri (2021)
		KG2	Alanya'da sunulan bilgi ve profesyonel beceri edinme imkanlarından memnunuz.	
		KG3	Hissettiğim kişisel başarı duygusundan memnunuz.	
YEREL HALKIN MUTLULUĞU	Genel Olarak Mutluluk	GOM1	Alanya'da turizmin genel olarak hayatım üzerindeki etkisinden memnunuz.	Tam ve diğerleri (2023)
		GOM2	Alanya'da yaşamaktan memnunuz.	
		GOM3	Yaşamımdan mutlu olma durumumdan memnunuz.	
YEREL HALKIN TURİZM GELİŞİMİNE YÖNELİK DESTEĞİ	Turizm Gelişimini Destekleme	TGD1	Alanya'ya daha fazla turist çekilmelidir.	Wang ve diğerleri (2021)
		TGD2	Alanya bir dünya turizm ve eğlence merkezi olarak geliştirilmelidir.	
		TGD3	Alanya'yı ziyaret eden turistleri memnuniyetle karşılarım.	Wang ve diğerleri (2021)
		TGD4	Turizm gelişimini desteklemek niyetindeyim.	
		TGD5	Yerel yönetimin turizmle ilgili kararlarını desteklerim.	

Ayrıca, 23 Temmuz 2022 tarihinde başlanan veri toplama işleminde 17 Ağustos 2022 tarihinde 145 katılımcıya ulaşılmış olup bu veri grubu ile bir ön test gerçekleştirilmiştir. Bu test sonucunda tüm değişkenlerin güvenilirlik değerlerinin 0,70'in üzerinde bulunduğu görülerek araştırmaya devam edilmesine karar verilmiştir.

Araştırmanın iki ayrı dönemde gerçekleştirilmiş olması nedeniyle ilk aşamada (yaz dönemi) veriler 23 Temmuz 2022 tarihinde toplanmaya başlanmış ve 30 Eylül 2022 tarihinde veri toplama işlemi tamamlanmıştır. İkinci aşamada (kış dönemi) ise veriler 15 Ocak 2023 tarihinde toplanmaya başlanmış olup veri toplama süreci 31 Mart 2023

tarihinde sona ermiştir. İlk aşamada 735 anket, ikinci aşamada ise 401 anket olmak üzere toplam 1136 anket toplanmıştır. Anketler toplandıktan sonra gerekli olan kontrol işlemleri yapılmış ve birinci dönemde 674, ikinci dönemde ise 372 anket olmak üzere toplam 1046 kullanılabilir anketin bulunduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla, iki ayrı dönemde farklı örneklemelerle yapılan veri analizi aşamasına 1046 anket verisi kullanılarak geçilmiştir.

3.5. Verilerin Analizi ve Bulgular

Veri analizi gerçekleştirilirken ilk olarak yaz döneminde toplanan 674 anketin verileri analiz edilmiştir. Gerçekleştirilen veri analizinde, daha önce detaylı bir şekilde bilgi verilen KEKK-YEM (Kısmi En Küçük Kareler Yapısal Eşitlik Modellemesi) yöntemi kullanılmıştır. Analizler yapılırken katılımcıların demografik ve sosyoekonomik verilerinin analizi için SPSS 25 istatistik programı, KEKK-YEM için ise SmartPLS 4 programı kullanılmıştır. Sosyal bilimlerde yapısal eşitlik modeli kullanılırken genelde biçimlendirici (formatif) ve yansıtıcı (reflektif) olmak üzere iki farklı ölçüm modeli kullanılmaktadır (Aksay ve Ay, 2016). Biçimlendirici (formatif) yapıdaki ölçeklerde önermeler birbirinin yerine kullanılamayan bir özelliğe sahipken, yansıtıcı (reflektif) yapıdaki ölçeklerde ise önermeler birbiri yerine kullanılabilen bir özelliğe sahiptir (Hair vd., 2022). Sosyal bilimlerde ağırlıklı olarak yansıtıcı (reflektif) ölçüm modelleri olup (Yıldız, 2024: 28), bu araştırmada da yansıtıcı (reflektif) özellikteki ölçekler kullanılmıştır. Reflektif yani yansıtıcı ölçüm modelleri birbirleriyle yüksek ilişkili, birbirinin yerine kullanılabilen, çıkarıldığında yapının anlamını değiştirmeyen önermelerden oluşan ölçüm modelleridir (Hair vd., 2022: 52). KEKK-YEM sonuçlarının sistematik olarak değerlendirilmesi için izlenecek süreç Tablo 3.3'te sunulmuştur.

Tablo 3.3 KEKK-YEM sonuçlarının sistematik değerlendirilmesi

ÖLÇÜM MODELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ	
Yansıtıcı (Reflektif) Ölçüm Modelleri	Biçimlendirici (Formatif) Ölçüm Modelleri
- Gösterge güvenilirliği - İç tutarlılık - Birleşme geçerliliği - Ayrışma geçerliliği	- Birleşme geçerliliği - Göstergeler arasındaki eş doğrusallık - Faktör ağırlıklarının anlamlılığı ve ilişkililiği
YAPISAL MODELİN DEĞERLENDİRİLMESİ	
- Eş doğrusallık (VIF değerleri) - Yapısal model ilişkilerinin anlamlılığı ve ilişkililiği (Yol katsayıları) - Modelin açıklama gücü - Modelin tahmin gücü - Model karşılaştırmaları	

Kaynak: Hair vd., 2022: 110.

Tablo 3.3'te görülebileceği gibi Hair ve diğerleri (2022: 110) en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesi kullanılırken yansıtıcı (reflektif) yapıda olan ölçüm modellerinde sırasıyla ölçüm için kullanılan önermelerin faktör yüklerinin değerlendirildiği gösterge güvenilirliğinin, yapısal düzeyde değişkenlerin iç tutarlılık değerlerinin, birleşme geçerliliğinin ve ayrışma geçerliliğinin kontrol edilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Ayrıca, en küçük kareler yapısal eşitlik modelinin kullanıldığı araştırmaların sonuçlarının nasıl raporlanacağını anlatıldığı farklı bir makalede araştırma sonuçlarının ölçüm modelinin değerlendirilmesi ve yapısal modelin değerlendirilmesi olmak üzere iki aşamada raporlanması önerilmektedir (Hair vd., 2019). Bu kapsamda belirtildiği gibi ilk aşamada ölçüm modeli değerlendirilmesi yapılmıştır. Ancak bu değerlendirmeler yapılmadan önce katılımcıların demografik ve sosyoekonomik özelliklerinin verildiği katılımcılar için tanımlayıcı olan özelliklere yer verilmiştir.

3.5.1. Katılımcıların demografik ve sosyoekonomik özellikleri

Araştırmanın gerçekleştirildiği her iki dönemin katılımcı özellikleri Tablo 3.4'te sunulmuştur. Sunulan tabloya göre her iki dönemde de erkek katılımcıların kadın katılımcılardan sayıca daha fazla olduğu, medeni durumları göz önünde bulundurulduğunda evli olanların bekar olanlara göre çoğunlukta olduğu söylenebilir. Ayrıca, katılımcıların yarısından fazlasının her iki dönemde de 28 ile 47 yaş aralığında olduklarından bahsedilebilir. Katılımcıların eğitim durumlarının ise her iki dönemde de lisans ve üstü olanlarla ön lisans ve altı olanların oranları neredeyse aynıdır. Katılımcıların turizm sektörü ile olan ekonomik bağına bakıldığında ise her iki dönemde de turizmden ekonomik gelir elde edenlerle etmeyenlerin neredeyse yarı yarıya olduğu söylenebilir. Buna ek olarak, her iki dönemde de katılımcıların büyük çoğunluğu (%92'si) nadir de olsa turistlerle iletişime geçtiğini belirtmiştir. Ayrıca, katılımcıların gelir durumları da tabloda verilmiş olup araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunun (Yaz Dönemi %73 – Kış Dönemi %68) Alanya'da 11 yıldan fazla süredir yaşadığı görülmektedir.

Tablo 3.4 Katılımcıların demografik ve sosyoekonomik özellikleri

YAZ DÖNEMİ (N=674)		KIŞ DÖNEMİ (N=372)		YAZ DÖNEMİ (N=674)		KIŞ DÖNEMİ (N=372)			
	N	%	N	%		N	%	N	%
Cinsiyet	674	%100	372	%100	Turizm ile Ekonomik Bağ	674	%100	372	%100
Kadın	287	%42.6	123	%33.1	Doğrudan	201	%29.8	107	%28.8
Erkek	387	%57.4	249	%66.9	Dolaylı	155	%23.0	79	%21.2
					Turizmde Çalışmıyor	233	%34.6	148	%39.8
					Hiç Çalışmıyor	85	%12.6	38	%10.2
Medeni Durum	674	%100	372	%100	Turistlerle İletişime Geçme Düzeyi	674	%100	372	%100
Bekar	225	%33.4	131	%35.2	Sürekli	271	%40.2	149	%40.1
Evli	422	%62.6	221	%59.4	Nadiren	349	%51.8	192	%51.6
Boşanmış	27	%4.0	20	%5.4	Hiç	54	%8.0	31	%8.3
Yaş Grupları	674	%100	370	%100	Aylık Gelir	674	%100	372	%100
18-27	120	%17.8	72	%19.4	Gelirim Yok	62	%9.2	27	%7.3
28-37	212	%31.5	105	%28.2	10.000TL ve altı	271	%40.2	82	%22.0
38-47	198	%29.4	106	%28.6	10.001TL – 15.000TL	182	%27.0	107	%28.8
48-57	114	%16.9	62	%16.8	15.001TL – 20.000TL	76	%11.3	89	%23.9
58 and more	30	%4.5	25	%6.8	20.001TL – 25.000TL	25	%3.7	31	%8.3
					25.001TL ve üzeri	58	%8.6	36	%9.7
Eğitim	673	%100	372	%100	Alanya'da İkamet Süresi	674	%100	372	%100
İlköğretim	73	%10.8	30	%8.1	5 yıl	91	%13.5	52	%14.0
Lise	155	%23.0	102	%27.4	6-10 yıl	93	%13.8	68	%18.3
Ön Lisans	73	%10.8	42	%11.3	11 yıl ve üzeri	490	%72.7	252	%67.7
Lisans	264	%39.2	148	%39.8					
Lisansüstü	108	%16.0	50	%13.4					

3.5.2. Yapısal eşitlik modellemesi ile gerçekleştirilen analiz bulguları

Yapısal Eşitlik Modellemesi kullanılarak iki ayrı analiz yapılmıştır. İlk analizler birinci dönem olarak ifade edilen yaz döneminde 674 katılımcıdan elde edilen verilerle yapılırken İkinci analizler ise ikinci dönem olarak belirtilen kış döneminde 372 katılımcıdan elde edilen verilerle gerçekleştirilmiştir.

3.5.2.1. Birinci dönem (yaz dönemi – 674 katılımcı) bulguları

3.5.2.1.1. Ölçüm modelinin değerlendirilmesi

Literatürde önerildiği gibi öncelikle ölçüm modelinin değerlendirmesi yapılarak hem önerme düzeyinde hem de yapısal düzeyde değerlendirme yapılmıştır (Hair vd., 2022). İlk olarak, gösterge güvenilirliğinin değerlendirilmesi adına araştırma kapsamında kullanılan önermelerin faktör yükleri kontrol edilmiştir. Yapılan bu kontrol sırasında faktör yükü 0.70'in altında olan önermeler modelden çıkarılmıştır. Daha sonra, iç tutarlılık güvenilirliğinin değerlendirilmesi adına araştırma kapsamında kullanılan ve

farklı önermelerden oluşan boyutların Cronbach's alpha değerleri ve birleşik güvenilirlik (CR) değerleri kontrol edilmiştir.

Tablo 3.5 Yansıtıcı (reflektif) ölçüm modellerindeki alt/üst sınır değerleri

Değer Adı	Alt/Üst Sınır Değeri
Faktör Yükleri	≥ 0.70
Cronbach's Alpha (α)	≥ 0.70
Birleşik Güvenilirlik (CR)	≥ 0.70
AVE	≥ 0.50
HTMT katsayıları	< 0.85
VIF değerleri	< 5

Kaynak: Yıldız, 2024; Yılmaz vd., 2024; Hair vd., 2019.

Tablo 3.5'te üç farklı kaynaktan faydalanılarak hazırlanan yansıtıcı (reflektif) modeller için belirtilen alt/üst sınır değerlerinde vurgulandığı gibi her iki değerin de 0.70'in üzerinde olması gerekmektedir. Bu aşamada yapılan kontroller sonucunda hem Cronbach's alpha (α) hem de birleşik güvenilirlik (CR) değerlerinin Tablo 3.5'te belirtilen aralıkta olduğu görülmüştür. Ardından, birleşme geçerliliğinin değerlendirilmesi aşamasına geçilerek her bir boyutun ayıklanmış ortalama varyans anlamına gelen AVE değerleri değerlendirilmiş ve tüm değerlerin Tablo 3.5'te belirtildiği gibi 0.50'in üzerinde olduğu görülmüştür.

Faktör yükleri incelenirken Hair ve diğerleri (2019) tarafından belirtilen 0.70 sınır değeri dikkate alınmıştır. Bu doğrultuda faktör yükü 0.70'in altında olan önermeler güvenilirlik ve geçerlilik değerlerinin iyileşmesine neden olduğu için analiz dışında bırakılmıştır. Faktör yükü 0.70'in altında olup analiz dışında bırakılan önermeler en düşük değere sahip olan önermeden başlanarak sırasıyla çıkarılmış ve her işlem sonrasında güvenilirlik ve geçerlilik değerlerindeki değişim kontrol edilmiştir. Bu kapsamda birinci dönemde (yaz döneminde) gerçekleştirilen ilk uygulamanın güvenilirlik ve geçerlilik sonuçları Tablo 3.6'da sunulmuştur.

Tablo 3.6'da birinci dönemde 674 katılımcı ile gerçekleştirilen anketler sonucunda geçerlilik ve güvenilirlik analizi için kontrol edilmesi gereken değerler incelenmiştir. Yapılan incelemede öncelikle araştırma modeline dahil edilen ölçeklerde yer alan önermelerin faktör yükleri kontrol edilmiştir. Bu aşamada literatürde yer alan çeşitli kaynaklarda da önerildiği gibi faktör yükü 0.70'in altında olan önermeler sırasıyla analiz dışına çıkarılmıştır (Hair vd., 2019; Yıldız, 2024; Yılmaz vd., 2024). Sırasıyla AEM1 (0.439), MİO1 (0.552), TİO5 (0.607), MİO2 (0.617), SGİO9 (0.619), DİO8 (0.639), DİO9 (0.606) ve SGİO4 (0.695) önermeleri çıkarıldıktan sonra iç tutarlılık değerlerinde ve birleşme geçerliliği değerlerinde iyileşmeler görülmüş olup analizlere bu önermeler dışında kalan bir yapı korunarak devam edilmiştir.

Tablo 3.6 Ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilik sonuçları (birinci dönem – yaz dönemi – yüksek sezon – 674 katılımcı)

Ölçekler ve Önermeler	Ortalama ($\bar{x}$)	SD	Faktör Yükleri	VIF	α	CR	AVE
Algılanan Ekonomik Faydalar (AEF)	5.551				0.755	0.858	0.669
AEF1 - Turizm sektörü yerel halk için geniş iş fırsatları ve profesyonel/mesleki gelişme imkanları sağlamaktadır.	5.666	1.519	0.866	1.655			
AEF2 - Turizm, halkın gelir düzeyinde ve ücretlerinde makul bir artış sağlamaktadır.	5.186	1.710	0.840	1.560			
AEF3 - Turizm yerel/merkezi yönetimler için önemli vergi geliri sağlamakta ve yatırımları çekmektedir.	5.802	1.506	0.743	1.412			
Algılanan Sosyal Faydalar (ASF)	5.135				0.823	0.894	0.738
ASF1 - Turizm sayesinde daha fazla park, yüzme, yürüyüş ve spor alanları gibi eğlence ve boş zaman faaliyeti seçeneği oluşmaktadır.	5.255	1.674	0.848	1.745			
ASF2 - Turizm, su, elektrik, toplum merkezleri gibi günlük yaşamda ihtiyaç duyulan temel hizmetlerin iyileştirilmesini teşvik eder.	5.122	1.723	0.847	1.894			
ASF3 - Turizm sayesinde sağlık ve eğitimde olduğu kadar diğer genel sosyal alanlarda da iyileşmeler görülmektedir.	5.028	1.717	0.882	1.962			
Algılanan Kültürel Faydalar (AKF)	5.079				0.768	0.866	0.684
AKF1 - Turizm, geleneklerimizi tanıtarak kültürel ve tarihi sergiler yaratmaya ve bu değerlerin korunarak yaşatılmasına yardımcı olmaktadır.	5.144	1.775	0.864	1.774			
AKF2 - Turizm Alanya'da farklı kültürlerin anlaşılmasına ve tanınmasına destek olmaktadır.	5.666	1.525	0.820	1.618			
AKF3 - Turizm Alanya'daki insanların kendi kültürel kimliklerinin değerini bilmelerini teşvik eder.	4.426	1.924	0.795	1.443			
Algılanan Fiziksel Faydalar (AFF)	4.014				0.752	0.859	0.671
AFF1 - Alanya'da turizm gelişiminin olduğu bölgelerde uyumlu bir kentsel yapı devamlı olarak korunmaktadır.	3.780	2.112	0.836	1.781			
AFF2 - Alanya'da turizm sayesinde doğal alanlar korunmakta ve bu alanların bakımı yapılmaktadır.	4.143	2.033	0.875	1.871			
AFF3 - Diğer ekonomik faaliyetlere kıyasla turizm çevreyi daha az kirletir ve çevreye karşı daha saygılıdır.	4.119	2.002	0.741	1.293			
Algılanan Ekonomik Maliyetler (AEM)	6.574				0.855	0.913	0.840
AEM2 - Turizm faaliyetleri Alanya'daki ürünlerin fiyatlarını ve yaşam maliyetlerini arttırmaktadır.	6.501	1.119	0.989	2.263			
AEM3 - Turizm faaliyetleri Alanya'daki ev ve arazi maliyetlerini arttırmaktadır.	6.647	0.988	0.838	2.263			
Algılanan Sosyal Maliyetler (ASM)	5.482				0.752	0.850	0.656
ASM1 - Turizm faaliyetlerinin Alanya'daki güvenlik sorunlarının büyümesinde payı bulunmaktadır (Suç oranlarının artması vb.).	5.516	1.694	0.803	1.563			
ASM2 - Turizm Alanya'daki trafik sıkışıklığının artmasının en büyük nedenidir.	6.003	1.483	0.724	1.476			
ASM3 - Turizm gelişimi Alanya'da daha önce var olan huzur ve yaşam kalitesinin kaybolmasına neden olmuştur.	4.927	1.911	0.893	1.496			
Algılanan Kültürel Maliyetler (AKM)	4.585				0.776	0.870	0.691
AKM1 - Turistler Alanya'ya geldiğinde, yerel halkın günlük yaşamı olumsuz etkilenmektedir.	4.531	1.973	0.850	1.691			
AKM2 - Turizm yerel kültürün ve kimliğin kaybolmasına neden olmaktadır.	4.595	1.976	0.828	1.621			
AKM3 - Alanya'da yaşayan biri turizm yüzünden kendini bir yabancı gibi hissetmektedir.	4.628	2.023	0.816	1.521			
Algılanan Fiziksel Maliyetler (AFM)	5.001				0.804	0.885	0.719
AFM1 - Turizm Alanya'da önemli atık ve kirlilik sorunlarına neden olmaktadır (çöp, gürültü kirliliği vb.)	5.240	1.759	0.814	1.570			
AFM2 - Turizm, Alanya'daki yerel ekosistemin, iç kesimlerin, dağ ve kıyı kesimlerinin erozyona uğramasına ve tahribatına neden olmaktadır.	4.617	1.985	0.855	1.843			

Tablo 3.6'nın devamı

AFM3 - Turizm su gibi doğal kaynakları aşırı tüketmekte ve bu kaynakların kullanılabilirliğini tehlikeye atmaktadır.	5.146	1.831	0.874	1.922			
Maddi İyi Oluş (MİO)	2.723				0.882	0.915	0.684
MİO3 - Alanya'da temel ihtiyaçlarımı karşılayabilme durumumdan memnunum.	2.462	1.709	0.704	1.476			
MİO4 - Mevcut gelirimden memnunum.	2.964	1.768	0.872	2.997			
MİO5 - Ekonomik güvenliğimden memnunum.	2.606	1.705	0.876	2.702			
MİO6 - Ailemin gelirinden memnunum.	3.028	1.759	0.875	2.962			
MİO7 - Yan gelirlerimden memnunum.	2.556	1.797	0.795	1.957			
Toplumsal İyi Oluş (TİO)	3.613				0.829	0.887	0.663
TİO1 - Yaşadığınız toplumun içinde bulunduğunuz çevre şartlarından memnunum.	3.188	1.849	0.740	1.459			
TİO2 - Alanya'da yaşayan insanlardan memnunum.	3.725	1.753	0.828	1.948			
TİO3 - Alanya'da sunulan hizmetlerden ve tesislerden memnunum.	3.830	1.765	0.811	1.880			
TİO4 - Alanya'daki toplum hayatından memnunum.	3.708	1.713	0.872	2.417			
Duygusal İyi Oluş (DİO)	4.023				0.864	0.895	0.549
DİO1 - Alanya'daki boş zamanımı değerlendirme durumumdan memnunum.	4.153	1.918	0.719	2.758			
DİO2 - Alanya'da sunulan boş zaman aktivitelerinden memnunum.	3.922	1.879	0.721	2.781			
DİO3 - Alanya'da yaşanan turist akınından memnunum.	3.764	1.980	0.740	1.757			
DİO4 - Alanya'daki sosyal hayatımdan memnunum.	4.185	1.853	0.787	2.099			
DİO5 - Alanya'da sunulan dini hizmetlerden memnunum.	4.257	1.883	0.722	1.682			
DİO6 - Alanya'da sahip olunan mevcut kültürün korunmasından memnunum.	3.895	1.854	0.766	1.862			
DİO7 - Alanya'daki turistlerden ve onların kültürel görünümünden memnunum.	3.982	1.834	0.728	1.793			
Sağlık ve Güvenlik İyi Oluşu (SGİO)	3.933				0.894	0.917	0.612
SGİO1 - Alanya'daki su kaynaklarının (baraj, deniz vb.) kalitesinden memnunum.	4.191	1.853	0.767	1.866			
SGİO2 - Alanya'daki sağlık tesislerinden memnunum.	3.811	1.923	0.776	3.964			
SGİO3 - Alanya'daki sağlık hizmetlerinin kalitesinden memnunum.	3.648	1.895	0.724	3.395			
SGİO5 - Alanya'daki atıkların/çöplerin yönetiminden memnunum.	3.897	1.810	0.780	2.982			
SGİO6 - Alanya'daki çevre kalitesinden memnunum.	3.909	1.764	0.842	3.074			
SGİO7 - Alanya'daki çevre temizliğinden memnunum.	3.997	1.820	0.812	3.026			
SGİO8 - Alanya'daki toplumsal emniyet ve güvenlikten memnunum.	4.084	1.845	0.767	1.929			
Kendini Geliştirme (KG)	3.883				0.756	0.861	0.674
KG1 - Alanya'daki mevcut iş fırsatlarından memnunum.	3.603	1.751	0.836	1.724			
KG2 - Alanya'da sunulan bilgi ve profesyonel beceri edinme imkanlarından memnunum.	3.542	1.741	0.864	1.829			
KG3 - Hissettiğim kişisel başarı duygusundan memnunum.	4.504	1.710	0.758	1.327			
Genel Olarak Mutluluk (GOM)	4.790				0.773	0.867	0.685
GOM1 - Alanya'da turizmin genel olarak hayatım üzerindeki etkisinden memnunum.	4.165	1.783	0.822	1.391			
GOM2 - Alanya'da yaşamaktan memnunum.	5.268	1.808	0.840	1.847			
GOM3 - Yaşamımdan mutlu olma durumumdan memnunum.	4.935	1.796	0.821	1.765			
Turizm Gelişimini Destekleme (TGD)	5.094				0.873	0.908	0.664
TGD1 - Alanya'ya daha fazla turist çekilmelidir.	4.290	2.130	0.757	1.786			
TGD2 - Alanya bir dünya turizm ve eğlence merkezi olarak geliştirilmelidir.	5.182	1.847	0.790	2.082			
TGD3 - Alanya'yı ziyaret eden turistleri memnuniyetle karşılarım.	5.590	1.528	0.837	2.428			
TGD4 - Turizm gelişimini desteklemek niyetindeyim.	5.458	1.645	0.900	3.361			

Tablo 3.6'nın devamı

TGD5 - Yerel yönetimin turizmle ilgili kararlarını desteklerim.	4.951	1.836	0.782	1.875
Faktör Yükleri ≥ 0.70 - VIF ≤ 5 - Cronbach's Alpha (α) ≥ 0.70 - CR ≥ 0.70 - AVE ≥ 0.50				

Ölçüm modelinin değerlendirilmesindeki son aşamada ise, bir yapının diğer yapılardan gerçekten ayrışıp ayrışmadığını gösteren ayrışma geçerliliği kontrol edilmiştir. Ayrışma geçerliliğinin kontrolünde Fornell-Larcker kriteri, çapraz yüklerin kontrolü ve HTMT katsayısı gibi farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Henseler, Ringle ve Sarstedt (2015: 128), çapraz yüklerin ve Fornell-Larcker kriterinin ayrışma geçerliliğini belirlerken yetersiz kaldığını vurgulamakta, HTMT kriterinin ise çok daha iyi bir şekilde belirlediğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle, ayrışma geçerliliği kontrolü HTMT kriterine göre yapılmış ve modelde kullanılan değişkenlerin değerlerinin tamamının Tablo 3.5'te belirtilen sınır değerine uygun olduğu görülmüştür. Tablo 3.7'de HTMT katsayıları verilmiş olup tüm değerlerin literatürdeki üst sınır değer olan 0.85'in altında olduğu görülmektedir.

Tablo 3.7 HTMT kriterine göre ayrışma geçerliliği değerleri (birinci bölüm – yaz dönemi)

	AEF	AEM	AFF	AFM	AKF	AKM	ASF	ASM	TİO	DİO	SGİO	MİO	GOM	KG	TGD
AEF															
AEM	0.272														
AFF	0.458	0.031													
AFM	0.124	0.313	0.337												
AKF	0.604	0.096	0.758	0.160											
AKM	0.178	0.181	0.292	0.765	0.253										
ASF	0.677	0.121	0.636	0.154	0.751	0.228									
ASM	0.101	0.408	0.207	0.676	0.117	0.750	0.146								
TİO	0.353	0.071	0.420	0.282	0.378	0.387	0.429	0.278							
DİO	0.339	0.062	0.520	0.303	0.462	0.477	0.419	0.264	0.832						
SGİO	0.308	0.026	0.480	0.298	0.410	0.370	0.363	0.274	0.720	0.767					
MİO	0.235	0.067	0.219	0.169	0.157	0.213	0.204	0.140	0.570	0.464	0.439				
GOM	0.351	0.062	0.319	0.226	0.380	0.413	0.349	0.202	0.701	0.764	0.664	0.561			
KG	0.412	0.093	0.421	0.241	0.343	0.323	0.412	0.228	0.725	0.700	0.678	0.639	0.762		
TGD	0.434	0.066	0.494	0.287	0.586	0.409	0.465	0.189	0.430	0.550	0.415	0.225	0.569	0.409	

Birinci dönemde (yaz döneminde) toplanan anket verilerine göre ölçüm modelinin değerlendirilmesi için gerçekleştirilen analizler sonucunda ortaya koyulan modelin güvenilirlik ve geçerlilik değerlerinin bir sonraki aşama olan yapısal modelin değerlendirilmesi için uygun olduğu söylenebilir. İlerleyen bölümde yapısal modelin değerlendirilmesi için gerekli olan ve Tablo 3.3'te vurgulanan diğer aşamalara geçilebileceği görülmektedir.

3.5.2.1.2. Yapısal modelin değerlendirilmesi (birinci dönem - yaz dönemi - 674 katılımcı)

KEKK-YEM sonuçlarının sistematik değerlendirilmesinin ikinci aşaması olan yapısal modelin değerlendirilmesinde ilk olarak modelde yer alan önermelerin eş doğrusallık sorunu olup olmadığına bakılması gerekmektedir (Hair vd., 2022: 110). Eş doğrusallık istatistiği için VIF değerlerinin gözden geçirilmesi ve bu değerlerin her önerme için 5'ten küçük olması durumunda eş doğrusallık sorunu olmadığı vurgulanmaktadır (Yılmaz vd., 2024: 79). Ancak, SmartPLS 4 programı iki farklı VIF değeri vermektedir. Yıldız (2024: 71), yansıtıcı (reflektif) yapıda olan modeller için “inner model” sonuçlarının, biçimlendirici (formatif) yapıda olan modeller için ise “outer model” sonuçlarının kullanılacağını vurgulamıştır. Dolayısıyla, bu araştırmada yer alan model yansıtıcı (reflektif) yapıda olduğundan “inner model” VIF değerleri kullanılmıştır. Bu değerler önceki sayfalarda yer alan Tablo 3.6’da verilmiş olup, değerlerin tamamı literatürde belirtilen sınır değer olan 5’in altında yer almaktadır. Böylece, birinci dönem (yaz dönemi) verilerine göre araştırmada yer alan modeldeki değişkenler arasında eş doğrusallık probleminin olmadığı söylenebilir.

Yapısal model değerlendirilirken yapılması gereken ikinci aşama ise modelde yol analizinin gerçekleştirilerek anlamlılık ve ilişki değerlerine bakılması aşamasıdır. Aslında bu aşama araştırma kapsamında belirlenen hipotezlerin test edildiği aşamadır. Birinci dönemde (yaz döneminde) toplanan 674 katılımcının verisi ile gerçekleştirilen yol analizi sonuçları Tablo 3.8’de verilmiştir. Yol analizi sonuçları yorumlanırken hipotezlerin anlamlılığının değerlendirilmesi için p değeri, t değeri veya güven aralıklarından birinin kontrol edilmesinin yeterli olacağı belirtilmektedir (Hair vd., 2022: 193).

Araştırma kapsamında belirlenen hipotezler birinci dönemde (yaz döneminde) 674 katılımcının verileriyle yapılan analizler sonucunda test edilmiştir. Bu kapsamda elde edilen sonuçlara göre yerel halk tarafından algılanan ekonomik faydalar (AEF) ile onların maddi iyi oluşları (MİO) arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu ve etkinin pozitif yönde olduğu belirlenmiştir (H1, β : 0.215, $p < 0.01$, t : 5.614). Yerel halkın algıladığı sosyal faydalar (ASF) ile toplumsal iyi oluşları (TİO) arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki tespit edilirken (H2, β : 0.328, $p < 0.01$, t : 9.121), yerel halk tarafından algılanan kültürel faydaların (AKF) onların duygusal iyi oluşlarını (DİO) anlamlı ve pozitif yönde etkilediği ortaya konulmuştur (H3, β : 0.318, $p < 0.01$, t : 8.932).

Tablo 3.8 Hipotez testi sonuçları (birinci dönem - yaz dönemi – 674 katılımcı)

YAZ DÖNEMİ (N=674)									
Hipotezler	İlişki	β	SD	t	f ²	p	%5	%95	Karar
H1	AEF -> MİO	0.215	0.038	5.614	0.047	0.000	0.151	0.277	Kabul Edildi
H2	ASF -> TİO	0.328	0.036	9.121	0.126	0.000	0.270	0.387	Kabul Edildi
H3	AKF -> DİO	0.318	0.036	8.932	0.133	0.000	0.261	0.377	Kabul Edildi
H4	AFF -> SGİO	0.355	0.039	9.181	0.144	0.000	0.292	0.419	Kabul Edildi
H5a	AEF -> KG	0.201	0.039	5.096	0.032	0.000	0.135	0.266	Kabul Edildi
H5b	ASF -> KG	0.141	0.047	3.031	0.014	0.001	0.061	0.215	Kabul Edildi
H5c	AKF -> KG	-0.032	0.049	0.652	0.001	0.257	-0.112	0.049	Reddedildi
H5d	AFF -> KG	0.160	0.049	3.236	0.020	0.001	0.079	0.242	Kabul Edildi
H5e	AEM -> KG	-0.101	0.043	2.318	0.011	0.010	-0.164	-0.020	Kabul Edildi
H5f	ASM -> KG	-0.013	0.047	0.276	0.000	0.391	-0.093	0.064	Reddedildi
H5g	AKM -> KG	-0.148	0.052	2.836	0.014	0.002	-0.233	-0.062	Kabul Edildi
H5h	AFM -> KG	0.012	0.051	0.241	0.000	0.405	-0.074	0.094	Reddedildi
H6	AEM -> MİO	-0.109	0.059	1.865	0.012	0.031	-0.174	0.025	Kabul Edildi
H7	ASM -> TİO	-0.199	0.035	5.606	0.046	0.000	-0.260	-0.143	Kabul Edildi
H8	AKM -> DİO	-0.343	0.036	9.535	0.154	0.000	-0.403	-0.284	Kabul Edildi
H9	AFM -> SGİO	-0.165	0.041	4.037	0.031	0.000	-0.233	-0.098	Kabul Edildi
H10	MİO -> GOM	0.131	0.033	3.990	0.026	0.000	0.077	0.185	Kabul Edildi
H11	TİO -> GOM	0.060	0.045	1.339	0.003	0.090	-0.014	0.131	Reddedildi
H12	KG -> GOM	0.252	0.040	6.384	0.061	0.000	0.188	0.319	Kabul Edildi
H13	DİO -> GOM	0.329	0.048	6.825	0.090	0.000	0.249	0.408	Kabul Edildi
H14	SGİO -> GOM	0.111	0.041	2.727	0.013	0.003	0.044	0.178	Kabul Edildi
H15	GOM -> TGD	0.487	0.032	15.252	0.306	0.000	0.435	0.541	Kabul Edildi

Buna ek olarak, yerel halk tarafından algılanan fiziksel faydaların (AFF) onların sağlık ve güvenlik iyi oluşlarını (SGİO) anlamlı ve pozitif yönde etkilediği (H4, β : 0.355, $p < 0.01$, t : 9.181), algıladıkları ekonomik faydanın (AEF) ise onların kendini geliştirmesini (KG) yine anlamlı ve pozitif yönde etkilediği görülmektedir (H5a, β : 0.201, $p < 0.01$, t : 5.096). Diğer algılanan faydalar ve maliyetlerle kendini geliştirme (KG) arasındaki ilişkilere bakıldığında algılanan sosyal fayda (ASF) ile kendini geliştirme (KG) arasında anlamlı ve pozitif yönde (H5b, β : 0.141, $p < 0.01$, t : 3.031), algılanan fiziksel faydalar (AFF) ile kendini geliştirme (KG) arasında anlamlı ve pozitif yönde (H5d, β : 0.160, $p < 0.01$, t : 3.236), algılanan ekonomik maliyetler (AEM) ile kendini geliştirme (KG) arasında anlamlı ve negatif yönde (H5e, β : -0.101, $p \leq 0.01$, t : 2.318), algılanan kültürel maliyetler (AKM) ile kendini geliştirme (KG) arasında anlamlı ve negatif yönde (H5g, β : -0.148, $p < 0.01$, t : 2.836) ilişkiler olduğu tespit edilmiştir. Bunların aksine, algılanan kültürel fayda (AKF) ile kendini geliştirme (KG) arasında (H5c, β : -0.032, $p > 0.05$, t : 0.648), algılanan sosyal maliyetler (ASM) ile kendini geliştirme (KG)

arasında (H5f, β : -0.013, $p>0.05$, t : 0.276), algılanan fiziksel maliyetler (AFM) ile kendini geliştirme (KG) arasındaki (H5h, β : 0.012, $p>0.05$, t : 0.241) ilişkilerin anlamlı olmadığı görülmüştür. Algılanan ekonomik maliyetlerle (AEM) maddi iyi oluş (MİO) arasındaki ilişkinin ise negatif yönde anlamlı olduğu tespit edilmiştir (H6, β : -0.109, $p<0.05$, t : 1.865).

Yerel halkın algıladığı sosyal maliyetler (ASM) ile toplumsal iyi oluş (TİO) arasında anlamlı ve negatif yönde bir ilişki tespit edilirken (H7, β : -0.199, $p<0.01$, t : 5.606), algılanan kültürel maliyetlerle (AKM) duygusal iyi oluş (DİO) arasında da benzer şekilde anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir (H8, β : -0.343, $p<0.01$, t : 9.535). Ayrıca, algılanan fiziksel maliyetler (AFM) ile sağlık ve güvenlik iyi oluşu (SGİO) arasında anlamlı ve negatif yönlü (H9, β : -0.165, $p<0.01$, t : 4.037) bir ilişki olduğu ortaya koyulmuştur. İyi oluş değişkenleri ile genel olarak mutluluk arasındaki ilişkilere bakıldığında, maddi iyi oluş (MİO) ile yerel halkın genel olarak mutluluğu (GOM) arasındaki ilişkinin anlamlı ve pozitif yönde olduğu (H10, β : 0.131, $p<0.01$, t : 3.990), kendini geliştirme (KG) ile genel olarak mutluluk (GOM) arasında anlamlı ve pozitif yönde olduğu (H12, β : 0.252, $p<0.01$, t : 6.384), duygusal iyi oluş (DİO) ile genel olarak mutluluk (GOM) arasında anlamlı ve pozitif yönde olduğu (H13, β : 0.329, $p<0.01$, t : 6.825), sağlık ve güvenlik iyi oluşu (SGİO) ile genel olarak mutluluk (GOM) arasında anlamlı ve pozitif yönde olduğu (H14, β : 0.111, $p<0.01$, t : 2.727) bulunmuştur. Ancak, toplumsal iyi oluş (TİO) ile yerel halkın genel olarak mutluluğu (GOM) arasındaki ilişkideki değerlere bakıldığında bu ilişkinin anlamlı olmadığı söylenebilir (H11, β : 0.060, $p>0.05$, t : 1.339). Son olarak, yerel halkın genel olarak mutluluğu (GOM) ile turizm gelişimini destekleme tutumları (TGD) arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (H15, β : 0.487, $p<0.01$, t : 15.252).

Yol analizi sonuçlarının değerlendirilmesinin ardından modelin açıklama gücünün değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda modelde yer alan değişkenlerin R^2 değerine bakılması gerektiği ve yol katsayılarına göre gereksiz olsa da f^2 değerlerine de bakılabileceği vurgulanmaktadır (Hair vd., 2022: 194-195). Bu doğrultuda ilk olarak R^2 değerleri gözden geçirilmiş ve bu değerler Tablo 3.9.'da sunulmuştur. Bu değer bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki açıklama oranını ifade etmektedir (Yılmaz vd., 2024: 80). R^2 değerinin 0.02 ile 0.13 arasında olması küçük, 0.13 ile 0.26 arasında olması orta, 0.26'nın üzerinde olması ise aradaki ilişkinin büyük oranda açıklandığı anlamına gelmektedir (Cohen, 1988: 412-414). Tablo 3.9.'da yer alan R^2 değerlerine göre araştırma modelinde yer alan maddi iyi oluş değişkeni küçük olmak

üzere bu değişken dışındaki tüm değişkenlerin orta ve büyük oranda açıklandığı görülmektedir (Detaylar için Tablo 3.9.'a bakınız).

Daha sonra f^2 değerleri de incelenmiş ve önceki bölümlerde yer alan Tablo 3.8'de verilmiştir. Etki büyüklüğü katsayısı da denilen f^2 değeri, içsel değişkenlerin dışsal değişkenlerin açıklanma oranındaki paylarını ifade etmektedir (Yılmaz vd., 2024: 23). Bu değer 0.02 ile 0.14 arasında olması küçük, 0.15 ile 0.34 arasında olması orta, 0.35 ve daha yüksek olması ise büyük oranda içsel değişkenin dışsal değişken üzerinde etkisinin olduğu anlamına gelmektedir (Yıldız, 2024: 37; Cohen, 1988: 412-414). Ayrıca, gerçekleştirilen bazı araştırmalarda 0.02'den düşük veya 0.02'ye eşit olan değerlerin çok az etki anlamına geldiği de vurgulanmaktadır (Baydeniz vd., 2025: 9). Bu değerlerin sonuçlarına bakıldığında desteklenen H5b, H5e, H5g, H14 hipotezlerinde bulunan içsel değişkenlerin dışsal değişkenlerin açıklama oranındaki payı çok az miktarda, desteklenen diğer hipotezlerde ise bu payın genel olarak küçük ve orta düzeyde olduğu görülmektedir.

Yapısal modelin değerlendirilmesinde son olarak modelin tahmin gücüne bakılması gerekmektedir. Bu aşamada SmartPLS 4 programında yer alan "PLSpredict" komutu kullanılarak Q^2 tahmin değerlerine bakılmaktadır. Bu değer 0'dan büyük olmasının modelin bağımlı değişkenleri tahmin gücü konusunda yeterli olduğu belirtilmektedir (Yılmaz vd., 2024: 92). İlgili işlem yapılmış ve ortaya çıkan Q^2 tahmin değerleri Tablo 3.9'da sunulmuştur. Elde edilen değerlere göre Q^2 tahmin değerlerinin tamamının 0'dan büyük olduğu görülmektedir.

Tablo 3.9 AVE, R^2 , Q^2 sonuçları (birinci dönem – yaz dönemi – 674 katılımcı)

Değişkenler	AVE	R^2	Q^2 predict
AEF	0.669		
ASF	0.738		
AKF	0.684		
AFF	0.671		
AEM	0.840		
ASM	0.656		
AKM	0.691		
AFM	0.719		
TİO	0.663	0.165	0.158
DİO	0.549	0.263	0.254
SGİO	0.612	0.184	0.175
MİO	0.684	0.049	0.043
GOM	0.685	0.514	0.169
KG	0.674	0.199	0.171
TGD	0.664	0.234	0.153

3.5.2.2. İkinci dönem (kış dönemi – 372 katılımcı) bulguları

3.5.2.2.1. Ölçüm modelinin değerlendirilmesi

Ölçüm modelinin değerlendirilmesinde izlenmesi gereken aşamalar Tablo 3.3'te sunulmuştur. Birinci dönemin (yaz döneminin) ölçüm modeli değerlendirilmesi yapılırken literatürde yer alan bazı tanımlamalara ve alt/üst sınır değerlerine değinilmiştir. İkinci bölümün ölçüm modeli değerlendirilmesi yapılırken bu tanımlamalar ve değerlerle ilgili tekrar literatüre atıf yapılması yerine buradaki sonuçlar doğrudan verilmiştir. Öncelikle, araştırma modelinde kullanılan önermelerin faktör yükleri gösterge güvenilirliğinin sağlanması adına kontrol edilmiştir. Faktör yüklerinin 0.70'in üzerinde olması önerildiğinden (Tablo 3.5'te bahsedilmiştir) ikinci dönemde (kış döneminde) toplanan 372 katılımcının verileri doğrultusunda faktör yükü değerlerine tekrar bakılmıştır. Bu doğrultuda, faktör yükü 0.70'in altında olan ve iç tutarlılık değerlerinde ve birleşme geçerliliği değerlerinde iyileşmelere neden olduğu görülen sırasıyla MİO1 (0.491), MİO2 (0.555), SGİO9 (0.590), AEM1 (0.617), DİO9 (0.654), TİO8 (0.663), DİO5 (0.668), SGİO1 (0.670), DİO1 (0.690) ve DİO2 (0.672) önermeleri modelden çıkarılmış ve bunların dışında kalan bir yapı korunarak analizlere devam edilmiştir. Bu işlemler sonrasında Tablo 3.10'da görülebileceği gibi modelde kalan tüm önermelerin faktör yüklerinin 0.70'in üzerinde olduğu görülmektedir.

Faktör yüklerinden sonra iç tutarlılık güvenilirliğinin kontrol edilmesi için önermelerin Cronbach's alpha ve birleşik güvenilirlik (CR) değerleri kontrol edilmiştir. Yapılan kontrol sonucunda Tablo 3.10'da da görülebileceği gibi tüm önermelerin her iki değerinin de alt sınır değer olan 0.70'ten yüksek olduğu söylenebilir. Bu işlemin sonrasında birleşme geçerliliğinin kontrol edilmesi adına ayıklanmış ortalama varyans (AVE) değerleri kontrol edilmiştir. Daha önce belirtildiği gibi bu değer 0.50'nin üzerinde olması gerekmektedir. Yapılan kontrolde tüm boyutların AVE değerlerinin alt sınır olan 0.50'nin üzerinde olduğu görülmüştür (Tablo 3.10'a bakınız).

Tablo 3.10 Ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilik sonuçları (2. dönem – kış dönemi – düşük sezon – 372 katılımcı)

Ölçekler ve Önermeler	Ortalama ($\bar{x}$)	SD	Faktör Yükleri	VIF	α	CR	AVE
Algılanan Ekonomik Faydalar (AEF)	5.223				0.815	0.890	0.729
AEF1 - Turizm sektörü yerel halk için geniş iş fırsatları ve profesyonel/mesleki gelişme imkanları sağlamaktadır.	5.269	1.731	0.871	1.807			
AEF2 - Turizm, halkın gelir düzeyinde ve ücretlerinde makul bir artış sağlamaktadır.	4.938	1.849	0.839	1.742			
AEF3 - Turizm yerel/merkezi yönetimler için önemli vergi geliri sağlamakta ve yatırımları çekmektedir.	5.462	1.685	0.851	1.860			
Algılanan Sosyal Faydalar (ASF)	5.001				0.846	0.906	0.763
ASF1 - Turizm sayesinde daha fazla park, yüzme, yürüyüş ve spor alanları gibi eğlence ve boş zaman faaliyeti seçeneği oluşmaktadır.	5.003	1.777	0.852	1.952			

Tablo 3.10'un devamı

ASF2 - Turizm, su, elektrik, toplum merkezleri gibi günlük yaşamda ihtiyaç duyulan temel hizmetlerin iyileştirilmesini teşvik eder.	5.153	1.687	0.873	2.161			
ASF3 - Turizm sayesinde sağlık ve eğitimde olduğu kadar diğer genel sosyal alanlarda da iyileşmeler görülmektedir.	4.847	1.659	0.895	2.015			
Algılanan Kültürel Faydalar (AKF)	4.926				0.792	0.877	0.704
AKF1 - Turizm, geleneklerimizi tanıtarak kültürel ve tarihi sergiler yaratmaya ve bu değerlerin korunarak yaşatılmasına yardımcı olmaktadır.	4.995	1.806	0.835	1.849			
AKF2 - Turizm Alanya'da farklı kültürlerin anlaşılmasına ve tanınmasına destek olmaktadır.	5.488	1.577	0.847	1.833			
AKF3 - Turizm Alanya'daki insanların kendi kültürel kimliklerinin değerini bilmelerini teşvik eder.	4.296	1.959	0.836	1.490			
Algılanan Fiziksel Faydalar (AFF)	3.932				0.770	0.862	0.676
AFF1 - Alanya'da turizm gelişiminin olduğu bölgelerde uyumlu bir kentsel yapı devamlı olarak korunmaktadır.	3.625	1.982	0.776	1.830			
AFF2 - Alanya'da turizm sayesinde doğal alanlar korunmakta ve bu alanların bakımı yapılmaktadır.	4.043	2.028	0.851	2.022			
AFF3 - Diğer ekonomik faaliyetlere kıyasla turizm çevreyi daha az kirletir ve çevreye karşı daha saygılıdır.	4.129	1.906	0.838	1.356			
Algılanan Ekonomik Maliyetler (AEM)	6.442				0.854	0.929	0.867
AEM2 - Turizm faaliyetleri Alanya'daki ürünlerin fiyatlarını ve yaşam maliyetlerini arttırmaktadır.	6.387	1.192	0.900	2.248			
AEM3 - Turizm faaliyetleri Alanya'daki ev ve arazi maliyetlerini arttırmaktadır.	6.497	1.170	0.962	2.248			
Algılanan Sosyal Maliyetler (ASM)	5.186				0.778	0.866	0.684
ASM1 - Turizm faaliyetlerinin Alanya'daki güvenlik sorunlarının büyümesinde payı bulunmaktadır (Suç oranlarının artması vb.).	5.118	1.705	0.840	1.743			
ASM2 - Turizm Alanya'daki trafik sıkışıklığının artmasının en büyük nedenidir.	5.836	1.561	0.761	1.593			
ASM3 - Turizm gelişimi Alanya'da daha önce var olan huzur ve yaşam kalitesinin kaybolmasına neden olmuştur.	4.605	1.903	0.877	1.537			
Algılanan Kültürel Maliyetler (AKM)	4.430				0.798	0.881	0.712
AKM1 - Turistler Alanya'ya geldiğinde, yerel halkın günlük yaşamı olumsuz etkilenmektedir.	4.454	1.976	0.872	1.804			
AKM2 - Turizm yerel kültürün ve kimliğin kaybolmasına neden olmaktadır.	4.513	1.934	0.856	1.836			
AKM3 - Alanya'da yaşayan biri turizm yüzünden kendini bir yabancı gibi hissetmektedir.	4.323	1.978	0.803	1.559			
Algılanan Fiziksel Maliyetler (AFM)	4.663				0.779	0.870	0.690
AFM1 - Turizm Alanya'da önemli atık ve kirlilik sorunlarına neden olmaktadır (çöp, gürültü kirliliği vb.)	4.774	1.812	0.863	1.591			
AFM2 - Turizm, Alanya'daki yerel ekosistemin, iç kesimlerin, dağ ve kıyı kesimlerinin erozyona uğramasına ve tahribatına neden olmaktadır.	4.363	1.966	0.758	1.539			
AFM3 - Turizm su gibi doğal kaynakları aşırı tüketmekte ve bu kaynakların kullanılabilirliğini tehlikeye atmaktadır.	4.852	1.815	0.868	1.904			
Maddi İyi Oluş (MİO)	2.894				0.904	0.929	0.724
MİO3 - Alanya'da temel ihtiyaçlarımı karşılayabilme durumumdan memnunum.	2.734	1.838	0.769	1.782			
MİO4 - Mevcut gelirimden memnunum.	3.056	1.800	0.910	3.720			
MİO5 - Ekonomik güvenliğimden memnunum.	2.694	1.716	0.834	2.321			
MİO6 - Ailemin gelirinden memnunum.	3.250	1.785	0.887	3.064			
MİO7 - Yan gelirlerimden memnunum.	2.738	1.832	0.849	2.403			
Toplumsal İyi Oluş (TİO)	3.709				0.853	0.901	0.694
TİO1 - Yaşadığınız toplumun içinde bulunduğu çevre şartlarından memnunum.	3.304	1.794	0.776	1.668			
TİO2 - Alanya'da yaşayan insanlardan memnunum.	3.879	1.680	0.847	2.197			
TİO3 - Alanya'da sunulan hizmetlerden ve tesislerden memnunum.	3.863	1.734	0.840	2.080			
TİO4 - Alanya'daki toplum hayatından memnunum.	3.790	1.652	0.867	2.404			
Duygusal İyi Oluş (DİO)	3.961				0.822	0.876	0.585
DİO3 - Alanya'da yaşanan turist akınından memnunum.	3.717	2.041	0.794	1.872			
DİO4 - Alanya'daki sosyal hayatımdan memnunum.	4.013	1.822	0.744	1.615			
DİO6 - Alanya'da sahip olunan mevcut kültürün korunmasından memnunum.	3.838	1.729	0.731	1.518			

Tablo 3.10'un devamı

DİÖ7 - Alanya'daki turistlerden ve onların kültürel görünümünden memnunuz.	3.933	1.802	0.808	1.990			
DİÖ8 - Sosyal statüden memnunuz.	4.304	1.759	0.745	1.583			
Sağlık ve Güvenlik İyi Oluşu (SGİÖ)	4.164				0.891	0.915	0.607
SGİÖ2 - Alanya'daki sağlık tesislerinden memnunuz.	3.876	1.857	0.755	3.428			
SGİÖ3 - Alanya'daki sağlık hizmetlerinin kalitesinden memnunuz.	3.659	1.852	0.750	3.391			
SGİÖ4 - Alanya'daki hava kalitesinden memnunuz.	4.632	1.732	0.701	1.712			
SGİÖ5 - Alanya'daki atıkların/çöplerin yönetiminden memnunuz.	4.223	1.679	0.832	3.330			
SGİÖ6 - Alanya'daki çevre kalitesinden memnunuz.	4.172	1.653	0.848	3.394			
SGİÖ7 - Alanya'daki çevre temizliğinden memnunuz.	4.288	1.698	0.827	3.730			
SGİÖ8 - Alanya'daki toplumsal emniyet ve güvenlikten memnunuz.	4.301	1.638	0.729	1.707			
Kendini Geliştirme (KG)	3.862				0.738	0.851	0.656
KG1 - Alanya'daki mevcut iş fırsatlarından memnunuz.	3.726	1.744	0.823	1.528			
KG2 - Alanya'da sunulan bilgi ve profesyonel beceri edinme imkanlarından memnunuz.	3.520	1.637	0.813	1.552			
KG3 - Hissettiğim kişisel başarı duygusundan memnunuz.	4.341	1.738	0.794	1.365			
Genel Olarak Mutluluk (GOM)	4.824				0.825	0.895	0.740
GOM1 - Alanya'da turizmin genel olarak hayatım üzerindeki etkisinden memnunuz.	4.145	1.795	0.829	1.552			
GOM2 - Alanya'da yaşamaktan memnunuz.	5.237	1.729	0.891	2.560			
GOM3 - Yaşamımdan mutlu olma durumundan memnunuz.	5.091	1.701	0.860	2.250			
Turizm Gelişimini Destekleme (TGD)	4.922				0.887	0.917	0.689
TGD1 - Alanya'ya daha fazla turist çekilmelidir.	4.293	2.171	0.779	1.952			
TGD2 - Alanya bir dünya turizm ve eğlence merkezi olarak geliştirilmelidir.	4.868	1.986	0.821	2.218			
TGD3 - Alanya'yı ziyaret eden turistleri memnuniyetle karşılarım.	5.302	1.668	0.828	2.582			
TGD4 - Turizm gelişimini desteklemek niyetindeyim.	5.250	1.744	0.891	3.421			
TGD5 - Yerel yönetimin turizmle ilgili kararlarını desteklerim.	4.895	1.867	0.827	2.158			

Faktör Yükleri ≥ 0.70 - VIF ≤ 5 - Cronbach's Alpha (α) ≥ 0.70 - CR ≥ 0.70 - AVE ≥ 0.50

Ölçüm modelinin değerlendirilmesindeki son aşama olan ayırışma geçerliliğinin kontrolü için modelde yer alan boyutların HTMT katsayıları kontrol edilmiştir. Daha önceki bölümlerde belirtildiği gibi ayırışma geçerliliğinin kontrolü için Fornell-Larcker kriteri ve çapraz yüklerin kontrolü gibi yaklaşımlar da mevcuttur. Ancak, literatürde bu konudaki güncel makaleler incelendiğinde ayırışma geçerliliğinin HTMT katsayısı kullanılarak kontrol edilmesinin ayırışma geçerliliğinin daha doğru bir şekilde tespit edilmesini sağlayacağı görülmektedir (Henseler vd., 2015: 128). Gerçekleştirilen ayırışma geçerliliği kontrolü sonucunda elde edilen HTMT katsayıları Tablo 3.11'de verilmiştir. Yapılan değerlendirme sonucunda ikinci dönemde 372 katılımcının verilerine dayanılarak yapılan kontrolde de ayırışma geçerliliğinin sağlandığı görülmektedir.

İkinci dönemde (kış döneminde) toplanan 372 katılımcının anket verilerine göre ölçüm modelinin değerlendirilmesi için gerçekleştirilen analizler sonucunda ortaya koyulan modelin güvenilirlik ve geçerlilik değerlerinin bir sonraki aşama olan yapısal modelin değerlendirilmesi için uygun olduğu belirtilmelidir. Bir sonraki bölümde yapısal

modelin değerlendirilmesi aşamasına geçilecek ve Tablo 3.3'te yansıtıcı yapılar için belirtilen diğer aşamalar sırasıyla ele alınacaktır.

Tablo 3.11 HTMT kriterine göre ayrışma geçerliliği değerleri (ikinci bölüm – kış dönemi)

	AEF	AEM	AFF	AFM	AKF	AKM	ASF	ASM	TİO	DİO	SGİO	MİO	GOM	KG	TGD
AEF															
AEM	0.359														
AFF	0.480	0.081													
AFM	0.086	0.392	0.329												
AKF	0.683	0.188	0.699	0.208											
AKM	0.181	0.295	0.258	0.821	0.313										
ASF	0.778	0.237	0.623	0.111	0.733	0.176									
ASM	0.128	0.527	0.194	0.766	0.116	0.770	0.129								
TİO	0.370	0.090	0.511	0.412	0.394	0.458	0.422	0.326							
DİO	0.361	0.085	0.443	0.404	0.451	0.622	0.386	0.366	0.841						
SGİO	0.342	0.089	0.486	0.391	0.354	0.398	0.386	0.298	0.744	0.696					
MİO	0.268	0.069	0.331	0.279	0.242	0.365	0.237	0.199	0.669	0.594	0.463				
GOM	0.340	0.063	0.399	0.362	0.303	0.525	0.306	0.307	0.704	0.828	0.675	0.569			
KG	0.438	0.044	0.454	0.233	0.313	0.298	0.426	0.179	0.821	0.779	0.778	0.639	0.816		
TGD	0.569	0.167	0.542	0.279	0.632	0.452	0.503	0.204	0.478	0.619	0.425	0.388	0.533	0.363	

3.5.2.2.2. Yapısal modelin değerlendirilmesi (ikinci dönem - kış dönemi - 372 katılımcı)

KEKK-YEM sonuçları değerlendirilirken ölçüm modelinin değerlendirilmesinde gerçekleştirilen kontrollerden sonra ikinci aşama olan yapısal modelin değerlendirilmesi aşamasında sırasıyla eş doğrusallık sorununun olup olmadığına, yol analizi sonucunda elde edilen modeldeki ilişkilerin anlamlılık ve ilişki sonuçlarına, modelin açıklama gücüne ve tahmin gücüne bakılmıştır. İlk olarak gerçekleştirilen eş doğrusallık istatistikleri kontrolünde modelde yer alan önermelerin VIF değerleri gözden geçirilmiştir. Daha önce de vurgulandığı gibi bu değer 5'in altında olması herhangi bir eş doğrusallık probleminin olmadığı anlamına gelmektedir (Hair vd., 2022; Yıldız, 2024; Yılmaz vd., 2024). Bir önceki bölümde yer alan Tablo 3.10'da da görülebileceği gibi modelde bulunan önermelerin tamamının VIF değerleri 5'ten küçüktür. Dolayısıyla, ikinci dönemde 372 kişiden toplanan veri setinde de herhangi bir eş doğrusallık problemi olmadığı görülmektedir.

Bu aşamadan sonra araştırma için belirlenen hipotezler ikinci dönemde (kış döneminde) 372 katılımcıyı içeren veri setiyle yapılan yol analizi sonucunda test edilmiştir. Bu analiz sonucunda araştırma kapsamında modelde yer alan ilişkilerin anlamlılık değerleri ve ilişki katsayıları ile birlikte araştırma hipotezlerinin tez sonuçları Tablo 3.12'de verilmiştir. Sonuçlar yorumlanırken hipotezlerin anlamlılığının

değerlendirilmesi için p değeri, t değeri ve güven aralıkları birlikte değerlendirmeye alınmıştır.

Elde edilen sonuçlara göre yerel halk tarafından algılanan ekonomik faydalar (AEF) ile onların maddi iyi oluşları (MİO) arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu ve etkinin pozitif yönde olduğu tespit edilmiştir (H1, β : 0.277, $p < 0.01$, t: 5.279). Algılanan sosyal faydalar (ASF) ile toplumsal iyi oluşları (TİO) arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki bulunurken (H2, β : 0.350, $p < 0.01$, t: 7.171), algılanan kültürel faydalarla (AKF) duygusal iyi oluş (DİO) arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğu belirlenmiştir (H3, β : 0.252, $p < 0.01$, t: 4.927). Ayrıca, algılanan fiziksel faydalarla (AFF) sağlık ve güvenlik iyi oluşu (SGİO) arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki (H4, β : 0.364, $p < 0.01$, t: 7.519), algılanan ekonomik faydalarla (AEF) kendini geliştirme (KG) arasında ise yine anlamlı ve pozitif yönde bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir (H5a, β : 0.205, $p < 0.01$, t: 3.066).

Tablo 3.12 Hipotez testi sonuçları (ikinci dönem - kış dönemi – 372 katılımcı)

KİŞ DÖNEMİ (N=372)									
Hipotezler	İlişki	β	SD	t	f ²	p	%5	%95	Karar
H1	AEF -> MİO	0.277	0.052	5.279	0.075	0.000	0.188	0.361	Kabul Edildi
H2	ASF -> TİO	0.350	0.049	7.171	0.153	0.000	0.269	0.428	Kabul Edildi
H3	AKF -> DİO	0.252	0.051	4.927	0.088	0.000	0.167	0.334	Kabul Edildi
H4	AFF -> SGİO	0.364	0.048	7.519	0.161	0.000	0.282	0.442	Kabul Edildi
H5a	AEF -> KG	0.205	0.067	3.066	0.028	0.001	0.098	0.317	Kabul Edildi
H5b	ASF -> KG	0.146	0.079	1.850	0.012	0.032	0.009	0.268	Kabul Edildi
H5c	AKF -> KG	-0.107	0.065	1.637	0.007	0.051	-0.215	0.002	Reddedildi
H5d	AFF -> KG	0.225	0.060	3.741	0.039	0.000	0.126	0.324	Kabul Edildi
H5e	AEM -> KG	-0.039	0.062	0.637	0.002	0.262	-0.140	0.064	Reddedildi
H5f	ASM -> KG	0.014	0.065	0.212	0.000	0.416	-0.095	0.121	Reddedildi
H5g	AKM -> KG	-0.152	0.074	2.045	0.013	0.020	-0.274	-0.029	Kabul Edildi
H5h	AFM -> KG	-0.012	0.071	0.176	0.000	0.430	-0.133	0.099	Reddedildi
H6	AEM -> MİO	-0.144	0.055	2.623	0.020	0.004	-0.228	-0.048	Kabul Edildi
H7	ASM -> TİO	-0.259	0.044	5.943	0.084	0.000	-0.336	-0.192	Kabul Edildi
H8	AKM -> DİO	-0.448	0.045	9.860	0.278	0.000	-0.525	-0.376	Kabul Edildi
H9	AFM -> SGİO	-0.238	0.049	4.818	0.069	0.000	-0.322	-0.161	Kabul Edildi
H10	MİO -> GOM	0.097	0.048	2.023	0.014	0.022	0.016	0.177	Kabul Edildi
H11	TİO -> GOM	-0.011	0.060	0.185	0.000	0.427	-0.108	0.089	Reddedildi
H12	KG -> GOM	0.278	0.056	4.961	0.081	0.000	0.181	0.365	Kabul Edildi
H13	DİO -> GOM	0.397	0.055	7.162	0.162	0.000	0.304	0.486	Kabul Edildi
H14	SGİO -> GOM	0.136	0.051	2.651	0.022	0.004	0.052	0.222	Kabul Edildi
H15	GOM -> TGD	0.466	0.045	10.452	0.273	0.000	0.395	0.542	Kabul Edildi

Bunlara ek olarak, algılanan sosyal faydalar (ASF) ile kendini geliştirme (KG) arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğu saptanmıştır (H5b, β : 0.146, $p < 0.05$, t : 1.850). Algılanan fiziksel faydaların (AFF) kendini geliştirme (KG) üzerinde anlamlı ve pozitif yönde bir etkisi olduğu (H5d, β : 0.225, $p < 0.01$, t : 3.741), ancak yerel halk tarafından algılanan kültürel maliyetlerin (AKM) kendini geliştirme (KG) üzerinde anlamlı ve negatif yönde bir etkisi olduğu görülmektedir (H5g, β : -0.152, $p < 0.05$, t : 2.045). Bunlara ek olarak algılanan kültürel faydalar (AKF) ile ekonomik, sosyal ve fiziksel maliyetler (AEM, ASM, AFM) gibi algılanan diğer faydalar ve maliyetlerle kendini geliştirme (KG) arasındaki ilişkilerin anlamlı olmadığı görülmüştür (Detaylar için Tablo 3.12'ye bakınız).

Birinci dönem (yaz dönemi) bulgularından farklı olarak, algılanan ekonomik maliyetlerle (AEM) maddi iyi oluş (MİO) arasında anlamlı ve negatif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (H6, β : -0.144, $p < 0.01$, t : 2.623). Ayrıca, algılanan sosyal maliyetler (ASM) ile toplumsal iyi oluş (TİO) arasında anlamlı ve negatif yönde bir ilişki olduğu belirlenirken (H7, β : -0.259, $p < 0.01$, t : 5.943), algılanan kültürel maliyetlerle (AKM) de duygusal iyi oluş (DİO) arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir (H8, β : -0.448, $p < 0.01$, t : 9.860). Ek olarak, algılanan fiziksel maliyetler (AFM) ile sağlık ve güvenlik iyi oluşu (SGİO) arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki olduğu görülmüştür (H9, β : -0.238, $p < 0.01$, t : 4.818).

Son olarak, iyi oluş değişkenleri (MİO, DİO, TİO, SGİO, KG) ile genel olarak mutluluk (GOM) arasındaki ilişkiler gözden geçirildiğinde, birinci dönem bulguları ile benzer bir şekilde maddi iyi oluş (MİO) ile yerel halkın genel olarak mutluluğu (GOM) arasındaki ilişkinin anlamlı ve pozitif yönde olduğu (H10, β : 0.097, $p < 0.05$, t : 2.023), kendini geliştirme (KG) ile genel olarak mutluluk (GOM) arasında anlamlı ve pozitif yönde olduğu (H12, β : 0.278, $p < 0.01$, t : 4.961), duygusal iyi oluş (DİO) ile genel olarak mutluluk (GOM) arasında anlamlı ve pozitif yönde olduğu (H13, β : 0.397, $p < 0.01$, t : 7.162), sağlık ve güvenlik iyi oluşu (SGİO) ile genel olarak mutluluk (GOM) arasında anlamlı ve pozitif yönde olduğu (H14, β : 0.136, $p < 0.01$, t : 2.651) tespit edilmiştir. Ancak, yine birinci dönem bulgularına benzer olarak toplumsal iyi oluş (TİO) ile yerel halkın genel olarak mutluluğu (GOM) arasında anlamlı bir ilişki olmadığı söylenebilir (H11, β : -0.011, $p > 0.05$, t : 0.185). Son olarak, ilk bulgularla benzer şekilde yerel halkın genel olarak mutluluğu (GOM) ile turizm gelişimini destekleme tutumları (TGD) arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğu saptanmıştır (H15, β : 0.466, $p < 0.01$, t : 10.452).

İkinci dönemde (kış döneminde) gerçekleştirilen yol analizinin ardından araştırma modelinin açıklama gücünün değerlendirilmesi gerçekleştirilmiştir. İlk dönemde yapılan modelin açıklama gücünün değerlendirildiği bölümde literatüre atıfta bulunularak bu aşamada gözden geçirilecek R^2 ve f^2 değerleri ile ilgili detaylı bilgi verilmiştir. Dolayısıyla, ikinci dönemde sadece ilgili değerler verilmiş ve bu değerlerle ilgili değerlendirme yapılmıştır. İlk olarak R^2 değerlerine bakılmış ve ortaya çıkan değerler Tablo 3.13'te sunulmuştur. Araştırma modelinde yer alan bağımlı değişkenlerin R^2 değerlerinin tamamı anlamlı düzeyde açıklanırken, maddi iyi oluş küçük oranda ($0.02 < R^2 < 0.13$), toplumsal iyi oluş, sağlık ve güvenlik iyi oluşu, kendini geliştirme ve turizm gelişimini destekleme değişkenleri orta düzeyde ($0.13 < R^2 < 0.26$), duygusal iyi oluş ve genel olarak mutluluk değişkenlerinin ise büyük oranda ($0.26 < R^2$) açıklandığından söz edilebilir.

Tablo 3.13 AVE, R^2 , Q^2 sonuçları (ikinci dönem – kış dönemi – 372 katılımcı)

Değişkenler	AVE	R^2	$Q^2_{predict}$
AEF	0.729		
ASF	0.763		
AKF	0.704		
AFF	0.676		
AEM	0.867		
ASM	0.684		
AKM	0.712		
AFM	0.690		
TİO	0.694	0.200	0.186
DİO	0.585	0.321	0.307
SGİO	0.607	0.235	0.218
MİO	0.724	0.074	0.060
GOM	0.740	0.571	0.231
KG	0.656	0.208	0.163
TGD	0.689	0.215	0.182

Bir sonraki aşamada, içsel değişkenlerin dışsal değişkenlerin açıklanma oranındaki paylarını ortaya koyan ve etki büyüklüğü katsayısı anlamına gelen f^2 değerleri incelenmiştir. Bu değerler önceki sayfalarda yer alan Tablo 3.12'de sunulmuştur. Yapılan inceleme sonucunda aralarında anlamlı bir ilişki tespit edilen H5g ve H10 hipotezlerinde bulunan içsel değişkenlerin dışsal değişkenlerin açıklanma oranındaki paylarının çok az olduğu, kabul edilen diğer hipotezlerde ise bu payın genel olarak küçük ve orta düzeyde olduğu söylenebilir.

Son olarak, modelin tahmin gücü kontrol edilmiş olup SmartPLS programının “PLSpredict” komutu kullanılarak Q^2 tahmin değerlerine bakılmıştır. Her bir bağımlı değişken için elde edilen ikinci dönemde (kış döneminde) 372 katılımcı ile gerçekleştirilen araştırmanın örneklemine ait bu değerler Tablo 3.13’te verilmiştir. Değerlerin tamamının 0’dan büyüktür. Yılmaz ve diğerleri (2024: 92), Q^2 değerlerinin 0’dan büyük olmasının modelin bağımlı değişkenleri tahmin gücünün yeterli olduğunu vurgulamıştır.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4.TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm gelişim sürecinde destinasyonlarda yaşayan yerel halkın yaşamı ekonomik, sosyal, kültürel ve fiziksel boyutlarda olumlu ya da olumsuz yönde etkilenmektedir. Bir tür fayda maliyet analizi olan sosyal değişim teorisinde açıklandığı gibi yerel halk turizmin kendi yaşam alanlarının farklı boyutlarına olan olumlu ya da olumsuz etkilerine yönelik bir değerlendirme yapmaktadır. Yerel halk tarafından yapılan bu değerlendirme onların yaşam alanlarını, mutluluklarını ve turizm gelişimini destekleme tutumlarını şekillendirmektedir. Temelde turizmde yoğunlaşmadan kaynaklanan ve turizmin olumsuz etkilerine dayanan aşırı turizm kavramı, yerel halkın yaşam kalitesinde ya da turistlerin destinasyondaki deneyimlerinin kalitesinde yaşanan bir düşüşün sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Günümüzde yoğun olarak ziyaret edilen popüler turizm destinasyonları, turizmin olumsuz etkilerine dayanan orada yaşayan yerel halkın yaşam kalitesinde yaşanan düşüş nedeniyle bireylerin somut tepkileri ile karşı karşıya kalmaktadır. Destinasyon yaşam döngüsü modelini geliştiren Butler (2018), yakın gelecekte daha fazla sayıda turizm destinasyonunun doygunluk seviyesine ulaşacağını ve aşırı turizm sorunlarıyla karşı karşıya kalacağını vurgulamaktadır. Bu noktada yerel halkın aşırı turizme yönelik tepkilerinin hangi yaşam alanlarında yaşadıkları sorunlardan kaynaklandığının belirlenmesi oldukça önemlidir. Bu sayede onları mutlu ya da mutsuz eden turizm gelişiminden kaynaklanan faktörler ortaya koyulmuş olacaktır. Bu kapsamda bu çalışmada turizmde yoğunlaşma temelinde yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algıları, bu etkilerle ilişkili farklı yaşam alanlarındaki iyi oluşları, mutlulukları ve turizm gelişimini desteklemeye yönelik tutumları arasındaki ilişkilerin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Araştırmada nicel araştırma yönteminden yararlanılmış, yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılarının ölçülmesi için turizm gelişiminin ekonomik, sosyal, kültürel ve fiziksel fayda ve maliyetlerine yönelik önermeler, yerel halkın farklı yaşam alanlarındaki iyi oluşlarını belirlemek adına maddi, duygusal, toplumsal, kendini geliştirme ve sağlık ve güvenlik iyi oluşları ile ilgili önermeler, mutluluğunun belirlenmesi adına genel olarak mutlulukları ile ilgili önermeler ve onların turizm gelişimini destekleme tutumlarının ortaya koyulması adına turizm gelişimini desteklemeye yönelik önermeler kullanılmıştır. Akdeniz bölgesinin kıyılarında yer alan ve kitle turizmi ağırlıklı bir turizm pazarına hitap eden Alanya’da, yaz ve kış dönemleri

olmak üzere iki ayrı dönemde veri toplama işlemi gerçekleştirilmiş olup toplanan veriler kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak analiz edilmiştir. Yaz döneminde 674, kış döneminde ise 372 katılımcıdan anket formu toplanmış ve dönemsel olarak ayrılan bu iki örneklem ayrı ayrı analiz edilmiştir.

Gerçekleştirilen araştırma sonucunda tespit edilen en önemli bulgulardan biri yerel halkın mutluluğunun onların turizm gelişimini destekleme tutumlarını olumlu yönde etkilemesidir. Bu bulgu hem yaz döneminde gerçekleştirilen araştırmada hem de kış döneminde gerçekleştirilen araştırmada elde edilerek iki kez test edilmiştir. Daha önce yerel halkın mutluluğu ve onların turizm gelişimini destekleme tutumlarına yönelik gerçekleştirilen araştırmalara bakıldığında bu araştırmada elde edilen sonuca benzer bir sonuç ile karşılaşılmaktadır. Örneğin, Wang ve diğerleri (2021) tarafından Çin'deki kırsal turizm gelişiminde yerel halkın mutluluğu üzerine gerçekleştirilen bir araştırmada bu araştırmaya benzer bir şekilde yaşamdan mutluluk ile turizmi destekleme tutumu arasında olumlu yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Makao'da 466 katılımcı ile gerçekleştirilen farklı bir araştırmada ise literatürde mutluluk ile eş anlamlı olarak kullanıldığı belirtilen öznel iyi oluş ile turizmi destekleme tutumu arasında olumlu yönde anlamlı bir ilişki saptanmıştır (Tam vd., 2023). Dolayısıyla, bu araştırmada yerel halkın mutluluğu ile onların turizm gelişimine yönelik desteği arasındaki ilişkinin anlamlı ve olumlu yönde olacağına dair kurulan hipotez ilgili alanda gerçekleştirilen diğer uygulamalı araştırmaların sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Bu sonuç, yerel halkın turizm gelişimi sürecinde kendini mutlu hissetmesi durumunda turizm gelişimini destekleyecekleri anlamına gelmektedir. Tam tersi bir bakış açısıyla, yerel halkın kendini mutsuz hissetmesi durumunda ise turizm gelişimini destekleme konusunda olumsuz bir tutum sergileyecekleri söylenebilir. Bu bağlamda, turizm gelişiminin yoğun olarak yaşandığı destinasyonlarda ortaya çıkan tepkileri önlemek adına yerel halkı mutsuz eden faktörlerin gözden geçirilmesi sürdürülebilir bir destinasyon yönetimi için oldukça önemlidir. Çünkü, bu tepkiler turizm gelişiminin onların yaşam alanlarını olumsuz yönde etkilemesi sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bu araştırmanın en önemli pratik çıkarımlarından biridir.

Araştırmanın önemli bulgularından bir diğeri ise her iki dönemde de yerel halkın toplumsal iyi oluşu haricindeki tüm iyi oluş boyutları ile mutluluk arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmuş olmasıdır. Yaz ve kış dönemi bulgularının benzerlik göstermesinin araştırma sonuçlarının tutarlılığı açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Duygusal iyi oluşun yerel halkın mutluluğu ile en güçlü ilişkiye sahip olduğu görülmüştür. Bu durumun

mutluluk ile ilgili literatürde de bahsedildiği gibi mutluluk kavramının özünde bir duygu durumunu ifade etmesinden kaynaklandığı söylenebilir. Bireylerin mutluluğu, yaşamlarının farklı boyutları olan maddi iyi oluş, kendini geliştirme ve sağlık ve güvenlik ile ilgili boyutlardan etkilense de en büyük etkiye duygusal iyi oluş boyutunun yol açtığı ifade edilmelidir. Bu durum hem yol analizi sonucunda elde edilen ilişki katsayısından hem de iyi oluş boyutunun etki büyüklüğü değerinden görülebilir. İlgili alan yazında yerel halkın iyi oluşları ile onların mutluluğu arasındaki ilişkileri inceleyen sınırlı sayıda araştırma bulunsun da, bahsedilen araştırmaların sonuçları ile bir karşılaştırma yapmak yerinde olacaktır. Bu araştırmalar incelendiğinde, yerel halkın maddi iyi oluşu, duygusal iyi oluşu ve kendini geliştirme boyutlarının mutluluk ile ilişkisini 376 kişilik bir örneklem ile Çin’de inceleyen bir araştırmanın bu araştırmaya benzer sonuçlar elde ettiği görülmektedir (Wang vd., 2021). Buna ek olarak, yerel halkın farklı boyutlarda iyi oluşlarının mutluluk ile ilişkili olan yaşam tatmini kavramı ile ilişkisini inceleyen ve 321 katılımcı ile Amerika’da gerçekleştirilen bir araştırmada da maddi iyi oluş ve duygusal iyi oluş ile yaşam tatmini arasında anlamlı ilişkiler tespit edildiği ifade edilirken, bu araştırmaya benzer şekilde toplumsal iyi oluş ile yaşam tatmini arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı vurgulanmıştır (Kim vd., 2013). Buna ek olarak, aynı araştırmada yerel halkın sağlık ve güvenlik iyi oluşu ile yaşam tatmini arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu bulgu mevcut araştırmanın bulguları ile farklılık göstermektedir. Mathew ve Nimmi (2022) tarafından Hindistan’da 493 kişi ile gerçekleştirilen ve sorumlu turizmin etkileri ile yerel halkın iyi oluşu ve yaşam tatmininin ele alındığı farklı bir araştırmada sağlık ve güvenlik iyi oluşu dahil olmak üzere iyi oluşun tüm boyutları ile yerel halkın yaşam tatmini arasında anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir. Alanya’da gerçekleştirilen mevcut araştırmada da yerel halkın sağlık ve güvenlik iyi oluşu ile mutluluğu arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bu da yerel halkın Alanya’da sağlık ve güvenlik iyi oluşunun onların mutluluğu için belirleyici bir faktör olduğu anlamına gelmektedir.

Mevcut araştırmanın öne çıkan bulgularından biri de daha önce literatürde de görülen ve bu araştırmada da bir kez daha teyit edilmiş olan, turizmin farklı boyutlardaki (ekonomik, sosyal, kültürel ve fiziksel) etkileri ile yerel halkın iyi oluşları arasında anlamlı ilişkiler olduğudur. Bu ilişkileri uygulamalı olarak inceleyen araştırmaların sayısının oldukça sınırlı olduğu görülmektedir (Kim vd., 2013; Koh vd., 2022; Tam vd., 2023). Koh ve diğerleri (2022) tarafından Tayland’da 567 kişi ile gerçekleştirilen ve turizmin algılanan etkileri ile tek boyutlu iyi oluş arasındaki ilişkinin incelendiği

araştırmada ekonomik etkiler ile iyi oluş arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiş, sosyal ve çevreye olan etkiler ile iyi oluş arasında ise anlamlı ilişkiler tespit edilemediği görülmektedir. Aynı araştırmada örneklem ikiye bölünerek turizm sektörü ile ilişkili olan ve turizmde çalışmayan gruplara ayrılmıştır. Burada turizm çalışanı olmayan kişilerden oluşan örneklemde turizmin algılanan kültürel etkileri ile iyi oluş arasında anlamlı bir ilişki tespit edilirken, diğer grupta bu değişkenler arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Kim ve diğerleri (2013) tarafından gerçekleştirilen araştırmada ise turizmin algılanan ekonomik etkileri ile maddi iyi oluş arasında anlamlı ve olumlu yönde, turizmin algılanan sosyal etkileri ile toplumsal iyi oluş arasında anlamlı ve olumlu yönde, turizmin algılanan kültürel etkileri ile duygusal iyi oluş arasında anlamlı ve olumlu yönde, turizmin çevresel etkileri ile sağlık ve güvenlik iyi oluşu arasında ise anlamlı ve olumsuz yönde ilişkiler saptanmıştır. Bu araştırmalarda turizmin etkileri farklı boyutlara (ekonomik, sosyal, kültürel ve fiziksel) ayrılrsa da Alanya’da gerçekleştirilen mevcut araştırmadaki gibi bu boyutlar kendi içerisinde olumlu ve olumsuz etkiler olarak ayrılmamıştır. Doktora tezi kapsamında gerçekleştirilen araştırmanın katkılarından biri de olumlu ve olumsuz olarak ayrılan turizm farklı boyutlarındaki etkilerinin kullanılmış olması ve bu etkilerle yerel halkın iyi oluş boyutları arasında anlamlı ilişkiler bulunmuş olmasıdır. Bu ilişkiler daha detaylı incelendiğinde bulguların beklenildiği gibi çıktığı söylenebilir. Algılanan olumlu ekonomik faydaların maddi iyi oluşu, algılanan kültürel faydaların duygusal iyi oluşu, algılanan sosyal faydaların toplumsal iyi oluşu ve algılanan fiziksel faydaların ise sağlık ve güvenlik iyi oluşunu her iki dönemde de olumlu yönde etkilediği bulunmuştur. Algılanan ekonomik maliyetlerin maddi iyi oluşu, algılanan sosyal maliyetlerin toplumsal iyi oluşu, algılanan kültürel maliyetlerin duygusal iyi oluşu ve algılanan fiziksel maliyetlerin ise sağlık ve güvenlik iyi oluşunu olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Araştırmanın diğer sonuçlarından biri de turizmin algılanan etkileri ile kendini geliştirme boyutu arasındaki ilişkilerin incelenmiş olmasıdır. Kendini geliştirme daha önce bu araştırmada da kullanıldığı gibi mutluluğun bir belirleyicisi olarak kullanılmış (Wang vd., 2021), ancak turizmin algılanan etkileri ile ilişkisinin incelendiği bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu araştırmada iki ayrı dönemde turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve fiziksel faydaları ve maliyetleri ile kendini geliştirme değişkeni arasındaki ilişkilere ayrı ayrı bakılmıştır. Sonuç olarak, yaz döneminde algılanan ekonomik, sosyal ve fiziksel faydalarla kendini geliştirme arasında anlamlı ve olumlu yönde ilişkiler tespit edilirken, algılanan ekonomik ve kültürel maliyetlerle ise anlamlı ve olumsuz yönde

ilişkiler tespit edilmiştir. Bunların dışında kalan diğer faydalar ve maliyetlerle kendini geliştirme arasındaki ilişkilerin anlamsız olduğu görülmüştür. Kış döneminde ise, yaz dönemiyle benzer şekilde algılanan ekonomik, sosyal ve fiziksel faydalarla kendini geliştirme arasında anlamlı ve olumlu yönde ilişkiler saptanmıştır. Aynı dönemde, yaz döneminde görüldüğü gibi algılanan kültürel maliyetler ile kendini geliştirme arasında ise anlamlı ve olumsuz yönde bir ilişki olduğu görülmüştür. Ancak, yaz döneminde tespit edilen algılanan ekonomik maliyetlerle kendini geliştirme anlamlı ilişki kış döneminde tespit edilememiştir. Kendini geliştirme değişkeni ile ilişki katsayısı yüksek olan değişkenlerin algılanan ekonomik, sosyal ve fiziksel faydalar değişkenleri olduğu söylenebilir. Bu sonuçlar teorik olarak varsayılan, turizmin maddi kaynak oluşturma, daha fazla sosyalleşme imkanları sağlaması ve ziyaretçilerin deneyim kalitesinin artırılması gibi turizmin olumlu etkilerinin kendini geliştirmeye katkı sağlayacağı varsayımını doğrulamaktadır.

Tüm bu sonuçlar dikkate alındığında, Alanya'daki karar alıcıların uygulaması için bazı öneriler geliştirilmiştir. Demir ve Çevirgen (2006: 83-85) tarafından, turizm destinasyonlarında çevre politikaları belirlenirken ideolojik etmenlerin yanı sıra ekonomik, teknolojik ve ekolojik faktörlerin de dikkate alınması gerektiği belirtilmiş ve tepki ve onarma politikası, tahmin ve önleme politikası ve sürdürülebilir gelişme olmak üzere üç farklı politikadan söz edilmiştir. Aslında, günümüzde aşırı turizm sorunları ile mücadele eden turizm destinasyonlarında belirtilen ilk politika olan tepki ve onarma politikasının uygulandığı söylenebilir. İkinci politika olan tahmin ve önleme politikasında ise somut tepkiler gerçekleşmeden önce tahmin edilerek ortaya çıkabilecek potansiyel tepkilere yönelik önlemler alınması söz konusudur. Tam da bu noktada bu araştırmanın sonuçları Alanya'daki karar vericiler için bir tahmin niteliğindedir. Bu araştırma, Alanya'da yaşayan yerel halkın burada gerçekleştirilen turizm gelişimi ile ilgili rahatsız olduğu durumları ve memnun olduğu durumları ortaya koymaktadır. Araştırmada yer alan yerel halk tarafından algılanan turizm ile ilgili faydalar ve maliyetler, bunların yerel halkın farklı yaşam alanlarına olan etkileri, yerel halkın bu yaşam alanlarındaki iyi oluşlarının onların mutluluğuna etkileri ve onların mutluluğunun ise turizm gelişimine yönelik desteğini nasıl etkilediği konusundaki bulgular yerel otoriteler, turizm sektörü ve karar alıcılar tarafından dikkate alınmalıdır. Bu araştırmanın sonuçları yerel halkın gelecekteki olası tepkisi için bir öngörü niteliğindedir. Burada ortaya koyulan bulguların periyodik olarak takip edilmesi önerilmekte ve sürdürülebilir turizm politikalarını içeren dinamik bir bakış açısının oluşturulmasının oldukça önemli olduğu düşünülmektedir.

Bunlara ek olarak, turizm planlaması yapılırken yerel halkın katılımının sağlanması oldukça önemlidir. Çevirgen ve Baltacı (2020: 436) tarafından yerel halkın turizmde planlama ve politika sürecine katılımının yaşanabilecek sorunların ortaya çıkmadan önce önlenmesini sağlayabileceği vurgulanmıştır. Yerel halkın turizm planlaması sürecine dahil edilmesi, aşırı turizm nedeniyle ortaya çıkabilecek ve yerel halkın mutluluğunu ve yaşam kalitesini olumsuz yönde etkileyecek sorunlara yönelik proaktif bir bakış açısıyla yapılacak bir planlamayı beraberinde getirecektir. Paydaşların ve bir paydaş olarak yerel halkın turizm gelişimi sürecine katılımına yönelik literatür incelendiğinde, planlayıcılar tarafından ilgili paydaşın karar alma sürecine dahil edilmeden planlama sürecinin yürütülmesini ifade eden katılmama, ilgili paydaşın kendi görüşlerini ifade etmesine izin verildiği ancak karar alma sürecine dahil edilmediği bir planlama sürecini ifade eden sembolik katılım ve ilgili paydaşın karar alma sürecine tam olarak dahil edildiği bir katılım şeklini ifade eden üç farklı katılım şeklinin olduğu görülmektedir (Çevirgen ve Baltacı, 2020; Byrd, 2007; Tosun, 1999; Arnstein, 1969). Elbette, en ideal olan katılım şekli bir paydaş olarak yerel halkın aktif bir şekilde kendi motivasyon ve ihtiyaçlarını yansıtarak planlama sürecine tam olarak dahil olduğu katılım şekli olduğu söylenebilir. Yerel halkın bu şekilde turizm gelişiminin planlanması sürecine katılımının sağlanması, aşırı turizm riski taşıyan destinasyonlarda olumsuz etkilere yönelik somut tepkilerin ortaya çıkmadan önlenmesi açısından destinasyonlar için faydalı olacaktır.

Bu araştırmada elde edilen sonuçlar doğrultusunda aşağıda yer alan önerilerin karar alıcılar için yol gösterici nitelikte olabileceği düşünülmektedir.

- Yerel halkın mutluluğu onların turizm gelişimini desteklemesi için oldukça önemlidir. Dolayısıyla, aşırı turizm riski olan Alanya’da yerel halk tarafından algılanan maliyetler ve onların mutluluğunu etkileyen farklı boyutlardaki iyi oluşları yakından takip edilmelidir. Bu durum yerel halkın gelecekte de turizm gelişimini desteklemesi açısından önemlidir.
- Alanya’da yerel halk tarafından algılanan ekonomik, sosyal, kültürel ve fiziksel maliyetler onların maddi, toplumsal, duygusal ve sağlık ve güvenlik iyi oluşlarını olumsuz yönde etkilemektedir. Dolayısıyla, algılanan bu maliyetler dikkate alınarak, yerel halkın algıladığı turizmin olumsuz etkilerini en aza indireyecek ve onların yaşam kalitesini arttıracak sürdürülebilir politikaların devreye alınması uygun olacaktır. Bu politikalar devreye alındığında aşırı turizm riski nedeniyle ortaya çıkabilecek olası tepkiler önlenmiş olacaktır. Bu politikaların belirlenmesi

sürecinin, yerel halkın aktif katılımının sağlanacağı ve onların ihtiyaçlarının dikkate alınacağı bir sistem aracılığıyla yönetilmesi oldukça önemlidir. Bu süreç yönetilirken yerel halkın turizm gelişiminin planlanması sürecine katılımı kent konseyi mekanizması kullanılarak sağlanabilir.

- Alanya’da yerel halk tarafından algılanan ekonomik, sosyal, kültürel ve fiziksel faydalar onların maddi, toplumsal, duygusal ve sağlık ve güvenlik iyi oluşlarını olumlu yönde etkilemektedir. Dolayısıyla, Alanya’daki turizm sektörünün niceliğe dayalı politikalar yerine niteliğe dayalı politikalarla ekonomik bir faaliyet olarak desteklenmesi ve bu sektörün devamlılığının sağlanması oldukça önemlidir. Turizm sektörü, maddi imkanlar oluşturmaları, toplumsal ve kültürel gelişmeye destek olması ve fiziksel altyapının güçlendirilmesi gibi etkileri açısından yerel halk için büyük öneme sahiptir.
- Alanya’da yaşayan yerel halk tarafından algılanan ekonomik, sosyal, kültürel ve fiziksel maliyet değişkenleri ile yerel halkın maddi, toplumsal, duygusal ve sağlık ve güvenlik iyi oluşu değişkenleri arasındaki ilişkinin kış döneminde yaz dönemine göre daha güçlü olduğu görülmektedir. Bu durumun Alanya’nın mevsimsel özelliğe sahip turizm mal ve hizmeti sunması ile ilgili olabileceği düşünülmektedir. Dolayısıyla, Alanya destinasyonunda turizm faaliyetlerinin yıl geneline yayılması konusunda ürün çeşitlendirme ve yeniden pazar konumlandırması gibi gerekli çalışmaların yapılmasının oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Bu kapsamda, Alanya’daki turizm gelişiminin medikal, deniz suyu ile tedavi (thalassotherapy) ve üçüncü yaş turizmi gibi sağlık turizmi türleri, iklime uygun farklı spor aktivitelerinin gerçekleştirildiği spor turizmi türleri ve kültür, sanat, bilim, spor alanlarında gerçekleştirilecek faaliyetleri de içeren etkinlik turizmi türleri gibi deniz, kum, güneş temelli kıyı turizminden farklı turizm türlerine yatırım yapılacak şekilde planlanması gerekmektedir. Bu husus, Alanya’da kış döneminde oluşan ve mevsimselliğe dayalı olan atıl kapasite nedeniyle ortaya çıkan yetersiz turizm durumunun yaşanmasını önleyecektir.
- Son olarak, aşırı ve yetersiz turizm kaynaklı sorunların yaşandığı destinasyonlarda geliştirilen sürdürülebilir turizm politikaları yakından takip edilmelidir. Bu sayede, gelecekte Alanya’da ortaya çıkabilecek potansiyel etkiler hakkında fikir sahibi olunacak ve bu destinasyonların izlenmesi somut tepkilerin önlenmesi için proaktif politikaların geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

Araştırma sonuçlarının değerlendirilmesinde araştırmanın sınırlılıklarının da dikkate alınması oldukça önemlidir. Bu araştırmanın bulguları yaz ve kış dönemi olmak üzere iki ayrı dönemde raporlanmış olup, ortaya çıkan bulgular Alanya destinasyonu ve verinin toplandığı örneklem ve tarihlerle sınırlıdır. Ayrıca, mevcut araştırma gerçekleştirilirken, yaz döneminde veri toplama işlemlerine başlanmadan önce COVID-19 pandemisi ve Rusya-Ukrayna savaşı gibi uluslararası bazı krizler meydana gelmiştir. 2019 yılının son aylarından itibaren dünyayı etkisi altına COVID-19 pandemisi adı verilen bu kriz belli bir dönem uluslararası hareketliliğin kısıtlanmasına neden olmuştur. Yaşanan bu kriz sonrasında dünya genelinde ziyaretçi sayıları ve turizm gelirlerinde önemli ölçüde azalma yaşanmıştır (UNWTO, 2025). Bu kriz sonrasında turizm istatistiklerinin pandemi öncesindeki sayılara ulaşması zaman almıştır. Dolayısıyla, Alanya'daki ziyaretçi sayısının toparlanarak eski sayılara ulaşması da zaman almıştır. Bu nedenle araştırmanın veri toplama sürecinin bu pandemi sonrasında gerçekleştirilmiş olması sonuçlar değerlendirilirken göz ardı edilmemelidir. Buna ek olarak, 2022 yılının Şubat ayında başlayan Rusya-Ukrayna savaşı, araştırma sürecinde yaşanan diğer bir uluslararası kriz olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kriz sonucunda savaşın tarafı olan her iki ülkeden de hem Avrupa'nın farklı ülkelerine hem de Türkiye'ye göçler yaşanmıştır (Başçılar vd., 2022). Yaşanan bu göçlerin sonucunda göç edilen yerlerde mal ve hizmetlere yönelik gerçekleşen talep artışı oradaki ekonomik şartları, göç nedeniyle gerçekleşen kültürel etkileşimin ise sosyokültürel şartları etkilediği söylenebilir. Alanya'nın da bu göçten etkilendiği düşünüldüğünde, araştırmanın bu kriz sonrasında ortaya çıkan şartlar altında gerçekleştirilmiş olduğu unutulmamalıdır.

Gelecekte bu alanda yapılması planlanan araştırmalarda Alanya gibi kıyı turizmi destinasyonlarının yanı sıra aşırı turizm riski bulunan şehir destinasyonlarının da benzer şekilde ele alınması önerilmektedir. Ayrıca, aşırı ve yetersiz turizm kaynaklı sorunlarla karşılaşan destinasyonlarda benzer bir araştırma modeli tekrar test edilebilir. Özellikle aşırı turizm sorunları nedeniyle yerel halkın tepkisinin somut olarak ortaya çıktığı destinasyonlarda nitel araştırma yöntemi aracılığı ile turizm gelişiminden kaynaklanan ve yerel halkın yaşamını olumsuz etkileyen faktörlerin derinlemesine incelenmesinin bir gereklilik olduğu da söylenebilir. Bu araştırmanın sonuçları, gelecekte gerçekleştirilmesi planlanan araştırmalar ve Alanya'daki karar alıcılar için sürdürülebilir bir turizm planlamasının yapılması ve proaktif turizm politikalarının geliştirilmesi adına faydalı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

1. ABDT (Assemblea de Barris pel Decreixement Turístic [Turist Azalması İçin Mahalle Meclisi]). (2023, 27 Eylül). 27S announcement: celebrating World Tourism Day is celebrating the collapse. <https://assembleabarris.wordpress.com/2023/09/25/27s-concentra-accio-contra-la-celebracio-del-dia-mundial-del-turisme/>
2. Aksay, B., & Ay, Ü. (2016). Yapısal eşitlik modellemesi kapsamında formatif ve reflektif ölçüm. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 1-21. <https://dergipark.org.tr/en/pub/cagsbd/issue/44636/554502>
3. Alanya Ticaret ve Sanayi Odası. (2024). *Alanya Ekonomik Raporu 2023*. <https://www.altso.org.tr/yayinlarimiz/alanya-ekonomik-rapor/alanya-ekonomik-rapor-2023/>
4. Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001>
5. Antalya Valiliği. (2024). Alanya. <http://www.antalya.gov.tr/alanya>, Erişim tarihi: 03.12.2024.
6. APA (American Psychological Association) Dictionary of Psychology. (2021a, 22 Aralık). *Life satisfaction*. <https://dictionary.apa.org/life-satisfaction>
7. APA (American Psychological Association) Dictionary of Psychology. (2021b, 22 Aralık). *Happiness*. <https://dictionary.apa.org/happiness>
8. APA (American Psychological Association) Dictionary of Psychology. (2021c, 22 Aralık). *Eudaimonic well-being*. <https://dictionary.apa.org/eudaimonic-well-being>
9. APA (American Psychological Association) Dictionary of Psychology. (2021d, 22 Aralık). *Hedonic well-being*. <https://dictionary.apa.org/hedonic-well-being>
10. APA (American Psychological Association) Dictionary of Psychology. (2025, 04 Şubat). *Self-development*. <https://dictionary.apa.org/self-development>
11. Arnstein, S. R. (1969) A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 35(4), 216-224. <https://doi.org/10.1080/01944366908977225>
12. Avcı, N. (2018). Turizmin yöre halkının yaşam kalitesine etkileri: çeşme ilçesi örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(2), 164-174. <https://doi.org/10.17123/atad.488213>
13. Avcıkurt, C. (2020). *Turizm sosyolojisi: genel ve yapısal yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.

14. Aydın, B., & Aksöz, E. O. (2022). Küçük turizm destinasyonlarının gelişim sürecinin destinasyon yaşam döngüsü modeli kapsamında incelenmesi: kaş örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 9(1), 115-136. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1944084>
15. Barač–Miftarević, S. (2023). Undertourism vs. overtourism: a systematic literature review. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 71(1), 178-192. <https://doi.org/10.37741/t.71.1.11>
16. Başçılar, M., Karakaş, M., & PakGüre, M. D. (2022). Rusya-Ukrayna savaşı, zorunlu göç ve insani koridorlar: sosyal hizmet bağlamında bir değerlendirme. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 11(2), 794-805. <https://doi.org/10.37989/gumussagbil.1095252>
17. Baydeniz, E., Dogru, T., Wei, W., & Mody, M. (2025). Organizational characteristics, ethical leadership, and employee job performance: An investigation from the lenses of appraisal responses to the behavioral outcomes model. *International Journal of Hospitality Management*, 130, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104257>
18. BBC. (2018, 17 Ağustos). *İspanya'da anti-kapitalist eylemcilerden turistlere 'çağrı': Otelinizin balkonundan aşağı atlayın*. BBC News Türkçe. 30 Haziran 2019 tarihinde <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-45217916> adresinden erişildi.
19. Beeton, S. (2005). *Film-induced Tourism*. Clevedon: Channel View Publications.
20. Beeton, S. (2006). *Community Development through Tourism*. Collingwood: Landlinks Press.
21. Behera, D. K., Rahut, D. B., Padmaja, M., & Dash, A. K. (2024). Socioeconomic determinants of happiness: empirical evidence from developed and developing countries. *Journal of Behavioral and Experimental Economics* (109), 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2024.102187>
22. Berbekova, A., & Uysal, M. (2021). Wellbeing and quality of life in tourism. J. Wilks, D. Pendergast, P. A. Leggat, & D. Morgan (Ed.), *Tourist health, safety and wellbeing in the new normal içinde* (s. 243-268). Singapore: Springer.
23. Berbekova, A., Uysal, M., & Assaf, A. G. (2024). Quality of life and public policy development for tourism destinations. *Cornell Hospitality Quarterly*, 65(1), 34-43. <https://doi.org/10.1177/19389655231182089>
24. Bimonte, S., & Faralla, V. (2012). Tourist types and happiness a comparative study in Maremma, Italy. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 1929-1950. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.05.026>
25. Blázquez-Salom, M., Cladera, M., & Sard, M. (2023). Identifying the sustainability indicators of overtourism and undertourism in Majorca. *Journal of*

26. Bol, K. E., Kızılırmak, İ., & Yumuk, Y. (2022). Covid-19 salgınının turizm talebi üzerine etkilerinin “undertourism” kavramı kapsamında değerlendirilmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 6(2), 412-420. <https://dergipark.org.tr/en/pub/gastoria/issue/73234/1122212>
27. Bremner, R. H. (2011). *Theories of happiness on the origins of happiness and our contemporary conception*. [Yayımlanmamış Doktora Tezi] Universitäts-und Landesbibliothek Bonn.
28. Brülde, B. (2007). Happiness theories of the good life. *Journal of Happiness Studies*, 8, 15-49. <https://doi.org/10.1007/s10902-006-9003-8>
29. Brülde, B. (2023). Hedonism. F. Maggino (Ed.), *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research* içinde (s. 3095-3099). Cham: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-17299-1_1282
30. Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management* (21), 97-116. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
31. Buitrago-Esquinas, E. M., Foronda-Robles, C., & Yñiguez-Ovando, R. (2023). A literature review on overtourism to guide the transition to responsible tourism. *Revista de Estudios Andaluces* (45), 71-90. <https://doi.org/10.12795/rea.2023.i45.04>
32. Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5-12. <https://doi.org/10.21832/9781845410278-007>
33. Butler, R. (2018). Challenges and opportunities. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 10(6), 635-641. <https://doi.org/10.1108/WHATT-07-2018-0042>
34. Butler, R. W., & Dodds, R. (2024). Overtourism: trends, issues, impacts and implications. A. M. Morrison, & D. Buhalis, *Routledge Handbook of Trends and Issues in Global Tourism Supply and Demand* içinde (s. 246-255). Oxon: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003260790-26>
35. Byrd, E. T. (2007). Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: applying stakeholder theory to sustainable tourism development. *Tourism Review*, 62(2), 6-13. <https://doi.org/10.1108/16605370780000309>
36. Cambridge Dictionary. (2025, 2 Mayıs). *Overtourism*. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/overtourism>
37. Carneiro, M. J., & Eusébio, C. (2015). Host-tourist interaction and impact of tourism on residents' quality of life. *Tourism & Management Studies*, 11(1), 25-34. <https://tmstudies.net/index.php/ectms/article/view/754/2408>

38. Çelik, M. N. (2019). *Sürdürülebilir turizm gelişiminde konaklama işletmelerinin rolü: Alanya bölgesinde bir uygulama* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi.
39. Çelik, M. N., & Çevirgen, A. (2021). The role of accommodation enterprises in the development of sustainable tourism. *Journal of Tourism and Services*, 12(23), 181-198. <https://doi.org/10.29036/jots.v12i23.264>
40. Çelik, M. N., & Çevirgen, A. (2024). Sustainable tourism policies and overtourism risk in destination management: the case of alanya. *Journal of Tourism, Sustainability and Well-Being*, 12(1), 48-64. <https://doi.org/10.34623/pzhg-jt72>
41. Çevirgen, A. & Baltacı, F. (2020). Yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik farkındalık düzeyinin ve katılım tipolojisinin belirlenmesi. M. Bayram (Ed.), 6. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu Bildiri Kitabı* içinde (s. 428-438). Ankara: Detay Yayıncılık.
42. Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (Second Edition). New York: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
43. Collado-González, J. C., Alonsopérez-Chiossi, M. J., Alcalá-Ordóñez, A., & Zapata-Aguirre, S. (2025). Second homes tourism: a literature review from an economic perspective. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1-37. <https://doi.org/10.1080/19407963.2025.2475958>
44. Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and Practice* (Fourth Edition). Harlow, Essex: Pearson Education Limited.
45. Creswell, J. W. (2016). *Araştırma Deseni Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları*. Ankara: Eğiten Kitap Yayıncılık.
46. Demir, C., & Çevirgen, A. (2006). *Turizm ve Çevre Yönetimi Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
47. Diener, E. (2008). Myths in the science of happiness, and directions for future research. M. Eid, & R. J. Larsen (Ed.), *The Science of Subjective Well-being* içinde (s. 493-514). New York: The Guilford Press.
48. Diener, E., & Sim, J. H. (2025). Happiness/subjective well-being. A. Scarantino (Ed.), *Emotion Theory: The Routledge Comprehensive Guide Volume II: Theories of Specific Emotions and Major Theoretical Challenges* içinde (s. 199-217). New York: Routledge.
49. Diener, E., Oishi, S., & Tay, L. (2018). Advances in subjective well-being research. *Nature Human Behaviour*, 2, 253-260. <https://doi.org/10.1038/s41562-018-0307-6>

50. Dodds, R., & Butler, R. (2019). The phenomena of overtourism: a review. *International Journal of Tourism Cities*, 5(4), 519-528. <https://doi.org/10.1108/IJTC-06-2019-0090>
51. Dwyer, L. (2023a). Why tourism economists should treat resident well-being more seriously. *Tourism Economics*, 29(8), 1975-1994. <https://doi.org/10.1177/1354816622112>
52. Dwyer, L. (2023b). Tourism development to enhance resident well-being: a strong sustainability perspective. *Sustainability*, 15, 1-16. <https://doi.org/10.3390/su15043321>
53. Dwyer, L. (2024a). 'Measuring what matters': resident well-being and the tourism policy cycle. *Sustainability*, 16(22), 1-19. <https://doi.org/10.3390/su16229718>
54. Dwyer, L. (2024b). Tourism degrowth and resident well-being. *Journal of Tourism, Sustainability and Well-Being*, 12(3), 206-225. <https://doi.org/10.34623/s9m9-gq43>
55. Eslami, S., Khalifah, Z., Mardani, A., Streimikiene, D., & Han, H. (2019). Community attachment, tourism impacts, quality of life and residents' support for sustainable tourism development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(9), 1061-1079. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1689224>
56. Feldman, F. (2019). An improved whole life satisfaction theory of happiness? *International Journal of Wellbeing*, 9(2), 1-7. <https://doi.org/10.5502/ijw.v9i2.762>
57. Frey, B. S. (2018). *Economics of Happiness*. Cham: Springer.
58. Frey, B. S. (2020). What are the opportunities for future happiness research? *International Review of Economics*, 67, 5-12. <https://doi.org/10.1007/s12232-019-00318-9>
59. Garau-Vadell, J. B., Gutierrez-Taño, D., & Diaz-Armas, R. (2018). Economic crisis and residents' perception of the impacts of tourism in mass tourism destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 7, 68-75. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.08.008>
60. Gomantak Times. (2025, 25 Nisan). Overtourism in Goa: balancing economy and cultural preservation. <https://www.gomantaktimes.com/opinion/overtourism-in-go-a-balancing-economy-and-cultural-preservation>
61. Gowreesunkar, V. G., & Thanh, T. V. (2020). Between overtourism and under-tourism: impacts, implications, and probable solutions. H. Seraphin, T. Gladkikh, & T. V. Thanh (Ed.), *Overtourism Causes, Implications and Solutions* içinde (s. 45-68). Cham: Springer Nature Switzerland AG.

62. Gürbüz, S., & Şahin, F. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe-Yöntem-Analiz*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
63. Hadinejad, A., Moyle, B. D., Scott, N., Kralj, A., & Nunkoo, R. (2019). Residents' attitudes to tourism: a review. *Tourism Review*, 74(2), 150-165. <https://doi.org/10.1108/TR-01-2018-0003>
64. Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
65. Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: SAGE Publications.
66. Hall, A. (2023). Life Satisfaction, Concept of. F. Maggino (Ed.), *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research* içinde (s. 3895-3898). Cham: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-17299-1_1649
67. Haybron, D. M. (2001). Happiness and Pleasure. *Philosophy and Phenomenological Research*, 62(3), 501-528. <https://doi.org/10.1111/j.1933-1592.2001.tb00072.x>
68. Haybron, D. M. (2003). What do we want from a theory of happiness? *Metaphilosophy*, 34(3), 305-329. <https://doi.org/10.1111/1467-9973.00275>
69. Haybron, D. M. (2008). Philosophy and the Science of Subjective Well-Being. M. Eid, & R. J. Larsen (Ed.), *The Science of Subjective Well-being* içinde (s. 17-43). New York: The Guildford Press.
70. Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science* (43), 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
71. Hughes, N. (2018). 'Tourists go home': anti-tourism industry protest in Barcelona. *Social Movement Studies*, 17(4), 471-477. <https://doi.org/10.1080/14742837.2018.1468244>
72. Icoz, O., & Icoz, O. (2019). Economic impacts of tourism. D. Gursoy, & R. Nunkoo (Ed.), *The Routledge Handbook of Tourism Impacts* içinde (s. 95-108). Oxon: Routledge. Retrieved from <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781351025102-8/economic-impacts-tourism-orhan-icoz-onur-icoz>
73. Jordan, P., Pastras, P., & Psarros, M. (2018). *Managing Tourism Growth in Europe. The ECM Toolbox*. Dijon: European Cities Marketing. <https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-107272/2018-Managing%20Tourism%20Growth%20in%20Europe%20The%20ECM%20Toobox.pdf>

74. Jurowski, C., Uysal, M., & Williams, D. R. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research*, 36(2), 3-11. <https://doi.org/10.1177/004728759703600202>
75. Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism Management*, 36, 527-540. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.005>
76. Kim-Prieto, C., Diener, E., Tamir, M., Scollon, C., & Diener, M. (2005). Integrating the diverse definitions of happiness: a time-sequential framework of subjective well-being. *Journal of Happiness Studies*, 6, 261-300. <https://doi.org/10.1007/s10902-005-7226-8>
77. Kıroğlu, B. S., & Yıldırım, K. (2022). Mutluluk ve belirleyicileri: Türkiye için bir analiz. *Journal of Emerging Economies and Policy*, 7(2), 50-70. <https://dergipark.org.tr/en/pub/joeep/issue/69748/1144305>
78. Koçoğlu, C. M., & Özkul, E. (2016). Turizmin ekonomik, sosyal ve fiziksel çevre ilişkisi. N. Hacıoğlu, M. Bozkurt, & B. Şahin (Ed.), *Genel Turizm içinde* (s. 145-170). Çanakkale: Paradigma Akademi.
79. Koh, E., Fakfare, P., & Pongwat, A. (2022). The limits of Thai hospitality – perceived impact of tourism development on residents' well-being in Chiang Mai. *International Journal of Tourism Cities*, 8(1), 187-209. <https://doi.org/10.1108/IJTC-03-2020-0055>
80. Leiper, N. (1981). Towards a cohesive curriculum in tourism the case for a distinct discipline. *Annals of Tourism Research*, 69-84. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(81\)90068-2](https://doi.org/10.1016/0160-7383(81)90068-2)
81. Lenzen, M., Sun, Y.-Y., Faturay, F., Ting, Y.-P., Geschke, A., & Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8, 522-528. <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>
82. Lin, Z., Chen, Y., & Filieri, R. (2017). Resident-tourist value co-creation: the role of residents' perceived tourism impacts and life satisfaction. *Tourism Management*, 61, 436-442. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.02.013>
83. Litavniece, L., Silicka, I., Garanti, Z., Berjozkina, G., & Kolongou, S. (2021). Under-tourism regions and destinations: what are their opportunities to succeed? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 13(6), 763-772. <https://doi.org/10.1108/WHATT-07-2021-0097>
84. Liu, H., & Da, S. (2020). The relationships between leisure and happiness-a graphic elicitation method. *Leisure Studies*, 39(1), 111-130. <https://doi.org/10.1080/02614367.2019.1575459>
85. Majeed, S., & Ramkissoon, H. (2020). Health, wellness, and place attachment during and post health pandemics. *Frontiers in Psychology*, 11, 1-13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.573220>

86. Martiny, J. (2024, 19 Eylül). *Cities start fighting rental crisis triggered by overtourism*. <https://www.dw.com/en/cities-start-fighting-rental-crisis-triggered-by-overtourism/a-70228085>
87. Mathew, P. V., & Nimmi, P. M. (2022). Sustainable tourism development: discerning the impact of responsible tourism on community well-being. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 5(5), 987-1001. <https://doi.org/10.1108/JHTI-02-2021-0052>
88. Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Essex: Longman Scientific & Technical.
89. McKinsey & Company and World Travel & Tourism Council. (2017). *Coping with success: managing overcrowding in tourism destinations*. <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/coping-with-success-managing-overcrowding-in-tourism-destinations>
90. Mihalic, T. (2020). Conceptualising overtourism: a sustainability approach. *Annals of Tourism Research* (84), 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103025>
91. Mikulić, J., Vizek, M., Stojčić, N., Payne, J. E., Časni, A. Č., & Barbić, T. (2021). The effect of tourism activity on housing affordability. *Annals of Tourism Research*, 90, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103264>
92. Milne, S. (1990). The impact of tourism development in small pacific island states: an overview. *New Zealand Journal of Geography*, 16-21. <https://doi.org/10.1111/j.0028-8292.1990.tb00283.x>
93. Modi, N. (2024). Knowledge, skills, and attitudes: competencies for sustainable tourism. A. Sharma (Ed.), *International Handbook of Skill, Education, Learning, and Research Development in Tourism and Hospitality*, Springer International Handbooks of Education içinde (s. 725-744). Singapore: Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-97-4318-6_48
94. Nawijn, J., & Mitas, O. (2012). Resident attitudes to tourism and their effect on subjective well-being: the case of Palma de Mallorca. *Journal of Travel Research*, 51(5), 531-541. <https://doi.org/10.1177/0047287511426482>
95. Neal, J. D., Sirgy, M. J., & Uysal, M. (1999). The role of satisfaction with leisure travel/tourism services and experience in satisfaction with leisure life and overall life. *Journal of Business Research*, 44(3), 153-163. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00197-5](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00197-5)
96. Omay, M. (2022). Feldman'ın mutlulukla ilgili tutumsal hazcılık teorisi. *FLSF (Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi)* (34), 321-338. <https://doi.org/10.53844/flsf.1166502>

97. Ozturk, A. B., Ozer, O., & Çalışkan, U. (2015). The relationship between local residents' perceptions of tourism and their happiness: a case of Kusadasi, Turkey. *Tourism Review*, 70(3), 232-242. <https://doi.org/10.1108/TR-09-2014-0053>
98. Peeters, P., G. S., Klijs, J., Milano, C., Novelli, M., Dijkmans, C., . . . Postma, A. (2018). *Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses*. Brussels: European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies.
99. Ribeiro, M. A., Valle, P. O., & Silva, J. A. (2013). Residents' attitudes towards tourism development in Cape Verde Islands. *Tourism Geographies*, 15(4), 654-679. <https://doi.org/10.1080/14616688.2013.769022>
100. Rivera, M., Croes, R., & Lee, S. H. (2016). Tourism development and happiness: a residents' perspective. *Journal of Destination Marketing & Management*, 5, 5-15. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.04.002>
101. Robina-Ramírez, R., Ravina-Ripoll, R., & Castellano-Álvarez, F. J. (2023). The trinomial health, safety and happiness promote rural tourism. *BMC Public Health*, 23, 1-16. <https://doi.org/10.1186/s12889-023-15849-8>
102. Romão, J. (2024). Smart specialisation and the life cycle of destinations: an evolutionary approach. R. Butler (Ed.), *The Tourism Area Life Cycle: Review, Relevance and Revision* içinde (s. 171-187). Bristol: Channel View Publications.
103. Roney, S. A. (2018). *Turizm: Bir Sistemin Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
104. Rossi, M. (2018). Happiness, pleasures, and emotions. *Philosophical Psychology*, 31(6), 898-919. <https://doi.org/10.1080/09515089.2018.1468023>
105. Ruggieri, G., Calo, P., & Orthodoxou, K. (2020). Overtourism and undertourism: ICT in island development policy. W. Sheng, Z. Ping, J. Randall, & L. Brinklow (Ed.), *Annual Report on Global Islands 2019* içinde (s. 85-108). Charlottetown: Island Studies Press.
106. Samavati, S., & Veenhoven, R. (2024). Happiness in urban environments: what we know and don't know yet. *Journal of Housing and the Built Environment* (39), 1649-1707. <https://doi.org/10.1007/s10901-024-10119-4>
107. Scalabrini, E., & Remoaldo, P. C. (2022). Residents' perception of tourism: a systematic review from 1978 to 2019. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, 58, 31-44. <https://doi.org/10.12775/bgss-2022-0032>
108. Selim, S. (2008). Life satisfaction and happiness in Turkey. *Social Indicators Research*, 88, 531-562. <https://doi.org/10.1007/s11205-007-9218-z>
109. Séraphin, H., Gladkikh, T., & Thanh, T. V. (2020). *Overtourism causes, implications, and solutions*. Cham: Palgrave Macmillan.

110. Sirgy, M. J. (2018). The psychology of material well-being. *Applied Research in Quality of Life* (13), 273–301. <https://doi.org/10.1007/s11482-017-9590-z>
111. Sirgy, M. J., Widgery, R. N., Lee, D.-J., & Yu, G. B. (2010). Developing a measure of community well-being based on perceptions of impact in various life domains. *Social Indicators Research* (96), 295-311. <https://doi.org/10.1007/s11205-009-9479-9>
112. Sizer, L. (2010). Good and good for you: an affect theory of happiness. *Philosophy and Phenomenological Research*, 80(1), 133-163. <https://doi.org/10.1111/j.1933-1592.2009.00313.x>
113. Song, Q., & Wondirad, A. (2023). Demystifying the nexus between social media usage and overtourism: evidence from Hangzhou, China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 28(4), 364-385. <https://doi.org/10.1080/10941665.2023.2230313>
114. Spilanis, I., Le Tellier, J., & Vayanni, H. (2012). *Towards an observatory and a “quality label” for sustainable tourism in the Mediterranean. (Blue Plan Papers 12)*. Valbonne, France: Plan Bleu/ UNEP/ MAP Regional Activity Center. https://planbleu.org/wp-content/uploads/2012/06/Cahier12_destinations_EN.pdf
115. Stienmetz, J. L., Liu, A., & Tussyadiah, I. P. (2022). Impact of perceived peer to peer accommodation development on community residents’ well-being. *Current Issues in Tourism*, 25(21), 3481-3499. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1797644>
116. Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. Oxon: CABI Publishing.
117. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2025). *2022-2024 Yılları Aylık İl İlçe Bazlı Konaklama İstatistikleri*. Ankara.
118. Tam, P. S., Lei, C. K., & Zhai, T. (2023). Investigating the bidirectionality of the relationship between residents’ perceptions of tourism impacts and subjective wellbeing on support for tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(8), 1852-1868. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2071911>
119. Tankovic, A. C., Kapes, J., & Benazic, D. (2023). Measuring the importance of communication skills in tourism. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 36(1), 460-479. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2077790>
120. Thapa, K., King, D., Banhalimi-Zakar, Z., & Diedrich, A. (2022). Nature-based tourism in protected areas: a systematic review of socio-economic benefits and costs to local people. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 29(7), 625-640. <https://doi.org/10.1080/13504509.2022.2073616>
121. The Economist. (2024, 11 Aralık). *Carbon emissions from tourism are rising disproportionately fast*. <https://www.economist.com/science-and->

[technology/2024/12/11/carbon-emissions-from-tourism-are-rising-disproportionately-fast?utm_medium=cpc.adword.pd&utm_source=google&ppccampaignID=18151738051&ppcadID=&utm_campaign=a.22brand_pmax&utm_content=conversion.d](https://www.technology/2024/12/11/carbon-emissions-from-tourism-are-rising-disproportionately-fast?utm_medium=cpc.adword.pd&utm_source=google&ppccampaignID=18151738051&ppcadID=&utm_campaign=a.22brand_pmax&utm_content=conversion.d)

122. Tosun, C. (1999). Towards a typology of community participation in the tourism development process. *Anatolia*, 10(2), 113-134. <https://doi.org/10.1080/13032917.1999.9686975>
123. TTW (Travel and Tour World). (2025, 9 Nisan). Aşırı Turizm İspanya, İtalya, Hollanda, Hırvatistan, İzlanda, İsviçre ve Çek Cumhuriyeti Seyahat Endüstrisini Nasıl Kaynatıyor, Yaz ve Paskalya Öncesi Avrupa Turizm Sektöründe Yeni Güncelleme. https://www.travelandtourworld.com.tr/haber/g%C3%B6r%C5%9F%C4%B1r%C4%B1-turizm-ıspanya-italya-hollanda-h%C4%B1rvatistan-izlanda-isvi%C3%A7re-ve-%C3%A7ek-cumhuriyeti%27ni-nas%C4%B1l-kaynat%C4%B1yor-seyahat-end%C3%BCstrisi-yaz-ve-paskalya-%C3%B6ncesi-avrupa-turizm-sekt%C3%B6r%C3%BC-hakk%C4%B1nda-yeni-g%C3%BCncelleme/#google_vignette
124. TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu). (2024). *Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları*. <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr> Erişim tarihi: 05.09.2024
125. UNWTO (United Nations World Tourism Organization); Centre of Expertise Leisure & Hospitality; Breda University of Applied Sciences; and NHL Stenden University of Applied Sciences. (2018). *'Overtourism'? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*. Madrid: UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284420070>
126. UNWTO (United Nations World Tourism Organization). (2025, 25 Mayıs). Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism. <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>
127. UNWTO (United Nations World Tourism Organization). (2025, 20 Haziran). *UN Tourism Data Dashboard*. <https://www.unwto.org/tourism-data/un-tourism-tourism-dashboard>
128. Usta, Ö. (2016). *Turizm: Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
129. Veenhoven, R. (2000). The four qualities of life ordering concepts and measures of the good life. *Journal of Happiness Studies*, 1, 1-39. <https://doi.org/10.1023/A:1010072010360>
130. Veenhoven, R. (2003). Hedonism and happiness. *Journal of Happiness Studies* (4), 437-457. <https://doi.org/10.1023/B:JOHS.0000005719.56211.f0>

131. Veenhoven, R. (2008). Sociological theories of subjective well-being. M. Eid, & R. J. Larsen (Ed.), *The Science of Subjective Well-Being* içinde (s. 44-61). New York: The Guilford Press.
132. Veenhoven, R. (2012). Happiness, also known as “life satisfaction” and “subjective well-being”. K. C. Land, A. C. Michalos, & M. J. Sirgy (Ed.), *Handbook of Social Indicators and Quality of Life Research* içinde (s. 63-78). London: Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-007-2421-1_3
133. Veenhoven, R. (2023). Happiness. F. Maggino (Ed.), *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research* içinde (s. 2896-2901). Cham: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-17299-1_1224
134. Wall, G. (2020). From carrying capacity to overtourism: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 212-215. <https://doi.org/10.1108/TR-08-2019-0356>
135. Wall, G., & Mathieson, A. (2006). *Tourism: Change, Impacts and Opportunities*. Essex: Pearson Education Limited.
136. Wang, R., Dai, M., Ou, Y., & Ma, X. (2021). Residents’ happiness of life in rural tourism development. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100612>
137. Wang, S., Berbekova, A., & Uysal, M. (2021). Is this about feeling? The interplay of emotional well-being, solidarity, and residents’ attitude. *Journal of Travel Research*, 60(6), 1180-1195. <https://doi.org/10.1177/00472875209388>
138. Weaver, D., & Lawton, L. (2006). *Tourism Management (3rd edition)*. Milton: John Wiley & Sons.
139. Woo, E., Kim, H., & Uysal, M. (2015). Life satisfaction and support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 50, 84-97. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.11.001>
140. Yıldız, E. (2024). *SmartPLS ile Yapısal eşitlik Modellemesi (3. Baskı)*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
141. Yılmaz, V., Kınaş, Y., & Olgaç, S. (2024). *SmartPLS 4 ile Yapısal Eşitlik Modellemesi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

EK-1 – KIŞ DÖNEMİ ANKET FORMU



ANKET FORMU

Sayın Katılımcı,

Bu soru formu, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda yürütülen doktora tezi kapsamında turizmin etkileri, yerel halkın mutluluğu ve turizm gelişimine destek düzeyi arasındaki ilişkinin belirlenmesi ile ilgili gerçekleştirilen araştırmanın kiş dönem (sezon dışı) uygulamasıdır. Bu araştırma kapsamında verilecek cevaplar akademik bir amaç için kullanılacak olup, araştırmaya katılımınız gönüllülük esasına dayalıdır. Araştırma kapsamında toplanan kişisel verileriniz kesinlikle gizli tutulacaktır.

Katılımınız için teşekkür eder, saygılar sunarız.
Dr. Öğr. Üyesi Aydın ÇEVİRGEN (Danışman)
ALKÜ Turizm Fakültesi

Arş. Gör. Muhammet Necati ÇELİK
ALKÜ Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

☒ Araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul ediyorum. ☐

Aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi "X" işareti ile belirtiniz. <u>Lütfen değerlendirmenizi ALANYA DESTİNASYONU</u> <u>ÖZELİNDE ve KİŞ DÖNEMİNİ (SEZON DIŞINI) düşünerek</u> <u>vapınız.</u>		Kesinlikle Katılmıyorum					Kesinlikle Katılıyorum	
		1	2	3	4	5	6	7
1	Turizm sektörü yerel halk için geniş iş fırsatları ve profesyonel/mesleki gelişme imkanları sağlamaktadır.							
2	Turizm, halkın gelir düzeyinde ve ücretlerinde makul bir artış sağlamaktadır.							
3	Turizm yerel/merkezi yönetimler için önemli vergi geliri sağlamakta ve yatırımları çekmektedir.							
4	Turizm sayesinde daha fazla park, yüzme, yürüyüş ve spor alanları gibi eğlence ve boş zaman faaliyeti seçeneği oluşmaktadır.							
5	Turizm, su, elektrik, toplum merkezleri gibi günlük yaşamda ihtiyaç duyulan temel hizmetlerin iyileştirilmesini teşvik eder.							
6	Turizm sayesinde sağlık ve eğitimde olduğu kadar diğer genel sosyal alanlarda da iyileşmeler görülmektedir.							
7	Turizm, geleneklerimizi tanıtarak kültürel ve tarihi sergiler yaratmaya ve bu değerlerin korunarak yaşatılmasına yardımcı olmaktadır.							
8	Turizm Alanya'da farklı kültürlerin anlaşılmasına ve tanınmasına destek olmaktadır.							
9	Turizm Alanya'daki insanların kendi kültürel kimliklerinin değerini bilmelerini teşvik eder.							
10	Alanya'da turizm gelişiminin olduğu bölgelerde uyumlu bir kentsel yapı devamlı olarak korunmaktadır.							
11	Alanya'da turizm sayesinde doğal alanlar korunmakta ve bu alanların bakımı yapılmaktadır.							
12	Diğer ekonomik faaliyetlere kıyasla turizm çevreyi daha az kirletir ve çevreye karşı daha saygılıdır.							
13	Turizm çoğunlukla garantisi olmayan ve çok istenmeyen iş imkanları sağlamaktadır.							
14	Turizm faaliyetleri Alanya'daki ürünlerin fiyatlarını ve yaşam maliyetlerini arttırmaktadır.							
15	Turizm faaliyetleri Alanya'daki ev ve arazi maliyetlerini arttırmaktadır.							
16	Turizm faaliyetlerinin Alanya'daki güvenlik sorunlarının büyümesinde payı bulunmaktadır (Suç oranlarının artması vb.).							
17	Turizm Alanya'daki trafik sıkışıklığının artmasının en büyük nedenidir.							
18	Turizm gelişimi Alanya'da daha önce var olan huzur ve yaşam kalitesinin kaybolmasına neden olmuştur.							
19	Turistler Alanya'ya geldiğinde, yerel halkın günlük yaşamı olumsuz etkilenmektedir.							
20	Turizm yerel kültürün ve kimliğin kaybolmasına neden olmaktadır.							
21	Alanya'da yaşayan biri turizm yüzünden kendini bir yabancı gibi hissetmektedir.							
22	Turizm Alanya'da önemli atık ve kirlilik sorunlarına neden olmaktadır (çöp, gürültü kirliliği vb.)							

Lütfen Arka Sayfaya Geçiniz

Aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi "X" işareti ile belirtiniz. Lütfen değerlendirmenizi ALANYA DESTİNASYONU ÖZELİNDE ve KIS DÖNEMİNİ (SEZON DIŞINI) DÜŞÜNEREK yapınız.		Kesinlikle Katılmıyorum ←					→ Kesinlikle Katılıyorum	
		1	2	3	4	5	6	7
23	Turizm, Alanya'daki yerel ekosistemin, iç kesimlerin, dağ ve kıyı kesimlerinin erozyona uğramasına ve tahribatına neden olmaktadır.							
24	Turizm su gibi doğal kaynakları aşırı tüketmekte ve bu kaynakların kullanılabilirliğini tehlikeye atmaktadır.							
25	Alanya'ya daha fazla turist çekilmelidir.							
26	Alanya bir dünya turizm ve eğlence merkezi olarak geliştirilmelidir.							
27	Alanya'yı ziyaret eden turistleri memnuniyetle karşılarım.							
28	Turizm gelişimini desteklemek niyetindeyim.							
29	Yerel yönetimin turizmle ilgili kararlarını desteklerim.							

Aşağıdaki ifadelerden memnun olma durumunuzu "X" işareti ile belirtiniz. Lütfen değerlendirmenizi ALANYA DESTİNASYONU ÖZELİNDE ve KIS DÖNEMİNİ (SEZON DIŞINI) DÜŞÜNEREK yapınız.		Hiç Memnun Değilim ←					→ Çok Memnunuz	
		1	2	3	4	5	6	7
1	Alanya'daki emlak fiyatlarından							
2	Alanya'daki yaşam maliyetinden							
3	Alanya'da temel ihtiyaçlarımı karşılayabilme durumundan							
4	Mevcut gelirimden							
5	Ekonomik güvenliğimden							
6	Ailemin gelirinden							
7	Yan gelirlerimden							
8	Yaşadığınız toplumun içinde bulunduğu çevre şartlarından							
9	Alanya'da yaşayan insanlardan							
10	Alanya'da sunulan hizmetlerden ve tesislerden							
11	Alanya'daki toplum hayatından							
12	Alanya'daki toplu ulaşım imkanlarından							
13	Alanya'daki boş zamanımı değerlendirme durumundan							
14	Alanya'da sunulan boş zaman aktivitelerinden							
15	Alanya'da yaşanan turist akımından							
16	Alanya'daki sosyal hayatımdan							
17	Alanya'da sunulan dini hizmetlerden							
18	Alanya'da sahip olunan mevcut kültürün korunmasından							
19	Alanya'daki turistlerden ve onların kültürel görünümünden							
20	Sosyal statümden							
21	Ruhsal/ Manevi yaşamımdan							
22	Alanya'daki su kaynaklarının (baraj, deniz vb.) kalitesinden							
23	Alanya'daki sağlık tesislerinden							

Aşağıdaki ifadelerden memnun olma durumunuzu "X" işareti ile belirtiniz. Lütfen değerlendirmenizi ALANYA DESTİNASYONU ÖZELİNDE ve KIS DÖNEMİNİ (SEZON DIŞINDA) DÜŞÜNEREK yapınız.		Hiç Memnun Değilim Çok Memnunum						
		1	2	3	4	5	6	7
24	Alanya'daki sağlık hizmetlerinin kalitesinden							
25	Alanya'daki hava kalitesinden							
26	Alanya'daki atıkların/çöplerin yönetiminden							
27	Alanya'daki çevre kalitesinden							
28	Alanya'daki çevre temizliğinden							
29	Alanya'daki toplumsal emniyet ve güvenlik							
30	Alanya'da yaşanan toplumsal kaza ve suç oranlarından							
31	Alanya'daki mevcut iş fırsatlarından							
32	Alanya'da sunulan bilgi ve profesyonel beceri edinme imkanlarından							
33	Hissettiğim kişisel başarı duygusundan							
34	Alanya'da turizmin genel olarak hayatım üzerindeki etkisinden							
35	Alanya'da yaşamaktan							
36	Yaşamımdan mutlu olma durumumdan							

KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ**1)Cinsiyetiniz:**

() Kadın () Erkek

2)Medeni durumunuz:

() Bekar () Evli () Boşanmış

3)Yaşınız:**4)Turizm sektörü ile ekonomik bağınız:**

() Doğrudan turizm sektörü ile ilgili bir işte çalışıyorum
(Konaklama işletmesi, seyahat acentası, restoran, bar, araba kiralama vb.)

() Dolaylı olarak turizm sektöründen kazanç sağlayan bir işte çalışıyorum (Birincil müşteri grubu turistler olmayıp hem yerel halka hem de turiste hizmet veren bir iş kuaför, alışveriş merkezleri vb.)

() Turizm sektöründe çalışmıyorum.

() Herhangi bir işte çalışmıyorum.

5) Mesleğiniz:

.....

6) Alanya'yı ziyaret eden turistlerle iletişime geçme düzeyinizi belirtiniz.

() Sürekli () Nadiren () Hiç

7)Aylık geliriniz:

() Gelirim yok () 10000TL ve altı

() 10001TL – 15000TL () 15001TL – 20000TL

() 20001TL – 25000TL () 25001TL ve üstü

8) Kaç yıldır Alanya'da ikamet ediyorsunuz?

5 yıl () 6-10 yıl () 11 yıl ve üzeri ()

9)Alanya'da ikamet ettiğiniz mahalle:

() Avsallar () Hacet () Okurcalar
() Büyükhırsbahçe () Hacımehmetli () Payallar
() Çarşı () İncekum () Saray
() Cıkıllı () Kadipaşa () Şekerhane
() Çıplaklı () Kargıcak () Sugözü
() Cumhuriyet () Kestel () Toslak
() Demirtaş () Kızlar Pınarı () Tosmur
() Dinsek () Konaklı () Türkler
() Elikesik () Küçükhasbahçe
() Fiğla () Mahmutlar
() Güller Pınarı () Oba Diğer:

10) Eğitim durumunuz:

() İlköğretim
() Lise
() Ön Lisans (İki yıllık üniversite)
() Lisans (Dört yıllık üniversite)
() Lisansüstü (Master ya da doktora)

EK-2 – YAZ DÖNEMİ ANKET FORMU



ANKET FORMU

Sayın Katılımcı,

Bu soru formunda, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda yürütülen doktora tezi kapsamında turizmin etkileri, yerel halkın mutluluğu ve turizm gelişimine destek düzeyi arasındaki ilişkinin belirlenmesi ile ilgili sorular yer almaktadır. Bu sorulara verilecek cevaplar akademik bir amaç için kullanılacak olup, araştırmaya katılımınız gönüllülük esasına dayalıdır. Araştırma kapsamında toplanan kişisel verileriniz kesinlikle gizli tutulacaktır. Katılımınız için teşekkür eder, saygılar sunarız.

Dr. Öğr. Üyesi Aydın ÇEVİRGEN (Danışman)
ALKÜ Turizm Fakültesi

Arş. Gör. Muhammet Necati ÇELİK
ALKÜ Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul ediyorum. ☐

Aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi "X" işareti ile belirtiniz. Lütfen değerlendirmenizi Alanya destinasyonu özelinde yapınız.		Kesinlikle Katılmıyorum				Kesinlikle Katılıyorum			
		1	2	3	4	5	6	7	
1	Turizm sektörü yerel halk için geniş iş fırsatları ve profesyonel/mesleki gelişme imkanları sağlamaktadır.								
2	Turizm, halkın gelir düzeyinde ve ücretlerinde makul bir artış sağlamaktadır.								
3	Turizm yerel/merkezi yönetimler için önemli vergi geliri sağlamakta ve yatırımları çekmektedir.								
4	Turizm sayesinde daha fazla park, yüzme, yürüyüş ve spor alanları gibi eğlence ve boş zaman faaliyeti seçeneği oluşmaktadır.								
5	Turizm, su, elektrik, toplum merkezleri gibi günlük yaşamda ihtiyaç duyulan temel hizmetlerin iyileştirilmesini teşvik eder.								
6	Turizm sayesinde sağlık ve eğitimde olduğu kadar diğer genel sosyal alanlarda da iyileşmeler görülmektedir.								
7	Turizm, geleneklerimizi tanıtarak kültürel ve tarihi sergiler yaratmaya ve bu değerlerin korunarak yaşatılmasına yardımcı olmaktadır.								
8	Turizm Alanya'da farklı kültürlerin anlaşılmasına ve tanınmasına destek olmaktadır.								
9	Turizm Alanya'daki insanların kendi kültürel kimliklerinin değerini bilmelerini teşvik eder.								
10	Alanya'da turizm gelişiminin olduğu bölgelerde uyumlu bir kentsel yapı devamlı olarak korunmaktadır.								
11	Alanya'da turizm sayesinde doğal alanlar korunmakta ve bu alanların bakımı yapılmaktadır.								
12	Diğer ekonomik faaliyetlere kıyasla turizm çevreyi daha az kirletir ve çevreye karşı daha saygılıdır.								
13	Turizm çoğunlukla garantisi olmayan ve çok istenmeyen iş imkanları sağlamaktadır.								
14	Turizm faaliyetleri Alanya'daki ürünlerin fiyatlarını ve yaşam maliyetlerini arttırmaktadır.								
15	Turizm faaliyetleri Alanya'daki ev ve arazi maliyetlerini arttırmaktadır.								
16	Turizm faaliyetlerinin Alanya'daki güvenlik sorunlarının büyümesinde payı bulunmaktadır (Suç oranlarının artması vb.).								
17	Turizm Alanya'daki trafik sıkışıklığının artmasının en büyük nedenidir.								
18	Turizm gelişimi Alanya'da daha önce var olan huzur ve yaşam kalitesinin kaybolmasına neden olmuştur.								
19	Turistler Alanya'ya geldiğinde, yerel halkın günlük yaşamı olumsuz etkilenmektedir.								
20	Turizm yerel kültürün ve kimliğin kaybolmasına neden olmaktadır.								
21	Alanya'da yaşayan biri turizm yüzünden kendini bir yabancı gibi hissetmektedir.								
22	Turizm Alanya'da önemli atık ve kirlilik sorunlarına neden olmaktadır (çöp, gürültü kirliliği vb.)								

Aşağıdaki ifadelerle katılma derecenizi "X" işareti ile belirtiniz. Lütfen değerlendirmenizi Alanya destinasyonu özelinde yapınız.		Kesinlikle Katılmıyorum ↔ Kesinlikle Katılıyorum						
		1	2	3	4	5	6	7
23	Turizm, Alanya'daki yerel ekosistemin, iç kesimlerin, dağ ve kıyı kesimlerinin erozyona uğramasına ve tahribatına neden olmaktadır.							
24	Turizm su gibi doğal kaynakları aşırı tüketmekte ve bu kaynakların kullanılabilirliğini tehlikeye atmaktadır.							
25	Alanya'ya daha fazla turist çekilmelidir.							
26	Alanya bir dünya turizm ve eğlence merkezi olarak geliştirilmelidir.							
27	Alanya'yı ziyaret eden turistleri memnuniyetle karşılarım.							
28	Turizm gelişimini desteklemek niyetindeyim.							
29	Yerel yönetimin turizmle ilgili kararlarını desteklerim.							

Aşağıdaki ifadelerden memnun olma durumunuzu "X" işareti ile belirtiniz.		Hiç Memnun Değilim ↔ Çok Memnunum						
		1	2	3	4	5	6	7
1	Alanya'daki emlak fiyatlarından							
2	Alanya'daki yaşam maliyetinden							
3	Alanya'da temel ihtiyaçları karşılayabilme durumundan							
4	Mevcut gelirimden							
5	Ekonomik güvenliğimden							
6	Ailemin gelirinden							
7	Yan gelirlerimden							
8	Yaşadığımız toplumun içinde bulunduğu çevre şartlarından							
9	Alanya'da yaşayan insanlardan							
10	Alanya'da sunulan hizmetlerden ve tesislerden							
11	Alanya'daki toplum hayatından							
12	Alanya'daki toplu ulaşım imkanlarından							
13	Alanya'daki boş zamanımı değerlendirme durumundan							
14	Alanya'da sunulan boş zaman aktivitelerinden							
15	Alanya'da yaşanan turist akımından							
16	Alanya'daki sosyal hayatından							
17	Alanya'da sunulan dini hizmetlerden							
18	Alanya'da sahip olunan mevcut kültürün korunmasından							
19	Alanya'daki turistlerden ve onların kültürel görünümünden							
20	Sosyal statümden							
21	Ruhsal/ Manevi yaşamımdan							
22	Alanya'daki su kaynaklarının (baraj, deniz vb.) kalitesinden							
23	Alanya'daki sağlık tesislerinden							
24	Alanya'daki sağlık hizmetlerinin kalitesinden							
25	Alanya'daki hava kalitesinden							
26	Alanya'daki atıkların/çöplerin yönetiminden							
27	Alanya'daki çevre kalitesinden							
28	Alanya'daki çevre temizliğinden							
29	Alanya'daki toplumsal emniyet ve güvenlik							
30	Alanya'da yaşanan toplumsal kaza ve suç oranlarından							
31	Alanya'daki mevcut iş fırsatlarından							
32	Alanya'da sunulan bilgi ve profesyonel beceri edinme imkanlarından							
33	Hissettiğim kişisel başarı duygusundan							
34	Alanya'da turizmin genel olarak hayatım üzerindeki etkisinden							
35	Alanya'da yaşamaktan							
36	Yaşamımdan mutlu olma durumundan							

KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ

1)Cinsiyetiniz:

() Kadın () Erkek

2)Medeni durumunuz:

() Bekar () Evli () Boşanmış

3)Yaşınız:

4)Turizm sektörü ile ekonomik bağınız:

() Doğrudan turizm sektörü ile ilgili bir işte çalışıyorum
(Konaklama işletmesi, seyahat acentası, restoran, bar, araba kiralama vb.)

() Dolaylı olarak turizm sektöründen kazanç sağlayan bir işte çalışıyorum (Birincil müşteri grubu turistler olmayıp hem yerel halka hem de turistlere hizmet veren bir iş kuaför, alışveriş merkezleri vb.)

() Turizm sektöründe çalışmıyorum.

() Herhangi bir işte çalışmıyorum.

5) Mesleğiniz:

.....

6) Alanya'yı ziyaret eden turistlerle iletişime geçme düzeyinizi belirtiniz.

() Sürekli () Nadiren () Hiç

7)Aylık geliriniz:

() Gelirim yok () 10000TL ve altı
() 10001TL – 15000TL () 15001TL – 20000TL
() 20001TL – 25000TL () 25001TL ve üstü

8)Kaç yıldır Alanya'da ikamet ediyorsunuz?

5 yıl () 6-10 yıl () 11 yıl ve üzeri ()

9)Alanya'da ikamet ettiğiniz mahalle:

() Avsallar () Hacet () Okurcalar
() Büyükhazbahçe () Hacımehmetli () Payallar
() Çarşı () İncekum () Saray
() Cıkıllı () Kadipaşa () Şekerhane
() Çıplaklı () Kargıcak () Sugözü
() Cumhuriyet () Kestel () Toslak
() Demirtaş () Kızlar Pınarı () Tosmur
() Dinsek () Konaklı () Türkler
() Elikesik () Küçükhasbahçe
() Fiğla () Mahmutlar
() Güller Pınarı () Oba Diğer:

10)Eğitim durumunuz:

() İlköğretim
() Lise
() Ön Lisans (İki yıllık üniversite)
() Lisans (Dört yıllık üniversite)
() Lisansüstü (Master ya da doktora)

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı: Muhammet Necati ÇELİK

EĞİTİM

Derece	Kurum/Bölüm	Tarih
Doktora	Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Doktora Programı, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi	2019 – 2025
Doktora (Erasmus Öğrenim Hareketliliği)	Socio-economic Geography and Spatial Management (Tourism and Recreation), Szczecin, Poland	Mart 2023 - Temmuz 2023
Yüksek Lisans	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi	2017 - 2019
Lisans	Turizm İşletmeciliği, Akdeniz Üniversitesi	2010 - 2014
Lisans (Erasmus Öğrenim Hareketliliği)	Tourism Management, Estoril Higher Institute of Tourism and Hotel Studies, Lisbon, Portugal	2011 - 2012
Lise	Kumburgaz Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi, İstanbul, Türkiye	2006 - 2010

İŞ DENEYİMLERİ

Departman/Görev	Kurum/Yer	Tarih
Araştırma Görevlisi	Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Alanya, Antalya	Nisan 2017 – Devam Ediyor
Misafir Araştırmacı (Erasmus Doktora Stajı)	Meaningful Tourism Centre (MTC) & China Outbound Tourism Research Centre (COTRI), Hamburg, Germany	Haziran 2024 - Temmuz 2024
Misafir Araştırmacı (TÜBİTAK Bursiyeri)	University of Barcelona, Barcelona, Catalonia, Spain	Temmuz 2023 - Ekim 2023
Operasyon Müdürü Genel Müdür Asistanı	Kaila Beach Hotel (Katya Hotel), Alanya, Antalya	2014 - 2017
Ön Büro	Çınar Otel, İstanbul	2010-2010
Ön Büro	Joy Pegasos Palace & Tropical Holiday Village, Muğla	2009-2009
Ön Büro	Çınar Otel, İstanbul	2008

YABANCI DİLLER: YÖKDİL (İngilizce) 87.5

YAYINLAR:

1. Çelik, M. N. & Çevirgen, A. (2024). **Sustainable Tourism Policies and Overtourism Risk in Destination Management: The Case of Alanya**. *Journal of Tourism, Sustainability and Well-being*, 12(1), 48-64. <https://doi.org/10.34623/pzhg-jt72> (Uluslararası Makale, ESCI)
2. Çelik, M. N. (2024). **Digital nomads and destination characteristics: A conceptual analysis**. Morrison, A. M. & Buhalis, D. (Ed.), *Routledge Handbook of Trends and Issues in Tourism Sustainability, Planning and Development, Management, and Technology* içinde (ss. 383-395). Routledge: Londra. <https://doi.org/10.4324/9781003291763-36> (Uluslararası Kitap Bölümü, Web of Science, BKCI)
3. Çevirgen, A. & Çelik, M. N. (2023). **Residents' Overtourism Awareness, Subjective Wellbeing and Their Support for Tourism Development**. *19th Conference on Contemporary Trends in Tourism and Hospitality (CTTH 2022)*, Novi Sad, Sırbistan. <https://ctth2022.pmf.uns.ac.rs/download/collection-of-papers-ctth-2022/> (Tam Metin Bildiri)
4. Çelik, M. N. & Çevirgen, A. (2023). **Alanya'da Aşırı Turizm Riski ve Proaktif Politika Önerileri**. *7th International West Asia Congress of Tourism Research Congress Abstract Book* (ss. 143-144). Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Yayınları <https://www.iwact.org/onceki-kongre/13/iwact-2023> (Özet Bildiri)
5. Çelik, M. N. (2023). **Alanya'da Dijital Göçebe Potansiyeli ve Destinasyon Paydaşlarının Roller**. *7th International West Asia Congress of Tourism Research Congress Abstract Book* (ss. 45-46). Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Yayınları. <https://www.iwact.org/onceki-kongre/13/iwact-2023> (Özet Bildiri)
6. Çelik, M. N. & Buhalis, D. (2022). **Sustainable Destination Development**. Buhalis, D. (Ed.), *Encyclopaedia of Tourism Management and Marketing* içinde (ss. 305-309). Edward Elgar Publishing: Cheltenham, UK. <https://doi.org/10.4337/9781800377486.sustainable.destination.development> (Uluslararası Ansiklopedi Maddesi)
7. Çelik, M. N. (2022). **Antalya Etnografya Müzesi**. Kozak, N. & Kozak, M. (Ed.), In *Türkiye Turizm Ansiklopedisi 2*. Detay Yayıncılık: Ankara. (Ulusal Ansiklopedi Maddesi)
8. Çelik, M. N. (2022). **Antalya Mevlevihane Müzesi**. Kozak, N. & Kozak, M. (Ed.), In *Türkiye Turizm Ansiklopedisi 2*. Detay Yayıncılık: Ankara. (Ulusal Ansiklopedi Maddesi)
9. Çelik, M. N. (2022). **Hüseyin Hacıkadiroğlu**. Kozak, N. & Kozak, M. (Ed.), In *Türkiye Turizm Ansiklopedisi 6*. Detay Yayıncılık: Ankara. (Ulusal Ansiklopedi Maddesi)

10. Çelik, M. N. (2022). **Sektöre Adanmış Yarım Asırlık Bir Ömür: Hüseyin Hacıkadiroğlu.** Kozak, N. & Kozak, M. (Ed.), In *Türk Turizmine Kanat Gerenler 2 Konaklama İşletmecileri 1* (pp. 241-246). Detay Yayıncılık: Ankara. **(Ulusal Kitap Bölümü)**
11. Çelik, M. & Çelik, M. N. (2022). **Küreselleşme ve Yerelleşme Diyalektiğinde Gastronomik Bir Ürün Çözümlemesi: Kahve.** In O. Nebioğlu (Ed.), *Tadın Gücü* içinde (ss. 121-144). Nobel Akademik Yayıncılık: Ankara. https://www.nobelyayin.com/kitap_18281.html **(Ulusal Kitap Bölümü)**
12. Çelik, M. & Çelik, M. N. (2022). **Determination of Negative Aspects Influencing Highland Visitor Experience via Online Reviews: The Case of Çamlıhemşin Highlands.** *Third Conference on Managing Tourism Across Continents (MTCOON 2022)*, Antalya. **(Özet Bildiri)**
13. Karasakaloğlu, B. & Çelik, M. N. (2022). **Bibliometric Analysis of Articles Related to Digital Transformation in Tourism.** *Third Conference on Managing Tourism Across Continents (MTCOON 2022)*, Antalya. **(Özet Bildiri)**
14. Çelik, M. N. & Çevirgen, A. (2021). **The Role of Accommodation Enterprises in the Development of Sustainable Tourism.** *Journal of Tourism and Services*, 12(23), 181-198. <https://doi.org/10.29036/jots.v12i23.264> **(Uluslararası Makale, ESCI, Scopus)**
15. Çelik, M. N. & Çevirgen, A. (2021). **Identification of Negative Factors Affecting Museum Experience: The Case of Antalya Museums.** *Global Conference on Services and Retail Management (GLOSERV 2021)*. <https://digitalcommons.usf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1185&context=m3publishing#page=134> **(Özet Bildiri)**
16. Çelik, M. N. (2019). **Sürdürülebilir turizm gelişiminde konaklama işletmelerinin rolü: Alanya bölgesinde bir uygulama (Yüksek Lisans Tezi).** Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Alanya, Antalya.
17. Karasakaloğlu, B., Çelik, M. N. & Öztürk, M. (2018). **Photographs of Alanya in Gaze of Tourists: A Study on Flickr Application.** *XV. European Conference on Social and Behavioral Sciences*. Kuşadası, Aydın. **(Özet Bildiri)**