



Araştırma Makalesi (Research Article)

TURİZM EĞİTİMİ ALAN ORTAÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNİN TURİZM VE ETKİLERİNE YÖNELİK ALGILARI: HATAY ÖRNEĞİ (PERCEPTIONS OF TOURISM AND ITS EFFECTS ON SECONDARY SCHOOL STUDENTS STUDYING TOURISM: HATAY EXAMPLE)**

Nihat DEMİRTAŞ¹ (orcid.org/ 0000-0002-4245-6909)

Meryem KESKİN^{2*} (orcid.org/ 0000-0002-4047-6631)

Fikret GÖKÇE³ (orcid.org/ 0000-0001-7101-1872)

¹İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Hatay/İskenderun Türkiye

²İskenderun Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay/İskenderun Türkiye

³İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Hatay/İskenderun Türkiye

Özet

Turizm faaliyetleri her geçen gün ilerleme ve gelişme göstermektedir. Türkiye'nin en güneyindeki Hatay ili de turizm alanında devamlı büyüme gösteren şehirlerden birisidir. Bu ilerleme ve gelişmeler bazı etkileri beraberinde getirmektedir. Bu etkiler; sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkilerdir. Araştırmada turizm eğitimi alan öğrencilerin turizmin etkilerini ve turizme yönelik algılarının ne düzeyde olduğunu belirlemek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda yapılacak araştırmada evren olarak Hatay ili, örneklem olarak Hatay'ın Antakya ilçesinde Nimet Fahri Öksüz Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Arsuz ilçesinde Uluçınar Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesinde turizm eğitimi alan 757 öğrenci seçilmiştir. Toplamda 623 öğrenciye anket uygulanmış tutarlı olan 529 anket analiz uygulanmıştır. Veriler IBM SPSS Statistics 25 programı ile analiz edilmiştir. Analiz bulgularında öğrencilere göre Hatay'ın turizm yönünden en önemli özelliğinin Hatay'ın tarihsel ve kültürel bir şehir olmasıdır. Turizmin çevresel ve ekonomik etkilerinin olumlu etkilediğini, sosyal ve kültürel etki olarak gelenek, görenek ve değerlerin olumlu etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır. Erkek öğrencilerin turizm algısı kız öğrencilerin turizm algısından daha yüksektir. Yiyecek-içecek hizmetleri okuyan öğrencilerin turizm algı düzeyleri, konaklama ve seyahat hizmetleri okuyan öğrencilerin turizm algı düzeylerinden fazladır. Ayrıca staj yapan öğrencilerin turizm algı düzeyleri staj yapmayan öğrencilerin turizm algı düzeylerinden daha yüksektir.

Anahtar Kelime: Turizm, Turizm Algısı, Ortaöğretim Turizm Öğrencileri, Hatay

Abstract

Tourism activities are progressing and developing every day. Hatay province, the southernmost province of Turkey, is one of the cities that has seen continuous growth and development in the field of tourism. These advances and developments bring some effects. These effects are socio-cultural, economic and environmental factors. In the study, it was aimed to determine the effects of tourism and the level of perceptions of students receiving tourism education. For this purpose, 757 students who studied tourism at Nimet Honorary Orphan Vocational and Technical Anatolian High School in Antakya district of Hatay, Uluçınar Vocational and Technical Anatolian High School in Arsuz district were selected as the universe in Hatay province, as a sample in the research to be carried out. A total of 623 students were surveyed. 529 questionnaires that are consistent have been analysed. The data were analysed using the IBM SPSS Statistics 25 program. According to the analysis findings, the most important feature of Hatay in terms of tourism is that Hatay is a historical and cultural city. It has been concluded that the environmental and economic effects of tourism have a positive impact, and traditions, customs and values as a social and cultural effect have been positively affected. The perception of tourism of male students is higher than the perception of tourism of female students. The level of tourism perception of students studying food and beverage services is higher than the level of tourism perception of students studying accommodation and travel services. In addition, the tourism perception levels of the students who completed the internship program are higher than the tourism perception levels of the students who did not complete the internship programs.

Keyword: Tourism, Tourism Perception, Tourism Secondary School Students, Hatay

** Bu makale "Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Eğitim Düzeyleri Bakımından Turizm Algılarının Karşılaştırılması: Hatay Örneği" başlıklı yüksek lisans tezinin verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

* Sorumlu yazar: meryemkoroglu94@gmail.com

DOI: 10.33083/joghat.2021.100

1. Giriş

Turizm dünyanın en hızlı büyüyen sektörlerinden birisidir. Turizm emek yoğun bir sektör olması nedeniyle nitelikli iş gücü arzına yönelik sektörün talebi oldukça yüksektir (Tuna, Akça, Akbaş Tuna ve Gürlek; 2017). İstihdam edilen iş görenlerin mesleğinin gerektirdiği nosyonlara sahip olması ile hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetinin istenilen düzeylere ulaşması sağlanabilir. Hizmet kalitesinin artırılması mesleki eğitim almış iş görenlerin sektördeki istihdamı ile doğru orantılı olarak yükselmektedir (Temizkan, Ceviz ve Cankül, 2019). Bu nedenle turizm eğitim kurum ve kuruluşları sektörün gelişmesi için oldukça önemli bir eksikliği ortadan kaldırmaktadır. Turizm sektörünün gelişimi mesleki turizm eğitiminin sürekliliğine ve gelişen koşullara göre kendini geliştirmesi ile mümkün olabilir (Ünlüönen, 2004, 109-110). Turistlere karşı tutum ve davranışların eşit, dürüst ve etik sınırlar içerisinde olması (Kızılırmak, 2000; Ünlüönen, 2004) hizmet verenlerin eğitimi ile sağlanabilir.

Yapısal olarak incelendiğinde, sektörün nitelikli iş gücü ihtiyacının karşılanmasındaki en önemli arz kaynakları orta öğretim, ön lisans, lisans ve lisansüstü eğitim veren kurum ve kuruluşlar oluşturmaktadır. Bu okullardan yetişen öğrenciler sektörün nitelikli iş gücü ihtiyacını karşılamaktadır. Turizm eğitimi veren kurumlar bir taraftan sektörün nitelikli iş gören ihtiyacını karşılarken diğer taraftan bulunduğu şehirlerdeki sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli iş gücü ve yöneticilerin yetiştirilmesine katkı sağlamaktadır.

Türkiye’de ortaöğretim kurumları turizm eğitiminin ilk basamak kuruluşlarıdır. Turizm eğitimi alan ortaöğretim öğrencileri, ergenlik çağının henüz başlarında eğitim süreçlerine başlamakta ve iş başı eğitimleri (staj) sırasında sektör deyimini kazanmaktadır. Stajlarını genellikle gelişmiş turizm destinasyonlarında yapan öğrenciler yerli ve yabancı turistler ile iletişim kurmaktadır. Kendi yaşadıkları veya eğitim gördükleri şehirlere geri döndüklerinde gelişmiş turizm destinasyonları ile buldukları şehirlerin turizm gelişimi arasında kıyaslama yapabilme yetisi kazanmaktadırlar.

Geleceğin yöneticileri ve iş görenleri turizm öğrencilerinden olacağı gerçeğinden hareketle; eğitimi alan öğrencilerin sektörde istihdamının artırılması, hizmet kalitesinin yükselmesine önemli katkılar sunmaktadır. Turizm sektörünün gelişimi ve sürdürülebilirliği, sektörün liderliğini yapacak öğrencilerin turizm algısına yönelik farkındalıklarının yüksek olması ile mümkün olabilir (Ayaz, Yeşiltaş ve Türkmen, 2012; 103-112). Bu nedenle, sektörün ihtiyaç duyduğu kalifiye iş görenlerin ve yöneticilerin yetiştirilmesi için turizm eğitim alan öğrencilerin turizm algılarının yüksek olması son derece önemlidir.

Araştırma kapsamında ele alınan ortaöğretim öğrencileri turizm sektörü için yetiştirilen ara elemanlar oldukları için turizme yönelik alguları ve düşünceleri önemlidir. Öğrencilerin turizm eğitimleri ve stajları sırasında edinmiş oldukları birikimleri ile turizm algı düzeylerinin oluştuğu varsayımından hareketle; Hatay’da turizm eğitimi alan ortaöğretim öğrencilerinin turizm algılarının tespit edilmesi araştırmanın temel amacıdır.

2. Kavramsal Çerçeve

Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlükte “*Algı: Bir şeye dikkati yönelterek o şeyin bilincine varma, idrak*” (<https://sozluk.gov.tr/>) şeklinde açıklanmaktadır. Algı, bireylerin zihinsel sürecine bağlı olarak idrak edilen nesne veya olgunun uyarıcılar etkisi ile değerlendirilmesi süreci olarak ifade edilebilir. Benzer uyarıcıların farklı şekilde değerlendirilmesi kültür ve beklenti gibi farklı sebeplerden ortaya çıkmaktadır (Bilgin ve Özdemir, 2013: 27). Algı süreci, bir objenin insanın göz, kulak, burun, dil ve deri organlarının etkileşimi ile zihinde oluşması ve değerlendirilmesidir (Akova, 2006). İnsanların zihninde oluşan algılar farklı problemler ortaya çıkarmakta ve bu problemlere karşı çözümler üretilmektedir. Kişilerin var olan bilgiyi, yeni gelen bilgiler ile karıştırıp daha sonra ayırıştırarak sadeleştirilmesi ve yenilemesi ile sosyal algıları oluşmaktadır. Bireylerin turizm algısı ise, turizm faaliyetlerine katılarak ya da farklı ortamlarda turizm ile ilgili kazanılan bilgi ve fikirleri ile gelişmektedir. Farklı olgular insanların turizme yönelik algılarını etkilemektedir. Bu olgular sosyo-kültürel, ekonomik ve fiziksel çevre üzerindeki etkilerin turizm algısına dönüşmesi ile bir bütünlük kazanmaktadır (Türker, 2014: 82).

Turizm hizmet üretenler ve tüketiciler arasındaki etkileşimi takip eden bir süreçtir (Brida, Osti, ve Faccioli, 2011). Turizm faaliyetlerinin artışı yerel halkın yaşamını olumlu ve olumsuz yönde etkilemekte buna bağlı olarak, yerel halkın turizm algısı artmaktadır (Türker ve Öztürk, 2013; Özdemir ve Kervankıran, 2011). Bu nedenle özellikle turist kabul eden destinasyonlarda turizmin olumlu ve olumsuz etkileri ve yerel halkın turizm algısına yönelik çok sayıda araştırma yapılmaktadır (Eralp, 1974; Brayley, Var ve Sheldon, 1990; Ross, 1992; Ap, 1992; Haralambopoluos ve Pizam, 1996; Korça, 1998; Tosun, 2000; Carmichael, 2000; Yoon, Gursoy ve S.Chen, 2001; Tatoglu vd., 2002; Baysan, 2002; Kuvan ve Akan 2005; Akova, 2006; Dyer vd., 2007; Cottrell vd., 2007; Demiroğlu ve İzgi, 2007; Ambroz, 2008; Çalışkan ve Tütüncü, 2008; Gümüş ve Özipekçe, 2009;

Alaeddinoğlu, 2007; Cengiz ve Kırbir, 2007; Çetin, 2010; Özdemir ve Kervankıran, 2011; Karakuş, Çepni ve Kılcan, 2011; Doğan ve Üngüren, 2012; Andarabi, 2012; Şahiner, 2012; Okuyucu ve Somuncu, 2012; Çeken, Uçar ve Dalgın, 2012; Eren ve Aypek, 2012; Ayaz, Yeşiltaş ve Türkmen, 2012; Bilim ve Özer, 2013; Çetinkaya, 2013; Türker ve Türker, 2014; Çelikkanat ve Güçer, 2014; Güneş, 2014; Avcıkurt, 2015; Giritlioğlu ve Bulut, 2015; Türkmen ve Dönmez, 2015; Kavak, 2015; Ayazlar, 2015; Boğan ve Sarıışık, Gök, 2016; Sandal ve Karademir, 2016; Hançer, 2016; Işık ve Çalkın, 2016; Gıran Taşcıoğlu ve Akpınar, 2016; Denk ve Mil, 2016; Şahin, 2017; Filiz ve Yılmaz, 2017; Karakaş ve Şengül, 2017; Dilek, Çoban ve Harman, 2017; Çeken, Özdemir ve Ertürk, 2018; Ünal ve Yücel, 2018). Bu araştırmalar incelendiğinde, turizm faaliyetlerinden doğal çevrenin ve yerel halkın sosyo-kültürel yapısının olumsuz etkilendiği görülmektedir. Diğer taraftan olumlu ekonomik girdileri nedeniyle özellikle gelişmekte olan ülkelerde yerel ekonominin turizme bağımlılığı yerel halk tarafından ekonomik etkilerin olumlu olarak algılanmasına neden olmaktadır. Kısaca turizmin etkileri sosyo-kültürel, çevresel ve ekonomik olarak üç başlık altında toplanmaktadır (Okuyucu ve Somuncu, 2012: 3). Bu etkilerin yerel halk tarafından nasıl idrak edildiği yerel halkın turizm algısı olarak ifade edilebilir.

Turizm faaliyetlerine katılacak olan turistler için fiziksel çevrenin (Inskeep, 1991) korunması turizmin sürdürülebilirliği açısından önemlidir (Kozak, 2012: 114). Turizm faaliyetleri doğa ile iç içe gerçekleştiği için doğal çevre üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri bulunmaktadır. Turizmin doğal çevreye olumsuz yönde etkileri kaçınılmaz görülmekle birlikte, doğru planlamalarla doğal çevre üzerine olumlu yönde etkileri de olabilmektedir (Avcıkurt, 2003: 33-35; Öztaş, 2002: 41; Boyacıoğlu, 2013: 127). Turist yoğunluğunun fazla olduğu destinasyonlarda aşırı ve vahşi kullanım, doğal çevrenin kirlenmesi ve tahribatına neden olmaktadır. Bir destinasyonda turizm faaliyetlerinin varlığını devam ettirebilmesi doğal kaynaklara minimum zarar verilerek sürdürülebilirliğinin sağlanması ile mümkün olabilmektedir. Yerel halk tarafından doğal çevre üzerine olan etkilerin nasıl algılandığı bölge turizminin gelişimi ve kaynak kullanımını doğrudan etkilemektedir. Özellikle turizm paydaşlarının algısı son derece önemlidir. Çünkü turizm paydaşlarının olumlu veya olumsuz tutumu bölge turizminin gelişimini doğrudan etkilemektedir.

Farklı ülkelerden gelen ve farklı kültürlere sahip olan turistler, ziyaret ettikleri destinasyonlardaki yerel halk ile etkileşim kurmaktadır (Goeldner ve Ritchie, 2009). Bu etkileşim çift yönlüdür. Hem gelen turist halk hem de yerel halkın etkileşimidir (Civelek, 2010: 33). Turistler ziyaret ettikleri destinasyonda yaşayan halkın sosyo-kültürel yapısından etkilendikleri gibi onların sosyo-kültürel yapısını etkileyebilmektedirler. Bu etki olumlu veya olumsuz yönde olmaktadır. Turizm arzı sunan destinasyonlar olumsuz etki ve algıyı minimize ederek olumlu etki ve algının yükseltilebilmesi için çaba harcamaktadır. Yerel halk üzerindeki olumlu etkilerinin yanında olumsuz etkileri de çalışılmış ve bu çalışmaların bazılarında ise turizmin yerel halk üzerinde olumsuz sosyo-kültürel etki bıraktığı görülmektedir (Butler, 1980; Ap, 1992; Avcıkurt, 2015; Ayazlar, 2015). Plansız ve aniden artan nüfus, bölge halkının sosyo-kültürel değerlerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu durum beraberinde kültürel yozlaşmayı da getirmektedir. Turizmin sosyo-kültürel etkisi bakımından olumsuz yönde etkilenen yerel halkın turizme verdiği destek azalmaktadır (Butler, 1980; Ap, 1992). Turizmin olumsuz etkilerinin azaldığı durumlarda yerel halkın turizme verdiği desteğinin arttığı görülmüştür (Butler, 1980; Ap, 1992; Çalışkan ve Tütüncü, 2008; Doğan ve Üngüren, 2012).

Turizmin ülke ekonomilerine döviz girdisi ve istihdam gibi olumlu etkileri bulunmaktadır (Meriç ve Erten, 2020). Özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomik gelişimi, dış ticaret açığının azaltılması ve refah seviyesinin artırılmasına katkılar sunmaktadır (Bahar ve Kozak, 2008: 59; Hançer, 2016). Diğer taraftan turizm destinasyonlarındaki ithal edilen ürün ve hizmetlerin ortaya çıkardığı sızıntı, turizmin mevsimsellik özelliği nedeniyle turizm faaliyetlerinden tüm yıl gelir elde edilememesi, yüksek sezonda fiyatlar genel seviyesinin yükselmesine bağlı olarak yerel halkın alım gücünün düşmesi gibi olumsuz etkileri de bulunmaktadır (Demirtaş, 2019). Yerel halkın turizm algısı ve turizme yönelik bakış açılarının incelendiği (Eralp, 1974; Butler, 1980; Ap, 1992; Yoon, Gursoy ve S.Chen, 2001; Kuvan ve Akan, 2005; Akova, 2006; Çalışkan ve Tütüncü, 2008; Gümüş ve Özüpekçe, 2009; Özdemir ve Kervankıran 2011; Doğan ve Üngüren, 2012; Çetinkaya, 2013; Bilim ve Özer, 2013; Türker ve Türker, 2014; Hançer, 2016; Gök, 2016; Gran Taşcıoğlu ve Akpınar, 2016; Denk ve Mil, 2016; Dilek, Çoban ve Harman, 2017) çalışmalarda turizmin ekonomik etkileri ayrıntılı olarak ortaya konulmaktadır. Yerel halkın turizm faaliyetlerini destekleyebilmesi ekonomik olarak olumlu yönde etkilenmesine bağlıdır (Butler, 1980; Yoon, Gursoy ve S.Chen, 2001; Çalışkan ve Tütüncü, 2008; Kuvan ve Akan, 2005; Şahiner, 2012; Şahin, 2017; Dilek, Çoban ve Harman, 2017). Aksi takdirde yerel halk turizm faaliyetlerini desteklememekte hatta direnç gösterebilmektedir. Turizm eğitimi açısından ele alındığında ise turizmin olumlu ekonomik etkilerinin yüksek olması oldukça önemlidir. Ekonomik olarak olumlu etkilenen toplum turizm eğitimini de desteklemekte ve çocuklarını turizm okullarına

daha fazla göndermektedir. Türkiye’de turizm gelirlerinin yüksek olduğu bölge ve şehirlerde turizm okullarının ve öğrenci sayılarının turizm gelirlerinin az olduğu şehirlere oranla daha yüksek olması bu durumu net bir şekilde açıklamaktadır.

Turizm yerel halk ile ziyaretçilerin algılarını etkileyen bir faaliyettir. Yerel halkın turizme yönelik bakış açılarının incelendiği çalışmalarda, yerel halkın turizmin sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel etkilerine karşı algılarının genellikle olumlu olduğu, özellikle turizme ve turizm faaliyetlerine karşı da olumlu görüş içinde olduğu görülmüştür (Butler, 1980; Ap, 1992; Yoon vd., 2001; Akova, 2006; Alaeddinoğlu, 2007; Demiroğlu ve İzgi, 2007; Gümüş ve Özüpekçe, 2009; Özdemir ve Kervankıran, 2011; Karakuş, Çepni ve Kılcan, 2011; Andarabi, 2012; Eren ve Aypek, 2012; Okuyucu ve Somuncu, 2012; Bilim ve Özer, 2013; Çetinkaya, 2013; Çelikkanat ve Güçer, 2014; Ayazlar, 2015; Giritlioğlu ve Bulut, 2015; Kavak, 2015; Boğan ve Sarıışık, 2016; Karakaş ve Şengül, 2017; Şahin, 2017; Dilek, Çoban ve Harman, 2017). Turizme karşı olumlu düşünce içerisinde olan yerel halk, bölgeye gelecek olan turistlere karşı da olumlu davranışlar sergileyerek turizmi desteklemektedirler (Alaeddinoğlu, 2007).

Turizm faaliyetleri destinasyonun doğal çevresi üzerindeki etkileri, yerel halkın sosyo-kültürel yapısı ve ekonomisine olan olumlu ve olumsuz etkilerine bağlı olarak gelişim göstermektedir. Bu bağlamda yerel halkın turizmin etkileri üzerine algısı oldukça önemli olduğu söylenebilir. Bir yörede turizm gelişimi ve geleceği için yerel halkın eğitilmiş bireyleri de son derece etkilidir. Turizm eğitimi öğrencilere gelecekte iyi bir yönetici olma ve sektörün eğitilmiş temsilcileri olma imkanı sunmaktadır (Andereck vd., 2005; Ayaz vd., 2012). Bu nedenle turizm eğitim alan öğrencilerin turizme yönelik algıları yerel turizm gelişimi ve yörenin geleceği açısından önem arz etmektedir. Alan yazın incelendiğinde turizm eğitimi alan öğrencilerin turizmin etkileri üzerine algıları ile ilgili yapılan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir (Andereck vd., 2005; Aslan ve Kozak, 2006; Gümüş ve Özüpekçe 2009; İncekara ve Savran, 2011; Ayaz vd., 2012; Ateş, 2013; Hanedar vd., 2015; Büyüksalvarcı vd., 2017). Turizm eğitimi alan öğrencilerin turizme yönelik algılarının incelendiği çalışmalar değerlendirildiğinde de, öğrencilerin turizm faaliyetlerine ve turizmin etkilerine yönelik görüşlerinin genellikle olumlu olduğu görülmektedir.

3. Yöntem

Araştırma alanı olarak Hatay seçilmiştir. Hatay geçmişten günümüze kadar sekiz bin yıllık tarihi ile küresel şehir olma özelliği taşımaktadır. Binlerce yıllık tarihi geçmişi olan 13 medeniyete ev sahipliği yapmış, farklı din ve inanışların günümüzde birlikte yaşadığı özel bir şehirdir (Gökçe, Cihangir, Sunar, ve Summak, 2017; 1475). Toplumsal birlikteliğin, kardeşliğin ve hoşgörülülüğün simgesi olan Hatay’ın turistik cazibeleri bölge ekonomisi açısından önem arz etmektedir (Tosun ve Bilim, 2004: 128). Kültür, inanç, doğa ve gastronomi turizmi potansiyeli yüksek bir şehir olan Hatay 2017 yılında UNESCO Gastronomi Şehri unvanı alarak yaratıcı şehirler ağına dâhil (<https://en.unesco.org/creative-cities/hatay>) olmuştur. Bu unvana sahip olan Dünya’da 37 Türkiye’de ise 3 şehirden biridir. Şehirde turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm algıları bölge turizminin geleceği açısından önemli görüldüğünden araştırma alanı olarak Hatay seçilmiştir. Yapılan literatür taraması sonucunda Hatay’da orta öğretimde öğrenim gören turizm öğrencilerinin turizmin etkilerine yönelik algıları konusunda yapılan herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Hatay’da turizm eğitimi alan ortaöğretim öğrencilerinin turizm algılarının tespitini amaçlayan bu araştırma, nicel verilere dayalı açıklayıcı araştırma olarak yapılmıştır. Veri toplama tekniği olarak nicel araştırma olarak uygulanarak anket formları üzerinden birincil verilere ulaşılmıştır. Bu doğrultuda UNESCO gastronomi şehri unvanına sahip Hatay’da, turizm eğitimi alan ortaöğretim öğrencileri araştırma evrenini oluşturmaktadır. Hatay’ın Antakya ilçesinde Nimet Fahri Öksüz Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesinde turizm eğitimi alan 447 öğrenci, Arsuz ilçesinde Uluçınar Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesinde turizm eğitimi alan 310 öğrenci evren (N=757) olarak seçilmiştir. Araştırma verileri 2018-2019 eğitim-öğretim yılında toplanmıştır. Anket formunun anlaşılabilirliğini test edebilmek için 50 öğrenciye anket formu doldurtularak pilot test yapılmıştır. Pilot test sonucunda ankete katılanların yanlış algıladıkları veya anlaşılmayan önermeler düzeltilerek anket formu uygulanabilir hale getirilmiştir. Anketler ödelesan gruba uygulandığı için araştırma öncesinde Milli Eğitim Müdürlüğü ve veli onam formu alınarak araştırma yapılmıştır. Evrenin tamamına ulaşılması hedeflenerek 757 (% 100) anket formu dağıtılmış 623 (% 82) öğrenciden geri dönüş alınmıştır. Araştırma ödelesan gruba uygulanacak olması nedeniyle önermelerin tam olarak anlaşılma riskini ortadan kaldırabilmek için anketler araştırmacılar tarafından her sınıfta açıklamalar yapılarak öğrencilerle yüz yüze yapılmıştır. Ancak doldurulan 623 anket içerisinde eksik ve hatalı olan 94 anket analizlere dâhil edilmemiştir. Tutarlı olan 529 (% 70) anket evreni temsil edebilecek sayıda olduğu için SPSS (IBM Statistical Package for Social Sciences, Version 25) programı ile analizler yapılmıştır.

Kullanılan anket formu, İncekara ve Savran (2011), Ateş (2013) araştırmalarındaki ölçekler kullanılmıştır. Anketin ilk bölümünde öğrencilerin demografik özelliklerine yönelik sorular, ikinci bölümünde ise öğrencilerin turizm algılarını ölçmeye yönelik 23 önerme yer almaktadır. Bu önermeler 5'li likert tutum ölçeği olup, (1) kesinlikle katılmıyorum, (2) katılmıyorum, (3) ne katılıyorum ne katılmıyorum, (4) katılıyorum (5) kesinlikle katılıyorum şeklinde derecelendirilmiştir.

4. Bulgular

Araştırmanın anket verileri toplandıktan sonra değerlendirmeye alınan veriler SPSS (IBM Statistical Package for Social Sciences, Version 25) paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin sıklık (f) ve yüzde (%) değerleri kullanılarak çözümlenmesine gidilmiştir. Daha sonra öğrencilerin, turizm algılarını belirlemek amacıyla oluşturulan ifadelerle verdikleri yanıtlar, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri esas alınarak analiz edilmiştir. Yapılan kolmogorov-smirnov normallik testi sonucuna göre $P=0,033<0,05$ olduğu görülmüştür. Katılımcıların demografik özellikleriyle turizm algılarını arasında anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığının belirlenmesi amacıyla Bağımsız Örneklem T Testi yapılmıştır.

Toplamda 23 ifade ile yapılan analizde araştırmanın güvenilirliği sorgulandığında, güvenilirlik (Cronbah Alpha) değeri 0,804 olarak bulunmuştur. Coşkun, vd., (2015) e göre Cronbah Alpha değerinin 0 ile 1 değerleri arasında ve geçerli olan değer minimum 0.7 olması gerekmektedir. Araştırmanın cronbah alpha sonucu 0,804 mükemmel derecede güvenilir olduğu söylenebilir. Özdamar'a (2015) göre verilerin analizinde normallik dağılımı önem arz etmektedir. Bu testlerden en güvenilir yöntem kolmogorov-smirnov testidir. Bu testin normal dağılım düzeyi $P<0,05$ den büyük ise normal dağılım değil, $P>0,05$ düzeyinde gerçekleşiyor ise normal dağıldığı görülmektedir. Yapılan kolmogorov-smirnov normallik testi sonucuna göre $P=0,033<0,05$ olduğu görülmüştür. Tabachnick ve Fidell, 2013, (Karalar, 2018:46)' e göre Kurtosis ve Skewness değerleri -1.5 ile +1.5 arası normal dağılım olduğu kabul görmektedir. Yapılmış olan analizlerde Kolmogrov-Smirnov değeri ,033 güvenilirlik testi skewness-kurtosis (çarpıklık ve basıklık), çarpıklık değeri -,277 ile ,106, basıklık değeri ise -,077 ile ,212 arasındadır. Bu sonuçlara göre parametrik testlerin uygulanması uygun görülmüştür.

Araştırma yapılan öğrencilere ait demografik veriler incelendiğinde Tablo 1'e göre; araştırmaya katılan 529 öğrencinin 210'u (%39,7) kız ve 319 (%60,3)'ü erkektir. Çalışmaya katılan öğrencilerin yaşları incelendiğinde 201'i (%38) 17 yaşında olduğu görülmektedir. Öğrencilerin öğrenim gördükleri sınıflar incelendiğinde 203'ü (%38,4) 10. Sınıf öğrencileri, 167'si (%31,6) 12. Sınıf öğrencileri, 159'u (%30,1) 11. Sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır. Sınıf dağılımlarına bakıldığında oranların birbirine yakın olduğu anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük bir bölümü 438'i (%82,8) yiyecek ve içecek hizmetleri bölümünden oluştururken 91'i (%17,2) konaklama ve seyahat hizmetleri bölümünden oluşmaktadır. Bunun sebebi Hatay'ın UNESCO gastronomi şehri unvanı almış bir gastronomi turizm destinasyonu olmasından dolayı yiyecek ve içecek hizmetleri bölümüne daha fazla öğrencinin yöneldiğini görülmektedir. Öğrencilerin bölüm seçiminde etkili olan faktörlerin neler olduğunun tespitine yönelik önermeler analiz edildiğinde; en yüksek sonuç 446'ünün (%84,3) kendi isteği olduğu ortaya çıkmıştır. Ödelasan yaş grubunda yer almalarına rağmen buldukları şehrin gastronomi şehri olma özelliğini dikkate alarak kendi tercihleriyle yiyecek içecek hizmetleri programını seçmeleri turizm algı düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Öğrencilerin 327'si (%61,8) staj (işbaşı eğitimi) yapmışken 202'si (%38,2) stajlarını yapmadıklarını ifade etmişlerdir. Öğrencilerin aile bireylerinin turizm sektöründe çalışma durumu incelendiğinde ise; 361'inin (%68,2) turizm sektöründe çalışmadığı, 168'inin (%31,8) turizm sektöründe çalıştığı görülmektedir. 168 (%31,8) öğrencinin ailesinin sektör deneyimi bulunmasına rağmen öğrencilerin bölüm seçiminde aile tavsiyesinin 38 (%7,2)'dir. Bu durum sektör deneyimi olan ebeveynlerin çocuklarını turizm sektörüne yönelik eğitim kurumlarına yönlendirme yapmadıkları söylenebilir.

Tablo 1. Öğrencilere İlişkin Demografik Veriler.

	Sıklık (n)	Yüzde Değeri (%)
Cinsiyet		
Kız	210	39,7
Erkek	319	60,3
Toplam	529	100,0
Yaş		
15	87	16,4
16	168	31,8
17	201	38,0

18	73	13,8
Toplam	529	100,0
Sınıfı		
10. Sınıf	203	38,4
11. Sınıf	159	30,1
12. Sınıf	167	31,6
Toplam	529	100,0
Okuduğu Bölüm		
Konaklama ve Seyahat Hizmetleri	91	17,2
Yiyecek ve İçecek Hizmetleri	438	82,8
Toplam	529	100,0
Bölüm Seçme Nedeni		
Kendi isteği	446	84,3
Aile tavsiyesi	38	7,2
Öğretmen tavsiyesi	19	3,6
Arkadaş tavsiyesi	26	4,9
Toplam	529	100,0
Staj yapma durumu		
Yaptı	327	61,8
Yapmadı	202	38,2
Toplam	529	100,0
Aile bireylerinizden turizm sektöründe çalışan var mı?		
Evet	168	31,8
Hayır	361	68,2
Toplam	529	100,0

Araştırmaya katılanların “Hatay’ın turizm yönünden en önemli özelliği nedir” önermesiyle ilgili analizler Tablo 2’de görülmektedir. Bu önerme, araştırmaya katılan öğrencilerin Hatay şehri ile ilgili genel turizm algılarını ölçmeye yöneliktir. Katılımcıların 330’u (%62,4) tarihsel ve kültürel zenginliğinin olması cevabını vermiştir. Buradan anlaşılacağı üzere Hatay tarihsel ve kültürel bakımdan zengin bir turizm şehri olarak algılanmaktadır.

Tablo 2. Hatay’ın Turizm Yönünden En Önemli Özelliği

	Sıklık (n)	Yüzde Değeri (%)
Tarihsel ve kültürel zenginliği olması	330	62,4
Alternatif turizme uygun doğal güzellikleri olması	79	14,9
Sakin ve güvenli bir şehir olması	70	13,2
İnanç turizmi açısından önemli bir destinasyon olması	37	7,0
Önemli ticaret yollarının kesiştiği bir bölgede olması (coğrafi konumu)	13	2,5
Toplam	529	100,0

Araştırmaya katılanların Hatay’ın turizmüne yönelik algıları 4 faktör üzerinden incelenmektedir. Bunlar; turizm imkânlarına yönelik algılar, turizmin ekonomik etkilerine yönelik algılar, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerine yönelik algılar şeklinde sıralanmaktadır. Katılımcıların Hatay turizmüne yönelik algıları Tablo 3’te gösterilmektedir.

Turizm imkânlarına yönelik algıları değerlendirildiğinde genel aritmetik ortalama (\bar{x})=2,86’dır. Ortalama değer 2,5’in üzerinde olduğu için algıların olumlu yönde olduğu görülmektedir. Turizm imkânları ile ilgili önermeler incelendiğinde, “Hatay’ın tarihi ve kültürel kaynakların korunmaktadır” önermesi (4,00) en yüksek ortalama sahiptir. Bu durum Tablo 2’de de verilen Hatay’ın turizm yönünden en önemli özelliği olarak en yüksek orana (62,4) olan “Tarihsel ve kültürel zenginlik olması” sonucuyla da örtüşmektedir. Yorumlandığında öğrenciler Hatay’ın tarihi ve kültürel zenginliğe sahip olduğu algısının oldukça yüksek olduğu söylenebilir.

Turizm imkânları arasındaki “Hatay’daki mevcut turizm tesisleri kalitelidir” önermesi (1,91) en düşük ortalama sahiptir. Turizm imkanları faktörünün genel ortalamasını düşüren değer olarak da dikkat

çekmektedir. Öğrencilerin çoğunluğunun şehir dışındaki majör destinasyonlarındaki işletmelerde staj yaptıkları için Hatay ilindeki turizm tesislerinin kalitesini kıyaslayabilmektedirler. Bu sebeple de Hatay'ın turizm imkânlarının yeterli düzeyde olmadığına ayrıca turizm tesislerinin kalite standardının da düşük olduğu algılanmaktadır. Bu durum Hatay İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı 2018- 2023 (2018) ve Hatay Gastronomi Stratejisi ve Eylem Planı 2021-2023 (2020) ile desteklenmektedir. Planlar incelendiğinde turizm sektörü hizmet kalitesinin düşük olduğu görülmektedir.

Ekonomik etkilerine yönelik algılar değerlendirildiğinde genel aritmetik ortalama (\bar{x})=3,29'dur. Genel olarak verilen cevaplar incelendiğin bütün ifadelerin aritmetik ortalamalarının 2,50'nin üzerinde olduğu görülmektedir. Bu durum katılımcıların ekonomik etkileri olumlu algıladığını göstermektedir. Ekonomik etkiler arasında “Hatay’da yöresel ürünler değer kazanmaktadır” önermesi (3,55) en yüksek ortalama sahiptir. Hatay’ın yöresel ürünlerinin bilinirliği ve gelen turistlerin de bu ürünlere karşı olan ilgisi oldukça yüksektir. Bu durum Hatay Gastronomi Stratejisi ve Eylem Planı 2021-2023 (2020) ve Şahin (2016) tarafından hazırlanan doktora tezinde turistlere yönelik yapılan araştırma sonuçları, Hatay mutfağının zengin ürün çeşitliliği sunduğu yönündeki algıları ile örtüşmektedir.

Çevresel etkilerine yönelik algılar değerlendirildiğinde genel aritmetik ortalama (\bar{x})=3,28'dir. Genel olarak verilen cevaplar incelendiğin bütün ifadelerin aritmetik ortalamalarının 2,50'nin üzerinde olduğu görülmektedir. Bu durum katılımcıların çevresel etkileri olumlu algıladığını göstermektedir. “Hatay’da turizm tarihi ve kültürel yapıların daha iyi korunmasını sağlamaktadır” önermesi (3,58) en yüksek ortalama sahiptir. Hatay’da yaşayan öğrenciler hem turizm imkânı olarak, hem de turizmin çevresel etkisi açısından tarihi ve kültürel yapıya karşı ilgi düzeylerinin ve bilincinin yüksek olduğu söylenebilir.

Sosyo-kültürel etkiye bakıldığında ise genel ortalama (\bar{x})=3,53 ile faktörler arasında en yüksek değere sahiptir. Genel olarak verilen cevaplar incelendiğinde bütün ifadelerin aritmetik ortalamalarının yüksek olduğu görülmektedir. En düşük ortalama değer 3,34 “Hatay’da turizm gelenek, görenek ve değerleri olumlu etkilemektedir” önermesidir. Bu durum katılımcıların sosyo-kültürel etkileri olumlu algıladığını göstermektedir.

Araştırmaya katılanların turizm algıları ile ilgili genel aritmetik ortalama \bar{x} =3,34'tür. Turizm eğitimi alan ortaöğretim öğrencilerinin turizme yönelik algıların yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Araştırmaya katılanların turizm algıları ile ilgili aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri 1 kesinlikle katılmıyorum => 5 kesinlikle katılıyorum

ALGILAR	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Turizm İmkânları	2,86	,560
Hatay'daki mevcut turizm tesisleri kalitelidir	1,91	1,141
Hatay'daki turizm tanıtımı yeterli düzeydedir	2,66	1,168
Hatay'daki tarihi ve kültürel kaynaklar korunmaktadır	4,00	1,104
Ekonomik Etki	3,29	,732
Hatay'da turizm yerel ekonomiyi canlandırmaktadır	3,22	1,128
Hatay'da turizm yeni iş imkânları sunmaktadır	3,35	1,261
Hatay'da turizm diğer sektörlerin gelişimine katkı sağlamaktadır	3,29	1,152
Hatay'da yöresel ürünler değer kazanmaktadır	3,55	1,081
Hatay'da turizm ekonomiye katkı sağlamaktadır	3,08	1,156
Hatay'a turizm yatırım ve yatırımcı çekmektedir	3,28	1,190
Hatay'da turizm ürün fiyatlarının artmasına sebep olmaktadır	3,27	1,216
Çevresel Etki	3,28	,576
Hatay'da turizm tarihi ve kültürel yapıların daha iyi korunmasını sağlamaktadır	3,58	1,145
Hatay'da turizm doğal çevrenin daha iyi korunmasına katkı sağlamaktadır	3,55	1,152
Hatay'da turizm kentsel hizmet kalitesinin artmasına katkı sağlamaktadır	3,40	1,096
Hatay'da turizm halkın doğal ve kültürel kaynaklarla ilgili farkındalığını arttırmaktadır	3,51	1,087
Hatay'da turizm çevre kirliliğini azaltmaktadır	3,07	1,284
Hatay'da turizm alanları planlı ve kontrollü gelişmektedir	2,80	1,153
Hatay'da turizm kalabalığa ve gürültüye neden olmamaktadır	3,03	1,243
Sosyo- Kültürel Etki	3,53	,736
Hatay'da turizm şehrin tanınırlığını arttırmaktadır	3,69	1,142

Hatay'da turizm halkın yaşam biçimini (sosyo-kültürel) olumlu yönde etkilemektedir	3,41	1,166
Hatay'da turizm yaşam standardını yükseltmektedir	3,43	1,160
Hatay'da turizm kültürel etkinlikleri arttırmaktadır	3,63	1,170
Hatay'da turizm halkın turizm anlayışını geliştirmektedir	3,71	1,158
Hatay'da turizm gelenek, görenek ve değerleri olumlu etkilemektedir	3,34	1,371
GENEL TOPLAM	3,24	,477

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özellikleri ile turizm algıları arasındaki farklılıkları tespit etmek amacıyla Bağımsız Örneklem T Testi (Independent Simple T Test) analizleri yapılmış ve sonuçlar yorumlanmıştır.

Tablo 4'ya göre araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyetleri ile turizm imkânlarına yönelik algılarının arasında anlamlı bir farklılığı belirlemek amacıyla yapılan t testi sonucunda kız ve erkek öğrencilerin turizm algı ortalamalarının aynı olmadığı görülmüştür ($t_{0,05;527}=-2,943$). Buna göre erkek öğrencilerin turizm algı düzeyleri ($X=2,98$) kız öğrencilerin turizm algı düzeylerinden ($X=2,83$) daha yüksektir. T testi analizi sonucuna göre öğrencilerin cinsiyetine göre turizm imkânlarına yönelik algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır ($P=0,05>0,003$). Kız öğrencilerin şehir dışı stajlarına gitme oranı ile erkek öğrencilerin gitme oranları karşılaştırıldığında bu farklılığın nedeni ortaya çıkmaktadır.

Tablo 4. Cinsiyet Durumuna Göre Öğrencilerin Turizm İmkânları Faktörüne Yönelik Algılarının Karşılaştırılması İçin T-Testi

Boyut	Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	T	Df	P
Turizm İmkânları	Kız	210	2,83	,527	-2,943	527	,003
	Erkek	319	2,98	,575			

Tablo 5'e göre araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyetleri ile ekonomik faktöre yönelik algılarının arasında anlamlı bir farklılığı belirlemek amacıyla yapılan t testi sonucunda kız ve erkek öğrencilerin turizm algı ortalamalarının aynı olmadığı görülmüştür ($t_{0,05;493,113}=-2,010$). Buna göre erkek öğrencilerin turizm algı düzeyleri ($X=3,34$) kız öğrencilerin turizm algı düzeylerinden ($X=3,21$) daha yüksektir. T testi analizi sonucuna göre öğrencilerin cinsiyetine göre turizm imkânlarına yönelik algıları arasında istatistiksel olarak anlamlılık vardır ($P=0,05>0,045$).

Tablo 5. Cinsiyet Durumuna Göre Öğrencilerin Ekonomik Faktöre Yönelik Algılarının Karşılaştırılması İçin T-Testi

Boyut	Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	T	Df	P
Ekonomik Faktör	Kız	210	3,21	,660	-2,010	493,113	,045
	Erkek	319	3,34	,774			

Tablo 6'ya göre araştırmaya katılan öğrencilerin staj yapma durumu ile turizm algılarının karşılaştırılması için yapılan t testi sonucunda staj yapan ve staj yapmayan öğrencilerin turizm algı ortalamalarının birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($t_{0,05; 488,019}=1,975$). Buna göre staj yapan öğrencilerin turizm algı düzeyleri ($X=3,34$) staj yapmayan öğrencilerin turizm algı düzeylerinden ($X=3,21$) daha yüksektir. Buna göre yapılan T-testi sonucuna göre öğrencilerin staj yapma durumu ile turizm algıları arasında istatistiksel olarak bir fark vardır ($P=0,05>,044$).

Tablo 6. Öğrencilerin Staj Yapma Durumu İle Ekonomik faktöre yönelik Algılarının Karşılaştırılması İçin T-Testi

Boyut	Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	T	Df	p
Ekonomik Faktör	Staj Yapan	327	3,34	,782	1,975	488,019	,044
	Staj Yapmayan	202	3,21	,638			

4.SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm eğitimi alan ortaöğretim öğrencilerinin turizm algılarını belirlemek için yapılan bu çalışmada Hatay ilinin turizm imkânları, turizmin sosyokültürel, ekonomik ve çevresel etkilerine yönelik görüşleri belirlenmiştir. Ortaöğretim öğrencileri turizm sektörü için yetiştirilen ara elemanlar olduğu için öğrencilerin turizme yönelik algıları ve düşünceleri önemlidir.

Sonuç olarak Hatay’da turizm eğitimi alan ortaöğretim öğrencilerinin turizm algı düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Hatay öğrenciler açısından tarihsel ve kültürel bir şehir olmanın yanında alternatif turizme uygun kaynakları bakımından olumlu algılandığı söylenebilir. Katılımcıların demografik özellikleri ile yapılan analizlerde araştırmaya katılan öğrencilerin algı düzeyleri karşılaştırma oranları benzer çıkmaktadır. Bunun sebebi yaşadıkları bölge, sosyokültürel çevre, eğitim veren kişiler, aynı müfredat, grupların yaş aralıkları aynı düzeyde ve öğrenme düzeylerinin de aynı seviyede olmasıdır.

Turizm eğitimi alan ortaöğretim öğrencilerinin Hatay turizmine yönelik algıları;

- Turizmin Hatay’ın tanınırlığına katkı sağladığı,
- Turizm Hatay’daki kültürel etkinliklerin artmasına neden olduğu,
- Turizmin çevresel etkilerine yönelik algının olumlu olduğu,
- Kültürel bir şehir olan Hatay’ın ayrıca doğal güzelliklerinin de olduğu ve turizmin doğal değerlerin korunmasına katkı sağladığı,
- Yerel halkın doğal ve kültürel kaynaklara olan farkındalığının da arttırdığını düşünen öğrenciler, turizmin sosyal ve kültürel olarak olumlu yönde etkisinin olduğu,
- Genel olarak erkek öğrencilerin turizm algısı kız öğrencilerin turizm algısından daha yüksek seviyede olduğu,
- Stajlarını gerçekleştiren öğrencilerin turizm algıları stajlarını yapmayan öğrencilerin turizm algılarına göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Öneriler;

- Hatay da turizm arz imkânlarının geliştirilmesi gerektiği ve mevcut turizm tesislerinin kalitesinin (tesis ve hizmet) artırılması,
- Hatay iline özgü sosyo- kültürel değerlerin korunması için özellikle kadınlara ve çocuklara yönelik eğitim ve seminerlerin düzenlenmesi,
- Turizmin çevreye olan olumsuz etkilerinin en aza indirilebilmesi için yerle halka, özellikle kadınlara ve çocuklara yönelik eğitim ve seminerlerin düzenlenmesi,
- Hatay’a gelen turistlerin bilinçli hareket ederek doğal ve sosyokültürel çevrenin korunmasına yönelik çalışmalarının yapılması (el broşürü, uyarı levhaları seminer vb.)
- Kobilerin ve yerel esnafın turizmden daha fazla gelir elde etmesini sağlayacak bir sistemin kurulması
- Hatay’da bulunan tarihi yapıların restore edilerek turizme kazandırılarak gelecek nesillere aktarılmasının sağlanması,
- Hatay’da öğrenim gören ilköğretim ve ortaöğretim öğrencilerine yönelik Hatay turizm değerlerinin öğretildiği turlar yapılarak, çocukların turizm, doğal çevre, tarihi ve kültürel değerlerine yönelik bilinç ve algı düzeylerinin yükseltilmesinin sağlanması önerilmektedir.

Kaynakça

- Akova, O. (2006). Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma . Akademik İncelemeler Dergisi.2(1)Cilt 1, Sayı 2 , 77-109
- Alaeddinoğlu, F. (2007). Van Halkının Turisti Ve Turizmi Algılama Şekli. Coğrafi Bilimler Dergisi,Cilt 5, Sayı 1, 1-16.
- Ambroz, M. (2008). Attitudes of local residents towards the development of tourism in Slovenia: The case of the Primorska, Dolenjska, Gorenjska and Ljubljana regions. Anthropological Notebooks, 63-79.
- Andarabi, F. F. (2012). Cittaslow Markasına Sahip Şehirlerde Yerel Halkın Turizme Yaklaşımı Üzerine Bir Analiz: Seferihisar Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Andereck, K., Valentine, K., Knopf, R., & Vogt, C. (2005). Residents’ perceptions of community tourism impacts,Annals of Tourism Research, Volume 32, Issue 4, Pages 1056-1076,ISSN 0160-7383,
- Ap, J. (1992). Residents’ perceptions on tourism impacts. Annals of Tourism Research, 665–690.

- Aslan, A., & Kozak, M. (2006). Turizmde Gelişme ve Etik Sorunları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 49-61.
- Ateş, M. (2013). Ortaöğretim Öğrencilerinin Kentsel Turizm Algılarının Değerlendirilmesi: Edirne İli Örneği. *HUMANITAS Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 49-62.
- Avcıkurt, C. (2003). *Turizm Sosyolojisi*. Balıkesir: Detay yayıncılık.
- Avcıkurt, C. (2015). *Turizm Sosyolojisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ayaz, N., Yeşiltaş, M., & Türkmen, F. (2012). Turizm eğitimi alan öğrencilerin kırsal turizme bakış açıları ve algıları üzerine bir araştırma. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 103-112.
- Ayazlar, R. (2015). Kırsal Turizmde Yerel Halkın Tutumu. *GAUN JSS*, 16(1) 53-69.
- Bahar, O., & Kozak, M. (2008). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Baysan, S. (2002). Didim Kıyı Alanı Örneğinde Turizmin Çevresel Etkileri Konusunda Yerli Halkın Tutumları: Bir Ege Tatil Merkezi Örneği. *Türkiye Kıyıları 02: Türkiye'nin Kıyı ve Deniz Alanları IV. Ulusal Konferansı Bildiriler Kitabı*, (s. 599–608). Ankara.
- Bilim, Y., & Özer, Ö. (2013). Yerel Halk Gözüyle Konya'da Turizmin Önemi Ve Ekonomik, Sosyal, Çevresel Etkileri. *Ulusal Kop Bölgesel Kalkınma Sempozyumu*.
- Bilgin, Leman & Özdemir, Aytül (2013). *Davranış Bilimleri, Anadolu Üniversitesi Yayınları*, Eskişehir.
- Boğan, E., & Sarıışık, M. (2016). Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerine Yönelik Görüş ve Algışarının Belirlenmesi Üzerine Alanya'da Bir Araştırma. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 326-342.
- Boyacıoğlu, E. (2013). *Turizm İşletmelerinin Çevresel Etkileri*. Ankara: Detay yayıncılık.
- Brayley, R., Var, T., & Sheldon, P. (1990). Perceived Influence of Tourism on Social Issues. *Annals of TourismResearch*, 284–289.
- Brida, J., Osti, L., & Faccioli, M. (2011). Residents' Perception and Attitudes Towards Tourism Impacts, Benchmarking:An International Journal. 359-385.
- Butler, R. W. (1980). The Concept Of A Tourist Area Cycle Of Evolution: Implication For The Management Of Resources. *Canadian Geographer*, 5-12.
- Büyükşalvarcı, A., Şapçılar, M. C., Altınışık, İ., & Şimşek, Ç. (2017). Turizm Öğrencilerinin İnanç Turizmine Yönelik Bakış Açıları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, 42-61.
- Carmichael, B. (2000). A Matrix Model for Resident Attitudes and Behaviors In A Rapidly Changing Tourist Area. *Tourism Management*, 601-611.
- Civelek, A. (2010). "Turizmin Sosyal Yapıya ve Sosyal Değişmeye Etkileri". *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Myo Dergisi*, 13(1-2), ss. 331-350.
- Cottrell, C., Neuberg, S., & Li, N. (2007). What do people want in others? A sociofunc-Perspective on the importance of different valuable features. *Personality Magazine and Social Psychology*, 208-231.
- Çalışkan, U., & Tütüncü, Ö. (2008). Turizmin yerel halk üzerindeki etkileri ve Kuşadası ilçesi uygulaması. IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, 127-148.
- Çeken, H., Özdemir, G., & Ertürk, Y. (2018). Arap Ülkelerinden Gelen Turistlerin Etkilerine Ynelik Yerel Halkın Algısı. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 401-414.
- Çeken, H., Uçar, M., & Dalgın, T. (2012). Kırsal Turizmin Gelişimi Konusunda Yerel Halkın Algıları: Fethiye Örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*.
- Çelikkat, N., & Güçer, E. (2014). Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı: Bodrum İlçesi Örneği. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi 15. Ulusal Turizm Kongresi Engelsiz Turizm*.
- Çetin, T. (2010). Cumalıkazık Köyünde Kültürel Miras ve Turizm Algısı. *Milli Folklor*, 181-190.
- Çetinkaya, G. (2013). Golf Turizmine Yönelik Yerel Halkın Algılarının Belirlenmesi: Antalya/Belek Örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*.

- Demiroğlu, O., C, İzgi, M., & T. (2007). Sürdürülebilirlik Kavramı Açısından Yerel Halkın Turizme Yaklaşımının Analizi: Taraklı, Göynük ve Mudurnu'da Bir Anket Çalışması. I. Ulusal Türkiye Turizmi Kongresi.
- Denk, E., & Mil, B. (2016). Erzurum Oltu İlçesinin Kırsal Turizm Potansiyeli Ve Yerel Halkın Turizm Algılamaları. USES Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi.
- De Kadt, Emanuel (1979). Tourism: Passport to Development. Oxford University Press, New York/London.
- Demirtaş, Nihat (2019). "Ankara Beypazarı İlçesine Yönelik Turistik Ziyaretlerin Yerel Halk Özelinde Bütüncül Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi", Uluslararası Akdeniz Sempozyumu, Mersin
- Dilek, S., Çoban, Ö., & Harman, S. (2017). Hasankef Halkının Turizmin Gelişimine Yönelik Tutumu. Turizm ve Araştırma Dergisi.
- Doğan, H., & Üngüren, E. (2012). Yerel Halkın Isparta Turizmine Yönelik Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 103-122.
- Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., & Carter, J. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine. Tourism Management, 409-422.
- Eralp, Z. (1974). Turizmin Toplumsal Değişimi ve Sosyo-Ekonomik Etkisi. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Eren, R., & Aypek, N. (2012). Kırsal Turizm Bölgesinde Yerel Halkın Turizmin Gelişimine Karşı Tutumları:Cumalıkızık Köyü Örneği. İjses Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi.
- Filiz, A., & Yılmaz, Ö. (2017). Turizm Gelişim Yaklaşımları Kapsamında Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı Ve Tutumları: Mazı Köyü-Türkbükü Karşılaştırmalı Analizi. Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.
- Gıran Taşcıoğlu, S., & Akpınar, N. (2016). Yerel Halkın Bölgelerindeki Turizm Gelişimlerine Karşı Tutumları: Kuzey Antalya Kültür Ve Turizm Koruma Ve Gelişim Bölgesi Örneği. Akademik Bakış Dergisi.
- Giritlioğlu, İ., & Bulut, E. (2015). Yerel Halkın Bakış Açısına Göre Gaziantep Turizmi ve Sürdürülebilirlik. İJSES Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi.
- Gök, T. (2016). Bölgesel Kalkınmada Yat Turizminin Rolüne İlişkin Yerel Halkın Bakışı: Taşucu Örneği. Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 271-284.
- Gümüş, N., & Özüpekçe, S. (2009). Foça'da Turizmin Ekonomik, Sosyal, Kültürel ve Çevresel Etkilerine Yönelik Yerel Halkın Görüşleri. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 399-417.
- Gümüş, N., & Özüpekçe, S. (2009). İlköğretim Okulu Öğrencilerinin Turizme Yönelik Görüşleri: Foça Örneği. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 25.
- Güneş, N. (2014). Yerel Halkın Turizm Algısı Ve Turizme Katılımı: Antalya Konyaaltı Ve Kepez İlçesi Örneği. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Goeldner, Charles. R. ve Ritchie, Brent (2009). Tourism Principles, Practices, Philosophies. John Wiley and Sons, New York.
- Gökçe, F., Cihangir, S. İ., Sunar, H., & Summak, E. M. (2017). Kreatif Turizm ve Hatay'da Var Olan Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. Social Sciences Studies Journal, 3(7), 1470-1479.
- Hançer, Ş. (2016). Bölgesel Kalkınma Açısından Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı Örneği: Diyarbakır Örneği. T.C. Harran Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Hanedar, C., Ünal, T., & Kızılaslan, N. (2015). Goü Ziraat Fakültesi Öğrencilerinin Bakış Açısıyla Kırsal Turizm. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 86-99.
- Haralambopoulos, N., & Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: The case of Samos. Annals of Tourism Research, 503-526.

- Hatay İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı 2018-2023 (20018) Doğaka Yayınları Hatay ISSN:978-60564717-8-0
- Hatay Gastronomi Stratejisi ve Eylem Planı 2021-2023 (2020) Doğaka Yayınları Ankara ISSN:978-60569726-5-2
- İncekara, S., & Savran, Z. (2011). Ortaöğretim Öğrencilerinin Turizme Bakış. Marmara Coğrafya Dergisi, 144-164.
- Inskeep, E., (1991). Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Approach. Van Nostrand Reinhold, New York.
- Işık, C., & Çalkın, Ö. (2016). Yerel Halkın Turizm Algısı: Tra2 Bölgesi Analizi. UJEAS.
- Karakaş, A., & Şengül, H. (2017). Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerine Yönelik Tutumları. Bartın Üniversitesi. İ.İ.B.F. Dergisi.
- Karakuş, U., Çepni, O., & Kılcan, B. (2011). İlköğretim İkinci Kademe Öğrencilerinin Turizme Yönelik Görüşlerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi.
- Karalar, F. (2018). Gaziantep Almacı Pazarı ve Bakırcılar Çarşısı'nda Faaliyet Gösteren Esnafın İletişim Becerilerinin Kendileri ve Yerli Turistler Tarafından Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma. T.C Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek lisans Tezi, 46.
- Kavak, M. (2015, Ağustos). Edremlik Körfezi Kuzey Kıyılarında Yerel Halkın Ekoturizme Yönelik Bilinç Algısı Ve Tutumları. T.C. Çanakkale Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü, Ortaöğretim Sosyal Alanlar Eğitimi Anabilim Dalı, Yüksek lisans Tezi.
- Kızıllırmak, İ. (2000). Meslek Yüksekokulları Turizm ve Otelcilik Programlarının Günümüz Turizm Sektörünün Beklentileri Doğrultusunda Değerlendirilmesi. Milli Eğitim Dergisi, 54-60.
- Korça, P. (1998). Resident Perceptions of Tourism in a Resort Town. Leisure Sciences, 193-212.
- Kozak, Metin A. (2012). Genel Turizm Bilgisi. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Kuvan, Y., & Akan, P. (2005). Residents' attitudes toward general and forest-related impacts of tourism: The case of Belek, Antalya. Tourism Management, 691-706.
- Meriç, S., & Erten, Ş. (2020). Üniversite Öğrencilerinin Turizm Algısı: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Örneği. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 17(1), 420-440.
- Okuyucu, A., & Somuncu, M. (2012). Kültürel Mirasın Korunması ve Turizm Amaçlı Kullanılmasında Yerel Halkın Algı ve Tutumlarının Belirlenmesi: Osmaniye İlçe Merkezi Örneği. Ankara Üniversitesi Çevrebilimleri Dergisi, 37-51.
- Özdemir, M., & Kervankıran, İ. (2011). Turizm ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar örneği. Marmara Coğrafya Dergisi, 1-25.
- Öztaş, K. (2002). Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri . Ankara: Nobel yayıncılık.
- Ross, G. F. (1992). Tourism management as a career path: Vocational perceptions of Australian school leavers. Tourism management, 242-247.
- Sandal, E., & Karademir, N. (2016). Kahramanmaraş'ta Halkın Turizme Bakışı. Türk Coğrafya Dergisi.
- Şahin, G. (2017). Artvin'de Yaşayan Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı ve Tutumları Üzerine Bir Araştırma. T.C. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Yüksek lisans Tezi.
- Şahin Zeki, Ş. (2016). Turizmde Gastronomi Ürününün Çeşitlendirme Stratejisi Olarak Kullanımı: Hatay Örneği, Gazi Üniversitesi (Doctoral dissertation, Doktora Tezi).
- Şahiner, T. (2012). İnanç Turizmi Potansiyeli Ve Halkın İnanç Turizmine Bakışı Açısından Karaman. T.C. Karaman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek lisans Tezi.
- Tatoglu, E., Erdal, F., Ozgur, H., & Azakli, S. (2002). Resident Attitudes toward Tourism Impacts: The Case of Kusadasi in Turkey. International Journal of Hospitality and Tourism Administration, 79-100.

- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). Using Multivariate Statistics (6th ed.) Boston, MA: Allyn & Bacon/Pearson Education
- Theodoros A. Kyriazos JOURNAL NAME: *Psychology*, Vol.9 No.8, August 8, 2018
- Temizkan, S. P. , Ceviz, C. & Cankül, D. (2019). Turizm Eğitimi Lisans Mezunları ve İstihdam Durumları . *Gastoria: Journal of Gastronomy and Travel Research* , Vol. 3 No.3 , 437-461 . DOI: 10.32958/gastoria.556416
- Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük, <https://sozluk.gov.tr/> Erişim:10.12.2021
- Tosun, C. (2000). Limits to Community Participation in The Tourism Development Process in Developing Countries. *Tourism Management*, 21(6), 613-633.
- Tosun, C. ve Bilim, Y. (2004). Hatay'ın Turistik Bir Şehir Olarak Pazarlanması, I. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, 15-16 Nisan 2004, 269-288.
- Tuna M., Akça İ., Tuna A. A. & Gürlek M. (2017). Turizm Öğrenimi Gören Öğrencilerin Sektör Çalışma Koşullarını Algılamaları ve Sektörde Çalışmaya Yönelik Tutumları: Meslek Yüksekokulu, Yüksekokul ve Fakülte Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma, *Turizm Akademik Dergisi*, 4 (2), 41-60.
- Türker, N., & Öztürk, S. (2013). Perceptions Of Residents Towards The Impacts of Tourism In The Küre Mountains National Park. *International Journal of Business and Social Science*, 45-56.
- Türker, Ö., & Türker, A. (2014). Yerel Halkın Turizm Etkilerini Algılama Düzeyi Turizm Desteğini Nasıl Etkiler: Dalyan Destinasyon Örneği. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 81-98.
- Türkmen, F., & Dönmez, Y. (2015). Korunan Alanların Turizme Açılmasına İlişkin Yerel Halkın Görüşleri (Yenice Örneği). *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 189-204.
- UNESCO Creative Cities Network <https://en.unesco.org/creative-cities/hatay> Erişim: 10.12.2021
- Ünal, Ç., & Yücel, B. (2018). Kırsal Turizmin Geliştirilmesi Ve Yönetilmesinde Yerel Halkın Algı Ve Tutumları Ödemiş/Birgi Örneği. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 113-130.
- Ünlüönen, K. (2004). Turizm İşletmeciliği Öğretmenlik Programlarının Öğrenci Beklentileri ve Algılamaları Açısından Karşılaştırılması. *Ticaret ve Turizm Fakültesi Dergisi*, 108-130.
- Yoon, Y., Gursoy, D., & S.Chen, J. (2001). Validating a Tourism Development Theory With Structural Equation Modeling. *Tourism Management*, 363-372.
- Zengin, B., (2010). "Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisine Reel Ve Moneter Etkileri", *Akademik İncelemeler Dergisi*, 5(1), ss. 102-126.