



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(4): 3612-3631.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.581](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.581)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Turizm Farkındalığı Yaratmada Eğitimin Etkisi: Çorum İli Uygulaması*

Prof. Dr. Habib AKDOĞAN, Hitit Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çorum, e-posta: habibakdogan@hitit.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3639-5310>

Dr. Öğr. Üyesi Ela HİÇYORULMAZ, Hitit Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Çorum, e-posta: elahicyorulmaz@hitit.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7442-4138>

Öz

M.Ö. 1650-1200 yılları arasında Hattuşa'da devlet kuran Hititler, Anadolu coğrafyasında yaşamış en önemli uygarlıklardandır. Hattuşa'nın Çorum il sınırları içerisinde yer alması, Çorum müzeleri, Alacahöyük, Yazılı Kaya, Boğazkale, Şapinuva Ören Yerleri, Saat Kulesi, Kaleleri, Camileri, Yaylaları, Mesire Yerleri, İncesu Kanyonu, Mecitözü'nde bulunan tarihi Beke Kaplıcaları, su sporlarının yapılabileceği Obruk Barajı, İskilip'te bulunan Bedri Rahmi Eyüboğlu Müzesi, Gölünyazı Kuş Cenneti ve yöresel yemekleri ile farklı destinasyonlar yaratmaktadır. Ancak bölge bu tarihi ve doğal zenginliklerine rağmen yeterince ilgi görmemektedir. Yöre halkının turizm potansiyellerinin farkında olması ve turizmden ne beklediklerinin belirlenmesi gerekmektedir. Tüm bu özellikler dikkate alınarak bölgede yapılan proje kapsamında yöre halkına ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda sahip olduğu değerleri daha etkin ve verimli kullanabilmek amacıyla Çorum ilinde halk ve yerel esnafa eğitim programları düzenlenmiştir. Eğitim öncesi ve sonrası turizm farkındalığını tespit etmek amacıyla anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Anket verileri eğitim öncesi, eğitim sonrası ve karşılaştırma olarak SPSS 18 programında Cronbach Alpha, KMO and Bartlett's Test, Anova, Paired_Samples_t-test ile analiz edilmiştir. Analiz sonucuna göre verilen eğitimin amacına ulaştığı ve halkta turizm konusunda bir farkındalığın oluştuğu tespit edilmiştir. Ankete katılan kişilerin "çok para kazanmak" ifadesi yerine "yeni iş imkânları oluşturmak" ifadesinin daha önemli olduğunu belirtmesi turizm farkındalığının değiştiğini gösterilebilir. Para kazanabilmek için yeni iş imkânları sağlanması ve başlanan yatırımların tamamlanması ilk sıralarda yer almaktadır.

* Bu çalışma, Hitit Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü tarafından desteklenen IBF19002.18.001 kodlu proje çalışmasından yararlanılarak oluşturulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm Algısı, Turizm Eğitimi, Turizm Farkındalığı.

Makale Gönderme Tarihi: 09.06.2020

Makale Kabul Tarihi: 04.10.2020

Önerilen Atf:

Akdoğan, H. ve Hiçyorulmaz, E. (2020). Turizm Farkındalığı Yaratmada Eğitimin Etkisi: Çorum İli Uygulaması, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4): 3612-3631.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2020, 4(4): 3612-3631.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.581](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.581)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

The Effect of Education on Creating Tourism Awareness: Çorum Province Application

Prof. Dr. Habib AKDOĞAN, Hitit University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Çorum, e-mail: habibakdogan@hitit.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3639-5310>

Assistant Prof. Dr. Ela HİÇYORULMAZ, Hitit University, Faculty of Health Sciences, Çorum, e-mail: elahicyorulmaz@hitit.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7442-4138>

Abstract

The Hittites, who founded a state in Hattusa between 1650-1200 BC., are among the most important civilizations in Anatolia. The fact that Hattusa is located within the borders of Çorum can make a significant difference in terms of tourism. Also, Çorum; museums, Alacahöyük, Yazılıkaya, Bogazkale, Şapinuva, clock tower, castles, mosques, plateaus, promenade places, İncesu Canyon, the historical Beke Hot Springs in Mecitözü, Obruk Dam where water sports can be held, Bedri Rahmi Eyüboğlu Museum in İskilip, Gölünyazı Birds Paradise and local dishes create different destinations. However, despite the historical and natural riches, the region has not received enough attention. Local people should be aware of their tourism potential and determine what they expect from tourism. Considering all these features, we tried to reach the local people within the scope of the project we made in the region. In this direction, in order to use its values more effectively and efficiently, training programs were organized for the people and local tradesmen in Çorum. A survey was carried out to determine the tourism awareness before and after the training. The questionnaire data were analyzed in SPSS 18 program with Cronbach Alpha, KMO and Bartlett's Test, Anova, Paired_Samples_t-test before, after training and as comparison. According to the results of the analysis, it has been determined that the education has reached its aim and there comprised an awareness about tourism in the public. It can be demonstrated that the awareness of tourism has changed since the respondents stated that "creating new jobs" is more important than "earning a lot of money". In order to make money, providing new job opportunities and completing the investments started are take place on the top.

Keywords: Tourism Perception, Tourism Education, Tourism Awareness

Received: 09.06.2020

Accepted: 04.10.2020

Suggested Citation:

Akdoğan, H. and Hiçyorulmaz, E. (2020). The Effect of Education on Creating Tourism Awareness: Çorum Province Application, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(4): 3612-3631.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Türkiye’de de sağlık ve termal turizm, kış sporları, yayla, golf, akarsu, av, dağcılık, hava sporları, inanç, kongre, mağara, su altı dalış, deniz vb. birçok turizm faaliyeti gerçekleştirilebilmektedir. Bu nedenle yüksek turizm potansiyeline sahip ülkelerden birisi olarak değerlendirilebilir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı). Ancak bu potansiyelin yeterli oranda kullanılıp kullanılmadığı tartışılabilir. Örneğin 2008- 2018 yılları arasında Türkiye’ye gelen turist sayısı Avrupa genelinin ortalama yaklaşık %6,15’ini oluşturmaktadır. Dünya geneli ele alındığında ise bu oran yaklaşık %3,17 olmaktadır. 2008-2019 yıllarında Türkiye’ye gelen yabancı turist sayıları ve turizm gelirleri incelendiğinde, 2016 yılının 25.352.213 turist ve 22.107 milyon \$ turizm geliri ile en düşük yıl olduğu 2019 yılında ise bir önceki yıllara göre artış sağlandığı ve 34.520 milyon \$ turizm geliri elde edildiği tespit edilmiştir (<http://ttyd.org.tr/>). 2019 yılı ilk çeyreğinde Türkiye’ye gelen turist sayısı, yurt dışında ikamet eden vatandaşlar dahil 6,8 milyon kişidir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı). Turist sayısının artması ve daha fazla gelir elde edebilmek için atıl durumda olan bölgelerin hayata geçirilmesi ve alternatif turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Böylece farklı ülkelere farklı isteklere sahip kişilere daha fazla alternatif sunulabilecektir (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002:10).

Türkiye’de kimi bölgelere yoğun turist gelirirken kimi bölgelere yeterli turist gelmemektedir. Yeterli turist çekemeyen bölgelerde turizm farkındalığının henüz olmamış olması elde edebilecekleri gelirlere de engel olmaktadır. Dolayısıyla elde edilebilecek olan gelir kaynaklarından da yararlanılamamaktadır.

Çorum İli’de yaklaşık 3.500 yıllık bir geçmişi yeterince kullanamayan bölgelerden birisidir. M.Ö. 1650-1200 yıllarında başkent olarak kullanılan Hattuşa, günümüzde yeterli ilgiyi görememektedir. Bu nedenle öncelikle yerel halkın turizm farkındalığını ölçmek daha sonra eksik görülen noktalara yönelerek bir eğitim programı verilmesi ve eğitim programı sonrasında elde edilen verilerin analiz edilerek çalışmanın değerlendirilmesi amacı ile bir proje çalışması gerçekleştirilmiştir. Yapılan proje çalışmasında elde edilen verilerin bir kısmı ile bu çalışma gerçekleştirilmiştir.

Bu çalışmada, Çorum ili ve bazı ilçelerinde eğitim öncesi ve eğitim sonrası olmak üzere iki anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler öncelikle ayrı ayrı değerlendirilmiş, sonrasında ise bir karşılaştırma yapılarak çalışmanın amacına ulaşip ulaşmadığı tespit edilmiştir.

LİTERATÜR TARAMASI

Yapılan literatür taramasında turizm farkındalığını ve turizm algısını değerlendirme konularında çeşitli çalışmalara rastlanmıştır. Turizm konusunun geniş kapsamlı olması nedeniyle sağlık turizmi, inanç turizmi, kongre turizmi gibi alt boyutlarda da araştırmalar yer almaktadır. Çorum ilinde ise halka turizm eğitim programı ile birlikte farkındalık ölçümüne ait bir çalışma tespit edilememiştir. Bu da çalışmanın özgünlüğünü ortaya koymaktadır. Literatürde yer alan çalışmalardan bazıları şunlardır.

Butler (1980), çalışmasında halkın turizm etkisini algılaması ile turizmin gelişmişlik seviyesi arasında bir etki olduğunu belirtmiştir. Turistik alanların gelişimi ve yönetiminden sorumlu kişilerin tutumlarının da değişmesi gerektiğini ve turistik alanların sürdürülebilir olması gerektiği üzerinde durmuştur.

Johnson vd. (1994), 6 yıllık veriler ile turizm gelişim algısını araştırmıştır. Halkın ilk yıllarda turizmin gelişimi konusunda yüksek beklentide olduğu ancak zamanla yeterli desteğin

sağlanamadığı, ekonomik kalkınma düzeyi, turizm gelişmişlik seviyesi, sosyoekonomik ve çevresel etkiler arasında karmaşık bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

Tayfun ve Kılıçlar (2004), çalışmalarında, Alanya ve Gazipaşa ilçelerinde, yerel halkın dış kaynaklı turizme ve turistlere bakış açısını araştırmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre iki bölge arasında turizm ve turistlere bakış açıları arasında farklılık bulunmaktadır. İkamet edilen yer, yatırımların yapılması ve sosyal olanakların geliştirilmesi açısından etki etmektedir. Ancak yapılan veya yapılacak yatırımlar sonucunda ortaya çıkan çevre kirliliği, fiyatların artması, gürültü kirliliği, kültürel yapının bozulması gibi olumsuz etkiler de bulunmaktadır.

Uslu ve Kiper (2006), Beypazarı'nda turizm aktivitelerinin artması nedeniyle yerel halkın turizm farkındalığını araştırmışlardır. Araştırmada Beypazarı halkına bir anket uygulaması gerçekleştirilmişlerdir. Araştırma sonucunda halkın turizm için olumlu görüş bildirdikleri tespit edilmiştir. Ancak kültürel özelliklerinin yanında sağlık ve inanç turizmi için de uygun bir destinasyon olan Beypazarı'nda turizm faaliyetinin sürdürülebilir olması ve yerel kimliğin bozulmaması noktasında turistlerin ve rehberlerin de sorumlu olduklarını belirtmişlerdir.

Doh (2006), çalışmasında toplumun bağlılığının turizme yönelik tutumlarından kaynaklandığını, yerel halkın doğaya yöneldiğini ve topluluklarına büyük ölçüde bağlı olduklarını belirtmiştir. Ayrıca, halkın turizmin gelişmesini desteklediği ancak turizmin gelişiminde seçici olunması gerektiği sonucuna ulaşmıştır.

Akova (2006), 2001 ve 2003 yıllarında Cumalıkızık kültür destinasyonuna toplamda 160 anket uygulayarak karşılaştırma yapmıştır. Ankete katılan kişilerin turizm algılarındaki ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkileri arasındaki farklılıklar araştırılmıştır. Genel olarak halkın her iki dönemde turizme yönelik tutumlarının olumlu olduğu tespit edilmiştir.

Özdemir ve Kervankıran (2011), Afyonkarahisar'da halkın turizm ve turizmin etkileri konularındaki algılarını araştırmışlardır. Araştırmada anket kullanılmış ve ankete 1025 kişi katılmıştır. Araştırma sonucunda halkın turizmin gelişmesine olumlu baktığı, yatırımların artırılması gerektiği böylece ekonomik olarak katkı sağlanacağı görüşü ortaya çıkmıştır. Ankete katılan kişilerin turizmin gelişmesine bağlı olarak ortaya çıkan çevresel sorunlara olumsuz baktığı tespit edilmiştir.

Marzuki (2012), çalışmasında turizmin ekonomik etkilerini Puket Adası'nda yaşayan halk üzerinde araştırmıştır. 393 kişiye anket uygulanmıştır. Ekonomik fayda, daha yüksek yaşam maliyetleri, ekonomik maliyetler ve yerel ekonomiye katkı araştırılmıştır. Araştırma sonucunda yerel halk için turizmin gelişimi maliyetlerden daha fazla yarar sağlamaktadır.

Okuyucu ve Somuncu (2012), Osmaneli ilçe merkezinde kültürel mirasın korunması ve turizm amaçlı kullanılmasında halkın algı ve tutumlarını araştırmıştır. 193 kişi ile yüz yüze görüşerek 25 soruluk bir anket uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre, halk turizm faaliyetlerine katılmak istemekte ve kültürel mirası koruma yönünde görüş bildirmişlerdir.

Öztürk, Özer ve Çalışkan (2015), Kuşadası'nda ki halkın turizm konusundaki tutumlarını belirlemeye çalışmıştır. Halkın turizm algısı ile algılanan mutluluk arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırmıştır. Çalışmada, 383 kişiye ulaşılmış ve faktör analizi ve çoklu regresyon analizleri uygulanmıştır. Araştırma sonucunda ekonomik, kültürel ve çevresel olumlu etkilerin halkın mutluluğuna olumlu olarak yansıdığı tespit edilmiştir. Ancak, ekonomik olarak olumsuz etkinin halkın mutluluğuna etkisi tespit edilmemiştir.

Acar ve Turan (2016), sağlık turizmi konusunu ele alarak sağlık çalışanlarının sağlık turizmi konusundaki farkındalığını değerlendirmişlerdir. Araştırma bir kamu hastanesi çalışanlarına anket uygulaması şeklinde gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda ankete katılan kişilerin

turizm farkındalıkları ile demografik özellikleri arasında farklılık tespit edilmiş ve sağlık turizmi uygulaması konusunda ortaya çıkan sorunlara dikkat edilmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

Türker, Selçuk ve Özyıldırım (2016), ise Safranbolu halkının turizm ve yaşam kalitesi ilişkisini araştırmıştır. Araştırma sonucuna göre, turizmin ekonomik, kültürel ve çevresel etkileri halkın yaşam kalitesinde olumlu yönde etki etmektedir. Sosyal etkiler ise olumsuz yönde etki etmektedir.

Işık ve Çalkın (2016), TRA2 Bölgesinde halkın turizm algısını araştırmışlardır. Araştırmada 400 anket uygulanmıştır. Analiz sonucuna göre, halkın demografik ve istihdam özellikleri ile turizm etkileri arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Yıldız ve Çalışkan (2018), çalışmalarında Muğla Menteşe ilçesinde halkın turizm algısını araştırmışlardır. Araştırmada anket yöntemi tercih edilmiş ve 407 kişiye uygulanmıştır. Turizm merkezinden uzak bir bölgede yapılan araştırmada halkın turizmin çevresel, ekonomik ve sosyo kültürel etkilere bakış açısı ile turizmin gelişmesi için verdikleri destek arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Ünal ve Yücel (2018), kırsal turizmin geliştirilmesinde yerel halkın algı ve tutumlarını Ödemiş-Birgi'de araştırmışlardır. Araştırma sonucunda halkın turizm yatırımlarında destek olacakları yönünde olumlu bir tutum gösterdikleri tespit edilmiştir. Ayrıca, planlama konusunda eksikliklerin bulunduğu ve planlamaların ekonomi-çevre ilişkisi ile birlikte yapılması gerektiğini belirtmişlerdir. Çevrenin bozulması ve tarihi dokunun yıpranması konularında da halkın hassas bir tutum sergilediği söylenebilir.

Gökmen, Şapcılar ve Büyüksalvarcı (2020), turizm fakültesinde görev yapan akademisyenlerin sağlık turizmine yönelik farkındalığını araştırmışlardır. Araştırmayı Konya ilinde bulunan üç üniversitede görev yapan 19 akademisyen ile gerçekleştirmişlerdir. Araştırma sonucunda sağlık turizmi konusunda yeterli pazarlama çalışmalarının yapılmadığı, akademisyenlerin sağlık turizmi konusunda genel bilgilere sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Mansuroğlu (2006), çalışmasında henüz yoğun turizm bölgesi olmayan Akseki'de halkın turizm algı ve tutumlarını araştırmıştır. Araştırma sonucunda, Akseki'nin alternatif turizm için yeterli potansiyele sahip olduğu ve Antalya bölgesi için farklı bir destinasyon oluşturabileceği tespit edilmiştir.

YÖNTEM

Çorum İli'nde turizme katkı sağlayacak farkındalığın oluşturulması amacı ile bu çalışma gerçekleştirilmiştir. Çorum bölge insanlarını turist ve turizm konusunda bilinçlendirmek, istihdam yaratmak, yöresel ürünlerini pazarlamak, turistik yatırımlara yönelmek konularında bilgilendirme yapılarak eğitim öncesi ve eğitim sonrası durum karşılaştırılmıştır. Farkındalığın ölçülmesi amacıyla anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Kullanılan anket ölçeği, Işık ve Çaşkın'ın 2016 yılında hazırlamış oldukları 'Yerel Halkın Turizm Algısı: TRA2 Bölgesi Analizi' başlıklı çalışmalarından yararlanılarak oluşturulmuştur. Demografik özellikleri ölçmek adına yöneltilen sorular dışında 21 ifadeden oluşan ölçekte, dört alt boyut bulunmaktadır. Bunlar; ekonomik etki, sosyal etki, kültürel etki ve çevresel etkidir. Anketler 2019 yılı Mayıs- Eylül ayları içerisinde proje kapsamında uygulanmıştır. Ankete katılan kişiler sadece eğitim programına katılan kişiler ile sınırlandırılmıştır. Aynı kişilere eğitim öncesi ve eğitim sonrası sorular yöneltilmiştir. Anketler 190 kişiye uygulanmış ancak veri eksikliği nedeniyle 175 tanesi geçerli kabul edilmiştir. Geri dönüş oranı yaklaşık %92'dir. Proje kapsamında profesyonel

hizmet alımı nedeniyle yüksek bir geri dönüş oranı elde edilmiştir. Elde edilen verilerin analiz edilmesi aşamasında SPSS 18 programından yararlanılmıştır. Öncelikle demografik özellikleri frekans analizi ile test edilmiştir. Ölçeğin güvenilirliğini ölçmek amacıyla Cronbach Alpha testi, geçerliliğini ölçmek amacıyla KMO and Bartlett's Testi uygulanmıştır. Turizm konusundaki beklentiler, yapılabilecekler ve turizm türleri verilen puanlar ile sıralanmıştır. Yaş, meslek ve eğitim durumu ile turizm algısı arasındaki anlamlı bir fark olup olmadığını araştırmak amacıyla Anova testi uygulanmıştır. Son olarak eğitim öncesi ve eğitim sonrası karşılaştırma yapmak amacıyla Paired_Samples_t-test uygulanmıştır. Analizlerde anlamlılık düzeyi 0,05 olarak kabul edilmiş, elde edilen veriler tablolar halinde sunulularak yorumlanmıştır.

BULGULAR

Ankette yer alan demografik özellikler bölümünden elde edilen sonuçlar aşağıdaki Tablo 1'de yer almaktadır.

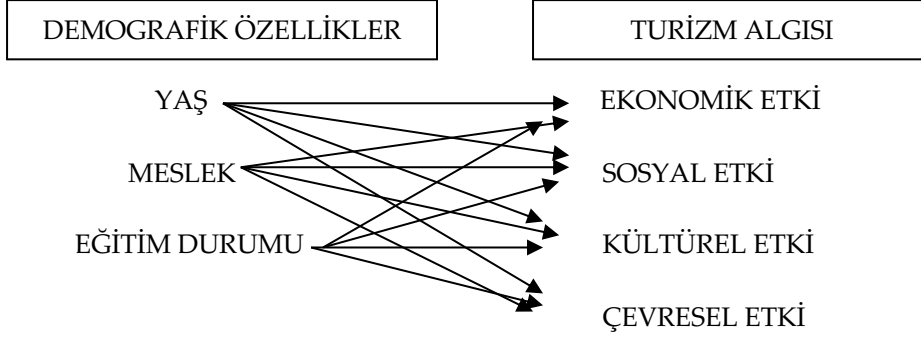
Tablo 1. Demografik Özellikler

Demografik Değişkenler	Frekans	%	
Cinsiyet	Kadın	48	27,44
	Erkek	127	72,56
Yaş	18-25	18	10,3
	26-33	38	21,7
	34-41	53	30,3
	42-49	42	24,0
	50-57	20	11,4
	58 ve üzeri	4	2,3
Eğitim Durumu	İlkokul	9	5,1
	Ortaokul	26	14,9
	Lise	99	56,6
	Ön Lisans	23	13,1
	Lisans	17	9,7
	Lisansüstü	1	0,6
İş \ Çalışma Durumu	Esnaf	89	50,9
	Otel İşletmecisi	37	21,1
	Taksi şoförü	8	4,6
	Restoran-cape İşletmecisi	20	11,4
	Hediyelik Dükkan Sahibi	21	12,0

Ankete katılan kişilerin %27,44'ü kadın, %72,56'si erkektir. Yaş dağılımı incelendiğinde %30,3'ü 34-41, %24'ü 42-49, %21,7'si 26-33, %11,4'ü 50-57, %10,3'ü 18-25 ve %2,3'ü 58 yaş ve üzeridir. Ankete katılan kişilerin eğitim durumları incelendiğinde en büyük oranı %56,6 ile lise mezunları oluşturmaktadır. Ortaokul mezunları %14,9 önlisans mezunları %13,1 lisans mezunları %9,7 ilkokul mezunları %5,1 lisansüstü mezunları %0,6'lık paya sahiptir. Meslek dağılımları incelendiğinde ise %50,9 oranı ile esnaf, %21,1 oranı ile otel işletmecisi, %12,00 ile hediyelik dükkân işletmecisi, %11,4 ile restoran-kafe işletmecisi ve %4,6 ile taksi şoförü oldukları görülmektedir.

Çalışmanın Modeli ve Hipotezi

Çalışmada öncelikle eğitim öncesi turizm algılarına yönelik model ve hipotezler oluşturulmuştur. Çalışmanın modeli aşağıdaki şekilde yer almaktadır.



Çalışmanın hipotezleri aşağıda sıralanmaktadır.

H₁: Katılımcıların yaşlarına göre, turizmi algıları arasında anlamlı farklılık vardır.

H₂: Katılımcıların mesleklerine göre, turizm algıları arasında anlamlı farklılık vardır.

H₃: Katılımcıların eğitim durumuna göre, turizm algıları arasında anlamlı farklılık vardır.

Ankette kullanılan ölçeğin 4 alt boyutu bulunmaktadır. Bunlar ekonomik etki, sosyal etki, kültürel etki, çevresel etkiden oluşmaktadır. Ölçekte yer alan ifadelerin hangi alt boyutu oluşturduğu aşağıdaki Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Turizm Etkisi Alt Boyutları

Alt Boyutlar	İfade Numaraları
Ekonomik Etki	2-4-18-19-20-21
Sosyal Etki	1-3-9-11-12-15
Kültürel Etki	7-8-10-16-17
Çevresel Etki	5-6-13-14

Anket formu eğitim öncesi ve eğitim sonrası olmak üzere iki kez uygulandığı için iki kez güvenilirlik analizi, geçerlilik analizi ve diğer istatistiksel analizler yapılarak karşılaştırma yapılmıştır. Anket formunun güvenilirliğini ölçmek amacıyla Cronbach Alpha testi uygulanmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki Tablo 3’de yer almaktadır.

Tablo 3. Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Değişkenler	Soru Sayısı	Anket İfade Numarası	Alfa Katsayısı Eğitim Öncesi	Alfa Katsayısı Eğitim Sonrası
Ekonomik Etki	6	2-4-18-19-20-21	0,961	0,634
Sosyal Etki	6	1-3-9-11-12-15	0,891	0,558
Kültürel Etki	5	7-8-10-16-17	0,948	0,620
Çevresel Etki	4	5-6-13-14	0,934	0,576
Toplam	21		0,982	0,802

Güvenilirlik analizi sonuçları 4 ayrı alt boyut ve genel toplam olmak üzere 5 ayrı düzeyde değerlendirilmiştir. Eğitim öncesi güvenilirlik analizi sonucunda, en düşük sosyal etki düzeyinde 0,891 en yüksek ise ekonomik etki düzeyinde 0,878 olarak tespit edilmiştir. Genel güvenilirlik düzeyi ise 0,982'dir. Kalaycı (2014:405) sosyal bilimlerde Alpha değerinin 0,40-0,60 arasında çıkmasının düşük, 0,60-0,80 arasında oldukça güvenilir ve 0,80'in üzerinde çok yüksek derecede güvenilir olacağını ifade etmiştir. Bu nedenle güvenilirlik tüm boyutlarda 'çok yüksek derecede güvenilir' olarak hesaplanmıştır. Eğitim sonrası yapılan anketin güvenilirlik sonuçlarına göre; en düşük sosyal etki düzeyinde 0,558 en yüksek ise ekonomik etki düzeyinde 0,634 olarak tespit edilmiştir. Genel güvenilirlik düzeyi ise 0,802'dir. Çevresel etki ve sosyal etki boyutlarında düşük, ekonomik etki ile kültürel etki boyutlarında oldukça güvenilir olduğu tespit edilmiştir. Verilerin normal dağılıp dağılmadığının tespit edilmesi amacıyla geçerlilik analizi uygulanmıştır. Geçerlilik analizi sonucu Tablo 4'de yer almaktadır.

Tablo 4. Geçerlilik Analizi Sonuçları

KMO and Bartlett's Test		Eğitim Öncesi	Eğitim Sonrası
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,960	,814
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3825,904	3825,904
	df	595	595
	Sig.	,000	,000

Eğitim öncesi geçerlilik analizi sonuçları incelendiğinde KMO testinin sonucunun 0,960 olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre örneklem büyüklüğü "mükemmel" olarak yorumlanabilir. Eğitim sonrası geçerlilik analizi sonuçlarına göre, KMO testi 0,814 olarak tespit edilmiştir. KMO 0.50-0.60 arası değerlerin kötü, 0.60 - 0.70 arasında zayıf, 0.70-0.80 arasında orta, 0.80-0.90 arası değerlerin iyi, 0.90 ve üzeri değerlerin mükemmel olduğu ifade edilmektedir (Gümüş ve Özgül, 2017:869). Bu nedenle analiz sonucu "iyi" olarak yorumlanabilir.

Çalışma eğitim öncesi ve eğitim sonrası olmak üzere iki ayrı aşamada gerçekleştiği için karşılaştırmalı olarak analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Tablo 5'de yöre insanının turizmden beklentileri yer almaktadır.

Tablo 5. Yöre İnsanın Turizmden Beklentileri

İfadeler	Eğitim Öncesi		Eğitim Sonrası	
	Puan	Sıra	Puan	Sıra
Çok Para Kazanmak	439	1	472	2
Çevrenin Gelişimi	502	2	503	4
Yeni İş İmkânı	525	3	368	1
Tatil	544	4	475	3
Çevre Kirliliği	703	5	807	5

Ankette yer alan "Sizce turizm ne ifade eder?" sorusuna verilen yanıtlardan eğitim öncesi incelendiğinde ilk sırada "çok para kazanmak" ikinci sırada ise "çevrenin gelişimi" tespit

edilmiştir. İfadelere verilen yanıtlar en önemliden en önemsize doğru 1'den 5'e kadar puanlanmıştır. En yüksek puanı alan ifade en önemsiz anlamına gelmektedir. Ankete katılan kişilerin çok para kazanma isteği ön plana çıkmaktadır. Ancak bunu hangi şekilde elde edebilecekleri konusunda yeterli bilgi düzeyine sahip değillerdir.

Eğitim sonrası verilen yanıtlar incelendiğinde ise, ilk sırada "yeni iş imkânı" ikinci sırada ise "çok para kazanmak" tespit edilmiştir. Eğitim sonrası ankete katılan kişilerin turizmden yeni iş imkânı sağlamanın yollarını öğrenmiş olmaları ve buradan daha çok para kazanabileceklerini öğrenmeleri nedeniyle eğitime paralel bir sonucun ortaya çıktığı tespit edilmiştir.

Tablo 6. Turizmin Geliştirilmesi İçin Yapılabilecekler

İfadeler	Eğitim Öncesi		Eğitim Sonrası	
	Puan	Sıra	Puan	Sıra
Halkın Eğitilmesi	602	1	576	3
Doğal güzelliklerin korunması	657	2	599	4
Yeni yatırımlara ağırlık verilmeli	679	3	506	1
Ulaşım imkânlarının geliştirilmesi	700	4	719	5
Başlanmış yatırımlar bitirilmesi gerekir	709	5	548	2
Hizmet kalitesinin iyileştirilmesi	709	5	847	6
Turizm gelişimi yeterlidir	841	7	1105	7

"Çevrenizde turizmin geliştirilmesi için neler yapılabilir?" sorusuna verilen yanıtlarda da en önemliden en önemsize kadar 1'den 7'ye kadar puanlama yapılmıştır. En çok puan alan en önemsiz ifade olarak yorumlanmaktadır. Bu nedenle eğitim öncesi turizmin geliştirilmesi için en önemli olan ifade "halkın eğitilmesi", en önemsiz olan ifade "turizm gelişimi yeterlidir" olarak belirlenmiştir. İfadelere ait tüm sıralama yukarıdaki Tablo 6'da yer almaktadır. Halk başlanmış yatırımların bitirilmesi, alt yapı eksikliklerinin giderilmesi, yeni yatırımların sağlanması gibi ekonomik katkı sağlanacak yöntemleri daha az önemli bulmaktadır.

Veriler incelendiğinde, verilen eğitim sonrasında, turizmin geliştirilmesi için yapılabilecekler sıralamasında değişiklikler tespit edilmiştir. Halk öncelikle yatırımlara ağırlık verilmesini ve başlanan yatırımların tamamlanması daha sonra halkın eğitilmesi ve doğal güzelliklerin korunması gerektiğini belirtmiştir. Ankete katılan kişilerin yeni iş imkânları oluşturulmasını istemesi yine verilen eğitime paralel sonuç ortaya çıktığını göstermektedir. Turizm gelişimi hem eğitim öncesi hem de eğitim sonrası yeterli bulunmamıştır.

Tablo 7. Çorum'da Yapılabilecek Turizm Türleri

İfadeler	Eğitim Öncesi		Eğitim Sonrası	
	Puan	Sıra	Puan	Sıra
Kültür Turizmi	435	1	329	1
Kırsal Turizm	508	2	541	3
Yayla Turizmi	523	3	537	2
İnanç Turizmi	639	4	659	4
Kış Turizmi	683	5	691	5
Sınır Turizmi	887	6	939	6

Tablo 7’de “İlimizde hangi tür turizm yapılmalıdır?” sorusuna eğitim öncesinde verilen yanıtlarda ilk sırayı “kültür turizmi” almıştır. Daha sonra sırasıyla kırsal turizm, yayla turizmi, inanç turizmi, kış turizmi ve sınır turizmi takip etmektedir. Çorum İl’inde yapılabilecek turizm türleri hakkında bilgi sahibi oldukları söylenebilir. Eğitim sonrası verilen yanıtlarda ilk sırayı yine “kültür turizmi” almıştır. Daha sonra sırasıyla yayla turizmi, kırsal turizm, inanç turizmi, kış turizmi ve sınır turizmi takip etmektedir. Eğitim öncesi ve eğitim sonrası yapılan anket sonucuna göre, yapılabilecek turizmler sıralamasında çok büyük bir farklılık oluşmamıştır. Bunun nedeni olarak Çorum İl’inde yapılabilecek turizm çeşitliliğinin değişiklik göstermemesi düşünülebilir.

Çalışmanın hipotezlerini test etmek amacıyla öncelikle yaş ile turizm algısı arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla ANOVA testi uygulanmıştır. Tablo 8’de yaş değişkenine göre eğitim öncesi turizm algısı analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 8. Yaş Değişkenine Göre Turizm Algısı Analiz Sonuçları (Eğitim Öncesi)

		N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.
Ekonomik Etki	18-25	18	23,7778	6,62931	0,779	0,566
	26-33	38	23,1316	6,29960		
	34-41	53	21,1887	8,03850		
	42-49	42	20,7381	8,98253		
	50-57	20	23,2500	7,73832		
	58 ve üzeri	4	21,7500	10,53170		
	Toplam	175	22,0171	7,80250		
Sosyal Etki	18-25	18	21,2778	5,74769	0,940	0,457
	26-33	38	22,6053	5,29936		
	34-41	53	20,8679	7,30394		
	42-49	42	19,7619	7,63116		
	50-57	20	22,1000	5,52411		
	58 ve üzeri	4	18,5000	9,57427		
	Toplam	175	21,1086	6,70775		
Kültürel Etki	18-25	18	19,5000	5,79300	1,019	0,408
	26-33	38	19,7895	5,28720		
	34-41	53	17,6038	6,95684		
	42-49	42	17,0000	7,74597		
	50-57	20	19,0000	5,76742		
	58 ve üzeri	4	17,0000	8,04156		
	Toplam	175	18,2743	6,62234		
Çevresel Etki	18-25	18	15,3889	4,60356	0,929	0,464
	26-33	38	15,9737	4,40814		
	34-41	53	14,1509	5,71905		
	42-49	42	14,0476	6,24286		
	50-57	20	15,1500	5,11216		
	58 ve üzeri	4	12,0000	6,32456		
	Toplam	175	14,7143	5,43071		

Tablo 8’de yer alan analiz sonuçları incelendiğinde ifadelerin sig. değerinin 0,05’den büyük olduğu görülmektedir. Bu nedenle yaş ile turizm algısı arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Bu nedenle araştırmanın hipotezlerinden; “H1: Katılımcıların yaşlarına göre, turizmi algıları arasında anlamlı farklılık vardır.” hipotezi red edilmektedir. Tablo 9’da yaş değişkenine göre eğitim sonrası turizm algısı analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 9. Yaş Değişkenine Göre Turizm Algısı Analiz Sonuçları (Eğitim Sonrası)

		N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.
Ekonomik Etki	18-25	18	28,4444	2,14811	1,825	0,110
	26-33	38	29,2368	1,42249		
	34-41	53	28,8868	1,56476		
	42-49	42	28,2143	2,47461		
	50-57	20	28,0000	1,86378		
	58 ve üzeri	4	28,7500	2,50000		
	Toplam	175	28,6514	1,93239		
Sosyal Etki	18-25	18	26,3333	2,27519	0,357	0,877
	26-33	38	26,4211	1,78025		
	34-41	53	26,6226	1,85251		
	42-49	42	26,1190	2,07426		
	50-57	20	26,3000	1,97617		
	58 ve üzeri	4	26,0000	1,63299		
	Toplam	175	26,3771	1,93145		
Kültürel Etki	18-25	18	23,0556	1,76476	0,367	0,871
	26-33	38	23,8158	1,67421		
	34-41	53	23,3962	2,06006		
	42-49	42	23,4762	2,61551		
	50-57	20	23,5000	2,11511		
	58 ve üzeri	4	23,7500	1,89297		
	Toplam	175	23,4914	2,09232		
Çevresel Etki	18-25	18	18,8333	1,61791	0,136	0,984
	26-33	38	19,1053	1,18069		
	34-41	53	18,9057	1,60844		
	42-49	42	18,9762	1,65997		
	50-57	20	19,0000	1,45095		
	58 ve üzeri	4	19,2500	1,50000		
	Toplam	175	18,9771	1,50078		

Tablo 9 incelendiğinde sig. değerinin 0,05’den büyük olduğu görülmektedir. Bu nedenle, turizm algısı açısından yaşın herhangi bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Eğitim öncesi ve eğitim sonrası yaş değişkenine göre turizm algısında herhangi bir farklılık oluşmamıştır. Tablo 10’da meslek değişkenine göre eğitim öncesi turizm algısı analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 10. Meslek Dağılımı Değişkenine Göre Turizm Algısı Analiz Sonuçları (Eğitim Öncesi)

		N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.
Ekonomik Etki	Esnaf	89	25,5393	3,58994		
	Otel İş.	37	9,3514	5,77454		
	Taksi İş.	8	24,8750	3,13676	105,036	0,000
	Restoran İş.	20	24,7500	4,85446		
	Hediye Dük. İş.	21	25,7143	3,16454		
	Toplam	175	22,0171	7,80250		
Sosyal Etki	Esnaf	89	24,1236	2,84773		
	Otel İş.	37	10,2703	5,82928		
	Taksi İş.	8	24,5000	2,39046	101,567	0,000
	Restoran İş.	20	23,6000	3,15228		
	Hediye Dük. İş.	21	23,7619	2,68151		
	Toplam	175	21,1086	6,70775		
Kültürel Etki	Esnaf	89	21,1685	3,19885		
	Otel İş.	37	7,8649	5,71140		
	Taksi İş.	8	21,2500	3,69362	85,545	0,000
	Restoran İş.	20	20,3000	3,26222		
	Hediye Dük. İş.	21	21,2857	2,83095		
	Toplam	175	18,2743	6,62234		
Çevresel Etki	Esnaf	89	16,9888	2,64787		
	Otel İş.	37	6,1892	4,20871		
	Taksi İş.	8	16,8750	3,52288	84,914	0,000
	Restoran İş.	20	16,5500	3,81789		
	Hediye Dük. İş.	21	17,5238	2,15914		
	Toplam	175	14,7143	5,43071		

Mesleklere göre turizm algısına yönelik yapılan ANOVA analizi sonucunda tüm alt boyutlarda farklılık tespit edilmiştir. Alt boyutlarda Sig. değeri 0,000 olarak tespit edilen meslek grupları tabloda yer almaktadır. Bu nedenle ekonomik etki, sosyal etki, kültürel etki alt boyutlarında taksicilerin, çevresel etki alt boyutunda ise esnafın diğer meslek gruplarına göre daha fazla algıya sahip olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bu nedenle çalışmanın hipotezinde yer alan; "H₂: Katılımcıların mesleklerine göre, turizm algıları arasında anlamlı farklılık vardır." hipotezi kabul edilmiştir. Tablo 11'de meslek değişkenine göre eğitim sonrası turizm algısı analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 11. Meslek Değişkenine Göre Turizm Algısı Analiz Sonuçları (Eğitim Sonrası)

		N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.
Ekonomik Etki	Esnaf	89	28,7303	1,93511		
	Otel İş.	37	27,9459	2,37985		
	Taksi İş.	8	29,0000	1,41421	2,141	0,078
	Restoran İş.	20	28,7000	1,55935		
	Hediye Dük. İş.	21	29,3810	1,11697		
	Toplam	175	28,6514	1,93239		
Sosyal Etki	Esnaf	89	26,1685	1,76607		
	Otel İş.	37	26,7568	2,39682		
	Taksi İş.	8	27,8750	1,95941	2,649	0,035
	Restoran İş.	20	25,7000	1,75019		
	Hediye Dük. İş.	21	26,6667	1,49443		
	Toplam	175	26,3771	1,93145		
Kültürel Etki	Esnaf	89	23,7528	1,80455		
	Otel İş.	37	21,9730	2,82338		
	Taksi İş.	8	24,6250	,51755	7,601	0,000
	Restoran İş.	20	24,0500	1,43178		
	Hediye Dük. İş.	21	24,0952	1,26114		
	Toplam	175	23,4914	2,09232		
Çevresel Etki	Esnaf	89	19,0225	1,47693		
	Otel İş.	37	18,4865	1,89475		
	Taksi İş.	8	19,5000	,53452	1,758	0,140
	Restoran İş.	20	19,0000	1,37649		
	Hediye Dük. İş.	21	19,4286	,92582		
	Toplam	175	18,9771	1,50078		

Mesleklere göre eğitim sonrası turizm algısına yönelik yapılan ANOVA analizi sonucunda ekonomik etki ve çevresel etki alt boyutlarında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Sosyal etki ve kültürel etki alt boyutlarında ise anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Her iki alt boyutta da taksi işletmecilerinin, diğer meslek gruplarına göre daha fazla algıya sahip olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bu nedenle çalışmanın hipotezinde yer alan; “H₃: Katılımcıların mesleklerine göre, turizm algıları arasında anlamlı farklılık vardır” hipotezleri kabul edilmiştir.

Eğitim durumu ile turizm algısı arasında eğitim sonrası yapılan analizlerde de herhangi bir anlamlı farklılık tespit edilememiştir. Tablo 12’de öğrenim durumu değişkenine göre eğitim öncesi turizm algısı analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 12. Öğrenim Durumu Değişkenine Göre Turizm Algısı Analiz Sonuçları (Eğitim Öncesi)

Faktörler	Değişkenler	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.
Ekonomik Etki	İlkokul	9	23,1111	7,44050		
	Ortaokul	26	19,5385	7,91571		
	Lise	99	21,7071	8,63814		
	Önlisans	23	24,7391	4,85440	1,398	0,227
	Lisans	17	23,6471	4,55441		
	Yüksek lisans	1	17,0000	.		
	Toplam	175	22,0171	7,80250		
Sosyal Etki	İlkokul	9	21,8889	5,73246		
	Ortaokul	26	19,6154	7,49441		
	Lise	99	20,6364	7,28915		
	Önlisans	23	23,6522	4,23845	1,153	0,335
	Lisans	17	22,2941	4,34115		
	Yüksek Lisans	1	21,0000	.		
	Toplam	175	21,1086	6,70775		
Kültürel Etki	İlkokul	9	17,4444	6,85768		
	Ortaokul	26	16,1923	6,58495		
	Lise	99	17,9091	7,28444		
	Önlisans	23	21,3043	4,24730	1,806	0,114
	Lisans	17	19,8235	3,41386		
	Yüksek Lisans	1	20,0000	.		
	Toplam	175	18,2743	6,62234		
Çevresel Etki	İlkokul	9	13,8889	5,34894		
	Ortaokul	26	13,3846	5,62905		
	Lise	99	14,3232	5,87424		
	Önlisans	23	17,3043	3,37686	1,769	0,122
	Lisans	17	16,0588	3,73280		
	Yüksek Lisans	1	13,0000	.		
	Toplam	175	14,7143	5,43071		

Eğitim öncesi öğrenim durumu ile turizm algısı arasında herhangi bir anlamlı fark tespit edilmemiştir. Tüm ifadelerde sig. değeri 0,05'den büyüktür. Bu nedenle çalışmanın hipotezlerinden; "H₃: Katılımcıların öğrenim durumuna göre, turizm algıları arasında anlamlı farklılık vardır" hipotezi red edilmiştir. Tablo 13'de öğrenim durumu değişkenine göre eğitim sonrası turizm algısı analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 13. Öğrenim Durumu Değişkenine Göre Turizm Algısı Analiz Sonuçları (Eğitim Sonrası)

Faktörler	Değişkenler	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.
Ekonomik Etki	İlkokul	9	28,1111	1,83333	0,583	0,747
	Ortaokul	26	28,7692	1,68066		
	Lise	99	28,5354	2,07174		
	Önlisans	23	29,0435	1,82105		
	Lisans	17	28,8235	1,74052		
	Yüksek lisans	1	30,0000	.		
	Toplam	175	28,6514	1,93239		
Sosyal Etki	İlkokul	9	26,2222	1,85592	0,327	0,896
	Ortaokul	26	26,7692	2,14117		
	Lise	99	26,3131	1,89869		
	Önlisans	23	26,4348	1,72748		
	Lisans	17	26,1176	2,26060		
	Yüksek Lisans	1	27,0000	.		
	Toplam	175	26,3771	1,93145		
Kültürel Etki	İlkokul	9	24,0000	1,22474	1,120	0,352
	Ortaokul	26	23,7692	1,75060		
	Lise	99	23,1919	2,28427		
	Önlisans	23	23,6957	2,16238		
	Lisans	17	24,1765	1,46779		
	Yüksek Lisans	1	25,0000	.		
	Toplam	175	23,4914	2,09232		
Çevresel Etki	İlkokul	9	19,0000	1,00000	0,329	0,895
	Ortaokul	26	19,1154	1,27521		
	Lise	99	18,8990	1,66289		
	Önlisans	23	18,9565	1,52191		
	Lisans	17	19,2941	1,04670		
	Yüksek Lisans	1	18,0000	.		
	Toplam	175	18,9771	1,50078		

Öğrenim durumu ile turizm arasındaki algıyı ölçmek amacıyla ANOVA testi uygulanmıştır. Tablo 13’de yer alan analiz sonuçlarında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. “H₃: Katılımcıların öğrenim durumuna göre, turizm algıları arasında anlamlı farklılık vardır.” hipotezi red edilmiştir. Hipotezlerin kabul-red durumu aşağıdaki Tablo 14’de yer almaktadır.

Tablo 14. Hipotez Sonuçları

Hipotezler	Red_Kabul	Red_Kabul
H ₁ : Katılımcıların yaşlarına göre, turizmi algıları arasında anlamlı farklılık vardır.	RED	RED
H ₂ : Katılımcıların mesleklerine göre, turizm algıları arasında anlamlı farklılık vardır.	KABUL	KABUL
H ₃ : Katılımcıların eğitim durumuna göre, turizm algıları arasında anlamlı farklılık vardır.	RED	RED

Eğitim öncesi ve eğitim sonrası yapılan araştırmanın hipotezlerinden H_1 ve H_3 ret edilirken, H_2 kabul edilmiştir. Hipotez sonuçlarında bir farklılık oluşmamıştır. Yaş ve eğitim durumu değişkenleri ile turizm algısı arasında anlamlı bir farklılık oluşmamış, meslek değişkeni ile turizm algısı arasında anlamlı bir fark oluşmuştur. Ancak yapılan eğitim programının amacına ulaşip ulaşmadığının analiz edilmesi gerekmektedir. Bu nedenle anket ölçeğine yönelik karşılaştırma yapılabilmesi için Paired Samples Test uygulanmıştır. Bu test iki farklı zamandaki ölçümler arasında farklılık olup olmadığını ya da öncesi ve sonrası durumlar arasında farklılık olup olmadığını bulmak için kullanılan bir analiz yöntemidir (Samuels ve Gilchrist, 2014). Analiz sonuçları aşağıdaki Tablo 15’de yer almaktadır.

Tablo 15: Turizm Algısı Karşılaştırması

	N	Mean	Std. Deviation	Sig.
1 Ekonomik Etki Eğitim Öncesi	175	22,0171	7,80250	0,000
Ekonomik Etki Eğitim Sonrası	175	28,6514	1,93239	
2 Sosyal Etki Eğitim Öncesi	175	21,1086	6,70775	0,000
Sosyal Etki Eğitim Sonrası	175	26,3771	1,93145	
3 Kültürel Etki Eğitim Öncesi	175	18,2743	6,62234	0,000
Kültürel Etki Eğitim Sonrası	175	23,4914	2,09232	
4 Çevresel Etki Eğitim Öncesi	175	14,7143	5,43071	0,000
Çevresel Etki Eğitim Sonrası	175	18,9771	1,50078	

Tablo 15’de yer alan sonuçlara bakıldığında tüm alt boyutlarda eğitim önce ve eğitim sonrası turizm algısı arasında anlamlı bir farklılığın ortaya çıktığı tespit edilmektedir (Sig. değeri <0,05). Anlamlı farklılığın yorumlanabilmesi için alt boyutlarda Mean değerlerine bakılması gerekmektedir. Tüm alt boyutlarda eğitim sonrası mean değerinin, eğitim öncesi mean değerinden yüksek olması eğitimin etki ettiğini ve verilen eğitimin etkili olduğunu göstermektedir. Verilen eğitim ile birlikte hakta turizm algısının oluştuğu söylenebilir. Yeterli ilgiyi göremeyen Çorum İli’nde turizm açısından bir farkındalık yaratılması halk ve şehrin gelişimi açısından büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle yapılan çalışmada turizm algısı açısından bir farkındalık tespit edilmesi çalışmanın amacına ulaştığını göstermektedir.

TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Çorum turizm açısından yüksek potansiyele sahip illerden birisidir. Ancak turizm istatistiklerine bakıldığında bu potansiyelden yeterince yararlanamadığı anlaşılmaktadır. Çorum, Hattuşa’da bir devlet kuran, Anadolu’da yaşamış önemli bir imparatorluğun merkezidir. Hititlerin başkenti olması başlı başına bir potansiyel oluştururken, bunun yanında, kültür, doğa, yayla, su sporları ve kaplıcaları bulunması da ayrıca bir değer katmaktadır.

Bu çalışma ile halkın turizm farkındalığı araştırılmıştır. Ortaköy, Boğazkale, İskilip, Mecitözü ve merkezde yer alan halka turizm hakkında bir eğitim programı düzenlenmiştir. Çalışmada eğitim öncesi ve eğitim sonrası farkındalığı ölçmek üzere iki anket uygulanmıştır. Anketlerle halkın beklentileri, turizm algıları ölçülmüş ve kendileri ile yapılan toplantılarda bilgilendirmeler yapılmıştır. Turizm farkındalığını ölçmek adına turizm etkisi ölçeğinden yararlanılmıştır. Ölçeğin alt boyutları; ekonomik etki, sosyal etki, kültürel etki ve çevresel etki olarak belirlenmiştir. Analiz sonuçları değerlendirildiğinde eğitim öncesi; yöre insanının turizmden beklentileri öncelik sırasına göre; çok para kazanmak, çevrenin gelişimi, yen iş

imkânı, tatil, çevre kirliliği olarak belirlenmiştir. Turizmin geliştirilmesi için neler yapılabilir sorusunun analizinde ise; öncelik halkın eğitilmesi, sonra sırasıyla, doğal güzelliklerin korunması, yeni yatırımlara ağırlık verilmesi, ulaşım imkânlarının geliştirilmesi, hizmet kalitesinin iyileştirilmesi, başlanmış yatırımların bitirilmesi şeklinde sıralanmıştır. Ancak hizmet kalitesinin iyileştirilmesi ile başlanmış yatırımların bitirilmesi aynı puanla eşit çıkmıştır. Çorum'da yapılabilecek turizm türleri analiz edildiğinde ise; kültür turizmi, kırsal turizm, yayla turizmi, inanç turizmi, kış turizmi ve sınır turizmi olarak belirlenmiştir. Burada seçenekler arasında verilen sınır turizmi coğrafi konumumuz bilgisinin merak edilmesindedir.

Aynı sorularla eğitim sonrası yapılan anket çalışmalarında ise; yöre insanının turizmden beklentileri sırasıyla, yeni iş imkânı yaratmak, çok para kazanmak, tatil, çevrenin gelişimi ve çevre kirliliği olarak belirlenmiştir. Turizmin geliştirilmesi için yapılabilecekler sorusuna ise, sırasıyla; yeni yatırımlara ağırlık vermek, başlanmış yatırımların bitirilmesi, halkın eğitilmesi, doğal güzelliklerin korunması, ulaşım imkânlarının geliştirilmesi, hizmet kalitesinin iyileştirilmesi, turizm yatırımlarının yetersizliği şeklinde olmuştur. Çorum'da yapılabilecek turizm türleri sorusuna ise; kültür turizmi, yayla turizmi, kırsal turizm, inanç turizmi, kış turizmi ve sınır turizmi şeklinde sıralanmıştır.

Eğitim sonrası ve eğitim öncesi turizmden beklentiler karşılaştırıldığında; birinci sırada çok para kazanmanın yerini yeni iş imkânlarının oluşturulması, ikinci sırada çevrenin gelişimi yerini çok para kazanmak, üçüncü sırada yeni iş imkânlarının yerini tatil, dördüncü sırada tatilin yerini çevrenin gelişimi yer alırken, çevre kirliliği eğitim öncesi de eğitim sonrası da beşinci sırayla en sonda yer almıştır. Bu sonuçlar değerlendirildiğinde, öncelikle para kazanmak istediklerini ancak nasıl sorusunun cevabını bilmediklerini, ancak eğitim sonrası bir farkındalık oluştuğunu söylemek mümkündür. Ekonomik bilinçte bir gelişme olduğu saptanmıştır. Yatırım yapmak konusunda bilgilendikleri ve ancak bu şekilde bir ekonomik katma değer oluşabileceğini anladıklarını, fark ettiklerini söyleyebiliriz. İkinci sırada çevrenin yerini para kazanmak alırken ekonomin ağır bastığını görmek mümkündür. Ancak ne yazık ki, çevre gelişimi ile çevre kirliliği konuları gerilerde yer almaktadır. Bu da yatırım yapmak konusunda bir bilince ulaştıkları ancak sürdürülebilir turizm yatırımlarını çok önemsemedikleri sonucuna ulaşılabilir.

Eğitim sonrası ve eğitim öncesi turizmin geliştirilmesi için yapılabilecekler karşılaştırıldığında, birinci sırada yeni yatırımların yapılması halkın eğitilmesinin yerini aldığı görülmüştür. Bu durum ise yapılan eğitimlerin amacına ulaştığı ve bu seçeneğin artık gerilere üçüncü sıraya düşmesiyle anlaşılmaktadır. İkinci sırada, başlanmış yatırımların tamamlanmasının doğal güzelliklerin korunmasının, üçüncü sırada, halkın eğitilmesinin yeni yatırımlara ağırlık verilmesinin önüne geçtiği görülmüştür. Yine buradan da halkın eğitilmesi konusunda bir farkındalığın oluştuğu ve yatırımların ön palan çıktığı, dördüncü sırada, doğal güzelliklerin korunmasının ulaşım imkânlarının geliştirilmesinin önüne geçtiği, beşinci sırada ulaşım imkânlarının geliştirilmesinin hizmet kalitesinin iyileştirilmesinin yerini aldığı, altıncı sırada hizmet kalitesinin ulaşım imkânının geliştirilmesinin önüne geçtiği görülmüştür. Her iki durumda da yedinci ve son sırada turizm gelişiminin yeterli olduğunun yer alması aslında bunun değişmemesi yetersizliğin farkında olduklarını da göstermektedir.

Eğitim sonrası ve eğitim öncesi Çorum'da yapılabilecek turizm türleri karşılaştırıldığında birinci sırada kültür turizminin yerini koruduğu, ikinci sırada yer alan yayla turizminin, üçüncü sıradaki kırsal turizmin yayla turizminin yerini aldığı görülmüştür. Yayla turizminin kırsal turizmin önüne geçtiği anlaşılmaktadır. Bu konuda da bir farkındalığın oluştuğu söylenebilir. Çünkü Çorum'da yayla turizmi yapılabilecek bir turizm potansiyeli bulunmaktadır. Dördüncü sıradaki inanç turizmi, beşinci sıradaki kış turizmi ile yerlerini

koruduğu görülmüştür. Bu sonuçlar yöre halkının genel olarak potansiyellerinin farkında olduğunu da göstermektedir.

Anket sonuçlarının, eğitim öncesi ve eğitim sonrası genel karşılaştırması Paired Sample t Testi ile yapılmıştır. Bu analizler sonucunda tüm ifadelerde ve alt boyutlarda sig. Değerinin 0,05'den küçük olduğu ve eğitim sonrası değerlerinin (Mean) daha yüksek çıktığı tespit edilmiştir. Bu nedenle eğitimlerden beklenen sonuç elde edilmiştir.

Sonuç olarak turizm potansiyelinin varlığı ekonomik bir katma değer yaratmadığı sürece tek başına bir anlam taşımamaktadır. Bu nedenle verilen eğitimler sonrası yapılan analizlerden anlaşılıyor ki, ekonomi ön plana çıkmış ve gelir yaratma, yeni iş alanlarının oluşturulması ön sıralarda yer almıştır. Bu istenilen bir durumdur. Bu anlamda bir farkındalık olduğu görülmüştür. Yine eğitim ihtiyacının karşılandığı eğitim öncesi ilk sıralarda yer alan eğitim konusunun üçüncü sıraya gerilediğinden de anlaşılmaktadır. Yöre insanları yatırımları ön plana koymaktadır. Yalnız burada çevrenin hep geri sıralarda kalması sürdürülebilirlik konusunun çok önemsemedikleri gibi bir sonuca götürebilir.

Genel anlamda tüm analizler irdelendiğinde eğitim sonrasında bir turizm bilinci ve farkındalığın olduğu görülmektedir. Bu anlamda çalışmadan beklenen sonuç elde edilmiş ve başarıya ulaşılmıştır.

Yapılan çalışma doğrultusunda bölge halkının turizm konusundaki beklentileri artmıştır. Bölge halkının özellikle de kadınların istihdam alanı bulacağı yatırımlara ağırlık verilmelidir. Halkın farkındalık düzeyinin artırılması için eğitim programlarına da ağırlık verilebilir. Yapılan çalışma turizm potansiyeli görülen Çorum merkezi ve ilçelerinde gerçekleştirilmiştir. Farklı bir çalışmada tüm ilçeler dahil edilerek çalışma alanı genişletilebilir ve karşılaştırma yapılabilir. Ayrıca demografik özelliklerden daha fazla ifade seçilerek daha detaylı sonuçlara ulaşılabilir.

Bölgenin ulaşım konusunda altyapı yetersizlikleri giderilmeli ve Kapadokya bölgesi destinasyon alanının içine Hattuşa ve Şapinuva eklenerek genişletilmelidir. Yöre halkı farklı alanlarda da eğitime tabi tutularak turizm konusuyla bütünleştirilmelidir. Gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde tanıtımlar yapılmalıdır. Bölgenin doğal yapısı korunmalı, bölge halkı bilinçlendirilmeli böylece sürdürülebilirliği de sağlanmalıdır. Böylece Çorum İli 4 mevsim turist ağırlayabilen bir şehre dönüşecektir. Sonuç olarak turizmin ekonomik anlamda bir katma değer yaratması için yatırımlara ağırlık verilmeli, başlanan yatırımlar tamamlanmalı ve bu konuda kamu otoritelerinin öncelikli desteği de sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

Acar, N. ve Turan, A. (2016). Sağlık Çalışanlarının Sağlık Turizmi Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma: Ahi Evran Üniversitesi Eğitim ve Araştırma Hastanesi Çalışanları Örneği, *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 17 (1):17-36.

Akova, O. (2006). Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma, *Akademik İncelemeler Dergisi*, 2(1), <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/17882>, Erişim Tarihi: 16.07.2020.

Butler, R. W. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources, *Canadian Geographer* 24(1):5-12.

Doh, M. (2006). Change Through Tourism: Resident Perceptions of Tourism Development. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Texas A & M University, College Station, Texas.

- Gökmen, B., Şapcılar, M. C. ve Büyükşalvarcı, A. (2020). Turizm Fakültesi Akademisyenlerinin Sağlık Turizmine Yönelik Farkındalığının Değerlendirilmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 1180-1198.
- Gümüş, H. ve Özgül, S. A. (2017). Rekreasyon Alanı Kullanımına İlişkin Katılım Engelleri ve Tercih Etkenleri Ölçeklerinin Geliştirilmesi, *Journal of Human Science*, 14 (1): 865-882.
- Işık, C. ve Çalkın, Ö. (2016). Yerel Halkın Turizm Algısı: TRA2 Bölgesi Analizi, *IUJEAS*, 1(2): 19-48.
- Johnson, J. D., Snepenger, D. J., and Akis, S. (1994). Residents' Perceptions of Tourism Development, *Annals of Tourism Research*, 21(3):629-642.
- Kalaycı, Ş. (2014). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Asil Yayıncılık, Ankara.
- Mansuroğlu, S. (2006). Turizm gelişmelerine yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi: Akseki/Antalya Örneği, *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 19(1): 35-46.
- Marzuki, A. (2012). Local Residents' Perceptions towards Economic Impacts of Tourism Development in Phuket, *Tourism* 60 (2): 199 – 212, UDC: 338.481.2(593).
- Okuyucu, A. ve Somuncu, M. (2012). Kültürel Mirasın Korunması ve Turizm Amaçlı Kullanılmasında Yerel Halkın Algı ve Tutumlarının Belirlenmesi: Osmaneli İlçe Merkezi Örneği, *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 4 (1): 37-51.
- Özdemir, M. A. ve Kervankıran, İ. (2011), Turizm ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği, *Marmara Coğrafya Dergisi*, 24: 1-25, ISSN: ISSN:1303-2429.
- Öztürk, B., Özer. Ö. and Çalışkan, U. (2015). The Relationship between Local Residents' Perceptions of Tourism and Their Happiness: A case of Kuşadası. *Tourism Review*, 70 (3), 232-242.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2:183-195, file:///C:/Users/dekan/Downloads/2002-2-10.pdf, Erişim Tarihi:08.07.2020.
- Samuels, P. and Gilchrist, M. (2014). Paired Samples t-test, https://www.researchgate.net/publication/274635625_Paired_Samples_t-test, Erişim Tarihi: 05.10.2019.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, <https://www.ktb.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 16.07.2020.
- Tayfun, A. ve Kılıçlar, A. (2004). Turizmin Sosyal Etkileri ve Yerli Halkın Turiste Bakışı, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(1): 1-18.
- TTYD, <http://ttyd.org.tr/>, Erişim Tarihi: 08.07.2020.
- Türker, N., Selçuk, Ş. ve Özyıldırım, A. (2016). Turizmin Yerel Halkın Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (1), 1-13.
- Uslu, A. ve Kiper, T. (2006). Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı, *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 3 (3): 305-314.
- Ünal, Ç. ve Yücel, B. (2018). Kırsal Turizmin Geliştirilmesi ve Yönetilmesinde Yerel Halkın Algı ve Tutumları. Ödemiş/Birgi Örneği, *Doğu Coğrafya Dergisi*, Haziran, 23 (39): 113-130.

Yıldız, Çolak, E. ve Çalışkan U. (2018). Turizme Yakın ama Turizmden Uzak Yerel Halkın Turizme Bakışı: Muğla Menteşre İlçesi Örneği, *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2): 223-243.