



## Yerel Çekiciliklerin Turizme Kazandırılmasına Yönelik Yöre Halkının Tutumları: Çankırı Tuz Mağarası Örneği (For Local Appeals to Tourism Attitude of Local People: Çankırı Salt Cave Case)

R. Pars ŞAHBAZ<sup>a</sup>, \*Ercan KARAÇAR<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Gazi University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, 06830 Gölbaşı, Ankara / Turkey

<sup>b</sup>Çankırı Karatekin University, Vocational College, Department of Tourism and Hotel Management, Çankırı / Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim  
Tarihi:14.08.2013

Kabul  
Tarihi:22.11.2013

### Anahtar Kelimeler

Turistik Ürün  
Yerel Çekicilik  
Çankırı  
Tuz Mağarası

### Keywords

Tourist Product  
Local Attractiveness  
Çankırı  
Salt Cave

### Öz

Bu çalışma Tuz mağarasının turizme kazandırılmasında yöre halkının tutumlarını belirlemek amacıyla Çankırı il merkezinde gerçekleştirilmiştir. Yöre halkına dağıtılan anketlerde ilk olarak kişilerin demografik özellikleri sorulmuştur. Daha sonra turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel fayda ve zararlarını, yöre halkının nasıl algıladığı öğrenilmeye çalışılmış, son olarak ise turizmin gelişmesine verdikleri desteği ölçmeye yönelik sorular sorulmuştur. Çalışma sonucunda elde edilen veriler çeşitli analizlere tabi tutulmuş ve yöre halkının tuz mağarasının turizme açılmasına yönelik tutumlarının olumlu yönde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda Tuz mağarasının turizme açılmasının ekonomik, sosyal ve çevresel anlamda nasıl bir tutum oluşturduğu da ayrı olarak incelenmiştir. Ayrıca turizmin gelişmesine verilen destekle, turizm faydalarının algılanışı ve yerel yönetimlerin planlamalarına karşı halkın tutumu arasında olumlu bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

### Abstract

In this context, this study was done in Cankırı City Centre in order to determining local people's attitudes in Salt Cave's acquire of tourism. Questionnaires, distributed to the local people, firstly, demographic characteristics were asked people. After that, It was trying to learn how economic, socio-cultural and environmental benefits and harms of tourism perceived by the local people and finally, the questions were asked to measure their support for the development of the tourism. The data obtained from this study subjected to various analyzes and the conclusion was that local people had positive attitude for opening the tourism to Salt Cave. As a result of this study, it was also analyzed separately Salt Cave, opening the tourism, how created an attitude in terms of economic, social and environmental. In addition, with support, given to the development of the tourism, perception of the benefits of tourism and local governments' plans concluded that there was a positive relationship attitude of people

\*Sorumlu yazar

[pars@gazi.edu.tr](mailto:pars@gazi.edu.tr) (R. P. Şahbaz), [ercan\\_karacar@karatekin.edu.tr](mailto:ercan_karacar@karatekin.edu.tr) (E. Karaçar)

## GİRİŞ

Kişilerin boş zamanlarında turizm olayına katılmalarında etkili olan bireysel unsurlardan daha çok insanların sosyal ve psikolojik dürtüleridir. Yenilik hissi, merak, dinlenme, eğlenme ve ziyaret etme istekleri bireyin turizm hareketlerine katılmasını olumlu yönde etkilemektedir. Özellikle sanayi devrimi sonrasında ortaya çıkan yoğun iş yaşamı insanların dinlenme, eğlenme, stres atma gibi gereksinimlerini ortaya çıkarmıştır. Bu gereksinimler turizm bilincinin oluşmasında önemli rol oynamaktadır (Kozak, 2010:24).

Turist gittiği bölgede yereli halka, yerli halkta turiste karşı yabancı kişilerdir. Turist yerli halk etkileşimi değişik ortamlarda ve çeşitli şekillerde ortaya çıkmaktadır. Turistlere karşı davranışlar büyük bir yakınlıktan saldırgan davranışlara kadar büyük bir çeşitlilik göstermektedir. Yöre halkı ile turistlerin sahip olduğu kültür arasındaki farklılıklar, turistlerin özellikleri, yöre halkının turizme yönelik tutumları, kalıp yargıları ve halkın toplumsal yapısı gibi faktörler turist ile yöre halkı arasındaki ilişkiyi etkilemektedir.

Bireyler tatil süresince buldukları ortamda kendini güvende hissetmek, rahatça tatilini yapmak ve saygı görmek ister. Bununla birlikte yöre halkı da ekonomik açıdan rahatlamak ve çevresel açıdan değişmek isteyebilir. Yöre halkı turizmin etkilerini seçme hakkına sahip olamayabilir. Çünkü turizm olayının gerçekleştiği bölgelerde turizmin olumlu veya olumsuz etkilerinin görülmesi kaçınılmazdır.

Gelişen turizm sektörünün olumlu ve olumsuz birçok etkisi bulunmaktadır. Turizm gelişiminin döviz getirisi, istihdam yaratması, çevresel değerlere önem verilmesi gibi olumlu etkilerinin yanında, çevresel ve sosyo-kültürel yapıya ve kaynaklara zararları da söz konusudur. Bu zararlar bazen düzeltilemeyecek kadar ciddi boyutlara ulaşabilmektedir. Yöre halkının gelenek ve görenekleri ile eğitim durumuna bağlı olarak, yaşamlarında ekonomik, sosyal ve kültürel yönden çok hızlı değişimlerin olması, koruma çalışmalarını ve turizm faaliyetlerini olumsuz etkileyebilmektedir. Yöre halkının da kültürel yapısının korunması gerektiği amaçlanmalıdır. Çevre sorunlarının geri dönülemeyecek boyuta ulaşması, orada yaşayanların yaşam kalitesini düşürdüğü gibi, turizmin o bölgede ekonomik fayda getirmesini de engelleyecektir.

Çankırı, coğrafi konumu ve eşsiz doğa güzellikleri ile çeşitli turizm aktivitesinin gerçekleştirildiği zengin turizm kaynaklarına sahiptir. Doğal, tarihi ve kültürel değerleri ile Türkiye'nin turizm potansiyeli açısından önem taşıyan kentlerinden biridir. Ancak Çankırı kenti ve yakın çevresinde bulunan bu kaynakların bir kısmı yeterli tanıtım yapılamadığı, bir kısmı ise gerekli turizm yatırımının yapılamaması gibi nedenlerle gelişme gösterememiş, dolayısıyla turizm anlamında tanımlı mekânlar haline dönüşmemiştir. Bölge de kalkınma aracı olarak turizmin kullanılması bölge insanına ve ekonomisine büyük katkılar sağlayabilir. Son yıllarda yöre halkı turizm faaliyetlerinden faydalanmak istese de yeterli imkânlar olmadığı için başarısız olmaktadır. Hem termal turizm hem de kış turizminde beklentiler karşılanmıştır. Özellikle kışın kayak yapmak amacıyla yoğun bir biçimde kullanılan ve dağ - kış turizmi açısından tanınmış olan Ilgaz Dağı Milli Parkı, son

yıllarda tur, toplantı ve sempozyum gibi faaliyetlerin de yapıldığı bir mekan haline dönüşmüş ve ziyaretçi sayılarında artış meydana gelmiştir.

Bu çalışmada; tarihi yapılarının yanı sıra dağları, ormanları, zengin termal kaynakları, yaylaları ve yüzyıllardır yaşatılan kültürel değerleri bakımından önem taşıyan Çankırı, turizm gelişiminin sağlanabileceği kentlerden biri olduğu için örnek alan olarak seçilmiştir. Çankırı ilinde yaşayan yöre halkının turizm faaliyetlerine ve Çankırı Tuz Mağarası'nın turizme kazandırılmasına yönelik tutumları araştırılacaktır. Yöre halkının turizm konusundaki görüşlerini tespit etmek, turizmin çevreye, bölgenin ekonomisine ve kültürel yapısına olan etkilerini belirlemek, turizme kaynak oluşturan doğal, tarihi ve kültürel değerlerin ortaya çıkarılması, korunması ve turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması adına önem teşkil etmektedir. Çankırı 'da turizm faaliyetlerinden kaynaklanan çevre sorunlarına karşı yöre halkının bakış açısı hangi yönde olduğu belirlenmeye çalışılmalıdır. Yöre halkının turizmin çevresel sorunlara yol açtığını ve turizm faaliyetlerinin yeterli düzeyde yapılmadığını düşünmektedir. Bu nedenle araştırmanın problem durumu " Çankırı halkının Tuz Mağarası'nın turizme açılmasına yönelik tutumları hangi yöndedir" olarak belirlenmiştir.

### Turizmin Etkileri

Turizm turist gönderen ülkeyi, turist kabul eden ülkeyi, turisti, turist kabul eden yöre halkını, turizm işletmelerinde çalışanları etkileyen karmaşık bir olay niteliğindedir. Oliveira, Lovel ve Feuerstein'den uyarlayarak oluşturduğu tabloda turizmin etkilerini olumlu ve olumsuz olarak iki grupta incelemiştir (Oliveira, 2003:100). Turizmin etkileri genel olarak üç boyut halinde incelenebilmektedir: Turizmin ekonomik etkileri, turizmin sosyo-kültürel etkileri ve turizmin çevresel etkileri. Bu boyutlar sırasıyla incelenmektedir.

### Turizmin Ekonomik Etkileri

Turizm geldiği bölgeyi geliştirir ve yeni iş olanakları sağlar. Turizmin en önemli ekonomik girdisi ülkeye döviz girişi sağlamasıdır. Bu yüzden turizm de döviz getirisini arttıracak faaliyetlere önem verilir. Turizmle beraber gelen döviz iç ekonomiye ek ihracat veya ihracatın çeşitlenmesi gibi yeni olanaklar sunar. Bu şekilde dış ticaret açığı azalma eğilimine girer.

Ayrıca gelen turiste yönelik yapılan yatırımlar iç ekonomiyi canlandırır. Turizme yönelik yapılan tesislerle inşaat sektörü bu sektörden faydalanacakların başında gelir. Gıda harcamaları konaklamaları ve ulaşım giderleri ekonomiyi canlandırır.

### Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri

Sosyal etkileşime bağlı sosyal farklılaşma yöre halkı ve gelen turiste gözlemlenir. İnsanlar birbirlerinin yaşam biçimlerini, örf, adet ve ahlak yapısını görür ve ister istemez bunlara ayak uydurmaya çalışırlar. Turistler yöre halkının faaliyetlerinden etkilenip değişebilirler ya da yöreye özgü çeşitli kültürel değerler yok olabilir. Fakat her zaman böyle olmayabilir, yeri geldiğinde sosyo-kültürel açıdan geri kalmış halkları modern topluma entegre edebilir. Yetiştirdiği kaliteli işgücü ile eğitim sektörünü geliştirir. Ayrıca ülkeler

arası ilişkileri güçlendirir. Bunların yanı sıra kent mimarisi, arkeolojik alanlar gibi kültürel değerlerin tahribine yol açabilir (Gülhan, 2007:11).

Toplumun sosyo-kültürel yapıları zaman içerisinde değişmektedir. Endüstrileşme, kentleşme, yazılı ve görsel medya gibi pek çok faktör değişime hizmet etmektedir. Dolayısıyla bu değişimi tek bir nedene bağlamak çoğunlukla yanıltıcı olmaktadır. Elbette turizm de bu faktörlerin içerisinde yer alabilmektedir. Ancak hangi etkenin hangi oranda değişime yol açtığı çoğu zaman belirlenmemektedir. Doğan, turizmin sosyo-kültürel etkilerinin pek çok araştırmacı tarafından abartılma eğiliminde olduğunu belirtmiştir (Doğan, 2004:129).

### **Turizmin Fiziksel Çevre Üzerindeki Etkileri**

Turizm' in çevreye birçok etkisi bulunmaktadır, turizm çevreyi ve değerleri önce kendi amacına uygun hale getirir ve şekillendirir daha sonra ise kullanmaya baslar, kullanırken de oluşturduğu atıklarla çeşitli yararlar ve zararlar oluşturur. Yararlarının yanında doğal yapının değişime uğraması, kaynakların tükenmesi ve çevre kirliliği gibi zararlara yol açabilir. Turizm plansız geliştiği müddetçe çevreye zarar verir. Bunun yanı sıra arazi talebinin artması sonucu verimli tarım toprakları zamanla turistik tesislere dönüşür. Bu tarz uygulamalar kentin peyzajını zedeler. İçme suyu, kanalizasyon, arıtma, çöp toplama ve imhası gibi teknik altyapı donanımları tam islemezek ekolojik sistem bozulur. Ayrıca turizme hizmet veren ulaştırma araçları gürültü ve çevre kirliliği yaratır (Gülhan, 2007:12).

Fiziksel çevre turizmin en değerli hammaddelerinden bir tanesidir. Gerçekten de turizm ve fiziksel çevre çoğunlukla birbirlerinden ayrılamaz bir bütün olarak düşünülmektedir. Turistlerin varış noktası tercihleri büyük ölçüde bu noktaların fiziksel çevre özellikleriyle belirlenmektedir. Fiziksel çevrenin turizm içerisindeki bu önemli pozisyonunun güçlenerek devam etmesi beklenmektedir.

### **Turizmin Yöre Halkı Üzerindeki Etkileri**

Turizm tüm ülkeleri ilgilendiren, ekonomik, sosyal ve çevresel bir olgudur. Sağladığı kazançlar kadar, getirdiği maliyetler açısından da değerlendirilmeye ve kapsamlı bir şekilde araştırılmaya başlanan turizm, akademik ortamda olduğu kadar iş çevrelerinde de tartışılmaktadır.

Belli bir bölgeye gelen turist sayısı arttıkça, başlangıçta turistlere olağanüstü hoşgörülü yaklaşan halk, turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan uzun dönemde sağlayacağı fayda konusunda giderek daha kuşkucu olmakta ve bu nedenle turistlere olan tavrı da olumsuz yönde değişmektedir. Bunun nedeni, turizmin gelişiminden beklenen ekonomik fayda elde edilse bile, başlangıçta hiç hesap edilmeyen veya önemsenmeyen sosyal ve çevresel maliyetlerin giderek öne çıkması, dolayısıyla halkın turistin gerçekten bir nimet olup olmadığı konusunda kuşkuya kapılmasıdır. Genellikle ekonomik açıdan turizme bağımlı olan ve turizmi gelişme için ana araç olarak gören ülke veya bölgelerde ekonomik beklentiler nedeniyle sosyal ve çevresel etkiler göz ardı edilebilmektedir (Çalışkan ve Tütüncü, 2008:128).

Turizmin etkileri olumlu ve olumsuz olmak üzere iki çeşitlidir. Turizmin alansal ve sayısal anlamda hızlı

gelişiminin olumsuz etkileri olabilir. Nitekim planlaması, gelişimi ve yönetiminin iyi olmadığı ülkelerde, turizmin sosyal, kültürel ve çevresel bir takım olumsuz sonuçlara neden olması ihtimali yüksektir. Öte yandan olumlu etkileri de olabilir. Turizm eğer iyi planlanır ve gelişimi kontrollü olursa, yöre toplumuna temel ve oldukça önemli yararlar sağlayacağı da kesindir (Kızıllırmak, 2006:185).

Yurtiçi kültürel değerlerin ve sanat yapılarının kazanç amacıyla suni bir şekilde yeniden oluşturulmasını teşvik eder. Kültürün ticari bir turist atraksiyonuna dönüşmesi, doğal konuksevriğin kötüye kullanılması toplumun yöre değer ve kimliğini tahrip edebilir. Sanayileşme, nüfus artışı ve teknoloji ekseninde meydana gelen sorunlar mevcuttur. Kaynakların tüketimi, doğanın etkilenmesi, altyapı sorunlarının ortaya çıkması, artan turizm faaliyetleri sonucu ortaya çıkan kirlilik ve atıklar, bunların arıtımı ve yok edilmesi için fiziksel altyapı ve kapasite yetersizlikleri, tatlı su kaynaklarının aşırı kullanımı, ormanların yok edilmesi, kıyı ve plajların zarar görmesi, toprak erozyonu, biyolojik çeşitliliğin tahribi, kültürel mirasın zarar görmesi, hava ulaşımının ve kalabalığın yarattığı ses kirliliği, turizm sektörünün yarattığı başlıca olumsuz çevresel etkilerdir (Akova, 2006:7).

## **ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ**

### **Araştırmanın Amacı**

Turizm hem gelişmiş hem de gelişmekte olan toplumlar için önemli bir kalkınma aracıdır. Turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel koşullarda yaratabileceği olumlu etkiler, toplumların yörelerine daha fazla turist çekmek için girişimlerde bulunmalarına sebep olmaktadır. Ancak yöreye gelen turist sayısının artış göstermesiyle birlikte istenmeyen olumsuz etkiler de ortaya çıkmaya başlamaktadır. Yöre halkının sergileyeceği davranış ve tutumlar o yöre turizmi için yönlendirici bir nokta olacaktır. Bundan dolayı halkın tutumlarının bilinmesi ve ona göre planlar yapılması çok önemlidir. Ayrıca bölgedeki insanların turizm konusunda bilgi sahibi olup olmadıkları da önemlidir.

Bu çalışma ile yukarıda açıklanan turizme kaynak oluşturan doğal, tarihi ve kültürel değerlerin korunması, Tuz Mağarasının turizme kazandırılmasının sağlanması amacı ile bölgede yaşayan yöre halkının turizm konusundaki görüşlerini tespit etmek, turizmle birlikte çevreye, bölgenin ekonomisine ve kültürel yapısına olan etkileri belirlemek ve çıkan sonuçları analiz ederek yöre halkının turizme bakış açısını ve tutumlarını ortaya koymayı amaçlanmaktadır.

Bu amaç çerçevesinde araştırmanın hipotezleri şu şekilde belirlenmiştir;

H<sub>1</sub>: Araştırmaya katılanların cinsiyetleri ile Tuz Mağarasının turizme açılmasına yönelik tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

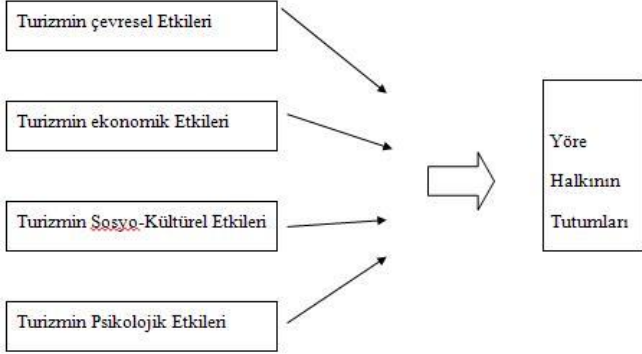
H<sub>2</sub>: Araştırmaya katılanların Tuz Mağarası'nı ziyaret etme sayıları ile Tuz Mağarası'nın turizme açılmasına yönelik tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H<sub>3</sub>: Araştırmaya katılanların meslekleri ile Tuz Mağarası'nın turizme açılmasına yönelik tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H<sub>4</sub>: Araştırmaya katılanların yaş aralıkları ile Tuz Mağarası'nın turizme açılmasına yönelik tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H<sub>5</sub>: Araştırmaya katılanların eğitim durumları ile Tuz Mağarası'nın turizme açılmasına yönelik tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

#### Araştırmanın Modeli



Şekil 1: Araştırmanın modeli

Bu modelde yer alan “turizmin çevresel etkileri”, “turizmin ekonomik etkileri”, “turizmin sosyo-kültürel etkileri” ve “turizmin psikolojik etkileri” yöre halkının tutumlarını etkileyen faktörlerdir. Yapılan faktör analizi sonucunda da yöre halkının tutumlarını etkileyen faktörler 4 başlık altında toplanmıştır. Fakat bu çalışmada tutum alt faktörler boyutunda değil, bir bütün olarak ölçülmeye çalışılmıştır. Bu araştırmada yerel çekiciliklerin turizme kazandırılmasına yönelik yöre halkının tutumları incelenmiştir. Araştırmada Altunel (2009) ve Şebin (2009)'in hazırlamış olduğu ölçeklerden yararlanılarak hazırlanan ölçek, yöre halkının tutumlarını ölçmek amacıyla kullanılmıştır

#### Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evreni, Çankırı il merkezinde yaşayan yöre halkından oluşmaktadır. Nüfus müdürlüğünden alınan bilgiye göre Çankırı ili Merkezinin nüfusu 72500 olarak belirlenmiştir. Basit tesadüfî örneklem belirlenme yöntemi kullanılarak ve Ural ve Kılıç'ın (2006:49) Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi kitabında belirtmiş oldukları evren büyüklüklerine karşı örneklem büyüklüğü tablosundan yola çıkarak nüfus sayısına göre asgari örneklem sayısı 382 olarak belirlenmiştir.

#### Verilerin Analizi

Araştırma örnekleme anket çalışması uygulanarak elde edilen veriler, veri analizi programı yardımı ile analiz edilmiştir. Bu bağlamda, öncelikli olarak Kaiser- Meyer-Olkin ve Barlett Küresellik testleri yapılarak Faktör Analizine uygunluk ortaya koyulmuş, daha sonra Faktör Analizi ve Güvenilirlik testleri yapılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen verilerin analizi için de Frekans Analizi, T-testi ve Anova Testi uygulanmıştır.

#### BULGULAR VE YORUMLAR

##### Demografik Özellikler

Araştırmaya katılanların demografik özellikleri gösterilmiştir. Katılımcıların %50,9'u kadın, %49,1'i

erkektir. Yaşları incelendiğinde ise katılımcıların büyük çoğunluğunun 26-35 arası %34,9 ait olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların %41,2'si lise, %37,7'si üniversite mezunu iken %17,6'sı ilköğretim, %3,6'sı lisansüstü eğitime sahiptir. Araştırmaya katılanların gelirleri incelendiğinde ise %55,4'ünün 1250 liradan az gelire sahip olduğu, %44,6'sının 1250 liradan fazla gelire sahip olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılanların %33,8'i memur, %22,9'u işçi, %20,3'ü serbest meslek sahibi iken %23'ü emekli, Ev hanımı ve öğrencilerden oluşmaktadır.

#### Ziyaret Sayısı

Araştırma konusunu oluşturan Tuz Mağarasını ziyaret sayısı katılımcılara sorulduğunda ise, %46,8'inin 1 ila 2 defa gittiği, %29,8'inin hiç ziyarette bulunmadığı görülmektedir. Araştırmaya katılanların %12,2'si 5 defa ve daha fazla ziyarette bulunurken, %11,2'si 3 ila 4 defa ziyarette bulunmuştur.

Tablo 1: Tuz Mağarasının Turizme Açılmasında Halkın Görüşleri

İfadeler	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Çankırı ilinin tanıtımı açısından önemlidir.	3,8244	1,21311
Çankırı ilindeki kültürel değerlerin tanınırlığını artırır.	3,9109	1,07129
Çankırı ilindeki kaybolmaya yüz tutmuş geleneklerin canlanmasını sağlar.	3,7455	1,09329
Çankırı iline ekonomik açıdan katkı sağlar.	3,8244	1,03619
Çankırı iline yapılacak yatırımları teşvik eder.	3,8117	1,02776
İstihdam yaratır.	3,7328	1,00882
Alt yapı ve üst yapı olanaklarının gelişimini sağlar.	3,6438	1,13404
Mağara turizminin gelişmesini sağlar.	3,9288	1,05705
Tuz mağarasının turizme açılmasını destekliyorum.	3,9669	1,09331
Tuz mağarasının turizme açılması için üzerime düşen görevi yerine getiririm.	3,7074	1,05626
Tuz mağarasının turizme açılması için yapılan projelerin yeterli olduğuna inanıyorum.	2,9847	1,17793
Tuz mağarasının turizme açılması için yerel yönetimin ve sivil toplum kuruluşlarının yeterli çalıştığına inanıyorum.	2,9466	1,09949
Tuz mağarasının turizme açılmasının Çankırı'ya gelen turist sayısını arttıracığımı düşünmekteyim.	3,6361	1,14616
Turizm hareketlerinin yoğunlaşması ahlaki bozulmaya neden olur.	2,3410	1,18269
Tuz mağarasının turizme açılması mağaranın korunmasını sağlayacaktır.	3,7252	1,09768

Tuz mağarasının turizme açılmasına yönelik yöre halkının görüşleri Tablo 1'de gösterilmektedir. Tabloya göre en yüksek ortalamaya sahip olan ifadeler 3,96 ile “Tuz mağarasının turizme açılmasını destekliyorum”, 3,92 ile “Mağara turizminin gelişmesini sağlar” ve 3,91 ile “Çankırı ilindeki kültürel değerlerin tanınırlığını artırır” ifadeleridir. En düşük ortalamaya sahip olan 2,34 ile “Turizm hareketlerinin yoğunlaşması ahlaki bozulmaya neden olur”, 2,94 ile “Tuz mağarasının turizme açılması için yerel yönetimin ve sivil toplum kuruluşlarının yeterli çalıştığına inanıyorum” ve 2,98 ile “Tuz mağarasının turizme açılması için yapılan projelerin yeterli olduğuna inanıyorum” ifadeleridir.

**Araştırma Hipotezlerine Yönelik Analizler****Tablo 2:** Araştırmaya katılanların cinsiyetleri ile Tuz Mağarasının turizme açılmasına yönelik tutumlarının t testi analizi

Cinsiyet	n	Ortalama	Standart sapma	F	(P)
Erkek	193	3,5154	,61884	2,043	,049*
Kadın	200	3,6463	,69328		

Hipotez 1: Araştırmaya katılanların cinsiyetleri ile Tuz Mağarasının turizme açılmasına yönelik tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 2'de araştırmaya katılanların cinsiyetleri ile tuz mağarasının turizme açılmasına yönelik tutum arasındaki farklılık araştırılmış ve p katsayısı 0,05'ten küçük (0,049) bulunduğu için hipotez 1 kabul edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, cinsiyet ile tuz mağarasının turizme açılmasına yönelik tutum arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Tabloya göre bayanların tutumlarının erkeklere göre daha olumlu yönde olduğu görülmektedir.

**Tablo 3:** Araştırmaya katılanların Tuz mağarasını ziyaret etme sayıları ile Tuz Mağarasının turizme açılmasına yönelik tutumların analizi

Tuz Mağarası Ziyaret Sayısı	n	Ortalama	Standart sapma	F	(P)
Hiç	117	3,4986	,69363	5,132	,002*
1-2	184	3,5239	,67233		
3-4	44	3,7258	,42898		
5 ve üzeri	48	3,8764	,61732		
Toplam	393	3,5820	,66020		

Hipotez 2: Araştırmaya katılanların Tuz mağarasını ziyaret etme sayıları ile Tuz Mağarasının turizme açılmasına yönelik tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 3'de tuz mağarasını ziyaret sayısı ile tuz mağarasının turizme açılmasına yönelik tutum arasındaki farklılık araştırılmış ve p katsayısı 0,05'ten küçük (0,002) bulunduğu için hipotez 2 kabul edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre tuz mağarasını ziyaret sayısı ile tuz mağarasının turizme açılmasına yönelik tutum arasında anlamlı bir farklılık vardır. Tabloya göre tuz mağarasına gidiş sayısı arttıkça tuz mağarasının turizme açılmasına yönelik tutum olumlu yönde değişmektedir.

**Tablo 4:** Araştırmaya katılanların statüleri ile Tuz Mağarasının turizme açılmasına yönelik tutumlarının Anova analizi

Meslek	n	Ortalama	Standart sapma	F	(P)
Memur	133	3,6140	,67420	2,553	,027*
İşçi	90	3,4822	,63396		
Serbest	80	3,4742	,77158		
Emekli	24	3,6806	,38922		
Ev hanımı	25	3,5600	,59442		
Öğrenci	41	3,8634	,51574		
Toplam	393	3,5820	,66020		

Hipotez 3: Araştırmaya katılanların meslekleri ile Tuz Mağarasının turizme açılmasına yönelik tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 4'de araştırmaya katılanların meslekleri ile tuz mağarasının turizm açılmasına yönelik tutum arasındaki farklılık incelenmiş ve p katsayısı 0,05'ten küçük (0,027) bulunduğu için hipotez 3 kabul edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre araştırmaya katılanların meslekleri ile tuz mağarasının turizme açılmasına yönelik tutum arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**Tablo 5:** Araştırmaya katılanların yaş aralıkları ile Tuz Mağarasının turizme açılmasına yönelik tutumlarının Anova testi analizi

Yaş	n	Ortalama	Standart sapma	F	(P)
18-25	90	3,5859	,69537	,123	,974*
26-35	137	3,5786	,68241		
36-45	106	3,5950	,58732		
46-55	35	3,5162	,75673		
55- üstü	25	3,6240	,59811		
Toplam	393	3,5820	,66020		

Hipotez 4: Araştırmaya katılanların yaş aralıkları ile Tuz Mağarasının turizme açılmasına yönelik tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 5'de araştırmaya katılanların yaş aralıkları ile tuz mağarasının turizm açılmasına yönelik tutum arasındaki farklılık incelenmiş ve p katsayısı 0,05'ten büyük (0,974) bulunduğu için hipotez 4 reddedilmiştir. Analiz sonuçlarına göre araştırmaya katılanların yaşları ile tuz mağarasının turizme açılmasına yönelik tutum arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

**Tablo 6:** Araştırmaya katılanların eğitim durumları ile Tuz Mağarasının turizme açılmasına yönelik tutumlarının Anova testi analizi

Eğitim	n	Ortalama	Standart sapma	F	(P)
İlköğretim	69	3,4599	,69293	1,023	,382*
Lise	162	3,5947	,58535		
Lisans	148	3,6171	,73117		
Yüksek lisans	14	3,6667	,48990		
Toplam	393	3,5820	,66020		

Hipotez 5: Araştırmaya katılanların eğitim durumları ile Tuz Mağarasının turizme açılmasına yönelik tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 6'da araştırmaya katılanların eğitim durumları ile tuz mağarasının turizm açılmasına yönelik tutum arasındaki farklılık incelenmiş ve p katsayısı 0,05'ten büyük (0,382) bulunduğu için hipotez 5 reddedilmiştir. Analiz sonuçlarına göre araştırmaya katılanların eğitim durumları ile tuz mağarasının turizme açılmasına yönelik tutum arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

**Sonuç ve Öneriler**

Bir yörede turizmin fiziksel gelişimi, yörede yaşayan yerel halk açısından ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel birçok değişikliği beraberinde getirmektedir. Ortaya çıkan bu değişikliklerden etkilenen yöre halkının, gelişimi olumsuz algılaması ve buna paralel olumsuz tutum geliştirmesi, turizm gelişimini sekteye uğratacak ve turistleri rahatsız edecek bir ortam yaratması bakımından sakıncalar

doğurabilmektedir. Bu nedenle turizm gelişiminin sağlıklı bir yapıya kavuşabilmesi için yörede yaşayan halkın turizme ilişkin algılarının ve tutumlarının belirlenmesinde yarar vardır. Turizm faaliyetlerinin yoğun olmadığı bir yörede turizm ürünü oluşturmak hem çok zordur hem de çok kolaydır. Yörede bulunan turizm ürünlerinin gün ışığına çıkması yerel halk tarafından olumlu karşılanabileceği gibi olumsuz olarak da algılanabilmektedir.

Coğrafi konumu ve eşsiz doğa güzellikleri ile pek çok türlü turizm aktivitesinin gerçekleştirilebileceği Türkiye, zengin turizm kaynaklarına sahiptir. Doğal, tarihi ve kültürel değerleri ile Çankırı kenti Türkiye'nin turizm potansiyeli açısından önem taşıyan kentlerinden biridir. Ancak Çankırı kenti ve yakın çevresinde bulunan bu kaynakların bir kısmı yeterli tanıtım yapılamaması, bir kısmı ise gerekli turizm yatırımının yapılamaması gibi nedenlerle gelişme gösterememiş, dolayısıyla turizm alanında tanınmış mekânlar haline dönüşmemiştir. Oysa iyi bir tanıtımla gerek Tuz mağarası gerekse mevcut yayla ve akarsuları, hem ulusal hem de uluslararası ölçekte tanınan mekânlar haline dönüşebilecek nitelikte olan alanlardır.

Araştırmada Çankırı kenti yerel halkının Tuz Mağarası'nın turizme açılmasına yönelik tutumları incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre ankete katılanlar cinsiyet olarak eşit görülmektedir. Araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunun orta yaş grubu insanlar olduğu, eğitim seviyesinin yüksek olduğu, çoğunun ortalama gelir seviyesinin altında gelire sahip olduğu ve büyük bir kısmının ise bu ilde yaşayan memurlar olduğu görülmektedir. Araştırma konusunu oluşturan Tuz Mağarasını ziyaret sayısı katılımcılara sorulduğunda ise tablo 8'e göre, %46,8'inin 1 ila 2 defa gittiği, %29,8'inin ise hiç ziyarette bulunmadığı görülmektedir. Araştırmaya katılanların yaklaşık 3/4'nün tuz mağarasına 1-2 defa gittiğini ya da gitmediğini görülmektedir.

Analiz sonuçlarına göre, cinsiyet ile tuz mağarasının turizme açılmasına yönelik tutum arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Tabloya göre bayanların tutumlarının erkeklere göre daha olumlu yönde olduğunu söylenebilmektedir. Bu farklılığın erkeklerin eğitim seviyesinin kadınlara oranla daha düşük olmasından kaynaklandığını söylemek mümkündür. Bu sonuçtan yola çıkarak özellikle erkeklere turizm konusunda eğitim verilmesi ya da turizm sektörünün faydalarının anlatılması önerilebilir. Tuz mağarasını ziyaret sayısı ile tuz mağarasının turizme açılmasına yönelik tutum arasında anlamlı bir farklılık vardır. Tuz mağarasına gidiş sayısı arttıkça tuz mağarasının turizme açılmasına yönelik tutumun olumlu yönde değiştiği görülmektedir. Bunun sebebi olarak, tuz mağarasına yönelik ziyaret sayısı arttıkça tuz mağarasının sahip olduğu değerlerin daha iyi anlaşıldığı ve bir farkındalık oluşturduğu söylenebilir. Bu doğrultuda Tuz Mağarası ile yöre halkı arasındaki kopukluğun ortadan kaldırılması gerekir. Bunun içinde yörede yaşayan insanların araçları ile kısa şehir turları düzenlenmeli ve tuz mağarasına ulaşım kolaylaştırılmalıdır.

Analiz sonuçlarına göre araştırmaya katılanların statüleri ile tuz mağarasının turizme açılmasına yönelik tutum arasında anlamlı bir farklılık vardır. Öğrenciler, memurlar ve emeklilerin daha olumlu yönde görüş bildirdikleri

görülmektedir. Bunun nedeni olarak, eğitilmiş insanların bilgi sahibi olması gösterilebilmektedir. Turizmde çalışanlara, tuz mağarasında istihdam edilen kişilere ve yörede bulunan halka turizm konusunda eğitimler uzman kişiler tarafından verilmelidir. Bu konuda üniversiteden ve kamu kuruluşlarından destek alınmalıdır.

Araştırmada, Tuz Mağarası'nın turizme açılmasına yönelik projelerin yeterliliği konusunda yerel halkın olumsuz bir tutuma sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çankırı'da gerçekleştirilen turizm potansiyelini artırma çalışmaları kapsamında yöre halkından yardım ve destek alınarak, halkın valilik ile diğer kurum ve kuruluşların yürütmüş olduğu projeye katılımı sağlanmalıdır. Çankırı ilinde bulunan turizm değerleri ve turizm faaliyetleri ile ilgili yapılan ve yapılacak olan seminer, proje, çalıştay ve kongrelere turizm alanında uzman kişi veya akademisyenler davet edilmelidir. Yöre halkının da bu çalışmalara aktif katılımı sağlanmalıdır. Aksi takdirde yapılan çalışmalardan yeterli sonuçlar alınmamaktadır.

Çankırı tuz mağarasının turizme açılmasını yöre halkı Çankırı ilinin tanıtımı açısından önemli görmektedir. Bu anlamda doğru bir reklam ve tanıtım politikasıyla Çankırı'nın turizm potansiyeli harekete geçirebilir ve ekonomik, sosyo-kültürel açıdan kente katkı sağlanabilir. Ulusal ve uluslararası düzeyde yapılan ülke ve şehir tanıtım günlerinde Çankırı ili turizm değerleri ve Tuz Mağarası hakkında detaylı tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilmelidir.

Araştırma sonuçlarına göre Çankırı ve çevresinde bulunan kentsel değerlerinin ortak bir sürdürülebilir turizm politikası yürütülerek bütünsel olarak değerlendirilmesi, bu bağlamda Tuz Mağarası'nın turizme açılması ve bunun yanı sıra kentin altyapı olanaklarının iyileştirilmesi ile kamu ve özel sektörün ortak çalışmaları sağlanarak Çankırı'nın turizm bölgesi olarak gelişmesi mümkün olabilir.

Son olarak, yerel halk turizmin olumlu-olumsuz etkileri konularında bilgilendirilmeli ve yerel halkın desteği sağlanmalıdır. Bu çalışma kapsamında yöre halkının tutumları genel perspektiften incelenmiştir. Gelecek çalışmalarda tutumlara yönelik alt faktörlerin ayrı ayrı ele alınması olumlu sonuçlar verecektir.

## KAYNAKÇA

- Akova, O. (2006). Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma. Akademik İncelemeler Dergisi, 2(1), 1-34.
- Altunel, M. C. (2009). Yöre Halkın Turizmin Gelişmesine Verdiği Desteği Etkileyen Faktörlerin Sosyal Değişim Teorisi Açısından İncelenmesi: Alaçatı Örneği, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara.
- Çalışkan, U. ve Tütüncü, Ö. (2008). Turizmin Yöre Halk Üzerindeki Etkileri ve Kuşadası İlçesi Uygulaması. IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi: 23-27 Nisan 2008. Belek, Antalya. S:127-148.
- Doğan, H. Z. (2004). Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Gülhan, G. (2007). Doğal ve Kültürel Değerlere Sahip Alanlarda Turizm Potansiyellerinin Saptanması ve Değerlendirilmesi Selçuk ve Çevresi Örneği. Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Kızıllırmak, İ. (2006). Türkiye’de Düzenlenen Yöre Etkinliklerin Turistik Çekicilik Olarak Kullanılmasına Yönelik Bir İnceleme. Sosyal Bilimler Dergisi.15. 181-196.
- Kozak, N. (2010). Turizm Pazarlaması. 3. Basım. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Oliveria, J. P. (2003). “Governmental Responses to Tourism Development: Three Brazilian Case Studies”, Tourism Management, Volume 24, Issue 1, s.100.
- Şebin, K. (2009). Erzurum Kış Sporları Turizmi İle İlgili Yöre Halkının Tutum ve Beklentileri. Marmara Üniversitesi. Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). Bilimsel Araştırma Süreci ve Spss İle Veri Analizi SPSS 12.0 For Windows. Ankara: Detay Yayıncılık.

## Extensive Summary

### For Local Appeals To Tourism Attitude Of Local People: Cankırı Salt Cave Case

In many countries of the world, the prevalence of holiday tourism and correspondly tourism season takes more than seven months, except from sea, sun and sand , other natural, cultural and archeological values are adequately assessed. In international tourism market, rapidly changing needs and expectations, due to its competitive strenght in an effort to get a larger share of Turkey, diversifications of tourism activities and tourist development should demonstrate for the protection of this dynamism.

Today, tourism industry is a complex structure that are experiencing economic, socio-cultural and environmental impacts. These effects occured as a result of tourist activities affect all tourism stakeholder including of tourists, tourism businesses and local people. However, the most affected from touristic activities and essential actor for sustainable tourism are local people. In this context, this study was done in Cankırı City Centre in order to determining local people’s attitudes in Salt Cave’s acquire of tourism. Questionnaires, distributed to the local people, firstly, demographic characteristics were asked people. After that, It was trying to learn how economic, socio-cultural and environmental benefits and harms of tourism perceived by the local people and finally, the questions were asked to measure their support fort he development of the tourism.

The datas obtained from this study subjected to various analyzes and the conclusion was that local people had positive attitude for opening the tourism to Salt Cave. As a result of this study, it was also analyzed seperately Salt Cave, opening the tourism, how created an attitude in terms of economic, social and enviromental. In addition, with support, given to the development of the tourism, perception of the benefits of tourism and local governments’ plans concluded that there was a positive relationship attitude of people.

### Introduction

Çankırı, with geographical location and its unique natural beauty and various tourism activities has rich tourism resources. It is one important of the cities in terms of Turkey's tourism potential with natural, historical and cultural values . But Çankırı and some of these attractions are not made adequate publicity and adequate investments so that Çankırı doesn’t show improvement and it couldn’t become defined places.

Using the development of tourism in the region as a means to the people of the region and can provide a major contribution to the economy. In recent years, even if local people benefit from tourism activities, for there aren’t adequate facilities it is not fail. Both thermal tourism, winter tourism, as well as the expectations were met. Especially in winter, Ilgaz Mountain National Park in terms of using extensively skiing and mountain and it is well-known for winter tourism, In recent years, tours, meetings and symposia held in such activities has been transformed into a place and an increase in the number of visitors has occurred.

In this study; Çankırı, historic structures, as well as its mountains, forests, rich thermal sources, springs and kept alive for centuries and being important in terms of cultural values, tourism development could be achieved in one of the cities that have been selected as the sample area. Tourism activities of the local people living in Çankırı and Çankırı Salt Cave attitudes to tourism will be investigated. In this study, in general, as the impact of the tourist product and information about tourism are given, In the second section, and general information about Çankırı and Salt Cave has been given. In the methods section of the study, the attitudes of the local people are measured, and the results are interpreted. In the last chapter research results is given and results were found for the recommendations.

### **Research method**

This study described above constitute the tourism resources of natural, historical and cultural values, conservation, Salt cave for tourism purposes with the aim of ensuring local people living in the area to determine their views on tourism, along with tourism on the environment, economy and cultural structure of the region to determine their impact on, and by analyzing the results and perspectives of local people in tourism and is aimed at demonstrating attitude.

For this purpose, the research hypothesis is determined in the following way;

H<sub>1</sub>. there is a significant difference between the gender of the participants in research and attitudes toward Salt Cave opened to tourism

H<sub>2</sub>. There is a significant difference between the number of respondents with visiting Salt Cave and attitudes toward Salt Cave opened to tourism.

H<sub>3</sub>. There is a significant difference between respondents with their profession and attitudes toward Salt Cave opened to tourism.

H<sub>4</sub>. There is a significant difference between the age range of the participants and attitudes toward Salt Cave opened to tourism.

H<sub>5</sub>. There is a significant difference between educational status of respondents and attitudes toward Salt Cave opened to tourism.

In this model, the "environmental impacts of tourism", "The economic impact of tourism", "socio-cultural impacts of tourism" and "tourism psychological effects" are factors affecting the attitudes of local people. As a result of the factor analysis factors affecting the attitude of the local people are grouped under four headings.

But this study is not the attitude the size of sub-factors, as a whole, it was investigated. The research population consists of local people living in the city centre. According to information received from the Directorate of Population, Çankırı's population is defined 72,500. Using the method of determining Simple coincidence sample and Ural and Kılıç (2006:49) Research Process and Data Analysis with SPSS size of the universe are mentioned in the book against the table based on the sample size, by the number of population is determined as the minimum sample size of 382.

The study sample is obtained by applying to the survey data, Datas were analyzed with the aid of analysis software. In this context, primarily Kaiser-Meyer-Olkin and Barlett's sphericity tests are performed as set forth compliance with Factor Analysis, later Factor Analysis and Reliability tests were conducted. Research for the analysis of the data obtained as a result of the frequency analysis, t-test and ANOVA test was made.

### **Results**

In Research of local people in the city Çankırı was examined attitudes towards opening up to tourism of Salt Cave. According to the survey, equal gender is seen as respondents. It is seen The majority of those surveyed middle-aged people, the high education level, most of which have incomes below the median income level, a large portion of the officers who live in this province.

As the number going into a salt cave, attitudes towards the opening of a salt cave tourism seems to have changed in a positive direction. As the reason for this, As the number of visits for salt caves, salt caves have a better understanding and an awareness of the values can be said to occur. In this respect, the gap between Salt Cave and local people should be removed. For that, people living in the area should be regulated by means of a short city tour and transportation should facilitate access to a salt cave.

In this survey, Salt Cave opened to tourism for the local people about the adequacy of the project to have a negative attitude has been concluded. Within the framework of enhancing the tourism potential, it must get help and support from the local people and with the governor of the people that have been conducted by other agencies and organizations involved in the project should be provided. Located in the province Çankırı made regarding the value of tourism and tourism activities and seminars that will be held, projects, workshops and conferences in the field of tourism experts or scholars should be invited. Active participation of local people in these studies should be provided. Otherwise, results from the studies are not sufficient.

Çankırı of salt caves opened to tourism promotion of the local people Çankırı is important to see. with the right advertising and promotion policies may stimulate tourism potential of Çankırı and economic, socio-cultural aspects can contribute to the city. In National and international level in the country and city promotion days, Çankırı and Salt Cave in detail about the value of tourism promotion activities should be carried out.

According to the survey, Çankırı values found in and around urban sustainable tourism policy and executing a common holistic assessment, Salt Cave opened to tourism in this context, as well as opportunities to improve the city's infrastructure and public and private sector collaboration by providing, Çankırı as the region's tourism development may be possible.

Finally, local people should be informed about positive and negative impacts of tourism and the local community support should be. This study has been analyzed from the perspective of the general attitude of the local people. Future studies of attitudes towards sub-factors to be addressed separately will give positive results.