ANKARA KIRSAL TURİZM SAHA ARAŞTIRMASI

ANKARA
KALKINMA AJANSI

İÇİNDEKİLER

YÖNETİCİ ÖZETİ 4

1 GİRİŞ 6

1.1. Anketin Genel Çerçevesi ve Metodoloji 10

1.1.1. Örnekleme Büyüklüğünün Tespit Edilmesi 10

1.2. Araştırmanın Amacı 10

1.3. Araştırma Metodolojisi ve Kapsamı 11

2 DÜNYA, TÜRKİYE ve ANKARA'DA KIRSAL TURİZM EĞİLİMLERİ 12

3 ANKET DEĞERLENDİRMESİ 17

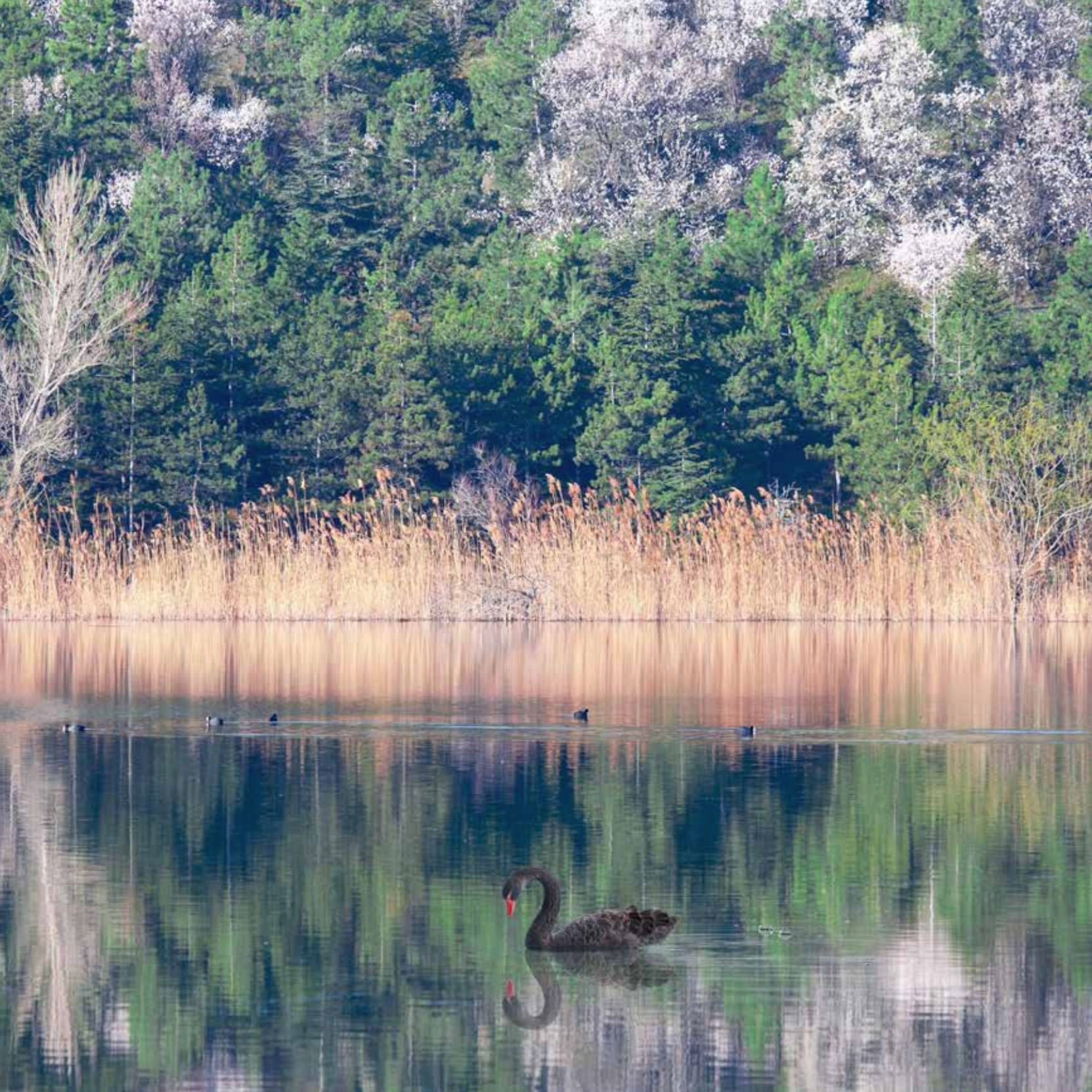
3.1. Örneklem Özellikleri 17

3.2. Anket Sonuçları 19

4 ODAK GRUP TOPLANTISI 44

5 SONUÇ VE ÖNERİLER 47

KAYNAKÇA 50



1 GİRİŞ

Turizm günümüzde dünyanın pek çok ülkesinde gelir sağlayan ve kalkınmaya öncülük eden bir sektör olarak gitgide önem kazanmaktadır. Turizmde yeni arayışlar, turistlerin beklentilerindeki değişmeler, yeni yerlerin ve yerel kültürlerin keşfine duyulan ilginin artışı, kitle turizmine karşı gösterilen tepkiler, turist ve gezginlerin alternatif turizm aktivitelerine ilgi göstermesine yol açmıştır. Alternatif turizm seçenekleri arasında özellikle kırsal turizmin kalkınmada bir araç olarak görülmesi, giderek daha fazla önem kazanmasını beraberinde getirmiştir.

Dünya Bankası verilerine göre, dünya uluslararası turizm geliri 1995 yılında 486.753 milyar Dolar iken, bu oran % 195 artış göstererek 2015 yılında 1,437 trilyon dolara yükselmiştir. Aynı yıllarda Türkiye'nin uluslararası turizm geliri ise 4,957 milyar dolardan % 614 artış göstererek 35,413 milyar dolara yükselmiştir. Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısı ise 1995 yılında 7 milyon iken, bu sayı 2015 yılında 39,4 milyona ulaşmıştır. Rakamlar açıkça Türkiye'de turizm sektörünün ülke gelirleri ve katma değer içerisindeki payının ne kadar önemli olduğunu göstermektedir.

TÜİK tarafından sağlanan verilere göre, turizm amaçlı ziyarette bulunan yerli ve yabancı ziyaretçilerin kişi başı yapmış oldukları harcamanın % 59'u yerli ziyaretçiler, geriye kalan % 41'i ise yabancı ziyaretçiler tarafından gerçekleşmektedir. Bu oranın yabancı döviz getirisi bakımından yükseltilmeye ihtiyacı bulunmaktadır. Genelde Türkiye kırsalı, özelde ise Ankara kırsalının yaşadığı en büyük sorunlardan birisi turizm açısından ürün çeşitliliğinin zengin olmamasıdır.

“ALTERNATİF TURİZM SEÇENEKLERİ ARASINDA ÖZELLİKLE KIRSAL TURİZMİN KALKINMADA BİR ARAÇ OLARAK GÖRÜLMESİ, GİDEREK DAHA FAZLA ÖNEM KAZANMASINI BERABERİNDE GETİRMİŞTİR.”

Ankara, kişi başı katma değerin en yüksek olduğu şehirlerden biri olup, aynı zamanda sanayileşmede ileri teknolojinin payının da yüksek olduğu bir konumdadır. Aynı zamanda, Ankara kırsalı sahip olduğu doğal güzellikleri ve doğal kaynakları ile Türkiye'nin önde gelen kırsal alanlarına sahiptir. Fakat bu güzellikler gerek yerliler, gerekse yabancılar tarafından henüz keşfedilmemiştir. Ankara'nın periferisinde kalan ilçelerin ekonomik yapısına baktığımızda tarım ve turizmin ön planda olduğu görülmektedir. Fakat turizm bakımından öne çıkan birkaç ilçenin dışında diğer ilçeler aynı çıkışı yapamamışlardır. Örneğin, ortalama kalış süresi bakımından Ankara ilçelerini incelediğimizde gördüğümüz, turizm bakımından öne çıkan ilçeler olan Beypazarı ilçesinde 2014 yılı rakamlarına göre ortalama kalış süresi 2,8 gündür. Haymana'da ise 2,3 gündür. Dolayısıyla ilçe ekonomisine turizmin katkısını artırmak için bu kalış sürelerinin artırılması gerekiyor. Bunu artırmanın yollarından birisi yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtımlarının etkili bir şekilde yapılması ikincisi ise ilçelerde var olan ürün çeşitliliğinin artırılmasıdır.

Bu çalışmanın temel amacı Ankara kent merkezinde yaşayan nüfusun Ankara'nın kırsal alanları hakkındaki algılarının ve eğilimlerinin kırsal turizm bağlamında ele alınarak tespit edilmesidir. Ankara, kişi başı katma değerin en yüksek olduğu şehirlerden biri olup, aynı zamanda sanayileşmede ileri teknolojinin payının da yüksek olduğu bir konumdadır. Bununla birlikte, Ankara kırsalı sahip olduğu doğal güzellikleri ve doğal kaynakları ile Türkiye'nin önde gelen kırsal alanlarına sahiptir. Fakat bu güzellikler gerek yerliler gerekse yabancılar tarafından keşfedilmemiştir. Turizm bakımından öne çıkan birkaç ilçenin dışında diğer ilçeler aynı çıkışı yapamamışlardır. Bu çalışma ile, AVM'leri ziyaret eden ziyaretçi profili ile kırsal alanları ziyaret eden ziyaretçi profilleri arasında benzerlik ve farklılıklar tespit edilmiş, kırsal alanların tercih edilmeme nedenleri üzerinde durarak ve tercih edilmesine etki edecek faktörler belirlenerek sorumlu ve ilgili kurum ve kuruluşların veya turizm firmalarının bu alanlarda yapacağı çalışmalara katkı ve altlık sağlanmıştır.

Kentte yaşayanlara yönelik yapılan anket çalışması 616 kişi üzerinden değerlendirilmeye tabi tutulmuş olup, ankete katılanların %60'ı üniversite ve üstü mezuniyete sahiptir. %27'si işçi, %24'ü memurdur. Katılımcıların %18'inin aylık geliri 6.000 TL'nin üzerindedir. %61'inin aylık geliri ise 4.000 TL'nin altındadır. Ayrıca kent merkezinden kırsal bölgelere ulaşımı kolaylaştırdığı için araştırmada önemi olan otomobil sahipliğinin oranı %59'dur. Katılımcılardan şehir merkezinde doğmuş olanların oranı %71, ilk 12 yılını kent merkezinde geçirenlerin oranı %78'dir. Kırsal bölgede doğmuş olanların oranı %29, ilk 12 yılını kırsalda geçirenlerin oranı ise %22'dir. Ankete katılanların %62'sinin kırsal bölgeler ile bağlantısı yoktur. Kırsal bölgeler ile bağlantısı olan ve halen devam eden %38 büyüklüğündeki kitlenin ve bunun içinde bağlantının doğrudan Ankara ilçeleri ile olan %28 büyüklüğündeki kitle ile diğer gruplar

arasında Ankara'nın kırsalı ile ilgili tutum farkları üzerinde durulacaktır.

Katılımcıların %43'ü Ankara'nın ilçelerine seyahat etmeyi tercih ederken bu seyahatlerin %57'si sadece günübirlik gerçekleşmektedir. Sadece konaklamalı seyahati tercih edenlerin oranı %10'dur. Konaklama tercihi %40 oranında aile veya arkadaş yanı iken oteli tercih edenlerin oranı %31'dir. %13 ise kendi evinde kalabilmektedir.

%59 oranında otomobile sahip olan katılımcıların %81'i özel otomobil ile Ankara kırsalını gezmeyi tercih ederken, otobüs tercihi %14 olmuştur. Tur şirketi ile gezmek isteyenler ise %3 ile azınlıkta kalmıştır. %87 gibi yüksek bir çoğunluk kişi başı günlük 300 TL'nin altında harcama yaparak seyahat ve konaklama masraflarını karşılayabilmektedir. %10 300-500 TL civarında bir harcama yaparken 700 TL'nin üzerinde harcama yapan sadece %1'lik bir kitle vardır.

Ankara'da kırsal bölgeye gitmesi durumunda katılımcıların %42'si eşi ve çocukları ile, %15'i de sadece eşi ile olmak üzere yaklaşık %57'lik bir çoğunluk seyahatlerini ailesi ile gerçekleştirmeyi tercih ettiğini belirtmiştir. %29 oranında arkadaşları ile seyahat eden bir kitle bulunmaktadır. Bu seyahatlerde rehbere ihtiyaç duyanların ya da dolaylı olarak kırsal bölge ile ilgili detaylı bilgi sahibi olmak isteyenlerin oranı sadece %10'dur.

Ankara'nın ilçeleri hakkında bilgi sahibi olduklarını düşünenlere, Ankara'nın ilçelerinde bulunan mekânlar sorulduğunda, yanıtlanma oranları çok düşük kalmıştır. Örneğin, Nallıhan ilçesinde bulunan Taptuk Emre Türbesi'nin varlığının katılımcıların % 60'ı tarafından bilinmediği tespit edilmiştir. Diğer bir deyişle Ankara merkezde yaşayanların büyük bir çoğunluğu kırsal alandaki tarihi, kültürel, tabii değerler hakkında kısmen bilgi sahibidir ya da hiç bilgi sahibi değildir

Katılımcıların Ankara'daki ilçe tercihlerine bakıldığında %38'lik oranla Beypazarı ziyaret için ilk tercih edilen ilçe olmuştur. Ardından %21 oranla Ayaş gelmektedir. Katılımcıların birden fazla yanıt vererek cevaplamış olduğu daha önce hiç ziyaret etmediği ilçeler incelendiğinde sırasıyla Evren, Bala, Güdül, Nallıhan, Kalecik ve Şereflikoçhisar ilçelerinin oldukça fazla yanıtlandığı görülmektedir. Bu ilçelerin tercih edilmeme nedenleri incelendiğinde tanıtım eksikliği ve uzaklık öne çıkarken yerel yönetimlerin yeterli destek ve teşvikinin olmaması ve ilçeyi tanıtıcı rehber eksikliği diğer önemli tercih edilmeme nedenlerinden olmuştur.

Ankara kırsalının daha çok ziyaret edilmesini teşvik edecek unsurlar incelendiğinde kırsalda daha uygun fiyatlı faaliyetlerin gerçekleşmesi, daha kolay ve ucuz ulaşım, daha iyi tanıtım ve reklam imkânları ve daha cazip kırsal turizm alanları öne çıkan beklenti ve unsurlardır.

“ALTERNATİF TURİZM SEÇENEKLERİ ARASINDA ÖZELLİKLE KIRSAL TURİZMİN KALKINMADA BİR ARAÇ OLARAK GÖRÜLMESİ, GİDEREK DAHA FAZLA ÖNEM KAZANMASINI BERABERİNDE GETİRMİŞTİR.”

Kaynak: http://www.fibartur.com/turresim/c48774be-6197-4911-83fd-3c2136a95d56.jpg

1.1. Anketin Genel Çerçevesi ve Metodoloji

1.1.1. Örnekleme Büyüklüğünün Tespit Edilmesi

z2 p (p-1)e21+z2 p (1-p) 2N

Nüfus büyüklüğü = N | Hata payı = e | z-puanı = z; e= % değer[1]

Ankara kent nüfusu yaklaşık 5.000.000 alınmış olup, % 99 güven aralığı, % 5 hata payı ile örneklem büyüklüğü 661 olarak bulunmuştur. Anketler sahada yerine getirilmeden önce 10 kişi ile paylaşılarak anket soruları hakkında geri bildirimler alınmıştır. Geri bildirimler sonucunda, anlaşılmayan sorular, sorulması gereksiz olduğu düşünülen sorular anketten çıkarılmış olup, sorular okunduğunda eksik anlatım olduğu düşünülen sorular ise düzeltilmiştir. Anketler 8 kişilik uzman ekip tarafından Ocak-Şubat aylarında, sahada yüz yüze anketler yoluyla yürütülmüştür. Anketler yürütülürken, kentlinin gitmiş olduğu yoğun saatlerde AVM gibi ortak alanlardan faydalanılmıştır. Normal örneklem büyüklüğü yukarıda belirtilen formül sonucunda 661 bulunmasına karşın, toplam 777 kişi ile yüz yüze anketler yapılmıştır. Toplam yapılan anket sayısının yaklaşık %15'ine denk gelen eksik veya tutarsızlık belirten anketler örneklem büyüklüğünden çıkarılmış ve sonuçta 616 anket ile analizlere devam edilmiştir.

[1] Kaynak: https://www.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/

1.2. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın üç temel amacı bulunmaktadır. Bunlardan ilki, Ankara kent merkezinde yaşayan nüfusun Ankara'nın kırsal alanları hakkındaki algılarının ve eğilimlerinin kırsal turizm bağlamında ele alınarak tespit edilmesidir. İkincisi ise, kentli nüfusun kent merkezinde bulunan AVM'leri ziyaretlerinden beklentilerin tespit edilmesidir. Üçüncü amacı ise, gerek

kırsal alanlarda gerekse kent merkezinde faaliyette bulunup kırsal turizm alanında çalışmalar yapan turizm sektöründeki paydaşları bir araya getirerek kırsal turizmin Ankara'daki gelişimi ile ilgili ana hususların neler olduğunu tespit etmektir.

1.3. Araştırma Metodolojisi ve Kapsamı

Bu araştırma yürütülürken, ilk aşamada, dünyada benzer saha çalışmalarının nasıl yürütüldüğü literatür örnekleri ile incelenmiştir. Bu inceleme sırasında, kırsal turizm sektörü ile ilgili temel istatistiki bilgilerden faydalanılmıştır. Anket çalışmaları ve ekonomik analizler yapıldıktan sonra, analizler sonucunda çıkan sorunsal alanlar ilgili turizm sektörü paydaşlarının katılımı ile yapılan bir çalıştay ile değerlendirilerek temel eğilimler ve geleceğe dair politikalara ışık tutacak adımlar atılmıştır.

Tablo 1: Çalışma Takvimi

Yapılan çalışmalar	Aralık 2016	Ocak 2017	Şubat 2017	Mart 2017	Nisan 2017	Mayıs 2017
Anketlerin tasarlanması	■					
Literatür araştırması	■					
Anketlerin Yürütülmesi		■	■			
Anketlerin analiz edilmesi				■	■	
Çalıştay					■	
Tasarım ve Baskı						■

Kapsamı:

Ankara Kırsal Turizm saha araştırmasının kapsamı Ankara'nın 25 ilçesini kapsayan bir araştırma olup, anketler merkez ilçeyi kapsayan 9 ilçeyi içerecek şekilde yürütülmüştür.

2 DÜNYA, TÜRKİYE ve ANKARA'DA KIRSAL TURİZM EĞİLİMLERİ

Küreselleşen dünyada turizm sadece yüksek gelir ve boş zaman sahibi kişilerce zevk ve yeni yerler görmek için yapılan bir aktiviteden öte, her gelir ve yaş grubundan insanın rahatlama ihtiyacı ve hatta yaşam biçimi olarak benimsediği bir aktiviteye dönüşmüştür. Özellikle sanayileşmiş ülkelerde birçok kişi için seyahat etmek bir tüketim biçimidir ve bu ülkelerde nüfusun yarıdan fazlası yılda en az birkaç kez yurtdışına seyahat etmektedir. Zira endüstrileşme, hızlı nüfus artışı ve kentleşme insanların doğa ile ilişkilerini en alt düzeye indirmiştir. İnsanlar gerek doğa ile yeniden bağlantı kurmak gerekse kent hayatının üzerlerinde oluşturduğu baskı ve yorucu etkilerden arınmak için seyahat etme eğilimindedirler.

1990'lı yıllarda 250 Milyon olan turist sayısı 2013 yılına gelindiğinde 747 Milyona ulaşmıştır. Yine 2013 yılı verilerine baktığımızda uluslararası ziyaretçi sayısı bakımından önemli büyüme kaydeden ülkelerden bazıları Gürcistan (%+26), Kazakistan (%+24), Tayland (%+21), Arnavutluk (%+19), Bosna Hersek (%+18), İzlanda (%+18) ile Avrupa'nın 4. büyük varış noktası olan Türkiye'dir (%+11). Veriler, uluslararası turist varışlarında meydana gelen olumlu sonuçların, uluslararası turizm gelirlerine de yansıdığını göstermektedir. Uluslararası turizm gelirleri sıralamasında ilk 25'e giren ülkeler arasında Tayland (%+27) ve Çin (%+25) 'in ardından %22'lik bir büyüme ile Türkiye 3. sırada gelmektedir.

2008 BM "Turizm İstatistikleri için Uluslararası Öneriler" dokümanına uygun olarak hazırlanan "Turizm İlişkili Endüstriler" raporuna göre İngiltere'de 2003/04 sezonundan 2009/10'a kadar hem kırsal hem de kentsel çevrelerde turizm faaliyetleri artmış, bu artış turizmle iştigal eden firma sayısını, firmaların karlılığını ve turizmle ilişkin endüstrileri %11 ila %44 oranında etkilemiştir. Araştırma verilerine göre İngiltere'de kırsal alanlarda istihdamın %12,6'sı turizm sektöründedir.[2] Diğer bir ifade ile dünyanın en yüksek endüstrileşme oranına sahip ülkelerden biri olan İngiltere'de bile turizmin kırsal alanlarda istihdamda kayda değer bir payı vardır. Bununla beraber turizmin kentsel alanlarda %37,4 ve kırsalda %40,1 oranında yiyecek-içecek servisi şirketleriyle bağlantılı olduğu tespit edilmiştir. Yine benzer şekilde turizm faaliyetlerinin kentsel alanlarda %13,7 ve kırsal alanda %13,6 oranında emlak etkinliklerine katkıda bulunduğu tespit edilmiştir.

İnsan kaynağının ve fiziksel olanakların en iyi şekilde kullanımı ile ekonomik büyüme sağlanabileceğine dair başarılı bir model olarak İngiltere karşımıza çıkmaktadır. Tarım, tarıma dayalı sanayi ve endüstriyel üretimde sağlanan verimlilik büyümede önemli unsurlardan biri olsa da farklı bölgelerdeki ekonomik refah hakkında net bir düzey belirlemek konusunda yetersiz kalabilir. Oysa toplam katma değer basitçe, üretilen malların ve hizmetlerin miktarının, doğrudan doğruya bu üretime atfedilen tüm girdilerin ve hammaddelerin maliyetinin değeri olduğu anlamına gelir.

[2] September 2011 Statistical Feature Report-Tourism

İngiltere'de 2001-2010 yıllarını kapsayan bir araştırma ile tespit edilmiştir ki turizm sektörünün katma değeri kırsal alanlarda 2010 yılı itibariyle 10,7 milyon Pounda ulaşmıştır. Londra dâhil edilmediğinde baskın kentsel alanların toplam katma değere katkısı 26,4 Milyon Pound civarındadır ve kentsel alanlarla kıyaslandığında baskın kırsal alanların turizm katma değerinin %5,1'ini elde ettiği görülmüştür.[3]

Bu bilgilerden hareketle Türkiye'de turizm gelirlerinin artması için yapılabilecek çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin turizm gideri yüksek İngiltere, Rusya, Norveç, Japonya gibi ülkelerin tüketim alışkanlıklarına hitap edecek hizmet ve ürünler yaratılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Kitle turizmini hedefleyen paket turların yanı sıra kırsal alanları hedefleyen daha küçük gruplara hizmet eden kırsal turizmin geliştirilme ihtiyacı vardır. Daha rahat ve daha küçük gruplar ile seyahat etmek 2010'lu yılların trendi haline gelmiştir. Gelir düzeyi ve hareketliliği artan turistler kaliteli hizmet sunan noktalarda en uygun fiyatı garantileyen web tabanlı yazılımlar üzerinden kendi tatillerini planlama eğilimi göstermektedir. İnternet ve uygulamaların rezerve edilecek odadan, katılım sağlanacak etkinliğe; sipariş edilen yemekten binilecek taksiye varana kadar her noktada karşımıza çıktığı günümüzde ülkelerin turizm uygulamalarını ve önlemlerini bu eğilimlere uygun olacak şekilde düzenlemesinde fayda görülebilir.

[3] https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/538995/Productivity_Tourism_Final_2010v2.pdf

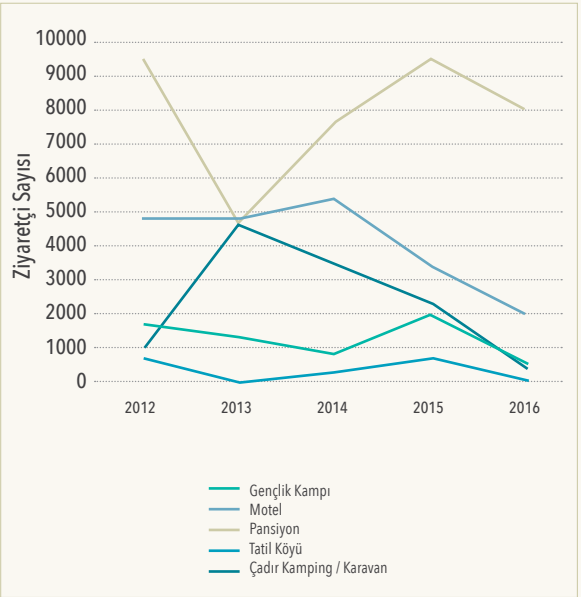
Kırsal turizm yerel boyutta kırsa alanlarda yaşayan kadın nüfusa istihdam sağlayarak, yerel ekonomileri canlandırarak ve göçü önleyerek sosyo-ekonomik kırsal kalkınmaya katkı vermektedir. Ayrıca, kırsal kültürün yok olmasını önlemekte, doğal çevrelerin korunmasına destek vermekte, diğer turizm türleriyle kolaylıkla bütünleşebilmekte, turizmin on iki ay yapılabilmesine fırsat tanımakta, kitlesel turizme alternatif olarak küçük gruplarla seyahat yapılabilmesine imkan vermektedir. Kırsal turizmin bütün bu yararları göz önüne alındığında, Türkiye'de de planlı ve kontrollü biçimde mutlaka uygulanması gerektiği anlaşılmaktadır.

Kırsal turizmin dış turizmde yer almasını sağlayacak teknolojik altyapının iyileştirilmesi ve kırsal turizmin ana kaynağını oluşturacak köy ve kasabalarda kültürümüzü yansıtacak turizm gönüllülerinin ve çalışanların seçiminde dikkat edilmelidir. Bu çerçevede bireysel girişimlerin yerine, daha örgütlü kooperatif türü yaklaşımlara ihtiyaç vardır. Köylerde kurulmuş olup işlevselliği olmayan tarımsal kalkınma kooperatiflerinin işlevselliği olabilecek turizm kooperatifi gibi yapılarla desteklenmesi kırsal alanların canlılığını korumaya önemli katkılar sağlayacaktır. Soykan (2001) tarafından vurgulandığı gibi, örnek kooperatif yapıları oluşturmada normatif yaklaşımlar yerine, bölgesel ihtiyaçtan doğan, yörenin doğal kaynak potansiyelini açığa çıkarmaya çalışan, eğitimin tüm süreçte yer aldığı girişimcilik ve yaratıcılığın öncelikli ele alındığı yaklaşımların benimsenmesi gerekmektedir.

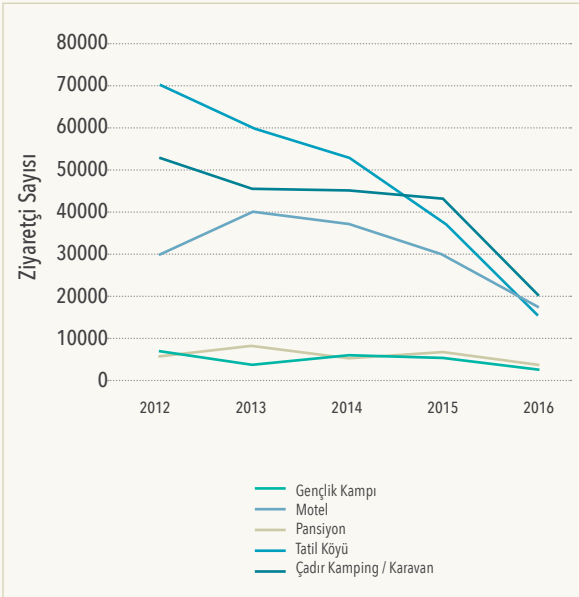
Yurtdışından Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin son 5 yıl içinde konaklama türlerini gösteren grafik 1'de görülmektedir ki, Türkiye'de pansiyon işletmelerinde kalan ziyaretçi sayısı keskin bir düşüş gösterirken, Ankara'da pansiyonlarda kalan ziyaretçi sayıları yıllar içerisinde bir artış göstermiştir. Diğer yandan kırsal alanlarda sık yapılan aktivitelerden birisi olan çadır/kampçılık ve karavan turizminin hem Türkiye'de hem Ankara'da mevcut potansiyel düşünüldüğünde yeterli olmadığı görülmektedir. Benzer şekilde tatil köylerini tercih eden ziyaretçi sayısında da yıllar itibariyle ciddi düşüşler vardır. Son yıllarda bölgemizde var olan Suriye iç savaşı Türkiye'de kıyı turizmini etkilediği gibi iç turizmi de önemli ölçüde etkilemektedir.

Grafik 1: Son Altı Yıldaki Yatırım Teşvik Belgeli Yatırımların Konularına Göre Dağılımı

Yurt Dışından Gelen Ziyaretçilerin Konaklama Türleri, Ankara



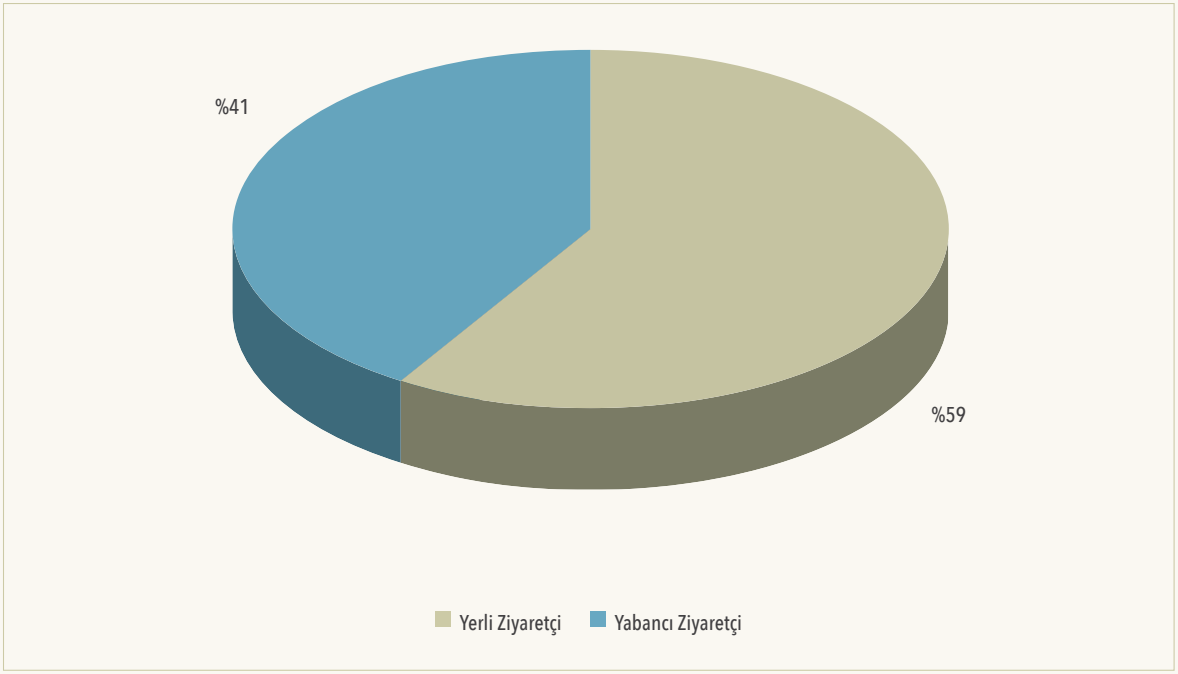
Yurt Dışından Gelen Ziyaretçilerin Konaklama Türleri, Türkiye



Kaynak: TÜİK Turizm İstatistikleri, 2016

Grafik 2, Türkiye'de turizm sektöründe yerli ve yabancı ziyaretçilerin yapmış oldukları ortalama aylık harcamaları göstermektedir. Grafikten görülmektedir ki, yerli ziyaretçilerin aylık ortalama harcamaları 1.168,80 TL iken aynı değer yabancı vatandaşlar için 806,50 TL olmuştur.

Grafik 2: Kişi Başı Ortalama aylık Harcamaları, 2016



Kaynak: TÜİK Turizm İstatistikleri, 2016

Türkiye'de kırsal turizm denildiğinde en başarılı örneklerden birisi olarak gösterilen Şirince Köyü'nün başarısını Soykan (2001) 3 ana unsurda özetlemektedir. Bunlar, tarihsel ve kültürel miras, coğrafi konum ve doğal çekicilikler, köy halkının dışa açık yapısı ve turizmi benimsemesidir.[4]

Ankara kırsalını bu bağlamda düşündüğümüzde, yöresel ürün çeşitliliği, jeolojik doku açısından büyük çeşitlilik gösteren doğal kaynaklar dikkat çekerken,diğer taraftan bilinenin aksine zengin bir kültürel ve tarihi miras zenginliği farklı tarihi dönemlerin (ilk uygarlıklar, Roma, Selçuklu, Osmanlı), önemli politik olayların, çeşitli nüfus değişimlerinin izlerini yansıtmakta olup, Ankara'nın turizm sektöründe kullanılabilecek potansiyellerinin arasında önemli yer tutmaktadır. Yurtiçi ve yurtdışı ulaşım ağlarına olan yakınlığı yine Ankara'nın turizm potansiyeli konusunda önemli yer teşkil etmektedir. Bununla birlikte, kırsal alanlarda yer alan ilçelerde ortalama kalış sürelerinin oldukça düşük olduğu görülmektedir. Örneğin, ortalama kalış süresi bakımından Ankara ilçelerini incelediğimizde gördüğümüz, turizm bakımından öne çıkan ilçeler olan Beypazarı ilçesinde 2014 yılı rakamlarına göre ortalama kalış süresi 2,8 gündür. Haymana'da ise 2,3 gündür.

Köy turizmi bağlamında yeterli konaklama hizmetlerinin bulunmayışı ve buna yönelik altyapıların yetersiz olması, doğa turizmi kapsamında bisiklet ve yürüyüş yolları gibi altyapıların henüz yetersiz olması, doğal jeopark alanlarının bilinçsiz kullanımı ve doğa turizmi-köy turizmi eksenli tanıtım stratejisi, turizm konusunda farkındalık eksikliği ve konsept tur programlarının olmayışı turizmin bu alanında geliştirilmesi gereken noktaları olarak karşımıza çıkmaktadır (Ankara Kalkınma Ajansı, 2017).

[4] Soykan, F.2001. "Ege Bölgesinden kırsal turizme özgün bir örnek: Şirince Köyü(Selçuk/İzmir). Maltepe Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Dergisi (2001/1).

3 ANKET DEĞERLENDİRMESİ

3.1. Örneklem Özellikleri

Anket uygulanacak katılımcı sayısı, ilçelerin nüfusları esas alınarak tabakalı rasgele örneklem yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. %53'ü erkek %47'si kadın, %63'ü evli ve yaş ortalaması 36 olan **616** kişilik[5] bir örnekleme anket uygulanmıştır. Ankete katılanların %57'si çocuk sahibidir.

Ankete katılanların %60'ı üniversite ve üstü mezuniyete sahiptir. %27'si işçi, %24'ü memurdur. Katılımcıların %18'inin aylık geliri 6.000 TL'nin üzerindedir. %61'inin aylık geliri ise 4.000 TL'nin altındadır. Ayrıca kent merkezinden kırsal bölgelere ulaşımı kolaylaştırdığı için araştırmada önemi olan otomobil sahipliğinin oranı %59'dur.

Tablo 2: Katılımcı Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	Yaş Ortalaması
Erkek	37
Kadın	34
Genel	36

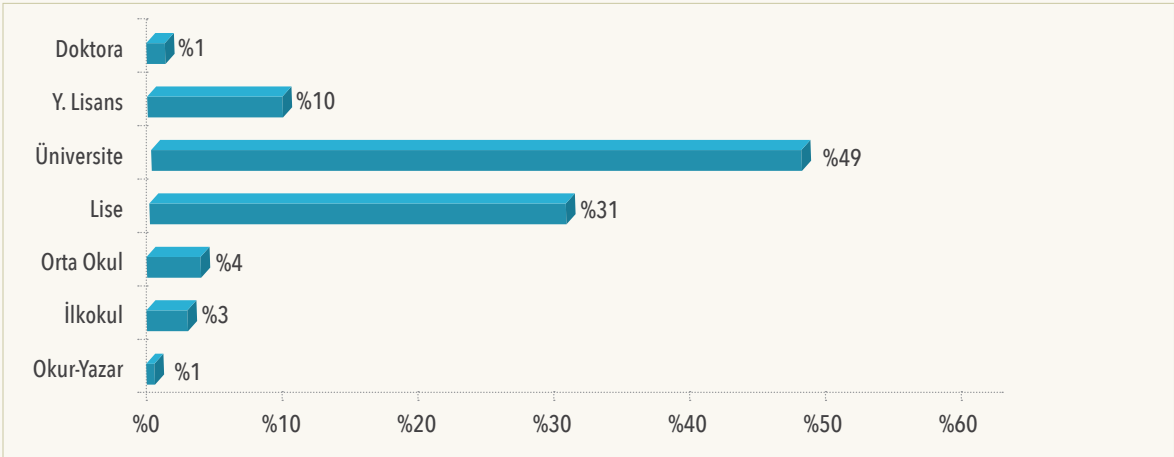
Cinsiyet	Oran
Erkek	53%
Kadın	47%

Medeni Durum	Oran
Bekar	37%
Evli	63%

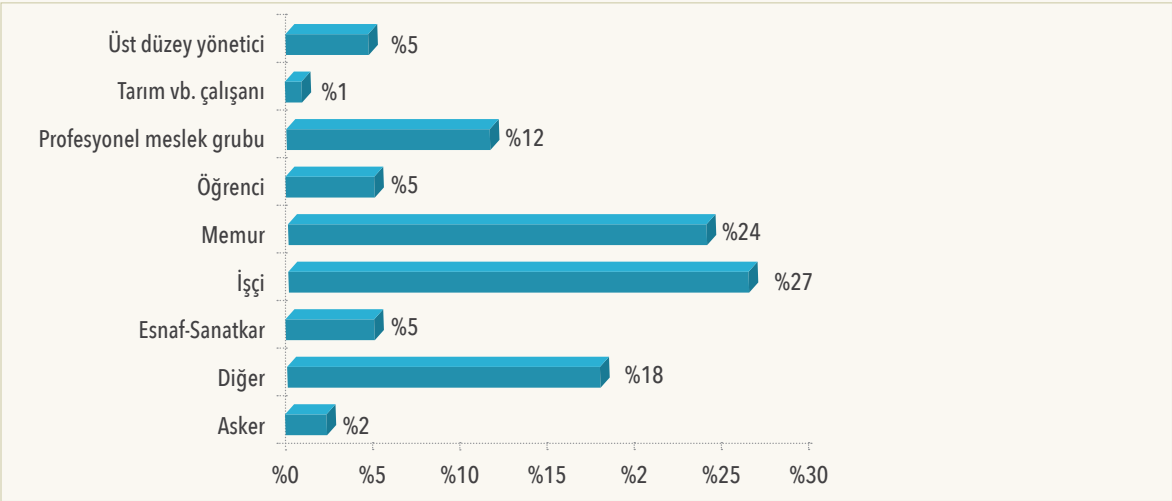
Çocuk Sayısı	Oran
1	23,06%
2	25,37%
3	6,92%
4 ve üstü	1,98%
Çocuğu olmayan	42,67%

[5] 777 kişiye uygulanan anketler sonucunda 616 anket cevabı analize katılabilecek nitelikte bulunmuştur.

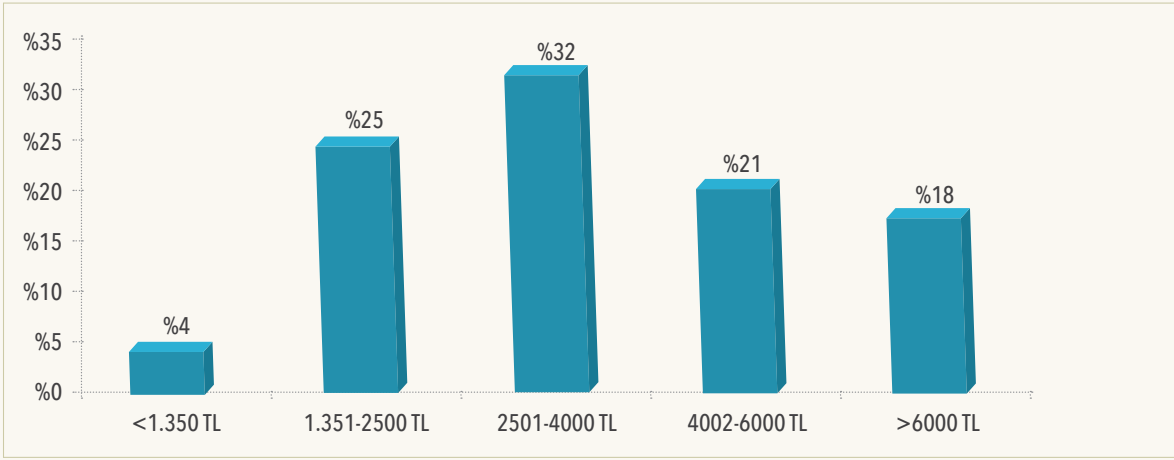
Grafik 3: Mezuniyet Durumu



Grafik 4: Meslek Bilgisi



Grafik 5: Aylık Gelir Dağılımı



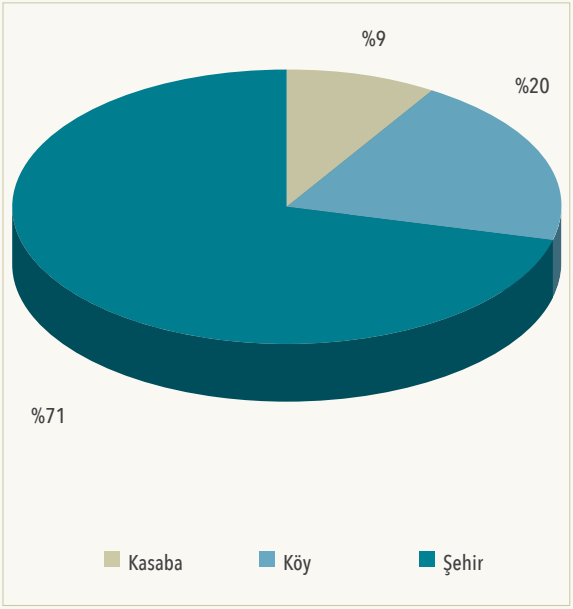
Tablo 3: Otomobil Sahipliği Oranı

Otomobil Sahipliği	Oran
Sahip	59%
Sahip değil	41%

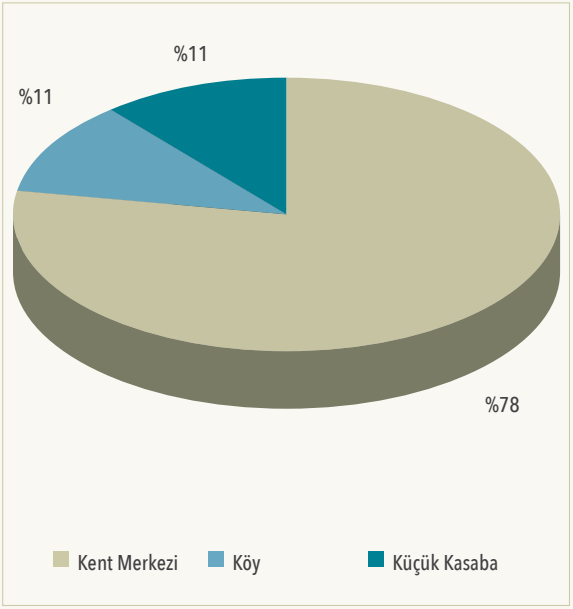
3.2. Anket Sonuçları

Katılımcılardan şehir merkezinde doğmuş olanların oranı %71, ilk 12 yılını kent merkezinde geçirenlerin oranı %78'dir. Nispeten kırsal bölgede doğmuş olanların oranı %29, hayatının ilk 12 yılını kırsalda geçirenlerin oranı ise %22'dir. Dolayısıyla anketin yüksek oranda şehir yaşamını oldukça erken yaşlardan itibaren tecrübe etmiş bir katılımcı kitlesine uygulandığı rahatlıkla söylenebilir.

Grafik 6: Doğum Yeri

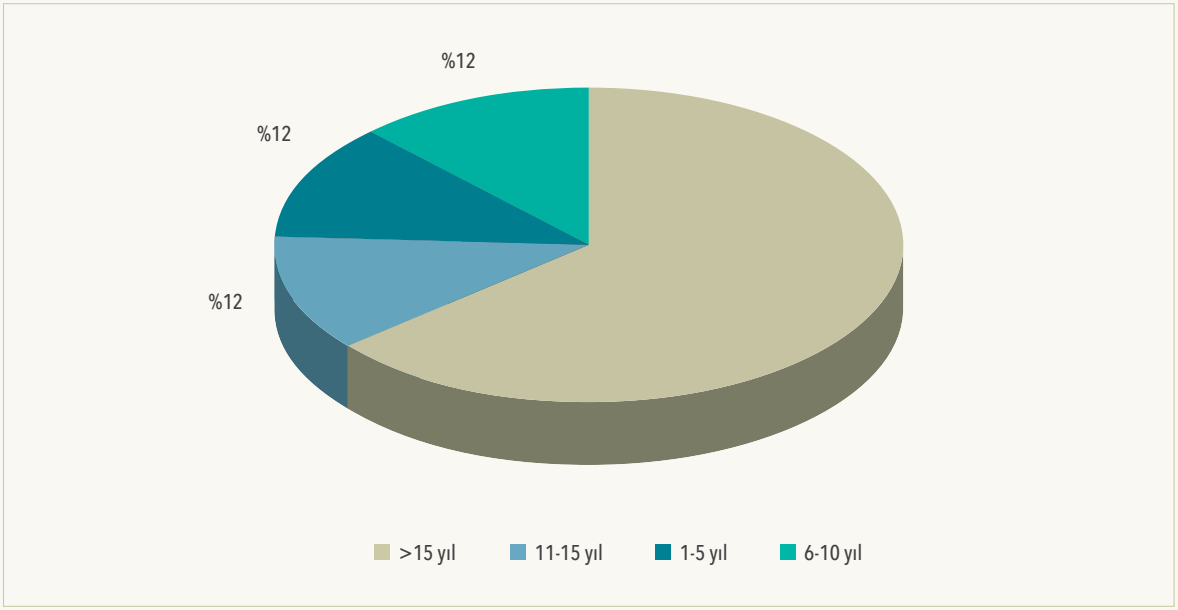


Grafik 7: İlk 12 Yılını Nerede Geçirdiği



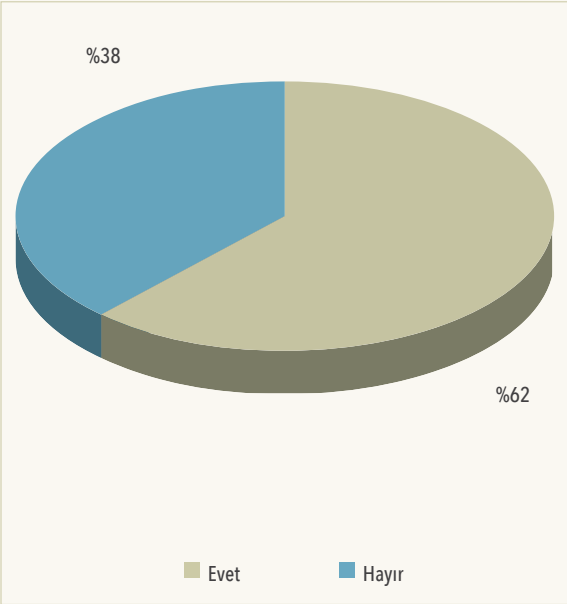
Anket uygulanan bireyler içinde Ankara'da 15 yıldan fazla yaşayanların oranı %64 gibi yüksek bir oran olduğu için katılımcıların kırsal bölgelerle Ankara kırsalı ile ilgili bilgi sahibi olmaları beklenmektedir.

Grafik 8: Ankara'da yaşanılan yıl

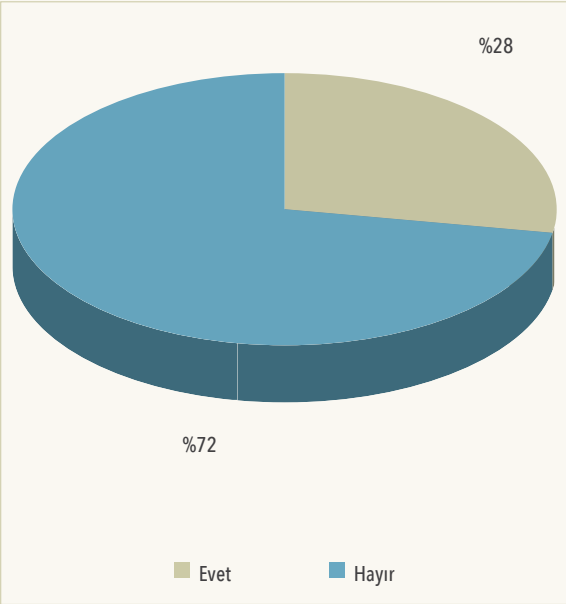


Ankete katılanların %62'sinin kırsal ile bağlantısı yoktur. Kırsalla bağlantısı olan ve bağı halen devam eden %38 büyüklüğündeki kitlenin ve bunun içinde bağlantısı doğrudan Ankara ilçeleri ile olan %28 büyüklüğündeki kitle ile diğer gruplar arasında Ankara'nın kırsalı ile ilgili tutum farkları üzerinde durulacaktır

Grafik 9: Kırsal bölge ile bağlantılı olma oranı

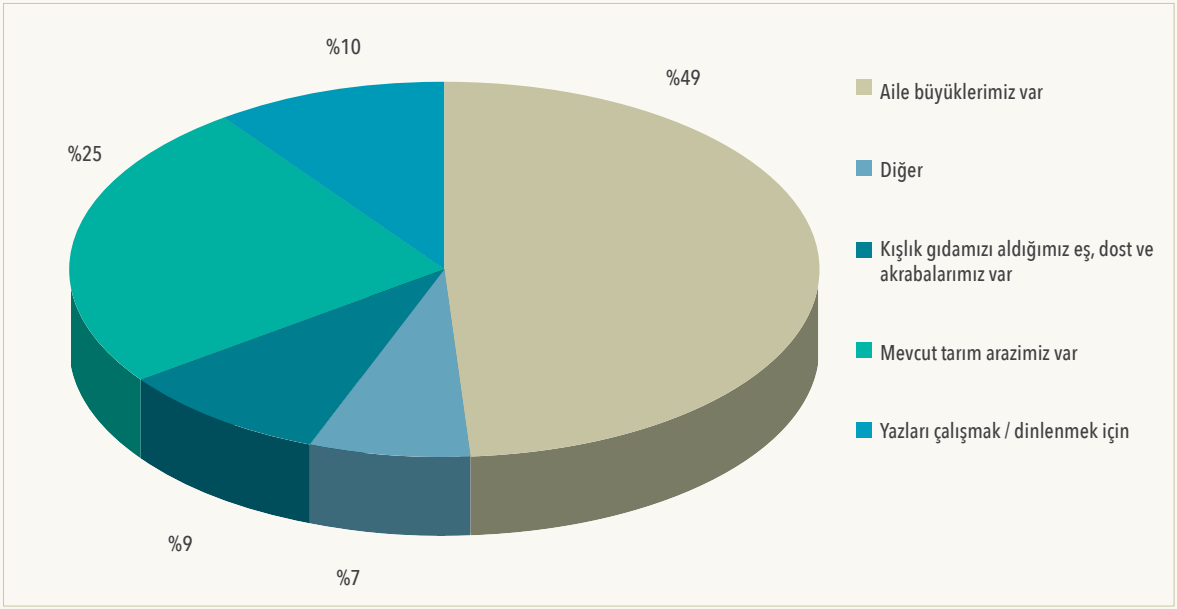


Grafik 10: Kırsal bağlantının Ankara ilçeleri ile olma durumu



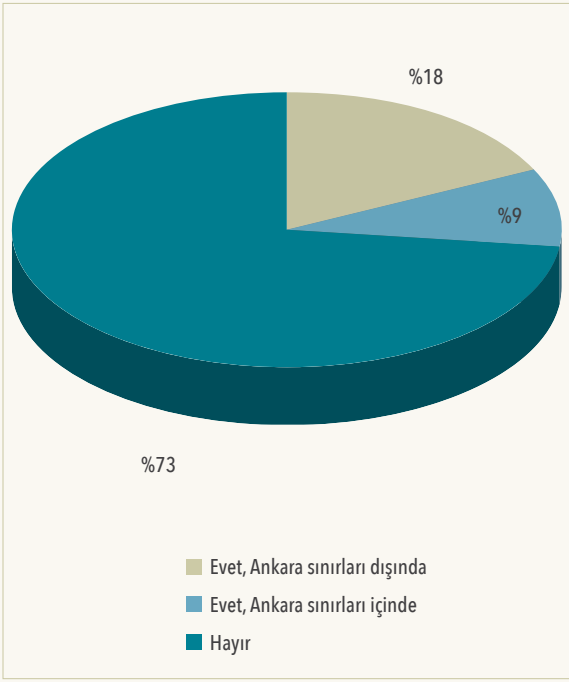
Kırsal alanla bağlantısı olanların %49'u aile büyükleri halen bu bölgelerde yaşadığı için bağlantılı olduğunu belirtmiştir. Kırsalla bağlantısı olanların %25'inin ise kırsalda tarım arazisi mevcuttur. %9'u ise kışlık gıdalarını aldıkları yakınlarının varlığından dolayı kırsalla bağlantı kurduğunu ifade etmiştir.

Grafik 11: Kır ile bağlantının kaynağı

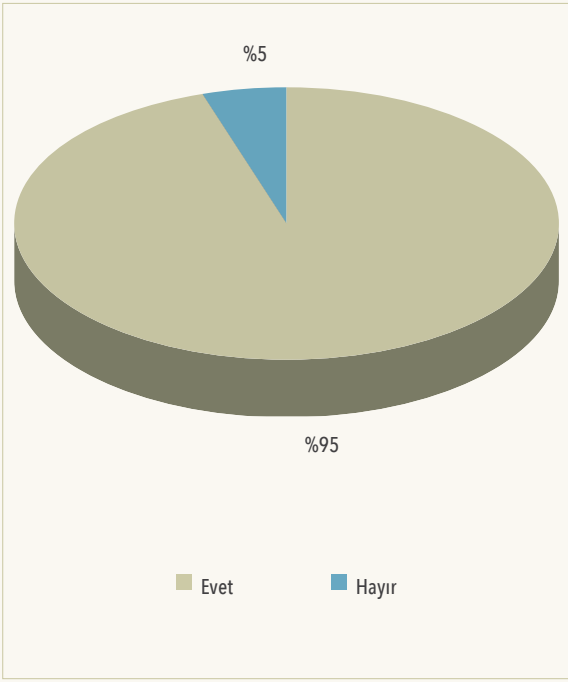


Ankete katılanların %73'ünün yazlığı, hafta sonu evi veya devre mülkü yok iken %9'u Ankara sınırları içinde bu sayılan mülklerin en az birine sahiptir. Katılımcıların %95 gibi oldukça yüksek bir oranı hafta sonu, yaz tatili ya da bayram günlerinden en az birinde şehir dışına çıkmayı tercih etmektedirler.

Grafik 12: Yazlık, hafta sonu evi, devre mülk varlığı

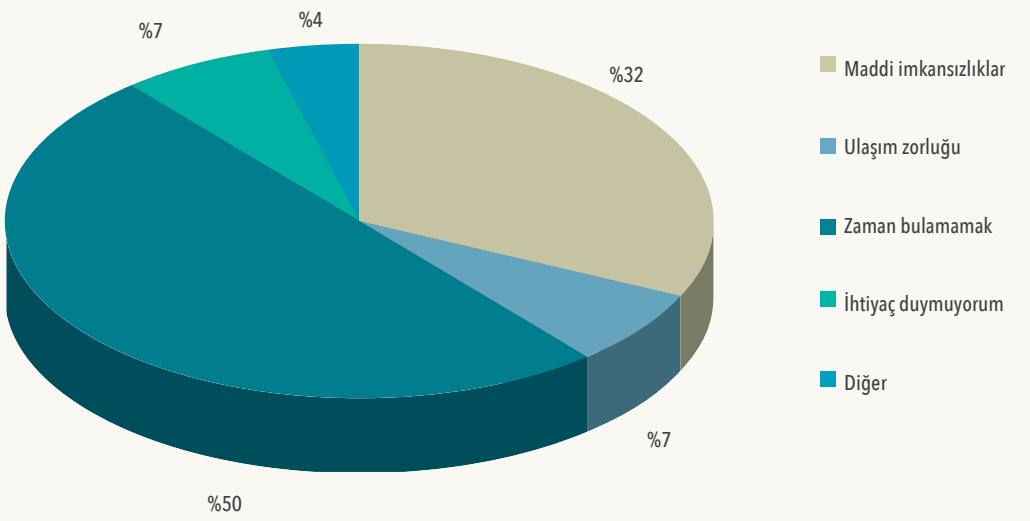


Grafik 13: Kırsal bağlantının Ankara ilçeleri ile olma durumu



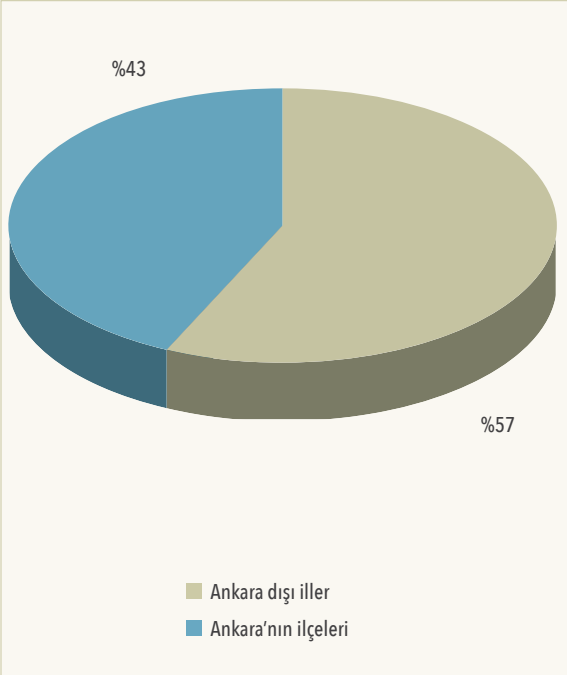
Şehir dışına çıkmayı tercih edenlerin de katılım sağladığı şehir dışına çıkamama nedenleri incelendiğinde cevap verenlerin %50 sinin zaman bulamadığı için,%32 sinin ise maddi imkansızlıklar nedeniyle şehir dışına çıkamadıkları görülmüştür.

Grafik 14: Şehir dışına çıkamama nedeni

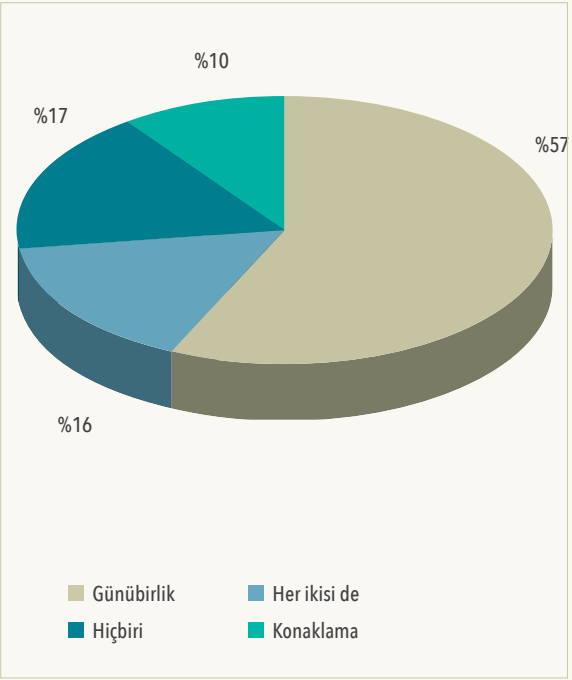


Katılımcıların %43'ü Ankara'nın ilçelerine seyahat etmeyi tercih ederken bu seyahatlerin %57'si sadece günübirlik gerçekleşmektedir. Sadece konaklamalı seyahati tercih edenlerin oranı %10'dur.

Grafik 15: Ankara'nın ilçelerini tercih etme oranı

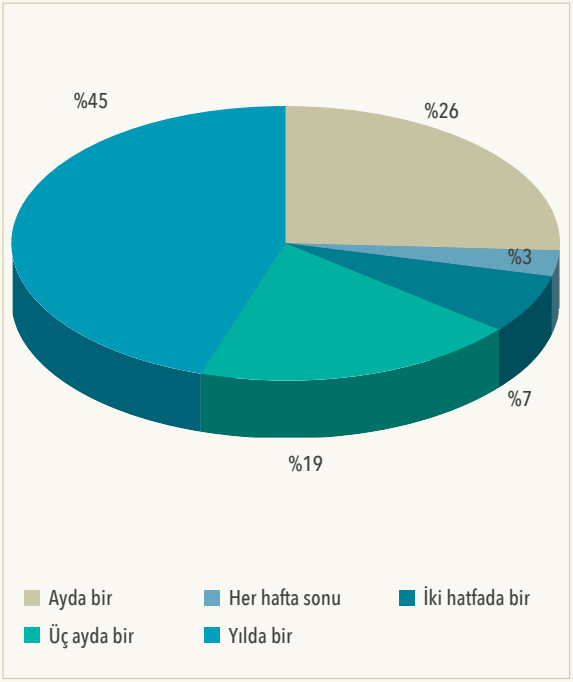


Grafik 16: Ankara ilçelerine günübirlik/konaklamalı gitme oranı

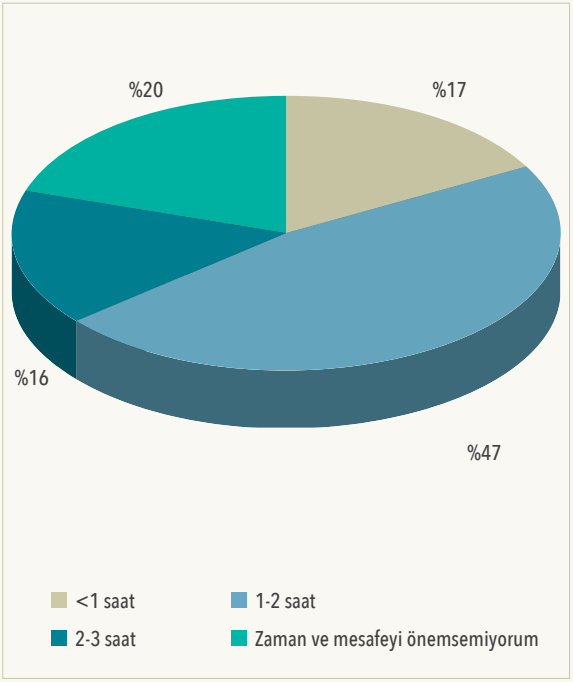


Katılımcıların %45'i yılda bir, %26'sı ayda bir kez, %19'u üç ayda bir günübirlik seyahat yapmaktadırlar. Her hafta sonu veya iki haftada bir günübirlik ziyaret gerçekleştirenlerin oranı %10'dur. Buradan bir ay içinde katılımcıların %36'sının günübirlik ziyaretler gerçekleştirdiğini anlayabiliyoruz. Bu günübirlik ziyaretler %47'lik oranla 1-2 saat mesafe uzaklıktaki bölgelere yapılmaktadır. %17'lik bir kısım da 1 saatin altındaki yerleşim yerlerini tercih etmektedir.

Grafik 17: Günübirlik seyahatlerin sıklığı

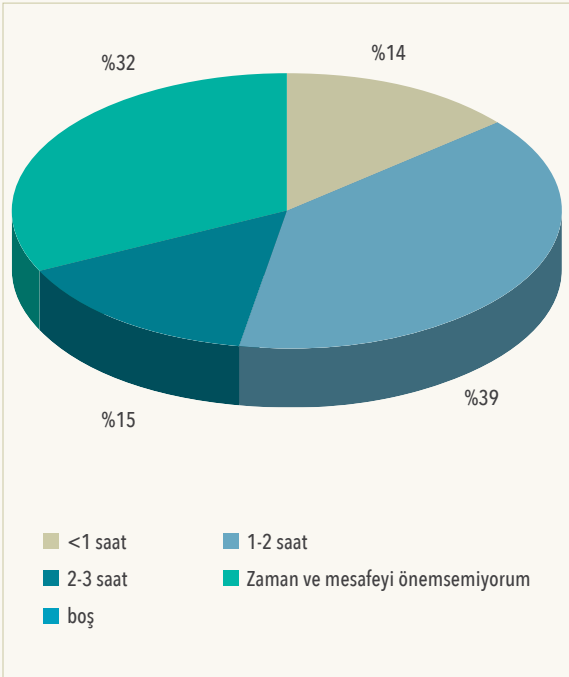


Grafik 18: Günübirlik gezilerde mesafe tercihi

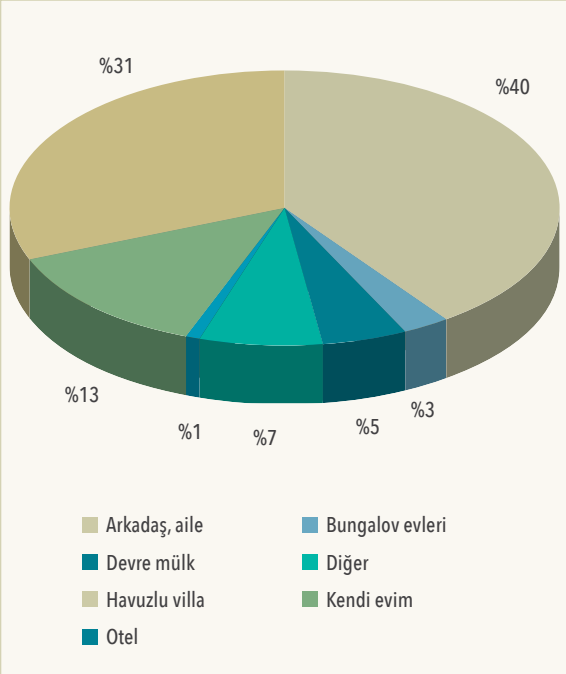


Konaklamalı ziyaretlerde ise çok bir değişiklik olmamakla birlikte günübirlikteki %20'lik zamanı önemsememe oranı %32'ye çıkmıştır. Konaklama tercihi %40 oranında aile veya arkadaş yanı iken oteli tercih edenlerin oranı %31'dir. %13 ise kendi evinde kalabilmektedir.

Grafik 19: Konaklamalı gezilerde mesafe tercihi

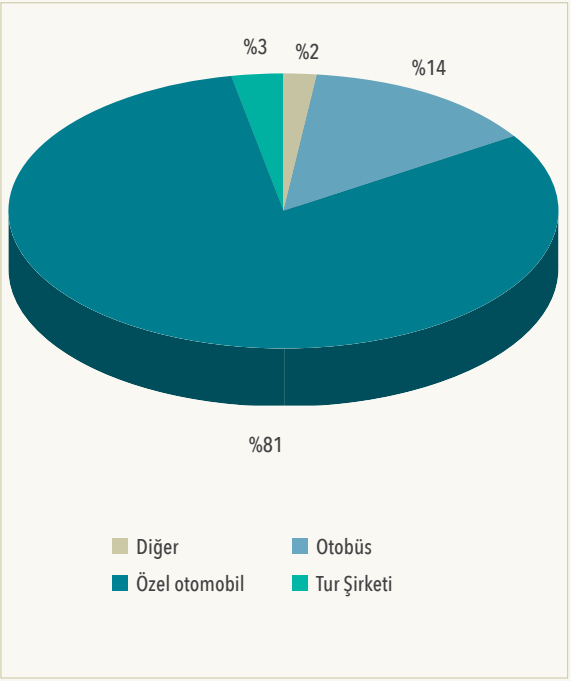


Grafik 20: Ankara ilçelerinde konaklama tercihi

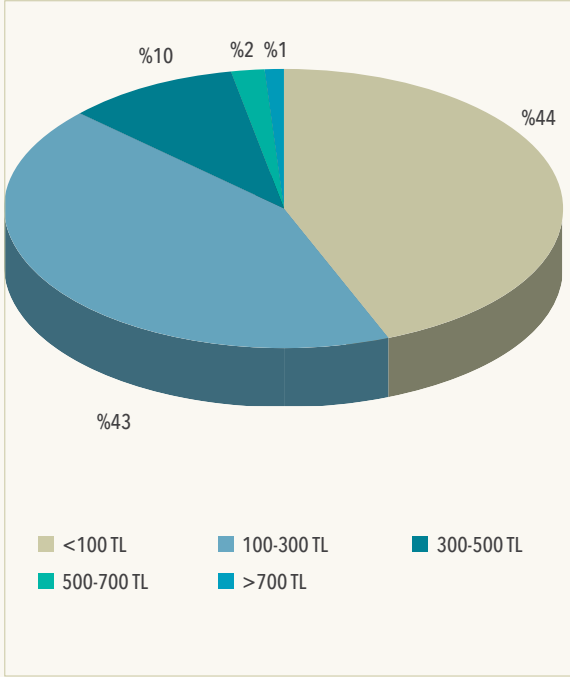


Ankete katılan katılımcılardan %59'u otomobil sahibidir ve katılımcıların %81'i özel otomobil ile Ankara kırsalını gezmeyi tercih ederken otobüs tercihi %14 oranında olmuştur. Tur şirketi ile gezmek isteyenler ise %3 ile azınlıkta kalmıştır. %87 gibi yüksek bir çoğunluk kişi başı 300 TL'nin altında harcama yaparak seyahat ve konaklama masraflarını karşılayabilmektedir. %10 300-500 TL civarında bir harcama yaparken 700 TL'nin üzerinde harcama yapan sadece %1'lik bir kitle vardır.

Grafik 21: Seyahat tercihi

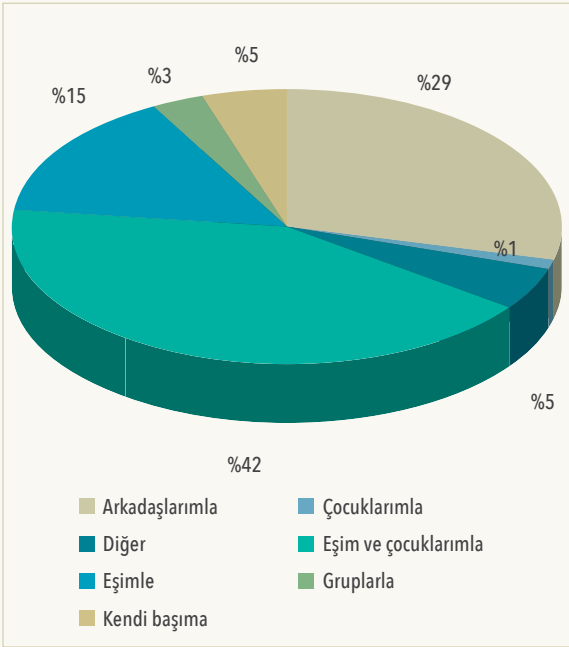


Grafik 22: Ankara ilçelerinde seyahat ve konaklama gideri

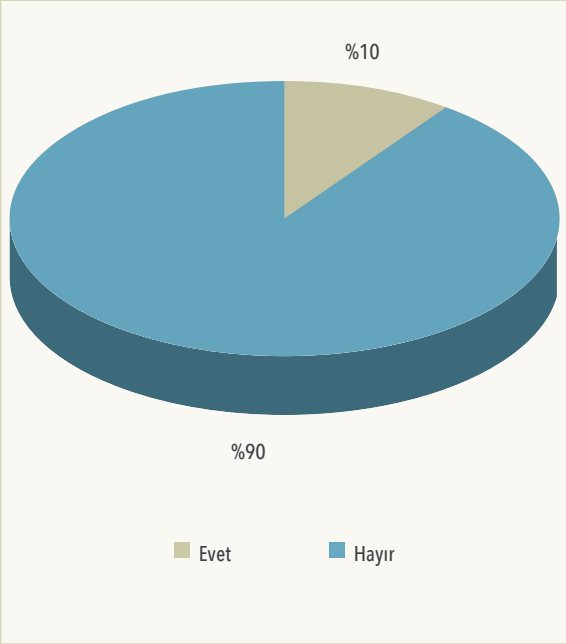


Ankara kırsalına gitmesi durumunda katılımcıların %42'si eşi ve çocukları ile, %15'i de sadece eşi ile olmak üzere yaklaşık %57'lik bir çoğunluk aileleri ile seyahatlerini gerçekleştirmeyi tercih etmektedir. %29 oranında arkadaşları ile seyahat eden bir çoğunluk bulunmaktadır. Bu seyahatlerde rehbere ihtiyaç duyanların ya da dolaylı olarak kırsal bölge ile ilgili detaylı bilgi sahibi olmak isteyenlerin oranı sadece %10'dur.

Grafik 23: Ankara kırsalına kimle gitmeyi tercih eder



Grafik 24: Rehber tercihi



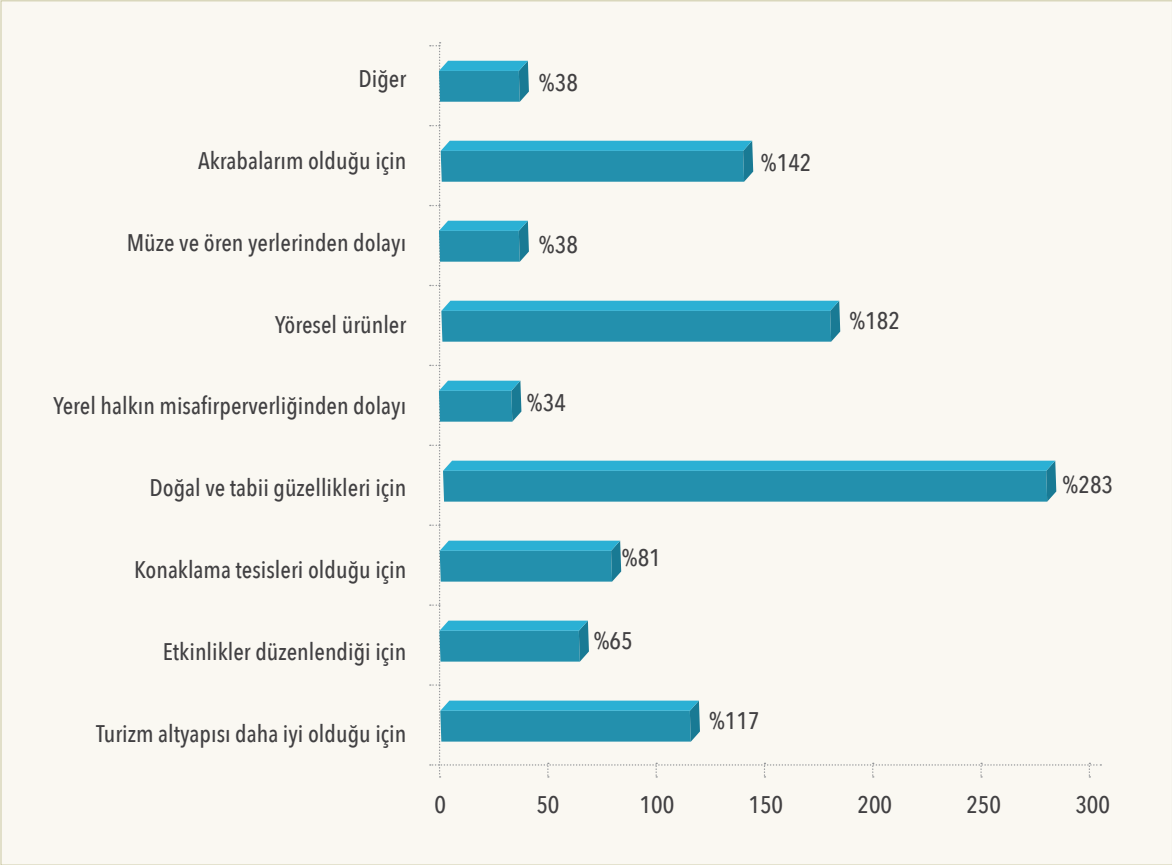
Katılımcıların Ankara'daki ilçe tercihlerine bakıldığında %38'lik oranla Beypazarı ziyaret için ilk tercih edilen ilçe olmuştur. Ardından %21 oranla Ayaş gelmekte onları %10, %8 ve %6'lık oranlarla sırasıyla Akyurt, Çubuk ve Elmadağ takip etmektedir. Kızılcahamam ise %20'lik oranla ilk üç tercih arasında yer almış ilginç bir şekilde %51'lik oranla üçüncü sırada tercih edilmiştir. Katılımcılar tarafından turizm gelişme çizgisine sahip olan Nallıhan'ın çok az tercih edilmesi Ankara merkeze yaklaşık 160 km gibi nispeten uzak bir mesafede oluşu ile açıklanabilmiştir.

Tablo 4: Ziyaret Tercih Öncelikleri

İlçe	1. Tercih (%)	2. Tercih (%)	3. Tercih (%)	İlk 3 Tercih (%)
Akyurt	10	0	0	4
Ayaş	21	2	0	9
Bala	3	2	0	2
Beypazarı	38	21	3	22
Çamlıdere	5	10	6	7
Çubuk	8	11	4	8
Elmadağ	6	14	5	8
Evren	0	0	0	0
Güdül	1	2	1	1
Haymana	1	10	4	5
Kahramankazan	2	9	6	5
Kalecik	1	4	3	2
Kızılcahamam	3	14	51	20
Nallıhan	0	0	3	1
Polatlı	1	2	8	3
Şereflikoçhisar	1	0	6	2
Genel Toplam	100	100	100	100

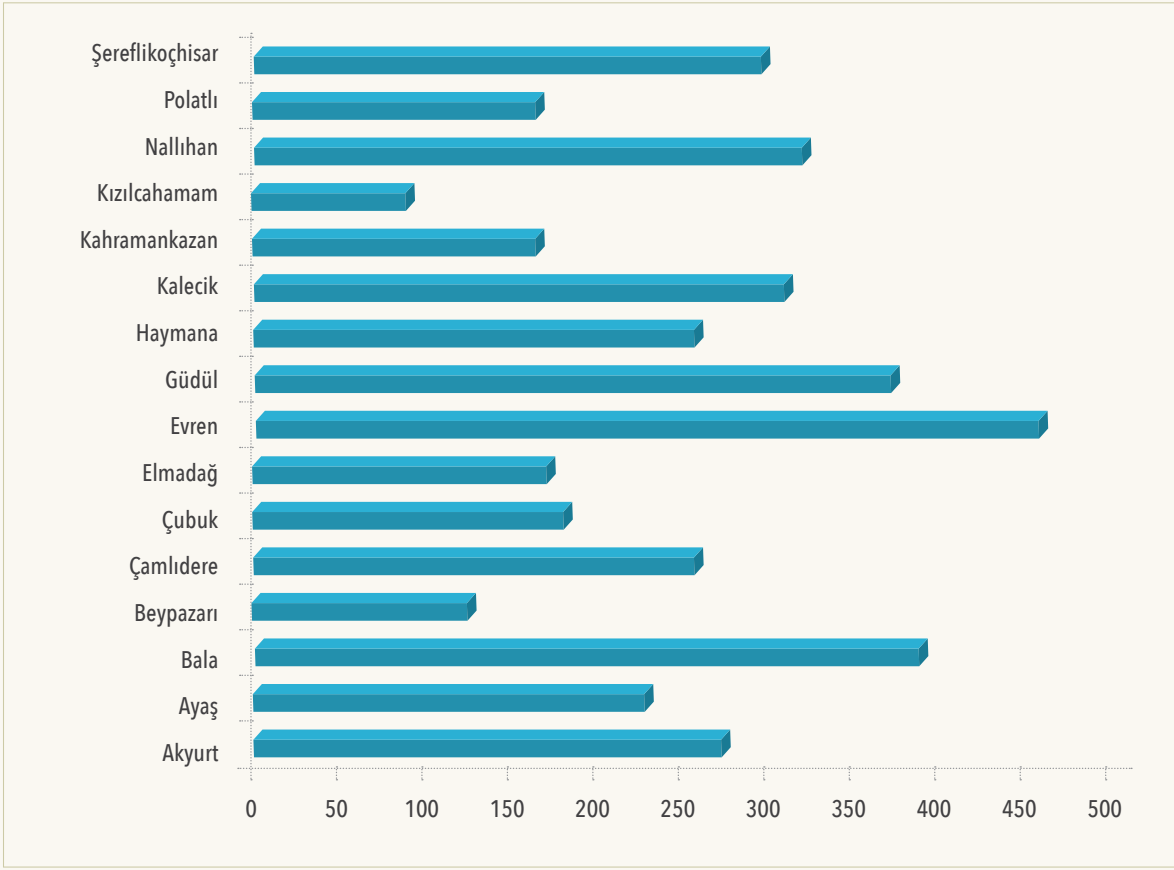
Bu ilçe tercihlerinin nedenlerine bakıldığında ilçelerin doğal güzellikleri, yöresel ürünleri, akraba varlığı ve turizm altyapısının daha iyi olması öne çıkan nedenlerdir. Müze ve ören yerlerinin varlığı oldukça düşük bir tercih nedeni olurken varsa düzenlenen etkinliklerin de tercih nedenleri arasında yeri altlardadır. Özellikle tarihi ve turistik değerlerin akraba ziyareti önceliğinden sonra gelmesi bu değerlerin yeterince tanıtılmadığı varsayımına sebep olmuştur.

Grafik 25: Ankara ilçelerini tercih etme nedenleri



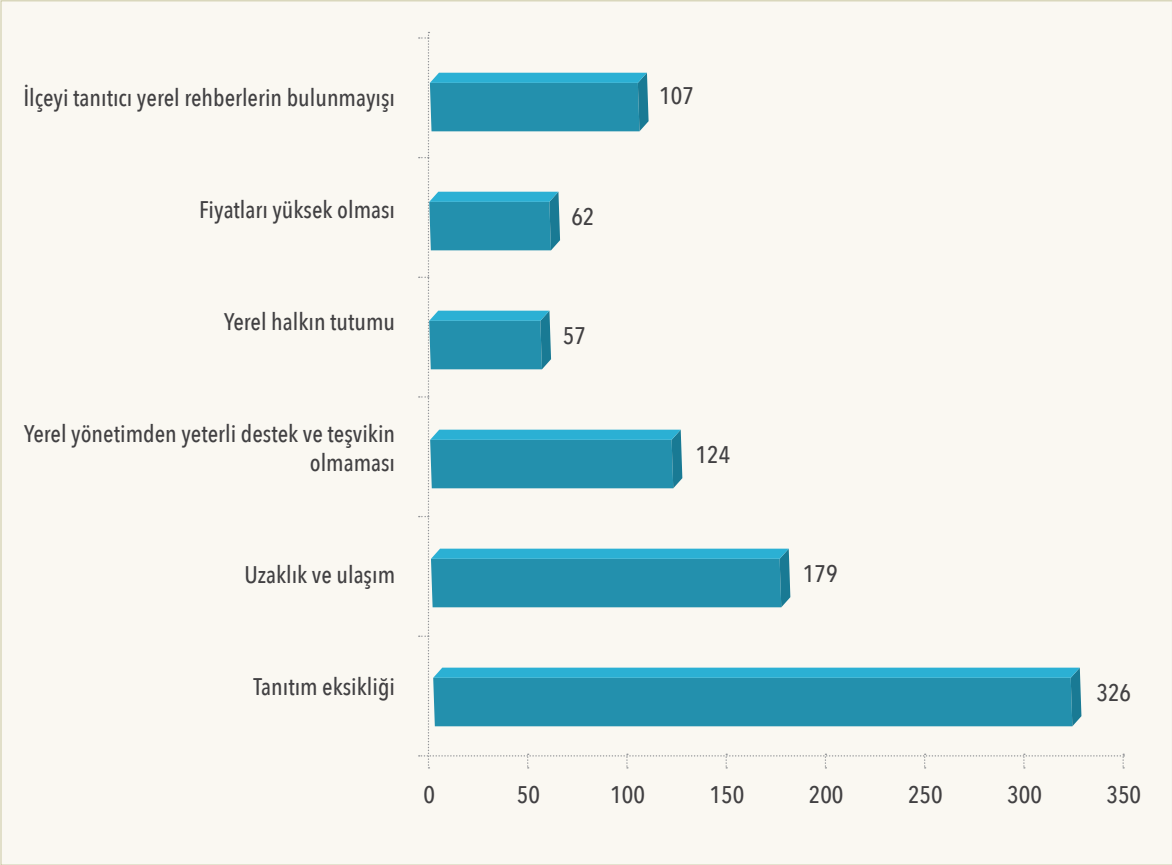
Katılımcıların birden fazla yanıt vererek cevaplamış olduğu daha önce hiç ziyaret etmediği ilçeler incelendiğinde sırasıyla Evren, Bala, Güdül, Nallıhan, Kalecik ve Şereflikoçhisar ilçelerinin oldukça fazla yanıtlandığı görülmektedir. Kızılcahamam ve Beypazarı ise en az işaretlenen ve katılımcıların büyük çoğunluğunun görmüş olduğu ilçelerdir.

Grafik 26: Hiç ziyaret edilmeyen ilçeler



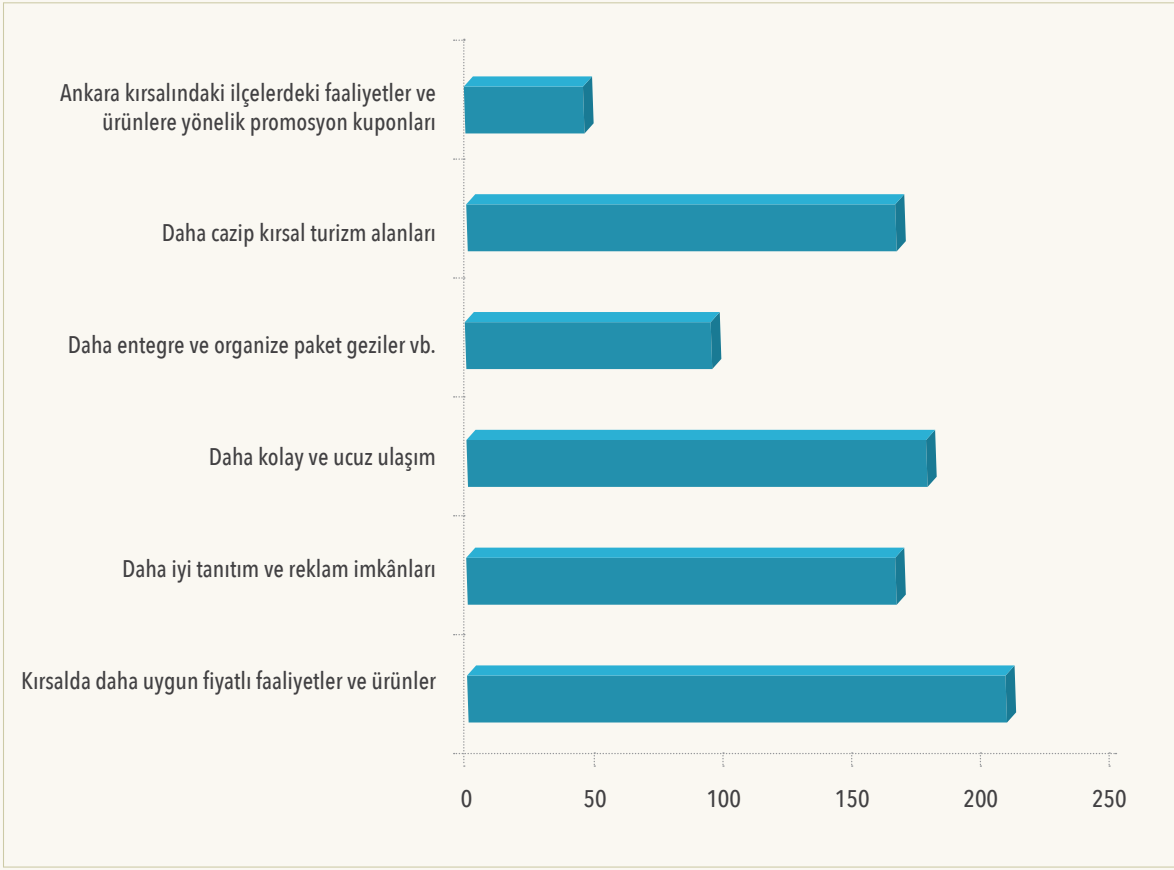
Bu ilçelerin tercih edilmeme nedenleri incelendiğinde tanıtım eksikliği ve uzaklık öne çıkarken yerel yönetimlerin yeterli destek ve teşvikinin olmaması ve ilçeyi tanıtıcı rehber eksikliği diğer önemli tercih edilmeme nedenlerinden olmuştur. Fiyat yüksekliği ve yerel halkın tutumunun ise çok etkili olmadığı görülmektedir. Seçeneklere birden fazla yanıt verilebilmiştir.

Grafik 27: İlçelerin tercih edilmeme nedenleri



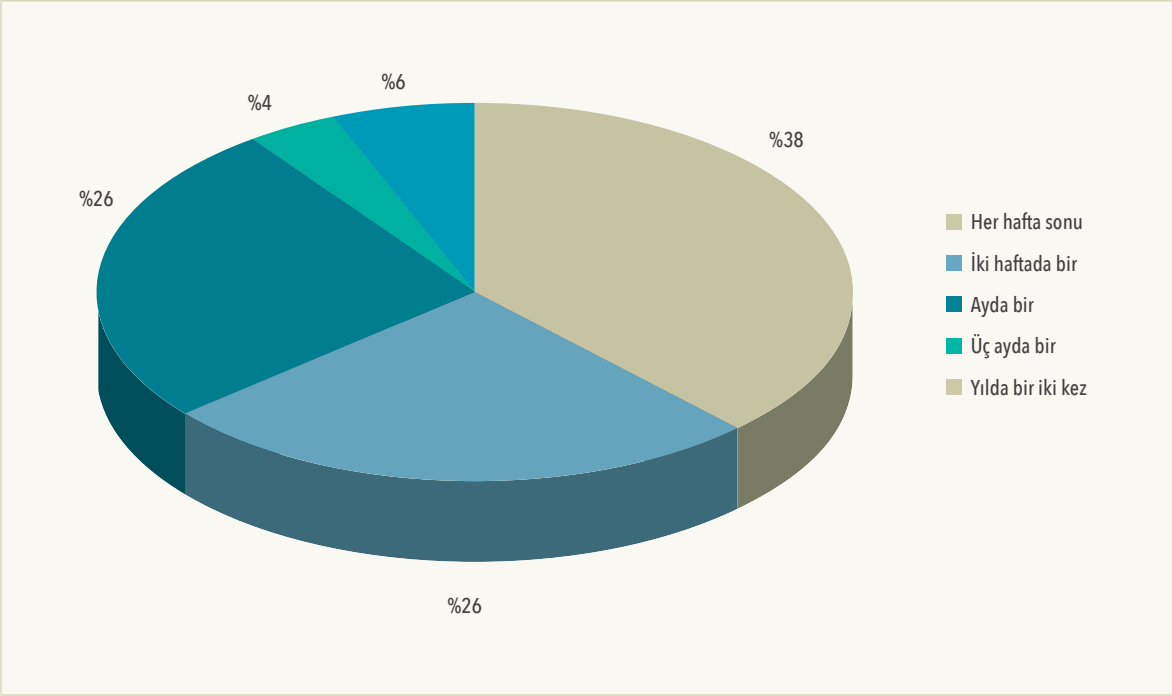
Ankara kırsalını daha çok ziyaret etmeyi teşvik edecek unsurlar incelendiğinde kırsalda daha uygun fiyatlı faaliyetlerin gerçekleşmesi, daha kolay ve ucuz ulaşım, daha iyi tanıtım ve reklam imkanları ve daha cazip kırsal turizm alanlarının olması öne çıkan unsurlardır.

Grafik 28: Ankara kırsalını daha çok ziyaret etmenizi teşvik edecek unsurlar



Katılımcıların %38'i her hafta sonu alışveriş merkezine giderken, %26'sı iki haftada bir yine %26'sı ise ayda bir kez alışveriş merkezine gitmektedir. Dolayısıyla %90 oranında bir çoğunluk ayda en az bir kez alışveriş merkezine gitmektedir.

Grafik 29: AVM'ye gidiş sıklığı

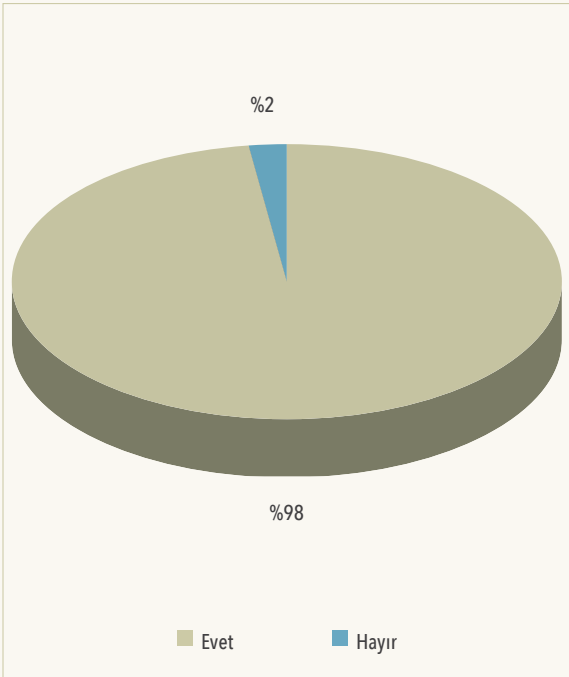


Alışveriş merkezine bu kadar sık gitme nedenleri incelendiğinde istenilen her şeyi rahatça aynı ortamda bulabilme avantajının oldukça etkili olduğu görülmektedir. Nedenler arasında başka gidebileceğim yer yok cevabı veren kişi sayısının oldukça fazla olması araştırmanın ilginç yanıdır. Seçeneklere birden fazla yanıt verilebilmiştir.

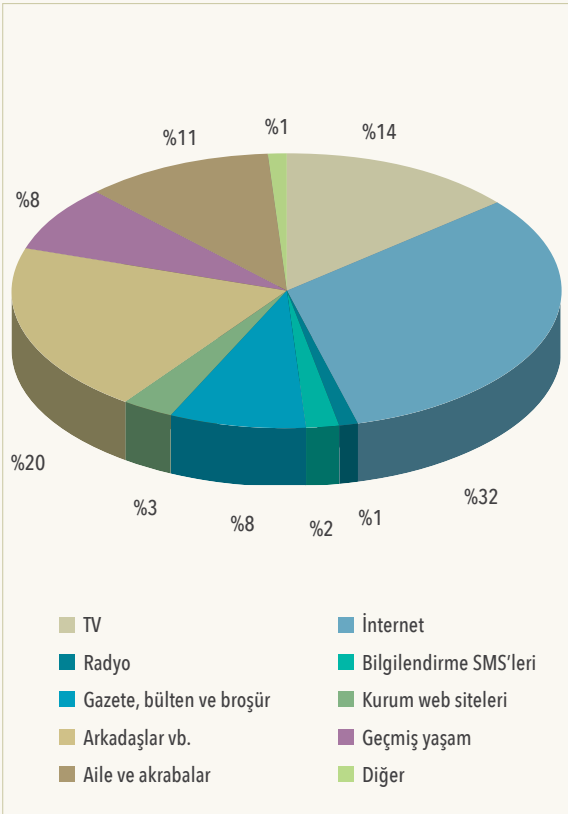
Grafik 30: AVM tercih nedenleri

Ankara'nın kırsal ilçelerindeki doğal, turistik, tarihi ve kültürel değerler hakkında yeterince bilgi sahibi olduğunuzu düşünüyor musunuz sorusuna evet cevabı verenlerin oranı %98'dir. Bu bilgilere %32 oranında internet, %20 oranında arkadaş ve %14 oranında da televizyon vasıtasıyla ulaşılmıştır.

Grafik 31: Ankara'daki turistik alanlarla ilgili bilgilik oranı



Grafik 32: Bu alanda bilgi kaynağı



Tablo 5: Ziyaretçilerin kırla bağlantı olma durumu ile ne tür bir bağlantıya sahip olduğu

Kırla bağlantısı olup olmadığı	Kırla ne tür bağlantıya sahip					
	Mevcut tarım arazimiz var	Kışlık gıdamızı aldığımız eş, dost ve akrabalarımız var	Aile büyüklerimiz var	Yazları çalışmak/ dinlenmek için	Diğer	Toplam
Yok	5	4	10	8	11	38
%	13,16	10,53	26,32	21,05	28,95	100
Var	98	32	190	32	18	370
%	26,49	8,65	51,35	8,65	4,86	100
Toplam	103	36	200	40	29	408
%	25,25	8,82	49,02	9,8	7,11	100

Anketi yanıtlayanların kırsal alanlarla bir bağlantısının olup olmadığı ve olanların ne tür bağlantıya sahip olduğunu ölçmeye yönelik sorulan soruda, kırsal alanlarla bağlantısı olduğunu belirtenlerin % 50'den fazlası aile büyüklerinin kırsal alanda yaşadığını belirtirken, yaklaşık %27'si ise mevcut tarım arazilerinin olduğunu söylemişlerdir.

Tablo 6: Ziyaretçilerin kırla bağlantı olma durumu ile hafta sonu şehir dışına çıkma tercihleri

Kırla bağlantısı olup olmadığı	Hafta sonu şehir dışına çıkma tercihi		
	Hayır	Evet	Toplam
Yok	9	91	100
%	9	91	100
Var	3	143	146
%	2,05	97,95	100
Toplam	12	234	246
%	4,88	95,12	100

Kırsal alanla bağlantısı olanların şehir dışına çıkma tercihlerinin analiz edildiği tablo 6'da kırsal alanlarla bağlantısı olanların % 98'i hafta sonu şehir dışına çıktığını belirtirken, kırsal alanlarla bağlantısı olmayanların şehir dışına çıkma durumu % 91'dir.

Tablo 7: Ziyaretçilerin kırla bağlantılı olma durumu ile Ankara'nın ilçelerini tercih etme durumu

Kırla bağlantısı olup olmadığı	Tercih ettiğiniz mekânlarda Ankara'nın ilçelerini mi tercih edersiniz		
	Hayır	Evet	Toplam
Yok	75	46	121
%	61,98	38,02	100
Var	111	94	205
%	54,15	45,85	100
Toplam	186	140	326
%	57,06	42,94	100

Kırsal alanlarla bağlantısı olduğunu belirten ziyaretçilerin Ankara'nın ilçelerini tercih etme durumu % 46 iken, bu oran kırsal alanla bağlantısı olmayanlarda % 38 düzeyindedir.

Tablo 8: Ziyaretçilerin kırla bağlantılı olma durumu ile Ulaşım türü tercihi

Hane Aylık Geliri	Ulaşım Türü				
	Özel otomobil	Otobüs	Tur şirketi	Diğer	Toplam
<4.000 TL	237	62	8	7	314
%	75,48	19,75	2,55	2,23	100
≥4.000 TL	182	9	9	1	201
%	90,55	4,48	4,48	0,50	100
Toplam	419	71	17	8	515
%	81,36	13,79	3,30	1,55	100

Hane aylık geliri ile ulaşım türünün analiz edildiği tablo 8'de hane aylık geliri 4.000 TL ve üzeri olanların yaklaşık % 91'i seyahat tercihlerinde özel otomobili tercih ederken, hane aylık geliri 4.000 TL'den daha düşük olanlar ise % 75 oranında özel otomobili tercih etmektedirler. Bu gelir grubunda yer alanlar % 20 oranında otobüsü tercih etmektedirler.

Tablo 9: Ziyaretçilerin Ankara'nın ilçelerindeki varlıkları bilme durumu ile Ankara'da kaç yıldır yaşadığı durumu

Kaç yıldır Ankara'da yaşadığı	Kral Midas'ın Tümülüsü'nün Polatlı ilçesinde olduğunu bilme durumu		Beypazarı ilçesinde yaşayan müze olduğunu biliyor mu		Çamlıdere ilçesinde fosil ormanları olduğunu biliyor mu		Nallıhan ilçesinde Tabduk Emre Türbesini bilme durumu	
	Hayır	Evet	Hayır	Evet	Hayır	Evet	Hayır	Evet
1-5 yıl	29	14	21	32	35	10	29	14
%	13,49	11,48	15,33	12,96	17,50	7,46	13,49	11,48
6-10 yıl	26	12	16	24	25	10	26	12
%	12,09	9,84	11,68	9,72	12,50	7,46	12,09	9.84
11-15 yıl	21	16	16	22	14	24	21	16
%	9,77	13,11	11,68	8,91	7,00	17,81	9,77	13,11
>15	139	80	84	169	126	90	139	80
%	64,65	65,57	61,31	68,42	63,00	67,16	64,65	65,57
Toplam	215	122	137	247	200	134	215	122
%	100	100	100	100	100	100	100	100

Ankara'da kaç yıldır yaşıyorsunuz sorusu ile Beypazarı ilçesinde yaşayan müze olduğunu bilme durumunu analiz eden soruda Yaşayan Müze'nin Beypazarı ilçesinde olduğunu bilenlerin % 68'i 15 yıldan daha fazla bir süredir Ankara'da yaşamaktadır. 5 yıldan daha az bir süredir Ankara'da yaşayanlar yaşayan müzeyi bilmemektedir.

Ankete katılanlardan fosil ormanlarının Çamlıdere ilçesinde olduğunu bilenlerin % 67'si 15 yıldan daha fazla bir süredir Ankara'da yaşadığını belirtirken, 1-5 yıl arasında Ankara'da yaşadığını belirtenlerin % 78'i Çamlıdere'de fosil ormanları bulunduğundan haberi olmadığını belirtmiştir.

Ankete katılanlardan Taptuk Emre Türbesi'nin Nallıhan ilçesinde olduğunu bilenlerin % 66'sı 15 yıldan daha fazla bir süredir Ankara'da yaşadığını belirtirken, 1-5 yıl arasında Ankara'da yaşadığını belirtenlerin % 67'si Nallıhan'da Taptuk Emre Türbesi olduğundan haberi olmadığını belirtmiştir.

Ankara kırsalını 2 haftada en az 1 kere ziyaret edenlerin yaş dağılımlarının incelendiği tablo 9'da <24 yaş aralığında bulunanlar daha çok Ankara kırsalını ziyaret ettiklerini belirtmişlerdir.

Tablo 10: Ziyaretçilerin tercihleri ile yaş arasında bağlantı durumu

Yaş	Ziyaretçilerin tercihlerinde ilk iki sırada yer alan iki ilce		
	Ayaş	Beypazarı	Toplam
<24	10	27	72
%	13,89	37,50	100,00
25-39	53	134	235
%	16,26	41,10	100,00
40-54	41	44	326
%	30,37	32,59	100,00
>55	17	10	39
%	43,59	25,64	100,00
Toplam	121	215	437
%	100,00	100,00	100,00

Ziyaretçilerin Ankara ilçeleri tercihleri arasında Ayaş ve Beypazarı ilçeleri öne çıkmaktadır. Bu ilçeleri ziyaret edenlerin yaş dağılımına bakıldığında, Ayaş ilçesini ziyaret edenlerin daha çok 40 yaş ve üstü olduğu, Beypazarı ilçesini ziyaret edenlerin ise 40 yaş ve altı olduğu görülmektedir.

Bu da göstermektedir ki, yaş ilerledikçe, termal tesislerin bulunduğu ilçeleri ziyaret etme oranı artmakta, daha genç yaşlarda olanlar ise, turistik amaçlı Beypazarı ilçesine ziyarette bulunmaktadırlar.

Tablo 11: Hane aylık geliri ile Ankara ilçelerini tercih etme arasındaki bağlantı

Hane aylık geliri (TL)	Ankara'nın ilçelerini tercih etme durumu		
	Hayir	Evet	Toplam
<4.000 TL	115	112	227
%	50,66	49,34	100,00
≥4.000 TL	71	28	99
%	71,72	28,28	100,00
Toplam	186	140	326
%	57,06	42,94	100,00

Hane aylık geliri ile Ankara'nın ilçelerini tercih etme durumu arasındaki bağlantıyı tespit etmeyi amaçlayan tablo 11'de açıkça görülmektedir ki, gelir seviyesi arttıkça, Ankara'nın ilçelerinden ziyade Ankara dışına ziyaretler daha çok gerçekleşmektedir.

Tablo 12: Ankara'nın ilçeleri hakkında bilgi sahibi olma ile Ankara'nın ilçelerinde yer alan tarihi, turistik yapıları bilme durumu

Ankara'nın kırsal ilçeleri hakkında yeterince bilgi sahibi olma	Kral Midas'ın Tümülüsünün Polatlı ilçesinde olduğunu bilme durumu			Beypazarı ilçesinde yaşayan müze olduğunu biliyor mu			Çamlıdere ilçesinde fosil ormanları olduğunu biliyor mu			Nallıhan ilçesinde Tabduk Emre Türbesini bilme durumu		
	Hayır	Evet	Toplam	Hayır	Evet	Toplam	Hayır	Evet	Toplam	Hayır	Evet	Toplam
Hayır	0	2	2	0	5	5	0	2	2	0	2	2
%	0,00	100,00	100,00	0,00	100,00	100,00	0,00	100,00	100,00	0,00	100,00	100,00
Evet	162	115	277	112	209	321	162	115	277	174	111	285§
%	58,48	41,52	100,00	34,89	65,11	100,00	58,48	51,42	100,00	61,05	38,95	100,00
Toplam	162	117	279	112	214	326	162	117	279	174	113	287
%	58,06	41,94	100,00	34,36	65,64	100,00	58,06	41,94	100,00	60,63	39,37	100,00

Ankara'nın ilçeleri hakkında bilgi sahibi olduklarını düşünenlere, Ankara'nın ilçelerinde olan doğal, tarihi, kültürel değerler hakkında sorular sorulduğunda, yanıtlanma oranları çok düşük kalmıştır. Örneğin, Nallıhan ilçesinde Tabduk Emre Türbesi olduğunu katılımcıların % 60'ı bilmediğini belirtmiştir.

4 ODAK GRUP TOPLANTISI

Ankara'nın turizm alanında strateji belirleyen ve uygulayıcı kurumlarından temsilcilerin katıldığı 20 Nisan 2017 tarihinde yapılan odak grup toplantısında sorun tespiti ve çözümüne yönelik bir metot izlenmiştir. Üniversitelerin turizm ve işletme fakülteleri, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve İl Müdürlüğü, Ankara Büyükşehir Belediyesi ve Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumunun (TKDK) yanısıra Anadolu Turizm İşletmecileri Derneği (ATİD) ve Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) temsilcileri de çalışmaya katılmıştır.

Yukarıda belirtilen kurumlar kırsal turizm alanında; dağ yürüyüşü rotaları belirlenmesi ve geziler düzenlenmesi, göl, gölet ve barajlarda olta balıkçılığı aktiviteleri yapılması, kırsalda yer alan tarihi ve kültürel değerlerin yenileme ve çevre düzenleme çalışmalarının yapılması gibi çalışmalar yürütmektedir. Özellikle Ankara'nın kuzey ilçelerindeki doğal güzelliklerin paintball ve dağ yürüyüşü gibi aktiviteler ile birleştirilerek hareketlilik sağlanması hedeflenmiştir. Hemen hemen tüm kurumlar bilgilendirme ve tanıtım çalışmaları yürütmektedir. TKDK IPARD kapsamında rekreasyon alanlarının arttırılması, yeme-içme ve konaklama tesislerinin arttırılması konusunda hibe desteği sağlamaktadır. Üniversiteler ise akademik araştırma ve çalışmaların yanı sıra kırsala özgü yemeklerin dönemsel olarak tanıtıldığı uygulama lokantası ile kırsal öğelerin turizme kazandırılması için çalışmaktadır.

Kırsal turizm çalışmalarında katılımcı kurumların en çok karşılaştığı engellerin içinde imar kanunu kısıtlamaları, yapı ruhsatı ile ilgili sıkıntılar, turizm işletme belgesi alınmasında yaşanan zorluklar bulunmaktadır. Buna ek olarak yerel yönetim ve belediyelerin kırsal turizme ilgi duymaması ve ilgi eksikliği olduğu belirtilmiştir. Ayrıca kırsala turizm faaliyetleri için giden kişilerin ihtiyacını karşılayabilecek yeme-içme tesisi sayısının azlığı diğer bir sorun olarak karşımıza çıkmıştır. Yine katılımcıların gözlemleri neticesinde kırsalda yaşayan halkın mangal yakan, doğaya zarar veren bir tüketici kitlesinden çok doğaya ve çevreye dost bir turist tipi beklentisinde olduğu iletilmiştir. TKDK tarafından yürütülen IPARD programının Avrupa Komisyonu denetimi altında olması sebebiyle mevzuatsal sorunların çözümünde fazlaca bürokrasi ve zaman kaybı oluştuğu gözlemlenmiştir.

Kurumlarca yapılması planlanan büyük ölçekli proje fikirleri arasında dağ yürüyüşü rotaları, termal turizmin ve sağlık turizminin geliştirilmesi, İpekyolu, Frig Yolu, Zafer (Kurtuluş Savaşı Cepheleri) Yolu, Kızılcahamam-Çamlıdere Jeopark Projesi başı çeken fikirler olmuştur. Bunun yanı sıra turizm faaliyetlerine katılacak kişilerin macera parkları, bungalov ve taş evlerde konaklama, tarımsal faaliyetlere katılmak gibi konularda hevesli oldukları ve çiftlik turizmi, eko-turizm, tarım-turizmi gibi faaliyetlerin ilgi çekici olacağı tespit edilmiştir.

Ankara'da kırsal turizm faaliyetlerinin arttırılması amacıyla yapılacak tanıtım çalışmalarıyla ilgili önerilerin tartışıldığı odak grup toplantısında dergi, gazete gibi mecralarda yapılacak tanıtım ve reklamların yanı sıra; tanıtımın yerel yönetimler ve yerelde bulunan işletmeler tarafından üstlenilmesi önerilen çözümlerden biri olmuştur. Bununla beraber Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın diğer illerin tanıtımında izlediği strateji ve yöntemlerin Ankara kırsalı için de uygulanması önerilmiştir. Diğer bir öneri ise tanıtım faaliyetlerinin okullarda yürütülmesi, ailelerde turizm aktivitelerinde karar sahibi kişi olan çocukların kırsalda yapabilecekleri faaliyetler, gezebilecekleri rotalar ve görebilecekleri tarihi kültürel değerler hakkında bilgilendirilmesi yoluyla, hane halkının tamamında kırsal turizme ilgi uyandırılabileceği konusunda fikir birliğine ulaşılmıştır. Yoğun tanıtım kampanyasının yanı sıra tur güzergâhlarına Ankara'nın potansiyeli olana köy ve ilçelerinin eklenmesinin de tanıtım faaliyetlerine katkıda bulunacağı iletilmiştir.

Toplantının kırsal bölgelerde ziyaretçi sayısını arttırmak için; yine çocuklar üzerinden hareketle tarla ve bahçelerde meyve toplama faaliyetleri, mısır ya da ayçiçek tarlalarında ışıkla yol bulma oyunu, orman ve göletlerde yine orman, göl ve hayvan temalarının işlendiği masal ve hikâye okuma etkinlikleri düzenlenmesi, macera parkı, zipline ve benzeri aktivitelerin coğrafi olarak uygun ilçelerde yaygınlaştırılması, hasat şenlikleri, kamping ve olta balıkçılığı gibi faaliyetlerin düzenlenmesi yapılan öneriler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu etkinlikler karmaşık yapıların kurulmasını gerektirmeyen, ilçe belediyeleri hatta köylülerin bireysel çabaları ile kolayca organize edebilecek çalışmalardır ve finansman desteğine (macera parkı, zipline ve benzeri aktiviteler hariç) ihtiyaç duymamaktadır. Kırsalda yapılacak aktivitelerin her demografik kitleye hitap etmesi gerekmektedir. Alış-verişten ziyade tecrübe kazanmak, ziyaretçilerin bizzat kendi uygulayacağı ve doğayla iç içe olma amacı taşıması özellikle dikkat edilmesi gereken noktalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca ilçelere ve köylere toplu taşıma ve ulaşımın kolaylaştırılması diğer bir öncelik olarak önem taşımaktadır. Eko çiftlikler ve at çiftliklerinin sayısının arttırılması, çeşitli vergi indirimleri ile desteklenmesi ve bu faaliyetlerin halkın her kesimi tarafından erişilebilir fiyatlar ile sunulması gerekliliği bulunmaktadır. Yöresel ürünlerin şehir merkezinde AVM'lerde satışının kısıtlanması ve şehir merkezinde yaşayan halkta hafta sonları köy pazarlarına gitme alışkanlığının gelişmesi için çalışmalar yürütülmesi önerilmiştir.

Son olarak entegre turizm koridorları ile ilgili önerilerin görüşüldüğü toplantıda başta Frig Vadisi ve İpek Yolu olmak üzere Kurtuluş Savaşı teması taşıyan Haymana-Polatlı Zafer Yolunun ön plana çıkarılması önerilmiştir. Ayrıca Kızılcahamam-Çubuk arasındaki dağ yürüyüşü rotalarının en kısa sürede tamamlanması ve tanıtımına ağırlık verilmesi ayrıca Beypazarı'ndan başlayıp Bolu'ya kadar uzanan Eğri

Ova rotasının aktif hale getirilmesi için çalışmalar yapılması öngörülmüştür. Bu rotalarda yeme-içme tesissilerinin arttırılması, kamp alanlarının düzenlenmesi ile güvenli ve cazip turizm noktaları oluşacağı belirtilmiştir.

İki haftada bir en az bir kere AVM`ye gitme sıklığına etki eden faktörlere bakıldığında, doğum yeri ve cinsiyetin pozitif bir etkiye sahip olduğu görülürken çocuk sayısı negatif bir etkiye sahiptir. Doğum yeri kent olanlar doğum yeri kırsal yerleşim yeri olanlara göre diğer şartlar sabit kalmak kaydıyla % 8 oranında daha fazla AVM`ye gitme eğilimindedirler.

Benzer şekilde erkeklerin kadınlara nazaran diğer şartlar sabit kalmak kaydıyla % 12`ye kadar daha fazla AVM`ye gitme eğilimi gösterdikleri görülmüştür. Çocuk sayısının az olması veya hiç olmaması AVM`ye gitme sıklığına negatif bir etkiye sahip olup, çocuk sayısı az olanlar veya hiç olmayanlar çocuk sayısı birden fazla olanlara göre diğer şartlar sabit kalmak şartıyla % 7`ye kadar daha az AVM`leri ziyaret etmektedirler.

5 SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünya Bankası verilerine göre, Dünya uluslararası turizm geliri 1995 yılında 486,753 milyar Dolar iken, bu oran % 195 artış göstererek 2015 yılında 1.437 trilyon dolara yükselmiştir. Aynı yıllarda Türkiye'nin uluslararası turizm geliri ise 4.957 milyon dolardan % 614 artış göstererek 35.413 milyon dolara yükselmiştir. Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısı ise 1995 yılında 7 milyon iken, bu sayı 2015 yılında 39,4 milyona ulaşmıştır. Rakamlar açıkça Türkiye'de turizm sektörünün katma değer içerisindeki payının önemli olduğunu göstermektedir.

Bu çalışmanın amacı, Ankara kent merkezinde yaşayan nüfusun kırsal turizm hakkında algısını ölçmektir. Bu bağlamda, bir soru seti hazırlanmış olup, 777 kişi ile yüz yüze anketler gerçekleştirilmiştir. Çalışmaya esas teşkil edecek veriler eksik ve tutarsız anketler çıkarıldıktan sonra 661'e düşürülerek, yapılan analizler bu sayı üzerinden gerçekleşmiştir.

Çalışmada çıkan ilginç noktalardan birisi, Ankara kırsalını tanıdığını beyan edenlerin, Ankara kırsalında var olan tarihi ve kültürel eserlere verdikleri yanıt oranlarının % 50 ve altında olmasıdır. Ankara'nın en çok tercih edilen ilçelerin de Beypazarı ve Ayaş gelmekte iken en az tercih edilen ilçeler arasında Evren ve Bala gibi güney ilçeler gelmektedir. Bu ilçelerin ziyaret edilmeme nedeni ise başta tanıtım eksikliği olup, ardından ilçelerin merkeze olan uzaklıkları gösterilmektedir. Özellikle, Ankara'nın geri kalmış bölgeleri olan bu ilçelerde turizm ürün çeşitliliğinin yeterli düzeyde olmaması bu ilçelerin ziyaret edilmemesi için yeterli bir neden oluşturmaktadır. Tuz Gölü, Hirfanlı Baraj Gölü, Beynam Ormanları gibi doğal özelliklere sahip bu bölgelerin turizme kazandırılmaya ihtiyacı vardır. Başta Kültür ve Turizm Bakanlığı olmak üzere, ilgili kurum ve kuruluşların bu bölgelerde yapacakları fizibilite ve pilot çalışmaları sonucunda turizmin bölge ekonomisinde dikkate değer katma değer artışları yaratabileceği düşünülmektedir.

Yaş grupları ile hangi ilçelerin ziyaret edildiği arasındaki bağlantıyı kurmaya yönelik soruda, yaşı daha genç olanlar turistik açıdan bir değer kabul edilmiş olan Beypazarı ilçesini ziyaret etmeyi tercih ederken, daha ileri yaş gruplarının termal tesislerin yoğun olduğu Ayaş bölgesini tercih ettiği görülmüştür. Buradan yola çıkarak, tüketici talepleri doğrultusunda farklı yaş gruplarının farklı bölgeleri ziyaret etmesine yönelik stratejiler geliştirmeye ihtiyaç vardır.

Gelir seviyesi ile ulaşım türü ve Ankara kırsalını ziyaret etmeye yönelik soruda ise, gelir seviyesi yüksek olanlar çoğunlukla ulaşım türü olarak özel araçları ile gitmeyi tercih ederken, geliri seviyesi düştükçe toplu ulaşım araçlarını kullanma sıklığı artmaktadır. Ayrıca, gelir seviyesi yüksek kişiler hafta sonu vb. tatillerde Ankara ilçelerini tercih etme bakımından gelir seviyesi düşük ziyaretçilere göre daha az ziyaret gerçekleştirmektedirler. Kırsala yapılacak gezileri teşvik edecek unsurların başında ise kırsalda daha uygun

maliyetli faaliyetler ve ürün seçenekleri gelmektedir. Bu yüzden, kırsal alanları daha az ziyaret eden üst gelir grubuna hitap edecek aktivitelerin kırsal alanlarda yaygınlaştırılması önem arz etmektedir.

Ziyaretçilerin günübirlik veya konaklamalı gezilerinde rehber tercih etmelerine etkilerinin incelendiği ekonometrik modelde, rehber tercih etme kararlarına etki eden faktörler arasında, öğrenim durumu pozitif bir etkiye sahipken, cinsiyet ve kırsal yerleşim yerleri ile bağlantılı olmaları negatif bir etkiye sahip bulunmuştur. En az üniversite düzeyinde öğrenim görmüş kişiler, diğer koşullar sabit kalmak şartıyla üniversite öğrenimi görmeyenlere nazaran % 9`a kadar daha fazla rehber tercihinde bulunmaktadırlar. Erkekler kadınlara nazaran % 6`ya kadar daha az rehber tercihinde bulunurlarken, kırsal yerleşim yerlerinden birisiyle bağı bulunanlar bulunmayanlara nazaran % 8`e kadar daha az rehber tercihinde bulunmaktadırlar.

Ankara kırsalını iki haftada en az bir kere ziyaret edenlerin kararlarına etki eden bağımsız değişkenlerin incelendiği modelde, rehber tercihinde bulunanlar ve mevcut kırsal yerleşimler ile bir bağı bulunanlar pozitif bir etkiye sahip olup, doğum yeri ile negatif bir etkiye sahiptirler. Ekonomik kavramlarla açıklanacak olursa, rehber tercihinde bulunanlar diğer şartlar sabit kalmak şartıyla, % 6 oranında daha fazla Ankara kırsalını ziyaret etmektedirler. Benzer şekilde, mevcut kır bağlantısı olanlar diğer şartlar sabit kalmak şartıyla % 21 oranına kadar daha fazla kırsalı tercih etmektedirler. Burada kırsalı ziyaret edenlerin temel özelliklerini incelemek gerekmektedir. Doğum yeri kent merkezi olanlar olmayanlara göre % 4`e kadar daha az Ankara kırsalını ziyaret etmektedirler.

İki haftada bir en az bir kere AVM`ye gitme sıklığına etki eden faktörlere bakıldığında, doğum yeri ve cinsiyetin pozitif bir etkiye sahip olduğu görülürken çocuk sayısı negatif bir etkiye sahiptir. Doğum yeri kent olanlar doğum yeri kırsal yerleşim yeri olanlara göre diğer şartlar sabit kalmak kaydıyla % 8 oranında daha fazla AVM`ye gitme eğilimindedirler. Benzer şekilde, erkek katılımcılar kadınlara nazaran diğer şartlar sabit kalmak kaydıyla % 12`ye kadar daha fazla AVM`ye gitme eğilimi göstermektedirler. Çocuk sayısının az olması veya hiç olmaması AVM`ye gitme sıklığına negatif bir etkiye sahip olup, çocuk sayısı az olanlar veya hiç olmayanlar çocuk sayısı birden fazla olanlara göre diğer şartlar sabit kalmak şartıyla % 7`ye kadar daha az AVM`leri ziyaret etmektedirler. Diğer bir ifade ile çocuk sahibi olan kişiler AVM'leri tercih ederken, çocuksuz aileler AVM'lere gitmeyi daha az tercih ettiklerini belirtmiştir.

Anket çalışması sonucunda, kentlinin Ankara kırsalı hakkında farkındalık düzeyinin düşük olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bölge için kurum ve kuruluşların, farkındalığı artırmaya yönelik eşgüdümlü olarak yürütecekleri ortak çalışmalara ihtiyaç bulunmaktadır Turizm konusunda,

ilçelerde var olan kültürel varlıkların ve değerlerin tanıtımını yapabilecek beşeri sermayenin oluşturulmasına yönelik başta üniversiteler olmak üzere, turizm ile ilgili kurum ve kuruluşların yoğun çalışmalarına ihtiyaç vardır. Merkez kuruluşlarla yapılan odak grup toplantısı sonucunda ise, kırsal turizm çalışmalarında katılımcı kurumların en çok karşılaştığı engellerin içinde imar kanunu kısıtlamaları, yapı ruhsatı ile ilgili sıkıntılar, turizm işletme belgesi alınmasında yaşanan zorluklar bulunmaktadır. Buna ek olarak yerel yönetim ve belediyelerin kırsal turizme ilgi duymaması ve ilgi eksikliği bulunduğu belirtilmiştir.

Ankara'da kırsal turizm faaliyetlerinin arttırılması amacıyla yapılacak tanıtım çalışmalarıyla ilgili önerilerin tartışıldığı odak grup toplantısında dergi, gazete gibi mecralarda yapılacak tanıtım ve reklamların yanı sıra; tanıtımın yerel yönetimler ve yerelde bulunan işletmeler tarafından üstlenilmesi önerilen çözümlerden biri olmuştur. Bununla beraber Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın diğer illerin tanıtımında izlediği strateji ve yöntemlerin Ankara kırsalı içinde uygulanması önerilmiştir. Diğer bir öneri ise tanıtım faaliyetlerinin okullarda yürütülmesi, ailelerde turizm aktivitelerine karar çocukların kırsalda yapabilecekleri faaliyetler, gezebilecekleri rotalar ve görebilecekleri tarihi kültürel değerler hakkında bilgilendirilmesi yoluyla, hane halkının tamamında kırsal turizme ilgi uyandırılabileceği konusunda fikir birliğine ulaşılmıştır. Yoğun tanıtım kampanyasının yanı sıra tur güzergâhlarına Ankara'nın potansiyeli olan köy ve ilçelerinin eklenmesinin de tanıtım faaliyetlerine katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

1. Ankara Kırsalı İnovasyon Yol Haritası 2017-2023 (2017). Ankara Kalkınma Ajansı, Ankara
2. Dünya Bankası (2016). Dünya Bankası İstatistikleri http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD
3. Soykan, F. (2001). "Ege Bölgesinden Kırsal Turizme Özgün Bir Örnek: Şirince Köyü (Selçuk/İzmir). Maltepe Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Dergisi (2001/1)
4. Soykan , F. (2003). Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi, Ege Coğrafya Dergisi Aegean Geographical Journal, Vol. 12, 1-11

artıbmedya.com