



METROPOL SAKİNLERİNİN KIRSAL TURİZM ALGISI VE BEKLENTİLERİ: ANKARA ÖRNEĞİ

**2024
YÜKSEK LİSANS TEZİ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ**

Ayşenur KOÇOĞLU

**Tez Danışmanı
Doç. Dr. Hasan LÖK**

**METROPOL SAKINLERİNİN KIRSAL TURİZM ALGISI VE
BEKLENTİLERİ: ANKARA ÖRNEĞİ**

Ayşenur KOÇOĞLU

**Tez Danışmanı
Doç. Dr. Hasan LÖK**

**T.C.
Karabük Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında
Yüksek Lisans Tezi
Olarak Hazırlanmıştır**

**KARABÜK
Haziran 2024**

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	1
TEZ ONAY SAYFASI.....	4
DOĞRULUK BEYANI	5
ÖNSÖZ	6
ÖZ.....	7
ABSTRACT.....	8
ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ.....	9
ARCHIVE RECORD INFORMATION	10
KISALTMALAR	11
ARAŞTIRMANIN KONUSU	12
ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	12
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	13
ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ / PROBLEM	13
EVREN VE ÖRNEKLEM	15
KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER	15
GİRİŞ	16
1. BİRİNCİ BÖLÜM.....	18
TURİZM KAVRAMI VE TURİZM TÜRLERİ.....	18
1.1. Turizm Kavramı ve Özellikleri	18
1.2. Turizm Kavramının Dünya’da ve Türkiye’deki Gelişimi	19
1.2.1.Dünya’da Turizmin Gelişimi	19
1.2.2.Türkiye’de Turizmin Gelişimi	21
1.2.3.Günümüz Turizmi	22
1.3. Turizm Türleri.....	25
1.3.1.Kitle Turizmi	26

1.3.2. Alternatif Turizm.....	28
1.3.2.1. Macera Turizmi.....	30
1.3.2.2. Trekking (Doğa Yürüyüşü)	30
1.3.2.3. Sağlık ve Termal Turizm	30
1.3.2.4. Yayla Turizmi	31
1.3.2.5. Akarsu Turizmi	31
1.3.2.6. Mağara Turizmi.....	32
1.3.2.7. Av Turizmi	32
1.3.2.8. Kuş Gözlemciliği Turizmi.....	32
1.3.2.9. Çiftlik Turizmi.....	33
1.3.2.10. Agro Turizm (Tarım Turizmi)	33
1.3.2.11. Eko Turizm	34
1.3.2.12. Kırsal Turizm.....	34
2. İKİNCİ BÖLÜM	35
KIRSAL TURİZM, ÖNEMİ, ÖZELLİKLERİ, GELİŞİMİ, FAALİYETLERİ, ARZI ve TALEBİ ile ETKİLERİ.....	35
2.1. Kırsal Turizm.....	35
2.2. Kırsal Turizmin Önemi.....	38
2.3. Kırsal Turizmin Özellikleri	40
2.3.1. Kırsal Turizmin Konaklama Özellikleri.....	41
2.3.2. Kırsal Turizme Katılan Turistlerin Özellikleri.....	41
2.3.3. Kırsal Turizmde Faaliyet Gösteren İşletmelerin Özellikleri	42
2.4. Kırsal Turizmin Gelişme Nedenleri	43
2.4.1. Türkiye’de Kırsal Turizmin Gelişimi	44
2.5. Kırsal Turizm Faaliyetleri	45
2.6. Kırsal Turizmde Talep ve Arz.....	46
2.6.1. Kırsal Turizm Talebi	46
2.6.2. Kırsal Turizm Arzı	49
2.7. Kırsal Turizmin Etkileri	49
2.7.1. Kırsal Turizmin Ekonomik Etkileri.....	50
2.7.2. Kırsal Turizmin Çevresel Etkileri.....	51
2.7.3. Kırsal Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri.....	52
2.8. Kırsal Turizmin Sorunları.....	53

2.8.1. Çevresel Sorunlar.....	53
2.8.2. Sosyo-Kültürel Sorunlar	53
3. ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	55
ANKARA İLİ İLE İLGİLİ GENEL BİLGİLER VE ARAŞTIRMANIN ANALİZ VE BULGULARI.....	55
3.1. Araştırma Alanı	55
3.1.1. Ankara’da Turizm	56
3.2. Araştırma Verilerinin Analizi	57
3.3. Kırsal Turizm Algısına İlişkin Faktör Analizi.....	59
3.4. Kırsal Turizm Motivasyon Algısına İlişkin Faktör Analizi.....	60
3.5. Araştırma Bulguları	62
3.5.1. Metropol Sakinlerine İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler	62
3.5.2. Kırsal Turizm Algısının Tanımlayıcı Özelliklerle Karşılaştırılması...	64
3.5.3. Kırsal Turizm Motivasyonu ve Algısına Yönelik Korelasyon Analizi	70
SONUÇ	73
KAYNAKÇA.....	78
TABLolar LİSTESİ	85
ŞEKİLLER LİSTESİ	86
EKLER	87
Ek 1. Anket Formu	87
Ek 2. Etik Kurulu Kararı.....	90
Ek 3. Evren İçin Örneklem Büyüklüğü Tablosu	91
ÖZGEÇMİŞ	92

TEZ ONAY SAYFASI

Ayşenur KOÇOĞLU tarafından hazırlanan “METROPOL SAKİNLERİNİN KIRSAL TURİZME ALGISI VE BEKLENTİLERİ: ANKARA ÖRNEĞİ” başlıklı bu tezin Yüksek Lisans Tezi olarak uygun olduğunu onaylarım.

Doç. Dr. Hasan LÖK

.....

Tez Danışmanı, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Bu çalışma, jürimiz tarafından Oy Birliği ile Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir. 12/06/2024

Ünvanı, Adı SOYADI (Kurumu)

İmzası

Başkan : Prof. Dr. Nurettin AYAZ (KBÜ)

.....

Üye : Doç. Dr. Hasan LÖK (KBÜ)

.....

Üye : Doç. Dr. Ali İNANIR (MAKÜ)

.....

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

Doç. Dr. Zeynep ÖZCAN

.....

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

DOĞRULUK BEYANI

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

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

Adı Soyadı: Ayşenur KOÇOĞLU

İmza :

ÖNSÖZ

Son zamanlarda, kırsal turizme ilginin artması, insanların doğal ortamlara ve doğada vakit geçirmeye, doğada gerçekleştirilen faaliyetlere, sakinliğe ve doğal üretime de ihtiyaç duymasıyla birlikte kırsal turizm türü gelişmeye başlamıştır. Çiftlik evleri, bağ evleri, köy evleri, köy konakları, bungalovlar, hobi bahçeleri gibi seçeneklerin de çoğalmasıyla kırsal turizme talepte artış görülmektedir.

Tez konumu seçmemde ve ardından gelen yazım aşamasında desteğini, bilgilerini ve her türlü imkânı sağlayan Sayın Prof. Dr. Nurettin AYAZ'a, tez danışmanım Doç. Dr. Hasan LÖK'e saygılarımı sunuyorum ve zorlandığım her aşamada yardımını eksik etmeyen Arş. Gör. Burak PINAROĞLU'na, savunmamda jüri olarak katılım sağlayan Doç. Dr. Ali İNANIR'a teşekkür ederim.

Saygılarımla.

ÖZ

Günümüzde bireylerin monoton yaşam tarzlarından sıkılması, geleneksel deniz-kum-güneş tatillerine olan ilgilerinin azalması ve kalabalık ortamlardan kaçınma eğilimleri artmaktadır. Bu durum, bireyleri daha sakin, kendi başlarına faaliyet gösterebilecekleri alternatif tatil arayışlarına yöneltmiştir. Bu bağlamda, kırsal turizm kavramı ön plana çıkmaktadır. Kırsal turizm, doğal ve tarihî yerleri keşfetme, geleneksel kültürleri deneyimleme, bölgesel festivallere, fuarlara, yarışmalara ve köy düğünlerine katılma olanağı tanır ve gösteriştten uzak, doğayla iç içe ve açık hava faaliyetlerine odaklanır. Ayrıca, bireylerin tarımsal üretime dahil olmalarına ve bu süreçleri yakından gözlemlemelerine imkân sunmaktadır. Sonuç olarak, kırsal turizm, doğayla bütünleşme ve geleneksel yaşam biçimlerini deneyimleme arzusunu karşılayan önemli bir alternatif olarak öne çıkmaktadır. Bu tatil anlayışı, bireylerin sakin, huzurlu ve doğal bir ortamda yenilenmelerine olanak sağlamaktadır.

Bu araştırma, metropol olan Ankara ilinin kırsal bölgelerinde yaşayan halkın "kırsal turizmden beklentileri", "kırsal turizm algıları" ve "kırsal turizme katılım motivasyonları" temel alınarak yapılmıştır. Araştırma, Ankara'da yaşayan insanların kırsal turizme bakış açısını, bu tür turizm faaliyetlerine katılım düzeylerini ve bu faaliyetlerden ne tür beklentilere sahip olduklarını belirlemeyi amaçlamaktadır. Çalışma, metropol bir kentin kırsal turizme yönelik ilgisini ve bu alandaki potansiyelini ortaya koyarak önemli bulgular sunmayı hedeflemektedir.

Yöntem olarak nicel araştırma tekniği kullanılarak 409 kişi üzerinde gerçekleştirilen anket çalışmasında, kırsal turizmin metropol sakinleri tarafından nasıl algılandığı ve motivasyonları incelenmiştir. Soyut ve somut birçok kırsal çekiciliğin ekseninde gelişen kırsal turizmin, dört boyutta (keşfetme, bireysel deneyim, toplumsal bağları güçlendirme, rahatlama) değerlendirilmesi yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, "keşfetme" ve "bireysel deneyim" boyutlarında anlamlı bir farklılık tespit edilmezken, "toplumsal bağları güçlendirme" ve "rahatlama" boyutlarında anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kırsal Turizm; Kırsal Turizm Algısı; Kırsal Turizm Beklentisi

ABSTRACT

Nowadays, individuals are bored with their monotonous lifestyles, their interest in traditional sea-sand-sun holidays is decreasing, and their tendency to avoid crowded environments is increasing. This situation has led individuals to seek alternative holidays that are calmer and where they can hang out on their own. In this context, the concept of rural tourism comes to the fore. Rural tourism provides the opportunity to explore natural and historical places, experience traditional cultures, participate in regional festivals, fairs, competitions and village weddings, and focuses on low-key, nature-based and outdoor activities. It also allows individuals to be involved in agricultural production and observe these processes closely. As a result, rural tourism stands out as an important alternative that meets the desire to integrate with nature and experience traditional lifestyles. This holiday concept allows individuals to renew themselves in a calm, peaceful and natural environment.

This study was conducted based on the "expectations from rural tourism", "rural tourism perceptions" and "motivations for participation in rural tourism" of the people living in the rural areas of the metropolitan Ankara province. The research aims to determine the perspective of people living in Ankara on rural tourism, their level of participation in such tourism activities and what kind of expectations they have from these activities. The study aims to present important findings by revealing the interest of a metropolitan city in rural tourism and its potential in this field.

In this descriptive research conducted on 409 people using quantitative research technique as a method, how rural tourism is perceived by metropolitan residents and their motivations were examined. Rural tourism, which develops on the axis of many intangible and concrete rural attractions, has been evaluated in four dimensions (discovery, individual experience, strengthening social ties, relaxation). According to the research results, while no significant difference was detected in the "discovery" and "individual experience" dimensions, it was determined that there were significant differences in the "strengthening social ties" and "relaxation" dimensions.

Keywords: Rural Tourism; Rural Tourism Perception; Rural Tourism Prospects

ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ

Tezin Adı	Metropol Sakinlerinin Kırsal Turizme Algısı ve Beklentileri: Ankara Örneği
Tezin Yazarı	Ayşenur KOÇOĞLU
Tezin Danışmanı	Doç. Dr. Hasan LÖK
Tezin Derecesi	(Yüksek Lisans)
Tezin Tarihi	12.06.2024
Tezin Alanı	Turizm İşletmeciliği
Tezin Yeri	KBÜ/LEE
Tezin Sayfa Sayısı	93
Anahtar Kelimeler	Kırsal Turizm; Kırsal Turizm Algısı; Kırsal Turizm Beklentisi

ARCHIVE RECORD INFORMATION

Name of the Thesis	Rural Tourism Perception and Expectations of Metropolitan Residents: Ankara Case
Author of the Thesis	Ayşenur KOÇOĞLU
Advisor of the Thesis	Assoc. Prof. Dr. Hasan LÖK
Status of the Thesis	(Master's Degree)
Date of the Thesis	12.06.2024
Field of the Thesis	Department of Tourism Management
Place of the Thesis	UNIKA/IGP
Total Page Number	93
Keywords	Rural Tourism; Rural Tourism Perception; Rural Tourism Prospects

KISALTMALAR

WTTC	: Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi
WTO	: Dünya Turizm Örgütü
3S	: Deniz, Güneş, Kum Turizmi
3E	: Eğitim, Eğlence, Çevre Turizmi



ARAŞTIRMANIN KONUSU

Endüstri devrimi sonrasında artan boş zaman, gelir, ulaşım ve iletişimdeki gelişmelerin sonucu olarak turizm dünyada daha çok kabul görür hale gelmiştir. Günümüzde insanlar, endüstrileşmenin olumsuz sonuçlarının (kalabalık şehirler, gürültü, doğal alanların yok olması vb.) etkisinde rutinleşmiş hayatlarından sıkılmakta ve yaşadıkları yerlerin dışında olmak üzere özellikle daha sakin, doğayla iç içe olabilecekleri bölgelere ve eğlenceli faaliyetlere katılabilecekleri kırsal alanlara yönelmişlerdir. Bu hareketlilik literatürde “kırsal turizm” olarak adlandırılmıştır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 2).

Tarımın ağırlıklı olduğu ve nüfus yoğunluğunun az olduğu kırsal alanlar, doğal ve gelenekselliğini koruma özellikleri ile yoğun kent nüfusundan kaçma, ailesel sosyal bağları güçlendirme ve sakin bir ortamda dinlenmeyi önemseyen insanlar için kırsal turizm kapsamında her geçen gün önemini artırmaktadır (Soykan, 2004).

Bu çalışmada metropol kentlerde (iç içe geçmiş büyük kent ve banliyölerden oluşan, çevreye ve ülkeye göre kültür ve ekonomi yönünden en gelişmiş olan merkez şehir) yaşamakta olan insanların kırsal turizmi nasıl algıladıkları ve hangi motivasyonların (güdülerin) etkisinde kırsal turizme yöneldikleri konu edilmektedir.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Kırsal alanlarda gerçekleştirilen turistik deneyimlerin hepsini bir çatı altında birleştiren “kırsal turizm” oldukça önemli bir turizm çeşidi olarak popülaritesini artırmaktadır (Esengün vd., 2002). Şehir hayatı içerisinde yaşayan insanlar için kırsal bölgeler; eğlence amaçlı etkinlik ve günübirlik akraba ziyaretleri ile baskı ve stresten uzaklaşmada, bireylerin kendilerini özgür hissetmesinde oldukça popüler olup gittikçe önemsenmektedir (Soykan, 1999). Bununla birlikte kırsal yörelere ziyaretlerde çiftçiler tarafından üretilen mal ve hizmetler hem kırsalda yaşamakta olan insanlar hem de kırsal turistler için cezbedicidir (Akça, 2004).

Bu çalışmada soyut ve somut olarak birçok kırsal çekiciliğin ekseninde gelişen kırsal turizmin metropol sakinleri tarafından nasıl algılandığı ve hangi güdülerin

metropol sakinlerini kırsal alanlara yönlendirdiğine yönelik bir anlayış geliştirilmesi ve kırsal turizm algısı ve kırsal turizm motivasyonu ilişkisinin test edilmesi amaçlanmaktadır.

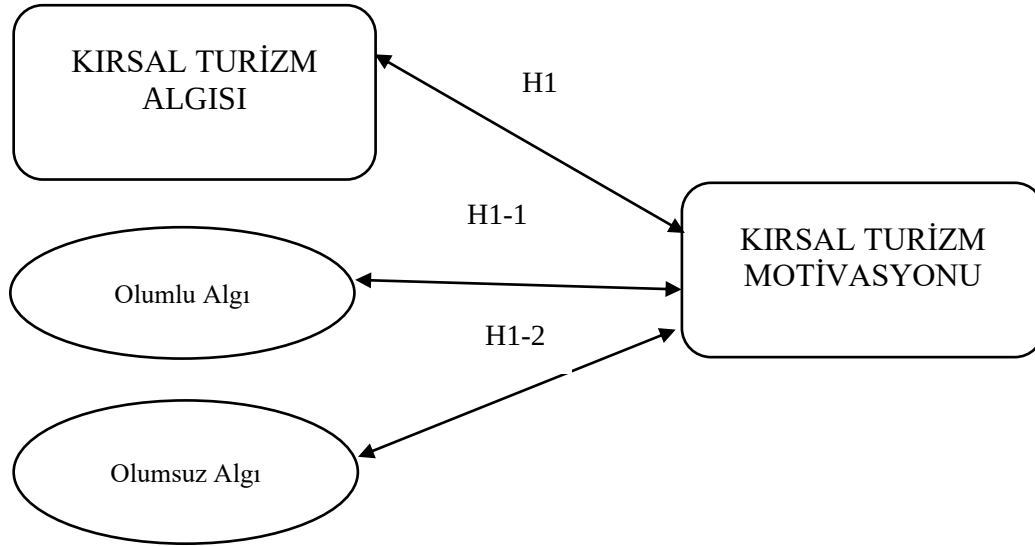
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma, metropol şehir olarak kabul edilen Ankara ilindeki insanların kırsal turizm algı ve kırsal turizme katılım güdülerini belirlemeye yönelik nicel tarama modeli üzerine kurgulanmış betimsel bir araştırmadır. Araştırmanın birincil verileri Ayaz ve arkadaşları (2012) tarafından gerçekleştirilen ve turizm eğitimi alan öğrencilerin kırsal turizm algısını ölçmeye yönelik akademisyen görüşünde hazırlanan araştırma ölçeğinden elde edilmiştir (Ek-1)

Bu çalışmada kullanılan araştırma ölçeği; kırsal turizm algısı ve kırsal turizm motivasyonu ölçeği olmak üzere iki bölüm olarak tasarlanmıştır. Anketin kişisel bilgiler bölümünde katılımcıların cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, statü durumu, aylık gelir durumu, Ankara ilinde ikamet süresi ve kırsal turizme katılma sıklığı yer almıştır. Kırsal turizm algısı ve kırsal turizm motivasyonu ölçeklerinde 5’li Likert tipi aralıklı ölçek kullanılmış ve grup aralıkları 1: Hiç Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kısmen Katılıyorum, 4: Katılıyorum ve 5: Tamamen Katılıyorum, şeklinde belirlenmiştir. Anket kolayda örneklem yöntemi ve yüz yüze görüşme tekniği kapsamında Ankara ilinde yaşamakta olan metropol sakinlerine Eylül-Aralık 2023 döneminde uygulanmıştır.

ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ / PROBLEM

Bu tez çalışmasında metropol sakinlerinin kırsal turizm algısı ile kırsal turizme katılım motivasyonları arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda çalışmanın problemi “*kırsal turizm algısı ile kırsal turizme katılım motivasyonları ilişkisi*” olarak kabul edilmiştir. Bu problem etrafında araştırma için model, hipotez ve sorular şu şekilde öngörülmüştür:



Şekil 1. Araştırma modeli

H1: Metropol sakinlerinin kırsal turizm algısı ile kırsal turizme katılım motivasyonları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H1-1: Metropol sakinlerinin olumlu kırsal turizm algısı ile kırsal turizme katılım motivasyonları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H1-2: Metropol sakinlerinin olumsuz kırsal turizm algısı ile kırsal turizme katılım motivasyonları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Bu çalışma da test edilmesi öngörülen araştırma hipotezlerine ek olarak şu araştırma sorularına da cevaplar aranmıştır.

-Metropol sakinlerinin olumlu kırsal turizm algısı ile tanımlayıcı özellikleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Metropol sakinlerinin olumsuz kırsal turizm algısı ile tanımlayıcı özellikleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Metropol sakinlerinin keşfetme motivasyonu ile tanımlayıcı özellikleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Metropol sakinlerinin bireysel deneyim motivasyonu ile tanımlayıcı özellikleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Metropol sakinlerinin toplumsal bağ motivasyonu ile tanımlayıcı özellikleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Metropol sakinlerinin rahatlama motivasyonu ile tanımlayıcı özellikleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

EVREN VE ÖRNEKLEM

Bu araştırma için evren Ankara ilinde yaşamakta olan metropol sakinleri kabul edilmiştir. TÜİK 2024 verilerine göre Ankara ili nüfusu 5.803.000 kişi olarak gösterilmektedir (<https://tuik.gov.tr>).

Ulaşılabilirlik zaman, maliyet ve unsurları kapsamında örnekleme başvurulmuştur. Örneklem büyüklüğünde Sekeran (2003) tarafından geliştirilen ölçek esas alınmıştır ± 5 güven aralığında Z değeri 1,96 olmak koşuluyla örneklem büyüklüğü 384 kişi olarak saptanmıştır. Çalışma, Eylül-Aralık 2023 döneminde 409 metropol sakini üzerinde gerçekleştirilmiştir.

KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER

Kırsal turizm algısı ile kırsal turizme katılım motivasyonları ilişkisinin ölçülmesi üzerine kurulu bu çalışmada sınırlılık ve karşılaşılan güçlükler şu şekilde öngörülmüştür:

-Araştırma, anket içerisinde yer alan kırsal turizm algısı ve kırsal turizm motivasyonlarına yönelik sorularla sınırlıdır.

-Araştırma, Eylül-Aralık 2023 dönemi içerisindeki metropol sakinlerinin görüşleri ile sınırlıdır.

-Araştırmada metropol sakinlerinin anket doldurmaya yönelik isteksizlikleri temel güçlük olarak öngörülmüştür.

GİRİŞ

Literatürde ‘kırsal alan’, ‘kırsal turizm’ başlığı incelendiğinde, konu hakkında farklı kavramların kullanıldığına rastlanmaktadır (Ongun, 2015: 78). Bu kavramlar ülkeler, bölgeler arası farklılık göstermekte ve köy turizmi, tarım turizmi, çiftlik turizmi, kırsal turizm ve alternatif turizm (Şerefoğlu, 2009: 25) olarak ifade edilmektedir. Bazı kaynaklarda ise, eko turizm, yayla turizmi veya dağ turizmi olarak da adlandırmışlardır. Bu farklılıkların ana nedeni kırsal turizm kavramı ile ilgili ortak bir tanımda buluşulamamış olması ve ek olarak, ülkeler arası gelişim düzeylerinin farklı olması şeklinde ifade edilmiştir (Ayaz, 2012: 43).

Endüstri devriminden sonra boş zamanın artması, gelir düzeyinin yükselmesi, ulaşım ve iletişimde gerçekleşen gelişim, turizmi dünyada önemli bir konuma getirmiştir. Günümüzde insanlar, kalabalık şehirler, gürültü, doğal alanların yok olması vb. etkilerden bunalmış, belirli bir rutine oturmuş hayatlarından sıkılmış ve yaşadıkları bölgelerin haricinde farklılık arayışına bürünmüşlerdir. Bu farklılık arayışının temelinde sessiz-sakin ortamlar, doğal yaşamı hissedebilecekleri bölgeler ve bununla beraber eğlenip keyif alabilecekleri faaliyetleri barındıran kırsal alanlara yönelmişlerdir. Bu hareketlilik literatürde kırsal turizm olarak adlandırılmaktadır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 2).

Kırsal alanlar coğrafi bölgelerde, kültürel ve doğal yapılarıyla, kentli bireylerin eğlence ihtiyacına, geçmişten günümüze kadar karşılık vermeye çalışmaktadır. Kentli bireyler, genellikle kırsal bölgelere, günübirlik akraba ziyaretleri için gelirlerken, bu ziyaretler sürecinde kırsal yaşamın onlar için çekici bir hal alması, stres, gerginlik, yorgunluk, bunalma gibi olumsuz etki oluşturabilecek herhangi bir etkenin olmaması ve bununla birlikte bireylerin kendilerini özgür hissedebilecekleri ortama olanak sağlaması, hafta sonlarını, yıllık izin tatillerini rahatlıkla değerlendirebilecekleri “kırsal turizm” türünün doğmasına olanak sağlamıştır (Soykan, 1999: 68).

Bu çalışmada; kırsal turizm kavramının metropol sakinleri üzerindeki algısı, beklentileri, motivasyon güdülerinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Metropol olarak, kırsal bölgede yer alan Ankara ili ele alınmış, bölgede ikamet etmekte olan yerel halkın kırsal turizm denilince ne anladıkları, kırsal turizmden ne bekledikleri ve kırsal turizm

kapsamında hangi faaliyetlere katıldıkları incelenmiştir. Çalışmanın birinci bölümünde genel turizm kavramına değinilmiş olup, ikinci bölümde ana konu olan, kırsal turizme detaylı olarak yer verilmiştir ve son olarak üçüncü bölümde ise; Ankara ili ile ilgili genel bilgiler ve yapılan çalışmanın veri analizlerine ve bulgularına yer verilmiştir.



1. BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM KAVRAMI VE TURİZM TÜRLERİ

Bu bölümde turizmin kavramı, tanımı, özellikleri ve turizm kavramının Dünya ve Türkiye'deki gelişiminden ve son olarak turizm türlerinden kısaca bahsedilecektir.

1.1. Turizm Kavramı ve Özellikleri

Latince'de turizmin kelime anlamı dolaşmak, ikamet edilen bölgeye geri dönmek anlamlarına gelen "tornus" kökünden geldiği söylenmektedir (Sezgin, 2001: 13). 1905 yılında ilk olarak Guyer-Feular tarafından tanımlanan turizm; zamanla değişen hava koşulları ile birlikte insanların çalışma hayatından uzaklaşmak adına yaptıkları dinlenme ihtiyaçları, doğanın sanatla olan muhteşem uyumuna tanıklık etme isteği, bu muhteşem uyumun insanlar üzerinde etkisi olan mutluluk hissine dayanan ve ayrıca ticaret ve sanayinin de gelişmesiyle birlikte ulaşım araçlarının kullanıma hazır hale getirilmesi durumu göz önünde bulundurulduğunda ulaşımın kolaylaştırılmasının bir sonucu olarak, ulusal ve toplumsal anlamda daha fazla kaynaşılma ve bu kaynaşmalara imkan sağlayan modern çağın getirdiği bir olgudur (Kozak vd., 2000: 1).

Bir başka tanımda ise turizm, insanların ikamet ettiği bölgeden, devamlı kalmamak, ticaret gibi maddi kazanç elde etmemek; iş seyahatleri gerçekleştirmek, tarihi bölgelere merak duymak, dini yapıları ziyaret etmek, sağlık açısından önemli olan alanlardan hizmet almak, spor faaliyetlerine katılmak, dinlenmek, kültürel olarak zenginleşmek, aile ziyaretleri, toplantılar ve iş seyahatleri kapsamında yürütülen seminerlere katılmak gibi amaçlarla, bireysel veya kalabalık gruplar halinde yaptıkları destinasyonlar ve bu destinasyonlarda yapılacak olan konaklama, yeme-içme, eğlence vb. faaliyetlerin yirmi dört saatten az olmamak şartıyla kabul edilen sosyal bir olgudur (Sağcan, 1986: 80).

Dünya Turizm Örgütü'nün(WTO) yapmış olduğu tanıma göre ise turizm; insanların tüketim amacı güderek ikamet ettikleri bölgenin dışını merak etmeleri, iş seyahati gerçekleştirmeleri, eğlenebilecekleri eğlence mekanları, dini keşifler, sağlık hizmetleri, dinlenip tatil yapabilecekleri, sportif aktivitelere katılabilecekleri, hem genel kültür bilgisine katkı sağlayabilecek hem aile-akraba gibi ziyaretleri gerçekleştirebilecekleri, toplantılar ve ilgi çekici seminerlere katılabilecekleri bireysel

ya da topluluk halinde yapılabilecek seyahatlere ve yapılan bu seyahatlerin yirmi dört saatten fazla veyahut en az bir gece konaklama ve seyahat eylemlerinde bulunmaları olarak ele almıştır (Bıçkıcı vd., 2013: 50). Yapılan tanımlara bakılarak KOZAK, Nazmi vd. (2000) turizmin özelliklerini altı madde olarak ele almıştır. Bunlar:

- Seyahatin devamlı ikamet edilen, çalışma hayatı ve günlük gereksinimlerin karşılandığı yerler dışında gerçekleşmesi ve tamamıyla tüketici konumunda olunması,
- Seyahat edilen bölgeye yerleşme ya da göç etme biçiminde olmaması,
- Konaklama süresi boyunca turizm şirketlerinin sundukları ürün ve hizmetlerin kullanılması,
- Konaklamanın 24 saatten fazla ve kalıcı olmaması,
- Seyahat etme amacının gelir elde etmek değil, tüketim yapmak olması,
- Yapılan seyahat ve konaklamanın insanların boş zamanlarında yapılmasıdır.

Çok yönlü özelliğe sahip olan turizm benzer aktivitelerle karıştırılmasından dolayı kesin bir tanım yapılabilmesi durumunu zorlaştırmaktadır (Dinçer, 1993: 103). Turizm olgusunu tam anlamıyla anlayıp ve değerlendirebilmek için tarihsel gelişimine göz atmakta fayda vardır (Kahraman ve Türkay, 2012: 2).

1.2. Turizm Kavramının Dünya’da ve Türkiye’deki Gelişimi

Disiplinler arası bir yapıya sahip olmasıyla bilinen turizm ekonomik, politik, doğal ve toplumsal nedenler dolayısıyla hassas bir özelliğe sahiptir. İlk zamanlarda turizmin oluşması ile ilgili toplumsal unsurlar daha etkili olurken, ilerleyen zamanlarda ekonomik ve politik nedenler daha ön plana çıkmaya başlamıştır (Kozak vd., 2015: 49-55).

1.2.1. Dünya’da Turizmin Gelişimi

İnsanlığın doğuşundan bugüne kadar devamlı bir seyahat hareketi mevcuttur (Bayer, 1997: 11). Bu konu üzerine yapılan araştırmalar sonucunda bilim insanları, turizm kavramının tarihsel gelişiminin, tekerlek ve yazıyı keşfeden Sümerlere dayandığını öne sürmüşlerdir (Kozak vd., 2015: 49-55). Sümerlerin tekerleği icadı bu

seyahat hareketliliğinde yaygınlaşmaya neden olmuştur (Bayer,1997: 11). Bu seyahatlerin çoğu nedeni ticaret ve dini amaç olurken, birkaçı da sağlıkla ilgili olmuştur (Kozak vd., 2015: 49-55). İlk yıllarda yiyecek-içecek alış-verişi takas yoluyla yapılırken yol kenarlarına da konaklama işletmeleri kurulmuştur. Yaygınlaşan seyahat hareketliliği sebebiyle gezgin topluluklar oluşmuş, bu toplulukların ilgisi yoğun bir şekilde Mısır'a kaymıştır. Mısır, piramitleri ve tapınakları nedeniyle gezginlerin uğrak noktalarından biri haline gelmiştir. Bu dönemde gezginler için güvenlik önlemleri alınmış, dinlenmeleri için konaklama evleri ve Babil Krallığına bahçeler yapılmıştır (Bayer,1997: 11).

Eski Yunan döneminde ise modern turizm algısı yoğun ilgi görmeye başlamış, M.Ö. 700'lü yıllarda olimpiyat oyunlarının var olmasıyla birlikte "Dünyada turizmin gelişimi" açısından tarihe önemli noktada giriş yapmıştır (Kozak vd., 2015: 49-55). Seyahatlerin gelişmesinde önemli bir yere sahip olan hanlar ve tavernalar Romalıların eserleridir. Bu süreçte Hristiyanlık dönemine ait yol kenarlarına yapılan manastırlar konaklama ve yiyecek-içecek ihtiyaçlarının giderilmesi amacıyla kullanılmıştır. Ticaretin gelişmesiyle birlikte İpek Yolu hareketlenmiş bu hareketlilik konaklama ve yiyecek-içecek tesislerinin artmasına öncülük etmiştir. Sürecin devamında ise buhar gücünden yararlanılması ile birlikte ulaşım araçları kullanılmaya başlanmış ve gezginler için yol süresi kısalmış buna bağlı olarak seyahat sayılarında artış olmuştur (Hacıoğlu, 2019).

Orta Çağ döneminde tüm sosyo-kültürel ve ekonomik yaşantı dinin etkisinde kalmış bu bağlamda bilimin dine hizmet etmesi durumu ortaya çıkmıştır. Dinin bu kadar etkili olduğu bu dönemde geziler, seyahatler, hac ibadetini gerçekleştirmek amacıyla kutsal mekanlara yapılan ziyaretleri kapsamaktadır (Öztaş ve Karabulut, 2006: 2). Dini amaçlarla yapılan hac ziyaretleri inanç turizminin de temelini oluşturmuştur. Bu süreçte ise din mensuplarına hizmet amaçlı bakım evleri kurulmuş ve ticaret yapabilmek amacıyla da Kervansaraylar yapılmıştır (Bastem, 1997: 6). Müslümanlığın yayılmasıyla birlikte bir diğer hareketlilik başlamış, Müslümanlıkta kutsal olan yerler her yıl ziyaret edilmeye başlanmıştır (Toskay, 1983: 82).

Tarihte turizme yön veren ve istatistiksel olarak kayıtlarda turizmi önemsediği bilinen ilk ülke İngiltere'dir (Barut, 2013: 10). Turizm endüstrisi realist anlamda yapı

değiştirmeye kitle turizmi ile başlamıştır. Bu vesileyle konaklama tesislerinde artış görülmüş uçak seyahatlerinde fiyatlar ucuzlamıştır (Sayılan, 2007: 55).

1.2.2. Türkiye’de Turizmin Gelişimi

Eski Çağlardan beri coğrafi konumunun elverişli olmasından dolayı Türkiye birçok seyahate ev sahipliği yapmıştır (Çavuş vd., 2013: 4). Türkiye’de faaliyet gösteren ilk organizasyon 1923-1962 yılları arasında bir grup aydın tarafından kurulan “Seyyahin Cemiyeti”dir. İlerleyen zamanlarda bu cemiyetin adı sırasıyla, “Türkiye Turing Kulübü”, “Türkiye Turing ve Otomobil Kulübü” olarak değişiklik göstermiştir. Bu kulübün çalışmaları sonucunda Türkiye ile ilgili ilk turizm bilgileri, ilk yol haritaları, ilk poster/afişleri bastırılmış, ilk rehberlik ve tercümanlık sınavları yapılmış ve Türkiye’deki turizm ile ilgili ilkler incelenmiştir (Yıldız, 2011: 58). Turistler

Türkiye’de turizm 1963 yılında önemli bir hareketlilik kazanmasına rağmen bu hareketliliğin istenilen büyüklüğe ulaşması 1980’li yıllara kadar sürmüştür (Çavuş vd., 2013: 4). 1980’deki beklenen hareketlilik Turizm Endüstrisi için büyük bir adımdır. Bu adım sonrasında Türkiye ekonomisi için turizm önemli alt sektörlerden biri haline gelmiştir. Bu gelişme sayesinde sosyo-kültürel ve ekonomik etkiler pozitif yönde ivme kazanmıştır (Aktaş, 2005: 165).

1980-82 yıllarında kanuni düzenlemeler yapılmış, bu kanuni düzenlemeler Türkiye’de turizmin gelişmesine yönelik olan çok önemli çalışmalardır. Bu çalışmalar yapılana kadar gerek turist çeken yerlerde olsun gerekse kıyı bölgelerde olsun çevre planlaması, alt yapı çalışmaları ve teşvik için veriler kredi imkanlarına rağmen istenilen kapasiteye ulaşılamamıştır. 1982 yılında çıkarılan “Turizm Teşvik Kanunu” turizmin gelişmesinde ve istenilen seviyeye ulaşmasında önemli bir dönüm noktası olmuştur. Çıkarılan bu teşvik kanunu turizm bölgelerinin, alanlarının ve bölgelerinin ilanları ve bu ilanlarda belirtilen yerlerde bulunan arazilerin Turizm Bakanlığı’na tahsis edilmesi öngörülmüştür. Bir yandan da 1983 yılında çıkan yeni bir yönetmelik ile birlikte turizm bölgeleri ve içinde bulunan bu arazilerin yerli ve yabancı turistlere devredilmesi veya 49 yıllığına kiralanması yatırımcılar için büyük imkân sağlamıştır (Sayılan, 2007: 71).

Dünyada turizme verilen önemin artması Türkiye’deki turizme olumlu yansımış, Türkiye turistler için tercih edilen bir turizm destinasyonu haline gelmiştir. Bu turistik

tercihler turizm gelirlerinde de pozitif yönde etkili olmuştur (Erkan vd., 2013: 8). Turizme verilen önem zaman içerisinde artış göstermiş, kriz dönemlerinde dahi teşvik kanunları çıkarılmıştır. Bu durum turizmin gelişimine önemli ölçüde katkı sağlamıştır. 2000’li yıllarda turizm pazarlamasına yönelik adımlar atılmış bu adımlarla birlikte fiziki çevre, sit alanları ve tarih açısından önemli olan mekanlar korumaya alınmış, turizm çeşitliliği sağlanarak KOBİ’lerin desteklenmesi amaçlanmıştır (Barut, 2013: 15).

2000’li yıllardan sonra Dünyada turizm açısından büyük değişimler yaşanmış bu değişimler trendleri de etkilemiştir. Klasikleşen deniz-kum-güneş turizminin yerini tarih, sağlık, kültür, eğlence ve heyecan, yatçılık gibi alternatif turizm faaliyetleri almaya başlamıştır. Böylelikle turizmde gelişen bu değişim turizm faaliyetlerini kıyılardan tüm ülkeye yaymış sadece yaz değil yıl boyunca her sezon için hareketlilik katmıştır (Şahin, 2017: 18).

1.2.3. Günümüz Turizmi

Modern turizmin başlangıcı olarak 1918-1920 yılları kabul edilmektedir. Turizm bu dönemde motel, otel, plajlar, eğlence, ulaşım araçları ve yolları, spor alanları, konaklama işletmeleri ve tüm alt yapısıyla büyük bir sektör haline gelmiştir (Albayrak, 2013: 4). Endüstri devrimi ile birlikte günümüz turizm anlayışı başlamıştır. Bu bağlamda belirtilen endüstri devrimi hem insanların üzerinde (Usta, 1988: 6) hem de teknoloji alanında gelişme ve ilerlemeye etki etmiştir. Turizmin makineleşmesi, fabrika sanayilerinin kurulması, kentlere olan göçün başlamasına öncülük etmiş, şehirler metropolleşmiş, matbaanın kullanımı artmış ve basılı eser sayısı çoğalmıştır. Tüm bu olaylar milli gelirin artmasına katkı sağlamış, bu durum alım gücüne etki ederek tüketimi arttırmıştır. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte endüstri devriminin bir sonucu olarak insan yaşamında boş zaman algısı oluşmuş buna bağlı olarak turizmde gelişme sağlanmıştır. Turizmin bu denli gelişimi sayesinde burjuva ve zengin kesimin yanı sıra orta tabaka sınıf olarak belirtilen halk da turizm hareketlerinde etkili olmaya başlamıştır (Durgun, 2010: 77).

Gelirin düzenli olarak artışı, insanların satın alma gücünün de artmasına neden olmuş ve bireylerin yaşam düzeylerinde değişim ve artış gözlemlenmiş, bu durum sonucunda turizm için ayrılan pay da artmıştır (Olalı ve Timur, 1988: 421). İnsan haklarının içerik kazanmasıyla günümüzde turizm anlayışı oluşmuştur. Seyahat

özgürlüğü, ücretli tatil haklarının olması ve sosyal güvenlik sistemlerinin işlerlik kazanması turizmin gelişmesine katkı sağlamış, bununla birlikte kentleşme olgusu ve sosyal, ekonomik etmenler de günümüz turizm anlayışını oluşturmuştur (Hussein ve Saç, 2008: 3).

Dünya nüfusunun artmasıyla, sosyal ve ekonomik refah düzeyi ile kişisel gelirler yükselmiş, iletişim teknolojisi gelişmiş, tur organizatörlerinde ve konaklama işletmelerinde artış yaşanmıştır. Bu durum turizmin daha geniş kitlelere yayılmasına neden olmuş ve katılımda artış gözlenmiştir. Bu artış 1960’larda başlayıp 73-74 yıllarında meydana gelen petrol bunalımına ve dünya çapındaki durağanlığa rağmen yükselmeye devam etmiştir. Dünya turizmi 80’li yılların başında bir duraklama süreci yaşamış, bu süreç sonrasında yeniden büyüme hareketliliği başlamış ve o yıllara göre %5’lik büyüme hızıyla dünya ticaretinin hacminden daha hızlı bir büyüme artışı göstermiştir (Barutçugil, 1989: 45).

Dünyada turizm ikinci dünya savaşına kadar, Avrupa, Akdeniz ülkeleri ve Kuzey Amerika ile sınırlı iken, son 50-60 yıl içerisinde turizm hacmindeki toplam oran olağanüstü bir büyüme gerçekleştirmiş ve dünya üzerinde bulunan tüm ülkelere yayılım göstermiştir (Durgun, 2010: 78). Bu devam eden artışlar sayesinde turizm, dünya ticaretinde üçüncü sıraya gelmiştir (Yıldız, 2007: 154).

Küreselleşme sayesinde sınırlar ortadan kalkmış, dünya küçülmüş ve bu sayede insanlar uzak mesafelere seyahat etmeye başlamıştır (Morgül, 2006: 9). Yirminci yüzyılda boş zaman algısını ve tatil ihtiyacını sosyal hak kabul eden ülkeler, ücretli yıllık izin hakkını yürürlüğe koymuşlar ve turizm hareketinin pozitif yönde gelişmesine katkı sağlamışlardır (İlkin ve Dinçer, 1991: 6). Bu gelişimin neden olduğu başlıca etkenler, harcanabilir bireysel gelirin turizme ayrılan payında artış ve ulaşım ve iletişim teknolojilerini etkileyen hızlı yükseliştir (Kotler vd., 2010: 10). Bunun yanı sıra bireylerin tercihlerinde değişimler meydana gelmiştir. Bu değişimler, yeni yerleri keşfetmek, ziyaret etmek ve kültürleri tanımak istemeleridir. Tablo 1’de Uluslararası Turizm Trafikğine yer verilmiştir.

Tablo 1. Uluslararası turizm trafiği

Gelişmiş Ülkelerden	Gelişmiş Ülkelere
Gelişmiş Ülkelerden	Gelişmekte Olan Ülkelere
Gelişmekte Olan Ülkelerden	Gelişmiş Ülkelere
Amerika'dan	Avrupa'ya
Kuzey ve Batı Avrupa'dan	Akdeniz Bölgesine
Orta Avrupa'dan	Asya Pasifik Bölgesine
Sanayi Bölgelerinden	Deniz Kıyılarına

Kaynak: Çeken, 2003.

Günümüzde turizm, ülkeler için gelir kaynağı olurken bir yandan da uluslararası ticaretin gelişmesinde, günümüz insanının yaşam felsefesinin değişmesinde ve buna bağlı olarak yaşam standartlarının yükselmesinde de etkili olmuş, turizm faaliyetlerine katılım oranındaki artışla önemli bir sektör seviyesine yükselmiştir (Çeken vd., 2009: 22).

Turizm sektörü birçok insan için üreticilik ya da tüketicilik açısından etkili olmuştur. Bu duruma sebep olan olgu, turizm sektörünün birçok alanla ilişkili olmasıdır. Bu bakımdan turizmi sadece seyahat ve konaklama olarak ele almamak gerekir. Turistler, seyahat ve konaklama dışında yeme-içme, hediyelik eşya alma vb. gibi harcamalarda da bulunabilmektedir. Ülke ya da bölge ziyaretinde bulunan bir turist, yapmış olduğu herhangi bir harcamada turizm dışında bir alanı canlandırmaktadır (Arslan, 2003:30). Ekonomik, teknolojik ve sosyal yaşam standartlarında gözlemlenen iyileşmeler ve küreselleşme ile ortaya çıkan seyahat serbestliği, uluslararası turizm faaliyetlerini önemli derecede etkileyen faktörlerdir. Bu değişimler yalnızca seyahat sayılarındaki artışa değil bununla birlikte nitelik bakımından da değişiklik göstermesine neden olmuştur (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 1).

Bu bağlamda yıllar içerisinde turizmin gelişimi, değişimi, iyileşmesi, büyümesi gözlemlenmiştir. Yapılan araştırmalara göre, turizm zaman içerisinde seyahat ve konaklama algısının dışına çıkmıştır. Önce köylerden kentlere sonrasında ise küreselleşmenin de etkisiyle uluslararası seyahatler yapılmaya başlanmıştır. Süreç böyle ilerlerken turizmde çeşitlilik artmıştır.

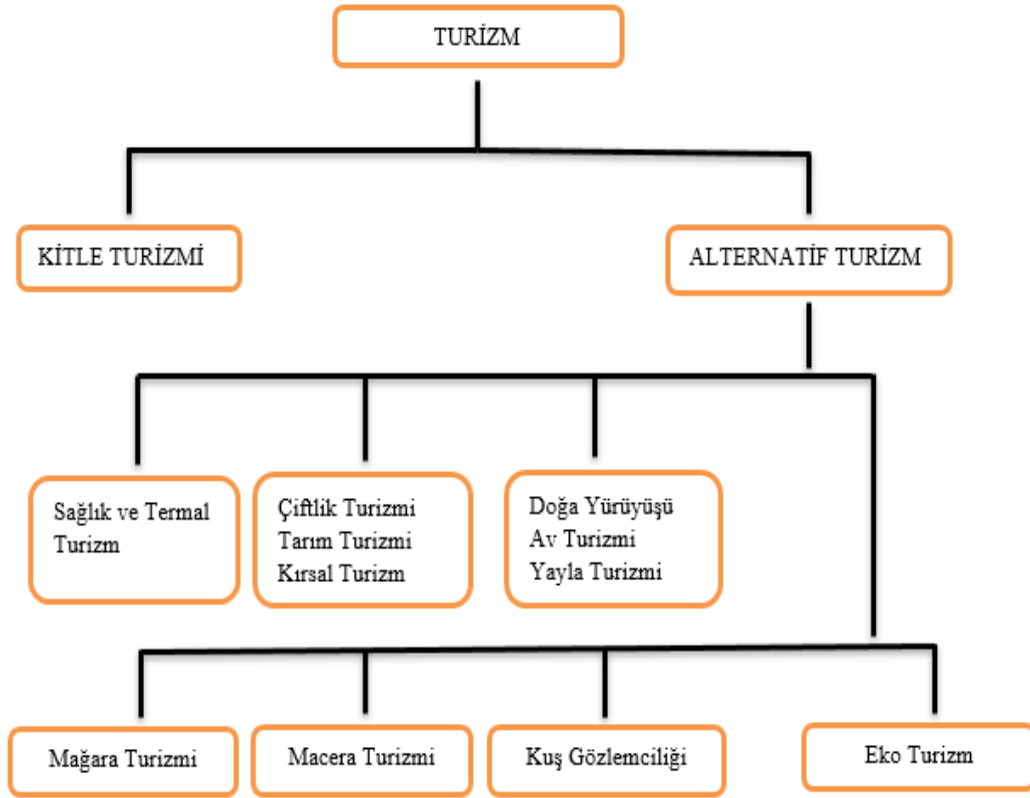
1.3. Turizm Türleri

Literatür taramalarında turizmin çeşitliliği ile ilgili birbirinden farklı birçok sınıflandırmanın yapıldığı görülmektedir. Yapılan sınıflandırmalar, katılan kişi sayılarına, katılanların yaşına, sosyo-ekonomik durumuna, katılım süresine, seyahat etme amaçlarına bakılarak, mevsimsel ve turizm hareketinin öznesi olarak ele alınmıştır (Hussein ve Saç, 2008: 9-41; Kozak vd., 2014: 11-17).

Bu bağlamda, “bir destinasyona yapılan kısa süreli geziler” tanımına göre turizm, sürdürülebilir unsurlara bakıldığında kitle ve alternatif turizm olacak şekilde iki başlık altında incelemek gereklidir (Newsome vd., 2002: 11). Bunun sebebi ise, turizm çeşitleri birbiri ile yakın ilişkili ve kendi aralarında net olarak ayrılmamalarıdır (Kozak vd., 2014: 11).

Turizmin sınıflandırılması hakkında birden fazla çeşitlendirme olması durumuna karşılık bu çalışmada, turizm türlerini Tablo 2’deki gibi kitle ve alternatif turizm olacak şekilde iki başlık altında toplamamanın uygun olacağı düşünülmüştür (Ongun, 2015: 37).

Tablo 2. Turizmin Sınıflandırılması



Kaynak: Newsome vd., 2002: 11.

Kitle turizmi, kültürel ve çevresel faaliyetlerin az olduğu ve yerel kültüre etkisi olmayan daha çok, kendi kültürlerini arayan kalabalık insan topluluğunun bir araya geldiği bir yapıdır. Alternatif turizm ise, özel ilgi alanları olan turistlerin, güvenilir bir turizm çeşidi olarak gördüğü aynı zamanda da kişisel bir turizm türüdür (Şerefoğlu, 2009: 26).

1.3.1. Kitle Turizmi

Kitle turizmi, yirminci yüzyılın başlarında turizm sektörü için bir başlangıç olarak kabul edilmiş, 1960'lı yıllarda işçi ve orta tabaka sınıf insanların öncü olduğu bir turizm türüdür (Ongun, 2015: 37).

Kitle Turizmi; kalabalık toplulukların genel olarak kısa zaman içerisinde kısıt mekanlarda inşa edilen otel, tatil köyü gibi işletmelerde konaklama, yeme-içme, gezme, eğlenme ve para harcamaya dayalı tüketimin yoğun olduğu faaliyetler bütünüdür (Ovalı,

2007: 65). Ulaşım, konaklama, yeme-içme gibi bileşenlerin paket turlarla birleştirilmesi satın alma gücünde avantaj oluşturmuştur. Bu avantajlı durum niteliğinde kitleler için seyahatler daha ucuza mal olmuş, satın alma kolaylığı sağlamış ve bu sayede kitle turizmi büyük bir ivme kazanmıştır (Uçar, 2010: 7).

Uluslararası kitle turizminde hızlı gelişim nedenlerinden bahsedecek olursak (İlkin ve Dinçer, 1991: 5):

- Boş zaman artışı, ücretli tatil hakkı sisteminin yaygınlaşması,
- Gelir artışları,
- Gelirlerin bireysel arasında dengeli şekilde dağılması,
- Araçların gelişmesi, hızın, konforun artması,
- Dünya genelinde ortak dillerin ve paraların (Dolar, Euro) kullanımının yaygınlaşması,
- Uluslararası barışın hız kazanması,
- Teknolojinin hızlı gelişmesi,
- Havayolu sektörünün gelişmesi
- Turizm bilincinin gelişmesi,
- Konaklama işletmelerinin yaygınlaşması ve çeşitliliği,
- Tanıtım, reklam, halkla ilişkiler faaliyetlerinin etkisi,
- İkinci konutların yaygınlaşması,
- Belirli turistik bölgelerin popüler olması,
- Toplumlarda tatil düşüncesinin yaygınlaşması,
- Paket turların ortaya çıkması ve kabul görmesi,
- Kitle haber araçlarının çoğalması,
- Liberalleşme eğilimlerinin artması, sınır formalitelerinin azalması.

Bu belirtilen etkilere rağmen, kitle turizminin bu denli hızlı gelişim göstermesinin asıl nedenleri olarak, Batı Avrupa ülkeleri, Kuzey Amerika, Japonya vb. gibi pek çok ülke olmak üzere, bireylerin ekonomik olarak refah düzeylerinde artış, ulaşım imkanlarında kolaylık olmasından dolayı boş zamanlarının fazlalaşması olarak bakılabilmektedir (Sargın, 2006: 1).

Kitle turizmi bahsedilen olumlu gelişimlerin yanı sıra, olumsuz bazı değişimlere de sebep olmuştur. Turistik bölgelerde kaynakların kirlenmesi, bu kirlenen kaynakların

tükenme tehlikesiyle karşı karşıya kalmasına neden olmuştur. Betonlaşma ile görsel kirlilik, kalabalık insan toplulukları ve bölgedeki kaynakların hor kullanılması da çevre kirliliğine, buna bağlı olarak bazı türlerin yok olması ve doğal dengenin tahrip olması gibi durumlara neden olmuştur (Ovalı, 2007: 65). Turizmin bu denli olumsuz etkilerinin olması, kitlelerin daha çok tüketime yönelmesinden kaynaklıdır. Kitle turizmi olarak adlandırılan bu kavram, yapıların plansız olması ve fazla alan kullanılmasından kaynaklı olarak telafi etmesi zor olacak olumsuzlukları ortaya çıkarmaktadır. Bu tür durumların artması, turistlerin arz-talep beklentileri doğrultusunda turizm farklılaşarak, alternatif turizm çeşitliliğini öne sürmüştür (Albayrak, 2013: 32).

1.3.2. Alternatif Turizm

Devamlı olarak artan rekabet, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeleri, turizm pazarı, daha fazla pay alabilme eğilimine itmektedir. Buna bağlı olarak durmaksızın değişiklik gösteren turist profilleri ve arz-talepleri gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ilgilenmesi gereken bir durumdur (Ongun, 2015: 40).

Bu değişim ile turizm anlayışı genişletilerek deniz, güneş, kum olarak bilinen 3S (Sea, Sun, Sand) klasiğinin yerine, eğitim, çevre turizmi ve eğlence olarak belirtilen 3E (Education, Environment, Entertainment) turizmine (Yeşiltaş vd., 2009: 251) ilgi gösterilmeye başlanmıştır.

Alternatif turizm, insanların klasik olan dinlenme ve eğlenme aktiviteleri istediğinin dışına çıkarak, farklı coğrafyalara sahip iklimleri hissetmek, değişik ekosistemlerin bulunduğu doğal dizaynı gözlemlemek, tarihi kültürlerin izlerini görmek, farklı kültürel, sportif faaliyetleri yaşamak ve bunları ekonomik bir şekilde gerçekleştirebilmek adına, yaşadıkları yerlerden farklı bölgelere yönelimlerinden ibarettir (Morgül, 2006: 17).

Tablo 3. Kitle turizmi ve alternatif turizmin karşılaştırılması

Kitle Turizmi	Alternatif Turizm
• Büyük ölçekli • Kontrolsüz • Plansız • Kısa dönem • Sahipsiz • Bedel bilincinde • Gelişme yönlü • Geniş gruplarla turistler • Hızlı ulaşım • İthal yaşam tarzı • Gürültülü turist imajı • Zayıf işçi eğitimi • Dağılmış gelişme • İthal geliştiriciler • En çok kapasite için inşa • Tarihin kaybı	• Küçük ölçekli • Kontrollü • Planlı • Uzun dönem • Bölgesel sahipleri ile • Değer bilincinde • İdareli, kontrollü gelişim • Makul küçük turist grupları • Uygun ulaşım, yavaş olabilir • Yerel yaşam tarzı • Sessiz turist imajı • İşçiler için eğitim • Konsantre olunmuş planlama ve gelişme • Yerel geliştiriciler • Daha uygun gelişim planları • Tarihi korumak

Kaynak: Albayrak, 2013.

Kültür ve Turizm Bakanlığı tanımına göre Alternatif Turizm; “sosyal ve ekonomik uyuma, yerel ve yabancı girişimcilerin iş birliğine ve gelişmede yerli malzeme kullanımına öncelik verme amacını güden bir turizm çeşidi”dir. Diğer bir tanıma göre ise, “klasik kitle turizminin olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla oluşturulmuş, yeni turistik ürünlerin bir araya getirildiği turizm çeşididir” (Yıldız ve Kalağan, 2008: 43’ten aktaran Ongun, 2015).

Alternatif turizmin ortaya çıkmasına etki eden bazı durumlar; kullanılan kaynaklarda azalma görülmesi, sürdürülebilirliğin ortaya çıkması, turizmi sezonsal ya da mevsimsellikten çıkarıp tüm yıla yayma anlayışının gelişmesi, klasik kitle turizminden sıkılmış olunması, insanların tatil anlayışında değişme olması şeklinde sıralanabilir (Bulut, 2006: 13).

Bu bağlamda alternatif turizm türüne örnek olacak şekilde birkaç turizm çeşidine ve bunların kısa tanımlarına aşağıda yer verilmiştir.

1.3.2.1. Macera Turizmi

Macera turizmi, farklı heyecanlar arayan, tehlike ve riskin yüksek olduğu eğlencelerden hoşlanan kişilerin katıldığı turizm türüdür. Bu tarz turizm etkinlikleri insanların rutin yaşantılarında yaşadıkları sıkıcı ve yorucu ortamlarından uzak kalarak stres attıkları, yeni yerler/şeyler görerek öğrenmelerine imkân sağlamaktadır. Bu turizm faaliyetlerine örnek vermek gerekirse, rafting, vahşi doğa gezileri, dağcılık, yamaç paraşütü ve mağaracılık söylenebilir (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 188). Bunlara ek olarak bungee-jumping, uzay yolculukları, scubadiving, skydiving, eski şato veya kalelerde konaklamalı seyahatler, keder turizmi (darkblack tourism veya ölüm turizmi) olarak bilinen yakın tarihlerde gerçekleşen doğal afetler, savaş, vahşet vb. olguların yaşanmış olduğu bölgelere gidip görmek/ziyaret etmekte macera turizminin içinde yer almaktadır (Uçar, 2010: 45).

1.3.2.2. Trekking (Doğa Yürüyüşü)

Trekking, dağlık bölgelerde, dağcılık eğitimi gerektirmeyen, zor ve dik yerlere girmeden küçük patikaların izlendiği, bazı zorluklarla karşılaşılabilen, her yaş grubuna uygunluğu ve belirli bir zamanla sınırlı olmasıyla bilinen uzun yürüyüşlerin genel adıdır (Erdoğan, 2003: 131). Bazı durumlarda dağcılık ile karıştırılıyor olsa da aslında farklıdır. Kendini zinde ve dinç hisseden, yaş sınırı olmadan herkesin katılabileceği bir aktivitedir. Dağ çiçekleri, bitkileri, buzul gölleri, nehirleri, şelaleleri, keşfedilmemiş zirveleri ile olağan güzellikte cömertliği ve güzergahtaki antik kentler trekking turizminin başlıca verilerini oluşturmaktadır (Şenol, 2011: 40).

1.3.2.3. Sağlık ve Termal Turizm

Termal turizm, mineralli sıcak suda banyo yapmak, çamur banyosu yapmak ve içmek amacıyla farklı kullanım alanları bulunmaktadır. Bu bağlamda fizik tedavi, iklim, rehabilitasyon, psikoterapi, idman ve diyet gibi tedavilerde destekleyici rol oynamakta ve yapılan bu tedavi uygulamaları, bu kaynakların rekreasyon ve eğlenme amacıyla kullanımına öncülük eden turizm türüdür (Çelik, 2018: 4).

Sağlık turizmi, insanoğlunun iyileşmesi, var olan sağlık durumunu koruması amacıyla belirli aralıklarla, doğal kaynakları bulunan bir işletmeye giderek, kür

uygulamak, konaklamak, gezmek ve eğlenmek, yemek-içmek gibi ihtiyaçlarını gidermek için yaptığı seyahatlerdir (Kördeve, 2016: 53).

1.3.2.4. Yayla Turizmi

Türkiye, coğrafi koşulları sebebiyle, yayla turizminin gelişimi açısından önemli bir yere sahiptir. Ülkemizde yaylaların muhteşem manzaraları, ferah ve temiz hava sahası, eşsiz doğası, piknik ve spor faaliyetleri, kamp alanları, doğan yürüyüşleri gibi etkinliklere imkân sağlayan geniş ve rahat alanlara sahip olmasıyla yayla turizminde yapılabilecek etkinliklerin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Albayrak, 2013: 154). Eko turizminde önemli bileşenlerinden olan yayla turizmi Türkiye’de ön planda olan turizm türlerindendir (Şerefoğlu, 2009: 88).

Yaylaların, doğal güzellikleri, dinlenme, sağlık, av, iklim, yürüyüş, doğal beslenme ve kano sporları, yöresel şenlikler, kayak ve çim kayağı, arkeolojik değerler ve tarihi yapılar, diğer turizm türleriyle de uyum sağlamaktadır. Yaylalar, atla gezinti, binicilik sporları, golf ve uygun ortam sağlandığı takdirde kış sporlarına da uygundur (Uçar vd., 2010: 37).

1.3.2.5. Akarsu Turizmi

Ülkemiz zengin ve farklı özellikleri bulunan akarsu ağına sahiptir. Bu akarsuların neredeyse tümü ‘akarsu turizmi’ denilen türe yüzme, kano ve nehir kayağı, rafting gibi su sporlarını gerçekleştirebilmek için uygunluk sağlamaktadır. Türkiye’de özellikle Çoruh, Manavgat, Köprü, Göksu, Fırat, Dim ve Zamantı gibi nehirler akarsu su sporlarına uygun ortamlardır. Ayrıca akarsuların bulunduğu çevreler zengin rekreasyon alanlarıdır. Akarsu turizmi aynı zamanda doğa turizminin önemli dallarından biridir. Türkiye’de söz konusu olan akarsu turizmi diğer turizm türlerine de uyumlu olması bakımından bütünlük sağlamaktadır (Çelik, 2018: 4).

Akarsu turizmi içerisinde gerçekleştirilen su sporları, genel olarak küçük gruplar halinde olacak şekilde yapılır ve turistler için doğa içindeki akarsularda, macera ve eğlence gibi su ile yapılan spor faaliyetlerini sunan bir turizm türüdür (Albayrak, 2013: 200-201).

1.3.2.6. Mağara Turizmi

Mağaraların görsellik açısından çekici olması, spor faaliyetleri için kullanılması, kültürel özelliklere sahip olması, turizme kaynak sağlayan mağara turizmini ortaya çıkarmıştır. Mağara turizminin başlangıcı olarak spor ve bilim amacıyla insanların mağara turizmini seçmesi, mağaralardaki doğal çekiciliği keşfetmek ve görmek istemeleri olarak bakılabilir. Turizmde mağaralar anlaşılacağı gibi görsel ve sportif amaçlı olmak üzere iki farklı biçimde tercih edilmektedir. Görsel amaçlı tercih edilen mağaralarda, mağaraların oluşumları ve şekilleri bakımından zenginlik içermesi ve mağara içlerinin gezi koşullarına uygunluğuna bakılır. Ulaşım kolaylığı sağlaması ve yatay olması da bu tercihler arasındadır. Diğer bir amaç olan spor faaliyetleri için ise mağaraların derin ve uzun olması önemli tercih nedenlerindendir (Doğaner, 2001: 164).

1.3.2.7. Av Turizmi

Av turizmi, bilinçli bir şekilde ve bir eğitime tabi tutulduktan sonra, doğaya herhangi bir zarar vermeden yalnızca olgun hayvanların avlanmasıdır. Belirli zamanlarda avlanacak hayvanlar üretim çiftliklerinde önceden beslenmekte ve av olabilmeleri için doğaya bırakılmakta daha sonrasında bu hayvanlara yönelik av turizmi yapılmaktadır. Av turizmine önem veren bazı ülkelerde, av hayvanlarının sayılarının arttığı gözlenmiştir. Buna bağlı olarak doğal çevre ve yabani hayvanların hayatına özen gösterme gibi duygu gelişimi oluşmaktadır. Av turizminin bu denli özenli yapıldığı bölgelerde usulsüz avcılık azalmış ve otokontrol sağlanmıştır (Kozak vd., 2014: 22).

Av turizmi belirlenen kurallar dahilinde dikkatli ve bilinçli yapılmalıdır. Aksi takdirde, usulsüz yapılan av faaliyetleri sebebiyle avlanan hayvan türünün neslinin tükenmesine yol açmaktadır (Albayrak, 2013: 222).

1.3.2.8. Kuş Gözlemciliği Turizmi

Kuş gözlemciliği, özel ilgi alanına giren turizm çeşidi olarak değerlendirilir ve “kuşları yaşam alanlarında gözlemlene ve tanımlama faaliyeti” şeklinde tanımlanabilir (Çakıcı ve Harman, 2006: 162). Başka bir deyişle, doğaya kuşların yaşam dünyasıyla bakmak ve tanımayı sağlamak amacıyla yapılan bir gözlem sporudur. Kuş gözlemciliği,

sulak alanlarda, kentlerde, parklarda, ormanlarda, bozkırlarda, yaylalarda ve çöllerde, yapılabilir. Kuş gözlemciliğinde kısıtlı ya da sınırlı bir zaman ya da mevsim yoktur (Erkut, 2005: 33).

1.3.2.9. Çiftlik Turizmi

Çiftlik turizmi, insanların yaşadıkları, yoğun stres altında çalıştıkları ve her zaman için sosyal aktiviteleri gerçekleştirmek amacıyla gittikleri ortamların haricinde, toprak, tarım gibi faaliyetlerle ilgilenebilecekleri bir çiftliğe konaklamalı ya da günübirlik olacak şekilde giderek bu faaliyetleri uyguladıkları turizm çeşididir. Çiftlik turizminin uygulandığı çiftliklerin, hayvancılık, tarım ile ilgili faaliyetlerin yapılması ve bu faaliyetler sonucunda üretilen ürünlerin satılması gibi amaçları bulunmaktadır. Ayrıca bu tarz çiftlikler, faaliyetlerine turizmi de dahil etmiş ve bu sayede kentlerde ikamet eden insanlar için bir rahatlama, yeme-içme ve bazı açık hava etkinlikleri sunmaktadır (Küçükaltan, 2002: 152-153).

Bu çiftlikler turistlere, o yörenin tatlarını tattıkları, inek sağıp koyun güttükleri, yün kırıp çiftlik hayvanlarını besledikleri, peynir yaptıkları, meyve toplayıp yabani otları yoldukları, pamuk toplayıp ata bindikleri faaliyetlere katılıp bunları deneyimleme imkânı sunmaktadır (Uçar vd., 2010: 39).

1.3.2.10. Agro Turizm (Tarım Turizmi)

Herhangi bir kırsal bölgede, refah düzeyi tarım ile karşılanıyor, turizm faaliyeti olarak tarımsal aktivitelere yer veriliyorsa, buna tarım turizmi (agro turizm) denir. Tarım turizmi bir turizm faaliyeti olarak görülürken, buna bağlı olarak, doğal çevrenin ve yörenin geleneksel görüntüsünün korunmasına fayda sağlamakla birlikte, tarım, çevre ve turizm arasındaki bağı kurmaktadır. Tarım turizmi adı altında bahsedilen bu kavramlar, her ne kadar kırsal turizm ile karıştırılıyor olsa da (Erdoğan, 2003:130), bu iki turizm çeşidi arasında farklılıklar vardır. Bu farklılıklar şu şekilde maddelenmiştir (Küçükaltan, 2002: 152-153):

- Kırsal turizmde, odak noktası kırsal alanlar iken, tarım turizminde, sadece tarım alanlarına odaklanılmaktadır.

- Tarım turizminde, tüketicilerin seyahat etme nedenleri tarımsal ürünlerdir. Kırsal turizmde ise asıl amaç, dinlenmek, doğa ile iç içe olmak, yöreyi tanımak ve kırsal turizm faaliyetlerine katılmaktır.
- Kırsal turizmde, bir köy evinde konaklamak önem taşıırken, tarım turizminde ise, turistlerin beklentilerine uygun bir tarım hayatı olması önem taşımaktadır.

1.3.2.11. Eko Turizm

Eko turizm, sürdürülebilirlik kavramının ortaya çıkmasıyla gündeme gelmiş ve popüler olmuştur. Bu kavramın özüne bakıldığında, çevresel, ekonomik ve sosyal ilişkilerle bir bütün içerisinde olduğu görülmektedir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 18). 2002 yılının Mayıs ayında Kanada’da gerçekleştirilen görüşmeye 133 ülkeden 1100 delege katılmış olup “Dünya Ekoturizm Zirvesi”nde bütün ülkelerin kabul ettiği ortak bir tanım yapılmış. Eko turizm, bu tanıma göre; “yeryüzünün doğal kaynaklarının sürdürülebilirliğini güvence altına alan, bunun yanı sıra yerel halkların ekonomik kalkınmasına destek olurken, sosyal ve kültürel bütünlüklerini koruyup gözetilen bir yaklaşım ya da tavidir” (Nayir, 2009: 13).

1.3.2.12. Kırsal Turizm

Kırsal turizm, çiftlik turizmi, tarım turizmi, yeşil turizm ya da yayla turizmi gibi doğa tatillerini kapsamakla birlikte özellikle eko turizmin içeriğinde bulunan, alışveriş, bisiklet ve atla doğa gezileri, kayak, rafting, macera, termal turizm, spor, balıkçılık ve avcılık, sanat, tarih ve etnik yapıyla bağlantılı bir turizm türüdür (Özdemir, 2012: 19).

2. İKİNCİ BÖLÜM

KIRSAL TURİZM, ÖNEMİ, ÖZELLİKLERİ, GELİŞİMİ, FAALİYETLERİ, ARZI ve TALEBİ ile ETKİLERİ

Bu bölümde kırsal turizm kavramı, kırsal turizmin önemi, kırsal turizmin özellikleri, kırsal turizmin gelişme nedenleri, kırsal turizm faaliyetleri, kırsal turizmde talep ve arz, kırsal turizmin etkileri ve son olarak kırsal turizmin sorunları başlıklarına yer verilmiştir.

2.1. Kırsal Turizm

Günümüzde insanların, rutinleşmiş hayatlarından sıkılmaları sonucunda, beton yapılardan kurtulmak isteyerek, farklı yerleri görme istekleri artmış, bu isteklerini karşılamak amacıyla daha sakin, doğayla iç içe olabilecekleri bölgelere ve eğlenceli faaliyetlere katılabilmek için kırsal alanlara yönelmişlerdir. Bu bağlamda “kırsal turizm” adı altında bir turizm türü gelişmiştir (Ahipaşaoğlu ve Çeltekin, 2006: 2).

Kırsal alan algısı, nüfusun az olduğu, ekonomik kazancın tarımdan sağlandığı; doğal ve gelenekselliğin etkili olduğu, sağlık, eğitim gibi imkanların kısıtlı olduğu, kent nüfusu ile sosyal bağları bulunan ve kentli bireyler için dinlenme hizmeti sağlayan; toplumun büyük çoğunluğu için önem arz eden doğal zenginliklere sahip olan alanlardır (Soykan, 2004: 10).

Literatürde ‘kırsal alan’, ‘kırsal turizm’ başlığı altında oluşturulan araştırmalar incelendiğinde, konu hakkında uzmanların/araştırmacıların farklı kavramları kullandıkları görülmektedir (Ongun, 2015: 78). Bu kavramlar ülkeden ülkeye anlam farklılığı gösterecek şekilde; köy turizmi, tarım turizmi, çiftlik turizmi, kırsal turizm ve alternatif turizm (Şerefoğlu, 2009: 25) olarak ifade edilirken, bazı uzmanlar ise, eko turizm, yayla turizmi veya dağ turizmi olarak da adlandırmışlardır. Bu farklılıkların oluşmasındaki ana neden uzmanların kendi aralarında “kırsal turizm kavramı”nın tanımı olarak ortak bir paydada buluşamamış olmaları ve ek olarak, ülkeler arası gelişim düzeylerinin farklı olması şeklinde ifade edilmiştir (Ayaz, 2012: 43). Bu bağlamda kırsal turizm olarak bahsedilen turizm çeşidinin içerisindeki “kırsal” kelimesinin anlamı

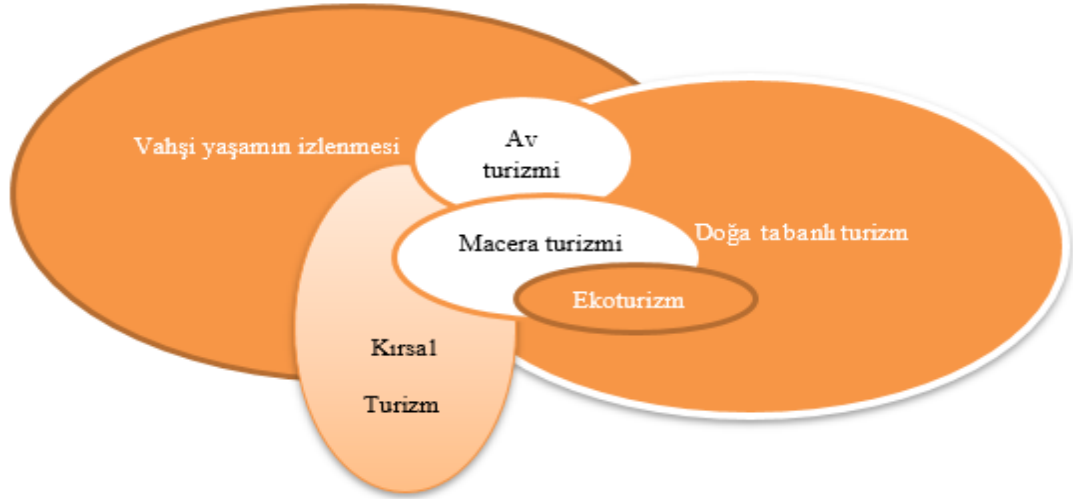
Ülkemizde ‘kırsal alanlar’ olarak algılanması ve bunun sonucunda mağara turizmi, av turizmi ve açık havada yapılan doğa sporlarının kırsal turizm ile eődeęer olduğu söylenmektedir. Bu durum yanlış değildir fakat, kırsal turizmin asıl amacı; köy, çiftlik, dağ evi gibi yerlerde konaklamak, kırsal bölgedeki halkın kültürüyle tanışmak, onlarla kaynaőmak ve huzurlu bir tatil geçirmek olduğu için bahsedilen turizm türleri ile kırsal turizmin arasında bazı amaç ve etkinlik açısından farklılıklar olduğu da bir gerçektir (Soykan, 2003: 2).

Turizm türleri arasında küçük farklar olmasına karőın bu faaliyetler kırsal alanlarda gerçekleőtirildięi için hepsini bir çatı altında birleőtirecek şekilde ‘kırsal turizm’ demek gerçekçi yoldur (Esengün vd., 2002: 100).

Coğrafi bölge olarak kırsal alanlar, kültürleri ve doğal yapılarıyla, şehirde yaşayan insanların her geçen gün artan eğlence ihtiyacına, geçmişten bugüne kadar karşılık vermeye çalışmaktadır. şehir hayatında yaşayan insanlar, genellikle kırsal bölgelere, eğlence amaçlı günübirlik akraba ziyaretleri için gelirken, bu süreçte kırsal yaşamın onlar için çekici olması, baskı ve stres oluşturabilecek herhangi bir etkenin olmaması ve buna bağlı olarak insanların bireysel olarak kendilerini zgr hissetmeleri, hafta sonları, yıllık izin tatillerinde bu gibi ortamları ziyaret etmeleri “kırsal turizm” denilen turizm türünün doğmasına olanak sağlamıştır (Soykan, 1999: 68). Kırsal turizm kapsamında yapılan tanımlardan biri de şu şekildedir;

Akça’ya (2004: 63) göre, kırsal turizm; “insanların devamlı ikamet ettikleri yerler dışındaki kırsal yörelere ziyaretleri, buralarda çiftçilerin ürettikleri mal ve hizmetleri, yörenin doğal dokusuna uygun mekanlarda talep ederek ve yörede para arttırma arzularını minimize ederek geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür.”

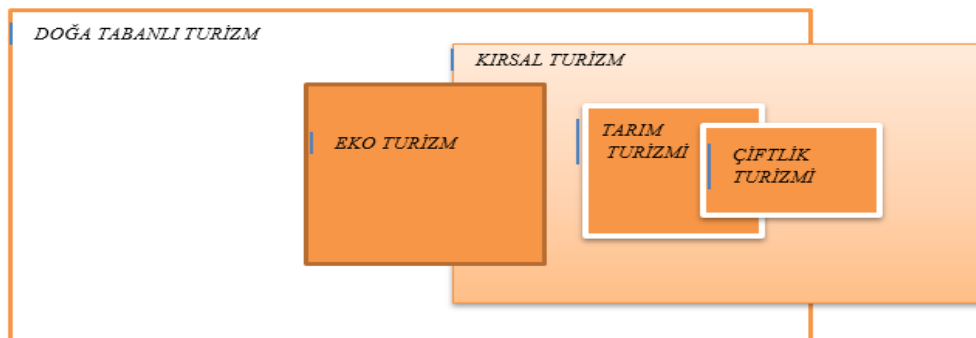
Yapılan bu tanımlara bakarak bir kırsal turizm tanımı yapacak olursak; kırsal yerleőkelerde ikamet eden insanlarla i içe, soyut ve somut olarak birçok kırsal çekiciliğin turistler için cezbedici olduğu, sürdürülebilirlik kurallarına da uygun olan alternatif turizm türüdür diyebiliriz (eken vd., 2012: 12). Kırsal turizmin temelinde, bölgeye gelen turistler için, kentlerde sürdürülen yaşam tarzının tam zıt karőıtı şeklinde bir tarz olan, doğayı, çevreyi yaşama olanağı sağlıyor olması yatmaktadır (Kahraman ve Türkay, 2012: 52).



Şekil 2. Doğa tabanlı turizm

Kaynak: Reynolds, vd., 2001.

Reynolds ve Braithwaite (2001: 32)'nin yapmış olduğu araştırmada doğa turizmini ve kırsal turizmi bağdaştırmıştır. Şekil 1'de görüldüğü üzere, doğa turizmi içerisinde, kırsal turizm, eko turizm ve yabani hayat turizmini barındırmaktadır. Doğayla bağlantılı turizmler, kırsal alanlarda yapılan eğlence ve macera amaçlı spor aktivitelerini içine almaktadır. Buna bağlı olarak doğa turisti; doğanın değerini bilen, faaliyetlere katılan ve bu tarz etkinliklere karşı duyarlı olan, doğanın ruhu ve özelliklerini koruyan alanları ziyaret ve tercih eden kişilerdir. Bu turistlerin ziyaretlerindeki amaç, doğal yaşamı keşfetmek, maceralı etkinlikleri gerçekleştirmek, rekabet ve dostluk bilincine erişmek, doğa ile ilgili farkındalık kazanmak ve kendi iç dünyalarını geliştirmektir (Kiper, 2006: 25; Ongun, 2015: 81).



Şekil 3. Kırsal turizme genel bakış
Kaynak: Ayaz, 2012.

Ayaz (2012: 44)'ın Reynolds ve Braithwaite'nin çalışmasından uyarlayarak oluşturmuş olduğu Şekil 2'deki görseli incelediğimizde kırsal turizmin, eko turizmin belirli bir kısmını, tarım ve çiftlik turizminin ise tamamını içerisinde barındırdığı görülmektedir. Şekilde de görüldüğü üzere kırsal turizmin tamamına yakınının doğa tabanlı olduğuna değinilmiştir. Buna bağlı olarak kırsal turizmin, doğa tabanlı turizmin dışında kalan kısmın ise kasaba ve köy yaşamına yönelik faaliyetleri ve eğlenceleri içerdiği düşünülmektedir (Ongun, 2015: 82).

2.2. Kırsal Turizmin Önemi

Gelenek görenek, yerel tarihi kültür, doğal manzara, mevsime göre eğlenceli etkinlikler ve el sanatları gibi faaliyetler, turizmin kırsal alanlara geçişinde önemli rol oynayan unsurlardır. Bu durumda kitle turizmine olan talepte azalma olması ve tarım ile ilgili faaliyetlerin gerilemesiyle oluşan ekonomik kaybın telafi edilebilmesi için, kırsal turizm, alternatif turizmde önemli bir gelişim aracı olmuştur (Ayaz, 2012: 47).

Dünyada gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, turistlerin arz kaynaklarını kırsal turizm amacıyla kullanması, kırsal alanlarda ekonominin güçlenmesine yönelik yapılan çalışmalarda hız kazanılmasını sağlamıştır. Turizmde, kırsal turizm türünde önemli başarılar elde edilmiş, bu başarılar kırsal bölgelerin gelişimine, tarım turizminin yanı sıra kırsal turizmde, alternatif olarak tercih edildiğinin görülmesini sağlamıştır (Uçar vd., 2010: 7-9).

Kırsal kesimlerde refah düzeyinin gelişmesi, ekonominin büyümesi ve turistlerin talepleri üzerine arz kaynaklarının gerçekçi kullanımı açısından önem arz eden kırsal turizm, tarımın yoğunlukta olduğu bölgelerde, tarıma ek olarak gelir getirebilecek faaliyetler geliştiren yeni turizm türüdür. Çiftlik turizmi ve yeşil turizm gibi farklı adlarla bahsedilen kırsal turizm, tatil için tercih edilen yerlerin sadece bir mekan üzerinde yoğunlaşmış olmasından doğan, sosyal, ekonomik ve psikolojik sorunların oluşması ve bu sorunların çözümünde, turizm sektörünü, kıyı turizminden kurtaracak ve ekonomik refah düzeyi diğer bilinen sektörlere göre düşük olan tarım sektörüne, üreticisine, ek kazanç sağlaması yönünden fazlaca önem arz eden turizm türü olarak

gelişmektedir(Olalı ve Timur, 1988: 400; Ayaz, 2012: 47). Kırsal turizmin önemi şu şekilde belirtilmektedir (Uçar vd., 2010: 7-9);

- Kırsal bölgelerde, kırsal turizmle bağlantılı ürünlere olan talep artmakta olup, talep artışı üretimi arttırmakta ve bunun sonucunda ürün asıl değerine ulaşabilmektedir. Böylece asıl değeriyle satılmakta olan ürünler yöredeki üreticinin gelir seviyesini de artırmaktadır.
- Kırsal turizmin gelişmesiyle bağlantılı olarak bölgede turizm, doğrudan ve dolaylı mal ve hizmet üretmekte olan diğer sektörlerle de koordinasyon halinde olabilmektedir.
- Kırsal turizm sebebiyle kırsal bölgelerde istihdam, ek gelir, kişisel gelir, yaşam düzeyi ve kamu gelirleri olumlu yönde etkilemektedir.
- Kırsal bölgelerdeki turistik önem arz eden değerler kırsal turizm dolayısıyla etkin bir şekilde kullanılabilir.
- Kırsal turizm ile daha az maliyetli ve daha güzel vakit geçirici tatil seçeneği yaratılmaktadır. Böylelikle alım gücü çok düşük olan bölgelerin de turizme katılması sağlanmaktadır.
- Kırsal turizmin gelişimi ve bölge halkının kırsal turizmden gelir elde etmesi ve sonucunda kırdan kente gerçekleştirilen göçü engellemektedir.
- Kırsal turizm kırsal bölgelerdeki nüfusu hareketlendirmekte ve bilinçli olarak örgütlenmesi sağlanmaktadır. Böylelikle kırsal bölgelerde turizmin bilinmesi ve gelişmesi sağlanmaktadır.
- Kırsal turizm kırsal bölgelerdeki altyapı yetmezliğini de zamanla (yani turizm talebinin artış hızına bağlı olarak) gidermektedir.
- Kırsal turizm iç turizmi canlandırmaktadır.
- Doğal ve yapısal kökenlerin korunması, yeniden biçimlendirilmesi ve güçlendirilmesine olanak sağlar.
- Bölge halkına ekonomik olarak doğrudan katkı sağlamayacak yapıtlar için piyasa ve ekonomik değer oluşturur. Gelecek nesilleri korumak için gelir oluşturur.
- Kırsal bölgelerdeki turizm kaynaklarıyla bağlantılı olarak bölgeye olan turizm isteğinin artması, çok amaçlı faaliyetlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Bunun sonucunda, üst sınıra ulaşan ve bu sebeple dinlendirici niteliklerini büyük oranda kaybetmiş olan geleneksel tatil yerlerinin yükü hafifletilmektedir.

- Kırsal bölgede ikamet eden çiftçiler, turizm sebebiyle gelir seviyelerini artırmakta ve sonucunda kır ve kent arasındaki gelir farklılığını azaltmaktadır.
- Kırsal turizm bir yandan turistlerin belirli mekânlar içinde yoğunlaşmasından kaynaklanmakta olan ekonomik, sosyal ve psikolojik problemlerin giderilmesinde, bir yandan da turizmi basmakalıp kıyı turizminin hakimiyetinden kurtararak kırsal bölgelerin dinlendirici özelliğinden faydalanmaya olanak sağlamaktadır.

2.3. Kırsal Turizmin Özellikleri

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'ne göre (WTTC-The World Travel and Tourism Council) herhangi bir turizm aktivitesinin kırsal turizm kapsamında kabul edilmesi için; bu aktivitelerin, kırsal bölgelerde gerçekleşmesi ve kırsal bölgedeki yeşil alanların sürdürülebilirlik çerçevesinde korunuyor olması gerekmektedir. Bu bağlamda kırsal turizm, yöreye özgü çevreyi önemseyen, sosyo-kültürel çeşitlilikleri, turizme yansıtan özelliklere sahip olmalıdır (Avcıkurt ve Köroğlu, 2008: 70). Kırsal turizmin günlük olması ya da konaklama yapılacak ise, yapılan konaklama süresinin kısa olması önemli özelliklerindendir (Yallagöz, 2010: 6).

Kırsal turizm, kırsal bölgelerde yaşam süren halkın, çiftçinin, ormancının, balıkçının ve madencinin yaşamını sürdürebilmek için yapmış oldukları faaliyetlere turizm kavramının da dahil olmasıyla birlikte kültürel, ekonomik ve sosyal açıdan gelişmelerini sağlamaktadır. Kırsal bölgelerdeki kadınlarında iş imkanına, bölge halkı için girişimcilik ruhunun kazandırılmasına, kırdan kente göçün önlenmesine ve kadınların bir birey olarak özgüven kazanmasına da öncülük eden bir etkidir (Ayaz, 2012: 24-30).

Bu bağlamda insanlar şehir hayatından, beton yapılardan ve betonlaşmış ortamlardan uzaklaşmak ve şehirleşmenin olmadığı az gelişmiş, sakin, nefes alabilecekleri yerleri ziyaret etmek istemektedirler. Bu istekler doğrultusunda kırsal turizm, farklı şekillerde imkân sağlamaktadır. Kırsal turizm yöreye gelen turistler, yörede bulunan

işletmeler ve konaklama imkânı bakımından farklı özelliklere sahiptir (Ahipaşaoğlu ve eltekte, 2006: 77).

2.3.1. Kırsal Turizmin Konaklama Özellikleri

Kırsal turizmde konaklama, önem arz eden bir konudur. Kırsal turizmde konaklamanın bu denli önemli olmasının ana nedeni; kırsal turizmi tercih eden turistlerin genellikle ucuz olanı seçip, orta gelir düzeyine sahip olan kişilerden olması, yetişkin grupların ve ailesi ile seyahat etmeyi tercih edenlerin ön planda olması olarak görölmektedir. Bir taraftan da lüks turizme ya da kitle turizmine katılan turistlerin bazı zamanlarda kırsal turizme ilgi duyarak tercih ettikleri de görölmektedir. Bu durumdan dolayı kırsal turizm tercih potansiyelinin geniş bir yelpazeye sahip olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda ekonomik olarak uygun konaklama yeri arayanlar ile konfor, lüks, ilgi arayanları ya da aileleri veya yalnız gelenleri, istek ve ihtiyaçları fazla olan yetişkin grupları bir arada, aynı kırsal alan içerisinde memnun edip, hepsine karşılık verebilmek çok zordur (Ahipaşaoğlu ve eltekte, 2006: 77).

Kırsal alanlarda konaklama, geleneksel yapılar içinde yöre kültürü ve adetlerine uygun olarak gerçekleşirken, aynı zamanda modern konfor unsurlarını (sıcak su, televizyon, telefon vb.) arayan misafirleri de memnun etmeyi hedeflemektedir. Bu sebeple, kırsal bölgelerde geleneksel konaklama kalıplarına olan ilgi azalmakta ve modern tarzda konaklama şekilleri kırsal bölgelere göre uyarlanmaktadır. Ancak, kırsal turizm, otel sektörünün gelişimi için uygun bir ortam olarak görölmemektedir (Soykan, 1999: 71).

2.3.2. Kırsal Turizme Katılan Turistlerin Özellikleri

Kırsal turizmin belirli bir müşteri potansiyeli vardır. Yaşlı, yetişkin ve aile turizmi gibi adlar verilen kırsal turizm, genellikle düşük-orta gelirli kişilerin tercih ettiği turizm türüdür. Türlü sportif faaliyetlerin kırsal bölgelerde yaygınlaşması, gençlerin de dolaylı yoldan bu turizm türüne yönelmesine olanak sağlamaktadır. Buna bağlı olarak Avrupa'nın bazı ölkelerinde (İsviçre, Avusturya, Belçika vb.) sadece çocuk üyelerin katılabileceği “pedagojik çiftlikler” bulunmaktadır (Soykan, 2003: 6). Günümüzde,

kırsal turizmin gelişip yaygınlaşmasıyla bu tarz faaliyetlerde artış olmuş ve ülkemize gelen turist profillerinde de farklılık sağlanmıştır.

Kırsal turizmi tercih eden turistlerin profilleri, katılımcıların tercih etme nedenlerine ve yaşlarına göre farklılık göstermektedir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 87). Bu bağlamda kırsal turizmi tercih eden turist profillerinin ortaya çıkmasıyla çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırmaların sonucunda ise ortaya çıkan turist profilleri şu şekildedir (Frochot, 2005: 340-341; Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 87):

- Aktivitelerden hoşlanan turistler: Bu gruptaki çoğu turist, genç yaştadır ve değişik spor faaliyetlerinin olması tercih nedenlerindendir.
- Dinlenmek için tercih eden turistler: Bu gruptaki turist profili, genellikle yoğun iş yaşamı olan ve tatili, dinlenmek ve rahatlamak için yapanlardır. Tatillerini kısa tutup, sık sık yaparlar.
- Gözlemek amacıyla gelen turistler: Bu gruptaki turistler, yüksek gelire ya da çocuklu ailelerdir. Dinlenmekten ziyade, açık alan faaliyetlerini, doğayla iç içe olacak şekilde kısa yürüyüşlerden hoşlanırlar.
- Kırsal alanlara ilgi duyan turistler: Bu gruptaki turistler, gelir düzeyi diğerlerine göre düşük olanlar ve emekli veya yaşlılardan oluşmaktadır. Genellikle tatillerini kırsal alanda, yoğun faaliyetlerle geçirirler.

2.3.3. Kırsal Turizmde Faaliyet Gösteren İşletmelerin Özellikleri

Kırsal turizmde aktif olarak faaliyette olan işletmeler genellikle, o yöreye ait insanlardan, geleneksel karakteri olan küçük aile işletmeleridir. İşletme sahipleri, tarım, çiftçilik, hayvancılık gibi işlerle ilgilenen kişilerdir (Mason and Cheyne, 2000: 395; Getz and Carlsen, 2000: 550; Ogun, 2015: 90).

Dünya ve Türkiye’de kırsal turizme yönelik işletmeler farklılık göstermektedir. Wen-Ching Hong’a göre kırsal turizm işletmeleri şu şekildedir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 81).

- Gezi Çiftlikleri: Ziyaretçi sayıları düşük olan bu tarz işletmeler, tarım üretimi, hayvancılık ve üretim deneyimine dayalı aktiviteleri vurgulamaktadır.

- Şehirli Çiftlikleri: Şehirde yaşayan insanlara ait çiftliklerdir. Genellikle hafta sonlarında ya da tatillerde gelirler ve dinlenme faaliyetlerini gerçekleştirirler. Bu faaliyetler doğayı ve çevreyi koruyan türdendir.
- Eğitim Çiftlikleri: Çiftlik hayatı, tarımsal üretim ve kırsal kültürle ilgili deneyimler sunan çiftliklerdir.
- Sağlık Çiftlikleri: Bu tür çiftlikler, şehir hayatı yaşayanlara yöneliktir ve çekici doğal alanları, çiftlikte konaklama gibi avantajları mevcuttur.

2.4. Kırsal Turizmin Gelişme Nedenleri

Kırsal turizm, tarımın ve sanayinin az olduğu bölgelerde, topluma yeniden hareket verebilecek bir sektör konumunda olmasından dolayı, Avrupa’da kırsal bölgelerin kalkınabilmesi için alternatif olarak sunulmuştur. Amerika ve Avrupa’da bazı bölgelerdeki kırsal yerleşkeler, yaşamlarını sürdürmek ve hayatta kalabilmek için, tarımın yerini tutabilecek aktiviteler araştırmışlar ve turizmi çıkar yol olarak görmüşlerdir. Refah düzeyinin, gelişmiş bölgelerden daha düşük olan kırsal toplumlara yayılabileceğini düşünmektedirler (Kiper, 2006: 50).

Kırsal turizmin gelişimi uzun bir zaman dilimini kapsamaktadır. Genel turizmin gelişimi sürecinde etkili olan unsurların yanı sıra, kültür, eğitim seviyelerindeki artış, çevre, doğa sevgisi ve turizmin ne olduğuna dair bilincin gelişmiş olması, doğal yiyecekler ve sağlıklı beslenip yaşamaya ilginin artmış olması, sürdürülebilirlik anlayışı, doğada vakit geçirme isteğinin artması gibi birçok unsur bulunmaktadır (Uçar vd., 2010: 15).

Kırsal turizmin gelişmesine yönelik etkiler maddeler halinde şu şekilde belirtilmiştir (Avcıkurt ve Köroğlu, 2008: 68):

- Boş vakitlerin artması.
- Bireyselliğin ön plana çıkması.
- Çevre kirliliği ve gürültünün artması.
- Ekolojik dengenin önem arz etmesi.
- İnsanların eğitim-kültür seviyelerinin artması.

- Hastalıkların artmasıyla, insanların sağlığına dikkat etmeleri.
- İnsanların, oluşan boş zamanlarında hareket ihtiyacını gidermesi.
- Kırsal toplulukların oluşması ve bunların yaygınlaşması.
- Kırsal turizmin bölge kalkınmasında bir aracı olarak görülmesi.
- Kültür miraslarına olan önemin artması ve korunması gerektiği bilinci.
- Otantikliği/gelenekselliğin kalite olarak görülmesi.
- Öğretici, macera katıcı, merak giderici seyahatlerin artması.
- Özel üretim ve doğal gıdalara ilginin artması.
- Sessiz, sakin ve huzurlu ortamlar, turistlerin isteği haline gelmesi.
- Turizm talebindeki değişiklikler.
- Ulaşım imkanlarının ve iletişim araçlarının gelişmesi.
- Orta yaş üstü, sağlıklı bireylerin hareketli yaşamı tercih etmeleri.

2.4.1. Türkiye’de Kırsal Turizmin Gelişimi

Türkiye’de turistik kıyı bölgeleri, büyükşehirlerin çevre köyleri, yol kenarındaki kasabalar, köyler, antik şehirlere yakın kırsal yerleşkeler, turizm için önem arz etmiştir. Kırsal bölgelerdeki sergiler, balık çiftlikleri, lokantalar, kırsal yollar gibi faaliyetler turistleri çekmiştir. Bireysel olarak yapılan gezilerin yanı sıra, kırsal bölgeler, günlük turlarda yapılmaktadır (Soykan, 2003: 2).

Türkiye’de ilk kırsal turizm örnekleri 1980’li yıllarda Tursem Seyahat Acentası tarafından meydana gelmiştir. İskandinav pazarına hâkim olmasıyla bilinen Tursem, sadece kitle turizmi değil, kitle turizmi ile birlikte uzman tur operatörlüğü faaliyetleri kapsamında da varlığını göstermiştir. Karadeniz Bölgesini baz alan Tursem, bölgeye ait olan Ordu ilinin köylerinde, köylülerle anlaşarak bölgeye turist getirmiş ve gelen turistlerin, 20 gün köy evlerinde onlardan biriymiş gibi kalıp vakit geçirmelerini sağlamıştır. Tursem seyahat acentasının 1997 yılında batmasından sonra, uzun bir süre bu tür seyahatler üzerinde başka bir seyahat çalışması yapacak hiçbir organizasyon varlığını gösterememiştir (Aydın, 2012: 43).

1990'lı yıllarda Türkiye, batı ülkeleriyle rekabete girebilmek için bir değişim süreci başlatmıştır. Bu değişimin asıl amacı, turizm faaliyetlerinin mevsimsellikten çıkması ve tüm yıla yayılmasıdır. Türkiye'yi ve Türkiye'nin doğal güzelliklerini, kültürünü, tarihini ve tarihsel yapılarını düzenlemek ve turizme kazandırmak amaçlanmıştır (Akça, 2006: 2837).

Turizme farklı bir bakış ve anlayış sağlayan kırsal tatil zihniyeti ve kırsal turizm, Türkiye'de yer edinmiştir. Doğal ortamlara hasret olan insanlar, farklı yörelere seyahatler gerçekleştirebilmektedirler. Türkiye, doğası, kültürü, tarihi, kendine özgü mutfağı, yöresel yiyecekleri, gelenek-görenekleri korunmuş ve yapısı bozulmamış bir ülke olarak, kırsal turizm için önemli bir bölge olarak görülmektedir (Yallagöz, 2010: 30). Bu doğrultuda kırsal turizmin gelişmesine önem verilmiştir.

2.5. Kırsal Turizm Faaliyetleri

Kırsal bölgelerde, kırsal alanlar kullanılarak kırsal turizme uygun şekilde bir kısmı sportif bir kısmı animasyonel ya da gerçek yaşam ile birlikte gerçekleştirilen faaliyetler bütünüdür. Bu faaliyetler genel bir bakış olarak; açık havada, kapalı ortamlarda, pasif-aktif şekilde katılım sağlanarak yapılmakta ve genç, yaşlı, çocuk, yetişkin her yaş grubuna uygun olacak şekilde planlanmaktadır. Kırsal turizm kapsamında uygulanan başlıca etkinlikler (Kiper, 2006: 33; Ongun, 2015: 101):

- Tarımsal faaliyet gösteren çiftlik veya köylerde; tarıma ve hayvancılığa yönelik faaliyetler (meyve, sebze, çiçek vb. ürünlerin toplanması, hayvan besleme, peynir veya yoğurt yapma, yün işleme). Turistler, bu faaliyetleri ya izlemekte ya da bizzat uygulayarak katılım sağlamaktadır.
- Yöresel el sanatları ile ilgili tatbikler (dokumacılık, dikiş-nakış-örgü işleri, seramik, bakır, demir, ağaç, cam işleri).
- Müze (doğa tarihi, arkeoloji, etnografi...), ören yeri, anıt gibi tarihsel, kültürel bölgeleri gezme.
- Milli park, doğal anıt, hayvanat bahçesi, farklı oluşumlar.
- Yürüyüş, atlı veya bisiklet ile yakın çevrede tur ya da geziler.
- Piknik.

- Sportif faaliyetler.
- Hobi faaliyetleri (fotoğraf çekme, resim yapma, koleksiyon...).
- Animasyon gösterileri (köy düğünü, halk dansları...).
- Türlü kurslar (geleneksel el sanatları, yemek, spor, müzik, halk dansı, yerel üretim teknikleri, şıfalı doğal bitkiler, turizm-çevre-koruma...).
- Bilimsel araştırma, gözlem ve incelemeler.
- Yarışmalar (sportif, kültürel).
- Fuar, şenlik, özel kutlama günleri, panayır, festival, eğlence, konser vb.
- Okuma salonlarında kitap, dergi, gazete gibi şeyleri okuma.
- Çay bahçesi, cafe vb. yerlerde buluşma, sohbet etme.

Bu bağlamda kırsal turizme yönelik faaliyetlerin yalnızca kır, kırsal alan ya da bölgelerde olması gerekmemektedir. Yukarıda belirtilen faaliyetlere göre kırsal alan dışında şehir içinde yapılan bazı etkinliklerde kırsal turizmi kapsamaktadır.

2.6. Kırsal Turizmde Talep ve Arz

Bu başlık içeriğinde turizm piyasasını oluşturan iki temel faktör olan, kırsal turizm talebi ve kırsal turizm arzı konu alınacaktır.

2.6.1. Kırsal Turizm Talebi

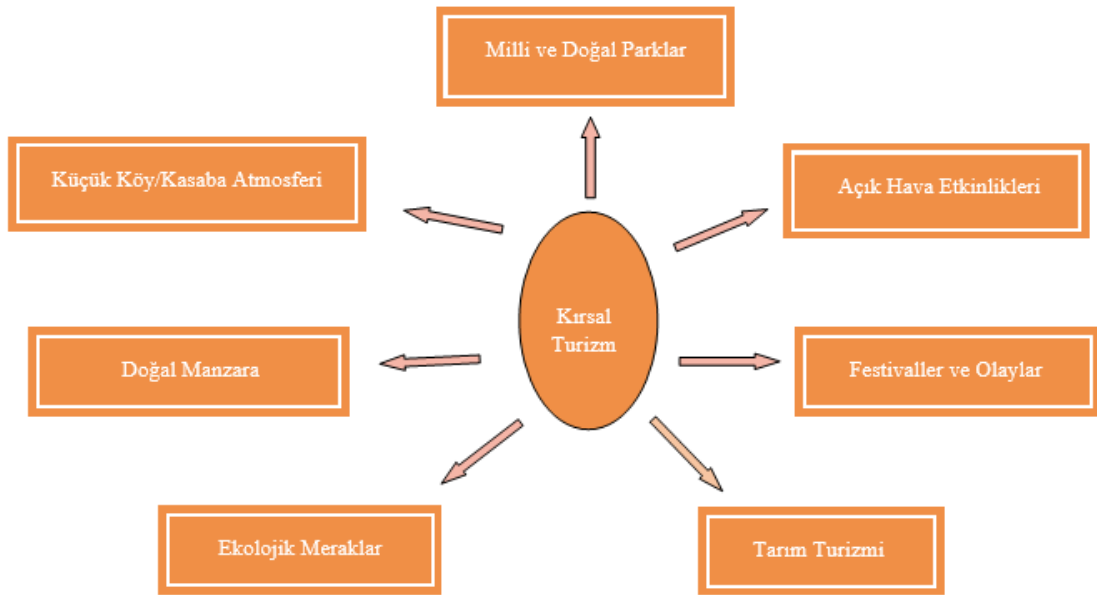
Öncelikle turizm talebi için genel bir tanım yapacak olursak; turisti gönderen bölge ile turisti kabul eden bölge olacak şekilde bir akımdır. Başka bir tanıma göre, “turistik gezi yapma arzusunda bulunan ve bu arzusunu gerçekleştirebilecek gelire sahip olan insanların miktarına” turizm talebi denilmektedir (Bahar ve Kozak, 2010: 109). Bir diğer tanımda ise turizm talebi, “turistin belli bir fiyat seviyesi ya da döviz kuru dahilinde elde etmek istediği ve fiilen elde etmeyi kabul ettiği turizm ürünü ile hizmetin bütünüdür.” (Olalı ve Timur, 1988: 195).

Turizm talebinde artışa etki eden unsurların başında, sosyal faktörler, ekonomik faktörler, politik faktörler, ekonomi dışı faktörler ve psikolojik faktörler yer almaktadır

(Uçar vd., 2010: 9). Kırsal turizmi talep eden gruplar, doğa ve çevre gibi değerlere ve bunlara ek olarak yerel halkın kültürünü tanımak isteyen tüketicilerdir. Yöreye özgü alışkanlıklar, tutumlar, ilişkiler ve davranış şekillerini tanımak, bunlara şahit olmak, bu tüketici grubunun asıl beklentileri olarak görülmektedir (Morgül, 2006: 62).

Kırsal turizme talep, genel olarak büyük şehirde yaşayan, orta gelir düzeyine sahip bireyler/aileler, emekliler, doğa severler, macera severler, bisiklet binmeyi ve uzun yürüyüşler yapmayı sevenler, sağlıklı yaşama arzusu ve vahşi yaşam hayatını sevenler, nostalji yaşamak isteyenler gibi beklentileri olan bireyler ya da gruplardan oluşmaktadır (Uçar vd., 2010: 9).

Kırsal alanların ve o bölgelerin gelişmesinde önemli bir araç olarak algılanan kırsal turizm, kitle turizmi ya da kitle turizmine katılan topluluklar tarafından zarar gören bölgeler ve bölge içindeki yerel durumlar (doğa, yerel gelenekler, huzur) ile bağlantılı olmasıyla ön plana çıkan turizm türü olarak, değişen turist profilleri ve turistlerin taleplerine imkân sağlayabilecek mühim bir araç olarak görülmektedir. Gelişen bu süreç içinde kırsal turizm; doğa, macera, çiftlik, sağlık, spor, eğitim ve sanat gibi faaliyetlerle ilişkili ve kırsal turizme olan ilgiyi de kapsamaktadır (Ayaz, 2012: 12).



Şekil 4. Kırsal turizm talep faktörleri

Kaynak: Ayaz, 2012.

Kırsal turizm talep faktörlerini inceleyen Kaliforniya Seyahat ve Turizm Komisyonu; festivaller, açık hava etkinlikleri, ekolojik meraklar, tarım turizmi, küçük köy atmosferi, doğal manzaralar ve milli parklarla ilişkilendirmiştir. Kırsal talep faktörlerini Şekil 3’te görüldüğü gibi resmetmiştir (Ayaz, 2012: 9).

Yukarıda bahsedilen değişken durumlara bağlı olarak, kırsal turizm talebine etki eden unsurlar maddeler halinde listelenmiştir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 22):

- Yeni tatil anlayışlarının ortaya çıkmasıyla beklentilerin değişmesi ve bu anlayışın toplumlara mal edilmesi,
- Kentsel hayatın giderek daha fazla stresli, baskıcı ve sınırlayıcı talimatlarla dolu olması,
- Deniz kenarlarının/kıyıların aşırı kullanılması neticesiyle kirlenmesi, betonlaşma ve şehirlerden farkının olmaması, kıyılarda kalabalık ve karışıklığın dinlenmeye imkân sağlamaması, denize girme mevsiminin bazı bölgelerde 2-3 ayla sınırlı olması, yüksek talep sebebiyle fiyatların çok fazla abartılı olması ve çok harcamanın gerekmesi,
- Kentsel nüfus oranının %80-90'lara vardığı ülkelerde, kentlerden kırlara dönme yöneliminin artması,
- Kentsel bölgelerde ikamet eden insanların bir kısmının kırsal kökenli olması nedeniyle, düzenli ve devamlı aynı yerlere seyahatler yapması,
- Tatillerini turizme katılarak geçirmek isteyen az ve orta gelirli bireylerin, öncelikle yer ve konaklama tesisi tercihleriyle ilgili tüketimlerinde ekonomikliği ön planda tutmak zorunda olmaları sebebiyle, kırsal turizmin onlara yönelik olması,
- Genellikle gelişmiş ülkelerde hem kentsel nüfus da oluşan yüzde fazlalığı hem de orta ve yaşlı nüfus oranında çokluk olması, turizme hazır bir topluluk oluşturduğu gibi, bu bireylerin büyük kesiminin havası temiz olan, kalabalık olmayan bölgeleri tercih etmesi ve ayrıca bazı hastalıkların tedavi edilmesi sebebiyle kırları tercih etmeleri,
- Yoğun iş stresıyla şehirlerde bunalan bireylerin, yakın ve sıcak ilişkiler kurması, yeni dostlar edinmeleri, yeni tatil konseptlerinin ortaya çıkması ile isteklerin değişmesi ve bu anlayışın topluma mal edilmesi.

2.6.2. Kırsal Turizm Arzı

Kırsal turizm arzı ise, belirli koşullar ve belirli fiyatlarla, bir destinasyonun (bir bölge veya ülkenin) turistlere satılması ya da turistlerin faydalanabileceği şekilde sunulan turistik zenginliklerdir (Bahar ve Kozak, 2010:85). Bir başka tanıma göre ise; *“turistik tüketimde yer alan ve turizm talebinin gereksinimlerini karşılamak için gerekli mal ve hizmetlerin tedarik edilmesini içeren üretime dayalı işlemlerin tümü”* olarak tanımlanmaktadır (Sessa, 1983’ten aktaran İçöz ve Kozak, 2002: 33).

Kırsal turizm arzında hedef kitle, kırsal bölgelerde yaşam süren ve tarım ve tarımın dışında işlerle geçimini sağlayan kişilerden oluşmaktadır. Kırsal turizmde potansiyel kaynaklar; muhteşem doğal güzelliklere sahip olan yaylalar, dağlar, ırmaklar, ormanlar ve mağaralardır. Kırsal bölgedeki yerel halkın misafirperverliği, yöreye ait el sanatları ve yöresel yemekleri, kırsal bölgenin kültürü ve tarihi değerleri, yabani hayat, safari, kuş gözleme, kaplıcalar, ılıcalar, olta balıkçılığı, dağ ve su sporları, organik tarım faaliyetleri ve yerel spor aktivitelerinden oluşmaktadır (Akça, 2004: 63).

2.7. Kırsal Turizmin Etkileri

Kırsal yörelerin önemli sorunlarından biri gelişmemiş olmalarıdır. Kırsal kalkınma için katkı sağlayan turizm sektörü ve bu sektörden fayda sağlamak, gelişmemişlik sorununa çözüm getirmek açısından önemli bir yere sahiptir. Bu durum, kırsal bölgedeki doğal ve kültürel değerlerin zengin olması, turizm ve eğlence faaliyetlerini geliştirebilmek açısından oldukça önemlidir (Çeken vd., 2007: 5). Kırsal turizm birçok özelliğinden dolayı, kültür ve çevre uyumu oldukça yüksektir. Ve olumsuz etkileri düşük olan turizm türüdür (Uçar vd., 2010: 67).

Kırsal turizmde, olumlu etkilerin olumsuz etkilerden fazla olması durumundan, yöre halkı tarafından destek görebileceği öngörülmüştür. Bu bağlamda, kırsal alanların gelişmesinde önemli olacağı düşünülen kırsal turizmin, olumsuz ve olumlu etkilerine yer vermek önem arz etmektedir (Ayaz, 2012: 54).

Tablo 4. Kırsal turizmin olumlu ve olumsuz etkileri

Olumlu Etkiler	Olumsuz Etkiler
Halihazırdaki işleri saklama,	Çevre tehdidi,
İstihdam oluşturma,	Sosyo-kültürel tehdit,
İş çeşitliliği oluşturmak,	Konut problemi,
Çoklu faaliyet oluşturma (birden fazla işle ilgilenme fırsatı),	Dışarıdan gelen girişimciler,
Turizm dışındaki firmalara destek olma,	Trafik sıkışıklığı,
Çiftçilere destek sağlama,	Planlama, denetim, halk katılımı ve ortaklık konuları (arazilerin kullanımı, faaliyetlerin turizm türlerine göre dağıtımı, işverenler ve çalışanlar düzeyinde bilgilendirme).
Ormancılığa destek sağlama,	
Doğal güzelliklerin ve doğanın korunması,	
Kırsal bölgedeki küçük yerleşimlere destek sağlama,	
Kırsal sanat ve zanaatlara koruma,	
Kültürel ihtiyacın karşılanmasına destek sağlama,	
Tarihi yapıtları koruma,	
Çevresel iyileşmelere (yol, kanalizasyon) destek sağlama,	
Küçük balıkçı toplumlarına destek sağlama,	
Kadınların rolünü artırma,	
Yeni fikirler ve girişimler oluşturma.	

Kaynak: Ayaz, 2012.

OECD (1994: 24-28)'den uyarlanan Tablo 4'te görüldüğü gibi, olumlu etkiler olumsuz etkilerden fazladır. Buna bakılarak, kırsal turizm, oldukça önemli bir turizm çeşididir (Ayaz, 2012: 54).

Kırsal turizm, kırsal bölgelerin gelişmesinde ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel açıdan da katkı sağlamaktadır (Ongun, 2015: 107).

2.7.1. Kırsal Turizmin Ekonomik Etkileri

Kırsal turizme ekonomik olarak bakacak olursak, turizmdeki gelir ve giderlerin ekonomi alanındaki önemi, kırsal bölgelerdeki ekonomik yapıları, sirkülasyondaki hızı,

toplumun tüketimi ve tutumları önemli olmaktadır. Kırsal turizm ülkenin ekonomik gelir kaynağı ve ülkeye döviz getiren kaynak olarak önem arz ettiği kadar, kırsal bölgeler arasında ekonomik farklılıklarda azalma, halk için yeni iş imkanları ve meslek alanlarında artışa da destek sağlamaktadır. Bu bağlamda işsizlik azalmış, tarım için kullanılacak alanlar artmış, bu alanlara olan ulaşım gelişmiş ve turizmle ilgili ticari faaliyetlerde hareketlilik kazanılmış olması kırsal turizmi önemli bir noktaya getirmiştir (Ahipaşaoğlu ve Çelte, 2006: 68).

Turizm aynı zamanda, yüksek seviyede işsizlik olan ülkeler için, kalkınmayı sağlamak amacıyla, iş imkânı sağlayan bir model olarak görülmektedir. Kırsal turizm bu durumda, kırsal bölgelerde yaşam süren insanların gelirlerinin artmasına, yaşam koşullarının iyileştirilmesine olanak sağlayan önemli bir sürdürülebilir gelir kaynağı haline gelmiştir (Kadanalı ve Yazgan, 2012: 98).

Kırsal bölgelerde uygulanan turizm faaliyetleri; yöreye ait ürünlere ilginin artmasına, bölge ve bölge halkı için pazarlama faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine, ek kaynakların ortaya çıkmasına imkân tanımaktadır. Yapılan bu faaliyetler, kırsal bölgelerde ekonomik yatırımları ve yatırımcıları teşvik etmektedir (Karabati vd., 2009: 133).

2.7.2. Kırsal Turizmin Çevresel Etkileri

Kırsal turizm, turizmin genel dağılımında oluşan yığılmaları, kıyılara olan yoğun baskıyı ve kıyıların aşırı kullanımını azaltmaya yardımcı olmuştur. Bu durumda klasikleşmiş (deniz,kum,güneş) tatil anlayışındaki bölgelerin yükünü hafifletmiştir. Böylelikle bölgelerin taşıma kapasitelerinden kaynaklı sorunlarda da azalma olmuştur. Kırsal turizmin yoğun ilgi görmesi sebebiyle öneminin artması, kırsal bölgeler için altyapı, sağlık, ulaşım, eğitim gibi hizmetlerde de artışa neden olması beklenmektedir (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008: 67).

Türkiye’de turizmin çevreyle ilişkisi düşünüldüğünde akla ilk gelen, kıyı kesimlerin betonlaşması, denizlerin kirlenmesi, doğal ortamların bozulması, atık maddelerin artması ve bölgenin taşıma kapasitesinin bozulması gibi doğanın dengesini bozan durumlardır. Bu durumun tam tersi olan kırsal turizmde, konaklama tesislerinin, peri bacaları gibi restore edilmiş doğal yapılardan oluşmasıdır. Bu tür durumlardan

dolaylı kırsal turizmin, çevreye en uygun turizm çeşidi olduğu söylenebilir. Kırsal turizmin gelişmesi ve ciddi anlamda çekici bulunmasının asıl nedeni de çevre ve doğayla uyumlu olarak yaygınlaşmasından kaynaklıdır (Uçar vd., 2010: 101). Kırsal turizmin çevre ile olumlu etkileri şu şekilde sıralanmıştır (Cömert, 2002: 12):

- İnsanlarda çevreye olan duyarlılık ve koruma bilinci artar.
- Doğal güzelliklerin korunmasına katkı sağlar.
- Doğal alanlardaki arkeolojik alan ve eserlerin korunmasına katkı sağlar.
- Altyapı ve üstyapının artırılması sonucunda çevresel gelişim sağlanır.
- Kırsal turizme uygun alanların tespiti ve korunması sağlanır.
- Sürdürülebilir turizmin gelişmesine katkı sağlar.

2.7.3. Kırsal Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri

Kırsal turizmde sosyo-kültürel etkiler; toplumun değerlerinde, bireysel tavırlar/davranışlarda, aile yapısında, gelenek-göreneklerinde, toplumun ahlak kurallarında ve örgütsel yapılarında meydana gelebilecek değişimler diyebiliriz. Kırsal turizmde gerek toplumsal gerekse bireysel olacak şekilde etkileri vardır (Kadanalı ve Yazgan, 2012: 98-99).

Kırsal faaliyetler, köy düğünleri, yöresel yemekleri, el sanatları, yöreye özgü sporları (güreş, boğa güreşleri, deve güreşleri) ve bölgede bulunan hayvanlar (kelaynak kuşları, Van kedisi, dikkuyruk kuşları) gibi buna benzer aktivitelerin olması, bölge ekonomisinin gelişimi ve bölgenin tanıtımı açısından önem arz etmektedir (Akça vd., 2001: 32).

Kırsal turizm, o yörenin halkına, çiftçisine, işletmecisine ve toplumun neredeyse tamamına fayda sağlamaktadır. Bu ifadelerde ekonomik faydaların sağlandığı gibi, kırsal bölgedeki yaşam şekli, yöresel alışkanlıkları, doğal güzellikleri, tarihi yapıları ve bunların korunarak sürekliliğinin de devam etmesi gibi faydalarda bulunmaktadır (Taw ve Barbieri, 2012: 216).

Kırsal turizmin sosyo-kültürel etkilerinin olumsuz ve olumlu yönleri de bulunmaktadır. Olumlu yönleri; kırsaldaki kadınların öneminin artması, kültürel etkileşim, toplumun alt yapısını oluşturmak, el sanatlarına önemin artması, toplum ve

toplulukların görünümünde değişiklik ve kültürünün korunması gibi unsurlardan bahsedilebilir. Olumsuz yönleri ise; yabancı korkusu ve kültürel kirlenme olarak ele alınabilir (Emiroğlu, 2013: 33). Kırsal turizmde uygulanan faaliyetlerde, gidilen bölgelere yeni farkındalık sağlamak ve çevreye, doğaya, kültürel değerlere saygı gösterilmesi önemli bir durumdur (Lopez ve Garcia, 2006: 86).

2.8. Kırsal Turizmin Sorunları

Bacasız sanayi denilen turizmin bir türü olan, kırsal turizm endüstrisi, doğru bir şekilde geliştirilip yaygınlaştığında, hem ülkeye hem bölgeye ekonomik ve çevresel faydalar sağlayabilir. Kırsal turizm, kırsal alanlardaki gelişim sürecinde fayda sağlarken, birtakım problemlere de sebep olmaktadır. Kırsal bölgelerde, aile yapılarının bozulması bu problemlerden biridir. Ekonomik yapılar, kırsal turizmde, hassas yapılarda ve çevrede bozulmaya sebebiyet verebilir. Kırsal turizmde yönetimsel ve gelişimsel bazı sorunlar şu şekildedir (Ahipaşaoğlu ve  elte , 2006: 91-94).

2.8.1. Çevresel Sorunlar

Kırsal turizm, doğada, çevrede ve kırsal ekosistemde ciddi risk faktörüdür (Soykan, 2006: 75). Kırsal turizmin gelişmesi ve yaygınlaşması ile doğanın yapısında bozulma, yıpranma, tahrip ve kirlenme (gürültü, görsellik vb.) gibi durumlar meydana gelmektedir (Kiper, 2006: 36). Kırsal turizmin hızlı yayılması, düzensiz alan kullanılması, dağların, g llerin, denizlerin, kutupların yoğun kullanımından tahrip olması sonucunda, hem tarıma ayrılan alanlar daralmakta hem de doğal denge bozulmaktadır. Bu daralmayla birlikte tarım sektöründe de üretimin azaldığı gözlemlenmektedir (Uçar vd., 2010: 102; Ongun vd., 2015: 117).

2.8.2. Sosyo-Kültürel Sorunlar

Turist sayısının artmasıyla doğanın dengesinde bozulma görülebilir. Kırsal bölgedeki halkın toplumsal yapısında bozulmalar görülebilir. Kırsal turizmde farklı kültürlerden insanlara yer verildiği için, bölge halkının değerleri, inançları, ahlaki yapısı değişebilir, yaşam standartlarında değişiklik olur ve geleneksel kalıplarını terk

edebilirler. Yöreye özgü dil kullanımında bozulmalar, sanat anlayışındaki anlam ve el sanatlarındaki özellikler farklılaşabilir. Aynı zamanda toplumun ahlak anlayışı, değerleri, davranış ve tavırlarını da olumsuz etkilediği, dini inançlarının azaldığı, dine göre davranmayıp, dine göre yaşamadıkları ve dil yapısına giren yabancı kelimelerde artış olduğu da gözlemlenmiştir (Uçar vd., 2010: 102).



3. ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ANKARA İLİ İLE İLGİLİ GENEL BİLGİLER VE ARAŞTIRMANIN ANALİZ VE BULGULARI

Bu bölümde Ankara iline dair genel bilgilere ve Ankara ilinin turizm çekiciliğine yer verilmiştir. Devamında araştırma verilerinin analizleri ve bulguları yer almaktadır.

3.1. Araştırma Alanı

Ankara ili Türkiye'nin başkentidir. İl genelinde nüfus oranı 2023 yılı verilerine göre 5.803.482 kişidir. Nüfus dağılımı; 25 ilçeden ve bu ilçelere bağlı olan 1425 mahalleden oluşmaktadır. Türkiye'nin merkezine yakın bir coğrafi konuma sahiptir. Batı Karadeniz Bölgesi'ne kalan kuzey bölgeleri haricinde, büyük bölümü İç Anadolu Bölgesi'ne dahildir. Konya ve Sivas'tan sonra yüzölçümü bakımından Türkiye'nin en büyük üçüncü ilidir.

Ankara'nın çevresinde; doğuda Kırıkkale, batıda Eskişehir, güneyde Konya, kuzeydoğuda Çankırı, kuzeybatıda Bolu, güneydoğuda Kırşehir ve Aksaray olmak üzere yedi il bulunmaktadır. Ankara, Kızılırmak ve Sakarya nehirlerinin ortasına kurulmuş olup bölgenin yüzölçümü 25.632 km²'dir.

Düz bir arazi alanına konumlanan ilin yüzölçümünün yaklaşık olarak %50'lik kısmını tarım alanları, %28'lik kısmını ormanlık ve fundalık alanlar, %12'lik kısmını çayır ve meralar, %10'luk kısmını ise tarım dışı araziler kapsamaktadır. 2015 m yüksekliğindeki Elmadağ ilin en yüksek yerlerinden biridir. 3789 km²'lik yüzölçümü ile Polatlı Ovası ilin en geniş ovasıdır. 490 km²'lik yüzölçümü ile Tuz Gölü ilin en büyük gölü olup, yaklaşık 151 km'lik uzunluğu ile Sakarya Nehri ildeki en uzun göldür. 83,8 km²'lik yüzölçümü ile Sarıyar Barajı en büyük barajıdır. İl genelinde 14 doğal göl, 136 sulama göleti ve 11 baraj bulunmaktadır. İlin güney ve orta bölümlerinde karasal iklim, kuzeyinde ise Karadeniz iklimi hakimdir.

Ankara, 25 ilçeye sahiptir. Ankara Büyükşehir Belediyesini oluşturan bu ilçeler: Akyurt, Altındağ, Ayaş, Balâ, Beypazarı, Çamlıdere, Çankaya, Çubuk, Elmadağ, Etimesgut, Evren, Gölbaşı, Güdül, Haymana, Kahramankazan, Kalecik, Keçiören,

Kızılcahamam, Mamak, Nallıhan, Polatlı, Pursaklar, Sincan, Şereflikoçhisar ve Yenimahalle'dir (<https://tr.wikipedia.org>).

3.1.1. Ankara'da Turizm

Ankara'da turizm; çoğunlukla yerli turistlerin ziyaretleriyle yürümektedir ve büyük ölçüde kültür turizmine dayanmaktadır. Ankara denildiğinde akla gelen yapılardan biri Ankara Kalesi'dir. Galatlar döneminden bugüne kadar var olduğu bilinen kale; Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı İmparatorluğu dönemlerinde çok kez iyileştirmeden geçmiştir. Akkale ve Saat Kulesi, kalenin içerisinde yer alan diğer önem ifade eden tarihi yapılardır.

Anadolu Selçuklu Sultanı I. Alaeddin Keykubad adına; Çubuk Çayı, İncesu Deresi ve Hatip Çayı'nın bağlandığı konumda yaptırılmış olan Akköprü; kente Selçuklular devrinden kalan nadir yapılardan birisidir. Köprü, 1959 yılında kentsel sit alanı olarak belgelenmiştir.

Kurtuluş Savaşı'nın büyük lideri ve Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu Cumhurbaşkanı Mustafa Kemal Atatürk'ün adına yaptırılmış olan Anıtkabir, şehirde ruhani değeri yüksek olan yapıtlardan biridir. Ankara'ya en hâkim yerlerden biri olan Anıttepe'de bulunan anıt mezarı, her yıl önem arz eden günlerde ve millî bayramlarda milyonlarca insan tarafından ziyaret edilmektedir.

Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin simgesi olan amblemdede de yer alan Kocatepe Camii ve Atakule, şehir için tarihi bir değeri olmamasına rağmen, ulusal ve uluslararası alanda tanınmayı sağlayan iki önemli simgedir.

Ankara'da Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı 6 müze ve 4 ören yeri olmakla beraber bakanlığa bağlı olmayan müzelerle birlikte bu sayı farklılık göstermektedir. Bu müzelerden birkaçı; Anadolu Medeniyetler Müzesi, Etnografya Müzesi, Devlet Resim ve Heykel Müzesi, I. Türkiye Büyük Millet Meclisi binası (Kurtuluş Müzesi), II. Türkiye Büyük Millet Meclisi binası Cumhuriyet Müzesi, Türk Hava Kurumu Müzesi gibi önemli müzeler arasında yer almaktadır. Ankara'da klasik müzecilik anlayışıyla genel olarak arkeolojik, etnografik, tarihi veya sanatsal nesne ve belgelerin sergilendiği müzelerin dışında hamam müzesi, satranç müzesi, mobilya müzesi, ekmek müzesi,

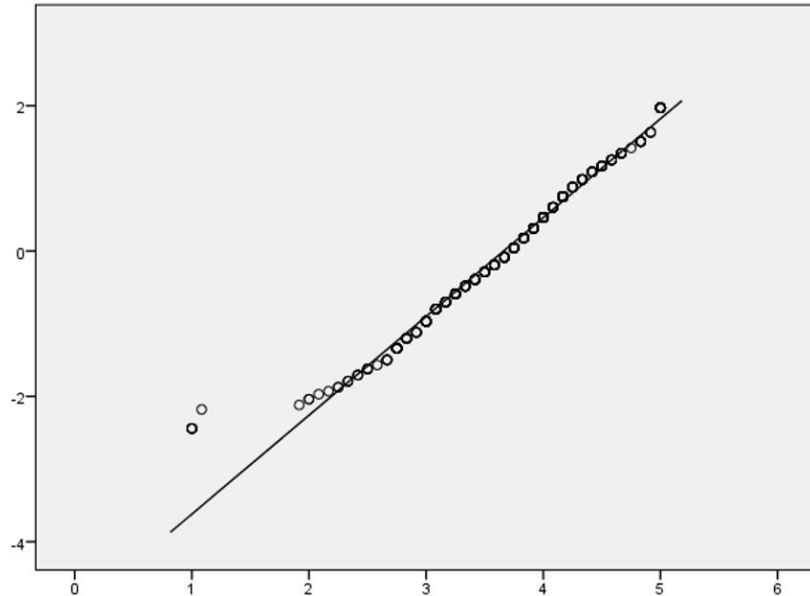
hukuk müzesi gibi farklı temalarda onlarca müzeye sahiptir. Ankara bu yönüyle ziyaretçilere farklı ve yaratıcı deneyimler yaşama imkânı sunmaktadır (<https://tr.wikipedia.org>).

3.2. Araştırma Verilerinin Analizi

Bu araştırmada anket tekniği kapsamında ve kolayda örneklem yöntemi ile yüz yüze görüşme şeklinde olmak üzere toplam 409 katılımcıdan sağlanan veriler için ilk etapta bilgisayarda veri tabanı oluşturulmuştur. Verilerin analiz edilmesi sürecinde parametrik testlerin kullanım kararı için verilerin normallik dağılımına bakılmıştır. Bu işlem için Tablo 5 ve Tablo 6'daki çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) katsayıları sonuçlarına ve verilerin Şekil 5 ve Şekil 6'daki Q-Q Plot dağılımına bakılmıştır.

Tablo 5. Kırsal turizm algısı çarpıklık ve basıklık testi sonuçları

Ölçek Adı	n	Min	Mak.	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık		Basıklık	
						İstatistik	Standart Hata	İstatistik	Standart Hata
Kırsal Turizm Algısı	409	3,59	3,73	3,66	0,03	-0,597	0,121	1,254	,241

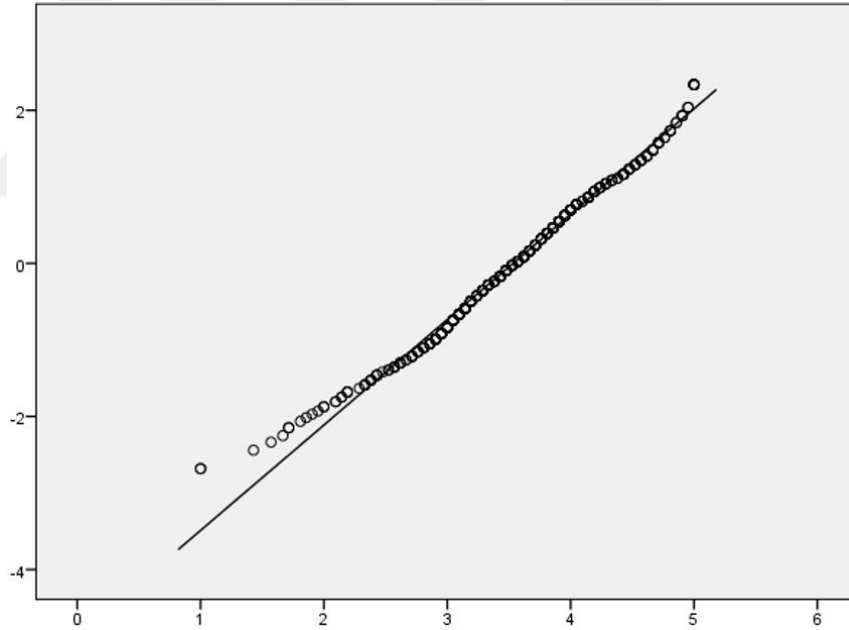


Şekil 5. Kırsal turizm algısı ölçeği Q-Q Plot dağılımı

Kırsal turizm algısı ölçeği için Tablo 5’de görüldüğü üzere çarpıklık katsayısı - 0,597 ve basıklık katsayısı ise 1,254 olarak görülmekte ve Q-Q Plot Dağılımı diyagramında veriler normal dağılım göstermektedir. Normallik dağılımı bağlamında çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) sonuçlarının (-3) ile (+3) aralığında bulunması durumunda parametrik testlere yönelik analizlerin gerçekleştirilebileceğini öngörülmektedir (Meyers, 2013).

Tablo 6. Kırsal turizm motivasyon algısı ölçeği çarpıklık ve basıklık testi sonuçları

Ölçek Adı	n	Min	Mak.	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık		Basıklık	
						İstatistik	Standart Hata	İstatistik	Standart Hata
Kırsal Turizm Motivasyon Algısı	409	3,46	3,60	3,53	0,03	-0,324	0,121	0,384	0,241



Şekil 6. Kırsal turizm motivasyon algısı ölçeği Q-Q Plot dağılımı

Kırsal turizm motivasyon algısı ölçeği için Tablo 6 sonuçları incelendiğinde çarpıklık katsayısı -0,324 ve basıklık katsayısı ise 0,384 olarak görülmekte ve Q-Q Plot Dağılımı diyagramında veriler normal dağılım göstermektedir. Bu sonuçlar çerçevesinde kırsal turizm algısı ölçeğinde olduğu gibi Kırsal turizm motivasyon algısı için de parametrik testler kullanılarak analizlerin gerçekleştirilebileceğine karar verilmiştir.

Bu çalışmada, kırsal turizm algısı ve kırsal turizm motivasyon algısı ölçeklerinin sonuçlarını cinsiyet ve medeni durum gibi iki değişkenli gruplar açısından incelemek için bağımsız örneklem t-testi kullanılacaktır. Yaş, eğitim durumu, statü durumu, gelir, ikamet süresi ve kırsal seyahat sıklığı gibi ikiden fazla değişkenli gruplar için ise bağımsız örneklem tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA) ve Tukey (HSD) testleri tercih edilecektir. Araştırma hipotezlerinin test edilmesi için korelasyon analizleri gerçekleştirilecektir.

3.3. Kırsal Turizm Algısına İlişkin Faktör Analizi

Ankara şehrinde yaşayan ve kırsal turizm faaliyetlerine katılmış olan ziyaretçilerin kırsal turizm algısının belirlenmesi ve araştırma için öngörülen hipotezlerin test edilmesi amacıyla ilk olarak açıklayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Kırsal turizm algısı ölçeği altında toplanan verilerin faktör analizi için uygunluğu incelendiğinde, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,867 ve Bartlett's Anlamlılık Testi için elde edilen anlamlılık değeri ise 0,000 olarak hesaplanmıştır. Field (2000), KMO örneklem ölçüm yeterliliğinin 0,50'den büyük olması ve Bartlett's Anlamlılık Testi'nin anlamlı çıkması durumunda verilerin faktör analizi için uygun olduğunu belirtmektedir. Ayrıca, Kline (2005), verilerin güvenilirliğini değerlendirmek için güvenilirlik katsayısının (α) 0,70 veya daha yüksek olması gerektiğini öne sürmektedir.

Tablo 7. Kırsal turizm algısı faktör analizi sonuçları

Faktör	$\bar{x}$	s. s.	Faktör Yüğü	Cronbach Alpha	Varyans Açıklama
Olumlu Etkiler					
Kırsal turizm, yeni turizm işletmeleri ile yerel ekonomiyi canlandırır ve çeşitlendirir.	3,95	1,060	,833		
Kırsal turizm yerel ortaklıkları ve iş birliğini artırır.	3,89	1,001	,813		
Kırsal turizm, yerel halkın yaşam standardını yükseltir.	3,88	1,064	,793		
Kırsal turizm, yerel halkı kültür ve çevreyi değerlendirmeye teşvik eder.	3,92	1,047	,791	,868	34,865
Kırsal turizm yeni iş imkanları yaratır.	3,64	1,157	,742		
Kırsal turizm kadınlara yeni iş imkanları yaratır.	3,89	1,049	,712		
Kırsal turizm, doğal çevreyi ve biyoçeşitliliği korur.	3,50	1,303	,639		
Olumsuz Etkiler					

Kırsal turizm, dışardan gelen zengin girişimciler tarafından kırsal bölgelerin sömürülmesine yol açar.	3,69	1,330	,785		
Kırsal turizm, kırsal bölgelerde sosyokültürel bozulmalara yol açar.	3,10	1,356	,777		
Kırsal turizm, kırsal yollarda trafik sıkışıklığına neden olur.	3,46	1,291	,776	,836	25,666
Kırsal turizm, kırsal bölgelerde emlak fiyatlarını artırır.	3,80	1,228	,755		
Kırsal turizm, doğal çevrenin bozulmasına ve kirlenmesine neden olur.	3,22	1,353	,751		
Toplam Güvenilirlik Katsayısı/Varyans Açıklama Oranı					60,531
K-M-O Örneklem Ölçüm Yeterliliği:					,867
Bartlett' in Anlamlılık Testi (Chi-Square / df / Sig):					2329,465/66/,000

Tablo 7'ye göre, metropol sakinlerinin kırsal turizm algısı hakkında elde edilen sonuçlara göre toplam varyans açıklama oranı %60,50'dir. Bu oranın içinde kırsal turizmin olumlu etkilerinin %34,86 ve olumsuz etkilerinin %25,66 olduğu görülmektedir. Kırsal turizmin olumlu etkileri alt boyutuyla ilgili bulgular incelendiğinde, “kırsal turizm, yeni turizm işletmeleri ile yerel ekonomiyi canlandırır ve çeşitlendirir” ifadesinin $\bar{x}=3,95$ ortalama ile en yüksek puanı aldığı gözlemlenmiştir. Kırsal turizmin olumsuz etkileri alt boyutunda ise, en yüksek ortalamanın $\bar{x}=3,80$ ile “kırsal turizm, kırsal bölgelerde emlak fiyatlarını artırır” ifadesinde olduğu belirlenmiştir.

3.4. Kırsal Turizm Motivasyon Algısına İlişkin Faktör Analizi

Ankara metropolünde yaşayan yerel halkın kırsal turizm motivasyon algılarını belirlemek ve araştırma modelinde öngörülen hipotezleri test etmek amacıyla, kırsal turizm algısı ölçeğinde olduğu gibi açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Bu doğrultuda, kırsal turizm motivasyon algısı verilerinin faktör analizine uygunluğunu belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Ölçüm Yeterliliği ve Bartlett's Küresellik Anlamlılık testleri uygulanmıştır. KMO değeri 0,932 ve anlamlılık değeri ise 0,000 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 8. Kırsal turizm motivasyon algısı ölçeği faktör analizi sonuçları

Faktör	$\bar{x}$	s. s.	Faktör Yüğü	Cronbach Alpha	Varyans Açıklama
Keşfetme					
Yeni şeyler öğrenmek.	3,84	1,157	,819	,881	22,125
Yeni yerler keşfetmek.	3,65	1,206	,814		
Farklı yaşam tarzlarını deneyimlemek	3,54	1,204	,686		
Bilgiyi artırmak	3,53	1,165	,680		
Heyecan verici şeyler yapmak.	3,41	1,294	,678		
Eğlenme ve eğlendirilmek.	3,64	1,231	,619		
Tarihi sit alanlarına seyahat etmek.	3,49	1,235	,605		
Bireysel Deneyim					
Aşırı heyecan yaşamak.	2,97	1,319	,766	,743	14,850
Lüksün tadını çıkarmak.	2,69	1,425	,757		
Tek başına seyahatte kişisel güvenlik.	3,10	1,292	,721		
Yalnızlığı yaşamak.	3,14	1,442	,567		
Toplumsal Bağları Güçlendirme					
Çocuklar için geleneksel kültürü yaşamak.	3,59	1,284	,823	,788	13,912
Ailenin köklerinin geldiği yerleri görmek.	3,56	1,305	,799		
Aile olarak bir arada olmak.	3,90	1,232	,728		
Toplum bilincinin oluşturulması.	3,52	1,167	,576		
Rahatlama					
Günlük stresten uzaklaşmak	4,19	,955	,828	,778	12,656
Dinlenmek	3,96	1,085	,800		
Yoğun iş yaşamından kaçmak.	4,05	1,103	,715		
Toplam Güvenilirlik Katsayısı/Varyans Açıklama Oranı					63,543
K-M-O Örneklem Ölçüm Yeterliliği:0,932					
Bartlett' in Anlamlılık Testi (Chi-Square / df / Sig): 3391,534/153/,000					

Faktör analizi sürecinde turizm beklenti ölçeğinden 7 soru (KTMA10, KTMA12, KTMA14, KTMA15, KTMA18, KTMA19, KTMA23) aşağıda sayılan sebeplerden dolayı analiz dışı bırakılmıştır. KTMA14 nolu ifadenin kommunalities değeri 0,50 altında olduğu için çıkarılmıştır. KTMA10, KTMA15, KTMA18 ve KTMA19 numaralı ifadelerin Faktör yük değeri 0,45 altında olduğu için çıkartılmıştır. Bir faktörde yer alan değişkenlere / maddelere ilişkin faktör yüklerinin 0.45 ve üzeri olması istendik bir durumdur. Bu durum ilgili faktör altında yer alan maddelerin ilgili yapıyı ölçtüğü şeklinde yorumlanabilir (Büyüköztürk, 2018). KTMA12 ve KTMA23 ifadeleri ise 2 faktör altında birden yüklenmiş (KTMA12; ,496 ve ,484; KTMA23; ,556 ve ,528) ve iki faktör altındaki yük değerleri arasındaki fark 0,10'dan daha az olduğu için binişik madde olarak kabul edilmiş ve çıkartılmıştır.

Tablo 8'in yapısal sonuçlarına göre, kırsal turizm motivasyon algısı ölçeği için toplam varyans açıklama yüzdesi %63,54'tür ve toplam dört alt boyuta dağılmıştır. Keşfetme alt boyutu %22,12; bireysel deneyim alt boyutu %14,85; toplumsal bağları güçlendirme alt boyutu %13,91; ve rahatlama alt boyutu ise %12,65'ini oluşturmaktadır. Büyüköztürk (2007), faktör analizi sürecinde toplam varyans açıklama oranının 0,40 olması ve her bir faktör yükünün 0,45'ten yüksek olması gerektiğini belirtmektedir. Keşfetme alt boyutuna ilişkin beklentiler incelendiğinde, en yüksek ortalamanın $\bar{x}=3,84$ ile “yeni şeyler öğrenmek.” ifadesine ait olduğu görülmektedir. Bireysel deneyim alt boyutunda ise, en yüksek beklentinin $\bar{x}=3,14$ ortalama ile “yalnızlığı yaşamak” ifadesinde olduğu belirlenmiştir. Toplumsal bağları güçlendirme alt boyutunda en yüksek beklentinin $\bar{x}=3,90$ ortalama ile “aile olarak bir arada olmak.” ifadesinde olduğu tespit edilmiştir. Rahatlama alt boyutunda ise en yüksek ortalamanın $\bar{x}=4,19$ ile “günlük stresten uzaklaşmak” beklentisine ait olduğu gözlenmektedir.

3.5. Araştırma Bulguları

Bu bölümde metropol sakinlerine ilişkin tanımlayıcı bilgilere, tanımlayıcı bilgilerin kırsal turizm algısı ve kırsal turizm motivasyon algısı karşılaştırılmasına ve ilişkisine yönelik korelasyon analizi bulgularına yer verilmektedir.

3.5.1. Metropol Sakinlerine İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler

Kırsal turizme katılım motivasyonu ve algısına bir bakış açısı oluşturmak amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada 409 katılımcının demografik özelliklerine (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, statü durumu) ve diğer özelliklerine (aylık gelir, Ankara'daki ikamet süresi, kırsal alanlara seyahate çıkma sıklığı) yönelik tanımlayıcı bilgiler Tablo 9'da gösterilen şekilde belirlenmiştir.

Tablo 9. Katılımcılara yönelik tanımlayıcı özellikler (n=409)

Değişkenler	Gruplar	f	%	Kümülatif (%)
Cinsiyet	Kadın	232	56,7	56,7
	Erkek	177	43,3	100,0
Medeni Durum	Bekâr	212	51,8	51,8
	Evli	197	48,2	100,0
Yaş Durumu	18-28	169	41,3	41,3
	29-38	117	28,6	69,9
	39-48	81	19,8	89,7
	49-58	31	7,6	97,3
	59 ve üzeri	11	2,7	100,0
Eğitim Durumu	İlköğretim	18	4,4	4,4
	Orta Öğretim (Lise)	92	22,5	26,9
	Ön lisans	78	19,1	46,0
	Lisans	221	54,0	100,0
Statü Durumu	İşçi	110	26,9	26,9
	Memur	117	28,6	55,5
	Emekli	11	2,7	58,2
	Esnaf	20	4,9	63,1
	İş adamı	14	3,4	66,5
	Serbest meslek	38	9,3	75,8
	Ev kadını	35	8,6	84,4
	Öğrenci	64	15,6	100,0
Aylık Gelir	0-5000 TL	77	18,8	18,8
	5001-8500 TL	30	7,3	26,2
	8501-12000 TL	66	16,1	42,3
	12001-15500 TL	57	13,9	56,2
	15501 TL ve üzeri	179	43,8	100,0
Ankara'daki İkamet Süresi	1 yıldan az	30	7,3	7,3
	1-3 yıl	26	6,4	13,7
	4-6 yıl	23	5,6	19,3
	7-9 yıl	45	11,0	30,3
	10 yıl ve üzeri	285	69,7	100,0
Kırsal Alanlara Seyahate Çıkma Sıklığı	Ayda bir kez	79	19,3	19,3
	Ayda birkaç kez	89	21,8	41,1
	Yılda bir kez	110	26,9	68,0
	Yılda birkaç kez	131	32,0	100,0

Metropol sakinlerinin tanımlayıcı özelliklerinde Tablo 9 verilerine göre erkekler (%43,3), bekarlar (%51,8), 18-28 yaş grubu (%41,3), lise mezunları (%22,5), memurlar

(%28,6) ile 10 yıl ve üzeri Ankara’da yaşayanlar (%69,7) katılımcıların öne çıkan tanımlayıcı bilgileri olduğu söylenebilir.

3.5.2. Kırsal Turizm Algısının Tanımlayıcı Özelliklerle Karşılaştırılması

Araştırmada, metropol sakinlerinin kırsal turizm algısı ile tanımlayıcı özellikleri arasında anlamlı farklılıkların belirlenmesi amacıyla cinsiyet ve medeni durum gibi değişkenler için "Bağımsız Örneklem t-Testi" kullanılmıştır. Grupları ikiden fazla değişkene sahip olan katılımcılar için ise yaş, eğitim seviyesi, statü durumu, aylık gelir, Ankara'da ikamet süresi ve kırsal seyahat sıklığı gibi değişkenler için "Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)" ve "Tukey (HSD) testi" uygulanmıştır.

Tablo 10. Kırsal Turizmin Olumlu Etkilerine İlişkin Görüşler

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{x}$	σ	t/F	P
Cinsiyet	Kadın	232	3,80		-0,184	0,85
	Erkek	177	3,81			
Medeni Durum	Bekâr	212	3,76		1,120	0,26
	Evli	197	3,85			
Yaş	18-28 (a)	169	3,80		1,128	0,34
	29-38 (b)	117	3,77			
	39-48 (c)	81	3,92			
	49-58 (d)	31	3,83			
	59 yaş ve üzeri (e)	11	3,38			
Eğitim	İlköğretim (a)	18	4,00		0,940	0,42
	Ortaöğretim (b)	92	3,72			
	Ön lisans (c)	78	3,75			
	Lisans (d)	221	3,84			
Statü	İşçi(a)	110	3,82		1,639	0,52
	Memur(b)	117	3,86			
	Emekli(c)	11	4,23			
	Esnaf(d)	20	4,02			
	İş adamı(e)	14	3,62			
	Serbest meslek(f)	38	3,47			
	Ev kadını (g)	35	3,80			
	Öğrenci(h)	64	3,78			
Gelir	0-5000 TL (a)	77	3,80		0,486	0,74
	5001-8500 TL (b)	30	3,71			
	8501-12000 TL (c)	66	3,87			
	12001-15500 TL (d)	57	3,69			
	15501 ve üzeri TL (e)	179	3,83			
İkamet Süresi	1 yıldan az (a)	30	3,85		,456	0,76
	1-3 yıl (b)	26	3,69			
	4-6 yıl (c)	23	3,93			
	7-9 yıl (d)	45	3,90			

	10 yıl ve üzeri (e)	285	3,79		
	Ayda bir kez (a)	79	3,91	0,773	0,50
	Ayda birkaç kez (b)	89	3,74		
Kırsal Seyahat Sıklığı	Yılda bir kez (c)	110	3,75		
	Yılda birkaç kez (d)	131	3,82		

Metropol sakinlerinin tanımlayıcı özellikleri ile kırsal turizmin olumlu etkileri arasında yapılan t testi sonuçları ve ANOVA testi sonuçları Tablo 10’da görülmektedir. Bu sonuçlara göre kırsal turizmin olumlu etkileri ile metropol sakinlerinin tanımlayıcı özellikleri arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde olmak üzere anlamlı bir farklılığın olmadığı ($p=0,000$; $p<0,05$) tespit edilmiştir.

Tablo 11. Kırsal Turizmin Olumsuz Etkilerine İlişkin Görüşler

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{x}$	σ	t/F	P
Cinsiyet	Kadın	232	3,39		-1,409	0,16
	Erkek	177	3,53			
Medeni Durum	Bekâr	212	3,46		1,913	0,76
	Evli	197	3,43			
Yaş	18-28 (a)	169	3,80		1,128	0,34
	29-38 (b)	117	3,77			
	39-48 (c)	81	3,92			
	49-58 (d)	31	3,83			
	59 yaş ve üzeri (e)	11	3,38			
Eğitim	İlköğretim (a)	18	4,00		,940	0,42
	Ortaöğretim (b)	92	3,72			
	Ön lisans (c)	78	3,75			
	Lisans (d)	221	3,84			
Statü	İşçi(a)	110	3,82		1,639	0,12
	Memur(b)	117	3,86			
	Emekli(c)	11	4,23			
	Esnaf(d)	20	4,02			
	İş adamı(e)	14	3,62			
	Serbest meslek(f)	38	3,47			
	Ev kadını (g)	35	3,80			
	Öğrenci(h)	64	3,78			
Gelir	0-5000 TL (a)	77	3,80		,486	0,74
	5001-8500 TL (b)	30	3,71			
	8501-12000 TL (c)	66	3,87			
	12001-15500 TL (d)	57	3,69			
	15501 ve üzeri TL (e)	179	3,83			
İkamet Süresi	1 yıldan az (a)	30	3,85		0,456	0,76
	1-3 yıl (b)	26	3,69			
	4-6 yıl (c)	23	3,93			
	7-9 yıl (d)	45	3,90			
	10 yıl ve üzeri (e)	285	3,79			
Kırsal Seyahat Sıklığı	Ayda bir kez (a)	79	3,91		0,773	0,50
	Ayda birkaç kez (b)	89	3,74			
	Yılda bir kez (c)	110	3,75			
	Yılda birkaç kez (d)	131	3,82			

Metropol sakinlerinin tanımlayıcı özellikleri ile kırsal turizmin olumsuz etkileri arasında yapılan t testi sonuçları ve ANOVA testi sonuçları Tablo 11’de görülmektedir. Bu sonuçlara göre kırsal turizmin olumsuz etkileri ile metropol sakinlerinin tanımlayıcı özellikleri arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde olmak üzere anlamlı bir farklılığın olmadığı ($p=0,000$; $p<0,05$) tespit edilmiştir.

Tablo 12. Kırsal Turizm Motivasyon Algısı Keşfetme Boyutuna İlişkin Görüşler

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{x}$	σ	t/F	P
Cinsiyet	Kadın	232	3,55	,946	0,643	0,52
	Erkek	177	3,48	,964		
Medeni Durum	Bekâr	212	3,50	,938	0,378	0,70
	Evli	197	3,54	,971		
Yaş	18-28 (a)	169	3,55	,869	1,055	0,37
	29-38 (b)	117	3,51	,957		
	39-48 (c)	81	3,56	1,03		
	49-58 (d)	31	3,49	,969		
	59 yaş ve üzeri (e)	11	2,96	1,42		
Eğitim	İlköğretim (a)	18	3,61	1,41	0,76	0,97
	Ortaöğretim (b)	92	3,51	,976		
	Ön lisans (c)	78	3,54	,858		
	Lisans (d)	221	3,51	,937		
Statü	İşçi(a)	110	3,71	,958	1,566	0,14
	Memur(b)	117	3,52	,926		
	Emekli(c)	11	3,57	1,26		
	Esnaf(d)	20	3,51	,824		
	İş adamı(e)	14	3,57	,823		
	Serbest meslek(f)	38	3,53	,887		
	Ev kadını (g)	35	3,21	1,20		
	Öğrenci(h)	64	3,33	,845		
Gelir	0-5000 TL (a)	77	3,43	,966	0,879	0,47
	5001-8500 TL (b)	30	3,39	1,10		
	8501-12000 TL (c)	66	3,59	,995		
	12001-15500 TL (d)	57	3,40	,770		
	15501 ve üzeri TL (e)	179	3,59	,958		
İkamet Süresi	1 yıldan az (a)	30	3,46	,840	,760	,552
	1-3 yıl (b)	26	3,27	1,04		
	4-6 yıl (c)	23	3,70	,725		
	7-9 yıl (d)	45	3,60	,779		
	10 yıl ve üzeri (e)	285	3,52	,996		
Kırsal Seyahat Sıklığı	Ayda bir kez (a)	79	3,48	,980	,146	,932
	Ayda birkaç kez (b)	89	3,55	1,00		
	Yılda bir kez (c)	110	3,49	,925		
	Yılda birkaç kez (d)	131	3,55	,934		

Metropol sakinlerinin tanımlayıcı özellikleri ile kırsal turizm motivasyon algısının keşfetme boyutu arasında yapılan t testi sonuçları ve ANOVA testi sonuçları

Tablo 12’de görülmektedir. Bu sonuçlara göre kırsal turizm motivasyon algısının keşfetme alt boyutu ile metropol sakinlerinin tanımlayıcı özellikleri arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde olmak üzere anlamlı bir farklılığın olmadığı ($p=0,000$; $p<0,05$) tespit edilmiştir.

Tablo 13. Kırsal Turizm Motivasyon Algısı Bireysel Deneyim Boyutuna İlişkin Görüşler

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{x}$	σ	t/F	P
Cinsiyet	Kadın	232	2,98	1,02	,269	,788
	Erkek	177	2,96	1,03		
Medeni Durum	Bekâr	212	3,03	1,05	1,15	,247
	Evli	197	2,91	1,00		
Yaş	18-28 (a)	169	3,55	,869	1,05	,378
	29-38 (b)	117	3,51	,957		
	39-48 (c)	81	3,56	1,03		
	49-58 (d)	31	3,49	,969		
	59 yaş ve üzeri (e)	11	2,96	1,42		
Eğitim	İlköğretim (a)	18	3,61	1,41	,076	,973
	Ortaöğretim (b)	92	3,51	,976		
	Ön lisans (c)	78	3,54	,858		
	Lisans (d)	221	3,51	,937		
Statü	İşçi(a)	110	3,71	,958	1,566	,144
	Memur(b)	117	3,52	,926		
	Emekli(c)	11	3,57	1,26		
	Esnaf(d)	20	3,51	,824		
	İş adamı(e)	14	3,57	,823		
	Serbest meslek(f)	38	3,53	,887		
	Ev kadını (g)	35	3,21	1,20		
	Öğrenci(h)	64	3,33	,845		
Gelir	0-5000 TL (a)	77	3,43	,966	,879	,477
	5001-8500 TL (b)	30	3,39	1,10		
	8501-12000 TL (c)	66	3,59	,995		
	12001-15500 TL (d)	57	3,40	,770		
	15501 ve üzeri TL (e)	179	3,59	,958		
İkamet Süresi	1 yıldan az (a)	30	3,46	,840	,760	,552
	1-3 yıl (b)	26	3,27	1,04		
	4-6 yıl (c)	23	3,70	,725		
	7-9 yıl (d)	45	3,60	,779		
	10 yıl ve üzeri (e)	285	3,52	,996		
Kırsal Seyahat Sıklığı	Ayda bir kez (a)	79	3,48	,980	,146	,932
	Ayda birkaç kez (b)	89	3,55	1,00		
	Yılda bir kez (c)	110	3,49	,925		
	Yılda birkaç kez (d)	131	3,55	,934		

Metropol sakinlerinin tanımlayıcı özellikleri ile kırsal turizm motivasyon algısının bireysel deneyim boyutu arasında yapılan t testi sonuçları ve ANOVA testi sonuçları Tablo 13’te görülmektedir. Bu sonuçlara göre kırsal turizm motivasyon

algısının bireysel deneyim alt boyutu ile metropol sakinlerinin tanımlayıcı özellikleri arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde olmak üzere anlamlı bir farklılığın olmadığı ($p=0,000$; $p<0,05$) tespit edilmiştir.

Tablo 14. Kırsal Turizm Motivasyon Algısı Toplumsal Bağları Güçlendirme Boyutuna İlişkin Görüşler

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{x}$	σ	t/F	P	Tukey
Cinsiyet	Kadın	232	3,67	,938	,788	,431	-
	Erkek	177	3,59	1,02			
Medeni Durum	Bekâr	212	3,36	1,00	6,307	,000	
	Evli	197	3,94	,845			
Yaş	18-28 (a)	169	3,38	,955	5,890	,000	a-b a-c a-d
	29-38 (b)	117	3,74	,936			
	39-48 (c)	81	3,87	1,02			
	49-58 (d)	31	3,94	,850			
	59 yaş ve üzeri (e)	11	4,02	,762			
	İlköğretim (a)	18	4,19	,783			
Eğitim	Ortaöğretim (b)	92	3,69	1,01	2,435	,064	-
	Ön lisans (c)	78	3,66	,863			
	Lisans (d)	221	3,57	1,00			
	İşçi(a)	110	3,75	1,01	3,594	,001	a-h b-h c-h
Statü	Memur(b)	117	3,79	,914			
	Emekli(c)	11	4,29	,444			
	Esnaf(d)	20	3,52	,928			
	İş adamı(e)	14	3,87	,718			
	Serbest meslek(f)	38	3,35	,977			
	Ev kadını (g)	35	3,60	1,00			
	Öğrenci(h)	64	3,24	,983			
Gelir	0-5000 TL (a)	77	3,47	,949	1,083	,364	-
	5001-8500 TL (b)	30	3,50	1,06			
	8501-12000 TL (c)	66	3,64	1,02			
	12001-15500 TL (d)	57	3,71	,889			
	15501 ve üzeri TL (e)	179	3,71	,979			
	1 yıldan az (a)	30	3,37	1,07	1,670	,156	-
İkamet Süresi	1-3 yıl (b)	26	3,28	,850			
	4-6 yıl (c)	23	3,65	,851			
	7-9 yıl (d)	45	3,66	,768			
	10 yıl ve üzeri (e)	285	3,69	1,00			
	Ayda bir kez (a)	79	3,61	1,04	1,536	,205	-
Kırsal Seyahat Sıklığı	Ayda birkaç kez (b)	89	3,78	,946			
	Yılda bir kez (c)	110	3,49	,999			
	Yılda birkaç kez (d)	131	3,68	,923			

Metropol sakinlerinin tanımlayıcı özellikleri ile kırsal turizm motivasyon algısının bireysel deneyim boyutu arasında yapılan t testi sonuçları ve ANOVA testi sonuçları Tablo 14'te görülmektedir. Bu sonuçlara göre kırsal turizm motivasyon algısının toplumsal bağları güçlendirme alt boyutu ile metropol sakinlerinin tanımlayıcı

özellikleri arasında (medeni durum, yaş ve statü) 0,05 anlamlılık düzeyinde olmak üzere anlamlı bir farklılığın olduğu ($p=0,000$; $p<0,05$) tespit edilmiştir.

Tablo 15. Kırsal Turizm Motivasyon Algısı Rahatlama Boyutuna İlişkin Görüşler

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{x}$	σ	t/F	P	Tukey
Cinsiyet	Kadın	232	4,06	,837	-,182	,856	
	Erkek	177	4,07	,921			
Medeni Durum	Bekâr	212	4,06	,821	-,135	,893	
	Evli	197	4,07	,928			
Yaş	18-28 (a)	169	4,05	,777	1,175	,321	
	29-38 (b)	117	4,06	,960			
	39-48 (c)	81	4,19	,826			
	49-58 (d)	31	4,00	,934			
	59 yaş ve üzeri (e)	11	3,63	1,35			
	İlköğretim (a)	18	4,12	1,18	1,350	,258	
Eğitim	Ortaöğretim (b)	92	3,91	,872			
	Ön lisans (c)	78	4,07	,874			
	Lisans (d)	221	4,12	,842			
Statü	İşçi(a)	110	4,16	,798	3,522	,001	a-g b-g d-g f-g
	Memur(b)	117	4,16	,876			
	Emekli(c)	11	4,18	,779			
	Esnaf(d)	20	4,36	,665			
	İş adamı(e)	14	3,78	1,10			
	Serbest meslek(f)	38	4,26	,771			
	Ev kadını (g)	35	3,60	1,23			
	Öğrenci(h)	64	3,81	,700			
Gelir	0-5000 TL (a)	77	3,80	,867	3,223	,013	a-e
	5001-8500 TL (b)	30	3,94	1,00			
	8501-12000 TL (c)	66	4,15	,769			
	12001-15500 TL (d)	57	4,00	,887			
	15501 ve üzeri TL (e)	179	4,19	,863			
İkamet Süresi	1 yıldan az (a)	30	3,98	,907	,382	,821	
	1-3 yıl (b)	26	4,01	,926			
	4-6 yıl (c)	23	4,17	,593			
	7-9 yıl (d)	45	4,18	,698			
	10 yıl ve üzeri (e)	285	4,05	,910			
Kırsal Seyahat Sıklığı	Ayda bir kez (a)	79	3,92	1,00	1,291	,277	
	Ayda birkaç kez (b)	89	4,14	,810			
	Yılda bir kez (c)	110	4,02	,782			
	Yılda birkaç kez (d)	131	4,13	,896			

Metropol sakinlerinin tanımlayıcı özellikleri ile kırsal turizm motivasyon algısının bireysel deneyim boyutu arasında yapılan t testi sonuçları ve ANOVA testi sonuçları Tablo 15'te görülmektedir. Bu sonuçlara göre kırsal turizm motivasyon algısının rahatlatma alt boyutu ile metropol sakinlerinin tanımlayıcı özellikleri arasında (statü ve gelir) 0,05 anlamlılık düzeyinde olmak üzere anlamlı bir farklılığın olduğu ($p=0,000$; $p<0,05$) tespit edilmiştir.

3.5.3. Kırsal Turizm Motivasyonu ve Algısına Yönelik Korelasyon Analizi

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

Tablo 16. Kırsal turizm motivasyon faktörleri ve kırsal turizme yönelik korelasyon analizi

		Kırsal Turizm Algısı	Kırsal Turizmin Olumlu Etkileri	Kırsal Turizmin Olumsuz Etkileri
Keşfetme	Pearson Correlation	,306*	,355*	,119*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,016
	N	409	409	409
Bireysel Deneyim	Pearson Correlation	,212*	,216*	,117*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,018
	N	409	409	409
Toplumsal Bağlantı	Pearson Correlation	,307*	,391*	,080
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,106
	N	409	409	409
Rahatlama	Pearson Correlation	,374*	,354*	,237*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	409	409	409

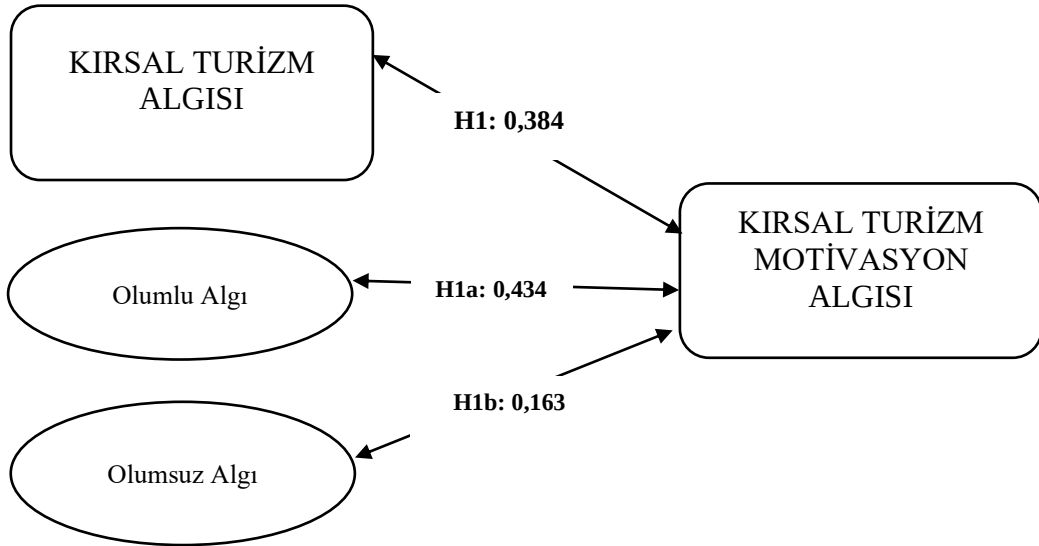
*p<0.05

Metropol sakinlerinin kırsal turizm algısı ile kırsal turizm motivasyon faktörleri arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak ve öngörülen hipotezleri test etmek amacıyla yapılan araştırmada korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 16'da sunulmuştur. Bu verilere göre; metropol sakinlerinin kırsal turizm algısı ile kırsal turizm motivasyon faktörlerinden keşfetme ($r: 0,306$), toplumsal bağları güçlendirme ($0,307$) ve rahatlama ($0,374$) orta düzeyde pozitif bir ilişki ($0,30 < r < 0,69$) ve bireysel deneyim

(0,212) ile ise düşük düzeyde pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Belirlenen bu sonuçla birlikte araştırmada önerilen H1 hipotezi kabul edilmektedir.

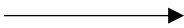
Metropol sakinlerinin olumlu kırsal turizm algısı ile kırsal turizm motivasyon faktörleri arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak ve öngörülen hipotezleri test etmek amacıyla yapılan araştırmada korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 16'de sunulmuştur. Bu verilere göre; metropol sakinlerinin olumlu kırsal turizm algısı ile kırsal turizm motivasyon faktörlerinden keşfetme ($r: 0,355$), toplumsal bağları güçlendirme ($0,391$) ve rahatlama ($0,354$) orta düzeyde pozitif bir ilişki ($0,30 < r < 0,69$) ve bireysel deneyim ($0,216$) ile ise düşük düzeyde pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Belirlenen bu sonuçla birlikte araştırmada önerilen H1a hipotezi kabul edilmektedir.

Metropol sakinlerinin olumsuz kırsal turizm algısı ile kırsal turizm motivasyon faktörleri arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak ve öngörülen hipotezleri test etmek amacıyla yapılan araştırmada korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 16'da sunulmuştur. Bu verilere göre; metropol sakinlerinin olumsuz kırsal turizm algısı ile kırsal turizm motivasyon faktörlerinden düşük düzeyde pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Belirlenen bu sonuçla birlikte araştırmada önerilen H1b hipotezi kabul edilmektedir.



Şekil 7. Araştırma hipotezleri kabul durumu

KABUL



KABUL EDİLMEDİ



Sosyal faktörler, ekonomik durumlar, psikolojik faktörler turizm talebinde artışa neden olabilen durumlar arasında yer almaktadır (Uçar vd., 2010: 9). Kırsal turizm, doğayı, çevreyi, yerel halk kültürünü, gelenekselliği merak edip, ilgi duyan grupların tercih ettiği turizm türü olarak bilinmektedir (Morgül, 2006: 62). Kırsal turizme talebin en çok büyük şehirlerde yaşam süren, gelir düzeyi düşük-orta seviyede olan, aileler, emekliler tarafından tercih edildiği bilinmektedir (Uçar vd., 2010: 9).

Tarihi kültür, doğal manzara, gelenek-görenek, mevsimsel eğlenceler gibi faktörler turizmin kırsal bölgelere yayılmasında rol oynamaktadır. Buna bağlı olarak kitle turizmi talebinin azalması, tarımsal faaliyetlerin gerilemesi gibi ekonomiyi olumsuz etkileyen durumların güçlendirilmesi için alternatif turizm türü olan kırsal turizme teşvikler geliştirilmiştir (Ayaz, 2012: 47).

Bu çalışmanın sonucunda görülmüştür ki katılımcılar, günlük stresten uzaklaşmak, yalnızlığı yaşamak, yeni şeyler öğrenmek ve aile olarak bir arada olmak gibi ifadeler üzerinde yoğunlaşmış ve çoğu katılımcı için kırsal turizm algısı bu yönde gelişmiştir. Metropol sakinlerinin, anket içerisinde yer alan ifadeler üzerinde olumlu-olumsuz etkilerle aynı düşünceye sahip olduğu, kırsal turizm motivasyonunda keşfetme ve bireysel deneyim alt boyutlarında düşünce farklılığı olmadığı, toplumsal bağları güçlendirme ve rahatlama boyutlarında ise, medeni durum, yaş faktörü ve statü farklılığı nedeniyle ifadeler ve motivasyon arasında düşünce farklılığı olduğu gözlemlenmiştir.

SONUÇ

Dünya Turizm Örgütü, turizmi; bireylerin ikamet ettikleri bölgelerin dışında, farklı yerlere seyahat ederek tüketim amacı güttükleri, eğlenip harcama yaptıkları, sağlık hizmetlerinden yararlanarak sağlık kaynaklarını kullandıkları, dini keşifler yaparak inanç turizmi gerçekleştirdikleri, spor faaliyetlerine katıldıkları, dinlenerek tatil geçirdikleri, genel kültür bilgilerini artırdıkları, ailecek veya akrabaları ziyaret ettikleri, ilgilendikleri seminer, fuar ve toplantılara katıldıkları seyahatler bütünü olarak tanımlamaktadır. Bu tanıma göre turizm, topluluklar halinde veya bireysel olarak, en az 24 saat veya bir gece konaklamalı şekilde gerçekleştirilen seyahatleri içermektedir (Bıçkılı vd., 2013: 50).

Kırsal turizm, basite indirgenmiş haliyle, boş vakti değerlendirme, eğlenme ve iş ya da çalışma zorunluluğunun neredeyse hiç olmadığı bir etkinlik olarak tanımlanabilir. Bu turizm türü, ülkede veya farklı ülkelerde yaşayan kentli bireylerin kırsal bölgelere yönelimi ya da turistlerin kilometrelerce uzaktaki bir ülkede uzun bir tatil yapmaları veya birkaç dakikalık uzaklıktaki kırsal bir alanda öğleden sonra gezisi yapmaları şeklinde gerçekleşebilir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 13).

Ankara, Türkiye'nin başkenti olup, 2023 yılı verilerine göre 5.803.482 kişilik bir nüfusa sahiptir. Nüfus, 25 ilçeden ve bu ilçelere bağlı olan 1425 mahalleye dağılım göstermektedir. Ankara'nın yüzölçümü 25.632 km² olup, Türkiye'nin merkezine yakın bir coğrafi konumda yer almaktadır. Düz bir arazi üzerine konumlanmış olan ilin yüzölçümünün yaklaşık %50'lik kısmını tarım alanları, %28'lik kısmını ormanlık ve fundalık alanlar, %12'lik kısmını çayır ve meralar, %10'luk kısmını ise tarım dışı araziler oluşturmaktadır. Ankara'da turizm, çoğunlukla yerli turistlerin ziyaretlerine dayanmaktadır ve büyük oranda kültür turizmi ağırlıklıdır.

Bu çalışma, metropol olan Ankara ili ve kırsal alanlar bağlamında, metropol sakinlerinin kırsal turizm algısı ve beklentilerini, buna bağlı olarak da kırsal turizm algısı ve motivasyon güdülerini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında, Ankara ilinde ikamet eden 409 metropol sakini üzerinde nicel bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler, yüzde ve frekans analizi, faktör analizi ve korelasyon analizi gibi istatistiksel yöntemlerle değerlendirilmiştir. Analiz sonuçları, metropol sakinlerinin kırsal turizme yönelik algı ve beklentilerinin yanı sıra, bu algıların kırsal turizm

motivasyonlarını nasıl şekillendirdiğini ortaya koymaktadır. Analiz sonuçları şu şekildedir:

Metropol sakinlerinin tanımlayıcı özellikleri verilerine göre erkekler (%43,3), bekarlar (%51,8), 18-28 yaş grubu (%41,3), lise mezunları (%22,5), memurlar (%28,6) ile 10 yıl ve üzeri Ankara’da yaşayanlar (%69,7) katılımcıların öne çıkan tanımlayıcı bilgileri olduğu söylenebilir.

Katılımcıların kırsal turizm algısına ilişkin yapılan analizlerde, “olumlu etkiler” ve “olumsuz etkiler” olmak üzere iki alt boyut tespit edilmiştir. Olumlu etkiler alt boyutu, %34,86 oranında bir ağırlığa sahiptir ve şu yedi ifadeden oluşmaktadır: “kırsal turizm, yeni turizm işletmeleri ile yerel ekonomiyi canlandırır ve çeşitlendirir”, “kırsal turizm yerel ortaklıkları ve iş birliğini artırır”, “kırsal turizm, yerel halkın yaşam standardını yükseltir”, “kırsal turizm, yerel halkı kültür ve çevreyi değerlendirmeye teşvik eder”, “kırsal turizm yeni iş imkanları yaratır”, “kırsal turizm kadınlara yeni iş imkanları yaratır” ve “kırsal turizm, doğal çevreyi ve biyoçeşitliliği korur”. Bu ifadeler arasında en fazla etkileşimi alan, “kırsal turizm, yeni turizm işletmeleri ile yerel ekonomiyi canlandırır ve çeşitlendirir” olmuştur.

Olumsuz etkiler alt boyutu ise %25,66 oranında bir ağırlığa sahip olup, beş ifadeden oluşmaktadır: “kırsal turizm, dışardan gelen zengin girişimciler tarafından kırsal bölgelerin sömürülmesine yol açar”, “kırsal turizm, kırsal bölgelerde sosyokültürel bozulmalara yol açar”, “kırsal turizm, kırsal yollarda trafik sıkışıklığına neden olur”, “kırsal turizm, kırsal bölgelerde emlak fiyatlarını artırır” ve “kırsal turizm, doğal çevrenin bozulmasına ve kirlenmesine neden olur”. Bu ifadeler arasında en fazla etkileşimi alan, “kırsal turizm, kırsal bölgelerde emlak fiyatlarını artırır” olmuştur.

Metropol sakinlerinin, kırsal turizm motivasyon algısı ölçeğinde “keşfetme”, “bireysel deneyim”, “toplumsal bağları güçlendirme”, “rahatlama” olmak üzere toplamda dört alt boyut ortaya çıkmıştır. Keşfetme alt boyutu %22,12 oranıyla; “yeni şeyler öğrenmek, yeni yerler keşfetmek, farklı yaşam tarzlarını deneyimlemek, bilgiyi artırmak, heyecan verici şeyler yapmak, eğlenme ve eğlendirilmek, tarihi sit alanlarına seyahat etmek olarak 7 ifadeden oluşmaktadır ve en fazla etkiyi “yeni şeyler öğrenmek” ifadesi almıştır. Bireysel deneyim alt boyutu %14,85 oranıyla; “aşırı heyecan yaşamak, lüksün tadını çıkarmak, tek başına seyahatte kişisel güvenlik, yalnızlığı yaşamak” olarak 4 ifadeden oluşmaktadır ve en fazla etkiyi “yalnızlığı yaşamak” ifadesi almıştır.

Toplumsal bağları güçlendirme alt boyutu %13,91 oranıyla; “çocuklar için geleneksel kültürü yaşamak, ailenin köklerinin geldiği yerleri görmek, aile olarak bir arada olmak, toplum bilincinin oluşturulması olarak 4 ifadeden oluşmaktadır ve en fazla etkiyi “aile olarak bir arada olmak” ifadesi almıştır. Rahatlama alt boyutu %12,65 oranıyla “günlük stresten uzaklaşmak, dinlenmek, yoğun iş yaşamından kaçmak olarak 3 ifadeden oluşturmaktadır ve en fazla etkiyi “günlük stresten uzaklaşmak” ifadesi almıştır.

Kırsal turizm algısının tanımlayıcı özelliklerle karşılaştırılması ve kırsal turizm algısı ile tanımlayıcı özellikler arasında anlamlı farklılıkların belirlenmesi amacıyla yapılan analizde, metropol sakinlerinin tanımlayıcı özellikleri ile kırsal turizmin olumlu etkileri arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Bu durum, ifadeler ile katılımcı düşüncelerinin örtüştüğünü göstermektedir. Aynı şekilde, metropol sakinlerinin tanımlayıcı özellikleri ile kırsal turizmin olumsuz etkileri arasındaki analiz sonuçları da anlamlı bir farklılık olmadığını ortaya koymaktadır. Bu bulgu, ifadeler ile katılımcı düşüncelerinin aynı düzeyde olduğunu ve birbirini desteklediğini göstermektedir.

Metropol sakinlerinin tanımlayıcı özellikleri ile kırsal turizm motivasyon algısının keşfetme boyutu arasında yapılan analiz sonuçlarına göre, kırsal turizm motivasyon algısının keşfetme alt boyutu ile metropol sakinlerinin tanımlayıcı özellikleri arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, katılımcıların demografik özelliklerinin, kırsal turizmi keşfetme motivasyonlarını anlamlı ölçüde etkilemediğini göstermektedir.

Metropol sakinlerinin tanımlayıcı özellikleri ile kırsal turizm motivasyon algısının bireysel deneyim boyutu arasında yapılan analiz sonuçlarına göre, kırsal turizm motivasyon algısının bireysel deneyim alt boyutu ile metropol sakinlerinin tanımlayıcı özellikleri arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, katılımcıların bireysel deneyim motivasyonlarının, demografik özelliklerinden bağımsız olarak benzer şekilde şekillendiğini göstermektedir.

Metropol sakinlerinin tanımlayıcı özellikleri ile kırsal turizm motivasyon algısının toplumsal bağları güçlendirme boyutu arasında yapılan analiz sonuçlarına göre, kırsal turizm motivasyon algısının toplumsal bağları güçlendirme alt boyutu ile metropol sakinlerinin tanımlayıcı özellikleri (medeni durum, yaş ve statü) arasında anlamlı bir farklılık olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda, medeni durum, yaş ve statü

farklılıklarının kırsal turizm motivasyon algısının toplumsal bağları güçlendirme boyutu üzerinde etkili olduğu ve bu faktörlerin, bireylerin toplumsal bağları güçlendirme motivasyonlarında farklılık yaratabileceği görülmüştür.

Metropol sakinlerinin tanımlayıcı özellikleri ile kırsal turizm motivasyon algısının rahatlama boyutu arasında yapılan analiz sonuçlarına göre, kırsal turizm motivasyon algısının rahatlama alt boyutu ile metropol sakinlerinin tanımlayıcı özellikleri (statü ve gelir) arasında anlamlı bir farklılık olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda, statü ve gelir düzeyindeki farklılıkların kırsal turizm motivasyon algısının rahatlama boyutu üzerinde etkili olduğu ve bu faktörlerin, bireylerin rahatlama motivasyonlarında farklılık yaratabileceği görülmüştür.

Metropol sakinlerinin kırsal turizm algısı ile kırsal turizm motivasyon faktörleri arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak ve öngörülen hipotezleri test etmek amacıyla yapılan çalışmada, metropol sakinlerinin kırsal turizm algısı ile kırsal turizm motivasyon faktörlerinden keşfetme ($r: 0,306$), toplumsal bağları güçlendirme ($r: 0,307$) ve rahatlama ($r: 0,374$) arasında orta düzeyde pozitif bir ilişki ($0,30 < r < 0,69$), bireysel deneyim ($r: 0,212$) ile ise düşük düzeyde pozitif bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, araştırmada önerilen H1 hipotezinin kabul edildiğini göstermektedir.

Metropol sakinlerinin kırsal turizm algısı ve kırsal turizm motivasyon faktörleri arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak ve öngörülen hipotezleri test etmek amacıyla yapılan çalışmada, metropol sakinlerinin olumlu kırsal turizm algısı ile kırsal turizm motivasyon faktörlerinden keşfetme ($r: 0,355$), toplumsal bağları güçlendirme ($r: 0,391$) ve rahatlama ($r: 0,354$) arasında orta düzeyde pozitif bir ilişki ($0,30 < r < 0,69$), bireysel deneyim ($r: 0,216$) ile ise düşük düzeyde pozitif bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, araştırmada önerilen H1a hipotezinin kabul edildiğini göstermektedir.

Metropol sakinlerinin kırsal turizm algısı ve kırsal turizm motivasyon faktörleri arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak ve öngörülen hipotezleri test etmek amacıyla yapılan çalışmada, metropol sakinlerinin olumsuz kırsal turizm algısı ile kırsal turizm motivasyon faktörleri arasında düşük düzeyde pozitif bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Ortaya çıkan bu sonuçla, araştırmada önerilen H1b hipotezi kabul edilmektedir.

Araştırma kapsamında ulaşılan sonuçlar çerçevesinde, metropol sakinlerinin kırsal turizm beklentilerine yönelik olarak bu alanla ilgilenen bilimsel araştırmacılar ve yatırımcılara öneriler şu şekilde sıralanabilir:

Ankara ili kırsal bölgeleri üzerine araştırmalar: Ankara'nın kırsal bölgelerine dair daha fazla araştırma yapılabilir. Bu bölgelerde yaşayan yerel halkın kırsal faaliyetlere yönelik görüşleri alınarak, bu faaliyetlerin yerel ihtiyaçlara ve beklentilere uygun olup olmadığı değerlendirilebilir.

Kırsal faaliyet alanlarının belirlenmesi: Ankara'da kırsal faaliyetlerin geliştirilebileceği potansiyel alanlar araştırılabilir ve incelenebilir. Bu alanların kırsal turizm için uygunluğunun değerlendirilmesi amacıyla, Büyükşehir Belediyesi ile iş birliği yapılabilir ve bu alanlar turizme kazandırılabilir.

Güvenlikli mesire alanlarının geliştirilmesi: Ankara'da ilçeler bazında, kolay ulaşım sağlanabilecek şekilde geniş ve güvenli mesire alanları geliştirilebilir. Bu projelerin hayata geçirilmesi için ilçe belediyeleriyle görüşülerek kapsamlı projeler hazırlanabilir.

Yerel halkın algı ve beklentilerinin ölçülmesi: Bu tez çalışmasında, metropol sakinlerinin kırsal turizm algısı ve beklentileri araştırılmış olup, Ankara ili örnek olarak seçilmiştir. Çalışmada kullanılan nicel araştırma yöntemlerinin ve kaynaklarının (Ek1) belirtilmesi önemlidir. Benzer çalışmalarda, yerel halkın algı ve beklenti ölçekleri kullanılarak daha geniş ve derinlemesine analizler yapılabilir.

Bu öneriler ile; bilimsel araştırmaların ve kırsal turizm yatırımlarının daha etkin ve verimli bir şekilde gerçekleştirilmesine katkı sağlanması amaçlanmıştır.

KAYNAKÇA

- Ahipaşaoğlu, S. ve elte, E. (2006). *Sürdürülebilir Kırsal Turizm*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Akça, H. (2006). Assessment of rural tourism in turkey using swot analysis. *Journal of Applied Sciences*, 6,13.
- Akça, H., (2004). Dünyada ve Türkiye’de Kırsal Turizm. *Ekonomik ve Teknik Dergi Standard*, 43(513), 61-70.
- Akça, H., Esengün, K., ve Sayılı, M., (2001). Kırsal alanların kalkınmasında kırsal turizmin rolü. *Standart Dergisi*, 29-35.
- Aktaş, C. (2005). Türkiye’nin turizm gelirini etkileyen değişkenler için en uygun regresyon denkleminin belirlenmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(2), 163-174.
- Albayrak, A. (2013). *Alternatif Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Arslan, Y. (2003). Erdek ve çevresinin ekoturizm açısından değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(13), 29-53.
- Avcıkurt, C. ve Köroğlu, . (2008). Kırsal Turizm. Necdet Hacıoğlu ve Cevdet Avcıkurt (Ed.), *Turistik rn eşitlendirmesi* (61-89). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Ayaz, N. (2012), “Kırsal Turizm ve Paydaşları: Belediye Başkanlarının Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma”, (Doktora tezi). Gazi Üniversitesi/Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Ayaz, N., Yeşiltaş, M. ve Türkmen, F. (2012). Turizm Eğitimi alan öğrencilerin kırsal turizme bakış açıları ve algıları üzerine bir araştırma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(1), 103-112.
- Aydın, O. (2012). AB’de kırsal turizmde ilk 5 ülke ve Türkiye’de kırsal turizm. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 39-46.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2010). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Barut C. (2013). Bitlis İlinin Ekonomik Kalkınmasında Turizm Arz Potansiyelinin Değerlendirilmesi. (Yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Barutçugil, İ. S. (1989). *Turizm İşletmeciliği*. İstanbul: Beta Yayınları.

- Bastem, S. (1997). Termal Turizmi ve Erzurum'un Termal Turizm Potansiyeli. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Atatürk Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Ankara.
- Bayer, E. (1997). Türk Termal Turizm Potansiyeli ile Tesisleri ve Bir Uygulama. (Yüksek lisans tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Bıçkıcı, D., Ak, D. Ve Özgökçeler S. (2013). Avrupa'da ve Türkiye'de Sosyal Turizm. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (31)49-73.
- Bulut, Z., (2006), "Kemaliye (Erzincan) İlçesi ve Yakın Çevresinin Alternatif Turizm Kapsamında Rekreatif Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi (Doktora tezi). Atatürk Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Cömert, T., (2002). Türkiye'de Sürdürülebilir Turizm İçin Makro Plan Önerisi. (Yüksek lisans tezi) Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Çakıcı, A. C. ve Harman, S. (2006). Kuş gözlemciliğinin önemi: Türkiye'de kuş gözlemcilerinin profili. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(2), 161-168.
- Çavuş, Ş., Ege, Z. ve Çolakoğlu, O. E. (2013). *Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çeken, H., (2003). *Küreselleşme, Yabancı Sermaye ve Türkiye Turizmi*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Çeken, H., Dalgın, T. ve Çakır, N. (2012). Bir alternatif turizm türü olarak kırsal turizmin gelişimini etkileyen faktörler ve kırsal turizm etkileri. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2 (2), 11-16.
- Çeken, H., Dalgın, T. ve Karadağ, L. (2009). Küreselleşme ve uluslararası turizm arasındaki ilişki. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İLKE)*, 22, 21-36.
- Çeken, H., Karadağ, L., ve Dalgın, T., (2007). Kırsal kalkınmada yeni bir yaklaşım kırsal turizm ve Türkiye'ye yönelik teorik bir çalışma. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 8 (1), 1-14
- Çelik, S. (2018). Alternatif turizm. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(56). (www.sosyalarastirmalar.com, Issn: 1307-9581 <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.20185638991>).
- Dinçer, F. (1993). *Turizm ve Turist Tanımlarındaki Gelişmeler. Turizm Yıllığı*, Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası Yayını, 93-106.
- Doğaner, S., (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. İstanbul: Çantay Kitabevi.

- Durgun, A. (2010), Ekonomik Krizlerin Turizm Sektörüne Etkileri 2008 Küresel Krizin Antalya Konaklama İşletmelerine Etkilerinin Analizi. (Doktora Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Isparta.
- Emiroğlu, B. D. (2013). Kazdağı Yöresinde Yaşayan Yerel Halkın Kırsal Turizme Bakışının Değerlendirilmesi: Adatepe ve Mehmetalan Köyleri Örneği. (Yüksek lisans tezi). Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Erdoğan, N. (2003). *Çevre ve (Eko)turizm*. Ankara: Pozitif Matbaacılık.
- Erkan, B., Kara, O. ve Harbalıoğlu, M. (2013). Türkiye’de turizm gelirlerinin belirleyicileri. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 39.
- Erkut, F. Ç. (2005). Eko turizm Kaynağı Olarak Akçay Vadisi ve Madran Dağının Değerlendirilmesi. (Yüksek lisans tezi). Adnan Menderes Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Esengün, K., Akça, H. ve Sayılı, M. (2002). Dağlık ve ormanlık alanlarda kırsal turizm faaliyeti ve sürdürülebilir kırsal kalkınma. Kastamonu: *I. Ulusal Ormancılık Kooperatifleri Sempozyumu*, 22-23 Mart, 97-102.
- Frochot, I. (2005). A benefit segmentation of tourists in rural areas a scottish perspective. *Tourism Manegement*, 26, (3), 335-346.
- Getz, D. ve Carlsen, J. (2000). Characteristics and goals of family and owneroperated businesses in the rural tourism and hospitality sectors. *Tourism Management*, 21(6), 547-560.
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (Ed.) (2008). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Hacıoğlu, Y. (2019). Bir Destinasyon Olarak Bilinen Artvin İlının Kırsal Turizm Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma. (Yüksek lisans tezi). İstanbul Kültür Üniversitesi, İstanbul.
- https://tr.wikipedia.org/wiki/Ankara%27da_turizm (Erişim Tarihi: 12.05.2024)
- [https://tr.wikipedia.org/wiki/Ankara_\(il\)#Ekonomi](https://tr.wikipedia.org/wiki/Ankara_(il)#Ekonomi) (Erişim Tarihi: 12.05.2024)
- Hussein, T. A. ve Saç, F. (2008). *Genel Turizm Gelişimi-Geleceği*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- İçöz, O. ve Kozak, M. (2002). *Turizm Ekonomisi Turizmin Makro ve Mikro Ekonomik Etkileri*. Ankara: Turhan Kitabevi.

- İlkin, A. ve Dinçer, M. Z. (1991). Turizm kesiminin Türk ekonomisindeki yeri ve önemi. Ankara: TOBB.
- Kadanalı, E. ve Yazgan, Ş. (2012). Kırsal turizmin ekonomik-sosyal ve çevresel etkileri. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 97-100.
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2012). *Turizm ve Çevre*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Karabati, S., Doğan, E., Pınar, M. ve Çelik, L.M. (2009). Socio- economic effects of agri-tourism on local communities in turkey: the case of aglasun. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*. 10 (2).
- Kiper, T. (2006). Safranbolu Yörükköyü Peyzaj Potansiyelinin Kırsal Turizm Açısından Değerlendirilmesi. (Yayımlanmamış doktora tezi). Ankara Üniversitesi/ Fen Bilimler Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Ankara.
- Kotler, P., Bowen, T. J. and Makens, C. J. (2010). *Marketing For Hospitality and Tourism*, Pearson.
- Kozak, N, Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2000). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. (4), Ankara: Turhan Kitabevi.
- Kozak, N, Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2000). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. (15), Ankara: Turhan Kitabevi.
- Kozak, N, Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2000). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. (17), Ankara: Turhan Kitabevi.
- Kördeve, M.K. (2016). Sağlık turizmine genel bir bakış ve Türkiye'nin sağlık turizmindeki yeri. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 2(1).
- Küçükaltan, D. (2002). Tarım turizmi ve türkiye'de tarım turizmi işletmeciliği, 2. *Turizm Şurası Bildirisi*, 1, 143-159.
- López, E. P. and García, F. C. (2006). Agrotourism, sustainable tourism and ultraperipheral areas: The case of Canary Islands. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 4(1), 85-97.
- Mason, P. and Cheyne, J. (2000). Residents attitudes to proposed tourism development. *Annals Of Tourism Research*. 27(2), 391- 411.
- Morgül, Ş. M. (2006). Trakya Bölgesinde Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesine İlişkin Analiz: Kırklareli Örneği. (Yüksek lisans tezi). Trakya Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Edirne.

- Nayır, O. (2009). Isparta Yöresi Korunan Doğal Alanlarda Ekoturizm Talep ve Eğilimlerin Belirlenmesi. (Yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi/ Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Isparta.
- Newsome, D., Moore, S. A. and Dowdall, R. K. (2002). *Natural Area Tourism: Ecology, Impacts and Management*. GBR: Channel View Publications.
- OECD, (1994). Tourism strategies and rural development, Organisation For Economic Co-Operation and Development, Paris.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık.
- Ongun, U. (2015). Kırsal Turizmin Kırsal Kalkınmaya Etkisi: Şirince Örneği. (Yayımlanmamış doktora tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Isparta.
- Ovalı, K. P. (2007). Kitle turizmi ve ekolojik turizmin kavram, mimari ve çevresel etkiler bakımından karşılaştırması. *YTÜ Mim. Fak. E-Dergisi*, 2(2). 64-79.
- Özdemir, S. (2012). Kırsal kalkınmada kırsal turizmden yararlanma olanakları: Gökçeada örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 19-21.
- Öztaş, K. ve Karabulut, T. (2006). *Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri*. Ankara: Nobel Yayın.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma. *Gazi Üniversitesi, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 183-195.
- Reynolds, P. C. and Braithwaite, D. (2001). Towards a conceptual framework for wildlife tourism. *Tourism Management*. (22), 31-42.
- Sağcan, M. (1986). *Rekreasyon ve Turizm*. İzmir: Cumhuriyet Basımevi.
- Sargın, S. (2006). Yalvaç'ta inanç turizmi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16, (2), 1-18.
- Sayılan, H. (2007). Muş İlinde Kültür Turizmi Potansiyelinin Coğrafi Yönden Değerlendirilmesi. (Yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Sezgin, O. M. (2001). *Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Soykan, F. (2004). *Kırsal alanların turizm potansiyelinin saptanması ve Şirince Köyü'ne (İzmir) uygulanması*. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Soykan, F., (1999). Doğal çevre ve kırsal kültürle bütünleşen bir turizm türü: kırsal turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 67-75.

- Soykan, F. (2003). Kırsal turizm ve Türkiye turizmi için önemi. *Ege Coğrafya Dergisi*, 12, 1-11.
- Soykan, F. (2006). Avrupa’da kırsal turizme bakış kazanılan deneyim. *II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, 71-87.
- Şahin, G. (2017). Artvin’de Yaşayan Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı ve Tutumları Üzerine Bir Araştırma. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Şenol, F. (2011). *Turizm Coğrafyası ve Dünya Kültürel Miras*. (2), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şerefioğlu, C. (2009). Kalkınmada Kırsal Turizmin Rolü-2007-2013 Yılları Arasında Ülkemizde Uygulanacak Olan IPARD Kırsal Kalkınma Programındaki Yeri, Önemi ve Beklenen Gelişmeler. (Uzmanlık tezi). Tarım ve Köyişleri Bakanlığı/ Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Daire Başkanlığı, Ankara.
- Taw, C. and Barbieri, C. (2012). The perceived benefits of agritourism: the provider’s perspective. *Tourism Management*, 33.
- Toskay, T. (1983). *Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. İstanbul: Der Yayınevi.
- Uçar, M. (2010). Kırsal Turizmin Sosyo-Ekonomik Yapıya Etkisi ve Fethiye Örneği. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Muğla Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Muğla.
- Uçar, M., Çeken, H. ve Ökten, Ş. (2010). *Kırsal Turizm ve Kırsal Kalkınma (Fethiye Örneği)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Usta, Ö. (1988). *Turizm Olayına ve Türk Turizm Politikalarına Yapısal Yaklaşım*. İstanbul: Sümül Basımevi.
- Yallagöz, D. T. (2010). Alternatif Bir Turizm Çeşidi Olarak Kırsal Turizm: Çanakkale Bölgesi Ayvacık Yöresi Uygulaması. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Yeşiltaş, M., Çeken, H. ve Öztürk, İ. (2009). Karadeniz bölgesindeki turizm olanaklarının SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(3), 250-269.
- Yıldız, Z. (2011). Turizm sektörünün gelişimi ve istihdam üzerindeki etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5).
- Yıldız, Z. (2007). Turizm Bölgesel Kalkınmaya Sağladığı Katkılar ve Göller Bölgesi Uygulaması. (Doktora tezi). İstanbul Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, İstanbul.

Yıldız, Z. ve Kalağan, G. (2008). Alternatif turizm kavramı ve çevresel etkileri. *Yerel Siyaset Dergisi*, 35, 42-44.



TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1. Uluslararası turizm trafiği.....	24
Tablo 2. Turizmin Sınıflandırılması.....	26
Tablo 3. Kitle turizmi ve alternatif turizmin karşılaştırılması.....	29
Tablo 4. Kırsal turizmin olumlu ve olumsuz etkileri	50
Tablo 5. Kırsal turizm algısı çarpıklık ve basıklık testi sonuçları.....	57
Tablo 6. Kırsal turizm motivasyon algısı ölçeği çarpıklık ve basıklık testi sonuçları .	58
Tablo 7. Kırsal turizm algısı faktör analizi sonuçları.....	59
Tablo 8. Kırsal turizm motivasyon algısı ölçeği faktör analizi sonuçları	61
Tablo 9. Katılımcılara yönelik tanımlayıcı özellikler (n=409)	63
Tablo 10. Kırsal Turizmin Olumlu Etkilerine İlişkin Görüşler.....	64
Tablo 11. Kırsal Turizmin Olumsuz Etkilerine İlişkin Görüşler	65
Tablo 12. Kırsal Turizm Motivasyon Algısı Keşfetme Boyutuna İlişkin Görüşler	66
Tablo 13. Kırsal Turizm Motivasyon Algısı Bireysel Deneyim Boyutuna İlişkin Görüşler	67
Tablo 14. Kırsal Turizm Motivasyon Algısı Toplumsal Bağları Güçlendirme Boyutuna İlişkin Görüşler	68
Tablo 15. Kırsal Turizm Motivasyon Algısı Rahatlama Boyutuna İlişkin Görüşler ...	69
Tablo 16. Kırsal turizm motivasyon faktörleri ve kırsal turizme yönelik korelasyon analizi.....	70

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Araştırma modeli.....	14
Şekil 2. Doğa tabanlı turizm.....	37
Şekil 3. Kırsal turizme genel bakış.....	38
Şekil 4. Kırsal turizm talep faktörleri.....	47
Şekil 5. Kırsal turizm algısı ölçeği Q-Q Plot dağılımı.....	57
Şekil 6. Kırsal turizm motivasyon algısı ölçeği Q-Q Plot dağılımı.....	58
Şekil 7. Araştırma hipotezleri kabul durumu.....	71



EKLER

Ek 1. Anket Formu

Değerli katılımcı, bu araştırma ile metropol sakinlerinin kırsal turizm algısı, aktivitelere katılma düşüncesi ve bilgilerinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu çalışmada siz değerli katılımcıların görüşleri bizim için önem arz etmektedir. Bize aşağıdaki sorular kapsamında birkaç dakikanızı ayırdığınız için çok teşekkür ederiz.

Ayşenur KOÇOĞLU
Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim
Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği ABD

Doç. Dr. Hasan LÖK
Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm
Fakültesi
Turizm İşletmeciliği Bölümü

1. BÖLÜM: KİŞİSEL BİLGİLER

Cinsiyetiniz?	Medeni durumunuz?		
Kadın	☐	Bekâr	☐
Erkek	☐	Evli	☐
Yaşınız?	Eğitim durumunuz?		
18-28	☐	İlköğretim	☐
29-38	☐	Ortaöğretim (Lise)	☐
39-48	☐	Ön Lisans	☐
49-58	☐	Lisans	☐
59 ve üzeri	☐		
Statünüz?	Aylık Geliriniz? (TL)		
İşçi	☐	0-5000	☐
Memur	☐	5001-8500	☐
İş Adamı	☐	8501-12.000	☐
Esnaf	☐	12.001-15.500	☐
Serbest Meslek (Doktor/Avukat/Muhasebeci)	☐	15.501 ve üzeri	☐
Ev Kadını	☐		
Emekli	☐		
Öğrenci	☐		
Ankara'daki İkamet Süreniz?	Kırsal Alanlara Seyahate Çıkma Sıklığınız?		
1 yıldan az	☐	Ayda 1 kez	☐
1-3 yıl	☐	Ayda birkaç kez	☐
4-6 yıl	☐	Yılda 1 kez	☐
7-9 yıl	☐	Yılda birkaç kez	☐
10 yıl ve üzeri	☐		

2. BÖLÜM: KIRSAL TURİZM MOTİVASYON ALGISI

Sizce kırsal bir alanı ziyaret etmek ne demektir?						
1: Katılmıyorum 2: Az Katılıyorum 3: Kısmen Katılıyorum 4: Katılıyorum 5: Tamamen Katılıyorum						
1	Dinlenmek	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Günlük stresten uzaklaşmak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Yeni yerler keşfetmek	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Yeni şeyler öğrenmek	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	Heyecan verici şeyler yapmak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Yoğun iş yaşamından kaçmak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Tarihi sit alanlarına seyahat etmek	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8	Farklı yaşam tarzlarını deneyimlemek	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	Eğlenmek ve eğlendirilmek	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	Sıradanlıktan uzaklaşma	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11	Aile olarak bir arada olmak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12	Arkadaşlara toplumun tanınmayan yerlerini anlatma	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13	Bilgiyi artırmak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14	Fiziksel olarak aktif olmak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15	Benzer ilgi alanlarına sahip insanlarla tanışılması	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
16	Ailenin köklerinin geldiği yerleri görmek	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
17	Yalnızlığı yaşamak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
18	Acele etmek zorunda olmamak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
19	Başka insanlarla tanıdık bir yeri paylaşmak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
20	Çocuklar için geleneksel kültürü yaşamak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
21	Toplum bilincinin oluşturulması	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
22	Tek başına seyahatte kişisel güvenlik	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
23	Kendini evinde hissetmek	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
24	Aşırı heyecan yaşamak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
25	Lüksün tadını çıkarmak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

3. BÖLÜM: KIRSAL TURİZM FAALİYETLERİ

Kırsalda hangi faaliyetlere katılmak istersiniz.						
1: Katılmıyorum 2: Az Katılıyorum 3: Kısmen Katılıyorum 4: Katılıyorum 5: Tamamen Katılıyorum						
1	Yürüyüş	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Spor aktiviteleri	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Balık avlama	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Meyve toplama	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	At binmek	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Doğayı ve hayvanları seyretme	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Sandala binmek	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8	Bisiklete binmek	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

9	Yüzme	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	Festivallere katılmak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11	Avcılık	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12	Su motoruna binmek	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13	Rehberli günübirlik gezilere katılmak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14	Kuş gözlemciliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15	Şifalı bitkiler toplamak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
16	Çiftlikte çalışmak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
17	Su sörfü yapmak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
18	Rüzgâr sörfü yapmak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
19	At arabasına binmek	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
20	Çiçek toplamak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
21	Mantar toplamak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
22	Doğal objeler (böcek, yumurta vb.) toplamak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
23	Çevre temizliği yapmak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
24	Güneş banyosu	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
25	Mineral toplamak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

4. BÖLÜM: KIRSAL TURİZM

Kırsal turizme yönelik aşağıdaki ifadelerle katılım derecenizi işaretleyiniz. 1: Katılmıyorum 2: Az Katılıyorum 3: Kısmen Katılıyorum 4: Katılıyorum 5: Tamamen Katılıyorum						
1	Kırsal turizm, doğal çevreyi ve biyoçeşitliliği korur.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Kırsal turizm, yeni iş imkanları yaratır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Kırsal turizm, yerel halkı kültür ve çevreyi değerlendirmeye teşvik eder.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Kırsal turizm, yerel halkın yaşam standardını yükseltir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	Kırsal turizm yeni turizm işletmeleri ile yerel ekonomiyi canlandırır ve çeşitlendirir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Kırsal turizm yerel ortaklıkları ve iş birliğini artırır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Kırsal turizm kadınlara yeni iş imkanları yaratır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8	Kırsal turizm tarihi yapıların korunmasını sağlar	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	Kırsal turizm, doğal çevrenin bozulmasına ve kirlenmesine neden olur.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	Kırsal turizm, kırsal bölgelerde sosyokültürel bozulmalara yol açar.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11	Kırsal turizm, kırsal bölgelerde emlak fiyatlarını artırır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12	Kırsal turizm, kırsal yollarda trafik sıkışıklığına neden olur.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13	Kırsal turizm, dışarıdan gelen zengin girişimciler tarafından kırsal bölgelerin sömürülmesine yol açar.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Anketimize katılımınızdan dolayı çok teşekkür ederiz...

Ek 2. Etik Kurulu Kararı



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

TOPLANTI TARİHİ : 24.02.2023
TOPLANTI NO : 2023/02

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

Karar 15:

31/01/2023 tarihli Doç. Dr. Hasan LÖK'ün Etik Kurul form ve ekleri görüşüldü.

Karabük Üniversitesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Hasan LÖK danışmanlığında yürütülen “**Metropol Sakinlerinin Kırsal Turizm Algısı ve Beklentileri: Ankara Örneği**” konulu çalışma kapsamında uygulanmak üzere ekte sunulan çalışmasının etik kurallara uygunluğu oy birliği ile kabul edilmiştir.

ASLI GİBİDİR

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

Ek 3. Evren İçin Örneklem Büyüklüğü Tablosu

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

ÖZGEÇMİŞ

Ayşenur KOÇOĞLU ilk, orta ve lise eğitimini Ankara’da tamamladıktan sonra, 2015 yılında Karabük Üniversitesi Safranbolu Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümünü kazandı ve lisans eğitimine 2016 yılında başladı. 2020 yılında lisans eğitimini tamamlamasının ardından 2021 yılında Karabük Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü’nde yüksek lisans eğitimine başladı. Yaklaşık olarak 3 yıl süren yüksek lisans eğitimi sürecinin 2 yılını yeni nesil kahvecide çalışarak geçirdi. Bu süre zarfında 6 ay süren yabancı dil eğitimi aldı. 2023 yılı temmuz ayı itibariyle yaşamını Ankara’da sürdürmektedir.