



Journal of Recreation and Tourism Research

Journal home page: www.jrtr.org

ISSN:2148-5321

DOI: 10.31771/jrtr.2019.44

MARMARİS TURİZMİ HAKKINDA YEREL HALKIN GÖRÜŞLERİ

Hande AKYURT KURNAZ^a 

^a Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Bolu, Türkiye. (handekurnaz@idu.edu.tr)

ARTICLE HISTORY

Received:
20.11.2019

Accepted:
18.12.2019

Anahtar Kelimeler:

Yerel halk
Marmaris
Görüş

Keywords:

Marmaris Community
Marmaris
Opinion

Article Type: *Research Paper*

ÖZ

Turizm sektörünün önemli paydaşlarından birisi de yerel halktır. Yerel halk ve turist iş birliği içerisinde gerçekleştirilen turizm aktiviteleri, destinasyonun kalkınmasını sağlamaktadır. Yerel halkın turizmden sağladığı istihdam olanaklarının sayesinde daha kaliteli bir şekilde turizm hizmeti gerçekleştirilmektedir. Yerel halkın turizm ile bütün olduğu destinasyon örneklerinden biri de Marmaris'tir. Sahip olduğu doğal ve kültürel özellikleri neticesinde birçok farklı turizm türü Marmaris'te mevcuttur. Marmaris sadece deniz, kum, güneş turizmine bağlı kalmamış aynı zamanda kültür, yat, gastronomi gibi çeşitli turizm türlerine de ev sahipliği yapmaya başlamıştır. Marmaris'te yaşayan yerel halkın Marmaris turizmine ait görüşlerinin ve düşüncelerinin belirlenmesi amacıyla bu çalışma yapılmıştır. Bu çalışmada, nicel veri toplama yöntemlerinden biri olan anket kullanılmıştır. Kolayda örneklem yoluyla araştırma yüz yüze bir şekilde gerçekleştirilmiştir. Toplam 354 kişi ile çalışma gerçekleştirilmiştir. Ortaya çıkan bulgular değerlendirildiğinde Marmaris turizmi hakkında yerel halkın farklı düşünceleri olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırma katılımcılarının çoğunlukla erkek, Marmaris dışı doğumlu, serbest meslek ile uğraşan, lise ve üniversite mezunu olan kişilerden oluşmuştur. Demografik bilgilerden sadece yaş değişkeni Marmaris turizmine yönelik görüşleri etkileyen ifade olarak yer almıştır. Gelecek çalışmalar açısından farklı destinasyonlarda araştırmanın yapılması öngörülmektedir. Yerel halkın turizm konusunda yeterli bilgiye sahip olması konu ile ilgili olan farklı çalışmaların sonuçlarını doğrulamıştır. Marmaris'i ziyaret eden turistler ile araştırmanın ölçeği uyarlanarak farklı çalışma yapılması mümkündür.

ABSTRACT

One of the important stakeholders of the tourism sector is the local people. Tourism activities carried out in cooperation with local people and tourists ensure the development of destinations. Tourism services are provided in a better quality than the employment opportunities provided by local people from tourism. Is intertwined with the local population of tourism in Marmaris is one of Turkey's tourism centers. As a result of its natural and cultural features, many different types of tourism are available in Marmaris. Marmaris is not only dependent on sea, sand and sun tourism but also has started to host various tourism types such as culture, yacht and gastronomy. In this study, a questionnaire, one of the quantitative data collection methods, was used to determine the views and thoughts of the local people living in Marmaris. The research was carried out in a face-to-face manner through easy sampling. A total of 354 people were employed. When the findings were evaluated, it was found that local people had different opinions about Marmaris tourism. Most of the participants were male, born out of Marmaris, self-employed, high school and university graduates. Of the demographic data, only the age variable was used as an expression affecting the views towards Marmaris tourism. It is envisaged to conduct research in different destinations for future studies. The fact that the local people have sufficient information about tourism confirmed the results of different studies related to the subject. It is possible to conduct different studies with the tourists visiting Marmaris by adapting the scale of the research.

***Sorumlu Yazar:** Hande AKYURT KURNAZ

E posta: handekurnaz@idu.edu.tr

GİRİŞ

Türkiye sahip olduğu kültürel ve doğal çekicilikleri sayesinde belirli bir düzeyde turizm ürünlerinin sunulduğu destinasyondur. Bu destinasyonlarda turizm aktivitelerinin yürütülmesi ve kaliteli bir şekilde gerçekleştirilmesi yerel halkın katılımı ile mümkün olmaktadır. Yerel halkı turizmden ve turistten ayırmak ya da bir kenarda tutmak mümkün değildir. Yöre halkının katılımı ile turizm hizmetini daha kaliteli ve sürdürülebilir şekilde sunmak mümkündür. Turizm endüstrisinin sürdürülebilirliğini ve uzun vadeli başarısını korumak için topluluklardaki turizm etkilerini anlamak ve değerlendirmek önemli bir konu haline gelmiştir.

Turizm sektörü hızlı büyüyen sektörlerden biri haline gelmiş olup, gelişmekte olan ülkelerin temel ekonomi güçlerinden biri olarak yer almaktadır (Woo vd., 2015). Turizm gelişimi ve hedef bölge sakinleri ile ilgili özellikle bölge sakinlerinin turizm gelişimine destek vermesi konularında, son yıllarda birçok yazar tarafından geniş bir literatür oluşturmuştur (Perdue vd., 1990). Turistik destinasyonların gelişim sürecinde yerel halkın önemi göz önüne alındığında, bu konuda artan sayıda çalışma ortaya çıkmıştır. Sharpley (2014) ve Sirakaya vd. (2002)'ya göre 1970'li yıllardan itibaren yerel halk ve turizm ile ilgili yapılan çalışmalarda önemli bir artış olmuştur.

Turizm destinasyonlarında yerel halkın görüşlerini bilmek, planlama sürecinde ve destinasyonların yönetiminde gerekli hale gelmiştir. Turizm planlarının uygulanması sırasında yerel halkın görüşleri teknik açıdan dikkate alınmalıdır (Liu vd., 1987; Prayag vd., 2013; Stylidis vd., 2014) ve politik bir açıdan yerel turizm politikalarının geliştirilmesi sırasında bakış açısı oluşturulmalıdır (Manning, 1998). Turizm, yerel halka doğrudan faydalı olduğunda, kültürel ifadeyi teşvik ettiğinde, çevreye saygı duyduğunda ve toplulukları her seviyede bütünleştirdiğinde kalkınma için büyük bir fırsata dönüşmektedir (D'Amore, 1983). Bu durumun aksine bir şekilde, yerel halk turizm modelini desteklemiyorsa ve faydalarını algılamıyorsa, turizm kalkınmasına karşı güçlü bir muhalefet haline dönüşmektedir (Gürsoy vd., 2002). Bu nedenle, yerel halkın turizm planlama ve destinasyon yönetimine katılımının varlığı, destinasyonun geleceği için çok önemlidir (Dyer vd., 2007).

Turizm ve yerel halk destinasyon gelişimi konusunda birbirini tamamlayan iki faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Yerel halkın turizm ile ilgili düşüncelerinin bilinmesi turizm faaliyetlerinin daha kaliteli bir şekilde yapılmasını sağlayacaktır. Bu bağlamda yapılan çalışmanın amacı Türkiye'nin önemli turizm merkezlerinden biri olan Marmaris turizmi hakkında yerel halkın görüşlerini tespit etmektir. Görüşlerin tespit edilmesinde nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket veri toplama tekniğinden yararlanılmıştır. Kullanılan anket formu Doğan ve Üngüren'in 2012 yılında yaptıkları çalışmadan uyarlanmıştır. Kolayda örnekleme tercih edilmiş, yüzyüze bir şekilde veriler toplanmıştır. Çalışmanın sonucunda Marmaris'te yaşayan yerel halkın turizme yönelik düşüncelerinde farklılıklar görülmüştür. Marmaris turizmini yakından takip eden yerel halkın daha farklı turistik ürünleri destekleyerek turizme canlılık getirmeyi hedeflemektedir.

TURİZMDE YEREL HALKIN ÖNEMİ

Türkiye'de turizmin sürekli gelişmesi ve büyümesi söz konusudur. Bu büyüme ve gelişme ile birlikte ekonomiye olan katkısı da aynı oranda olmaktadır. Özellikle turizmin olumlu etkilerinin devam ettirilmesi, olumsuz faktörlerinin azaltılması, sektörün yerel halk içerisinde gelişmesi için belirli çalışmalara ihtiyaç vardır. Bu çalışmalar şüphesiz planlı bir şekilde olması gerekmektedir. Yerel halkın desteği ve katkısı sayesinde turizmde planlama süreci sancısız bir şekilde gerçekleştirilebilir. Turizmden kaliteli fayda sağlamaya yarayan uygulamaların gerçekleştirilmesi yerel halkı turizm içerisinde katarak mümkün olacaktır (Çelikkanat ve Güçer, 2014).

Son yirmi yıl boyunca, araştırmacılar turizmin etkilerine artan bir ilgi göstermiştir. Bu dikkatin asıl nedeni, bölge sakinlerinin turizmin etkilerine yönelik algı ve tutumlarının, mevcut ve gelecekteki turizm programlarının ve projelerinin başarılı bir şekilde geliştirilmesi, pazarlanması ve işletilmesi için önemli bir planlama ve politika değerlendirmesi olmasıdır. Hedef bölgedeki turizmin gelişmesi için, olumsuz etkileri en aza indirilmeli ve ev sahibi nüfus tarafından olumlu bir şekilde görülmelidir (Ap, 1992).

Yerel halkın turizme yönelik düşüncelerinde ve tutumlarında etkili olan faktörler çok sayıda çalışmanın temel konularından biri olmuştur. Bu faktörlere örnek olarak; destinasyonda yaşam süresi, destinasyona olan uzaklık, destinasyonun geçim kaynağı olarak turizmde bağlılığı, destinasyonun yaşam eğrisindeki yeri, bireye ait olan demografik özellikler yer almaktadır (Boğan ve Sarıışık, 2016). Turistik bir bölgeye gelen turistler, destinasyonda alışveriş, yeme-içme, konaklama, ulaşım ve eğlence gibi çeşitli aktivitelerin artmasını

sağlamaktadır. Bu etkinliklerin kontrolsüz gelişmesi durumunda destinasyonların her açıdan olumsuz koşullara maruz kalmasına neden olmaktadır. Bu olumsuzlukların ortaya çıkması ile yerel halk ta negatif bir şekilde turizmden etkilenmektedir (Güneş, 2011).

Turizmde yerel halk önemli bir faktördür. Destinasyonun kalkınması, turizmden ekonomik olarak girdi sağlaması ve iletişimin gelişmesi açısından yerel halk turizm içerisinde yer almalıdır. Turizm, ekonomik, sosyal ve çevresel bileşenleri birbirine bağlayan çok yönlü bir faaliyettir. Günümüzde turizmin önemi, herhangi bir ülkede (Shariff ve Abidin, 2013) (ekonomik, sosyal ve kültürel) oynadığı çoklu roller (istihdam, servet, dinamizm, gelir artışı, altyapı, uluslararası dostluk ve hareketli insanlar ve varlıklar) ve olumlu bir etki yaratma yeteneği tarafından belirlenmektedir (Egbalı vd., 2011).

Turizmde yerel halkın tutumlarını etkileyen birçok faktör yer almaktadır. Bu faktörler; bölgede gerçekleşen yaşam süresi, ikamet edilen merkezin turizm bölgesine olan uzaklığı, ekonomik olarak turizme olan bağlılık oranı, destinasyonun yaşam eğrisindeki süreci, bireyin ikamet yeri ile doğum yeri, yaş, eğitim, cinsiyet gibi faktörlerin yer aldığı demografik değişkenler şeklinde sıralanmaktadır (Boğan ve Sarıışık, 2016).

Turizmin getirdiği imkanlar yerel halk için oldukça değerlidir. Bu sektör, artan gelir ve iş olanakları, ekonomik faaliyetlerin teşvik edilmesi, altyapının iyileştirilmesi, toplumun kültürünün korunması ve kültürel değişimlerin iyileştirilmesi yoluyla ekonomik, sosyal ve piyasa ortaklarını ödüllendirmektedir (Wang ve Chen, 2015; Mathew ve Sreejesh, 2017). Destinasyonlarda turizm iletişiminin sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesi için yerel halkın turizm içerisinde olması gerekmektedir. Turist ve yerel halk arasında olan boşluk bölge turizmini olumsuz bir şekilde etkileyecek ve yerel halk ile turist arasındaki köprü kurulmamış olacaktır. Bu nedenle turizm içerisinde yerel halk ve yerel halkın katılımı oldukça önemlidir.

TÜRKİYE’NİN ÖNEMLİ TURİZM MERKEZLERİNDEN BİRİ MARMARİS

Ege ve Akdeniz arasında yer alan önemli bir geçiş noktasıdır. Kıyı yapısının girintili çıkıntılı ve koylara-limanlara sahip olması önemli bir deniz üssü halini almasını sağlamıştır. Rodos ve Mısır arasında ticari bir merkez haline gelmiştir. Antik dönemden itibaren birçok uygarlığa ev sahipliği yapmıştır. Tarihi kent kale çevresinde yayılmıştır. Marmaris Kalesi, Hafza Sultan Kervansarayı, Bedesten, İskele ve Yat Limanı, Günnücek, Yalancı Boğaz, Cennet Adası gibi turizm merkezleri yer almaktadır. Doğal güzellikleri yanında kültürel özellikleri de bulunmaktadır. Ayrıca arıcılık gibi geçim kaynakları hala da devam etmektedir. Boncuk koyu, sedir adası, Turgut şelalesi, antik yerleşimler, mağaralar, çeşitli köyler, Kızkumu, Loryma gibi çeşitli kültürel ve tarihi özelliklere sahip bir destinasyondur (Marmaris Belediyesi, 2015).

Marmaris sahip olduğu kültürel zenginliği ile birlikte flora olarak da çeşitlilik gösteren bir kaynağa sahiptir. Bu zenginliğin ve çeşitliliğin büyük bölümü de Marmaris Milli Parkı ve Gökova ile Datça-Bozburun özel çevre koruma bölgeleri içinde yer almaktadır. Yaban hayatı açısından da oldukça önemli bir bölgedir. Özellikle Marmaris-Köyceğiz arasında görülen yaban keçisi, ayı, karakulak, tilki, oklu kirpi, çakal, sansar, sincap, gelincik gibi yaban hayatına ait hayvanlar da yer almaktadır. Özellikle Marmaris Milli Park’ı, orman kuşları açısından da oldukça zengin çeşitliliğe sahiptir. Bu durumda Marmaris flora ve fauna açısından oldukça görülmesi gereken bölgeler arasında yer almaktadır (Marmaris Belediyesi, 2015a). Turizm çeşitliliği açısından da bu durumu değerlendirmek mümkündür.

Marmaris yerel kültürü incelendiğinde Yörük kültürünün, köy düğünlerinin, arıcılık ve balıkçılığın popüler kültürel öğeler olduğu görülmektedir. Özellikle turlar açısından Yörük kültürünü tanıma, köy düğünlerini tanıtmaya ve yaşatma amacıyla çeşitli şekillerde yapılan köy turları ile desteklenmektedir (Marmaris Belediyesi, 2015b).

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma Marmaris turizmi hakkında yerel halkın düşüncelerinin belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Betimsel araştırma modeli çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Betimleyici araştırmalar, ilgi duyulan konu ya da etkinliklerin tasvirini elde etmeyi amaçlayan araştırmalar olarak tanımlanmaktadır. Betimleyici araştırmalar, araştırma konusuyla ilişkili olarak kim, ne ve neden gibi çeşitli sorulara cevap aramaktadır (Araştırma Yöntem ve Tekniklerinin Seçimi, 2019). Çalışma konusuna ve amacına uygun olarak Doğan ve Üngüren’in 2012 yılında yapmış oldukları araştırmalarından uyarlanarak anket formu oluşturulmuştur. Temel veri toplama yöntemi nicel araştırma yöntemlerinden biri olan ankettir. Yüz yüze bir şekilde veri toplama işlemleri gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evreni Marmaris’te yaşayan yerli halk olmakla birlikte örnekleme Marmaris merkez bölgede yaşayan yerli halktır. Anket formunda yer alan sorular iki bölümden meydana gelmektedir. Birinci bölümde

katılımcıları sınıflandırmaya yönelik demografik bilgileri tanımlayıcı sorular ile ikinci bölümde Marmaris turizmi ile ilgili sorular yer almıştır. Katılımcıların cevaplandırmaları istenilen sorular 5'li Likert ölçeğine uygun olarak belirlenmiştir (1-Hiç Katılmıyorum, 5-Tamamen Katılıyorum). Araştırmaya katılan kişilerin demografik özellikleri ile Marmaris turizmine yönelik verdikleri cevaplar karşılaştırılmıştır. Araştırmanın örnekleme kolayda örnekleme olarak belirlenmiştir. Toplam 384 kişi görüşülüp veriler elde edilmiştir. Bazı anketler uygulama dışı bırakılmış olup, 354 anket kullanılabilir nitelikte olmuştur.

Ön uygulama yapılmış olup güvenilirlik analizi sonucunda araştırmaya devam edilmiştir. Toplam 90 kişiden ön uygulama verileri toplanmıştır. Yapılan güvenilirlik analizi doğrultusunda 16 ifade karşılığında 0,753 olarak Cronbach Alpha değeri tespit edilmiştir. Bu bağlamda ölçeğin güvenilir bir dereceye sahip olduğu görülmüştür. Marmaris turizmine yönelik ifadeleri açıklamak amacıyla faktör analizi yapılmış olup, demografik özellikler ile faktör grupları arasında herhangi bir farklılık olup olmadığı tespit edilmiştir.

BULGULAR

Araştırmaya katılan katılımcıların demografik bilgileri incelenmiş olup, Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Demografik Bilgiler

Özellik	Gruplar	N	%	Özellik	N	%	
Cinsiyet	Erkek	241	68,1	Meslek	Bankacı	3	,8
	Kadın	113	31,9		Doktor	2	,6
	TOPLAM	354	100		Emekli	9	2,5
Medeni Durum	Evli	188	53,1		Ev Hanımı	15	4,2
	Bekar	166	46,9		Hemşire	3	,8
	TOPLAM	354	100		İşçi	3	,8
Doğum Yeri	Marmaris	101	28,5		Kuyumcu	3	,8
	Marmaris Dışı	253	71,5		Mimar	6	1,7
	TOPLAM	354	100		Mühendis	2	,6
Eğitim Durumu	İlköğretim	74	20,9		Öğretmen	23	6,5
	Lise	145	41,0		Serbest	200	56,5
	Üniversite	124	35,0		Tercüman	3	,8
	Lisansüstü	11	3,1		Turizm	82	23,2
	TOPLAM	354	100		TOPLAM	354	100
Yaş	18-27	95	26,8				
	28-37	107	30,2				
	38-47	87	24,6				
	48-57	48	13,6				
	58 ve üzeri	17	4,8				
	TOPLAM	354	100				

Katılımcıların demografik bilgilerine göre, erkek katılımcının (%68,1) yoğunlukta yer aldığı, medeni durum olarak evli (%53,1) ve bekar (%46,9) katılımcı sayılarının birbirine yakın olduğu, genellikle Marmaris dışı doğumlu (%71,5), lise (%41) ve üniversite mezunu (%35), 28-37 (%30,2) ile 38-47 yaş (24,6) aralığında olduğu incelenmektedir. Katılımcıların meslekleri incelendiğinde ise serbest meslek ile uğraşan katılımcı 200 olup, turizmci olanlar 82 kişidir.

Tablo 2. Marmaris'te Turizm Kelimesi

Marmaris'te turizm denildiğinde akla gelen ilk nedir?	N	%
Bal	2	,6
Betonlaşma	1	,3
Defne Ağacı	1	,3
Deniz	67	18,9
Doğa	11	3,1
Eğlence	37	10,5

Festival	1	,3
Güneş	1	,3
Kalabalık	1	,3
Kültürler	3	,8
Otel	23	6,5
Para	77	21,8
Tahribat	2	,6
Tatil	15	4,2
Turist	76	21,5
Turizm	33	9,3
Turlar	2	,6
Yeme-içme	1	,3

Araştırmaya katılan katılımcılara Marmaris’te turizm denilince aklınıza gelen ilk kelime nedir diye sorulduğunda 77 katılımcı para, 76 kişi turist ve 67 kişi de deniz cevabını vermiştir. Ayrıca katılımcılardan 37 kişi eğlence olarak soruyu yanıtlarken, 33 kişi de turizm (meslek) olarak soruya katılım sağlamıştır. Marmaris’in sahip olduğu gastronomi değerleri de sayıca az olmasına rağmen dile getirilmiş bal ve defne yaprağı cevapları alınmıştır.

Marmaris’in turizmi ile ilgili ifadeler faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizinde 0,4’ün altında kalan ifadelerden sırayla 3-12-11. İfadeler çıkarılmıştır. Kalan 13 ifade içerisinde faktör analizi tekrar uygulanmıştır. Faktör boyutları adlandırılmaları ortak yargılar ele alınarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma veri toplama yönteminin uyarlanarak aldığı çalışma ile benzer olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Marmaris Turizmi ile İlgili Faktör Analizi Sonuçları

Faktör Grubu	İfadeler	Boyutlar		
		1	2	3
Turizm olanaklarını kullanabilme	Turizmin Marmaris ekonomisine büyük katkı yapacağını düşünüyorum.	,847	,071	,058
	Turizmde başarı için halkın ve tüm kesimlerin katılımı gerekir.	,708	,222	-,003
	Turizm, Marmaris’in ana gelir kaynağı olabilir.	,700	-,013	,104
	Marmaris’te turizmin geliştirilmesi için öncelikle turizm yatırımlarının artırılması gerekir.	,660	,110	,142
	Marmaris ilçesi turizm alanında zengin bir potansiyele sahiptir.	,648	,218	-,031
	Turizmin Marmaris istihdamına büyük katkı yapacağını düşünüyorum.	,642	,013	,200
	Marmaris sahip olduğu turizm potansiyelini yeterince kullanamamaktadır.	,569	,400	,023
Halka ait özellikler	Marmaris halkı turizm konusunda yeterli bilgiye sahiptir.	,050	,859	,035
	Marmaris halkı turizme yeterince önem vermektedir.	,022	,804	,005
	Marmaris turizm gelişimi açısından temel kuruluş ve birimleri arasında yeterli ve etkin bir dayanışma, işbirliği, iletişim ve koordinasyon bulunmaktadır.	,158	,777	,077
	Marmaris’in doğal ve kültürel zenginliklerin tanınma oranı yeterlidir.	,301	,606	,025
Marmaris turistik özellikler	Marmaris’in kültürel özelliklerini biliyorum.	-,002	,071	,818
	Marmaris’in doğal özelliklerini biliyorum.	,253	,021	,739
	KMO	,837		
	Bartlett	,000 (p<0,05)		

	Bartlett χ^2	1518,872		
	Özdeğer	4,277	1,966	1,171
	Varyansı Açıklama Oranı %	32,903	15,125	9,007
	Toplam Varyansı Açıklama Oranı %	57,035		
	Cronbach's Alpha (Tüm Ölçek)	,766		

Yapılan faktör analizine göre, toplam 13 ifadeden oluşan 3 faktör grubu yer almıştır. Bu faktör grupları turizm olanaklarını kullanabilme, halka ait özellikler ve Marmaris turizmi özellikler olarak adlandırılmıştır. Faktör analizinde KMO oranı 0,837 düzeyinde olup, faktör analizi için uygun olduğu görülmektedir. Tüm ölçeğin güvenilirlik oranı da 0,766 olarak belirlenmiştir. Bu durum ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir. Toplam varsansı açıklama oranı %57,035'dir.

Tablo 4. Cinsiyet ile Faktör Boyutları Arasındaki Farklılık Testi

		Varyansın Eşitliği İçin Levene'nin Testi		Ortalamaların Eşitliği İçin T-Testi		
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2-uçlu)
Faktör 1	Eşit	,585	,445	1,474	352	,141
	Eşit Değil			1,543	246,403	,124
Faktör 2	Eşit	,224	,636	-,461	352	,645
	Eşit Değil			-,471	231,299	,638
Faktör 3	Eşit	,329	,567	,398	352	,691
	Eşit Değil			,449	297,535	,654

Faktör boyutları ile cinsiyet karşılaştırılmasında yapılan t testi sonrasında cinsiyetin faktör boyutlarında belirleyici bir değişken olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 5. Medeni Durum ile Faktör Boyutları Arasındaki Farklılık Testi

		Varyansın Eşitliği İçin Levene'nin Testi		Ortalamaların Eşitliği İçin T-Testi		
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2-uçlu)
Faktör 1	Eşit	,134	,715	1,154	352	,249
	Eşit Değil			1,151	343,440	,250
Faktör 2	Eşit	,033	,856	-1,593	352	,112
	Eşit Değil			-1,596	348,872	,111
Faktör 3	Eşit	3,936	,048	,819	352	,413
	Eşit Değil			,796	265,062	,427

Faktör boyutları ile medeni durum karşılaştırılmasında t testi yapılmıştır. Yapılan t testi sonrasında medeni durum faktör boyutlarında belirleyici bir değişken olmadığı görülmüştür.

Tablo 6. Doğum Yeri ile Faktör Boyutları Arasındaki Farklılık Testi

		Varyansın Eşitliği İçin Levene'nin Testi		Ortalamaların Eşitliği İçin T-Testi		
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2-uçlu)
Faktör 1	Eşit	,442	,507	-,429	352	,668
	Eşit Değil			-,453	206,681	,651
Faktör 2	Eşit	,901	,343	1,460	352	,145
	Eşit Değil			1,473	187,494	,142
Faktör 3	Eşit	,633	,427	3,435	352	,001*
	Eşit Değil			2,818	131,116	,006*

Doğum yeri ile faktör boyutları arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik yapılan t testi sonucunda göre, faktör 3 boyutu (Marmaris turistik özellikler) ile doğum yeri arasında bir ilişki tespit edilmiştir. Bu bağlamda doğum yeri faktör 3 doğrultusunda belirleyici bir değişkendir.

Tablo 7. Eğitim Durumu ile Faktör Grupları Arasında Anova Sonuçları

Faktör		Kareler Toplamı	df	Ortalamaların Karesi	F	P
Faktör 1	Gruplar arası	2,721	3	,907	,906	,438
	Grup içi	350,279	350	1,001		
	Toplam	353,000	353			
Faktör 2	Gruplar arası	7,595	3	2,532	2,565	,054
	Grup içi	345,405	350	,987		
	Toplam	353,000	353			
Faktör 3	Gruplar arası	,852	3	,284	,282	,838
	Grup içi	352,148	350	1,006		
	Toplam	353,000	353			

Eğitim durumu ile faktör grupları arasında yapılan Anova sonuçlarına göre herhangi bir ilişkinin saptandığı görülmemiştir. Bu durumda eğitim durumu faktör grupları açısından belirleyici bir değişken olmadığı incelenmiştir.

Tablo 8. Yaş ile Faktör Grupları Arasındaki Anova Sonuçları

Faktör		Kareler Toplamı	df	Ortalamaların Karesi	F	P
Faktör 1	Gruplar arası	5,355	4	1,339	1,344	,253
	Grup içi	347,645	349	,996		
	Toplam	353,000	353			
Faktör 2	Gruplar arası	9,652	4	2,413	2,453	,046*
	Grup içi	343,348	349	,984		
	Toplam	353,000	353			
Faktör 3	Gruplar arası	11,116	4	2,779	2,837	,024*
	Grup içi	341,884	349	,980		
	Toplam	353,000	353			

Yaş değişkeninin faktör grupları üzerinde etkili olup olmadığını belirleme amacıyla yapılan Anova testi sonuçlarına göre faktör 2 ve faktör 3 gruplarında yaş belirleyici bir değişkendir. Bu ilişkinin hangi yaş aralıklarından kaynaklandığını görmek amacıyla yapılan Tukey Testi sonuçları da Tablo 9'da verilmiştir.

Tablo 9. Yaş ile Faktör Grupları Tukey Testi Sonuçları

Faktör	Değişken	Ortalama Fark	P
Faktör 2	38-47/58 ve üzeri	73388748	,044
Faktör 3	18-27/48-57	-,54354499	,018

Faktör 2 ve faktör 3 boyutları ile yaş arasından anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu farklılıkların kaynaklandığı faktör 2 boyutunda 38-47 ile 58 ve üzeri; faktör 3 boyutunda ise 18-27 ile 48-57 yaş grupları arasından anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür. Yaş değişkeni faktörlerin belirlenmesinde anlamlı bir etkiye sahip olmuştur.

SONUÇ

Son yıllarda turizm, ülkeler açısından temel ekonomik güçlerin başında gelmektedir. Öyle ki turizme ait tüm paydaşlar sektörün içerisinde yer almakta ve sektörün getirdiği olumlu etkilerden faydalanmaktadır. Ülke ekonomilerinde turizmin daha ileriye ve kaliteli bir şekilde gidebilmesi yerel halkın da desteği ile mümkün olmaktadır. Çünkü yerel halktan tamamen kopmuş bir turizm biçiminin oluşması destinasyona katkı oluşturmayacaktır.

Yerel halkın turizmde yeri ve öneminin konu olarak seçildiği bu çalışmanın amacı Marmaris turizm potansiyelinin yerel halk açısından incelenmesidir. Yapılan ulusal ve uluslararası çalışmalar doğrultusunda farklı destinasyonlara ait bu tarz çalışmaların olduğu, Marmaris destinasyonu açısından incelenmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Çünkü Marmaris destinasyonu Türkiye'nin önemli turizm merkezlerinden biridir.

Çalışma kapsamında kolayda örnekleme seçilmiş toplam 354 kişiye ulaşılmıştır. Çalışmanın verileri nicel araştırma yöntemlerinden veri toplama çeşitlerinden biri olan anket tercih edilerek elde edilmiştir. Anket formu Doğan ve Üngüren'in yapmış oldukları çalışmadan uyarlanmıştır. Yüzyüze bir şekilde araştırma gerçekleştirilmiştir. Ön uygulama yapılmış olup, güvenilirlik testinden sonra araştırmaya devam edilmiştir.

Elde edilen verilerden yola çıkarak ilk olarak demografik özellikler analiz edilmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların genellikle erkek, evli, Marmaris dışı doğumlu, lise ve üniversite mezunu 28-37 ile 38-47 yaş aralığında oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların meslekleri ise serbest meslek oranının yüksek olduğu görülmüştür.

Bir diğer soru olan *Marmaris'te turizm denilince aklınıza gelen ilk kelime nedir* diye sorulduğunda para, turist ve deniz kelimelerin çok fazla kullanıldığı görülmüştür. Turizm sektörü Marmaris destinasyonunda temel geçim kaynaklarından biri olmasına paralel olarak para kelimesi, turizm sektörünün turist olmadan bir işe yaramayacağı düşüncesinden dolayı turist kelimesi ve Marmaris destinasyonun deniz-kum-güneş il popüler olmasından dolayı deniz kelimesinin fazla kullanıldığı yorumu yapılabilir. Katılımcılardan birçoğu yine aynı soruyu eğlence olarak cevaplamış, gece hayatı ile ünlü Marmaris için beklenen bir cevap olmuştur. Benzer bir soru Bostan vd.'nin 2013 yılında yapmış oldukları çalışmalarında da sorulduğu görülmüştür. Yapılan çalışma Rus turistlere yapılmış ve Marmaris isminin ne ifade ettiği belirlenmeye çalışılmıştır. Verilen cevaplara göre, Rus turistler açısından Marmaris kelimesi tatil, deniz, eğlence ve doğa kelimelerini çağrıştırdığı görülmüştür (Bostan vd., 2013). Bu sonuç açısından incelendiğinde milliyet farkı göz önünde bulundurulduğunda benzer sonuçların elde edildiği incelenmiştir.

Faktör analizi sonuçlarına göre toplam 16 ifadeden 3 ifade çıkarılarak uygulanmış ve 3 faktör grubu elde edilmiştir. Bu gruplar turizm olanaklarını kullanabilme, halka ait özellikler ve Marmaris turistik özellikler şeklinde adlandırılmıştır. Faktör grupları ile demografik bilgiler karşılaştırılmış olup anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı tespit edilmiştir. Yapılan t testi ve anova analizleri sonucunda sadece doğum yeri ifadesi ve yaş grubu ile faktör grupları arasında anlamlı farklılıklar olduğu incelenmiştir. Buna göre faktör 3 boyutu olan Marmaris turistik özellikler ile doğum yeri, yaş ile turizm olanaklarını kullanabilme ve halka ait özellikler faktör boyutlarında anlamlı farklılıklar görülmüştür. Bu bağlamda yaş ve doğum yeri faktör gruplarından belirleyici bir değişken olmuştur.

Doğan ve Üngüren'in yapmış olduğu 2012 yılındaki araştırması ile temelde benzer sonuçların olduğu farklı destinasyonlarda yapılması sebebiyle yerel halkın turizm konusunda düşüncelerinin de farklılaştığı tespit edilmiştir. Katılımcılar Marmaris'in temel turizm kaynaklarının farkında olduklarını dile getirmiştir. Bu açıdan çalışmalar arası farklılık söz konusu olmuştur.

Yapılan bu çalışma Marmaris destinasyonu açısından önemli ipuçları vermektedir. Örneğin yüzyüze bir şekilde gerçekleştirilen veri toplama sayesinde yerel halk ile bazı görüşmeler de yapılmıştır. Bu görüşmelerin sonucunda Marmaris yerel halkının temel geçim kaynaklarından biri turizmdir. Turizmde yer alan yerel halk Marmaris'in turizm sorunları hakkında bilgi sahibi olmuştur. Ayrıca Marmaris'in farklı turizm çeşitleri ile gelişmesi gerektiğini de dile getirmişlerdir. Bal gibi çeşitli gastronomi öğelerinin yer aldığı turizm çekicilikleri sayesinde daha kaliteli turizm aktivelerini gerçekleştirmek mümkündür. Yerel halk, Marmaris'in doğal ve kültürel değerlerinin farkında olup, turizmde daha çok kullanılması gerekliliği savunmaktadır.

Gelecek çalışmalar açısından aynı sorular uyarlanarak turistlerle ayrı bir çalışma gerçekleştirip karşılaştırma yapılabilir. Ayrıca farklı destinasyonlarda yerel halkın turizm ile ilgili görüşleri belirlenerek genel bir durum değerlendirilmesi yapılması mümkündür.

KAYNAKÇA

- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19, 665-690.
- Araştırma Yöntem ve Tekniklerinin Seçimi. (2019). <http://www.bingol.edu.tr/media/205521/sayt-bolum9-Arastirma-Yontem-ve-Tekniklerinin-Secimi.pdf>, [Erişim Tarihi 19.11.2019].
- Boğan, E. ve Sarıışık, M. (2016). Yerel Halkın Turizm Faaliyetine Yönelik Görüş Ve Algılamalarının Belirlenmesi Üzerine Alanya’da Bir Araştırma. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 12, 326-342.
- Bostan, A., Türk, Z. ve Akyurt Kurnaz, H. (2013). Ülke Kalkınmasında Marmaris Turizm Sektörünün Önemi ve Rus Turistlerin Marmaris’i Tercih Etme Nedenleri. International Conference On Eurasian Economies. <https://www.avekon.org/papers/739.pdf>, adresinden 18.12.2019 tarihinde temin edilmiştir.
- D’Amore, L. J. (1983). *Guidelines To Planning in Harmony With The Host Community*. Victoria, BC: University of Victoria, Department of Geography.
- Doğan, H. ve Üngüren, E. (2012). Yerel Halkın Isparta Turizmine Yönelik Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 17(1), 103-122.
- Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B. ve Carter, J. (2007). Structural Modeling Of Resident Perceptions Of Tourism And Associated Development On The Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*. 28, 409-422.
- Egbali, N., Nosrat, A.B. ve Alipour, S.K.S. (2011). Effects Of Positive And Negative Rural Tourism (Case study: Rural Semnan Province). *J. Geogr. Reg. Plan.* 4, 63-76.
- Gursoy, D., Jurowski, C. ve Uysal, M. (2002). Resident Attitudes. A Structural Modeling Approach. *Annals of Tourism Research*. 29(1), 79-105.
- Güneş, G. (2011). Konaklama Sektöründe Çevre Dostu Yönetimin Önemi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 13 (20): 45-51.
- Liu, J., Sheldon, P. J. ve Var, T. (1987). Resident Perception Of The Environmental Impacts Of Tourism. *Annals of Tourism Research*. 14, 17-37.
- Manning, E. W. (1998). Governance For Tourism. Coping With Tourism In Impacted Destinations. *Centre For A Sustainable Future*. June-1998, 1-37.
- Marmaris Belediyesi. (2015). *Marmaris Yakınlarında*, <http://www.marmaris.bel.tr/icerik/23/28/marmaris-yakinlarinda.aspx>, [Erişim Tarihi 11.11.2019].
- Marmaris Belediyesi. (2015a). *Bitki ve Hayvan Çeşitliliği*, <http://www.marmaris.bel.tr/kategori/25/1/marmaris-mill-i-parki.aspx>, [Erişim Tarihi: 10.12.2019].
- Marmaris Belediyesi. (2015b). *Marmaris Yerel Kültürü*, <http://www.marmaris.bel.tr/kategori/27/1/marmaris-yerel-kulturu.aspx>, [Erişim Tarihi: 10.12.2019].
- Mathew, P. V. ve Sreejesh, S. (2017). Impact Of Responsible Tourism On Destination Sustainability And Quality Of Life Of Community In Tourism Destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 31, 83-89.
- Perdue, R. R., Long, P.T. ve Allen, L. (1990). Resident Support For Tourism Development. *Annals of Tourism Research*. 17, 586-599.
- Prayag, G., Hosany, S., Nunkoo, R. ve Alders, T. (2013). London Residents’ Support For The 2012 Olympic Games: The Mediating Effect Of Overall Attitude. *Tourism Management*. 36, 629-640.
- Shariff, N. M. ve Abidin, A. Z. (2013). Community Attitude Towards Tourism Impacts: Developing A Standard Instrument In The Malaysian Context. *E-J. Soc. Sci. Res.* 1, 386-396.
- Sharpley, R. (2014). Host Perceptions Of Tourism: A Review Of The Research. *Tourism Management*. 42, 37-49.
- Sirakaya, E., Teye, V. ve Sonmez, S. (2002). Understanding Residents’ Support For € Tourism Development In The Central Region Of Ghana. *Journal of Travel Research*. 41(8), 57-67.
- Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., ve Szivas, E. M. (2014). Residents’ Support For Tourism Development: The Role Of Residents’ Place Image And Perceived Tourism Impacts. *Tourism Management*. 45(0), 260-274.
- Wang, S. ve Chen, J. S. (2015). The Influence Of Place Identity On Perceived Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research*. 52, 16-28.
- Woo, E.; Kim, H. ve Uysal, M. (2015). Life Satisfaction And Support For Tourism Development. *Annals of Tourism Research*. 50, 84-97.