



**YEREL HALKIN KİŞİLİK TİPİ VE TURİZM
BEKLENTİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA:
ÖZBEKİSTAN-KOKAND ÖRNEĞİ**

**2023
YÜKSEK LİSANS TEZİ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

Eldorbek KARIMOV

**Tez Danışmanı
Doç. Dr. Nurettin AYZAZ**

**YEREL HALKIN KİŞİLİK TİPİ VE TURİZM BEKLENTİLERİ ÜZERİNE
BİR ARAŞTIRMA: ÖZBEKİSTAN-KOKAND ÖRNEĞİ**

Eldorbek KARIMOV

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Nurettin AYZAZ

T.C.

Karabük Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında

Yüksek Lisans Tezi

Olarak Hazırlanmıştır

KARABÜK

Ağustos 2023

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	1
TEZ ONAY SAYFASI.....	4
DOĞRULUK BEYANI	5
ÖNSÖZ	6
ÖZ.....	7
ABSTRACT.....	8
ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ.....	9
ARCHIVE RECORD INFORMATION	10
KISALTMALAR	11
ARAŞTIRMANIN KONUSU	12
ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	12
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	13
ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ / PROBLEM	14
EVREN VE ÖRNEKLEM	15
KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER	16
GİRİŞ	16
1. BİRİNCİ BÖLÜM.....	18
TURİZMİN PAYDAŞLARI VE PAYDAŞLAR ÜZERİNE ETKİLERİ	18
1.1. Turizmde Paydaş Teorisi	18
1.1.1. Hükümetler.....	18
1.1.2. Yerel Yönetimler	19
1.1.3. Turizm İşletmeleri	19
1.1.4. Turistler	20
1.1.5. Turizm Çalışanları.....	20
1.1.6. Yerel Halk.....	20

1.2. Turizmin Etkileri	21
1.2.1. Turizmin Ekonomik Etkileri	21
1.2.2. Turizmin Sosyokültürel Etkileri.....	23
1.2.3. Turizmin Çevresel Etkileri.....	24
1.3. Turizm Beklentisi	26
1.4. Yerel Halk ve Turizm Etkileşimine Yönelik Araştırmalar	29
1.4.1. Algı Araştırmaları.....	29
1.4.2. Tutum Araştırmaları	30
1.4.3. Beklenti Araştırmaları.....	32
2. İKİNCİ BÖLÜM	35
KİŞİLİK, İLGİLİ KAVRAMLAR, FAKTÖRLER, TEORİ VE TİPOLOJİLER	35
2.1. Kişilik.....	35
2.2. Kişiliği Oluşturan Faktörler	36
2.2.1. Kalıtımsal Faktörler	36
2.2.2. Coğrafi ve Fiziksel Faktörler	37
2.2.3. Sosyokültürel Faktörler.....	37
2.2.4. Sosyal Yapı/Sınıf Faktörleri.....	37
2.2.5. Aile Faktörü.....	37
2.2.6. Diğer Faktörler.....	38
2.3. Kişilik Kuramları	38
2.3.1. Sigmund Freud'un Kişilik Kuramı	38
2.3.2. Carl Jung'un Kişilik Tipleri.....	40
2.3.3. Alfred Adler'in Kişilik Tipleri	40
2.3.4. Erich Fromm'un Kişilik Kuramı.....	41
2.3.5. Karen Horney'in Kişilik Kuramı	42
2.3.6. Harry Stack Sullivan'ın Kişilik Kuramı	43
2.3.7. Raymond B. Cattell Kişilik Kuramı.....	43
2.3.8. Hans J. Eysenck Kişilik Kuramı.....	44
2.3.9. Paul Costa ve Robert McCrae'nin Kişilik Kuramı.....	46
2.3.10. Leonard Horowitz ve Lynn Alden'in Kişilik Kuramı	46
2.4. Turizm ve Kişilik Tipi İlişkisine Yönelik Araştırmalar	47
3. ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	50

YEREL HALKIN KİŞİLİK TİPİ VE TURİZM BEKLENTİLERİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA	50
3.1. Araştırma Alanı	50
3.2. Araştırma Verilerinin Analizi	51
3.3. Yerel Halkın Kişilik Tiplerine İlişkin Faktör Analizi	54
3.4. Yerel Halkın Turizm Beklentilerine İlişkin Faktör Analizi	55
3.5. Araştırma Bulguları	56
3.5.1. Kokand Yerel Halkına İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler	56
3.5.2. Kişilik Tipinin Tanımlayıcı Özelliklerle Karşılaştırılması	57
3.5.3. Turizm Beklentilerinin Tanımlayıcı Özelliklerle Karşılaştırılması	60
3.5.4. Kişilik Tipi ve Turizm Beklentilerine Yönelik Korelasyon Analizi	64
SONUÇ	68
KAYNAKÇA	72
TABLolar LİSTESİ	82
ŞEKİLLER LİSTESİ	84
EKLER	85
Ek 1. Anket Formu	85
Ek 2. Etik Kurulu Kararı	88
Ek 3. Evren İçin Örneklem Büyüklüğü Tablosu	89
ÖZGEÇMİŞ	90

TEZ ONAY SAYFASI

Eldorbek KARIMOV tarafından hazırlanan “YEREL HALKIN KİŞİLİK TİPİ VE TURİZM BEKLENTİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: ÖZBEKİSTAN-KOKAND ÖRNEĞİ” başlıklı bu tezin Yüksek Lisans Tezi olarak uygun olduğunu onaylarım.

Doç. Dr. Nurettin AYAZ

.....

Tez Danışmanı, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Bu çalışma, jürimiz tarafından Oy Birliği ile Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir. 04.08.2023

Ünvanı, Adı SOYADI (Kurumu)

İmzası

Başkan : Doç. Dr. Nurettin AYAZ (KBÜ)

.....

Üye : Doç. Dr. Can BİÇER (KBÜ)

.....

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Muharrem AVCI (KÜ)

.....

KBÜ Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulu, bu tez ile, Yüksek Lisans Tezi derecesini onamıştır.

Doç. Dr. Zeynep ÖZCAN

.....

DOĞRULUK BEYANI

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum bu çalışmayı bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı herhangi bir yola tevessül etmeden yazdığımı, araştırmamı yaparken hangi tür alıntıların intihal kusuru sayılacağını bildiğimi, intihal kusuru sayılabilecek herhangi bir bölüme araştırmamda yer vermediğimi, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserlere metin içerisinde uygun şekilde atıf yapıldığını beyan ederim.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak ahlaki ve hukuki tüm sonuçlara katlanmayı kabul ederim.

Adı Soyadı: Eldorbek KARIMOV

İmza : 

ÖNSÖZ

Turizm gelişiminin öngörüldüğü bölgelerdeki yerel halkın turistlere yönelik yaklaşımı önemli bir etkiye sahiptir. Yerel vatandaşların misafirperver davranışı, turizm gelişimine destek verme isteği ve yaşam kalitesinin yükselmesi durumunda turizmde başarının yakalanabileceği düşünülmektedir.

Bu araştırmada, Özbekistan'da bulunan Kokand şehri halkının turizm beklentisini ölçmek ve kişilik tipi ile beklentileri arasındaki ilişki analiz edilmektedir. Araştırmadan elde edilecek sonuçların Kokand şehrinde yeni bir işkolu olarak gelişmekte olan turizm sektörü için önem arz edeceğini düşünmekteyim.

Tez çalışmam boyunca bilgilendirici, motive edici ve yönlendirici desteğini esirgemeyen, tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Nurettin AYAZ olmak üzere tez jüri üyelerim Sayın Doç. Dr. Can BİÇER ve Sayın Dr. Öğr. Üyesi Muharrem AVCI hocalarıma saygılarımı sunarım.

ÖZ

Bir yörede turizm geliştirmede en önemli noktalardan bir tanesi de sektör paydaşlarından olan yerel halkın turizmden beklentilerini öğrenmektir. Çünkü, turizmin yerel halk üzerinde ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri bulunmakta ve bu etkiler doğru yönetilemediğinde turizm nedeniyle olumsuzluklar ortaya çıkabilmektedir. Bu nedenle bir yörede turizm gelişimi için yerel halkın görüşlerinin dikkate alınması gereken önemli bir durumdur.

Bu düşünceden hareketle tasarlanan bu araştırmada Özbekistan'ının turizminde potansiyel bir güce sahip olduğu düşünölen Kokand şehri yerel halkının turizm beklentilerine kişilik tipleri açısından yaklaşılmakta ve kentin turizm gelişimine destek sağlanması amaçlanmaktadır. Çalışmada kapsamında Haziran-Eylöl 2022 döneminde olmak üzere kolayda örneklem yönetimi kapsamında 422 katılımcıya anket uygulanmıştır. Anket verileri analiz sonucunda yerel halkın beklentilerinin; yaşam kalitesi, doğal çevre-bölgesel gelişim, turizm alt yapısı ve vergi geliri alt boyutları ile ilişkilendirildiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yerel Halk; Turizm Beklentisi; Kişilik Tipleri; Kokand.

ABSTRACT

One of the most important aspects in the development of tourism in a region is to learn the expectations of the local people, who are the stakeholders of the sector, from tourism. Because tourism has economic, social and environmental effects on the local people and when these effects are not managed properly, negative effects may arise due to tourism. For this reason, it is an important situation that the views of the local people should be taken into account for the development of tourism in a region.

In this study, which was designed with this thought in mind, the tourism expectations of the local people of Kokand, which is thought to have a potential power in the tourism of Uzbekistan, are approached in terms of personality types and it is aimed to support tourism development. In the scope of the study, a questionnaire was applied to 422 participants within the scope of easy sample management, in the period of January-April 2023. As a result of the analysis of the survey data, it has been determined that the expectations of the local people is associated with the sub-dimensions of quality of life, natural environment-regional development, tourism infrastructure and tax income.

Keywords: Local People; Tourism Expectation; Personality Traits; Kokand.

ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ

Tezin Adı	Yerel Halkın Kişilik Tipi ve Turizm Beklentileri Üzerine Bir Araştırma: Özbekistan-Kokand Örneği
Tezin Yazarı	Eldorbek KARIMOV
Tezin Danışmanı	Doç. Dr. Nurettin AYZAZ
Tezin Derecesi	Yüksek Lisans
Tezin Tarihi	04.07.2023
Tezin Alanı	Turizm İşletmeciliği
Tezin Yeri	KBÜ/LEE
Tezin Sayfa Sayısı	88
Anahtar Kelimeler	Yerel Halk; Turizm Beklentisi; Kişilik Tipleri; Kokand

ARCHIVE RECORD INFORMATION

Name of the Thesis	A Study on Personality Type and Tourism Expectations of Local People: The Case of Uzbekistan-Kokand
Author of the Thesis	Eldorbek KARIMOV
Advisor of the Thesis	Assoc. Prof. Dr. Nurettin AYZAZ
Status of the Thesis	Master's Degree
Date of the Thesis	04.07.2023
Field of the Thesis	Department of Tourism Management
Place of the Thesis	UNIKA/IGP
Total Page Number	88
Keywords	Local People; Tourism Expectation; Personality Traits; Kokand

KISALTMALAR

GSTC	: Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi
s.s.	: Standart Sapma
UNWTO	: Dünya Turizm Örgütü
\bar{x}	: Aritmetik Ortalama

ARAŞTIRMANIN KONUSU

Turizm geliştirmek birçok bölgede, yerel nüfusun yaşam kalitesinin ekonomik olarak iyileştirilmesi anlamına gelmektedir. Turizm; vergi gelirleri, istihdam ve ek gelir oluşturma yönünden önemli bir ekonomik kaynaktır. Aynı zamanda sosyal bir perspektiften de alt yapı yatırımları ile yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir (Mihailović ve Moric, 2012). Bununla birlikte turizm gelişimi, ev sahibi topluluklarda bazı dezavantajları da beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda turizm gelişiminde yerel halkın tutumlarını tespit etmek ve araştırmalara değer vermek, turizm endüstrisinin uzun vadeli başarısı için kritik öneme sahiptir. Özellikle ev sahibi toplumun turizmden beklenti ve algılarının öğrenilmesi bir yörede turizmin sürdürülebilirliği açısından oldukça önemlidir (Sari Ahmetoęlu ve Toydan, 2020).

Kokand şehri özelinde olmak üzere yerel halkın turizme yönelik beklentilerinin konu edildiği bu araştırma, ev sahibi topluluklarda turizm gelişimi ve sürdürülebilirliği için yerel halkın turizmden beklenti ve algısının araştırılması önemli bir süreç olarak değerlendirilebilir.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Özbekistan turizm endüstrisini geliştirmek, endüstrinin rekabet gücünü artırmak ve ulusal turizm ürününü dünya pazarında aktif olarak tanıtmak için önlemler uygulayan ülkelerden bir tanesi olup 2016 yılı itibariyle turizm sektöründe temel reform süreci başlamıştır (www. review.uz). 2016 yılında 2 milyondan fazla yabancı turist ülkeyi ziyaret ederken, 2019 yılında bu sayı 3,3 kat artarak 6,7 milyona ulaşmış, 2018 yılında yabancı turist sayısında 2017 yılına göre %98, turizm faaliyetinde bulunan işletme ve kuruluş sayısında ise %131 artış olmuştur (Boltaeva Dilafza, 2022).

Ruslan Musayev (2023), çalışmasında Özbekistan turizmindeki sorunları; ulusal turizm ürünlerinin rekabet gücü, konaklama ve uçuşlar için yüksek fiyatlar, sınırlı hizmet kalitesi, mühendislik, ulaşım ve sosyal altyapı eksiklikleri, uygun turistik bilgi eksikliği (navigasyon ve bilgi merkezleri), nitelikli personel eksikliği ve Özbekistan'ın yurtdışında tanıtmanın zayıflığı ile ilişkilendirmektedir. Xudoyarov Anvar (2020) ise Özbekistan'da ekonominin bir yönü olarak turizmin i turizm gelişimi ile istikrarlı olabileceğine dikkat çekmektedir. Sh Ibragimov'a (2022) göre

Özbekistan'da nüfusun refahı ve çevreyi korumak için önlemler alma ihtiyacı dikkate alındığında, turizmin büyüme hızı ve ekonominin diğer sektörlerinin büyümesi üzerindeki olumlu etkisi çerçevesinde turizm sektörü istikrarlı bir büyüme içindedir ve ülke kalkınmasının en güçlü araçlarından biri konumundadır.

Kokand şehri, 24 Haziran 2021 tarihinde Özbekistan'ın Kokand kentinde düzenlenen Türk Konseyi Turizmden Sorumlu Bakanlar 6. Toplantısında "Türk Dünyası Turizm Başkenti" olarak ilan edildi ve Fergana bölgesindeki turizm gelişiminde en önemli yerlerden biridir (www.turizmpress.com). Bu anlamda Kokand şehrine yönelik turizm araştırmaları önemli çıktılar olarak görülebilir.

Bu çalışmanın amacı, büyük turizm potansiyeline sahip ama kendini tam anlamıyla tanıtmamış bir şehir olan Kokand şehrindeki yerel halkın kişilik tiplerini ve turizm beklentilerini tespit etmek ve yerel halkın kişilik tipleri ile turizmden beklentileri arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemektir.

Bir turizm gelişim bölgesinde yerel halk tarafından turizme yönelik bakış açısının öğrenilmesi turizm planlaması açısından oldukça önemli bir durumdur. Yerel halkın turizmin etkilerine ilişkin algı ve düşünceleri, bölgede turizmin gelişimi ve şekillenmesini bazı durumlarda engelleyebilir (Ayaz vd., 2009).

Bu çalışma, Kokand şehrindeki yerel halkın turizm beklentilerini öğrenme yönüyle turizm karar vericilerine yol gösterici ve Özbekistan turizminin gelişimine destek sağlayıcı olarak görülebilir. Aynı zamanda turizm beklentisi ve kişilik tipi ilişkisini test etme yönüyle turizme yönelik literatüre katkı sağlanabileceği düşünülmektedir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma, Kokand şehrinde yaşayan yerel halkın kişilik tiplerinin turizm beklentilerine etkisini belirlemeye yönelik bir bilimsel araştırmadır. Araştırmada yöntem olarak nicel araştırma yönteminden yararlanmıştır. Araştırmanın ikincil verileri esas alınarak hazırlanan araştırma ölçeği (Ek-1) kullanılmak suretiyle araştırmada birincil verilere ulaşılmıştır.

Araştırmaya yönelik kullanılan anket içerisinde yer almakta olan kişilik ölçeği Parlak (2018) çalışmasından uyarlanarak hazırlanmıştır. Yerel halkın turizme yönelik

beklentilerinin ortaya konulmasına yönelik ölçek ise Ayaz ve arkadaşları (2009) ile Cornell ve arkadaşları (2019) tarafından gerçekleştirilen çalışmalardaki ölçek ifadeleri çerçevesinde akademisyen görüşü baz alınarak oluşturulmuştur.

Anket formu kişisel bilgiler, turizm beklenti ölçeği ve kişilik ölçeği olmak üzere üç bölümden oluşturulmuştur. Kişisel bilgiler bölümünde katılımcıların cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, aylık gelir durumu ve statü olmak üzere demografik özellikler ile Kokand'da yaşam süresi ve Kokand turizm çekicilik unsurları olmak üzere diğer özellikler yer almıştır. Katılımcıların turizm beklentilerini öğrenmeye yönelik ikinci bölümde 5'li Likert tipi aralıklı ölçek kullanılmıştır. Anketin üçüncü bölümünde ise katılımcıların kişilik tipi ortaya çıkarılmasında ikinci bölümde olduğu gibi 5'li Likert tipi aralıklı ölçek kullanılmıştır. Aralıklı Likert tipi ölçekte 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kısmen Katılıyorum, 4: Katılıyorum ve 5: Kesinlikle Katılıyorum, ölçek aralıkları esas alınmıştır. Katılımcılara yönelik anket formu Haziran-Eylül 2022 dönemi arasında Kokand şehrinde yaşamakta olan yerel halka yüz yüze anket tekniği ve kolayda örneklem yöntemi kapsamında uygulanmıştır.

ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ / PROBLEM

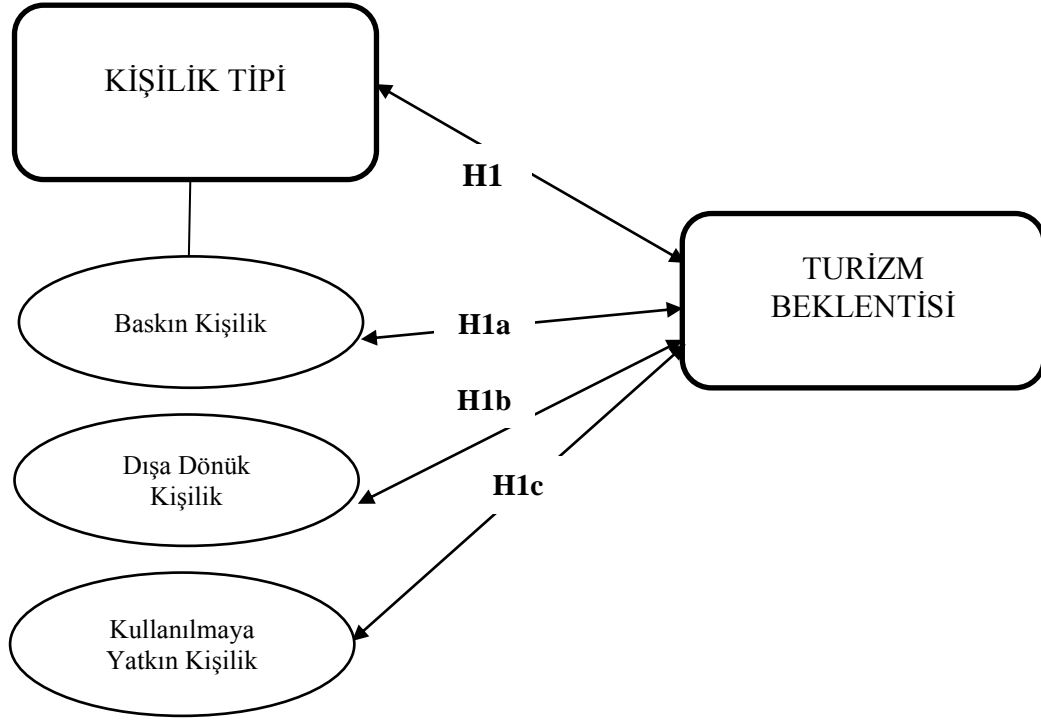
Bu tez çalışmasında yerel halkın kişilik tipi ile turizm beklentisi arasındaki ilişki incelenmekte ve turizm gelişimine yerel halk düzeyinde katkı sağlanması amaçlanmaktadır. Bu çerçevede araştırmanın problemi "*kişilik tipi ile turizm beklentisi arasındaki ilişkinin belirlenmesi*" olarak kabul edilmiştir. Araştırma problemi çerçevesinde model (Şekil 1) ve hipotezler aşağıda gösterilen biçimde öngörülmüştür:

H1: Kişilik tipi ile turizm beklentisi anlamlı bir ilişki vardır.

H1a: Baskın kişilik tipi ile turizm beklentisi anlamlı bir ilişki vardır.

H1b: Dışa dönük kişilik tipi ile turizm beklentisi anlamlı bir ilişki vardır.

H1c: Kullanılmaya yatkın kişilik tipi ile turizm beklentisi anlamlı bir ilişki vardır.



Şekil 1. Araştırma modeli

Araştırmada öngörülen hipotezler dışında bu çalışmada aşağıdaki araştırma soruları için de cevap aranmıştır.

-Yerel halkın demografik (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, statü durumu) ve diğer özelliklerine (Kokand'da yaşam süresi, Kokand çekicilik unsurları) göre kişilik tipleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Yerel halkın demografik (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, statü durumu) ve diğer özelliklerine (Kokand'da yaşam süresi, Kokand çekicilik unsurları) göre turizm beklentileri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

EVREN VE ÖRNEKLEM

Bu araştırma için evren Özbekistan Kokand şehrinde yaşamakta olan yerel halk olarak kabul edilmiştir. 2015 nüfus sayımı sonuçlarına göre Kokand şehrinde 236.838 kişi yaşamaktadır (<https://www.google.com>). Ulaşılabilirlik başta olmak üzere zaman ve maliyet unsurları etrafında örnekleme başvurulmuştur. Örneklem büyüklüğü için Sekeran (2003) tarafından geliştirilen ölçek (Ek-3) kullanılmış ve %±5 güven aralığında Z değeri 1,96 olmak koşuluyla örnek sayısı 384 olarak saptanmıştır. Çalışma, 498 katılımcı üzerinden gerçekleştirilmiştir.

KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER

Yerel halkın turizm gelişimi sürecinde beklenti ve kişilik tiplerine yönelik bir anlayış geliştirmek amacıyla kurgulanan bu araştırmada sınırlılık ve güçlükler şu şekilde öngörülmüştür:

-Araştırma, yerel halkın turizm beklentileri ve kişilik tipine yönelik araştırma ölçekleri ile sınırlıdır.

-Araştırma, Haziran-Eylül 2022 döneminde Kokand şehrinde yaşamakta olan yerel halkın görüşleriyle sınırlıdır.

-Araştırmaya yönelik birincil verilere ulaşmada katılımcılarının anket doldurma yönelik isteksizlikleri temel güçlük olarak belirlenmiştir.

GİRİŞ

Psikolojide önemli bir araştırma alanı olan kişilik, bireylerin gelecekteki davranışları tahmin etmek ve psikolojik değerlendirmeler için kullanılmaktadır. Bununla birlikte psikoloji disiplini yakinen ilişkili olan turizmde kişilik testlerini kullanan çok az sayıda çalışma bulunmaktadır. Bununla birlikte sınırlı sayıdaki kişilik araştırmalarının çoğu, turist davranışı tahmin etme üzerine yoğunlaşmış ancak çoğu kez doğru bir şekilde tahmin etmekte başarısız olmuştur. Oysaki turizm alanında kişilik araştırmaları; pazarlama, ürün konumlandırma, ulusal, eyalet veya yerel düzeyde turizm master planlaması ve destinasyon gelişimi açısından oldukça önemli çalışmalardır (Jackson vd., 2001).

Turizm, artan turist sayısı ve harcamalarıyla son yıllarda dünyanın en hızlı büyüyen sektörü haline gelmektedir. Her bir ülkedeki yerel yönetimler ve işletmeler turizm sektöründen daha fazla kar elde etmeye çalışmaktadır. Bununla birlikte bir bölgede turizm gelişimiyle yol, hava limanları, ulaştırma sistemleri, iletişim, su, kanalizasyon, elektrik ve benzeri altyapı hizmetleri gibi sosyal hizmetlerin altyapısı de gelişmekte ve yerel halk da bu avantajlardan yararlanmaktadır. Ancak bazı bölgelerde turizmin gelişmesi nedeniyle yerel halk bazı karmaşık etkilere de maruz kalmaktadır (Milman ve Pizam, 1998). Turizmden olumsuz etkilenen yerel halk, turistlere karşı düşmanca davranabilmekte ve bu davranış sonucunda bölgenin turistler için çekiciliği

azaltmakta, aynı zamanda yerel turizm endüstrisinin potansiyel kazançlarını düşebilmektedir (Türker, 2022). Bu bağlamda bir yörede turizm gelişimi, bölge insanların kültürünü, çevresini ve sosyal yaşamını etkileyecekse, yerel toplumların ve turizm uygulayıcılarının kültürel sınırların ötesindeki yeni olasılıklara uyum sağlamaları ve bunları keşfetmeleri için motive edilmesi adına beklentilerinin öğrenilmesi temel bir rol oynar (Skinner ve Theodossopoulos, 2010).

Bu çalışmada Özbekistan için turizm gelişiminde potansiyel bir yer olarak görülmekte olan Kokand şehri yerel halkının kişilik tiplerine göre turizmden beklentilerinin ortaya çıkarılması ve turizm gelişim planlarına katkı sağlanması amaçlanmaktadır. Bu amaçlar doğrultusunda hazırlanan bu tez çalışmasının birinci bölümünde kişilik tipleri hakkında bilgilere, ikinci bölümde turizmin paydaşları ve turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel etkilerine yönelik literatür bilgisine yer verilmektedir. Araştırmanın üçüncü ve son bölümünde ise Kokand şehrinde yaşayan yerel halkın kişilik tipleri ve turizmden beklentilerine yönelik araştırma hakkında tanıtıcı bilgilere ve ulaşılan bulguların yorumlarına yer verilmektedir.

1. BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZMİN PAYDAŞLARI VE PAYDAŞLAR ÜZERİNE ETKİLERİ

Bu bölümde turizm gelişimindeki kilit paydaşlar ve turizmin paydaşlar üzerine ekonomik, sosyokültürel ve çevresel etkilerine yer verilmektedir.

1.1. Turizmde Paydaş Teorisi

Paydaş, tam anlamıyla belirli bir proje, organizasyon veya endüstri ile ilgili olan herkeştir. Turizm endüstrisini ve belirli bir turistik destinasyondaki faaliyetleri etkileyebilecek turizm profesyonelleri, kamu yetkilileri, basın ve diğer medya gibi herhangi bir kişi veya gruplar turizmde paydaş olarak kabul edilmektedir. Turizmde paydaş, turist veya taksi şoförü gibi bireysel bir kişi olabilir. Bir öğrenci grubu veya bir aile gibi bir grup insan olabilirler. Bir şirket veya kuruluş olabilir. Turizmde paydaş teorisi daha çok paydaşların nasıl dikkate alınması gerektiği ile ilgilidir. Turizme yönelik planlama ve operasyonel faaliyetlerini gerçekleştirirken tüm paydaşların hesaba katılması ve onlar için değer yaratılması gerektiğini varsayar. Paydaşların karar alma sürecine katılımı, turizmin sürdürülebilir gelişimi için çok önemlidir. Turizmin sürdürülebilir olması için tüm paydaşların sürece dahil olması gerekir (<https://tourismteacher.com>; <https://www.igi-global.com>).

Goeldner ve Ritchie'ye (2005) göre turizm gelişiminde rol oynayan dört ana paydaşı turist, girişimci olan turistik mal ve hizmetleri sağlayan işletme, yerel veya bölgesel hükümet ve ev sahibi topluluk yani sakinler olup her biri olarak sıralamakta ve başarılı turizm faaliyetleri için paydaşların kritik önemine vurgu yapmaktadır. Turizm planlaması ve gelişimini doğrudan veya dolaylı olarak etkileyebilecek paydaşlar; hükümetler, yerel yönetimler, turizm işletmeleri, turistler, turizm çalışanları ve yerel halk olarak sırlanabilir.

1.1.1. Hükümetler

Ulusal hükümetler, turizmin gelişmesinde önemli bir rol oynar. Özellikle ulusal düzeyde turizm faaliyetlerini planlamada öne çıkar. Çünkü ulusal düzeyde planlama,

uygun politikaların tasarlanmasını ve uygulanmasını gerektirir. Hükümetlerin rolleri bunlarla sınırlı olmamak üzere onlar arasında yollar, demiryolları ve limanlar gibi altyapıların geliştirilmesi, destinasyonları yerli ve yabancı turistlere tanıtmak ve turistlerin ülkedeki güvenliğini sağlamayı da içerir. Birleşik Krallık hükümeti, 2016 yılında Londra dışında turizmi mümkün kılmak ve yerel ve uluslararası ziyaretçilerin ülke içindeki zengin turizm fırsatlarını keşfetmelerine yardımcı olmak ve seyahati kolaylaştırmak için 40 milyon sterlinlik bir yatırım yapmıştır (UK Department, 2016).

1.1.2. Yerel Yönetimler

Turizm sektöründe özel yetkinliğe sahip yerel yönetimler, turizmin gelişmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Yerel konseyler, yerel turistik cazibe merkezlerini teşvik eder, turizmi desteklemek ve turizmin etkilerini yönetmek için altyapı ve hizmetler sağlar. Ayrıca, bir destinasyonun benzersiz özelliklerini anlatmak için ve onu ziyaret etmek isteyenler için gerçek bir deneyim yaratabilirler.

Yerel yönetim, toplumun yaşadığı sorunlar hakkında hızlı bilgi alır. Ayrıca yerel yönetim, doğal kaynakları ve insan sermayesi hakkında ayrıntılı bilgiye sahip, bu nedenle dikkatli bir değerlendirme yoluyla topluma istihdam, yerel işletme, altyapı vb. konularda yardımcı olmak için geleceği planlayabilir. Yerel yönetimler, etkin planlama ve yönetim konusunda bir dizi zorluklarla karşı karşıyadır. En büyük zorluk, turizmin yerel yönetimin diğer işlevleri ve faaliyetleriyle bütünleştirilmesidir (Kızılırmak ve Ertuğral, 2012).

1.1.3. Turizm İşletmeleri

Turizm işletmeleri bir destinasyonda turizmin gelişmesinde çeşitli roller üstlenen kilit oyuncularlardır. Ulaştırma işletmeleri (kara, deniz hava), turistleri bir yerden başka bir yere taşır, Restoranlar turistlere yiyecek ve içecek sağlar. Oteller konaklama imkanı sunar sağlar. Tur operatörleri, seyahat acenteleri ve turist bilgi merkezleri ise seyahat planlaması ve enformasyon hizmetlerinde oldukça yardımcıdır.

1.1.4. Turistler

İş amaçlı seyahat edenler de dahil olmak üzere turizm destinasyonlarına, sitelere ve cazibe merkezlerine gelen ziyaretçiler en önemli paydaşlardır. Turistler turistik yerleri ziyaret eder. Kendisine hitap eden deneyimler için para harcamaktan kaçınmaz ve deneyimleri olumlu ise ağızdan ağıza ve sosyal medya aracılığıyla destinasyonun tanıtımında önemli bir rol oynar.

1.1.5. Turizm Çalışanları

Turizm çalışanları, profesyonelleri ve danışmanları da turizmin gelişmesinde çok önemli bir rol oynamaktadır. Restoranlar, oteller, havayolları, otobüsler, trenler ve diğer birçok turizm işletmesinde görev alabilen çalışanlar turistlerle kurdukları doğrudan iletişim çerçevesinde hizmet kalitesi ve memnuniyeti doğrudan etkileme gücüne sahiptir. Turizm işletmelerinin yetersiz sayıda ve niteliksiz eleman çalıştırmaları durumunda turizmde sıkıntılar yaşanabilir.

1.1.6. Yerel Halk

Turizmin gelişmesinde yerel halk da çok önemlidir. Çünkü bir destinasyondaki turizm, oradaki yerel halkı doğrudan etkiler. Bu nedenle turizm planlanırken yerel halkın fikir ve beklentileri karar verme sürecine dahil edilmelidir. Yöre halkı farklı değerleri ve kültürleri ile herhangi bir turistik destinasyona değer katabilir. Destinasyona gelen turistlerden memnun olan insanlar, turizmin gelecekteki gelişimini olumlu yönde etkileyecektir.

Yerel halk, turizm endüstrisini başarılı veya başarısız kılan faktörlerdir. Bir bölgede turizmin gelişmesi ve çekiciliği halk (yerel halk, sivil liderler, girişimciler) tarafından arzu edilir. Ne de olsa ilçenin sosyoekonomik durumunu iyileştirmek isteyen ilçe halkıdır. Bölgede yaşayan yerel nüfus dikkate alınmadan turizm planlanmamalı ve geliştirilmemelidir. Yerel halk, turizm sektörünün başarısından veya başarısızlığından etkilenecek en önemli paydaş olup turizmin planlanması, geliştirilmesi ve yönetilmesinde mutlaka dahil edilmesi gerekir (Ay ve Ekiz, 2018).

Güneş ve Alagöz (2020), yerel nüfusun mevcut turizmin gelişmesine karşı tutumunun belirlenmesinin, olası olumsuz etkilerin önlenmesinde, olumlu etkilerin artırılmasında, sürdürülebilirliğin ve sürdürülebilir kalkınmanın her alanda sağlanmasında önemli olduğunu belirtmektedir.

1.2. Turizmin Etkileri

Turizmin gerçekleştirildiği bölgede sağlıksız ve plansız turizm gelişimi ve bu gelişmeden kaynaklanan yoğun turist akışı çevre, yerel nüfus ve turistler üzerinde geri dönüşü olmayan olumsuz etkilere neden olabilmektedir. Bu olumsuzluğu ortadan kaldırmak daha pahalı olabileceğinden turizmin bölge için getirecek sosyal, kültürel, ekolojik ve çevresel etkileri incelenmeli ve dikkate alınmalıdır (Akbar vd., 2020).

1.2.1. Turizmin Ekonomik Etkileri

Turizm büyüklük ve hızlı gelişim yönüyle son derece önemli bir ekonomik faaliyet alanıdır. Genellikle yapısal olarak zayıf alanlar için ekonomik bir kalkınma yolu, iş ve gelir sağlayan, sermaye girişi ve dışa göçü durduran bir ekonomik kalkınma yolu olarak görülür. Bu anlamda turizm faaliyetlerinden birçok ülke daha fazla kar elde etmek için büyük çaba göstermektedir. Bir bölgede turizmin gelişimiyle birlikte ekonomik etkiler ortaya çıkmaya başlamakta ve işletmeler ile devlet kuruluşlarının turizmin ulusal ve bölgesel düzeydeki ekonomik etkisine ilgisi artmaktadır (Mayer ve Vogt, 2016). Turizm endüstrisinin dünya ekonomisindeki hayati rolü ve turizm gelişiminin ülke ekonomisi üzerindeki olumlu etkileri birçok otorite tarafından yaygın olarak kabul edilmektedir (Chen, 2008). Ayrıca turizm, turizmin ekonomik etkilerinin toplumlar üzerindeki yansımaları olarak yerel yaşam standartlarını iyileştirerek diğer sektörleri ve sosyokültürel yapıları dolaylı olarak etkileyebilmektedir (Dritsakis, 2004).

Bir bölgede turizm gelişiminde temel amaç, bölgede yaşayan yerel nüfusun turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve eğlence avantajlarından yararlanmalarını sağlamak ve uygun koşullar yaratarak yaşam kalitesini yükseltmektir (McCool ve Martin, 1994: 29). Turizm ile yerel nüfusun gelir ve yaşam standartları yükselir, yerel ekonomi gelişir, altyapı ve üstyapı için yapılan yatırımlar artar, iş fırsatları artar ve

yeni işler yaratılır. Turizmin olumlu ekonomik etkileriyle birlikte ekonomi üzerinde bazı olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Turizme oluşan taleple birlikte mal ve hizmetler, arazi ve konut fiyatlarında göreceli artış en somut ekonomik olumsuzluk olarak görülebilir (Kreag, 2013).

Tablo 1. Turizmin olumlu ve olumsuz ekonomik etkileri

Olumlu Etkiler	Olumsuz Etkiler
Gelir ve yaşam standardına katkıda bulunur.	Mal ve hizmetlerin fiyatını artırır.
Yerel ekonomiyi geliştirir.	Arazi ve konut fiyatını artırır.
İstihdam olanaklarını artırır.	Yaşam maliyetini artırır.
Vergi gelirlerini artırır.	İthal işgücü potansiyelini artırır.
Yeni iş fırsatları yaratır.	Mevsimsel turizm, yüksek riskli işsizlik sorunları oluşturabilir.

Kaynak: Kreag, 2001'den uyarlanmıştır.

Turizm; bölgesel ve ulusal kalkınmaya yardımcı, sektörel işletmeler için kurtarıcı, sağlamış olduğu döviz girişi ve istihdam olanaklarıyla bir ülkenin ödemeler dengesinde oldukça yardımcı olan bir sektördür (Çimat ve Bahar, 2003). Bununla birlikte turist gönderen ülkeler için ödemeler dengesi üzerinde turizm olumsuz etkiye yol açabilir (Kar vd., 2004: 89). Yabancı yatırımcıların turizmde kar transferleri de yatırımlar için kullanılan ithal malzemeler benzer şekilde ödemeler dengesinde olumsuz etkilere yol açabilmektedir (Gülbahar, 2008: 156). Bununla birlikte ödemeler dengesi açığını kapatmak için birçok ülke, uluslararası ziyaretçi sayısını artırmaya ve turistlerin daha fazla para harcamasını sağlamak için turizmi teşvik etmektedir (Hepaktan ve Çınar 2010).

Turizm birçok sektörü destekleyen ve sinerji oluşturan bir sektördür (Avcıkurt, 2000: 39). Turizm hareketliliği sonucunda bir bölgede ticaret hacmi genişler ve turistlerin harcamaları sonucunda bölge yer alan diğer sektörler hareketlenir (Ünlüönen vd., 2011: 149). Turizmin ekonomik etkileri arasında istihdam sağlama durumudur. Turistlerin ihtiyaç ve isteklerini karşılama bağlamında turizm endüstrisinde istihdam büyüklüğü, turizm talebinin yoğunluğuna bağlı değişebilmektedir (Avcıkurt, 2000: 38).

1.2.2. Turizmin Sosyokültürel Etkileri

Turizmde yer değiştirmenin doğası gereği, turistler ile ziyaret ettikleri bölgelerde yerel halk arasında ortaya çıkan etkileşimler, “sosyokültürel etki” olarak kabul edilmektedir (Avcıkurt, 2000: 53). Yerel halk ve turistler üzerinde değişime yol açabilen, sosyal yapı üzerinde bilinen ve bilinmeyen birçok etkisi bulunan ve bir kültürel alışveriş olarak görülen sosyokültürel etkiler, antropologlar için önemli bir ilgi alanıdır. (Cole, 2008: 17-18). Turizmin ev sahibi topluluklar ve toplum üzerindeki etkilerini inceleyen birçok çalışma yapılmıştır (Apostolopoulos vd., 2005). Farklı sosyal ve kültürel yapılara sahip olan turistler ile misafir kabul eden toplumların birbirlerini yavaş yavaş olmak üzere sosyal davranış, toplumsal yapı ve ahlak anlayışı boyutlarında değiştiren sosyal etkiler, tartışılmaktadır (Kozak vd., 2012: 9).

Cole (2008), turizmin olumsuz toplumsal etkilerini ev sahibi toplulukların gelenek, dil ve kültürlerinde değişmelerle onarılamaz sorunlara ilişkilendirmektedir Kreagh (2001), turist akışının yerel topluluğa farklı değerler katabileceğinden bahsetmektedir. Ward ve arkadaşları (2005) ise turistlerin yoksul, küçük, basit ve yalıtılmış toplulukları sevmediğini, Londra ve Paris gibi popüler turistik yerlerde yoğun turizm sezonu nedeniyle yerel halkın daha az misafirperver olduğuna dikkat çekmektedir.

Tablo 2. Turizmin olumlu ve olumsuz sosyokültürel etkileri

Olumlu Etkiler	Olumsuz Etkiler
Yaşam kalitesini artırır	Dil ve kültürel etkiler
Ziyaretçilerle tanışmayı kolaylaştırır	İstenmeyen yaşam tarzı
Değerler ve geleneklerde olumlu etkiler	Turizm geliştirmek için sakinlerin uzaklaştırılması
Kültürel alışverişi teşvik eder	Değer ve geleneklerde olumsuz değişiklikler
Tarihi ve kültürel sergilere olan talebi artırır	Yerel insanların dışlanması

Kaynak: Kreagh, 2001’den uyarlanmıştır.

Turizm doğası gereği büyük ölçüde insan ilişkilerine dayalı bir sektör olup farklı sosyal ve kültürel geçmişe sahip bireylerin bir araya gelmesine ve etkileşimine dayalıdır. Bu etkileşimin sonucunda sosyal yapı ve davranış kalıplarında değişikliklere ortaya çıkması olasıdır (Duran 2011). Bu süreçte turizm sosyolojisi bağlamında turist motivasyonu, ilişki ve rol ve kuramların turistler ve ev sahibi topluluklar üzerindeki etkilerini anlamının önemine dikkat çekilmektedir (Cohen, 1984).

Çoğunlukla zengin ülkelerden yoksul ülkelere hareketlenme şeklinde ortaya çıkan turizmin olumlu toplumsal etkileri arasında kültürel değerlerine ve kültürel kimliğine ilişkin farkındalık artışı yer almaktadır (Ivanovic, 2008: 14). Bununla birlikte bölgeye gelen turistlerin, sosyoekonomik özellikleri, ortalama kalış süreleri, ziyaretçi yoğunluğu, turistik bölgenin özellikleri, turistik faaliyet türleri, taşıma kapasitesi ve yerel imaj gibi faktörler turizmin bölge ve yerel nüfus üzerindeki etki boyutlarında dikkat çekilmektedir. Metalaştırmanın toplumun yerel kimliği ve kültürel değerlerini yok edebileceği ve toplumda ahlaki düzensizliklere yol açabileceği düşünülmektedir (Avcıkurt 2000; Smith 1989; Holloway 1994). Turizm gelişimi ile toplumda turizmi destekleyen ve desteklemeyenler arasındaki artan gerilim ve sosyal bölünme sorunu da oluşturabilmektedir (Kreag, 2001). Bu bölünme gelişmiş toplumlar ve topluluklar arasında bilgi, düşünce, duygu, inanç, tutum ve davranışlar ile daha az iken gelişmiş ve gelişmekte olan toplumlar ve topluluklar arasındaki coğrafi, kültürel ve kişisel temaslar yoluyla daha çok öne çıkmaktadır. Bu süreçte destinasyonun büyüklüğü, misafir kabul eden toplumun algılama kapasitesi, turist sayısındaki yoğunluk, taşıma kapasitesi, kültürel farklılık ve turizmden sağlanan kazanç seviyesi gibi farklı değişkenlerde belirleyici olmaktadır (Avcıkurt, 2000).

1.2.3. Turizmin Çevresel Etkileri

Turizm, olumsuz ve olumlu çevresel etkilere sahip bir sektördür. Bu sektörde yerel doğal kaynakların tükenmesinin yanı sıra kirlilik ve atık sorunları öne çıkan olumsuz etkilerin başında yer alır. Turizm, genellikle kaynakların kıt olduğu yerlerde, aşırı tüketim yoluyla doğal kaynaklar (arazi kullanımı, toprak erozyonu, doğal yaşam alanı, nesli tükenmekte olan türler) üzerinde baskı oluşturabilir. Bu etkiler, turizmin kendisinin bağlı olduğu çevresel kaynakları yavaş yavaş yok edebilir. Turizm, genellikle aşırı su kullanımına yol açar. Örneğin, tropik bir ülkedeki ortalama bir golf sahası, kırsal kesimdeki 60.000 köylü kadar su ve yılda 1500 kilo kimyasal gübre, tarım ilacı ve herbisit kullanmaktadır. Turizm, küresel sera gazı emisyonlarının yüzde 5'inden fazlasına katkıda bulunmakta ve bunun yüzde 90'ını ulaşım hareketliliğinden oluşmaktadır (<https://www.theworldcounts.com>).

Dwyer ve arkadaşlarına (2010) göre turistler çevreyi ölümüne severler. Bununla birlikte doğal kaynaklar, insanlar ve insan kaynakları ile etkileşimi sonucunda

çevresel bozulma ve yıkıma neden olmaktadır. Doğal kaynakların tüketilmesi (arazi bozulması, su kaynakları, yerel kaynaklar), kirlilik (hava, su, gürültü, katı atık, çöpler, kanalizasyon, estetik kirliliği) ve fiziksel etkiler (kumlu plajlar, göller, nehir kenarları, dağ tepeleri ve yamaçları gibi çekici peyzaj alanlarındaki ekosistemlerle bozulma) turizm çevresel etkilerinde başlıca üç ana grubu oluşturmaktadır (<https://www.gdrc.org>). Birleşmiş Milletler, turizmde 2050 yılına kadar enerji tüketiminde %154, sera gazı emisyonlarında %131, su tüketiminde %152 ve katı atık bertarafında %251 artış öngörmekte ve sürdürülebilirliğin önemine dikkat çekmektedir. Sürdürülebilir turizmin ekonomik, çevresel ve sosyokültürel faydalarını göstererek turizm gelişiminde ana akım haline getirmeyi amaçlamaktadır (<https://www.unep.org>).

Tablo 3. Turizmin olumlu ve olumsuz çevresel etkileri

Olumlu Etkiler	Olumsuz Etkiler
Seçilen doğal ortamların korunması	Kirlilik (hava, su, gürültü, katı atık ve görsel)
Tarihi değerlerin (binalar, anıtlar) korunması	Açık alan kaybı
Görsel ve estetik açıdan alanların iyileştirilmesi	Flora ve faunanın yok edilmesi
	Doğal peyzajın kaybı ve tarım arazilerinin turizm kazandırılması

Kaynak: Kreag, 2001'den uyarlanmıştır.

Dwyer ve arkadaşları (2010: 630), turizm gelişimini ve turizm faaliyetlerini etkileyen çevresel kaynakları; doğal kaynaklar (doğal alanlar, okyanuslar, vahşi yaşam, göller, nehirler, çöl ekosistemleri, kıyı manzaraları, flora ve fauna vb.), insan kaynakları (sakinler, kültürel kimlik, değerler, kültürel faaliyetler, yerel insanlar ve turistler arasında etkileşim, davranışlar, algılar, değerler ve beklentiler) ve yapılı kaynaklar (tarihi yerler, tarihi kalıntılar, anıtlar, alışveriş kompleksleri, sokak manzaraları, müzeler, eğlence parkları, ulaşım hizmetleri, dinlenme ve spor kompleksler) olarak göstermektedir. Ritchie ve Crouch (2005: 25) ise bu kaynakları turizm çekiciliği yaratan temel kaynaklar olarak görmekte özellikle doğal, ekolojik, rekreasyonel ve diğer fiziksel benzersizliği, zenginliği, çekiciliği ve erişilebilirliği ile birincil motivasyon olarak kabul etmektedir.

Turizm olumsuz çevresel etkilerinin çokluğuna rağmen bazı destinasyonlarda daha yüksek su kalitesinin sağlanması, yerel doğal kaynakların daha iyi korunması ve çevresel altyapılara ve hizmetlere yatırımlar için ek kaynaklar oluşturabilen bir

sektördür (<https://www.theworldcounts.com>). Genel olarak, turizmin çevre üzerindeki olumlu etkileri; doğal kaynakları yönetmek için finansal gelir yaratma, korumayı artırmaya yardımcı olma, sürdürülebilir uygulamaları teşvik etme ve ekolojik bilgiyi yayma ile ilişkilendirilmektedir (<https://www.yonature.com>).

1.3. Turizm Beklentisi

Birçok hükümet, turizmin hızlı gelişimini teşvik etmeye istekli olmakla birlikte, turizmin olumlu etkileri konusunda sıklıkla beklenti veya tahminlerin önemli ölçüde gerisinde kalmaktadır (Cohen, 1984). Turizm kaynakların zarar gördüğü ve yerel halk desteğinin sağlanamadığı bir ortamda turizmin sürdürülebilirliğin sağlanamaması pek olası bulunmamaktadır. Bu nedenle bir bölgede turizm gelişimi için ev sahibi bölgenin doğal, tarihi, kültürel kaynaklarının, temel ekolojik süreçlerinin ve biyolojik çeşitliliğinin zarar görmemesi ve yerel halk desteğinin sağlanması gerekmektedir (Demir ve Çevirgen, 2006; Ayaz vd., 2009; Türker, 2022).

Bir destinasyonda yaşayan yerel halk, destinasyonda sürdürülebilirliğin sağlanması, korunması ve uygulanmasında en önemli paydaşlardan biridir (Bramwell ve Sharman, 2002). Başarılı bir sürdürülebilir turizm sağlamak için yerel halkın tutumlarına bağlı kalmak hayati önem taşımaktadır (Brunt ve Courtney, 1999). Aksi takdirde yerel halkın görüş ve algıları dikkate alınmadığında sürdürülebilirliğin sağlanması imkansız hale gelmektedir (Mathieson ve Wall, 1989).

Toplulukların, ziyaretçilerin ve turizm endüstrisinin uzun vadeli refahına dost olan turizm planlama sistemi olarak tanımlanan sürdürülebilir turizm (OECD, 1994) için paydaşların beklentilerinin öğrenilmesi önemli bir gerekliliktir. Çünkü, turizm kaynaklı değişimde en önemli konu, turizmin mekansal ve zamansal etkilerindeki geri dönülemezliktir (Pigram, 1992). Bu nedenle sürdürülebilir politikalar ve planlama için hem yerel halkın hem de ziyaretçilerin memnuniyetini sağlamak oldukça önemli bir konudur (Genç vd., 2014).

Kreag'a (2001) göre liderler, turizmin potansiyel etkilerini anlamalı ve turizmi toplumları için en olumlu şekilde entegre etmelidir. Çünkü, ziyaretçilerin toplulukla etkileşimi ve memnuniyeti durumunda bölgede turizm gelişir. Turizm geliştikçe, yerel halk daha fazla fırsata ve daha geniş seçeneklere sahip olur. Turizm faaliyetleri, yöreyi

daha ilginç ve heyecan verici hale getirir ve toplum da onlardan daha çok yararlanabilir.

Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi (GSTC) tarafından sürdürülebilir turizme ilişkin ortak bir anlayış sağlamak adına 2012 yılında yayınlan “Küresel Sürdürülebilir Turizm Kriterleri” oluşturmuştur. Her destinasyon veya turizm işletmesi için ulaşılması gereken temel standartlar; etkili sürdürülebilir yönetim, yerel topluluğa sosyal ve ekonomik faydalar, kültürel mirasa faydalar ve çevresel faydalar olmak üzere Tablo 4’te gösterilen biçimde gösterilen beklentilerle ilişkilendirilmiştir.

Tablo 4. Küresel sürdürülebilir turizm kriterleri

Etkili sürdürülebilir yönetim	<ul style="list-style-type: none">-Sürdürülebilir bir yönetim planına sahip olmak-Yasal uyumluluk-Raporlama ve iletişim-Personel katılımı (sürdürülebilir turizm eğitimi)-Müşteri deneyimi-Doğru tanıtım-Bina ve altyapının imar gerekliliklerine uygunluğu-Binalarda yerel olarak kabul edilebilir malzemeler kullanılması-Altyapının herkesin erişimine izin veriyor olması-Kara ve su mülkiyet hakları-Bilgi ve yorumlama (kültür ve miras)-Destinasyon katılımı (sürdürülebilir destinasyon planlamasına aktif katılım)
Yerel topluluğa sosyal ve ekonomik faydalar	<ul style="list-style-type: none">-Topluluk desteği (yoksul yanlısı faaliyetler)-Yerel istihdam-Yerel satın alma-Yerli girişimci desteği-Gençleri ve kadınları korumaya yönelik politikalar-Eşit fırsat-İnsana yakışır iş (güvenli ve güvenli çalışma ortamı)-Toplum hizmeti (toplumun temel hizmetlere erişimini tehlikeye atmayan hizmet)-Yerel geçim kaynakları (arazi, geçiş hakları)
Kültürel mirasa faydalar	<ul style="list-style-type: none">-Yerel halk işbirliği turist yönergelerinin hazırlanması-Kültürel mirasın korunması-Kültür ve mirasın tanıtılması-İnsan emeği ile yapılmış eserler
	<ul style="list-style-type: none">-Kirliliğin azaltılması (katı atıklar, sera gazı emisyonları atık su vb.)

Kaynak: Mutana ve Mukwada, 2017: 4'ten uyarlanmıştır.

Dünya Turizm Örgütü' ne (UNWTO) göre ziyaretçilerin, endüstrinin, çevrenin ve ev sahibi toplulukların ihtiyaçlarına hitap eden, mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini tam olarak dikkate alan sürdürülebilir turizm kapsamında beklentiler şu şekilde sıralanmaktadır (<https://www.unwto.org>):

- Toplulukların refahını artırmak,
- Turizmin gerçekleştiği toplumların ekonomik, sosyal ve kültürel refahını desteklemek,
- Doğal ve kültürel çevrenin korunmasına destek olmak,
- Doğal ve kültürel kaynakların ekonomik kazanç elde etmek için kullanılmasında bu kaynakların bozulmamasını veya yok edilmemesini garanti etmek,

Bir topluluk üzerinde turizmin sosyal etkilerini tespit etmek ve ölçmek genellikle zordur. Çünkü, yerel nüfusun turizme yönelik tutum ve algıları sürekli olarak olumlu ve olumsuz arasında sıklıkla değişebilmektedir. Yerel halkın değerler sistemi, kişisel davranışları, aile ilişkileri, genel ortak yaşam biçimi, geleneksel törenleri ve toplum örgütleri bu değişime yön verebilmektedir (Milman ve Pizam, 1998). Bu bağlamda yerel halkın turizm beklentilerini önceden anlamak ve beklentilere uygun davranışlar sergileyebilmek oldukça önemlidir.

Turizmde beklentiler çoğunlukla turist beklentisi üzerine kurgulanmaktadır. Beklenti, ideal veya arzu edilen performans olarak tanımlanmaktadır. Hizmet alırken yapılan ön tahminler olarak da görülmektedir. Başarılı bir destinasyon pazarlaması için turistlerin destinasyon seçimleri, tüketim alışkanlıkları ve tekrar ziyaret etme kararlarında olan etkili olan beklentilerinin anlaşılmasının önemine dikkat çekilmekte ve beklentilerini anlamının destinasyon çekiciliğini geliştirmede ve turistik mal ve hizmetleri iyileştirmede önemli ipuçları olabileceği öne çıkartılmaktadır (Aksu vd., 2010). Ancak son dönemlerde turistlerin yanı sıra misafir kabul eden toplumun beklentilerinin de dikkate alınması öne çıkartılmaktadır (Ayaz ve Parlak, 2019; Türker, 2022).

1.4. Yerel Halk ve Turizm Etkileşimine Yönelik Araştırmalar

Yerel sakinlerin turizmin etkilerine ilişkin algı ve tutumlarını açıklamak ve kavramsal çerçeveler geliştirmek oldukça önemlidir. Sosyal Değişim Teorisi; yerel halk turist etkileşim sürecindeki değiş tokuşta sakinlerin desteği alınarak uygun turizm gelişiminde yerel halkın daha misafirperver, trafik sıkışıklığı ve kalabalık gibi turizmin yarattığı rahatsızlıklara daha müsamahakar olduğu yönündedir (Teye vd., 2002).

Turizm ve yerel halk etkileşimi, literatürde farklı disiplinlerdeki akademisyenler için oldukça ilgi çekici bir araştırma konusu olmaya devam etmektedir. Etkileşim araştırmaları, yapısal olarak incelendiklerinde algı, tutum ve beklenti araştırmaları olmak üzere üç kategori olarak öne çıkmaktadır. Algı ve tutum araştırmaları büyük çoğunluğu oluştururken yerel halkın turizm beklentisine yönelik çalışmaların daha sınırlı sayıda olduğu görülmektedir.

1.4.1. Algı Araştırmaları

Mason ve Cheyne (2000) yaşayan sakinlerin turizmin gelişmesine yönelik algılarını kırsal turizmin geliştirilmesiyle ilişkili olarak değerlendirmiştir. Turizmle ilgili gelişmelerin yerel topluluklar üzerinde yaratabileceği potansiyel olumsuz sonuçları ve olumlu çıktılarını ortaya koymuşlardır.

Akova (2006) tarafından çalışmada, yerel halkın turizm algı ve tutumlarının iki farklı zaman diliminde belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın bulguları, yerel halkın turizmin etkilerine ilişkin literatürde yaygın olarak tartışılan algılarını doğrulamıştır. Turizmin ekonomik etkisinin toplum tarafından olumlu karşılandığı, bunu diğer etkilerin izlediği görülmüştür.

Doğan ve Üngüren (2012) yerel halkın turizme ilişkin görüş ve algıları incelenmiştir. Araştırmaya konu olan bölgenin turizm varlıkları açısından zengin olmasına rağmen, yerel halkın önemli bir kısmının bu zenginliğin farkında olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca yerel halk arasında turizmin bölgede gelişmesi için gerekli sinerji ve yatırım eksikliğinin olduğu düşüncesinin hâkim olduğu ortaya konulmuştur.

Toprak (2015) kültürel ve tarihi zenginlikleriyle bilinen Mardin ilinde yaşayan halkın turist ve turizm algılarını belirlemeyi amaçlamıştır. Mardin sakinlerinin turizmin ekonomik etkilerine büyük değer verdiğini ve turizm gelişiminden

kaynaklanan potansiyel değişikliklere yönelik olumlu görüşler ifade ettiğini ortaya koymuştur.

Sharma ve Gursoy (2015), bölge sakinlerinin turizmin çeşitli etkilerine ilişkin algılarında zaman içinde bir değişiklik olup olmadığını ve bölge sakinlerinin sosyodemografik özelliklerinin bu değişiklikler üzerindeki etkisini araştırmıştır. Turizmdeki büyümeyle yerel halk için parklar ve diğer rekreasyon alanlarında bir düşüş olacağı kaygısını ortaya koymuşlardır. Çalışma aynı zamanda bölge sakinlerinin yaş, cinsiyet, gelir, eğitim ve meslek gibi demografik değişkenlerin zaman içinde turizm etkisine ilişkin algılarını etkileyebileceğini ortaya koymuşlardır.

Hendijani (2016), turizmin Endonezya'nın Yogyakarta kentindeki yerel toplum üzerindeki kültürel, ekonomik ve çevresel etkilere yönelik algılarını belirlemeye çalışmış ve turizmin yerel halk üzerindeki hem olumlu hem de olumsuz yönlerini ortaya koymuştur. Çalışma genel olarak Yogyakarta kentinde yaşayanların turizmin toplumlarına sağladığı ekonomik faydalardan memnun oldukları sonucuna varmıştır.

Gündüz (2018), belirli bir bölgede turizmin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkabilecek olumlu ve olumsuz etkilere ilişkin yerel halkın algı ve beklentilerini belirleyebilecek geçerli ve güvenilir alternatif bir ölçek geliştirmiştir. Oluşturulan ölçeğin boyutları faktörleri; “Sosyo-Kültürel Gelişim Etkisi”, “Ekonomik Gelişim Etkisi”, “Çevresel Tahrifat Etkisi”, “Sosyal Tahrifat Etkisi” ve “Kültürel Tahrifat Etkisi” olarak isimlendirilmiştir.

Pham ve arkadaşları (2019), turistik noktalarda yaşayan yerel sakinlerin turizmin etkileriyle bağlantılı olarak refahlarından duydukları memnuniyetin bu sektörde daha fazla büyümeyi desteklemelerini nasıl etkilediğini araştırmıştır. Bölge sakinlerinin yaşam kalitelerinden duydukları memnuniyetin, turizmde ilave gelişmeleri destekleme eğilimlerini derinden etkilediğini ortaya koymuşlardır.

1.4.2. Tutum Araştırmaları

Teye, Özcan ve Sirakaya (2002) çalışmalarında Gana'daki yerel halkın şehirlerindeki turizm gelişimine yönelik tutumlarını incelemiştir. Turizm gelişiminin yerel halkın beklentilerini karşılayamadığını ve turizmle ilgili sektörlerde çalışanların da olumsuz tutumlara sahip olduğunu tespit etmişlerdir.

Chandraral (2010) yerel halkın turizme karşı tutumlarını belirlemek için Sri Lanka'daki Dambulla Turizm Merkezi'nde bir çalışma yapmıştır. Yerel halkın başlangıçta turizm faaliyetlerine karşı protestolar düzenlediği ancak zaman ilerledikçe turizme olumlu bakmaya başladığını ve turistik çabalara destek verdiklerini ortaya çıkartmıştır.

Gursoy, Chi ve Dyer (2010) tarafından yürütülen çalışmada, Avustralya'nın Sunshine Coast kasabasında yerel halkın iki farklı turizm gelişimine yönelik tutumları, bölge sakinlerinden toplanan veriler kullanılarak incelenmiştir. İncelenen iki turizm gelişimi türü kitle turizmi ve alternatif turizmdir. Bulgular, ev sahibi toplum desteğinin doğrudan veya dolaylı olarak toplum kaygıları, toplum bağları, ekosentrik değerler, turizm kaynaklarının kullanımı, yerel ekonomik koşullar ve turizm gelişiminin algılanan etkilerinden etkilendiğini göstermektedir. Bazı faktörler hem kitlesel hem de alternatif turizm biçimlerine yönelik tutumları etkilerken, her bir gelişim biçimine yönelik tutumların muhtemelen farklı faktörlere ilişkin algılarına göre şekillendiğini göstermektedir.

Eren ve Aypek (2012), kırsal turizm için bir çekim merkezi konumunda bulunan CumalıKızık köyünde yerel halkın turizm gelişimine yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmada yerel halkın turizme karşı olumlu bir tutum sergilediğini ve turist ve turistik işletmelerin çevreye bir zarar vermeyeceğine inandığı yönündedir. Bununla birlikte yerel halk turizme bağlı olarak kamu hizmetlerinin de artması gerektiğine inanmaktadır.

Ekici ve Çizel (2014) turizm gelişiminde yerel halkın tutumlarının destinasyon bölgelerindeki gelişmişlik düzeyine göre değişip değişmediğini araştırmıştır. Her iki gelişmişlik düzeyindeki toplumun da turizm gelişiminden artan faydalar algıladığını ve bunun da daha yüksek memnuniyet düzeylerine yol açtığını ortaya koymuştur. Bununla birlikte, gelişme aşamasında olan Manavgat-Serik toplumu turizm gelişiminin olumlu etkilerini algılamak, gerileme yaşayan Kaş-Kalkan'daki yerel sakinlerin turizmin olumsuz etkilerini daha fazla algıladıkları tespit edilmiştir.

Karakaş ve Şengün (2017) Diyarbakır ilinde yaşayan yerel halkın turizme yönelik algısı ve turizme verdiği desteği belirlemeye çalışmıştır. Araştırma sonucunda Diyarbakır halkının büyük çoğunluğunun turizme olumlu baktığı ve bölge için faydalı olacağına inandığı tespit edilmiştir. Bu faydalar arasında ek gelir sağlaması, iş

olanakları sunması ve yaşam koşullarını iyileştirmesi yer almaktadır. Katılımcılar turizmin Diyarbakır'ın ekonomik olarak gelişmesine katkı sağlayacağına, yaşam standartlarını yükselteceğine ve turizmin gelişmesiyle mevcut sorunların çözümünü kolaylaştıracağına inanmaktadır. Turizmin çevresel etkileri göz önünde bulundurulduğunda, kirliliğin azalmasından ziyade daha fazla iyileşme olacağı yönünde görüş bildirmişlerdir.

Erkılıç (2019), Rize ilinde ikamet eden yerel halkın turizm gelişiminden kaynaklanan olumlu ve olumsuz etkilere ilişkin algılarını ve turizm gelişimine katılımlarını cinsiyet, yaş, doğum yeri, eğitim düzeyi, ikamet süresi, meslek, turistlerle etkileşim ve turizm merkezlerine yakınlık gibi değişkenler üzerinden incelemiştir. Turizmin ekonomik, sosyokültürel ve çevresel pozitif etkileriyle turizm gelişimine verilen destek arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur.

1.4.3. Beklenti Araştırmaları

Yılmaz (2008), Şarköy'ün kıyı yerleşimlerinde yerel halkın beklenti ve tercihlerine dayanarak alternatif turizm türlerinin kırsal kalkınmaya etkisini belirlemiştir. Araştırma bulgularına göre, yerel halkın turizme karşı olumlu bir bakış açısına sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca bölgede doğa yürüyüşü, karavancılık, kampçılık, dağcılık, piknikçilik, dağ bisikleti, tarım turizmi, deniz turizmi ve yamaç paraşütü gibi çeşitli alternatif turizm türlerinin uygulanabileceği sonucuna ulaşmıştır.

Altanlar ve Akıncı (2011), Akçakoca ilçesindeki turistik alanlarda kalite, ürün, hizmet, turizm faaliyetlerindeki beklenti ve eğilimleri, turizm amaçlı kullanılan alanları, bu alanlardaki sınırlayıcı faktörleri, kullanım yoğunluğunu ve memnuniyet düzeylerini belirlemek için gerçekleştirdiği araştırmada koruma ve kullanma potansiyeli olan alanları dengeleyerek alternatif bir turizm gelişimi için çözüm önerileri sunmuştur.

Türker ve Türker (2014), yerel sakinlerin turizmin etkilerini ne ölçüde algıladığı ve nasıl bir beklenti içerisinde olduğunu belirlemek için bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada turizmin sosyal ve kültürel etkilerinin öne çıktığı, turizm sektöründe çalışan ve turizmden ekonomik fayda sağlayan bireylerin turizm daha olumlu algıladığı görülmüştür.

Çelik ve arkadaşları (2018), kırsal yerleşimlerdeki yerel halkın kırsal turizm ve rekreasyon faaliyetlerine yaklaşımlarını ve kırsal turizmden beklentilerini, kültürel değerlere olan farkındalıklarını ve kırsal turizmin geliştirilmesi konusundaki görüşlerini ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda gerçekleştirdikleri araştırmada arazi satışı sonucu olarak veya işletmeci olarak köye yerleşen yabancı kişilerin sayıca artmasından ve bu kişilerin yerel kültürel değerleri benimsemediği hoşnut olmadığı görülmüştür. Somut olmayan kültürel değerlerin yozlaştığı ve ticarileştiği öne çıkartılmıştır. Yerel nüfusun kırsal turizmden yeterince gelir elde edemediği ve turizm planlaması kararlarının oluşturulmasında yeterince dahil olmadığına vurgu yapılmıştır.

Ongun ve arkadaşları (2018), Göller Bölgesi'nde Kuyucak kırsalında yerel halkın turizmden beklentileri hakkında bilgi edinilmiştir. Bu bulgulara dayanarak Kuyucak köyünün sorunları tespit edilmiş, köyün tanıtımı için öneriler sunulmuş ve yerel halkın turizmden beklentileri göz önünde bulundurularak uygun öneriler geliştirilmiştir. Köyün kırsal turizmden beklentileri; gelir yaratarak yerel ekonomiyi canlandırma, dışa göçü önleme, yerel halkın girişimcilik gücünü artırma ve kadın istihdamına yardımcı olma olarak öne çıktığı görülmüştür.

Karakuş ve arkadaşları (2020), Göreme beldesindeki yerel halkın gastronomi turizmine ilişkin bakış açısı ve bu turizm türünden beklentilerini araştırmıştır. Araştırma bulgularına göre, yerel halkın gastronomi turizmi hakkında kavramsal bir anlayışa sahip olduğu görülmüştür. Gastronomi turizmi için temel beklentiler; turistlerin ortalama geceleme sayısının artması ve mevsimsel talep dalgalanmasının azalması şeklinde ortaya çıkmıştır. Gastronomi turizmi temalı etkinliklerin göreceli olarak artırılmasına vurgu yapılmıştır.

Uğur (2020), öne çıkan bir kültür turizmi destinasyonu olan Safranbolu'da yaşamakta olan yerel sakinlerin turizmin çevresel etkileri hakkındaki beklenti ve algılarını ölçmüştür. Yerel halkın turizme yönelik çevresel beklenti ve algıları arasında bir fark olmadığı ve çevresel etki kapsamında olumlu yönde algılandığını tespit etmiştir.

Akıncı ve Öksüz (2022), Önem-Performans Analizi (IPA) yöntemi kapsamında yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik beklentileri belirlemeye çalışmıştır. Turizmde sürdürülebilirlik beklentileri; sürdürülebilir bir şekilde kaynakların

kullanılması, aşırı tüketim ve israfın azaltılması ve biyolojik çeşitliliğin korunması olarak öne çıkmıştır.

2. İKİNCİ BÖLÜM

KİŞİLİK, İLGİLİ KAVRAMLAR, FAKTÖRLER, TEORİ VE TİPOLOJİLER

Bu bölümde insanlar arasındaki niteliksel farklılıkları içerdiği düşünülen, farklı insan türlerinin psikolojik sınıflandırmasında sıkça kullanılan ve psikolojide öne çıkarılan temel bir kavramlardan bir tanesi olan kişiliğin teorik alt yapısına ve tiplerine yer verilmektedir.

2.1. Kişilik

Latince “persona” sözcüğünden gelen tiyatro oyuncularının kullandığı “maske” ile ilişkilendirilen kişilik bireyler arasındaki farkları açıklamak için kullanılan bir kavramdır (Durna, 2005). Modern psikolojide öne çıkarılan kişilik, farklı teoriler ekseninde kendine farklı tanımlar bulabilen bir kavramdır. "Bir kişinin benzersiz karakterini oluşturan bir dizi işaret veya nitelik"; "bireyin diğer bireylerden ayırdığı, iç ve dış çevresiyle kurduğu tutarlı ve yapılandırılmış bir ilişki biçimidir ve "kişinin ayırt edici özelliği, ahlaki ve manevi niteliklerin tamamı" olarak kişilik tanımlanabilmektedir (Şentepe ve Güven, 2015; Parlak, 2019). Bireyin doğuştan getirdiği özellikleriyle sosyalleşme sürecinde sonradan edindiği özelliklerinin toplamı veya birey yaşama biçimi olarak da görülmektedir (Pelit vd., 2010).

Yaşam durumlarına uyumlu karakterize edilen ve bir düşünce, duygu ve davranış kalıbı olarak benzersiz ve kalıcı görülen kişilik (Jani, 2011: 90); bireylerin duygu, düşünce ve davranış gibi psikolojik tepki ve farklılıklar, biyolojik ve sosyal çevreyle açıklanamayan eğilim ve özellikler, fiziksel ve zihinsel farklılıklar ve bireylerin düşünce ve davranışlarındaki farklılıklar şeklinde de yorumlanmaktadır (Taymur ve Türkçapar, 2012: 155; Durna, 2004: 192).

Kişilik, bireysel, sürekli ve dinamik bir olgu olup uzun vadeli, geleceğe yönelik davranışlara rehberlik eden, ayırt edici, tutarlı, tipik, kökensele ve değişmez bir özelliktir. Kişiliğin bireyin öğrenme yeteneğini, algısını ailesini, sosyal çevresini ve toplumu etkilediği ifade edilmektedir (Tuna ve Türkmen, 2013: 58-59). Bireyin yaşantısı boyunca doğru tercihler, isabetli kararlar, kendine uygun ilişkiler ve içinde

bulunduğu çevreyle uyumu için bireyin kişilik özelliklerini bilmenin önemine dikkat çekilmektedir. Bu sayede olay ve olgular karşısında uygun davranışlarda bulunabileceği düşünölmektedir (Durna, 2005).

Kişiliği daha iyi anlayabilmek için kişilikle ilgili olduğu düşünölen mizaç, karakter ve benlik kavramlarına dikkat çekilmektedir (Soysal, 2008: 6). Mizaç; biyolojik etkilerle ortaya çıkan ve kişiden kişiye farklılık gösteren duygusal veya davranışsal özellikler, karakter; kişinin bilinci, düşünceleri, fikirleri, güdüleri, niyetleri, mizaçları, yargıları, davranışları, hayal gücü, algıları ve duygularını kapsayan nitelikler ve benlik ise bir bireyin kendisi hakkındaki görüş veya fikirleri olarak ifade edilmektedir (Parlak, 2019).

2.2. Kişiliği Oluşturan Faktörler

Kişilik, yalnızca kalımsal bir durum olmayıp, bireyin çevresindeki sosyal olaylardan şekillenmektedir (Soysal, 2008: 7). Bu anlamda kişiliği şekillendiren faktörleri incelemek yerinde olacaktır. Kişiliğin şekillenmesinde etkili olan faktörler; kalımsal, coğrafi ve fiziksel, sosyokültürel, sosyal yapı ve sınıf, aile ve diğer faktörlerle ilişkilendirilmektedir (Türkmen, 2013: 17).

2.2.1. Kalımsal Faktörler

Kalıtım, bireyde kökten değişmeyen ve ebeveynlerin kromozomları ile özellikler olup kişiliğin oluşmasında önemli faktörlerin en başında gelmekte ve tüm psikolojik özelliklerin ana unsurunu oluşturmaktadır (Bozkurt, 2005; Soysal, 2008). Kalımsal faktörler göz ve saç rengi, cinsiyet ve yüz şekli gibi fiziksel özellikler ile kalımsal hastalıklar ve kan grubu gibi genetik özellikler olarak iki grupta değerlendirilmektedir (Çetin ve Beceren, 2007: 113). Bununla birlikte kalımsal faktörler; boy, kilo, iskelet yapısı, ten rengi, zeka, duygusallık, direnç, heyecan, karşı koyma ve dayanıklılıkla da ilişkilendirilmektedir (Türkmen, 2013: 18).

2.2.2. Coğrafi ve Fiziksel Faktörler

Bireylerin yaşamakta olduğu coğrafyanın kişilik oluşumunda payı oldukça yüksek olup yaşadığı toplumun antropolojik yapısı ve kültürüne büyük ölçüde etki ettiği düşünülmektedir. Örneğin, kıyı ve sıcak iklim bölgelerinde yaşayan insanlar daha duygusal iken soğuk ve karasal iklimde yaşayan insanlar ise sert bir mizaca sahip bulunmaktadır (Bozkurt, 2005; Çetin ve Beceren, 2007).

2.2.3. Sosyokültürel Faktörler

Bireyin ait olduğu ailesi başta olmak üzere sosyalleşme sürecinde yaşadığı toplumun kurallarını benimsemesi ve belli bir kültürel yapı içinde hareket etmesi sosyokültürel faktörlerle ilişkilidir (Soysal, 2008: 7). Bireyin kültürel yapı tarafından kabul görmüş, kalıplaşmış davranışlar sergilemesi ve içinde bulunduğu toplumun bakış açısını bilerek, hareket etmesinin kişiliğini şekillendirdiği düşünülmektedir (Çetin ve Beceren, 2007: 114-115). Bireyin doğduktan sonra yavaş yavaş yaşadığı toplumun değerlerini anladığı ve davranışlarına yansıttığı öngörülmektedir (Türkmen, 2013: 19).

2.2.4. Sosyal Yapı/Sınıf Faktörleri

Bir bireyin kişiliğini anlamada geçmişi ve şimdiki sosyal sınıflarını bilmek önemlidir. Çünkü sosyal sınıfı bireyin yaşam tarzı, tüketim alışkanlıkları, eğitim olanakları, düşünce ve eğilimlerinin oluşmasında oldukça etkilidir (Bozkurt, 2005; Çetin ve Beceren, 2007; Türkmen, 2009). Bireysel kimliğinin önemli bir göstergesi olan sosyal yapı farklı sosyal sınıflardaki insanlarla etkileşimine göre farklılık göstermektedir (Kaşlı, 2009: 16).

2.2.5. Aile Faktörü

Bireyin kişiliğinin şekillenmesinde içinde büyüdüğü aile ortamının büyük bir önemi bulunmaktadır. Çünkü birçok tutum ve davranışlar, ebeveynlerini gözlemleyerek öğrenilmektedir. Örneğin katılımcı ve demokratik yapıya sahip ailede büyüyen bireylerin daha objektif düşündükleri ve akılcı davrandıkları, çevreleriyle kolay iletişim kurdukları gözlenmektedir (Sarıtış, 1997: 532).

2.2.6. Diğer Faktörler

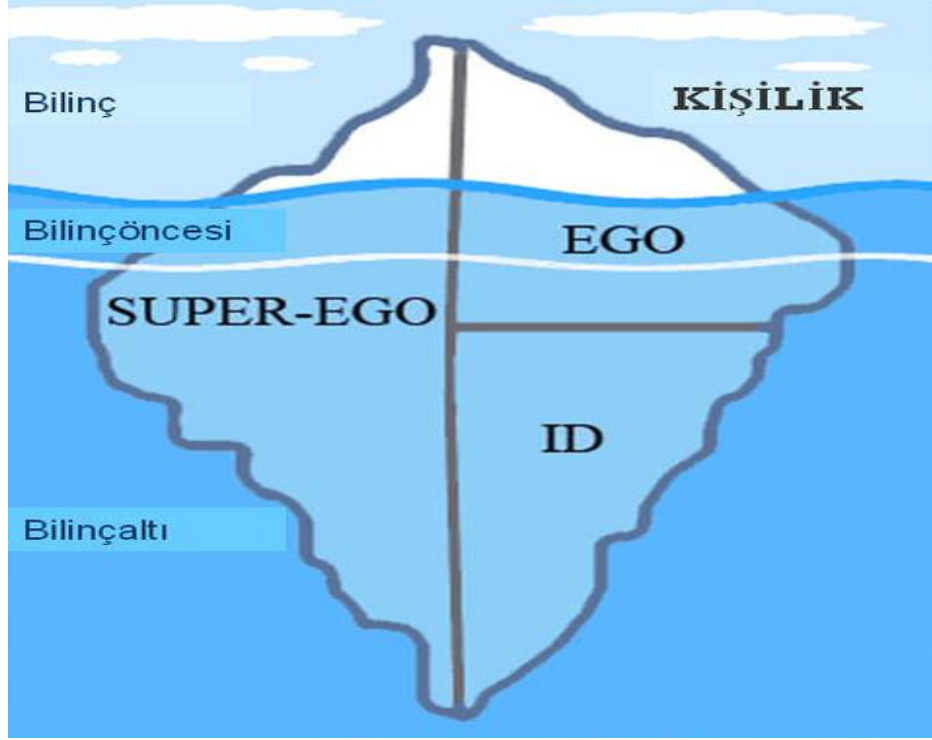
Bireyin kişiliğın şekillenmesinde etkili olduğu düşünölen kalıtsal, sosyoköltürel, coğrafi ve fiziksel, sosyal yapısal ve ailenin dışında diğler faktörler; doğum sırası, bireylerin yaşadığı sosyal yapı ve sosyal sınıflardaki yetişkinlerin özellikleri, annenin gebelikte yaşadığı çevre doğum süreci ve gebelikte yapılan ultrason sayısı olarak öne çıkartılmaktadır. Özellikle hamilelik sürecini huzurlu ve sakin bir şekilde tamamlayan annelerin çocuklarının, sakin ve kolay iletişim kurabilen bireyler olma eğilimine dikkat çekilmektedir (Çetin ve Beceren, 2007; Kaşlı, 2009; Türkmen, 2009).

2.3. Kişilik Kuramları

Bireyin kalıcı ve ayırt edici duygu, düşünce ve davranış kalıbı olan kişilik, sadece bireyin davranış tarzını tanımlamakla kalmaz nispeten istikrarlı özelliklerini de temsil etmektedir. Kişilik, belirli bir zaman dilimindeki belirli bir davranışı ifade etmez, bireyin geçmişini, bugünü ve geleceğini içerir ve eğitim, öğretim, költür ve yaşamın çeşitli evrelerinden edinilen deneyimler yoluyla geliştirilir ve bireyin herhangi bir nesne veya durum hakkında hissettiği veya algıladığı her şeye hakimdir (Leri ve Theodoridis, 2020). Bu nedenle insanların nasıl düşündükleri, hissettikleri ve inandıkları gibi karmaşık özelliklerini açıklamak kişilik kuramları, için geliştirilmiştir. Bu kuramlardan öne çıkanlar şu şekilde özetlenebilir.

2.3.1. Sigmund Freud'un Kişilik Kuramı

Kişiliği anlamaya yönelik en önemli psikolojik yaklaşımlardan biri olan günümüzde psikodinamik yaklaşım olarak bilinen, Avusturyalı doktor ve psikolog Sigmund Freud'un kişilik kuramıdır. Freud, zihnin id, ego ve süperegö olmak üzere üç bileşene ayrıldığını ve bileşenler arasındaki etkileşim ve çatışmaların kişiliği yarattığını öne sürmüştür (Şekil 2).



Şe
kil 2.
Sigmund
Freud'un
kişilik
kuramı
(h

<https://psikoloji-psikiyatri.com>)

İd, bireyin en ilkel dürtülerinin temelini oluşturan kişiliğin bileşeni olup tamamen bilinçsizdir. Cinsel dürtü (libido) ve saldırgan/yıkıcı dürtü (thanatos) dahil olmak üzere en önemli motivasyonları yönlendirmektedir. Küçük bebekler tamamen id tarafından yönetilir ve ihtiyaçlarını tatmin etmede hiçbir akıl yürütme yoktur (<https://opentextbc.ca>; www.readwritethink.org).

Süperego bireyin ahlak anlayışına göre olması gerekenleri temsil eder ve bireye yapması gereken her şeyi veya toplumun görev ve yükümlülüklerini söyler. Süper ego mükemmellik için çabalar ve onun taleplerini yerine getirilmediğinde birey kendini suçlu hisseder. Kişiliğin gelişecek son bileşeni süperegodur (<https://opentextbc.ca>). Freud'a göre, süperego beş yaş civarında ortaya çıkmaya başlar. Süperego, ebeveyn ve toplumdan edinilen içselleştirilmiş ahlaki standart ve idealleri (doğru ve yanlış duyguları) içerir (<https://www.verywellmind.com>).

Freud, gerçeklik ilkesine dayanan ve bireyin temel motivasyonlarının tatminini uygun zamana kadar ertelemesi gerektiği fikrine dayalı ego'yu kişiliğin büyük ölçüde bilinçli denetleyicisi veya karar vericisi olarak göstermiştir. Ego, id'in arzuları ile süperegonun kapsadığı toplumun kısıtlamaları arasında aracı görevi görür. Örneğin çılgınlık atmak, bağırarak veya vurmaya isteyen bir birey için ego normalde bireye beklemeyi, düşünmeyi ve daha uygun bir tepki seçmeyi söyler (<https://opentextbc.ca>).

Freud'a göre gerçeklikle uğraşmaktan sorumlu olan kişilik bileşeni olup herkesin bir ego'su vardır. Ego, bireyin arzularını gerçekçi ve sosyal olarak uygun yollarla tatmin etmeye çalışır ve dürtülere göre hareket etme yerine önce bir eylemin fayda ve maliyetlerini tartar (<https://www.verywellmind.com>).

2.3.2. Carl Jung'un Kişilik Tipleri

Carl Jung, kişilik tiplerini dış dünyaya ilgi gösteren “dışadönüklük” ve nesne dünyasının değersizleştirilmesini ima eden “içedönüklük” ile ilişkilendirmiş ve Tablo 2'de gösterildiği biçimde sekiz kişilik tipi tanımlamıştır.

Tablo 5. Carl Jung' un sekiz kişilik tipleri

Dışa Dönük Düşünce	İlkeli, idealist, objektif, rasyonel.
İçe Dönük Düşünce	Fikirlerden etkilenir, bağımsızdır, genellikle yakınlıktan korkar.
Dışa Dönük Hissetme	Uyarlanabilir, dışla iyi ilişki kurar.
İçe Dönük Hissetme	Hisseder, başkalarını memnun eder, bağımlı olabilir, içine kapanıktır.
Dışa Dönük Algılama	Gerçekçi, somut, hoş ve samimi.
İçe Dönük Algılama	Sakin ve pasif, ölçülü, kontrollü ve kontrolcü.
Dışa Dönük Sezgi	Girişimci, dışa dönük, sorumsuz olabilir.
İçe Dönük Sezgi	Mistik, hayalperest ve sanatçı. Obsesif olabilir.

Kaynak: <https://www.thesap.org.uk/> adresinden uyarlanmıştır.

2.3.3. Alfred Adler'in Kişilik Tipleri

Adler tarafından kişilik, “bireyin yaşam tarzı veya sorunlarına yanıt vermenin karakteristik tarzı” görülmüştür. Çocukluk döneminde başlayan yetersizlik, suçluluk ve aşağılık kompleksi duygular için sonsuza kadar mücadele etmek gerekir. Bu durum optimal kişilik gelişimi için esastır (Parlak, 2019). Çevre ve doğum sırası kişilik için çok önemlidir ve Tablo 5’te gösterilen özellikleri taşır (Rashid, 2020).

Tablo 6. Adler göre çocuk, doğum sırası ve kişilik özellikleri

Doğum Sırası	Kişilik Özellikleri
---------------------	----------------------------

İlk doğan çocuk	Doğal lider, yüksek başarı, organize, otoriter, dakik, yetişkin ve kurallara uyumlu.
Orta doğumlu çocuk	Esnek, uyumlu, bağımsız, sosyal, barışçıl, cömert, güçlü ve müzakereci.
Son doğan çocuk	Risk alan, dışa dönük, yaratıcı, ben merkezci, rekabetçi, kolay sıkılan ve şımartılmaktan hoşlanan.
Tek çocuk	Anne babaya yakın, özdenetim, lider, olgun, güvenilir, affetmez, özel ve duyarlı.

Kaynak: Rashid, 2020'den uyarlanmıştır.

Adler, kişilik tipi sınıflandırmasında hükmeden, eğilen, kaçınan ve sosyal faydalı tip olmak üzere dört grup tanımlamış ve bireyin psikolojisini anlamada bu dört kişilik tipini kavramanın önemine dikkat çekmiştir.

Tablo 7. Adler'in psikolojik kişilik tipleri

Hükmeden Tip	Eğilen Tip	Kaçınan Tip	Sosyal Faydalı tip
Bu bireyler, erken yaşlardan itibaren başkalarına karşı saldırgan ve otoriter olma eğilimindedir. Önlerine çıkan her şeyi veya herkesi alt eden güçlü bir enerjileri var. Bu kişiler zorba veya sadist değildir; bazıları enerjilerini içe odaklar ve uyuşturucu bağımlıları, alkolikler ve intihar kurbanlarında olduğu gibi kendilerine zarar verir.	Bu insanlar, etraflarına bir kabuk inşa eder. Hayatın zorluklarını aşmak için başkalarının desteğine ihtiyaç duyar. Bununla birlikte saplantı, fobi, kaygı ve ayrışmaya da oldukça eğilimlidirler.	Bu insanlar o kadar düşük enerji seviyelerine sahiptir ki, genel olarak hayatın her alanından ve özel olarak diğer insanlardan kaçınırlar. Bu kişiler psikoz yaşayacak kadar kendilerinden tamamen uzaklaşabilirler.	Bu insanlar genellikle yeterli ancak aşırı olmayan sosyal katılım ve enerji ile fiziksel ve zihinsel sağlıkları iyidir. Başkalarına anlamlı bir şekilde yardım edebilirler.

Kaynak: <https://www.tutorialspoint.com> adresinden uyarlanmıştır.

2.3.4. Erich Fromm'un Kişilik Kuramı

Erich Fromm, özgürlük ve ait olma ihtiyaçları üzerine kişilik teorisi öneren bir psikanalisttir. İnsanların tecrit duygularının yarattığı kaygıyla başa çıkmak için belirli kişilik stilleri veya stratejileri geliştirmelerini önermiştir. Bu bağlamda

dördü verimli olmayan, biri ise verimli yönelimi beş kişilik tipi öne sürmüştür (<https://www.verywellmind.com/>).

Tablo 8. Erich Fromm'un kişilik tipleri

Alıcı Karakter	Başkalarından sürekli destek alma ihtiyacı duyan, pasif, muhtaç ve tamamen başkalarına bağımlı olma eğilimindedirler. Bu insanlar aileden, arkadaşlardan ve diğerlerinden sürekli destek isterler, ancak bu desteğe karşılık vermezler.
Sömürücü Karakter	İhtiyaç duyduklarını elde etmek için başkalarını yalan söylemeye, aldatmaya ve manipüle etmeye isteklidir. Ait olma ihtiyaçlarını karşılamak için özgüveni düşük olan veya gerçekten umursamadıkları birini sevmekle ilgili yalan söyleyen insanları arayabilirler. Bu tipler, ihtiyaç duyduklarını ya güç kullanarak ya da kandırarak alırlar ve kendi bencil ihtiyaçlarını karşılamak için diğer insanları sömürürler.
İstifleyici Karakter	Hiçbir şeyden asla ayrılmayarak güvensizlikle başa çıkar. Genellikle çok miktarda mülk toplarlar ve çoğu zaman maddi varlıklarına insanlardan daha fazla önem veriyor gibi görünürler
Pazarlayıcı Karakter	Pazarlama türü ilişkilere değişimden kazanabilecekleri açısından bakar. Biriyle para veya sosyal statü için evlenmeye odaklanabilirler ve sığ ve endişeli kişiliklere sahip olma eğiliminde olabilirler. Bu tipler fırsatçı olma eğilimindedirler ve kendilerini neyin ilerleteceğini düşündüklerine bağlı olarak inançlarını ve değerlerini değiştirirler
Üretici Karakter	Olumsuz duygularını alan ve enerjisini üretken çalışmaya yönlendiren kişidir. Diğer insanlarla sevgi dolu, besleyici ve anlamlı ilişkiler kurmaya odaklanırlar. Bu sadece romantik ilişkiler için değil, diğer ailevi ilişkiler, arkadaşlıklar ve sosyal ilişkiler için de geçerlidir. Genellikle iyi bir eş, ebeveyn, arkadaş, iş arkadaşı ve çalışan olarak tanımlanırlar.

Kaynak : <https://www.verywellmind.com/>

2.3.5. Karen Horney'in Kişilik Kuramı

Karen Horney, en iyi bilinen nevroz teorilerinden birini geliştirmiştir. Horney'e göre bireylerin nevrotik ihtiyaçları üç geniş kategoride sınıflandırılabilir. Bunlar; insanları başkalarına yönelten ihtiyaçlar (destek ve sevgi ararken genellikle muhtaç veya yapışkan olarak tanımlanır); insanları diğerlerinden uzaklaştıran ihtiyaçlar (düşmanlık ve antisosyal davranış gibi genellikle soğuk, kayıtsız ve mesafeli olarak tanımlanır) ve insanları başkalarına karşı harekete geçiren ihtiyaçlar (insanları kontrol etme ihtiyacına dayalı genellikle zor, otoriter ve kaba olarak tanımlanır) olarak tanımlanabilir ve bu üç geniş nevrotik ihtiyaç kategorisi, temel olarak insanların sosyal deneyimleriyle başa çıkabilmelerine yönelik olmak üzere agresif, uyumlu ve bağımsız olmak üzere üç tip kişilik önerilmiştir (<https://www.verywellmind.com/>).

Tablo 9. Karen Horney'nin Kişilik Tipleri

Agresif	Uyumlu	Bağımsız
Herkesin düşman olduğunu varsayar ve sadece kendisini düşünür.	Başkalarının ihtiyaçlarına duyarlıdır ve başkalarının beklentilerini karşılamak için kendiliğinden çalışır.	Başkalarından yabancılaşma noktasına kadar duygusal bir mesafe yaratarak kendi kendine yeterli olmaya çalışır.

Kaynak: <https://www.verywellmind.com> adresinden uyarlanmıştır.

2.3.6. Harry Stack Sullivan'ın Kişilik Kuramı

Harry Stack Sullivan'a göre insanlar, başka insanlar olmadan bir kimlik ve karaktere sahip olamaz. Kişilik sosyal çevrede oluşur. Sağlıklı bir kişilik ise bireyin diğer bireylere yaklaşabilme yeteneğine bağlıdır (İnanç ve Yerlikaya, 2012: 134-135) Kişiliğin gelişim aşamasında: bebeklik, çocukluk, gençlik, ergenlik öncesi, erken ergenlik ve geç ergenlik olmak üzere dönemler öne çıkar (Parlak, 2019).

Tablo 10. Harry Stack Sullivan'ın Gelişim Aşamaları

Evre	Yaş	Hayat Arkadaşı	Kişilerarası Süreç	Öğrenme
Bebeklik	0-2	Anne	Duyarlılık	İyi kötü
Çocukluk	2-6	Anne ve Baba	Hayali oyun arkadaşları	Sözdizimsel dil
Gençlik	6-8.5	Oyun arkadaşları	Yaşlılarıyla yaşamak	Rekabet, uzlaşma, işbirliği
Ergen Öncesi Dönem	8.5-13	Tek arkadaş	İçtenlikle	Sevgi ve saygı
Erken Ergenlik	13-15	Birkaç arkadaş	Yakınlık ve şehvet	Denge, güvenlik işlemleri
Geç Ergenlik	15 yaş üzeri	Sevgili	Samimiyet ve şehvetin birleşimi	Kendinizi ve dünyanızı keşfedin

Kaynak: Parlak, 2019: 35.

2.3.7. Raymond B. Cattell Kişilik Kuramı

Raymond B. Cattell, faktör analizi yöntemini uygulayarak kişiliği inceledi. Büyük ve uygun bir örnekleme yöntemi elde etmek için yaşam, deneysel ve anket verileri olmak üzere üç grupta ele almış ve kişilik için 16 özellik belirlemiştir (Tablo 9).

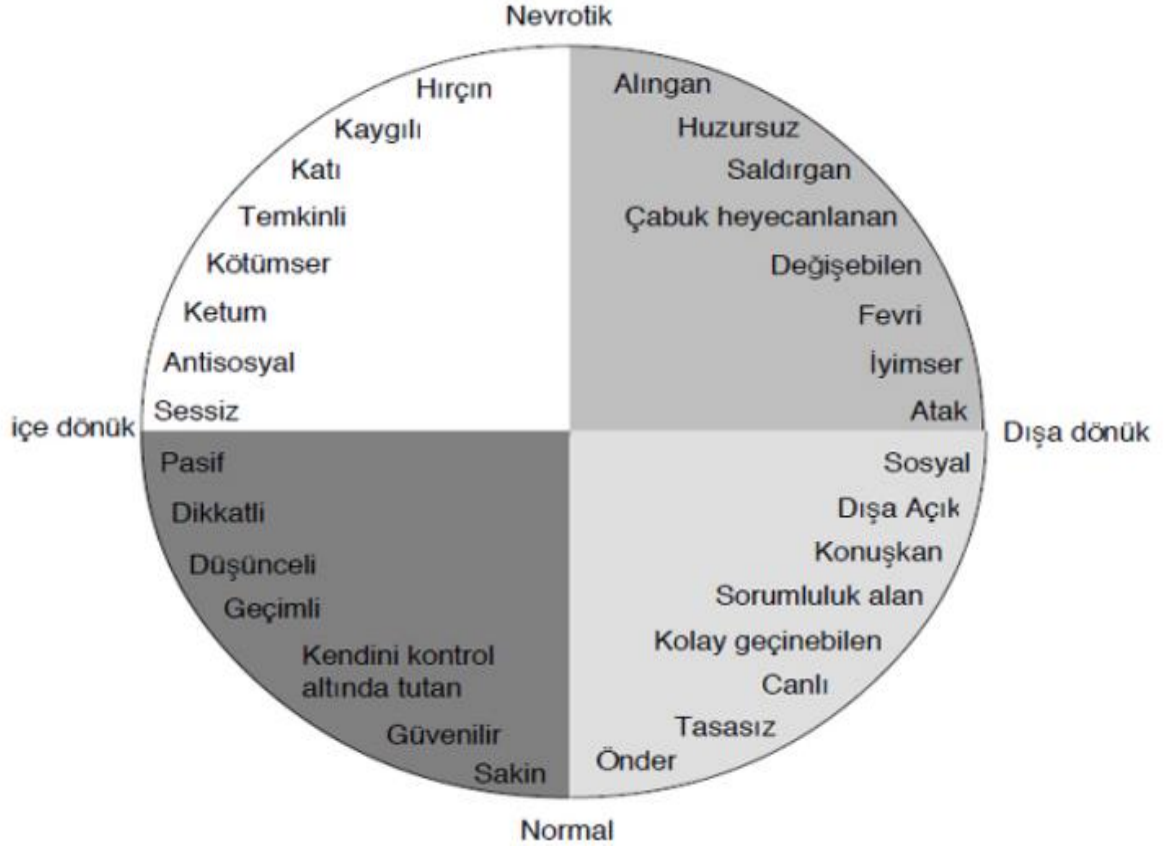
Tablo 11. Raymond B. Cattell'in 16 kişilik faktörü

Yüksek Puan	Harf Sembolü	Faktör Adı	Düşük Puan
Tatlı, nazik, sevgi dolu, yumuşak başlı	A	Sıcaklık	Uzak, kritik, ilgisiz, soğuk
Akıllı, soyut düşünme	B	Akıl yürütme	Daha az zeki, somut düşünme
Saki, duygusal olarak kararlı, gerçekçi	C	Duygusal stabilite	Duygusal olarak daha az kararlı, sinirli veya üzgün, gerçekçi değil
Dürtüsel, rekabetçi, inatçı	E	Baskınlık	İtaatkar, alçakgönüllü, utangaç
Kaygısız, neşeli, hevesli	F	Canlılık	Ciddi, suskun, sakin
Yasal, ahlaki, sorumlu	G	Kurallara bağlılık	İsyankar, ihmalkar
Cesur, cüretli, maceracı	H	Sosyal girişkenlik	Utangaç, mesafeli, ürkek
İnatçı, özgüven, bağımsız	I	Duyarlılık	Bağımlı, savunmasız, alıngan
Başkalarına güvenen ve kabul edici	L	İhtiyatlılık	Şüpheli, ihtiyatlı
Yaratıcı, unutkan, sanatsal	M	Dalgınlık	Geleneksel, gerçekçi, pratik
Kurnaz, gösterişli, abartılı	N	İçtenlik	Basit, gösterişsiz, sosyal açıdan garip
Karamsar, kendini suçlayan, endişeli	O	Endişe	Kendinden memnun, kendine güvenen, hoşnut
Muhafazakar, geleneksel	Q	Değişkenliğe açık	Özgür, açık fikirli, liberal
Kendine güvenen, yetenekli, kendi kararlarını verebilen	R	Kendine yetme	Katılımcı, takipçi, grup üyesi
Kontrollü, düzenli	S	Mükemmeliyetçilik	Disiplinsiz, dikkatsiz,
Gergin, güdülenmiş, engellenmiş	T	Gerginlik	Rahat, sessiz, sakin

Kaynak: İnanç ve Yerlikaya, 2012: 267.

2.3.8. Hans J. Eysenck Kişilik Kuramı

Hans J. Eysenck göre tek başına psikometrik gelişimin insan kişiliğinin yapısını ölçmek için yeterli değildir. Faktör analitik yöntemlerle elde edilen kişilik ölçümleri, biyolojik varoluş gösterilmedikçe etkisiz ve anlamsızdır. Kişiliği tespit etmek için nevrotik, dışa dönük, içe dönük ve normal olmak üzere dört ana kriter kullanılmalı ve bu kriterler Şekil 3'te gösterilen alt boyutlarla ilişkilendirilmeli ve yatay ve dikey boyutlar baz alınarak değerlendirilmelidir. (Parlak, 2019).



Şekil 3. Eysenck'in kişilik boyutları

(Ünüvar vd., 2021: 32).

Yatay boyutlar içe dönüklük ve dışa dönüklük ile dikey boyutlar ise nevrotilik ve normallik olarak ele alınmalıdır. Diğer insanlar yerine kendi başına kalmak, sakin, sessiz, kapalı, karamsar, resim, müzik ve yazma etkinliklerden hoşlanma, ahlaki değerlere sahiplik, günlük yaşamı planlama ve ani tepki vermeme özelliklerine sahip bireyleri içe dönük; diğer insanlarla iletişim kurma ve bulunma sosyal, girişken, cana yakın, konuşkan, heyecan arayan, hareketli, gülme ve eğlenmeyi seven, neşeli, iyimser ve duygularını kontrol etmekte zorlanan bireyleri dışa dönük; aşırı değişken duygulara sahip, olaylara oldukça hızlı tepki veren kaygılı, gergin, alıngan ve depresif bireyleri nevrotilik ve kendini kontrol altında tutan, güvenilir, sakin önder, sorumluluk alan ve tasasız bireyler ise normal olarak kabul edilmelidir (Ünüvar vd., 2021).

2.3.9. Paul Costa ve Robert McCrae'nin Kişilik Kuramı

Costa ve McCrae tarafından geliştirilen "Beş Kişilik Faktörü" kuramı, liderlik, performans, işten ayrılma ve iş tatmini gibi konuları kişilik ile ilişkilendirmek için sıkça başvurulan bir kuramdır. Bu kuramda beş temel kişilik faktörü; dışa dönüklük, nevroitiklik, deneyime açıklık, uyumluluk ve öz disiplin olarak ele alınmaktadır (Feist, 2008; İnanç ve Yerlikaya, 2012; Parlak, 2019).

Tablo 12. Costa ve McCrae'nin beş faktörlü kişilik modeli

Faktörler	Yüksek Puan	Düşük Puan
Dışa dönüklük	Sevimli, konuşkan, eğlenceli, aktif, tutkulu	Ayrılmış, yalnız, sessiz, ayrılmış, pasif, duygusuz
Nevrotizm	Endişeli, huysuz, kendine acıyan, içine kapanık, duygusal, hassas	Sakin, havalı, memnun, rahat, duygusuz, cesur
Deneyime açıklık	Yaratıcı, yaratıcı, özgün, çeşitliliği tercih eden, ilginç, özgür	Gerçekçi, yaratıcı olmayan, geleneksel, rutin, ilginç, muhafazakar
Uyumluluk	Yumuşak kalpli, güvenilir, cömert, itaatkar, hoşgörülü, iyi huylu	Acımasız, şüpheli, açgözlü, muhalif, ciddi, gergin
Öz-disiplin	Dürüst, çalışkan, iyi organize edilmiş, dakik, hırslı, kararlı	Özensiz, tembel, dağınık, geç, amaçsız

aynak: Parlak, 2019: 18.

2.3.10. Leonard Horowitz ve Lynn Alden'in Kişilik Kuramı

Leonard Horowitz ve Lynn Alden'in insanlar arasındaki ilişkilerinde ortaya çıkabilecek davranış biçimleri için sekiz kişilik tipi (baskın kişilik, kinci kişilik, fedakar kişilik, soğuk kişilik, içedönük kişilik, kendine güvensiz kişilik, kullanılmaya yatkın kişilik, fedakar kişilik, dışa dönük kişilik) önerilmiştir.

Tablo 13. Leonard Horowitz ve Lynn Alden'in Kişilik Tipleri

Kişilik Tipi	Özellikler
Baskın Kişilik	Normalden fazla bağımsız bir yapıya sahip ve çevresindeki bireylere karşı hükmedici ve sınırlı bir biçimde davranış sergilememe ve diğer insanları kontrol etme güdüsü yüksek
Kinci Kişilik	Çevre insanlarla sürekli olarak kavga durumu
Soğuk Kişilik	Çevrelerindeki insanlarla olan ilişkilerde mesafeli davranmadan dolayı uzun süreli ilişki kurmada güçlük
İçedönük Kişilik	Heyecan aramama, sosyal olma arzusu içerisinde bulunmama, diğer bireylerden utanma ve korkma, kendi iç dünyasında yaşama
Kendine Güvensiz Kişilik	Fikirlerini aktarma ve savundukları bir hususu karşı tarafa kanıtlamada sorun yaşama
Kullanılmaya Yatkın Kişilik	Diğer insanlara hayır diyememe ve onları sürekli olarak zihinlerinde incitme duygusu
Fedakâr Kişilik	Çevrelerindeki diğer insanların istek ve ihtiyaçlarını kendi ihtiyaçlarından daha fazla önemseme
Dışa Dönük Kişilik	Enerjik, girişimci, iyimser, diğer insanların dikkatlerini çekme eğilimi, düşüncelerini anında paylaşma, dinlemekten daha çok konuşma

Kaynak: Musellim, 2021: 45-46'dan uyarlanmıştır.

Bu tez için yukarıdaki kişilik kuramlarından Leonard Horowitz ve Lynn Alden'in tarafından önerilen kişilik tipleri esas alınmış ve çalışma bu kişilik kuramı çerçevesinde gerçekleştirilmiştir.

2.4. Turizm ve Kişilik Tipi İlişisine Yönelik Araştırmalar

Kwon ve Park (2015) turizmde kişilik özellikleri ile turist davranışları arasındaki ilişkiyi incelemiş ve Myers-Briggs kişilik testini turist davranışlarını açıklamak için kullanmışlardır. İnsanların kişilik tipleri, turizm destinasyonları ve tercih ettikleri turist davranışları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmada kişilik özellikleri ile turist davranışları arasındaki ilişkiler Dışa Dönüklük-İçedönüklük ve Yargılama-Algılama indeksinde önemli farklılıklar tespit edilmiştir. E tipteki turistler etkinlik ve alışveriş için turizm destinasyonlarını tercih etmektedir. Aksine id tipleri turizm destinasyonunda eğlenmekten çok dinlenmeyi tercih etmektedirler. J tipleri paket turu, P tipleri ise

serbest seyahati tercih etti. İkinci olarak, kişilik özellikleri ile turist davranışları arasındaki ilişkiler, SN (Algılama-sezgi) ve TF (Düşünme-Hissetme) indeksinde önemli farklılıklar göstermemiştir. Üçüncüsü, sonuçlar dört kişilik tipi (IJ, IP, EP, EJ) arasında turist motivasyonu ve seyahat motivasyonu, ana seyahat aktivitesi vb. turist davranışı açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar göstermiştir. Çalışma sonunda insanların seyahat etmeye karar vermede ve seyahat ederken kişilik tiplerine göre farklı davrandıkları belirlenmiştir.

Moghavvemi ve arkadaşları (2017) yerel sakinlerin kişiliği ve toplum ve ziyaret edenler hakkındaki bakış açıları, turizm gelişimine genel desteğin oluşturulmasında önemli bir rol oynayabileceği düşüncesinden hareketle sakinlerinin kişiliğinin, duygusal dayanışmasının ve toplum taahhüdünün turizmin gelişimine olan desteği açıklayan turizm algılarını nasıl etkilediğini incelemiştir. Malezya'nın iki turizm destinasyonunda yaşayan 340 kişiden anket verileri toplamıştır. Sempatik anlayışın ve konuksever doğanın, bölge sakinlerinin turizm gelişimine yönelik tutumlarını etkileyen en güçlü faktörler olduğunu, etkinin ise farklı özelliklere sahip erkekler ve kadınlar arasında farklı olduğunu ortaya koymuştur. Duygusal yakınlığın bölge sakinlerinin turizm gelişimine yönelik tutumu üzerindeki etkisinin, yüksek uzlaşmacı ve dışadönük kişiliklere sahip sakinler arasında farklı olduğunu, deneyime açıklık, vicdanlılık ve nevrozluğun ise bu ilişkiler üzerinde önemli bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür.

Ayaz ve Parlak (2019) çalışmalarında Türkiye'nin Ardahan ilinde yaşamakta olan yerel halkın kişilik tipine göre turizme yönelik algılarını ortaya çıkarmak için gerçekleştirdikleri araştırma kapsamında 400 katılımcıdan veri toplanmıştır. Yerel halkın kişilik tipleri içerisinde dışa dönük kişiliğe sahip bireylerin turizmi destekleme konusunda daha istekli olduklarını ortaya çıkarmıştır.

Wee-Kheng Tan (2020) çalışmasında turistlerin kişilik özelliklerinin destinasyon seçim sürecinde algılanan seyahat kısıtlamalarını nasıl etkilediğini incelemiştir. Spesifik olarak bir turist destinasyonunun ön değerlendirmesinde yer alan turistlerin kişiliklerinin, algılanan boş zaman seyahati kısıtlamalarını nasıl etkilediğini ve farklı zamansal mesafe koşulları altında ilgili bilgi aramalarını araştırmıştır. Araştırma sonucunda güvenlik endişeleri, ilgi eksikliği, zaman ve seyahat ücretiyle ilgili kısıtlamalar tespit edilmiştir. Bu kısıtlamalar, yüksek bir zamansal mesafe için

daha güçlü bir şekilde deneyimlendi. Kişiliğin algılanan kısıtlamalar üzerindeki etkisi, yüksek zamansal mesafe için daha belirgindi. Çalışma, seyahet öncesi planlama aşamasında turistlerin davranışlarına ilişkin anlayışlarını artırabilmesi ve destinasyonlarının "erken" ortadan kaldırılmasını önlemeye yardımcı olabilmesi açısından, destinasyon pazarlama kuruluşları için pratik sonuçlar ortaya koymuştur.

Ayaz ve Musellim (2021) karmaşık bir süreç olan turist davranışları fiyat ve kişilik tipi yönüyle ele almıştır. Antalya destinasyonundaki 403 katılımcıdan veri toplamıştır. Ziyaretçi kişilik tipleri; fedakar, dışa dönük, kullanmaya yatkın ve dışa dönük olarak belirlenmiş ve kişilik tipinin fiyat algısını pozitif yönde etkilediğini ortaya koymuştur.

3. ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YEREL HALKIN KİŞİLİK TİPİ VE TURİZM BEKLENTİLERİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA

Bu bölümde yerel halkın kişilik tipi ve turizm beklentilerine yönelik olarak gerçekleştirilen araştırmada ulaşılan istatistiksel bilgi ve bulgularına yer verilmektedir.

3.1. Araştırma Alanı

Yerel halkın kişilik tipi ve turizm beklentileri üzerine bir anlayış geliştirmek için kurgulanan bu araştırmanın gerçekleştirildiği Özbekistan-Kokand şehrine yönelik tanıtım bilgilerine verilmesi yerinde olacaktır.

Kokand, Orta Asya'nın en eski şehirlerinden biri olup Çin'in Dawan eyaletinin bir parçasıdır. Şehrin tarihi ilgili yazıtlara göre 10. yüzyıla kadar uzanmakta ve bir ticaret merkezi olan şehir "Hovakend" veya "Kokand" olarak adlandırılmaktadır. Bununla birlikte, Mui-Mübarek bölgesinde yapılan kazılarda antik Kurgan ve Tepakurgan anıtları, 2000 yıl önce inşa edilmiş antik yapılar ve çanak çömlek keşfedilmiştir. Kokand, gelişiminin zirvesine 18. yüzyılda ulaşmış ve Kokand Hanlığı'nın başkenti statüsünü almıştır. Kokand başkent olmakla gelişim aşamasına girmiş ve 300'den fazla cami ile dini bir merkez haline gelmiştir. Kokand, el sanatlarının merkezi olarak anılan bir şehir olup topraklarında çok sayıda ahi ustası yaşamaktadır.

Kokand şehri, Özbekistan'ın batı kesiminde yer alan Fergana eyaletinin en büyük şehirlerinden biridir. Tacikistan ve Kırgızistan sınır geçiş noktalarının yakınında yer almaktadır. Şehrin yüzölçümü 40 km² ve 2022 yılı itibarıyla nüfusu 259.700 kişi olup bunun 132.556'sı kadın, 127.160'ı erkektir (<http://www.farstat.uz>).

Kokand turizm çekicilikleri açısından çeşitli zenginlikleri bünyesinde barındırmakta ve tur programlarında kendisine yer bulmaktadır. Kokand şehrinde geliştirilebilecek turizm tür ve ürünleri için genel bir çerçeve çizilecek olursa şehrin turizm çekicilikleri; festivaller, tarihi mekanlar, tabiat anıtları ve kültürel ürünler ekseninde turizm ürünü ve potansiyel gezi yerleri Tablo 14'te gösterilen biçimde özetlenebilir.

Tablo 14. Kokand şehri turizm ürünleri ve cazibe merkezleri

Turizm Ürünü	Potansiyel Gezi Yerleri
Festivaller	- Uluslararası Ahilik Festivali
Tarihi Mekanlar	-Hudoyorxon Sarayı -Merkezi Camı -Narbutabiy Medresesi -Dahmai Şahan
Tabiat Anıtları	Anıt Ağaçlar
Kültürel Ürünler	Nefis kumaş (adras, atlas vb.), çanak ve çömlek

Bu çekicilikler ekseninde tur rehberleri güzergahlarına Şekil 4’te gösterilen biçimde olmak üzere son dönemlerde Kokand şehrini de dahil eder hal gelmiştir.



Şekil 4. Özbekistan tur güzergahları

(<https://www.facebook.com>).

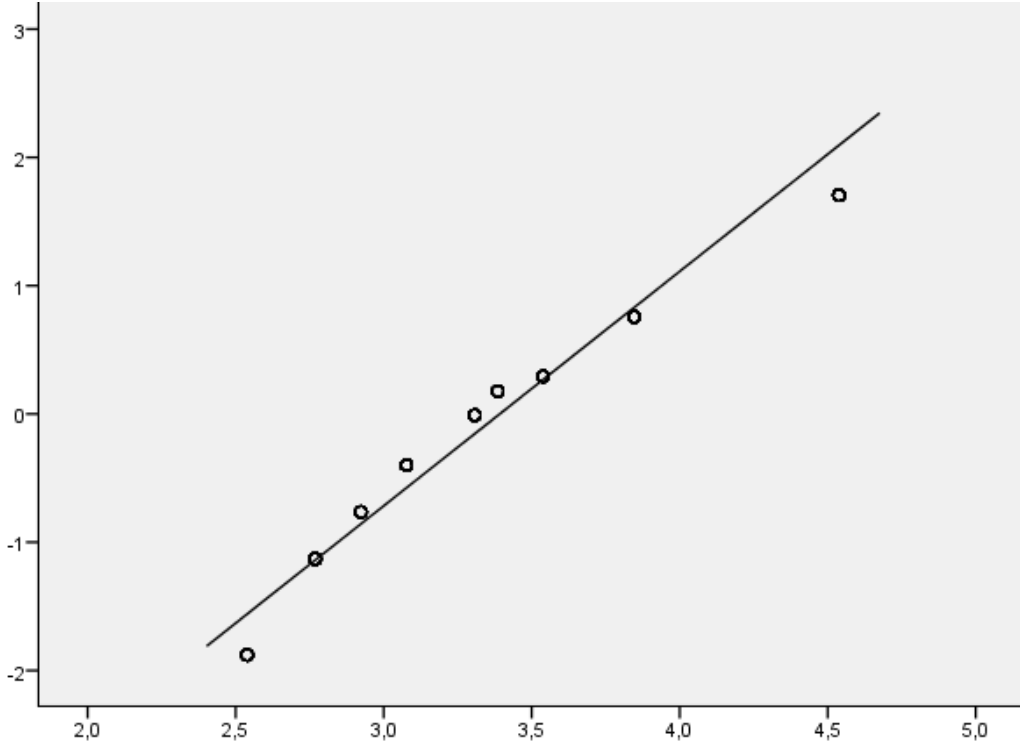
3.2. Araştırma Verilerinin Analizi

Bu araştırmada anket tekniği kapsamında ve kolayda örneklem yöntemi ile yüz yüze görüşme şeklinde olmak üzere toplam 498 katılımcıdan sağlanan veriler için ilk etapta bilgisayarda veri tabanı oluşturulmuştur. Verilerin analiz edilmesi sürecinde

parametrik testlerin kullanım kararı için verilerin normallik dağılımına bakılmıştır. Bu işlem için Tablo 15 ve Tablo 16'daki çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) katsayıları sonuçlarına ve verilerin Şekil 5 ve Şekil 6'daki Q-Q Plot dağılımına bakılmıştır.

Tablo 15. Kişilik ölçeği çarpıklık ve basıklık testi sonuçları

Ölçek Adı	n	Min	Mak.	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık		Basıklık	
						İstatistik	Standart Hata	İstatistik	Standart Hata
Kişilik Tipi	498	2,54	4,54	3,39	0,24	0,459	0,109	-0,562	0,218

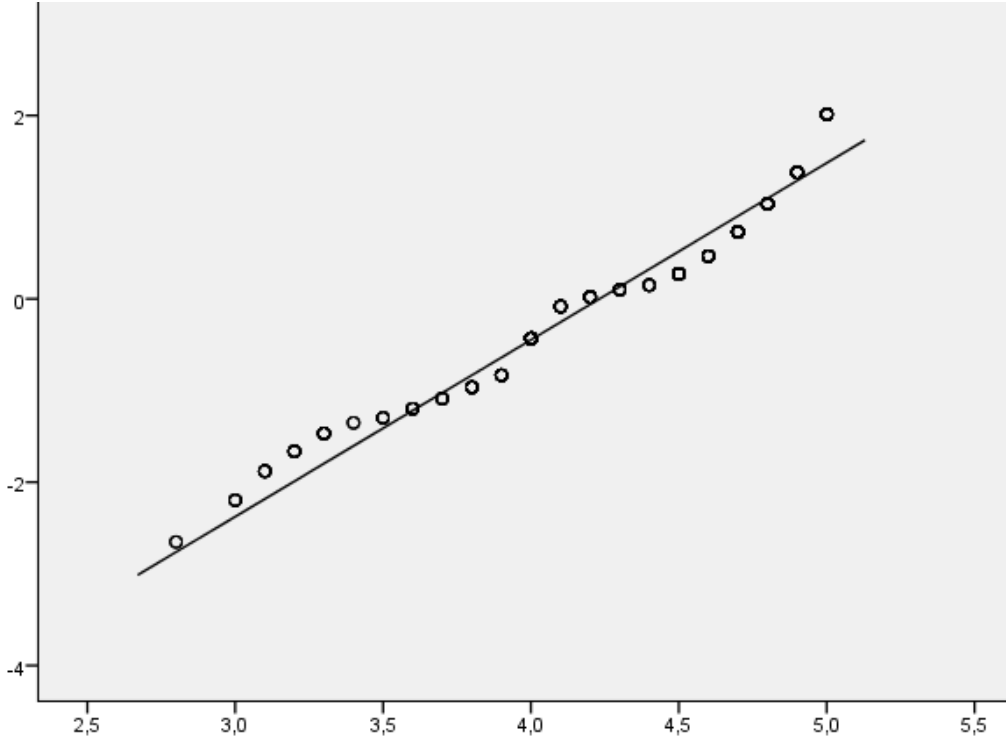


Şekil 5. Kişilik ölçeği Q-Q Plot dağılımı

Kişilik tipi ölçeği için Tablo 2 'de görüldüğü üzere çarpıklık katsayısı 0,459 ve basıklık katsayısı ise -0,562 olarak görülmekte ve Q-Q Plot Dağılımı diyagramında veriler normal dağılım göstermektedir. Normallik dağılımı bağlamında çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) sonuçlarının (-3) ile (+3) aralığında bulunması durumunda parametrik testlere yönelik analizlerin gerçekleştirilebileceğini öngörülmektedir (Meyers, 2013).

Tablo 16. Turizm beklenti ölçeği çarpıklık ve basıklık testi sonuçları

Ölçek Adı	n	Min	Mak.	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık		Basıklık	
						İstatistik	Standart Hata	İstatistik	Standart Hata
Turizm Beklentisi	498	2,80	5,00	4,23	0,23	-0,492	0,109	-0,397	0,218



Şekil 6. Turizm beklenti ölçeği Q-Q Plot dağılımı

Turizm beklenti ölçeği için Tablo 4 sonuçları incelendiğinde çarpıklık katsayısı -0,492 ve basıklık katsayısı ise -0,397 olarak görülmekte ve Q-Q Plot Dağılımı diyagramında veriler normal dağılım göstermektedir. Bu sonuçlar çerçevesinde kişilik tipi ölçeğinde olduğu gibi turizm beklenti ölçeği için de parametrik testlere kullanılarak analizlerin gerçekleştirilebileceğine karar verilmiştir.

Bu araştırmada kişilik tipi ve turizm beklenti ölçeği sonuçlarının tanımlayıcı özelliklerle karşılaştırılmasında iki değişkenli grupları oluşturan cinsiyet ve medeni durum değişkenleri için “Bağımsız Örneklem t-Testi”; ikiden fazla değişkenli gruplar oluşturan yaş, eğitim durumu, statü durumu, Kokand’da yaşam süresi, Kokand çekicilik unsurları içinse “Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)” ve “Tukey (HSD) testlerinin kullanılabilmesine karar verilmiştir.

Araştırma modelinde öngörülen hipotezlerinin test edilmesi için korelasyon ve Çoklu regresyon analizi yapılması öngörülmüştür.

3.3. Yerel Halkın Kişilik Tiplerine İlişkin Faktör Analizi

Kokand şehrinde yaşamakta olan yerel halkının kişilik tiplerinin belirlenmesi ve araştırma için öngörülen hipotezlerin test edilebilmesi kapsamında da ilk olarak açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Kişilik tipi ölçeği kapsamında toplanan verilerinin faktör analizine uygunluğunun belirlenmesi bağlamında KMO değeri 0,611 ve anlamlılık değeri ise 0,000 olarak hesaplanmıştır. Bu süreçte kişilik ölçeğinden 18 soru (S1, S2, S7, S11, S13, S14, S15, S17, S18, S20, S21, S22, S24, S25, S27, S28, S29, S30) çıkartılmış ve kişilik ölçeği için güvenilirlik katsayısı (α) değeri 0,767 olarak hesaplanmıştır. Field (2000), KMO örneklem ölçüm yeterliğinin 0,50'den büyük olması ve Bartlett's Anlamlılık Testi 'in anlamlı çıkması durumunda verilerin faktör analizi için uygun olduğu öne çıkartmaktadır. Kline (2005), güvenilirlik katsayısı (α) değerinin 0.70' e eşit veya büyük olması durumunda verilerin güvenilir kabul edileceğini belirtmektedir.

Tablo 17. Kişilik tipi ölçeği faktör analizi sonuçları

Faktör	\bar{x}	s. s.	Faktör Yüğü	Varyans Açıklama (%)
Baskın Kişilik	2,93	1,05		33,10
Çok fazla fark edilmek isterim.	3,08	1,30	0,960	
İnsanlara karşı çok şüpheciyim.	2,98	1,01	0,898	
İnsanlara karşı saldırgan bir yapım vardır.	3,17	1,34	0,869	
İnsanları çok fazla kontrol etmeye çalışırım.	2,77	1,25	0,756	
Gruplara katılmak benim için zordur.	2,66	1,22	0,738	
Dışa Dönük Kişilik	3,86	0,69		24,80
İnsanları değiştirmeye çok fazla uğraşırım	3,77	1,02	0,926	
İnsanlarla çok fazla tartışmam.	3,15	1,04	0,770	
İnsanların ne istediğimi bilmesini isterim	4,07	,775	0,752	
Kendi kararlarımı kendim alabilen bağımsız bir yapıya sahibim.	4,48	0,58	0,680	
Kullanılmaya Yatkın Kişilik	3,46	0,70		16,51
İnsanları memnun etmek için çok çaba harcarım.	3,99	0,62	0,874	
İnsanlara duygularımı çok fazla açarım.	3,53	0,95	0,838	
İnsanlara gereğinden fazla güvenirim.	2,87	1,02	0,714	
Toplam Varyans Açıklama Oranı				74,41

K-M-O Örneklem Ölçüm Yeterliliği: **0,511**

Bartlett' in Anlamlılık Testi (Chi-Square / df / Sig): **7172,074/ 66 / 0,000**

Yerel halkın kişilik tiplerine yönelik Tablo 17 sonuçlarında görüldüğü üzere toplam varyans açıklama oranı %74,41 olup baskın kişilik %33,10; dışa dönük %24,80

ve kullanılmaya yatkın kişilik ise %16,51 kısmını oluşturmaktadır. Yerel halkın kişilik tipleri kapsamında baskın kişilik alt boyutuna ilişkin bulgular incelendiğinde en yüksek ortalamanın $\bar{x}=3,17$ ile “insanlara karşı saldırgan bir yapım vardır” ifadesinde ortaya çıktığı görülmektedir. Dış dönük kişilik alt boyutunda en yüksek ortalamanın $\bar{x}=4,48$ ile “kendi kararlarımı kendim alabilen bağımsız bir yapıya sahibim” ve kullanılmaya yatkın kişilik tipinde ise $\bar{x}=3,99$ ile “insanları memnun etmek için çok çaba harcarım” ifadesinde ortaya çıkmıştır.

3.4. Yerel Halkın Turizm Beklentilerine İlişkin Faktör Analizi

Kokand şehrinde yaşamakta olan yerel halkının turizm beklentilerinin ortaya çıkarılması ve araştırma modelinde öngörülen hipotezlerin testi kapsamında kişilik tipi ölçeğinde olduğu gibi açıklayıcı faktör analizi yapılması uygun öngörülmüştür. Bu bağlamda ilk olarak turizm beklenti ölçeği verilerinin faktör analizine uygunluğunun belirlenmesi için KMO Örneklem Ölçüm Yeterliliği ve Bartlett’s Küresellik Anlamlılık testlerine başvurulmuştur. KMO değeri 0,816 ve anlamlılık değeri ise 0,000 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 18. Turizm beklentisi ölçeği faktör analizi sonuçları

Faktör	\bar{x}	s. s.	Faktör Yüğü	Varyans Açıklama (%)
Çevre Koruma-Şehir Planlaması	4,29	0,66		55,94
Turizmin gelişmesi nedeniyle doğal çevrenin kalitesi artmalı.	4,34	0,80	0,854	
Turizm gelecek nesiller için çevreyi iyileştirmeli.	4,29	0,62	0,845	
Yollarda ve diğer kamu hizmetlerinde gelişmeler sağlamalı.	4,26	0,87	0,843	
Daha kaliteli binalar ve şehir planlaması yapılmalı.	4,29	0,65	0,823	
Turizm gelişimi çevre koruma çabalarını güçlendirmeli.	4,31	0,72	0,816	
Altyapı-Eğlence-Alışveriş İmkani	4,09	0,54		15,92
Turizm, bölgede altyapıyı (yol, kanalizasyon, su, elektrik vb.) geliştirmeli	4,10	0,71	0,840	
Turizm, rekreasyon (eğlence) faaliyetlerini artırmalı	4,10	0,62	0,834	
Turizm alışveriş fırsatları sağlamalı	4,09	0,62	0,740	
Yatırım-Hizmet Kalitesi	4,27	0,64		7,53
Turizm gelişimi, yüksek düzeyde yatırım, geliştirme ve altyapı harcamalarına yol açmalı.	4,27	0,69	0,852	
Turizm gelişimi yerel hizmetlerin kalitesini artırmalı.	4,28	0,66	0,828	
Toplam Varyans Açıklama Oranı				79,39

K-M-O Örneklem Ölçüm Yeterliliği:**0,816**

Bartlett' in Anlamlılık Testi (Chi-Square / df / Sig): **4221,276/ 45 / 0,000**

Faktör analizi sürecinde turizm beklenti ölçeğinden 15 soru (S1, S2, S3, S4, S8, S9, S10, S11, S14, S15, S19, S22, S23, S24, S25) çıkartılmıştır. Akabinde gerçekleştirilen güvenilirlik analizinde ve turizm beklentisi ölçeği için güvenilirlik katsayısı (α) değeri 0,767 olarak hesaplanmıştır. Tablo 18 sonuçları yapısal olarak incelendiğinde turizm beklenti ölçeği için toplam varyans açıklama yüzdesi 73,39 olup toplam üç alt boyutta toplanmaktadır. Çevre koruma-şehir planlaması alt boyutu %55,94; Altyapı-eğlence-alışveriş imkanı alt boyutu: %15,92 ve Yatırım-hizmet kalitesi alt boyutu ise %7,53'nü oluşturmaktadır. Büyüköztürk (2007), faktör analizi sürecinde toplam varyans açıklama oranının 0,40 ve faktör yüklerinin her birinin 0,45 'den yüksek çıkmasını belirtmektedir. Çevre koruma-şehir planlaması alt boyutuna ilişkin beklentilerde en yüksek ortalamanın $\bar{x}=4,34$ ile “turizmin gelişmesi nedeniyle doğal çevrenin kalitesi artmalı” beklentisine ait olduğu görülmektedir. Altyapı-eğlence-alışveriş imkanı alt boyutunda en yüksek beklenti $\bar{x}=4,10$ ortalama ile “turizm, bölgede altyapıyı (yol, kanalizasyon, su, elektrik vb.) geliştirmeli” ve “turizm, rekreasyon (eğlence) faaliyetlerini artırmalı” ifadelerinde çıkmaktadır. Yatırım-Hizmet Kalitesi alt boyutunda ise en yüksek ortalama $\bar{x}=4,28$ ile “turizm gelişimi yerel hizmetlerin kalitesini artırmalı” beklentisinde gözükmektedir.

3.5. Araştırma Bulguları

Bu bölümde Kokand yerel halkına ilişkin tanımlayıcı bilgilere, tanımlayıcı bilgilerin yerel halkın kişilik tipi ve turizm beklentileri ile karşılaştırılmasına ve kişilik turizm beklenti ilişkisine yönelik korelasyon analizi bulgularına yer verilmektedir.

3.5.1. Kokand Yerel Halkına İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler

Yerel halkın kişilik tipi ve turizm beklentileri üzerine bir bakış açısı oluşturmak amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada 498 katılımcının demografik özelliklerine (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, statü durumu) ve diğer özelliklerine (Kokand'da yaşam süresi, Kokand çekicilik unsurları) yönelik tanımlayıcı bilgiler Tablo 19'da gösterilen şekilde belirlenmiştir.

Tablo 19. Katılımcılara yönelik tanımlayıcı özellikler (n=498)

Değişkenler	Gruplar	f	%	Kümülatif (%)
Cinsiyet	Kadın	243	48,8	48,2
	Erkek	255	51,2	100,0
Medeni Durum	Bekâr	303	60,8	60,8
	Evli	195	39,2	100,0
Yaş Durumu	18-25	214	43,0	43,0
	26-33	111	22,3	65,3
	34-41	47	9,4	74,7
	42 ve üzeri	126	25,3	100,0
Eğitim Durumu	Lise	56	11,2	11,2
	Lisans	277	55,6	66,9
	Lisansüstü	165	33,1	100,0
Statü Durumu	İşçi	120	24,1	24,1
	Esnaf	48	9,6	33,7
	Öğrenci	254	51,0	84,7
	Diğer	76	15,3	100,0
Kokand'da Yaşam Süresi	1 yıldan az	44	8,8	8,8
	1-5 yıl	42	8,4	17,3
	6-10 yıl	17	3,4	20,7
	11 yıl ve üzeri	395	79,3	100,0
Kokand Çekicilik Unsurları	Hudayar Han Sarayı	152	30,5	30,5
	Kültürel Mirası	88	17,7	48,2
	Şehrin Tarihi	189	38,0	86,1
	Şehrin Parkları	46	9,2	95,4
	İktisadi Merkez olması	23	4,6	100,0

Kokand yerel halkının tanımlayıcı özelliklerinde Tablo 7 verilerine göre erkekler (%51,2), bekarlar (%60,8), 26-33 yaş grubu (%22,3), lisans mezunları (%55,6), öğrenci (%51,0), 11 yıl ve üzeri Kokand'da yaşayanlar (%79,3) ile Kokand için çekicilik unsuru olarak t şehrin tarihini beyan eden (%38,0) katılımcıların öne çıktığı söylenebilir.

3.5.2. Kişilik Tipinin Tanımlayıcı Özelliklerle Karşılaştırılması

Araştırmada Kokand yerel halkının kişilik tipleri ile tanımlayıcı özellikleri karşılaştırılmıştır. Bu karşılaştırmada herhangi bir anlamlı farklılığın ortaya çıkarılması

bağlamında iki farklı değişkenler (cinsiyet ve medeni durum) için “Bağımsız Örneklem t-Testi” uygulanmıştır. İki den fazla değişkeni olan gruplar (yaş durumu, eğitim durumu, statü durumu, Kokand’da yaşam süresi, Kokand çekicilik unsurları) için ise “Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)” ve “Tukey (HSD) testi” uygulanmıştır.

Kokand yerel halkının kişilik tiplerinin cinsiyet durumuna göre karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde olmak üzere anlamlı bir farklılığın olduğu ($p=0,000$; $p<0,05$) tespit edilmiştir (Tablo 20).

Tablo 20. Kişilik tipinin cinsiyet durumuna göre karşılaştırılması

Boyut	Cinsiyet	n	\bar{x}	s.s	t	p
Kişilik Tipi	Kadın	243	3,28	0,470	-4,541	0,000*
	Erkek	255	3,49	0,593		

*($p<0,05$)

Kokand yerel halkının kişilik tiplerinin medeni duruma göre karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde olmak üzere anlamlı bir farklılığın olduğu ($p=0,000$; $p<0,05$) tespit edilmiştir (Tablo 21).

Tablo 21. Kişilik tipinin medeni duruma göre karşılaştırılması

Boyut	Medeni Durum	n	\bar{x}	s.s	t	p
Kişilik Tipi	Evli	195	3,03	0,352	-13,800	0,000*
	Bekâr	303	3,62	0,525		

*($p<0,05$)

Kokand yerel halkının kişilik tiplerinin yaş durumuna göre karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde olmak üzere anlamlı bir farklılığın olduğu ($p=0,000$; $p<0,05$) tespit edilmiştir (Tablo 22). Tukey testi sonuçları çerçevesinde tespit edilen anlamlı farklılığın 18-25 yaş ($\bar{x} =3,69$) ile 26-33 yaş ($\bar{x} =3,29$), 34-41 yaş ($\bar{x} =2,76$) ve 42 yaş ve üzeri ($\bar{x} =3,18$) arasında olduğu belirlenmiştir.

Tablo 22. Kişilik tipinin yaş durumuna göre karşılaştırılması

Boyut	Yaş	n	\bar{x}	s.s	F	p	Tukey
Kişilik Tipi	18-25 yaş (a)	214	3,69	0,558	70,814	0,000*	a-b
	26-33 yaş (b)	111	3,29	0,437			a-c
	34-41 yaş (c)	47	2,76	0,000			a-d
	42 yaş ve üzeri (d)	126	3,18	0,365			c-e

*($p<0,05$)

Tablo 23'te Kokand yerel halkının kişilik tiplerinin eğitim durumuna göre karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde olmak üzere anlamlı bir farklılığın olduğu ($p=0,000$; $p<0,05$) tespit edilmiştir. Tukey testi sonuçları kapsamında tespit edilen anlamlı farklılığın lise ($\bar{x}=3,15$) ile lisans ($\bar{x}=3,49$) arasında olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte lisans ($\bar{x}=3,49$) ile lisansüstü ($\bar{x}=3,29$) arasında da anlamlı bir farklılığın olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 23. Kişilik tipinin eğitim durumuna göre karşılaştırılması

Boyut	Eğitim Durumu	n	\bar{x}	s.s	F	p	Tukey
Kişilik Tipi	Lise (a)	56	3,15	0,318	13,949	0,000*	a-b b-c
	Lisans (b)	277	3,49	0,644			
	Lisansüstü (c)	165	3,29	0,354			

*($p<0,05$)

Kokand yerel halkının kişilik tiplerinin statü durumuna göre Tablo 24'teki karşılaştırılmada 0,05 anlamlılık düzeyinde olmak üzere anlamlı bir farklılığın olduğu ($p=0,000$; $p<0,05$) tespit edilmiştir. Hangi değişkenler arasında farklılığın olduğunu belirlemek amacıyla gerçekleştirilen Tukey testi sonuçları çerçevesinde tespit edilen anlamlı farklılığın işçi ($\bar{x}=2,82$) ile esnaf ($\bar{x}=3,07$), öğrenci ($\bar{x}=3,72$) ve diğer ($\bar{x}=3,37$) arasında bulunduğu görülmektedir.

Tablo 24. Kişilik tipinin statü durumuna göre karşılaştırılması

Boyut	Statü Durumu	n	\bar{x}	s.s	F	p	Tukey
Kişilik Tipi	İşçi (a)	120	2,82	0,282	153,200	0,000*	a-b a-c a-d
	Esnaf (b)	48	3,07	0,044			
	Öğrenci (c)	254	3,72	0,512			
	Diğer (d)	76	3,37	0,118			

*($p<0,05$)

Kokand yerel halkının kişilik tiplerinin Kokand'da yaşama süresine göre Tablo 25'teki karşılaştırılmada 0,05 anlamlılık düzeyinde olmak üzere anlamlı bir farklılığın olduğu ($p=0,000$; $p<0,05$) tespit edilmiştir. Hangi değişkenler arasında farklılığın olduğunu belirlemek amacıyla gerçekleştirilen Tukey testi sonuçları çerçevesinde tespit edilen anlamlı farklılığın 1 yıldan az ($\bar{x}=3,00$) ile 1-5 yıl ($\bar{x}=3,84$), 6-10 yıl ($\bar{x}=3,52$) ve 11 yıl ve üzeri ($\bar{x}=3,38$) arasında bulunduğu belirlenmiştir.

Tablo 25. Kişilik tipinin Kokand’da yaşam süresine göre karşılaştırılması

Bovut	Kokand’da Yaşam Süresi	n	\bar{x}	s.s	F	p	Tukey
Kişilik Tipi	1 yıldan az (a)	44	3,00	0,186	19,384	0,000*	a-b
	1-5 yıl (b)	42	3,84	0,000			a-c
	6-10 yıl (c)	17	3,52	0,576			a-d
	10 yıl ve üzeri (d)	395	3,38	0,566			

*(p<0,05)

Kokand yerel halkının kişilik tiplerinin Kokand’ın çekicilik unsurlarına göre Tablo 26’deki karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde olmak üzere anlamlı bir farklılığın olduğu (p=0,000; p<0,05) tespit edilmiştir. Hangi değişkenler arasında farklılığın olduğunu belirlemek amacıyla gerçekleştirilen Tukey testi sonuçları çerçevesinde tespit edilen anlamlı farklılığın Hudayar Han Sarayı ($\bar{x} = 3,34$) ile şehrin tarihi ($\bar{x} = 3,60$) ve iktisadi merkez olması ($\bar{x} = 2,92$) arasında bulunduğu belirlenmiştir. Bunun yanında şehrin tarihi ($\bar{x} = 3,60$) ile kültürel mirası ($\bar{x} = 3,27$), şehrin parkları ($\bar{x} = 3,15$) ve iktisadi merkez olması ($\bar{x} = 2,92$) arasında farklılık bulunduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 26. Kişilik tipinin Kokand’ın çekicilik unsurlarına göre karşılaştırılması

Boyut	Kokand’ın Çekicilik Unsurları	n	\bar{x}	s.s	F	p	Tukey
Kişilik Tipi	Hudayar Han Sarayı (a)	152	3,34	0,455	16,444	0,000*	
	Kültürel Mirası (b)	88	3,27	0,540			a-c
	Şehrin Tarihi (c)	189	3,60	0,600			a-e
	Şehrin Parkları (d)	46	3,15	0,388			c-b
	Iktisadi Merkez olması (e)	23	2,92	0,000			c-d

*(p<0,05)

3.5.3. Turizm Beklentilerinin Tanımlayıcı Özelliklerle Karşılaştırılması

Araştırmada Kokand yerel halkının turizm beklentileri ile tanımlayıcı özellikleri karşılaştırılmıştır. Bu karşılaştırmada herhangi bir anlamlı farklılığın ortaya çıkarılması bağlamında iki farklı değişkenler (cinsiyet ve medeni durum) için “Bağımsız Örneklem t-Testi” uygulanmıştır. İki den fazla değişkeni olan gruplar (yaş durumu, eğitim durumu, statü durumu, Kokand’da yaşam süresi, Kokand çekicilik

unsurları) içinse “Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)” ve “Tukey (HSD) testi” uygulanmıştır.

Tablo 27’ye bakıldığında Kokand yerel halkının turizm beklentilerinin cinsiyet durumuna göre karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde olmak üzere herhangi bir anlamlı farklılık ($p=0,000$; $p<0,05$) bulunamamıştır.

Tablo 27. Turizm beklentisinin cinsiyet durumuna göre karşılaştırılması

Boyut	Cinsiyet	n	\bar{x}	s.s	t	p
Turizm Beklentisi	Kadın	243	4,24	0,466	0,595	0,552
	Erkek	255	4,21	0,563		

*($p<0,05$)

Kokand yerel halkının turizm beklentilerinin medeni duruma göre karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde olmak üzere anlamlı bir farklılığın olduğu ($p=0,000$; $p<0,05$) tespit edilmiştir (Tablo 28). Belirlenen bu farklılığa göre bekâr ($\bar{x} =4,40$) olanların evli ($\bar{x} =3,96$) olanlara göre turizm beklentileri daha yüksek düzeyde görülmektedir.

Tablo 28. Turizm beklentisinin medeni duruma göre karşılaştırılması

Boyut	Medeni Durum	n	\bar{x}	s.s	t	p
Turizm Beklentisi	Evli	195	3,96	0,604	-10,060	0,000*
	Bekâr	303	4,40	0,364		

*($p<0,05$)

Kokand yerel halkının turizm beklentilerinin yaş durumuna göre karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde olmak üzere anlamlı bir farklılığın olduğu ($p=0,000$; $p<0,05$) tespit edilmiştir (Tablo 29). Tukey testi sonuçları çerçevesinde tespit edilen anlamlı farklılığın 18-25 yaş ($\bar{x} =4,30$) ile 34-41 yaş ($\bar{x} =3,98$) ve 42 yaş ve üzeri ($\bar{x} =4,05$) arasında olduğu belirlenmiştir. Ayrıca 26-33 yaş ($\bar{x} =4,39$) ile 34-41 yaş ($\bar{x} =3,98$) ve 42 yaş ve üzeri ($\bar{x} =4,05$) arasında farklılığın olduğu saptanmıştır. Belirlenen bu farklılıklara genel olarak bakıldığında Kokand yerel halkı içerisinde yaşı genç olan bireylerin turizm beklentisinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Bu durum genç bireylerin turizme katılıma isteklerinin yüksek olması ve dolayısıyla beklentilerinin de artmasıyla ilişkilendirilebilir (Polat, 2017: 236).

Tablo 29. Turizm beklentisinin yaş durumuna göre karşılaştırılması

Boyut	Yaş	n	\bar{x}	s.s	F	p	Tukey
Turizm Beklentisi	18-25 yaş (a)	214	4,30	0,351	14,830	0,000*	a-c
	26-33 yaş (b)	111	4,39	0,577			a-d
	34-41 yaş (c)	47	3,98	0,119			b-c
	42 yaş ve üzeri (d)	126	4,05	0,686			b-d

*(p<0,05)

Tablo 30’da Kokand yerel halkının turizm beklentilerinin eğitim durumuna göre karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde olmak üzere anlamlı bir farklılığın olduğu (p=0,000; p<0,05) belirlenmiştir. Tukey testi sonuçları kapsamında tespit edilen anlamlı farklılığın lise (\bar{x} =4,63) ile lisans (\bar{x} =4,11) ve lisansüstü (\bar{x} =4,30) arasında olduğu saptanmıştır. Elde edilen bu sonuç çerçevesinde eğitim düzeyi düşük olanların turizm beklentisi daha yüksektir.

Tablo 30. Turizm beklentisinin eğitim durumuna göre karşılaştırılması

Boyut	Eğitim Durumu	n	\bar{x}	s.s	F	p	Tukey
Turizm Beklentisi	Lise (a)	56	4,63	0,387	28,497	0,000*	a-b
	Lisans (b)	277	4,11	0,490			a-c
	Lisansüstü (c)	165	4,30	0,523			

*(p<0,05)

Kokand yerel halkının turizm beklentilerinin statü durumuna göre Tablo 31’deki karşılaştırılmada 0,05 anlamlılık düzeyinde olmak üzere anlamlı bir farklılığın olduğu (p=0,000; p<0,05) tespit edilmiştir. Hangi değişkenler arasında farklılığın olduğunu belirlemek amacıyla gerçekleştirilen Tukey testi sonuçları çerçevesinde tespit edilen anlamlı farklılığın işçi (\bar{x} =3,73) ile esnaf (\bar{x} =4,71), öğrenci (\bar{x} =4,34) ve diğer (\bar{x} =4,33) arasında bulunduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre işçilerin turizm beklentileri daha düşük iken esnafların turizm beklentileri daha yüksektir. Esnafların turizmden kazanç elde etme düşüncesi nedeniyle turizm beklentilerinin diğer statü gruplarına göre daha yüksek düzeyde olduğu söylenebilir.

Tablo 31. Turizm beklentisinin statü durumuna göre karşılaştırılması

Boyut	Statü Durumu	n	\bar{x}	s.s	F	p	Tukey
Turizm Beklentisi	İşçi (a)	120	3,73	0,371	83,717	0,000*	a-b
	Esnaf (b)	48	4,71	0,300			a-c
	Öğrenci (c)	254	4,34	0,343			a-d
	Diğer (d)	76	4,33	0,712			

*(p<0,05)

Kokand yerel halkının turizm beklentilerinin Kokand'da yaşama süresine göre Tablo 32'deki karşılaştırılmada 0,05 anlamlılık düzeyinde olmak üzere anlamlı bir farklılığın olduğu (p=0,000; p<0,05) tespit edilmiştir. Hangi değişkenler arasında farklılığın olduğunu belirlemek amacıyla gerçekleştirilen Tukey testi sonuçları çerçevesinde tespit edilen anlamlı farklılığın 1 yıldan az ($\bar{x} = 3,95$) ile 1-5 yıl ($\bar{x} = 4,57$) ve 11 yıl ve üzeri ($\bar{x} = 4,22$) arasında bulunduğu belirlenmiştir. Bunun yanı sıra 1-5 yıl ($\bar{x} = 4,57$) ve 11 yıl ve üzeri ($\bar{x} = 4,22$) arasında da Tukey sonuçlarına göre farklılığın bulunduğunu söylemek mümkündür. Elde edilen sonuçlar bağlamında Kokand şehrinde yaşama süresi uzadıkça turizm beklentisinin arttığı söylenebilir. Çünkü 1 yıldan daha az yaşayanların turizmden beklentisi diğer değişkenlere göre daha düşük düzeydedir.

Tablo 32. Turizm beklentisinin Kokand'da yaşam süresine göre karşılaştırılması

Boyut	Kokand'da Yaşam Süresi	n	\bar{x}	s.s	F	p	Tukey
Turizm Beklentisi	1 yıldan az (a)	44	3,95	0,128	11,017	0,000*	a-b
	1-5 yıl (b)	42	4,57	0,206			a-d
	6-10 yıl (c)	17	4,21	0,580			b-d
	11 yıl ve üzeri (d)	395	4,22	0,545			

*(p<0,05)

Kokand yerel halkının turizm beklentilerinin Kokand'ın çekicilik unsurlarına göre Tablo 33'teki karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde olmak üzere anlamlı bir farklılığın olduğu (p=0,000; p<0,05) tespit edilmiştir. Hangi değişkenler arasında farklılığın olduğunu belirlemek amacıyla gerçekleştirilen Tukey testi sonuçları çerçevesinde tespit edilen anlamlı farklılığın Hudayar Han Sarayı ($\bar{x} = 4,16$) ile şehrin tarihi ($\bar{x} = 4,49$) ve şehrin parkları ($\bar{x} = 3,36$) arasında bulunduğu belirlenmiştir. Bunun yanında kültürel mirası ($\bar{x} = 4,25$) ile şehrin tarihi ($\bar{x} = 4,49$) ve şehrin parkları ($\bar{x} = 3,36$) arasında farklılık bulunduğunu söylemek mümkündür. Son olarak şehrin

tarihi ($\bar{x} = 4,49$) ile şehrin parkları ($\bar{x} = 3,36$) ve iktisadi merkez olması ($\bar{x} = 4,18$) arasında farklılık söz konusudur. Bu bağlamda çekicilik unsurları içerisinde şehrin tarihini önemli görenlerin turizm beklentilerinin daha yüksek olduğu ifade edilebilir.

Tablo 33. Turizm beklentisinin Kokand çekicilik unsurlarına göre karşılaştırılması

Boyut	Kokand Çekicilik Unsurları	n	\bar{x}	s.s	F	p	Tukey
Turizm Beklentisi	Hudayar Han Sarayı (a)	152	4,16	0,540	69,288	0,000*	a-c
	Kültürel Mirası (b)	88	4,25	0,326			a-d
	Şehrin Tarihi (c)	189	4,49	0,373			b-c
	Şehrin Parkları (d)	46	3,36	0,349			b-d
	İktisadi Merkez olması (e)	23	4,18	0,107			c-d
							c-e

*(p<0,05)

3.5.4. Kişilik Tipi ve Turizm Beklentilerine Yönelik Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi, iki değişken arasında bir ilişkinin bulunup bulunmadığını ortaya koyan bir analiz türüdür. Bununla birlikte korelasyon analizi ile iki değişken arasında bir ilişki saptanmışsa bu ilişkinin gücü ve yönü de ortaya koyulmaktadır. Bu analizde elde edilen katsayı “r” olarak adlandırılmakta ve (-1) ile (+1) arasında bir değer alması beklenmektedir. Korelasyon katsayı değerinin 0,00-0,29 olması “düşük”, 0,30-0,69 olması “orta” ve 0,70 ve üzeri olması ise “yüksek” bir ilişkinin bulunduğunun kanıtıdır (Ural ve Kılıç, 2006).

Tablo 34. Kişilik tipi ve turizm beklentilerine yönelik korelasyon analizi

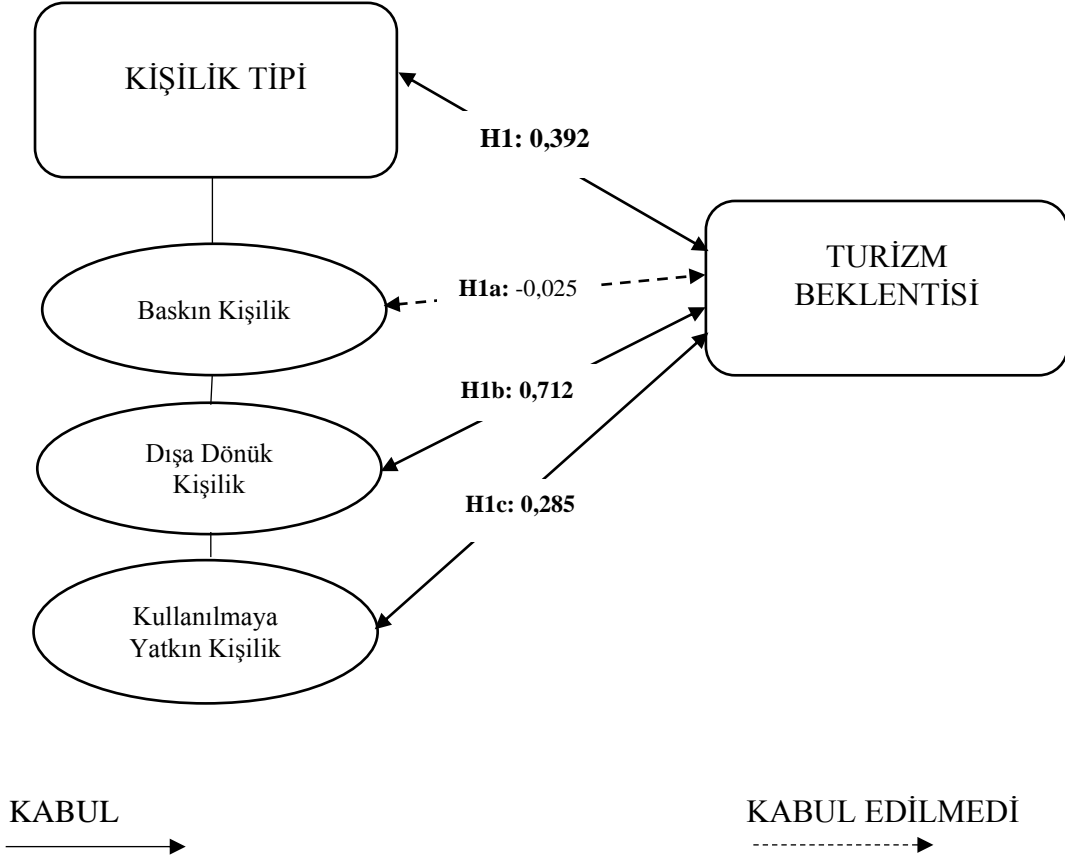
	TURİZM BEKLENTİSİ	
	r	p
Baskın Kişilik	-0,025	0,576
		498
Dışa Dönük Kişilik	0,712	0,000*
		498
Kullanılmaya Yatkın Kişilik	0,285	0,000*
		498
KİŞİLİK TİPİ	0,392	0,000*
		498

*p<0,05

Kokand yerel halkının kişilik tipleri ile turizm beklentileri arasında bir ilişkinin var olup olmadığının ortaya çıkarılması ve araştırmada öngörülen hipotezlerin test edilmesi kapsamında korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Yapılan korelasyon analizine yönelik sonuçlar Tablo 34’te gösterilmektedir. Bu sonuçlara göre;

-Kokand yerli halkının kişilik tipleri ile turizm beklentileri arasında “r” değeri 0,392 olup, orta düzeyde pozitif bir ilişki ($0,30 < r < 0,69$) bulunmaktadır. Belirlenen bu sonuçla birlikte araştırmada önerilen H1 hipotezi kabul edilmektedir.

-Kokand yerli halkının baskın kişilik tipi ile turizm beklentileri arasında “r” değeri -0,025 olup, “p” anlamlılık değeri 0,576 olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla herhangi bir anlamlı ilişki saptanmamıştır. Belirlenen bu sonuçla birlikte araştırmada önerilen H1a hipotezi kabul edilmemiştir.



Şekil 7. Araştırma hipotezleri kabul durumu

-Kokand yerli halkının dışa dönük kişilik tipi ile turizm beklentileri arasında “r” değeri 0,712 olup, yüksek düzeyde pozitif bir ilişki ($0,70 < r < 1,00$) bulunmaktadır. Belirlenen bu sonuçla birlikte araştırmada önerilen H1b hipotezi kabul edilmektedir.

-Kokand yerli halkının kullanılmaya yatkın kişilik tipi ile turizm beklentileri arasında “r” değeri 0,285 olup, düşük düzeyde pozitif bir ilişki ($0,00 < r < 0,29$) bulunmaktadır. Belirlenen bu sonuçla birlikte araştırmada önerilen H1c hipotezi kabul edilmektedir.

İnsan ilişkileri ve misafirperverliğin merkezinde yer alan turizm için farklı kişilikler aynı görevler için farklı tepkiler ortaya çıkarabilmektedir (Leung ve Law, 2010). Bu nedenle insanların alışveriş tercihlerini, karar verme süreçlerini, kendini kontrol etmeyi, başkalarıyla etkileşimi, duyguları ve hatta stresle nasıl başa çıktıklarını etkileyebilen kişilik oldukça önemlidir (Carver ve Scheier, 2008). İnsan kaynakları açısından bakıldığında, çalışanların kişiliklerini anlamak, yöneticilerin çalışanları daha etkili bir şekilde yönetmesinde yardımcı olabilmektedir (Huang, 2006; Lazanski, 2004). Bununla birlikte yöneticilerin de kişilik özelliklerinin belirlenmesinin turizm işletmelerinde görev yapan çalışanlar üzerinde potansiyel etkisi bulunmaktadır (Türkmen ve Tuna, 2013).

Bireyler, fiziksel özellikleri başta olmak üzere tutum ve davranış açısından oldukça farklı canlılardır. Bu durumu somut olarak toplumsal olaylara gösterilen tepki, fikir ve duygularda görmek mümkündür. Bireylerin kişiliğini anlamak ve bilimsel yönüyle incelemek insan ilişkilerinin merkezinde yer aldığı turizm için önemli bir konudur. Kişilik araştırmaları; insanların alışveriş tercihi, karar verme süreçleri, başkalarıyla etkileşim, özdenetim ve stresle mücadele edebilme açısından oldukça önemlidir (Leung ve Law, 2010; Ayaz ve Müsellim, 2021). Bununla birlikte dışa dönük kişiliğe sahip bireylerin bir yörede turizm gelişimini daha çok destekleme eğilimi sergiledikleri bilinmektedir (Ayaz ve Parlak, 2019).

Bu araştırma sonucu da göstermiştir ki dışa dönük kişiliğe sahip yerel sakinlerin turizmi daha çok benimsediği ve turizm beklentilerinin daha yüksek olduğunu yönündedir. Bu bağlamda Kokand kenti için yapılacak planlama ve turizm geliştirme çalışmalarına rol üstlenebilecek yerel halkın seçiminde bir kişilik testi uygulanması ve ilk etapta dışa dönük bireylerle çalışmalara başlanması diğer toplum

bireylerinin turizmi daha çok tanması, benimsemesi ve olumlu çıktılarına ulaşmasında bir öneri olarak sunulabilir.

SONUÇ

Dünyanın en büyük ve en hızlı büyüyen sektörleri arasında yer alan turizm, küresel Gayri Safi Yurtiçi Hasılanın (GSYİH) %10'una, küresel ihracatın %7'sine katkıda bulunmakta ve dünya çapında her 10 işten birini oluşturmaktadır. Önemli yatırımları çekme, istihdam yaratma, ihracatı artırma ve yeni ve gelişmekte olan teknolojileri benimseme kapasitesi, onu özellikle en az gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkeler için ekonomik büyüme ve kalkınma için önemli bir dayanak görmektedir (<https://www.unep.org>).

Bir yörede turizm geliştirmede başarılı bir turizm planlaması, kaynakların değerlendirilmesinden daha fazlasını içermeli ve temel ilkesini hem turistleri hem de bölge sakinlerini tatmin edecek turizmin gelişimi olmalıdır (Ogorelc ve Milfelner, 2017). Çünkü sürdürülebilir turizm gelişimi planlanırken tüm toplumun desteği kilit öneme sahiptir (Andereck vd., 2009; Murphy, 2013). Bu nedenle turizm gelişim bölgesindeki sakinlerin turizm algısı ve beklentilerinin öğrenilmesi önemli çıktılar olarak görülebilir. Çünkü turizmde başarı; yerel çevre ve insanlarıyla uyum içinde bir turizm ürünlerinin teşvikine bağlıdır (Murphy, 2013).

Özbekistan 447.000 km²'lik bir alana yayılmış bir ülkedir. Semerkant, Buhara, Hiva ve Shakhrisabz kentleri UNESCO Dünya Mirası listesinde olup hepsi antik İpek Yolu güzergahı üzerinde yer almaktadır. Bu bağlamda Özbekistan'ın prestijli bir turizm imajına sahiptir. Batı'nın önde gelen gazete ve dergilerinin seyahat eklerinde ve ayrıca bazı küresel TV kanallarında (CNN, Al Jazhira, Euronews vb.) yayınlanan reklamlarda yer alan Özbekistan'a ait görüntü ve fotoğraflar, bunun en somut göstergesidir (González vd., 2016). Bu bağlamda Özbekistan için turizm araştırmaları, önemli çıktılar olarak görülebilir.

Bu araştırmada Özbekistan turizm gelişiminde potansiyel bölgelerden biri olan ve son dönemde Özbekistan tur güzergahlarına sıkça dahil edilmeye başlayan Kokand şehri yerel halkının kişilik tipleri baz alınarak turizm beklentilerinin ortaya çıkarılması ve turizm gelişim planlarına katkı sağlanması amaçlanmaktadır. Bu amaçlar doğrultusunda 422 yerel sakinden anket tekniği kapsamında toplanan veriler yüzde ve frekans analizi, farklılık ve korelasyon analizine tabii tutularak aşağıdaki çıktılarına ulaşılmıştır:

-Kokand yerel sakinlerinin tanımlayıcı özelliklerinde erkek (%51,2), bekar (%60,8), 26-33 yaş grubu (%22,3), lisans mezunu (%55,6), öğrenciler (%51,0), 11 yıl ve üzeri Kokand'da yaşayan (%79,3) ve Kokand için çekicilik unsuru olarak şehrin tarihini beyan eden (%38,0) katılımcıların öne çıkmıştır.

-Katılımcıların kişilik tipinde “baskın” ve “dışa dönük” ve “kullanılmaya yatkın” olmak üzere üç alt boyuta ulaşılmıştır. Baskın kişilik tipi alt boyutu “çok fazla fark edilmek isteme, şüpheli olma, saldırgan bir yapıya sahip olma, insanları çok fazla kontrol etme ve gruplara katılmada zorlanma”; Dışa dönük kişilik tipi alt boyutu “insanları değiştirmeye uğraşma, insanlarla çok fazla tartışmama, insanların ne istediği bilme ve kendi kararlarımı alabilen bağımsız bir yapıya sahip olma”; kullanılmaya yatkın kişilik tipi alt boyutu ise “insanları memnun etmek için çok çaba harcama, insanlara duygularını açma, insanlara gereğinden fazla güvenme” ile ilişkilendirilmiştir.

-Kokanda yaşamakta olan yerel halkın turizm beklentilerinde “çevre koruma-şehir planlaması” ve “altyapı-eğlence-alışveriş imkanı” ve “yatırım-hizmet kalitesi” olmak üzere üç alt boyut tespit edilmiştir. Çevre koruma-şehir planlaması alt boyutuna yönelik beklentiler “doğal çevrenin kalitesinin artması, çevrenin iyileştirilmesi, yollarda ve diğer kamu hizmetlerinde gelişme, daha kaliteli binalar ve şehir planlaması ve çevrenin korunması”; altyapı-eğlence-alışveriş imkanı alt boyutuna yönelik beklentiler “bölgede altyapının (yol, kanalizasyon, su, elektrik vb.) geliştirilmesi, eğlence imkanlarının artması, turizmin alışveriş fırsatları sağlaması”; ve yatırım-hizmet kalitesi alt boyutuna yönelik beklentiler ise “yüksek düzeyde yatırımların artması ve yerel hizmetlerin kalitesini artırması” şeklinde ortaya çıkmıştır.

-Yerel halkın kişilik tiplerinin tanımlayıcı özellikleriyle karşılaştırılmasında cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, statü, Kokand'da yaşam süresi ve Kokand çekicilik unsurları değişkenlerine göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Turizm bağlamında kişilik tipine yönelik genel bir değerlendirme yapılacak olursa turizm çekicilik algısının kişilik tipine göre değiştiği görülmüştür. Kişilik tipine göre Kokand çekicilik unsurlarında şehrin tarihi ($\bar{x} = 3,60$), Hudayar Han Sarayı ($\bar{x} = 3,34$) ve kültürel mirası ($\bar{x} = 3,27$) öne çıkmıştır.

-Yerel halkın turizm beklentilerinin tanımlayıcı özellikleriyle karşılaştırılmasında medeni durum, yaş, eğitim durumu, statü, Kokand'da yaşam süresi

ve Kokand çekicilik unsurları değişkenlerinde farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Kokand yerel halkının turizm beklentilerinin medeni duruma göre karşılaştırılmasında bekarların evlilere göre turizm beklentileri daha yüksek olduğu görülmüştür. Turizm beklentilerinin yaş durumuna göre karşılaştırılmasında genel olarak bakıldığında yaşı genç olan bireylerin turizm beklentisinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Kokand yerel halkının turizm beklentilerinin eğitim durumuna göre karşılaştırılmasında anlamlı farklılığın lise ($\bar{x}=4,63$) ile lisans ($\bar{x}=4,11$) ve lisansüstü ($\bar{x}=4,30$) arasında olduğu ve eğitim düzeyi arttıkça turizm beklentisinin azaldığı yönündedir. Turizm beklentilerinin statü durumuna göre karşılaştırılmada işçi ($\bar{x}=3,73$) ile esnaf ($\bar{x}=4,71$), öğrenci ($\bar{x}=4,34$) ve diğer ($\bar{x}=4,33$) arasında olduğu görülmüştür. Bu gruplar içerisinde turizm beklentisi en az olan grup işçiler iken turizm beklentisi en yüksek gurubu esnaflar oluşturmuştur. Kokand'da yaşama süresine göre turizm beklentilerinde en yüksek beklenti 1-5 yıldır yaşamakta olanlarda ortaya çıkmıştır. Kokand'ın çekicilik unsurlarına göre turizm beklentilerin karşılaştırılmasında; şehrin tarihi ($\bar{x}=4,49$), kültürel mirası ($\bar{x}=4,25$) ve Hudayar Han Sarayı'nı ($\bar{x}=4,16$) önemli gören yerel halkın turizm beklentilerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

-Kokand yerel halkının kişilik tipi ile turizm beklentileri arasında orta düzeyde ($r=0,392$), dışa dönük kişilik tipi ile turizm beklentileri arasında yüksek düzeyde ve kullanılmaya yatkın kişilik tipi ile turizm beklentileri düşük düzeyde bir ilişkinin olduğu tespit edilmiş ve bu araştırmada test edilmesi öngörülen H1, H1b ve H1c hipotezleri kabul edilmiştir. Baskın kişilik tipi ile turizm beklentisi arasında anlamlı bir ilişki belirlenmemiştir.

Araştırmada kapsamında ulaşılan sonuçlar çerçevesinde Kokand yerel halkının kişilik tipi ve beklentilerine ilişkin olmak üzere şehrin turizm planlamacılarına ve karar vericilerine bilimsel öneriler şu şekilde sıralanabilir:

-Kokand şehrinde turizm gelişimine destek sağlamak ve projeler geliştirmek adına değişik zamanlarda yerel halkın beklentileri ölçülebilir. Ölçüm sonuçları turizm planlamacıları ve karar vericileri ile paylaşılabilir.

-Kokand şehrinin tanıtımına yönelik hazırlanacak tanıtım araçlarında yerel halkın çevresel beklentileri ile örtüşebilecek görsel veya metinsel temalar kullanılarak

yerel halkın desteği sağlanabilir. Ayrıca kentte turizm gelişimine yönelik toplantı ve seminerler yapılabilir.

-Kokand turizmine yönelik çalışma grupları oluşturulmadan önce adaylara bir kişilik testi uygulanabilir. Kişilik testi sonunda dışa dönük kişilik tipine sahip adaylarla çalışmalara başlanması daha sonra ise diğer kişilik tiplerinin çalışmalara katılımının sağlanması sağlıklı turizm gelişimine yardımcı olabilir.

Bu tez çalışmasında Kokand yerel halkının kişilik tipi ile turizm beklentisi arasındaki ilişki Leonard Horowitz ve Lynn Alden'in Kişilik Kuramı baz alınarak test edilmiştir. Gelecekte değişik zamanlarda yapılacak benzer çalışmalarda farklı kişilik kuramları ile yeni öngörüler geliştirilebilir. Bu çalışmada yerel halkın kişilik tipi ve turizm beklentisine yönelik ölçekler farklı paydaşlar (hükümeti yerel yönetim ve turizm işletmeleri çalışanları) için kullanılabilir. Benzer şekilde Kokand şehrini ziyaret eden turistlerin tüketici davranışı kapsamında profillerini çıkarmada kullanılabilir.

KAYNAKÇA

- Akbar, I., Yang, Z., Mazbayev, O., & Seken, A. (2020). Local residents' participation in tourism at a world heritage site and limitations: A case of Aksu-Jabagly Natural World Heritage Site, Kazakhstan. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 28(1), 35-51.
- Akıncı, Z., & Öksüz, E. N. (2020). Local people's view on tourism in context of sustainable tourism principles: An importance performance analysis. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 10(4), 501-529.
- Akova, O. (2006). Yerel halkın turizmin etkilerini algılamalarına ve tutumlarına yönelik bir araştırma. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 1(2).
- Aksu, A., İçigen, E. T., & Ehtiyar, R. (2010). A Comparison of tourist expectations and satisfaction: A case study from Antalya region of Turkey. *Turizam*, 14(2), 66-77.
- Altanlar, A. & Akıncı, K. G. (2011). Sürdürülebilir turizm planlaması için yöre halkı ve yerli turistlerin davranış ve beklentilerini anlamaya yönelik bir araştırma; Akçakoca Örneği. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 3(2), 1-20
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Vogt, C. A. & Knopf, R. C. (2009). A cross-cultural analysis of tourism and quality of life perceptions'. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(5), 483-502.
- Apostolopoulos, Y., Leivadi, S., & Yiannakis, A. (2005). *The Sociology of Tourism: Theoretical and Empirical Investigations*, Oxon: Routledge.
- Avcıkurt, C. (2000). *Turizm Sosyolojisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ay, A. ve Ekiz, E. (2018). Edirne halkı'nın turizmin çevresel etkileri konusundaki beklenti ve algıları. https://www.researchgate.net/publication/329519740_EDIRNE_HALKI'NIN_TURIZMIN_CEVRESEL_ETKILERI_KONUSUNDAKI_BEKLENTI_VE_ALGILARI [Erişim Tarihi: 28.05.2023].
- Ayaz, N. ve Musellim, F. (2021). Kişilik tipleri ve fiyat algısı: Yerli turistler üzerine bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 1785-1802.
- Ayaz, N., & Parlak, U. (2019). Kırsal alanlarda yaşayan yerel halkın kişilik tipleri ve turizm algısı. *Journal of History Culture and Art Research*, 8(3), 480-494.

- Ayaz, N., Artuđer, Ő. ve Tůrkmen, F. (2009). Tarihi Zela (Zile) ilçesindeki yerel halkın turizme bakıő açılarını belirlemeye yۆnelik bir alan araőtırması. Ticaret ve Turizm Eđitim Fakůltesi Dergisi, 2009(2), 103-124.
- Boltaeva, D. J. (2022). Ozbekiston turizm sohasining tahlili. International conference on learning and teaching, 1(9), 434–437. <https://researchedu.org/index.php/iclt/article/view/1989> [Erişim Tarihi: 10.07.2023].
- Bozkurt, . (2005). Girişimcilik eğiliminde kişilik ۆzelliklerinin ۆnemi. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi,1(2), 93-111.
- Bramwell, B., & Sharman, A. (2002). Approaches to Sustainable Tourism Planning and Community Participation: The Case of the Hope Valley. In D. Hall & G. Richards (Eds.), Tourism and Sustainable Community Development (p.35-53). London: Routledge.
- Brunt, P., & Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. Annals of Tourism Research, 26(3), 493-515
- Bůyůkۆztůrk, Ő. (2007). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı: İstatistik, Araőtırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum. Ankara: Pagem A Yayıncılık.
- Carver, C. S., & Scheier, M. (2008). Perspectives on personality (6th ed.). Boston: Pearson/Allyn and Bacon.
- Chandralal, K. P. L. (2010). Impacts of tourism and community attitude towards tourism: A case study in Sri Lanka. South Asian Journal of Tourism and Heritage, 3(2), 41-49.
- Chen, M. H. (2008). Causal relations among tourism development, exchange rate, exports and economic activity. In A.D. Ramos & P. S. Jimenez (Eds.), Tourism Development: Economics, Management and Strategy (p.101-120), New York: Nova Science.
- Cohen, E. (1984). The sociology of tourism: Approaches, issues and findings. Annual Review of Anthropology, (10), 373-392.
- Cole, S. (2008). Tourism Culture and Development: Hopes, Dreams and Relations in East Indonesia. Clevedon: Channel View Publications.
- Cornell, D. A., Tugade, L. O. Sagun, S.D. (2019). Tourism Quality of Life (TQOL) and local residents' attitudes towards tourism development in Sagada. Philippines. Revista Turismo & Desenvolvimento, (31), 9-34.

- Çelik, A. & Polat Üzümcü, T. (2018). Yerel halkın kırsal rekreasyon ve turizm faaliyetlerine olan yaklaşımları: misi köyü örneği. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(1) , 46-56
- Çetin N. G. ve Beceren, E. (2007). Lider kişilik: Gandhi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3(5), 110-132.
- Çimat, A. ve Bahar, O. (2003). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemi üzerine bir değerlendirme. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 3(6), 1-18.
- Demir, C. ve Çevirgen, A. (2006). Turizm ve Çevre Yönetimi: Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Doğan, H., & Üngüren, E. (2012). Yerel halkın Isparta turizmine yönelik görüşleri üzerine bir araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17(1).
- Dritsakis, N. (2004). Tourism as a long-run economic growth factor: An empirical investigation for Greece using causality analysis. *Tourism Economics*, 10(3), 305-316.
- Duran, E. (2011). Turizm, kültür ve kimlik ilişkisi: Turizmde toplumsal ve kültürel kimliğin sürdürülebilirliği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(19), 291-313.
- Durna, U. (2004). A ve B tipi kişilik yapısı ve bunlar arasındaki ilişki üzerine bir araştırma, *Yönetim ve Ekonomi*, 11(1), 191-206.
- Durna, U. (2005). A ve B tipi kişilik yapıları ve bu kişilik yapılarını etkileyen faktörlerle ilgili bir araştırma. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(1), 275-290.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Dwyer, W. (2010). *Tourism Economics and Policy*. Bristol, UK: Channel View Publications.
- Ekici, R. ve Çizel, B. (2014). Yerel halkın turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumlarının destinasyonların gelişme düzeylerine göre farklılıkları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(3).
- Eren R. ve Aypek, N. (2012). Kırsal turizm bölgesinde yerel halkın turizmin gelişimine karşı tutumları: Cumalıkızık köyü örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 2(2), 43-47.
- Erkılıç, E. (2019). Yerel halkın turizm algısı ve turizmin gelişimine yönelik tutumları: Rize örneği. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 3(1), 66-82.
- Feist, J. & Feist, G. J. (2008). *Theories of personality (7th edition)*, United States of America: The McGraw-Hill Companies.

- Field, A. (2000). *Discovering Statistics Using SPSS for Windows*. London-Thousand Oaks-New Delhi: Sage Publications.
- Genç, K., Atay, L., & Eryaman, M. Y. (2014). The importance of organization in the process of creating sustainable destination: a research on the tourism of Çanakkale. *Anatolia: A Journal of Tourism Research*, 25(1), 49-61.
- Goeldner, R. & Ritchie, B. (2005). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, NJ: John Wiley & Sons, Hoboken.
- González, R. C. L., Araujo, M. L. D. R., Kim, A. (2016). The potential attractiveness of Uzbekistan. Designing strategies to promote the Central Asian Republic by analysing official tourism image and conducting at-destination surveys. https://www.researchgate.net/publication/328282971_The_Potential_Attractiveness_of_Uzbekistan_Designing_strategies_to_promote_the_Central_Asian_Republic_by_analysing_official_tourism_image_and_conducting_at-destination_surveys/link/5bc47d34a6fdcc2c91fc3cd2/download [Erişim Tarihi 08.07.2023]
- Gursoy, D., Chi, C. G., & Dyer, P. (2010). Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of Travel Research*, 49(3), 381-394.
- Teye, V., Sirakaya, E., & Sönmez, S. F. (2002). Residents' attitudes toward tourism development. *Annals Of Tourism Research*, 29(3), 668-688.
- Gülbahar, O. (2008). Turizmin Türkiye'de 1980 sonrası dönemde cari işlemler dengesine etkisi. *Journal of Qafqaz University*, (24), 154-168.
- Gündüz, S. (2018). Yerel halkın turizm algısını belirlemeye yönelik alternatif bir ölçek geliştirme: Karataş destinasyonu örneği. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 13(52), 343-357.
- Güneş, E., Alagöz, G. ve Uslu, A. (2020). Yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik tutumu: Fethiye örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 201-215.
- Hendijani, R. B. (2016). Local people's perception regarding tourism development: the case of Yogyakarta, Indonesia. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 7(15), 512-518.
- Hepaktan, C. E. ve Çınar, S. (2010). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi üzerindeki etkileri. *Celal Bayar Üniversitesi SBE Sosyal Bilimler*, 8(2), 135-154.
- http://www.readwritethink.org/files/resources/lesson_images/lesson800/psychoanalysis.pdf.> [Erişim Tarihi: 28.07.2022].

<https://opentextbc.ca/introductiontopsychology/chapter/11-2-the-origins-of-personality/> [Erişim Tarihi: 10.07.2023].

<https://psikoloji-psikiyatri.com/superego/> [Erişim Tarihi: 10.07.2023].

<https://review.uz/uz/post/razvitie-turizma-v-uzbekistane-obzor-turotrasli-za-2016-2020-gg> [Erişim Tarihi: 10.07.2023].

<https://tourismteacher.com/stakeholders-in-tourism/> [Erişim Tarihi: 28.05.2023].

<https://turizmpress.com/turizm-genel-haberler/turk-konseyi-turizm-bakanlari-toplantisi-ozbekistan/> [Erişim Tarihi: 19.01.2023].

<https://www.facebook.com/102611721241115/posts/the-tour-uzbekistan-oriental-talethe-tour-uzbekistan-oriental-tale-has-been-crea/172676617567958/> [Erişim Tarihi: 21.05.2023].

<https://www.gdrc.org/uem/eco-tour/envi/one.html> [Erişim Tarihi: 26.06.2023].

https://www.google.com/search?q=kokand+&rlz=1C1GCEA_enTR1041TR1041&ei=Ji5-ZNqvEN3Yxc8PzamKkAg&ved=0ahUKEwja2r3d5az_AhVdbPEDHc2UAoIQ4dUDCA8&uact=5&oq=kokand+&gs_lcp=Cgxnd3Mtd2l6LXNlcnAQAzIFCC4QgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQguEIAEMgUILhCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQ6CggAEEcQ1gQQsAM6BwghEKABEAo6BQghEKABOgYIABAWEB46EwguEIAEEJcFENwEEN4EEOAEGAFKBAhBGABQpglY-A5gkBVoAXABeACAAAY0BiAH4BJIBAzAuNZgBAKABAcABAcgBCNoBBggBEAEYFA&sclient=gws-wiz-serp [Erişim Tarihi: 28.09.2022].

<https://www.igi-global.com/dictionary/religious-tourism-in-zimbabwe/69188#:~:text=Any%20individual%20or%20group%20such,at%20a%20particular%20tourist%20destination.> [Erişim Tarihi: 05.06.2023].

<https://www.theworldcounts.com/challenges/consumption/transport-and-tourism/negative-environmental-impacts-of-tourism> [Erişim Tarihi: 28.05.2023].

<https://www.theworldcounts.com/challenges/consumption/transport-and-tourism/eco-tourism-statistics> [Erişim Tarihi: 26.06.2023].

<https://www.tutorialspoint.com/alfred-adler-s-personality-theory> [Erişim Tarihi: 11.07.2023].

<https://www.unep.org/explore-topics/resource-efficiency/what-we-do/responsible-industry/tourism> [Erişim Tarihi: 26.06.2023].

<https://www.unwto.org/sustainable-development> [Erişim Tarihi: 03.07.2023].

- <https://www.verywellmind.com/fromms-five-character-orientations-2795956#:~:text=Erich%20Fromm%20was%20a%20neo,created%20by%20feelings%20of%20isolation.> [Erişim Tarihi: 10.07.2023].
- <https://www.verywellmind.com/horneys-list-of-neurotic-needs-2795949> [Erişim Tarihi: 10.07.2023].
- <https://www.verywellmind.com/the-id-ego-and-superego-2795951> [Erişim Tarihi: 10.07.2023].
- <https://www.yonature.com/positive-impacts-tourism-environment/> [Erişim Tarihi: 26.06.2023].
- Huang, H. (2006). Personality traits reflect employee jobattitudes in the workplace. *Consortium Journal of Hospitality and Tourism*,10(1), 31-43.
- Ibragimov, S. U.(2022). Eco-tourism as an important area for the development of a "green" economy. *Builders of The Future*, 2(2), 1-4.
- Ivanovic, M. (2008). *Cultural Tourism*. Cape Town, South Africa: Juta.
- İnanç, B. Y. ve Yerlikaya, E. E. (2012). *Kişilik Kuramları* (6.Baskı), Ankara: Pegem Akademi.
- Jackson, M., White G., & White, M. G. (2001). Developing a tourist personality typology. CAUTHE National Research Conference. https://www.researchgate.net/publication/313646818_Developing_a_tourist_personality_typology [Erişim Tarihi: 17.05.2023].
- Jani, D. (2011). The influence of personality on tourist information behavior. *e-Review of Tourism Research* [Online], 9(3), 88-95.
- Kar, M., Zorkirişçi, E. ve Yıldırım, M. (2004). Turizmin ekonomiye katkısı üzerine ampirik bir değerlendirme. *Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi*, (8), 87-112.
- Karakaş, A., & şengün, H. İ. (2017). Yerel halkın turizm faaliyetlerine yönelik tutumları. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakóltesi Dergisi*, 8(15), 183-202.
- Karakuş, Y., Gökhan, O. N. A. T., & Özdemir, E. G. (2020). Yerel halkın gastronomi turizmi çağrışımları ve beklentileri: Göreme kasabası örneği (connotations and expectations of local people's gastronomic tourism: case of göreme town). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(3), 2179-2201.
- Kaşlı, M. (2009). *Otel İşletmelerinde İş Görenlerin Kişilik Özellikleri, Lider-Üye Etkileşimi ve Tükenmişlik İlişisinin İncelenmesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

- Kızılırmak, İ., ve Ertuğral, S. M. (2012). Sosyal turizmin gelişiminde yerel yönetimlerin rolü ve yapılan uygulamalar. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(2), 33-53
- Kline, T. J. B. (2005). *Psychological Testing: A Practical Approach to Design and Evaluation*. Thousand Oaks: Sage Publications Inc.
- Kreag, G. (2001). *The Impacts of Tourism*. Minnesota Sea Grant Program.
- Kwon, B., & Park, E. (2015). The relationship between people's personality types by the mbti and tourist behaviors. *IJMBE International Management, Business, and Economics*. <http://www.ijmbe.net/uploads/articles/article-002-Bomin-1565556647.pdf> [Erişim Tarihi: 10.07.2023].
- Lazanski, T. J. (2004). Multi-attribute decision methods of candidate selection for hotel animators based on the Jung-Marston Theory. *Tourism*, 52(3), 267–276.
- Leri, I., & Theodoridis, P. (2020). How do personality traits affect visitor's experience, emotional stimulation and behaviour? The case of wine tourism. *Tourism Review*, 76(5), 1013-1049.
- Leung, R., & Law, R. (2010). A review of personality research in the tourism and hospitality context. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(5), 439-459.
- Macleod, D. V. L., & Carrier, J. G. (2010). *Tourism, Power and Culture: Insights from Anthropology*. UK: Channel View Publications.
- Mason, P., & Cheyne, J. (2000). Residents' attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 391-411.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1989). *Tourism: Economic, Physical and Social Impact*. Essex: Longman Scientific & Technical.
- Mayer, M., & Vogt, L. (2016). Economic effects of tourism and its influencing factors. *De Gruyter Oldenbourg*, 8(2), 169-198.
- McCool, S. F., & Martin, S. R. (1994). Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research*, 32(3), 29-34.
- Meyers, A. (2013). *Introduction to Statistics and SPSS in Psychology*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Mihailović, B., & Moric, I. (2012). The role of marketing philosophy in rural tourism development. *Tourism and Hospitality Management*, 8(2), 267-279.
- Milman, A., & Pizam, A. (1998). Social impacts of tourism on Central Florida. *Annals of Tourism Research*, 15(2), 191-204.

- Moghavvemi, S., Woosnam, K. M., Paramanathan, T., Musa, G., & Hamzah, A. (2017). The effect of residents' personality, emotional solidarity, and community commitment on support for tourism development. *Tourism Management*, (63), 242–254.
- Murphy, P. E. (2013). *Tourism: A Community Approach*. Methuen, New York and London: Routledge.
- Musaev, R. (2023). Turizm Sohasidagi Muammolar. *Proceedings of International Conference on Modern Science and Scientific Studies*, 2(4), 296–299.
- Musellim, F. (2021). Kişilik Tipleri ve Fiyat Algısı: Antalya Destinasyonu Ziyaretçileri Üzerine Bir Araştırma. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük.
- Mutana, S., & Mukwada, G. (2017). An exploratory assessment of significant tourism sustainability indicators for a Montane-Based Route in the Drakensberg Mountains. *Sustainability*, 9(7), 1-16.
- OECD (1994). *Tourism Strategies and Rural Development*. Paris: OCDE/GD(94)49.
- Ogorelc, A., & Milfelner, B. (2017). Hosts perceptions of tourism and its impacts: a case of four Slovene communities. *International Journal of Sustainable Economy*, 9(4), 359-379.
- Ongun, U., Gövder, B., & Kösekahyaoğlu, L. (2018). Kırsal turizm kapsamında yerel halkın beklentileri: Isparta Kuyucak Lavanta Vadisi örneği. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 7(2), 43-58.
- Parlak, U. (2018). Kırsal Alanlarda Yaşayan Yerel Halkın Kişilik Tipleri ve Turizm Algısı. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük.
- Pelit, E., Türkmen, F. ve Yarmacı, N. (2010). Turizm sektöründeki işgörenlerin kişilik özelliklerini değerlendirmeye yönelik bir araştırma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 2(1), 9-16.
- Pham, K., Andereck, K., & Vogt, C. (2019). Local residents' perceptions about tourism development. *Travel and Tourism Research Association*.
- Pigram, J. J. (1992). Alternative tourism: tourism and sustainable resource management. In V. L. Smith and W. R. Eadington (Eds) *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism* (p.76-87). University of Pennsylvania Press

- Polat, E. (2017). Genç bireylerin turistik tercihlerinin belirlenmesi üzerine Balıkesir kent merkezinde bir araştırma. *International Journal of Cultural and Social Studies*, 3(2), 234-250.
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2005). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Oxon, UK: CABI Pub.
- Sariahmetoğlu, İ. ve Toylan, N. V. (2020). Yerel halkın sürdürülebilir turizm algılarının sürdürülebilir destinasyon yönetimi tutumları üzerine etkisi: Ayder üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 2163-2178.
- Sarıtaş, M. (1997). Yönetimde kişilik faktörü. *Eğitim Yönetimi*, 3(4), 527-548.
- Sharma, B., & Gursoy, D. (2015). An examination of changes in residents' perceptions of tourism impacts over time: The impact of residents' socio-demographic characteristics. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(12), 1332-1352.
- Skinner, J., & Theodossopoulos, D. (2010). Introduction: The play of expectation in tourism. In D. V. L. Macleod, & J. G. Carrier (eds). *Tourism, Power and Culture: Insights from Anthropology* (p.1-26). UK: Channel View Publications.
- Soysal, A. (2008). Çalışma yaşamında kişilik tipleri: Bir literatür taraması. *Çimento İşveren*, 1(22), 4-19.
- Şentepe, A. ve Güven, M. (2015). Kişilik özellikleri ve dindarlık ilişkisi üzerine ampirik bir araştırma. *Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 17(31), 27-44.
- Taymur, İ. ve Türkçapar, M. H. (2012). Kişilik: Tanımı, sınıflaması ve değerlendirmesi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 4(2), 154-177.
- Teye, V., Sönmez, S., & Sirakaya, E. (2002). Resident attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*. 29(3), 668-688.
- Toprak, L. (2015). Mardin'de halkın turizm algısı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(54), 201-218.
- Türker, G. Ö., & Türker, A. (2014). Yerel halkın turizm etkilerini algılama düzeyi turizm desteğini nasıl etkiler: dalyan destinasyonu örneği. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 4(1), 81-98.
- Türker, N. (2022). Turizm sosyolojisi. İçinde N. Ayaz (editör), *A'dan Z'ye Turizm* (s.109-140), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Türkmen, F., & Tuna, M. (2013). A research on determination of personality traits of the tourism enterprises managers. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(4), 57-68.

- Uğur, İ. (2020). Yerel halkın turizmin çevresel etkileri konusundaki beklenti ve algılarının belirlenmesi. *Anasay*, 4(12), 165-182.
- UK Department. (2016). <https://www.gov.uk/government/news/government-invests-40-million-and-cuts-red-tape-to-boost-tourism-across-england> [Erişim Tarihi: 28.09.2022].
- Ünlüöner, K., Tayfun, A. ve Kılıçlar, A. (2011). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Ünüvar, Ş., Sarı, S. ve Dağhan, M. (2021). Eysenck kişilik özelliklerinin kariyer yapma isteği üzerine etkisi: Turizm eğitimi alan öğrenciler üzerine bir araştırma. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 1(1), 30-49.
- Ward, C., Bochner, S., & Furnham, A. (2005). *The Psychology of Tourism Culture Shock*. East Sussex: Taylor & Francis.
- Xudoyarov A. A. (2020). Ozbekiston turizm industriyasida ziyorat turizmining rivojlanish istiqbollari. <https://zenodo.org/record/7882511> [Erişim Tarihi: 10.07.2023].
- Yılmaz, T. K. E. (2008). Şarköy-kumbağ arasında kırsal kalkınmayı destekleyici turizmin olabilirliği ve yerel halkın rolü. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 5(2), 159-168.

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1. Turizmin olumlu ve olumsuz ekonomik etkileri.....	22
Tablo 2. Turizmin olumlu ve olumsuz sosyokültürel etkileri	23
Tablo 3. Turizmin olumlu ve olumsuz çevresel etkileri	25
Tablo 4. Küresel sürdürülebilir turizm kriterleri.....	27
Tablo 5. Carl Jung' un sekiz kişilik tipleri	40
Tablo 6. Adler göre çocuk, doğum sarası ve kişilik özellikleri	40
Tablo 7. Adler'in psikolojik kişilik tipleri	41
Tablo 8. Erich Fromm'un kişilik tipleri.....	42
Tablo 9. Karen Horney'nin Kişilik Tipleri	42
Tablo 10. Harry Stack Sullivan'ın Gelişim Aşamaları	43
Tablo 11. Raymond B. Cattel'in 16 kişilik faktörü	44
Tablo 12. Costa ve McCrae'nin beş faktörlü kişilik modeli.....	46
Tablo 13. Leonard Horowitz ve Lynn Alden'in Kişilik Tipleri.....	47
Tablo 14. Kokand şehri turizm ürünleri ve cazibe merkezleri.....	51
Tablo 15. Kişilik ölçeği çarpıklık ve basıklık testi sonuçları.....	52
Tablo 16. Turizm beklenti ölçeği çarpıklık ve basıklık testi sonuçları	53
Tablo 17. Kişilik tipi ölçeği faktör analizi sonuçları.....	54
Tablo 18. Turizm beklentisi ölçeği faktör analizi sonuçları	55
Tablo 19. Katılımcılara yönelik tanımlayıcı özellikler (n=498)	57
Tablo 20. Kişilik tipinin cinsiyet durumuna göre karşılaştırılması.....	58
Tablo 21. Kişilik tipinin medeni duruma göre karşılaştırılması	58
Tablo 22. Kişilik tipinin yaş durumuna göre karşılaştırılması.....	58
Tablo 23. Kişilik tipinin eğitim durumuna göre karşılaştırılması	59
Tablo 24. Kişilik tipinin statü durumuna göre karşılaştırılması.....	59
Tablo 25. Kişilik tipinin Kokand'da yaşam süresine göre karşılaştırılması	60
Tablo 26. Kişilik tipinin Kokand'ın çekicilik unsurlarına göre karşılaştırılması.....	60
Tablo 27. Turizm beklentisinin cinsiyet durumuna göre karşılaştırılması.....	61
Tablo 28. Turizm beklentisinin medeni duruma göre karşılaştırılması	61
Tablo 29. Turizm beklentisinin yaş durumuna göre karşılaştırılması.....	62

Tablo 30. Turizm beklentisinin eğitim durumuna göre karşılaştırılması.....	62
Tablo 31. Turizm beklentisinin statü durumuna göre karşılaştırılması.....	63
Tablo 32. Turizm beklentisinin Kokand'da yaşam süresine göre karşılaştırılması	63
Tablo 33. Turizm beklentisinin Kokand çekicilik unsurlarına göre karşılaştırılması..	64
Tablo 34. Kişilik tipi ve turizm beklentilerine yönelik korelasyon analizi.....	64

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Araştırma modeli	15
Şekil 2. Sigmund Freud'un kişilik kuramı	39
Şekil 3. Eysenck'in kişilik boyutları	45
Şekil 4. Özbekistan tur güzergahları.....	51
Şekil 5. Kişilik ölçeği Q-Q Plot dağılımı	52
Şekil 6. Turizm beklenti ölçeği Q-Q Plot dağılımı.....	53
Şekil 7. Araştırma hipotezleri kabul durumu.....	65

EKLER

Ek 1. Anket Formu

Değerli Katılımcı, bu araştırma ile Kokand şehrinde ikamet etmekte olan yerel insanların turizme yönelik beklentileri ile kişilik tipi arasındaki ilişkinin test edilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda siz değerli katılımcıların görüşleri bizim için önemlidir. Anket kapsamında vereceğiniz cevaplar, kesinlikle araştırmanın amacı dışında kullanılmayacaktır. Bize aşağıdaki sorular kapsamında birkaç dakikanızı ayırdığınız için teşekkür ederiz.

Eldorbek KARİMOV
Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim
Enstitüsü,
Turizm İşletmeciliği ABD

Doç. Dr. Nurettin AYZAZ
Karabük Üniversitesi, Safranbolu
Turizm Fakültesi,
Turizm İşletmeciliği Bölümü

1. BÖLÜM: KİŞİSEL BİLGİLER

Cinsiyetiniz?		Medeni durumunuz?	
Kadın	()	Bekâr	()
Erkek	()	Evli	()
Yaşınız?		Eğitim durumunuz?	
18-25 yaş	()	İlköğretim	()
26-33 yaş	()	Lise	()
34-41 yaş	()	Kolej	()
42-49 yaş	()	Lisans	()
50 ve üzeri	()		
Aylık geliriniz?		Statünüz?	
0-3000 TL	()	İşçi	()
3001-6000 TL	()	Memur	()
6001-9000 TL	()	Esnaf	()
9001 TL ve üzeri	()	Ev Hanımı	()
		Öğrenci	()
		İşsiz	()
		Diğer	()
Kaç yıldır Kokand'da yaşamaktasınız?		Kokand için turizm açısından en önemli çekicilik unsurlarını işaretleyiniz.	
1 yıldan az	()	Hudayar Han Sarayı	()
1-3 yıl	()	Şehrin Doğası	()
3-5 yıl	()	Kültürel Mirası	()
5-10 yıl	()	Şehrin Tarihi	()
10 yıl ve üzeri	()	Ahilik Festivali	()
		Şehrin Parkları	()
		İktisadi Merkez olması	()

2. BÖLÜM: TURİZM BEKLENTİ ÖLÇEĞİ

Kesinlikle Katılmıyorum (1)	Katılmıyorum (2)	Kısmen Katılıyorum (3)	Katılıyorum (4)	Kesinlikle Katılıyorum (5)
--------------------------------	---------------------	---------------------------	--------------------	-------------------------------

Kokand şehrini düşünerek aşağıdaki turizmle ilgili ifadelere katılım düzeyinizi işaretleyiniz.

1	Turizm, çeşitli kültürel etkinlikleri (el sanatları, sanat, müzik) teşvik etmeli.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Turizm, yerel bilinci artırmalı	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Turizm, yerel kültürel mirasın tanınmasını artırmalı	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Turizm, tarihi yapıları restore ve koruma için fırsatlar sunmalı.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	Turizm, diğer insanların kültürü hakkında bilgi artışı sağlamalı	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Turizm alışveriş fırsatları sağlamalı	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Turizm, rekreasyon (eğlence) faaliyetlerini artırmalı	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8	Turizm, bölgede altyapıyı (yol, kanalizasyon, su, elektrik vb.) geliştirmeli	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	Turizm, istihdam olanaklarını artırmalı	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	Yerel sakinlerin kişisel gelirleri, turizmin gelişmesi nedeniyle artmalı.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11	Turizmin gelişmesi nedeniyle ev sahibinin yaşam standardı artmalı.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12	Turizm, ev sahibi ekonomide önemli vergi gelirleri sağlamalı.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13	Turizm gelişimi, yüksek düzeyde yatırım, geliştirme ve altyapı harcamalarına yol açmalı.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14	Turizm gelişimi yerel hizmetlerin kalitesini artırmalı.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15	Turizm yerel ürünler için yeni pazarlar yaratmalı.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
16	Bölgede çeşitli alışveriş olanakları yaratmalı.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
17	Turizmin gelişmesi nedeniyle doğal çevrenin kalitesi artmalı.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
18	Yollarda ve diğer kamu hizmetlerinde gelişmeler sağlamalı.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
19	Daha kaliteli binalar ve şehir planlaması yapılmalı.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
20	Turizmin gelişmesi nedeniyle kentleşme düzeyi artmalı.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
21	Turizm gelecek nesiller için çevreyi iyileştirmeli.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
22	Turizm gelişimi çevre koruma çabalarını güçlendirmeli.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
23	Turizmi yaban hayatı ve doğal yaşam alanlarının korumalı.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
24	Yerel halk turizmden ekonomik faydalar elde etmeli.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
25	Turistler dolaylı olarak vergi ödemeye yardımcı olmalı.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

3. BÖLÜM: KİŞİLİK ÖLÇEĞİ

Kesinlikle Katılmıyorum (1)	Katılmıyorum (2)	Kısmen Katılıyorum (3)	Katılıyorum (4)	Kesinlikle Katılıyorum (5)
--------------------------------	---------------------	---------------------------	--------------------	-------------------------------

İnsanlarla ilişkilerinizde aşağıdaki ifadelere katılım derecenizi işaretleyiniz.

1	İnsanların sorunlarına karşı duyarlıyım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	İnsanlar tarafından kolay ikna edilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	İnsanlara duygularımı çok fazla açarım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Kendi kararlarımı kendim alabilen bağımsız bir yapıya sahibim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	İnsanlara karşı saldırgan bir yapım vardır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	İnsanları memnun etmek için çok çaba harcarım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Çok eğlenceli bir insanımdır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8	Çok fazla fark edilmek isterim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	İnsanlara gereğinden fazla güvenirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	İnsanları çok fazla kontrol etmeye çalışırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11	İnsanların ihtiyaçlarını kendiminkinden daha fazla önemserim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12	İnsanları değiştirmeye çok fazla uğraşırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13	Kolayca kandırılabilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14	İnsanlara karşı çok fazla cömerttim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15	İnsanlardan korkarım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
16	İnsanlara karşı çok şüpheliyim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
17	İstedığimi elde etmek için insanları etkilerim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
18	İnsanlara özel hayatımdan çok fazla bahsederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
19	İnsanlarla çok fazla tartışırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
20	İnsanlara karşı çok mesafeliyimdir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
21	İnsanlara güvenmem.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
22	İnsanlara “hayır” diyebilmek benim için zordur.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
23	Gruplara katılmak benim için zordur.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
24	Özel hayatımla ilgili şeyleri kendime saklarım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
25	Yeni tanıştığım kişilerle kolay iletişim kurarım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
26	İnsanların ne istediğimi bilmesini isterim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
27	İnsanlara karşı sevgi ve şefkat gösteririm.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
28	İnsanlarla iyi geçinirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
29	İnsanlarla uzun süreli ilişkiler kurarım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
30	Tek başıma vakit geçirmeyi severim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Anketimize katılımınızdan dolayı çok teşekkür ederiz.

Ek 2. Etik Kurulu Kararı



T.C.
KARABÜK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL ve BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU
KARARLARI

TOPLANTI TARİHİ : 11.05.2022
TOPLANTI NO : 2022/04

Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu toplanmış ve aşağıdaki kararı almıştır.

Karar 9:

05/04/2022 tarihli Doç. Dr. Nurettin AYAZ'ın Etik Kurul form ve ekleri görüşüldü.

Karabük Üniversitesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Nurettin AYAZ tarafından yürütülen “**Özbekistan Kokand Yerel Halkının Kişilik Tipi ve Turizm Beklentileri Üzerine Bir Araştırma**” konulu çalışma kapsamında uygulanmak üzere ekte sunulan çalışmasının etik kurallara uygunluğu oy birliği ile kabul edilmiştir.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Elif ÇEPNİ".

ASLI GİBİDİR

Prof. Dr. Elif ÇEPNİ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurul Başkanı

Ek 3. Evren İçin rneklem Byklğ Tablosu

N	S	N	S	N	S
10	10	220	140	1.200	291
15	14	230	144	1.300	297
20	19	240	148	1.400	302
25	24	250	152	1.500	306
30	28	260	155	1.600	310
35	32	270	159	1.700	313
40	36	280	162	1.800	317
45	40	290	165	1.900	320
50	44	300	169	2.000	322
55	48	320	175	2.200	327
60	52	330	181	2.400	331
65	56	340	186	2.600	335
70	59	360	191	2.800	338
75	63	400	196	3.000	341
80	66	420	201	3.500	346
85	70	440	205	4.000	351
90	73	460	210	4.500	354
95	76	480	214	5.000	357
100	80	500	217	6.000	361
110	86	550	226	7.000	364
120	92	600	234	8.000	367
130	97	650	242	9.000	368
140	103	700	248	10.000	370
150	108	750	254	15.000	375
160	113	800	260	20.000	377
170	118	850	265	30.000	379
180	123	900	269	40.000	380
190	127	950	274	50.000	381
200	132	1.000	278	75.000	382
210	136	1.100	285	1000.000	384

ÖZGEÇMİŞ

Eldorbek KARIMOV, orta öğretimini Kokand'da tamamlamıştır. 2016 yılı güz döneminde Kokand Devlet Eğitim Enstitüsü, Tarih Fakültesi, Tarih öğretmenliği Bölümü'nde lisans eğitimine başlamıştır. 2017 yılında tarih alanında üniversiteler arasında düzenlenen yarışmada birincilik ödülünü, 2019 yılında ise Cumhuriyet Olimpiyatı'nda İngiliz dili alanında ödül alan ilk 5'e girmiştir. 2020 yılında lisans mezuniyetini bölüm birinciliği ile tamamlamıştır. 2021 yılı ilkbahar döneminde Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı bünyesinde yüksek lisans eğitimine başlamıştır.