



Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/
Journal of Travel and Hospitality Business
Cilt/Vol:21(3),Yıl/ Year: 2024 ss/pp,535-556
Gönderim Tarihi/ Received: 09.05.2024
Kabul Tarihi /Accepted: 25.09.2024
DOI: 10.24010/soid.1481287

Ankara'da Kültür Turu Programlarına Katılan Yerli Turistlerin Memnuniyet Düzeylerinin İncelenmesi

An Investigation on the Satisfaction Levels of Local Tourists Participating in Cultural Tour Programs in Ankara

Dr. Öğr. Üyesi Zehra BULUT 
Artvin Çoruh Üniversitesi
Turizm Fakültesi
E-posta: zhrblt@gmail.com

Doç. Dr.Yener OĞAN 
Artvin Çoruh Üniversitesi
Turizm Fakültesi
E-posta: oganyener@gmail.com

Prof. Dr.İrfan YAZICIOĞLU 
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi
E-posta: irfan.yazicioglu@hbv.edu.tr

Öz

Bu çalışmanın temel amacı; Ankara'yı kültürel tur programları ile ziyaret eden yerli turistlerin memnuniyet düzeylerini ortaya koymaktır. Araştırmanın evrenini, Ankara'yı 2023 yılında kültürel tur programları ile ziyaret eden 18 yaş üzeri yerli turistler oluşturmaktadır. Araştırmada 397 katılımcıya yüz yüze anket tekniği uygulanmıştır. Verilerin analizinde bilgisayar destekli istatistik programı kullanılmıştır. Çalışmada katılımcıların kişisel bilgilerine ilişkin yüzde ve frekans, memnuniyet düzeylerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler ile kültürel tur programlarına ilişkin memnuniyet düzeylerinin kişisel bilgilere göre farklılaşp farklılaşmadığının tespit edilebilmesi için Anova ve t testi uygulanmıştır. Sonuç olarak, Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültür tur programlarına dair memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kültür Turizmi, Memnuniyet Düzeyi, Ankara.

Abstract

The main purpose of this study is to reveal the satisfaction levels of domestic tourists visiting Ankara with cultural tour programs. The universe of the study consists of domestic tourists over the age of 18 who visited Ankara with cultural tour programs in 2023. A face-to-face survey technique was applied to 397 participants in the study. Computer-aided statistics program was used in the analysis of the data. In the study, Anova and t-test were applied to determine the percentage and frequency of the participants' personal information, descriptive statistics regarding their satisfaction levels, and whether the satisfaction levels regarding cultural tour programs differ according to personal information. As a result, it was determined that the satisfaction levels of domestic tourists visiting Ankara regarding cultural tour programs were high.

Key Words: Cultural Tourism, Satisfaction Level, Ankara.

Extended Summary

Purpose

No studies are conducted on the satisfaction level within the scope of cultural tour programs, specifically for Ankara province. Therefore, it is anticipated that the study will contribute to the relevant literature to determine the satisfaction levels of domestic tourists visiting Ankara in the context of cultural tour programs. The research focuses on Ankara province, which has the title of capital and is an important destination in terms of cultural heritage potential and aims to determine the satisfaction levels of domestic tourists visiting Ankara from cultural tour programs.

Background

Culture, which constitutes the alternative dimension of tourism, is accepted as the primary source of attraction, and in this respect, it plays a key role in the development of tourism as a combination of both tangible (archaeological, artistic, architectural structures) and intangible (beliefs, customs, traditions-customs, local atmosphere, etc.) assets (Mousavi et al., 2016). According to the World Tourism Organization (UNWTO, 2019), cultural tourism is defined as a form of tourism activity in which the visitor's primary motivation is to learn, discover, experience, and assimilate tangible and intangible cultural attractions/products in a tourism destination and ranks first among alternative tourism types. Satisfaction is a concept valid for all tangible and intangible products (Caruana et al., 2000) and is the reaction of the consumer after the completion of the product or service they feel is missing (Rust and Oliver, 1993). In this context, it is important to reveal the relationship between consumer and satisfaction when considered from the perspective of tourists who participate in cultural tourism and gain different experiences as a result. Determining the satisfaction levels of tourists from the culturally oriented travels they participate in is of great importance for destination decision makers, planners and practitioners. This importance stems from the fact that the development and design of tourist products in the destination are closely related to the satisfaction levels of tourists.

Method

The study aims to determine the satisfaction levels of domestic tourists visiting Ankara with cultural tour programs. In this context, the descriptive scanning model used in determining the current situation was adopted and the study was designed as an exploratory research type. The universe of the study was determined as domestic tourists over the age of 18 who visited Ankara in 2023 and who participated in cultural tour programs. 420,753 domestic tourists visited Ankara in 2023 (Ministry of Culture and Tourism, 2023). However, it could not be determined how many of these visitors were over the age of 18 and who participated in cultural tour programs. For this reason, the size of the universe was accepted as uncertain. In cases where the size of the universe could not be clearly determined, the formula specified by Yazıcıoğlu and Erdoğan (2004) was used to calculate the sample group and the number of participants was 385 with a confidence interval of 0.05 and a sampling error of 0.05. For the sample group to represent the universe in the study, a convenience sampling technique was used to determine the research sample. In the study, a survey was conducted on local tourists over the age of 18 who visited Ankara with cultural tour programs. In this context, a survey was conducted on 397 people determined by the easy sample selection method.

In the analysis of the research data, the data was analyzed in three stages using a package analysis program frequently preferred for social sciences. In the first stage, frequency, percentage, standard deviation and mean values regarding the personal

information of the participants were included. In the second stage, the participation levels of local tourists visiting Ankara regarding their satisfaction levels with cultural tour programs were interpreted in line with the mean values. In the third and final stage, the answers given by local tourists to the main tourist destinations in Ankara to determine the places they visited and wanted to visit during their cultural tours were included and interpreted with the percentage and frequency values.

Findings and Results

According to the findings regarding the personal information of the participants in the study, it was observed that the majority of the participants had previously visited Ankara. Accordingly, it can be concluded that the fact that tourists who had previously visited Ankara visited Ankara again did not affect their participation in cultural tour programs. Therefore, the fact that the participants visited Ankara again may indicate the existence of a satisfaction with the destination. The results of the study will also play a helpful role in better analyzing the factors contributing to the satisfaction levels of tourists in cultural tour programs to be organized in Ankara.

The satisfaction levels of the participants in the study showed significant differences according to their marital status and previous visits to Ankara. It was determined that the domestic tourists who visited Ankara within the scope of the cultural tour program and had high satisfaction levels were single and had visited Ankara before. The fact that the age levels of the tourists participating in the study were between the ages of 18-25 and that the destination had a sufficient level of touristic attraction potential can be seen as the explanatory reason for this situation. At the same time, it was determined that the satisfaction level differed according to the income status of 0-20,000 TL and over 40,000 TL, and the status of learning about the tour program differed between school and travel agency, social media, friends, and printed publications. The reason for this difference is that the participants who learned about the tour program through school and visited Ankara mostly consisted of student groups, the income levels of these participants were low in this direction, and it can be interpreted that they were not satisfied with the cultural tours carried out due to this situation.

As a result of the research, it was seen that the participants in Ankara cultural tour programs visited Anıtkabir, Anatolian Civilizations Museum, War of Independence Museum, Republic Museum, Ethnography Museum, Ankara Castle and Hamamönü destinations the most. It can be said that the main reason for this situation is that the programs of travel agencies organizing cultural tours to Ankara are generally organized as one-day trips and programs are prepared mostly for school groups. When evaluated in this context, the least visited places within the scope of the cultural tour program in Ankara are the Golden Pavilion Museum, the Gökyay Foundation Chess Museum, the Altınköy Open Air Museum, the Ankara University Toy Museum and the Erimtan Archaeology and Art Museum. The results of the study to determine the satisfaction levels of domestic tourists visiting Ankara with the cultural tour program are important in providing perspective to both decision makers and implementers.

1. Giriş

İnsanlar ilk çağlardan beri eğlence, eğitim, inanç, sağlık vb. nedenlerle seyahat etmektedirler. Seyahat olgusu, on sekizinci yüzyıla gelindiğinde Avrupa'da bilinen ilk kitlesel tur faaliyetleri ile gelişerek modernleşme sürecine girmiş (Fletcher vd., 2018) ve zamanla turizm faaliyetlerinin en temel unsurlarından birisi haline gelmiştir. Turizmle ilgili tanımlamalar incelendiğinde, boş zaman değerlendirme iş, eğitim, sağlık gibi çeşitli

amaçlarla, sürekli yaşanan yer dışında farklı yerlere 24 saatten az olmamak ve bir yılı aşmamak şartıyla yapılan ve seyahatlerin asıl amacı olarak ziyaret edilen yerdeki bir aktivitenin icrasını içeren faaliyetler olarak ifade edilebilmektedir (Morrison ve Mill, 1998; Chadwick, 1994; Fletcher vd., 2018). Genel olarak turizm, insanların yaşadıkları ülkenin sınırları içerisindeki farklı yerlere veya farklı ülkelere gerçekleştirdikleri seyahatleri kapsayan faaliyetler olup daha çok ulusal düzeyde gerçekleştirilmektedir (Fletcher vd., 2018).

Turizm temelde seyahat etme faaliyetini kapsamaktadır. Seyahat etme davranışı ise insanların ihtiyaçlarından ortaya çıkan içsel bir dürtü yani motivasyon olarak ifade edilmektedir (Bulut ve Yaylı, 2021). Bu içsel motivasyonların ortaya çıkmasıyla birlikte insanlar farklı kültürleri, bölgeleri veya ülkeleri keşfetmek amacıyla seyahat faaliyetlerine katılmaya başlamışlardır. Bu bakımdan insanların seyahat etmelerinde önemli bir çekicilik unsuru oluşturan kültür kavramı ön plana çıkmaktadır. İnsanları seyahate motive eden ve turizmin temel bileşenlerinden olan kültür kavramı (Boniface, 2013; Krognann vd., 2021), insanların yaşam tarzlarının bir parçası olarak ifade edilmektedir. Sözlü ve yazılı dil, davranış, yaşam tarzı, gelenek- görenekler, geçmişten gelen miras, ideoloji ve hatta teknolojiye birtakım benzerlikler, bireylerin belirli bir kültürdeki insan grupları ile bağ kurmasını sağlamaktadır (Csapo, 2012). Diğer bir ifadeyle kültür; belirli bir toplumun üyeleri tarafından paylaşılan ve birbirine aktarılan bilgi, tavır ve davranış kalıplarının tümünün toplamı olarak tanımlanmaktadır (Tümertekin ve Özgüç, 2006). Bu bağlamda turizm ve kültür kavramları birbirlerini tamamlayıcı özelliğe sahip olup, aralarındaki bu yakın ilişki kültür turizminin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.

Turizmin alternatif boyutunu oluşturan kültür, birincil çekicilik kaynağı olarak kabul edilmekte olup bu yönüyle hem somut (arkeolojik, sanatsal, mimari yapılar) hem de soyut (inanışlar, adetler, gelenek- görenekler, yerel atmosfer vb.) varlıkların bileşimi olarak turizmin gelişiminde kilit rol üstlenmektedir (Mousavi vd., 2016). Sağlık, macera, eğlenme- dinlenme, spor vb. alternatif turizm türlerinde olduğu gibi kültür turizmi kişisel boyutta ekonomik büyüme, yatırım ve istihdam sağlayan önemli bir ticari faaliyettir (Gratton ve Richards, 2005). Kültür turizmi, ekonomik fayda sağlamakla kalmayıp aynı zamanda, ortak bir kimlik oluşturma için ön koşullarından biri olan, farklı bölge ve/ veya ülkelerdeki insanları, gelenek ve görenekleri öğrenmede önemli bir rol oynamaktadır (Št'astná vd., 2020). Kültür turizmi, çeşitli aktörler tarafından aracılık edilen, insanlar arasındaki sosyo- kültürel bir ilişki olarak görülebilir (Mousavi vd., 2016). Kültürel destinasyonlar, cazibe merkezleri ve turizm etkinlikleri, seyahat için önemli bir motivasyon sağlarken aynı zamanda seyahat kültürünü ortaya çıkarmaktadır (Richards, 2018). Kültür turizmi, turistik potansiyele sahip destinasyonların başta ekonomik olmak üzere çevresel ve sosyal bakımdan kalkınmalarında temel unsurdur. Bu doğrultuda gerçekleştirilecek kültür turizminin sürekliliğini ve başarısını etkileyebilecek önemli bir unsur turist memnuniyetini sağlamaktır. Bu kapsamda araştırma başkent ünvanına sahip ve kültürel miras potansiyeli açısından önemli bir destinasyon olan Ankara iline odaklanmakta ve mevcut turizm potansiyelinin turistler tarafından memnuniyet düzeylerini konu edinmektedir. Araştırmanın amacını Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin katıldıkları kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeylerinin tespit edilmesi oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda kavramsal çerçeve oluşturularak ilgili literatür incelenmiş, konu ile ilgili çalışmalar ortaya konulmuş ve araştırmanın hipotezlerinin desteklenip desteklenmediği belirlenerek tartışma zemini oluşturulmuştur.

2. Kavramsal Çerçeve

Bu çalışmanın kavramsal çerçevesi altında ilk olarak kültür turizmi ve memnuniyet kavramları üzerinde durulmuştur. Daha sonra Ankara ilinin sahip olduğu kültür turizmi

potansiyeline değinilmiştir. Son olarak konuyla ilgili literatürde yer alan benzer çalışmalara yer verilmiştir.

2.1. Kültür Turizmi ve Memnuniyet Kavramları

Kültür turizmi bir yörenin sanatını, kültürel mirasını ve özgün kimliğini deneyimlemeye yönelik seyahatleri kapsamaktadır ve bu bağlamda bir bütün olarak turizm endüstrisinin dinamik, kapsamlı ve büyüyen bir alt kümesini oluşturmaktadır. Kültür turizminin temelinde, ziyaret edilen destinasyonun imajına ve ona hayat ve karakter vererek diğerlerinden farklı kılan toplumların ve onlara ait kültürün özgünlüğüne ve benzersizliğine duyulan derin bir deneyimleme arzusu bulunmaktadır. Kültür turizmi teriminin temel kullanımı, miras, sanat, folklor vb. çeşitli kültürel varlıkların turistler tarafından deneyimlenmesini içermektedir (Mousavi vd., 2016).

İnsanlar diğer kültürlerle tanışmak amacıyla uzun bir süre seyahat etmişler ancak kültür turizmi 20. yüzyılın sonlarında, uzun bir gecikmenin ardından turizm ürünü olarak kabul edilmiş ve özel ilgi turizmin en popüler şekli haline gelmiştir (Petroman vd., 2013). Özgüç (1998)'e göre kültür turizmi, "yeni kültürleri tanıma ve geçmişteki kültürleri merak etme temeline dayanan, insanların kendi kültürlerinin eğlenceli yanlarıyla birlikte diğer grupların kültürlerine de açık olmaları ile ilgili turizm faaliyetlerinin tümüdür" şeklinde ifade edilmiştir. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 2019)'ne göre kültür turizmi, bir turizm destinasyonundaki somut ve somut olmayan kültürel çekicilikleri/ ürünleri öğrenmek, keşfetmek, deneyimlemek ve özümsemek için ziyaretçinin temel motivasyonunun olduğu bir turizm faaliyeti şekli olarak tanımlanmaktadır ve alternatif turizm türleri arasında ilk sırada yer almaktadır. Ectarc (1989) tarafından, kültür turizminin genel olarak alan ve anıt yaklaşımına göre, cazibe merkezlerini ve sit alanlarını, kültür turistleri için çekim unsuru haline getiren, kültürün somut olmayan ve somut olarak kabul edilen varlıklar olarak aşağıdaki şekilde sınıflandırılmıştır (Mousavi vd., 2016);

- Arkeolojik sit alanları ve müzeler,
- Mimari (kalıntılar, ünlü yapılar, bir bütün olarak şehir)
- Sanat, heykel, el sanatları, galeriler, festivaller, etkinlikler
- Müzik ve dans (klasik, halk, çağdaş)
- Drama (tiyatro, filmler, yazarlar)
- Dil ve edebiyat öğrenimi, turlar, etkinlikler
- Dini bayramlar, inanç
- Tüm kültürler (yerel veya ilkel) ve alt kültürler.

Kültür turizmi, yapılan tanımlamalar ışığında en genel anlamı ile ziyaret edilen destinasyondaki kültürel mirasın sunduğu özgün atmosferin deneyimlenmesi ve özümsemesidir. Kültür turizmine katılan ve sonuçta farklı deneyimler elde eden turistler açısından ele alındığında tüketici ve memnuniyet ilişkisinin ortaya konulması önem arz etmektedir. Turistlerin katıldıkları kültür odaklı seyahatten memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi destinasyon karar alıcıları, planlamacıları ve uygulamacıları açısından büyük önem taşımaktadır. Bu önem destinasyondaki turistik ürünlerin geliştirilmesi ve tasarlanması ile turistlerin memnuniyet düzeylerinin yakından ilişkili olmasından kaynaklanmaktadır.

Tüketici araştırmaları içerisinde yer alan memnuniyet yaklaşımı 1960'lı yıllardan bu yana boş zaman araştırmaları için önemli bir alan olmuştur (Tonge vd., 2011). Dünyadaki diğer sektörlerle kıyasla, hızla büyüyen ve önemli düzeyde ekonomik etki gösteren turizm sektörünün gelişimi bakımından turistik faaliyetlere katılan bireylerin

memnuniyet düzeylerinin belirlenmesine yönelik çalışmalar oldukça önemlidir (Türktarhan ve Kozak, 2022). Memnuniyet, somut ve soyut ürünlerin tümü için geçerli bir kavram olup (Caruana vd., 2000), tüketicinin eksikliğini hissettiği mal veya hizmetin tamamlanması sonrasında verdiği tepkidir (Rust ve Oliver, 1993). Turistlerin memnuniyetleri ile destinasyonu tekrar ziyaret etme ve diğer insanlara tavsiye etme niyetleri arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır (Chi ve Qu, 2008). Turizm boyutunda değerlendirildiğinde genel olarak memnuniyet kavramı, seyahat deneyiminin, ziyaretçilerin istek, beklenti ve ihtiyaçlarını karşılama kapasitesinin bir sonucu olarak ortaya çıkan zevk veya haz şeklinde ifade edilmektedir (Chen ve Tsai, 2007). Destinasyonlarda kültür turizmi kapsamında sunulan turistik değerlerin turistlerin memnuniyetlerinin artırılmasında önemli rol oynayabileceği düşünüldüğünden, turizm destinasyonlarında mevcut bulunan tarihi, kültürel ve doğal çekicilik değerlerine sahip turistik potansiyelin ortaya çıkartılmasına duyulan ihtiyaç giderek artmaktadır. Memnuniyet birçok değişkenden etkilenmekte ve birçok değişkeni de etkilemektedir. Özellikle turistik özelliğe sahip destinasyonların özgün değerleri memnuniyet üzerinde etkili rol oynamaktadır (Türktarhan ve Kozak, 2022). Memnuniyet algısı sunulan ürünün kalitesi, beklenti ve performans doğrultusunda şekillenmektedir. Turistler bir destinasyonu ziyaret etmeden önce o yer ile ilgili birtakım beklentilere sahip olmaktadır. Destinasyona ziyaretleri gerçekleştikten sonra önceki beklentileri ile mevcut ziyaret deneyimleri örtüştüğünde memnuniyet meydana gelmektedir (Çakır, 2009). Turist memnuniyeti analizi, özellikle gelişmiş olan ve bu nedenle rekabet için turist kaybetmemesi gereken turizm destinasyonları için oldukça önemlidir (Campo-Martínez ve Garau-Vadell, 2010). Turistik bir destinasyona kültürel deneyim amacıyla gelen turistlerin ziyaretçilerin katıldıkları kültür turlarından memnuniyetleri, destinasyonun imajı bakımından önem arz etmektedir. Bu nedenle, düzenlen kültür turu programlarına katılan turistlerin bu programlardan memnuniyetleri, Ankara'nın destinasyon imajı ve kültür turu programlarının sürdürülebilirliği bakımından önemli görülmektedir.

2.3. Ankara İlinin Kültür Turizmi Potansiyeli

Ülkeler temel olarak sahip olunan kültürel miras çerçevesinde şekillenen turizm faaliyetleri doğrultusunda önemli düzeyde gelir elde etmektedirler. Nitelik ve nicelik bakımından önem teşkil eden kültürel mirasa sahip olunması sonucunda çeşitli yatırımlar ortaya çıkmakta ve istihdam üzerinde olumlu etkiye yol açmaktadır. Bu durum, yerel ölçekte gelirlerin artmasına, yerel halkın yaşam standartlarının yükselmesine ve ekonomik kalkınmanın sağlanmasına yol açmaktadır (Stratan vd., 2015). Ayrıca önemli düzeyde kültürel potansiyele sahip bölgeler turistler açısından çekicilik unsuru teşkil ettiğinden aynı zamanda yerli ve yabancı turistlerin ziyaret sayılarını etkilemektedirler. Bu doğrultuda Ankara ili doğal ve tarihi kaynaklarının yanı sıra Türkiye'nin başkenti olması nedeniyle birçok turistik çekiciliğe sahiptir.

Doğusunda Kızılırmak ve batısında Sakarya nehirleri bulunan Ankara, Türkiye'nin diğer illeriyle kıyaslandığında, 26.897 km² yüzölçümüyle en büyük üçüncü (Ankara Valiliği, 2024), 5.803,482 kişilik nüfusuyla en kalabalık ikinci ildir (Tüik, 2023). Ankara'nın ilçeleri; Altındağ, Çankaya, Mamak, Keçiören, Sincan, Yenimahalle, Akyurt, Beypazarı, Çamlıdere, Çubuk, Elmadağ, Etimesgut, Evren, Kazan, Gölbaşı, Bala, Ayaş, Güdül, Haymana, Kalecik, Kızılcahamam, Nallıhan, Polatlı, Pursaklar ve Şereflikoçhisar'dır. Ankara'daki turizm faaliyetleri genellikle yerli turistlerin bölgeyi ziyaret etmeleri ile gerçekleşmekte ve turizm olanakları büyük oranda kültür turizmine dayanmaktadır. Turizm işletme belgeli ve basit belgeli konaklama tesislerinde 2023 yılında turistlerin tesislerde geceleme istatistikleri iller bazında değerlendirildiğinde, Ankara 2023 yılında 78.320'si yabancı ve 420.753'ü yerli olmak üzere toplam 499.073 ziyaretçi ile yerli ve yabancı turistlerin en çok geceleme yaptığı 3. şehir olmuştur (Kültür

ve Turizm Bakanlığı, 2023). Dolayısıyla başkent Ankara Türkiye'nin önemli kültür turizmi çekim merkezlerinden biri olarak değerlendirilebilmektedir.

Ankara isminin nereden geldiği kesin olarak bilinmemekle birlikte, ismin kökeni hakkındaki bilgi ilk olarak antik yazar Stephanos Byzantinos tarafından verilmektedir. Buna göre şehir, Galatlar tarafından ilk olarak Grekçe "gemi çapası" anlamına gelen ANKYPA, Latince ANCYRA isminde kurulduğu söylenmektedir (Ankara İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022). Ankara Kalesi ve civarının ilk yerleşim yeri olduğu düşünüldüğünden Kale'nin önünde temsili gemi çapası sergilenmektedir. Bu isim zamanla değişerek Ankuwa, Ankerium, Ancyre, Engüriye, Engürü, Angara, Angora ve son olarak bilinen ismiyle Ankara olmuştur (Bülbül ve Küçükergin, 2017). Bilinen tarihi 10.000 yıl öncesine, Eski Taş Çağı'na kadar indirgenebilen Ankara, tarih öncesi dönemlerden birçok medeniyeti topraklarında ağılamıştır. Hitit, Frig, Lidya, Pers, Galat, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı gibi birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması bunun en önemli göstergesidir. Bu medeniyetlerden kalan çeşitli kalıntılar ve eserler şehri kültür turizmi kapsamında önemli bir noktaya taşımıştır. Şehir ilk kurulduğu yer olarak kabul edilen Kale ve civarında gelişim göstermiştir. Dolayısıyla Ulus ve civarı geleneksel mimari dokusu ile Eski Ankara, adından da anlaşılacağı üzere Cumhuriyet'in ilk yılları itibarıyla gelişim gösteren tarafı ise Yeni Ankara'dır. Bu nedenle Eski Ankara atmosferinin yaşanacağı yer Ulus ve civarıdır. Ankara'nın sahip olduğu kültürel turizm potansiyeli oluşturan değerler genel olarak müzeler, tarihi değerler ve hamamlar (Ünlüöner ve Kızanlıklı, 2017) olarak sınıflandırılarak Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Ankara'nın Kültürel Turizm Potansiyeli

Müzeler	Tarihi değerler
Anıtkabir: Atatürk ve Kurtuluş Savaşı Müzesi	Ankara Kalesi
Anadolu Medeniyetleri Müzesi	Gordion
Kurtuluş Savaşı Müzesi (I. TBMM Binası)	Roma Hamamı, Roma Tiyatrosu
Cumhuriyet Müzesi (II. TBMM Binası)	Julianus Sütunu
Ankara Resim ve Heykel Müzesi	Zağfiran (Safran) Han
Etnografya Müzesi	Sulu Han, Akköprü
Roma Hamamı Açık Hava Müzesi ve Ören Yeri	Kayabaşı Mozaik
Gökyay Vakfı Satranç Müzesi	Gavurkale, Külhöyük
Mehmet Akif Ersoy Evi Müzesi	Kalecik Kalesi
Ankara Üniversitesi Oyuncak Müzesi	Juliopolis (Kayıp Kent)
Ankara Olgunlaşma Enstitüsü 100. Yıl Müzesi	Parnasos Antik Kenti-Kilise Kalıntısı
Ankara Somut Olmayan Kültürel Miras Müzesi	Hacıtuğrul
Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Müzesi ve Kültür Evi	Sinap Formasyonu Kazıları
Ankara Üniversitesi Tarihi Müzesi	Bitik Höyüğü
Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu	Etiyokuşu
Cumhurbaşkanlığı Atatürk Müze Köşkü	Karalar Köyü
Pembe Köşk (İsmet İnönü Evi)	Karaoğlan Höyüğü
Altın Köşk Müzesi	Hanlar ve Hamamlar
Altınköy Açık Hava Müzesi	Çengelhan
Şefik Bursalı Müzesi	Kurşunlu Han
Anadolu Mimarlık ve Mobilya Kültürel Miras Müzesi	Sulu Han
Gordion Müzesi	Mahmut Paşa Bedesteni
Alagöz Karargâh Müzesi (Alagöz Köyü/Polatlı)	Tarihi Eynebey Hamamı (Eski Hamam)
Devlet Mezarlığı Müzesi (Beştepe)	Karacabey Hamamı
Haritacılık Müzesi (Dikimevi)	Şengül Hamamı
Türk Hava Kuvvetleri Müzesi (Etimesgut)	
Jandarma Müzesi (Ahlatlıbel/Çankaya)	

Tablo 1'in devamı

Müzeler	Diğer
MSB-Arşiv Müzesi (General Şefik Erensü Kışlası/Bilkent)	Arslanhane Camii Hacı Bayram Veli Camii ve Augustus Mabedi
Sakarya Şehitleri Zafer Anıtı ve Müzesi (Şehitlerkaşı Tepesi/ Polatlı)	Kocatepe Camii
Topçu ve Füze Okulu Sınıf Müzesi (Topçu ve Füze Okulu Komutanlığı/Polatlı)	Beştepe Millet Camii Hamamönü
Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi	Gençlik Parkı
Rahmi Koç Müzesi,	Altınpark
MTA Tabiat Tarihi Müzesi,	Feza Gürsey Bilim Merkezi
Ulucanlar Cezaevi Müzesi	Harikalar Diyarı
PTT Pul Müzesi	Mogan Gölü Aqua Vega Akvaryum

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 1'de görülebileceği üzere, Ankara sahip olduğu tarihi ve kültürel değerler bakımından oldukça zengin bir potansiyele sahiptir. Ankara'da 859 arkeolojik, 8 kentsel, 6 tarihi, 5 diğer olmak üzere toplam 878 sit alanı bulunmaktadır (Ankara Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023). Bu nedenle, Ankara destinasyonunun kültür turizminin gerçekleştirilmesinde oldukça önemli bir potansiyele sahip olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla mevcut potansiyelin etkin şekilde değerlendirilebilmesi ve Ankara tur programlarının çeşitlendirilebilmesi adına düzenlenecek turistik programlara alternatif rotalar eklemek önem arz etmektedir.

2.4. İlgili Araştırmalar

Campo-Martínez ve Garau-Vadell (2010) tarafından, Akdeniz'in popüler tatil yerlerinden olan Balear Adaları'nda turistlerin memnuniyetini ölçmek amacıyla gerçekleştirilen bir çalışmada, memnuniyetin fedakârlık ve algılanan kalite yoluyla nasıl oluşturulduğu incelenmiştir. Çalışma sonuçları, memnuniyeti çok boyutlu bir yapı olarak ölçerek, genel memnuniyetin oluşmasındaki temel değişkenlerin tespit edilmesinin mümkün olduğu belirlenmiştir. Aynı zamanda turistin destinasyonu tekrar ziyaret etmesi durumunda memnuniyet oluşumundaki farklılıklar da ortaya koyulmuştur.

Truong ve King (2009) tarafından, Vietnam'ın Çinli turistler tarafından aranılan çeşitli destinasyon özelliklerinin ne ölçüde karşılandığının belirlenmesi üzerine çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, turistlerin çeşitli destinasyon özelliklerine verdikleri önem, Vietnam'ın çeşitli turizm ürünlerinden duydukları memnuniyet ile karşılaştırılmaktadır. Önem ve memnuniyet arasındaki ilişkiyi Çinli turistler açısından değerlendiren çalışmada, turistlerin destinasyonda en çok memnun oldukları özellikler belirlenmiştir. En fazla memnun olunan 15 destinasyon özelliği, güzel doğal manzaraların çeşitliliğine ilişkin algı, aktivite çeşitliliği, restoranların kalitesi ve çeşitliliği, yiyecek ve içecek fiyatları, konaklama/ tatil yerinin kalite standardı, turistik yerlerde/konaklama yerlerinde/ restoranlarda güvenlik, yerel halkın samimiyeti ve misafirperverliği, alışveriş olanaklarının varlığı, gece hayatı ve eğlence olanaklarının varlığı, hediyelik eşya ve hediyelik eşyaların fiyatları, göç ve gümrükleme hizmet düzeyleri, genel emniyet ve emniyet hissi, destinasyonun siyasi istikrarı, turun sosyal ve eğitimsel değeri ve kültürel etkinlik ve festival çeşitliliği olarak belirtilmiştir.

Kozak (2003) tarafından, turizm ürünü özelliklerinin turist memnuniyeti ve davranışsal niyetleri üzerindeki etkisinin incelenmesi ve turizm pazarında değer yaratma sürecine katkıda bulunmak amacıyla bir çalışma yürütülmüştür. Çalışma, Polonya'yı ziyaret eden 463 turist ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, çeşitli tur

özelliklerinin ve deneyim özelliklerinin turist memnuniyetini ve ülkeyi başkalarına tavsiye etme isteklerini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca turistik çekicilikler, kültür ve anıtlar ile güvenlik gibi deneyim ile ilgili faktörlerin de turist memnuniyeti üzerinde olumlu etkileri bulunduğu belirlenmiştir.

Gidey ve Sharma (2017) tarafından, turistlerin destinasyondan memnuniyet düzeylerinin analiz edilmesi amacıyla Tigray turistik destinasyonunda bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışmada turistlere uygulanan anket ve destinasyon yöneticileriyle yapılan görüşmeler yoluyla 382 kullanılabilir örneklemden toplanan birincil veriler kullanılmıştır. Çalışmada sonuç olarak, Tigray turistik destinasyonunda turistlerin memnuniyet düzeyinin marjinal düzeyde düşük, yani ortalamanın altında olduğu tespit edilmiştir. Bunun nedeni, destinasyonda turistlerin beklentilerinin altında hizmet sağlanması olarak ifade edilmiştir.

İlgili araştırmalar incelendiğinde; turistlerin memnuniyet düzeylerini belirlemek, memnuniyet düzeylerinin tekrar ziyaret etmeye etkisini ölçmek, destinasyonun turist beklentilerini karşılama düzeyini tespit etmek, turist memnuniyet düzeyinin davranışsal boyutlarını ortaya koymak, destinasyon memnuniyetinin başkalarına tavsiye etme üzerine etkilerini belirlemek üzere farklı destinasyonları ele alan çalışmalar yapılmıştır. Kültürel tur programı kapsamında ve Ankara ili özelinde memnuniyet düzeyi üzerine gerçekleştirilen çalışmalara rastlanılmamıştır. Bu nedenle çalışmanın Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin memnuniyet düzeylerinin kültürel tur programı bağlamında belirlenmesi amacıyla ilgili alan yazına katkı sağlayacağı ön görülmektedir.

3. Yöntem

Bu araştırmada, Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda mevcut durum tespitinde yararlanılan betimsel tarama modeli benimsenmiş ve çalışma keşfedici araştırma türünde tasarlanmıştır. Belirlenen amaç doğrultusunda temel hipotezler ve alt hipotezler aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

H₁: Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeyleri yüksektir.

H₂: Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeyleri kişisel özellikleri açısından anlamlı olarak farklılaşır.

H_{2a}: Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeyleri cinsiyet değişkeni açısından anlamlı olarak farklılaşır.

H_{2b}: Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeyleri yaş değişkeni açısından anlamlı olarak farklılaşır.

H_{2c}: Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeyleri medeni durum değişkeni açısından anlamlı olarak farklılaşır.

H_{2d}: Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeyleri eğitim değişkeni açısından anlamlı olarak farklılaşır.

H_{2e}: Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeyleri gelir değişkeni açısından anlamlı olarak farklılaşır.

H_{2f}: Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeyleri daha önce Ankara'ya gelmiş olma değişkeni açısından anlamlı olarak farklılaşır.

H_{2g}: Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeyleri tur programına ayırmış oldukları bütçe değişkeni açısından anlamlı olarak farklılaşır.

H_{2h}: Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeyleri daha önce tur programını öğrendiği mecra değişkeni açısından anlamlı olarak farklılaşır.

Araştırmanın evreni Ankara'yı 2023 yılında ziyaret eden 18 yaş üzeri ve kültürel gezi programlarına katılan yerli turistler olarak belirlenmiştir. Ankara'yı 2023 yılında 420.753 yerli turist ziyaret etmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). Fakat bu ziyaretçilerin ne kadarlık kısmının 18 yaş üzeri ve kültürel gezi programlarına katılan yerli turistlerden oluştuğu tespit edilememiştir. Bu nedenle evrenin büyüklüğü belirsiz olarak kabul edilmiştir. Evren büyüklüğünün net olarak ortaya konulamadığı durumlarda örneklem grubunun hesaplanmasında Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) tarafından belirtilen formül kullanılarak 0.05 güven aralığında ve 0.05 örneklem hatası ile 385 katılımcı sayısı hesaplanmıştır. Araştırmada örneklem grubunun evreni temsil edebilmesi için araştırma örnekleminin belirlenmesinde kolayda örnekleme tekniği kullanılmıştır.

Bu araştırmada örneklem grubunu Ankara'yı kültürel amaçlı tur programları ile ziyaret eden 18 yaş üstü yerli turistler oluşturduğu için verilerin doğrudan birincil kaynaktan elde edilmesi amacıyla anket tekniği uygulanmıştır. Bu kapsamda kolayda örneklem seçim yöntemiyle belirlenen 397 kişiye anket formları uygulanmıştır. Anket formları yüz yüze doldurulmuştur. Anketin uygulanması esnasında katılımcıların hangi amaçla Ankara'yı ziyaret ettikleri sorulmuş, yalnızca kültürel amaçlı ziyaret edenlere anket uygulanmıştır.

Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, gelir durumu, Ankara'yı daha önce ziyaret etme durumu, Ankara tur programı için ayrılan bütçe ve tur programını öğrenme durumu olmak üzere kişisel bilgilere ilişkin ifadeler yer verilmiştir. İkinci bölümde, katılımcıların kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeylerinin belirlenmesine yönelik 16 ifadeye yer verilmiştir. Memnuniyet ölçeğinde yer alan ifadeler "*kesinlikle katılıyorum, katılıyorum, kararsızım, katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum*" şeklinde 5'li Likert tipi derecelendirme ile oluşturulmuştur. Araştırmada kullanılan anket formunun birinci ve ikinci bölümleri, Tayfun ve Arslan (2013) tarafından yapılan çalışmada kullanılan ölçekten yazarların izni alınarak uyarlanmış ve uzman görüşleri doğrultusunda geliştirilerek oluşturulmuştur. Anketin üçüncü bölümünde ise turizm akademisyenleri ve profesyonel turist rehberlerinin görüşleri doğrultusunda geliştirilen yerli turistlerin Ankara kültürel tur programlarında ziyaret ettikleri ve ziyaret etmek istedikleri yerlerin belirlenmesi amacıyla oluşturulan Ankara'daki başlıca turistik mekanlara ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Anket formunun örneklem grubuna uygulanabilmesi için ilk olarak Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Komisyonun 08.12.2021 tarihinde yapmış olduğu toplantıda etik açıdan uygun olduğu izni alınmıştır. Etik kurul izninin alınmasından sonra anket formu, 96 katılımcıya uygulanarak pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Pilot uygulama sayesinde formda yer alan ifadelerin katılımcılar tarafından anlaşılma durumu, soruların amacına hizmet etme durumu ve algılanma durumları test edilmiştir. Son olarak anket formunun Cronbach's Alpha değerine (0.833) bakılmış ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma verilerin analizinde sosyal bilimler için sıklıkla tercih edilen analiz paket programı kullanılarak verilerin analizi üç aşamada gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada katılımcıların kişisel bilgilerine ilişkin frekans, yüzde, standart sapma ve ortalama değerlere yer verilmiştir. İkinci aşamada Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeylerine ilişkin katılım dereceleri ortalama değerler doğrultusunda yorumlanmıştır. Ortalama değerlerinin yorumlanmasında 5'li Likert tipi derecelendirme ölçeğinin aralık genişliği 0.80 (5-1=4

=> $4/5 = 0.80$, Aralık Genişliği=(Dizi Genişliği)/(Yapılacak Grup Sayısı) formülünden yararlanılmıştır (Özdamar, 2003). Daha sonra yerli turistlerin kişisel bilgileri ile kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeyini karşılaştırmak amacıyla normallik testi yapılmıştır. Normallik testi sonucunda Skewness (-,507 ile ,122) ve Kurtosis (1,380 ile ,244) puanları bulunmuştur (Tablo 3). Bu puanların -1,5 ile +1,5 arasında olması durumunda verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Normal dağılım verilerde parametrik testlerin (korelasyon, t-testi, varyans analizi, kovaryans analizi) uygulanması temel varsayımlardan biri olup, yapılacak olan analizin istatistiksel gücünü artırmaktadır (Uysal ve Kılıç, 2022). Bu sebeple yerli turistler ile kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeyleri cinsiyet, medeni durum ve daha önce Ankara'ya gelme durumu değişkenleri açısından değerlendirilmesi amacıyla bağımsız örneklemeler için t-testi analizi, yerli turistlerin yaşları, eğitim durumu, gelir seviyesi, tur programına ayırdıkları bütçe ve tur programını öğrenme durumu değişkenleri açısından karşılaştırılması amacıyla ise Tek Yönlü Varyans Analizi (Anova) testi analizi uygulanmıştır. Üçüncü ve son aşamada ise yerli turistlerin Ankara kültür gezilerinde ziyaret ettiği ve ziyaret etmek istedikleri yerleri belirlemek üzere Ankara'daki başlıca turistik destinasyonlara verdiği cevaplar ile ilgili yüzde ve frekans değerlerine yer verilerek yorumlanmaktadır.

4. Bulgular ve Yorum

4.1. Katılımcılara Ait Bilgiler

Araştırmaya katılan yerli turistlerin kişisel bilgilerine ait yüzde ve frekans değerlerine Tablo 2'de yer verilmektedir.

Tablo 2: Araştırmaya Katılanların Kişisel Bilgilerine Göre Dağılımları

Kişisel Bilgiler (n=397)		f	%	Kişisel Bilgiler (n=397)		f	%
Cinsiyet	Kadın	166	41,8	Tur programına ayırdığınız bütçe	0-5.000 TL	194	48,9
	Erkek	231	58,2		5.001-10.000 TL	97	24,4
Medeni durum	Bekar	228	57,4		10.001-15.000 TL	56	14,1
	Evlü	169	42,6		15.001 üzeri TL	50	12,6
Ankara'ya daha önce gelme	Evet	328	82,6	Eğitim durumu	İlkokul	28	7,0
	Hayır	69	17,4		Ortaokul	12	3,0
Gelir Düzeyi	0-20.000 TL	73	18,4		Lise	94	23,7
	20.001-30.000 TL	56	14,1		Ön Lisans	60	15,1
	30.001-40.000 TL	72	18,1		Lisans	135	34,0
	40.001 üzeri TL	196	49,4		Lisans Üstü	68	17,1
Tur programını öğrenme	Seyahat Acentesi	122	30,7	Yaş Aralığı	18-25	109	27,5
	İnternet	62	15,6		25-34	63	15,9
	Sosyal Medya	48	12,1		35-44	84	21,2
	Arkadaş	52	13,1		45-54	89	22,4
	Televizyon	7	1,8		56-64	44	11,1
	Basılı materyal	59	14,9		65 ve üzeri	8	2,0
	Okul	47	11,8		Toplam	397	100

Tablo 2 incelendiğinde; katılımcıların çoğunluğu %58,2 ile erkek turistlerden oluşturmakta olup bunların %57,4'lük büyük çoğunluğu bekadır. Katılımcılara Ankara'ya daha önce gelip gelmedikleri sorusuna %82,6'lık büyük bir kısmı evet cevabı verirken %17,4'ü daha önce Ankara'ya gelmediğini ifade etmiştir. Ankete katılanların %49,4'ü 40.001 TL üzeri gelir düzeyine sahiptirler. Katılımcıların %30,7'lik büyük çoğunluğu tur programını seyahat acentelerinden öğrendiklerini belirtmişlerdir. Tur programına ayrılan bütçe olarak %48,9'luk oranla en fazla 0-5.000 TL ayrıldığı ifade edilmiştir. Katılımcıların eğitim durumları değerlendirildiğinde, %34,0'lık oranla büyük çoğunluğunun lisans mezunu oldukları görülmüştür. Katılımcıların %27,5'lik çoğunluğun ise 18-25, yaş aralığında olduğu görülmüştür.

4.2. Kültürel Gezi Programlarına Memnuniyet Düzeyi Bulguları

Tablo 3'te araştırmaya katılan yerli turistlerin Ankara'da katıldıkları kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeyine ilişkin verdikleri cevapların frekans dağılımları ile aritmetik ortalama, mod, standart sapma, çarpıklık ve basıklık değerleri değerlerine yer verilmiştir. Tablo 3'te katılımcıların kültürel tur programları memnuniyet düzeylerine ilişkin ortalama değerleri incelendiğinde ortalama değeri en yüksek ifadenin "Ankara kültür gezi programındaki rehberlik hizmetini yeterli buldum" ($\bar{x}=4,22$) olduğu belirlenmiştir. Ankara kültür gezi programına katılan turistlerin program ile ilgili memnuniyet düzeyleri ortalamaları değerlendirildiğinde en düşük ortalamaya sahip ifadenin "Ankara kültür gezi programı ziyaret yerlerinin çeşitliliğini yeterli buldum" ($\bar{x}=3,73$) olduğu görülmüştür.

Tabloya göre araştırmaya katılan yerli turistlerin kültürel tur programlarından memnuniyet düzeylerine ilişkin verdikleri cevapların ortalama değerleri incelendiğinde, katılımcıların ifadelerine verdikleri cevapların daha çok "Katılıyorum" ve "Kesinlikle Katılıyorum" seçeneklerine yakın olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların kültürel tur programı memnuniyet düzeylerinin ortalamasının üzerinde ($\bar{x}=3,95$) (Mod=4) olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültür turu memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğu söylenebilir. Elde edilen bulgular sonucunda "Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeyleri yüksektir" hipotezi (H₁) desteklenmiştir.

Tablo 3: Araştırmaya Katılanların Kültürel Tur Programlarından Memnuniyet Düzeylerine İlişkin Tanımlayıcı Bulgular

Sıra	Turistlerin Kültürel Tur Programlarından Memnuniyet Düzeyleri	Ortalama	Mod	Standart Sapma	Çarpıklık değeri	Basıklık Değeri
1	Ankara kültür gezi programının iyi düzenlendiğini düşünüyorum	3,96	4	0,98	-1,046	,659
2	Ankara kültür gezi programını ilgi çekici buluyorum	4,11	4	0,95	-1,203	1,058
3	Ankara kültür gezi programının tanıtımının iyi yapıldığını düşünüyorum	3,78	4	1,18	-,775	-,378
4	Ankara kültür gezi programının fiyatı bütçeme uygun buldum	3,95	4	1,06	-1,001	,300
5	Ankara kültür gezi programının kalitesini yeterli buldum	3,80	4	1,07	-,731	-,288
6	Ankara kültür gezi programı ziyaret yerlerinin çeşitliliğini yeterli buldum	3,73	4	1,15	-,623	-,673
7	Ankara kültür gezi programındaki ziyaret merkezlerine ulaşım rahattı	3,93	4	1,06	-1,045	,542
8	Ziyaret merkezleri konusunda bilgilendirmeleri yeterli buldum	4,02	4	0,97	-1,004	,522
9	Ankara kültür gezi programındaki rehberlik hizmetini yeterli buldum	4,22	5	0,96	-1,428	1,901
10	Ankara gezisinde alışveriş yaparken, yöreye özgü ürünleri tercih ederim	3,74	5	1,18	-,550	-,899
11	Ankara kültür gezi programında gerçekleştirilen etkinlikler yeterliydi	3,77	4	1,07	-,659	-,469
12	Ankara kültür gezi programı beklentilerimi karşıladı	3,91	4	0,99	-,721	-,344
13	Ankara kültür gezi programına gelmekle iyi bir karar verdim	4,01	4	1,08	-1,173	,711
14	Ankara kültür gezi programından genel olarak memnunum	4,02	5	1,06	-1,146	,670
15	Bir sonraki kültür gezisinde tekrar Ankara'ya gelmeyi düşünürüm	4,05	5	1,11	-1,212	,713
16	Ankara kültür gezisini yakın çevreme tavsiye edeceğim	4,21	5	0,88	-1,019	,501
Genel Ortalama		3,95				

4.3. Kültürel Tur Programları Memnuniyet Düzeylerinin Kişilik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan yerli turistlerin kültürel tur programları memnuniyet düzeyleri ile kişisel bilgilerinden cinsiyet, medeni durum ve daha önce Ankara'ya gelme durumu değişkenlerine ilişkin t-testi sonuçları Tablo 4, Tablo 5 ve Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 4: Kültürel Tur Programlarına İlişkin Memnuniyet Düzeyinin Cinsiyet Değişkeni Açısından Farklılaşması

	Cinsiyet	n	Ort.	s.s.	F	p
Memnuniyet Düzeyi Ortalaması	Kadın	166	4,02	,549	,049	,824
	Erkek	231	3,90	,565		

Tablo 4 incelendiğinde; "Ankara kültürel tur programı memnuniyet ölçeği" ifadeleri ile "cinsiyet" değişkeni arasında anlamlı bir farklılık görülmemektedir [$p > .05$]. Buna göre, Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeyleri cinsiyet değişkeni açısından anlamlı olarak farklılaşır (H_{2a}) desteklenmemiştir.

Tablo 5: Kültürel Tur Programlarına İlişkin Memnuniyet Düzeyinin Medeni Durum Değişkeni Açısından Farklılaşması

	Medeni Durum	n	Ort.	s.s.	F	p
Memnuniyet Düzeyi Ortalaması	Bekar	228	3,97	,565	5,246	,023
	Evli	169	3,93	,556		

Tablo 5'e göre, turistlerin "Ankara kültürel tur programı memnuniyet düzeyleri", "medeni durum" değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir [$p < .05$]. Bu doğrultuda turistlerin "medeni durumları" kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeylerini farklılaştırmaktadır. Buna göre, Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeyleri medeni durum değişkeni açısından anlamlı olarak farklılaşır (H_{2c}) hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 6: Kültürel Tur Programlarına İlişkin Memnuniyet Düzeyinin Daha Önce Ankara'ya Gelme Durumu Değişkeni Açısından Farklılaşması

	Daha Önce Ankara'ya Gelme Durumu	n	Ort.	s.s.	F	p
Memnuniyet Düzeyi Ortalaması	Evet	328	3,97	,548	3,498	,048
	Hayır	69	3,85	,612		

Tablo 6'da turistlerin "Ankara kültürel tur programı memnuniyet düzeyleri", "daha önce Ankara'ya gelme durumu" değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir [$p < .05$]. Yani turistlerin "daha önce Ankara'ya gelme durumları" kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeylerini farklılaştırmaktadır. Buna göre, Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeyleri daha önce Ankara'ya gelmiş olma değişkeni açısından anlamlı olarak farklılaşır (H_{2r}) hipotezi desteklenmiştir.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin Ankara kültürel tur programlarından memnuniyet düzeyleri ile yaş, eğitim durumu, gelir durumu, tur programına ayrılan bütçe ve tur programını öğrenme mecralarına ilişkin Anova testi sonuçları Tablo 7, Tablo 8, Tablo 9, Tablo 10 ve Tablo 11'de yer almaktadır.

Tablo 7: Kültürel Tur Programlarına İlişkin Memnuniyet Düzeyinin Yaş Değişkeni Açısından Farklılaşması

Memnuniyet Ölçeğine İlişkin Değişkenler	Yaş	n	Ort.	s.s.	F	p
Memnuniyet Düzeyi Ortalaması	18-26	109	4,00	0,59	,705	,620
	27-35	63	3,91	0,71		
	36-45	84	4,00	0,52		
	46-55	89	3,89	0,50		
	56-65	44	3,92	0,41		
	65 üzeri	8	3,82	0,11		

Tablo 7'de yer alan Anova testi sonuçları incelendiğinde; Ankara kültürel gezi tur programlarına katılan yerli turistlerin memnuniyet düzeyleri yaş düzeyi değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir [$p>.05$]. Dolayısıyla, Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeyleri yaş değişkeni açısından anlamlı olarak farklılaşır (H_{2b}) hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 8: Kültürel Tur Programlarına İlişkin Memnuniyet Düzeyinin Eğitim Değişkeni Açısından Farklılaşması

Memnuniyet Ölçeğine İlişkin Değişkenler	Eğitim					
Memnuniyet Düzeyi Ortalaması	İlkokul	28	3,84	0,39	1,653	,145
	Ortaokul	12	3,72	0,50		
	Lise	94	4,02	0,57		
	Ön Lisans	60	3,97	0,48		
	Lisans	135	4,00	0,56		
	Lisansüstü	68	3,84	0,64		

Tablo 8 incelendiğinde; Ankara kültürel gezi tur programlarına katılan yerli turistlerin memnuniyet düzeyleri eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir [$p>.05$]. Dolayısıyla, Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeyleri eğitim değişkeni açısından anlamlı olarak farklılaşır (H_{2d}) hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 9: Kültürel Tur Programlarına İlişkin Memnuniyet Düzeyinin Gelir Değişkeni Açısından Farklılaşması

Memnuniyet Ölçeğine İlişkin Değişkenler	Gelir					
Memnuniyet Düzeyi Ortalaması	0-20.000 TL	73	4,12	0,45	3,135	,025
	20.001-30.000 TL	56	3,89	0,56		
	30.001-40.000 TL	72	3,98	0,56		
	40.001 üzeri TL	196	3,90	0,58		

Tablo 9'da yer alan Anova testi sonuçları incelendiğinde; Ankara kültürel gezi tur programlarına katılan yerli turistlerin memnuniyet düzeyleri gelir düzeyi değişkenine göre anlamlı farklılık göstermektedir [$p<.05$]. Dolayısıyla düzenlenen Ankara kültürel tur programlarına katılan turistlerin gelir durumları ile tur programlarından memnuniyet düzeyleri farklılaşmaktadır. Bu farklılaşmanın hangi gruplar arasında olduğu Post-Hoc Tukey test sonuçlarına göre incelendiğinde; memnuniyet düzeylerinin 0-20.000 TL ile 40.000 TL üzeri gelir durumuna göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda, Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültürel gezi programlarından memnuniyet

düzeyleri gelir değişkeni açısından anlamlı olarak farklılaşır hipotezi (H_{2e}) desteklenmiştir.

Tablo 10: Kültürel Tur Programlarına İlişkin Memnuniyet Düzeyinin Tur Programına Ayrılan Bütçe Değişkeni Açısından Farklılaşması

Memnuniyet Ölçeğine İlişkin Değişkenler	Tur Programına Ayrılan Bütçe					
Memnuniyet Düzeyi Ortalaması	0-5.000 TL	194	3,95	0,57	1,007	,390
	5.001-10.000 TL	97	3,89	0,49		
	10.001-15.000 TL	56	4,05	0,38		
	15.001 üzeri TL	50	3,98	0,76		

Tablo 10'da yer bulgular incelendiğinde; Ankara kültürel gezi tur programlarına katılan yerli turistlerin memnuniyet düzeyleri tur programına ayrılan bütçe değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir [$p>.05$]. Dolayısıyla, Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeyleri tur programına ayırmış oldukları bütçe değişkeni açısından anlamlı olarak farklılaşır (H_{2g}) hipotezi desteklenmemiştir.

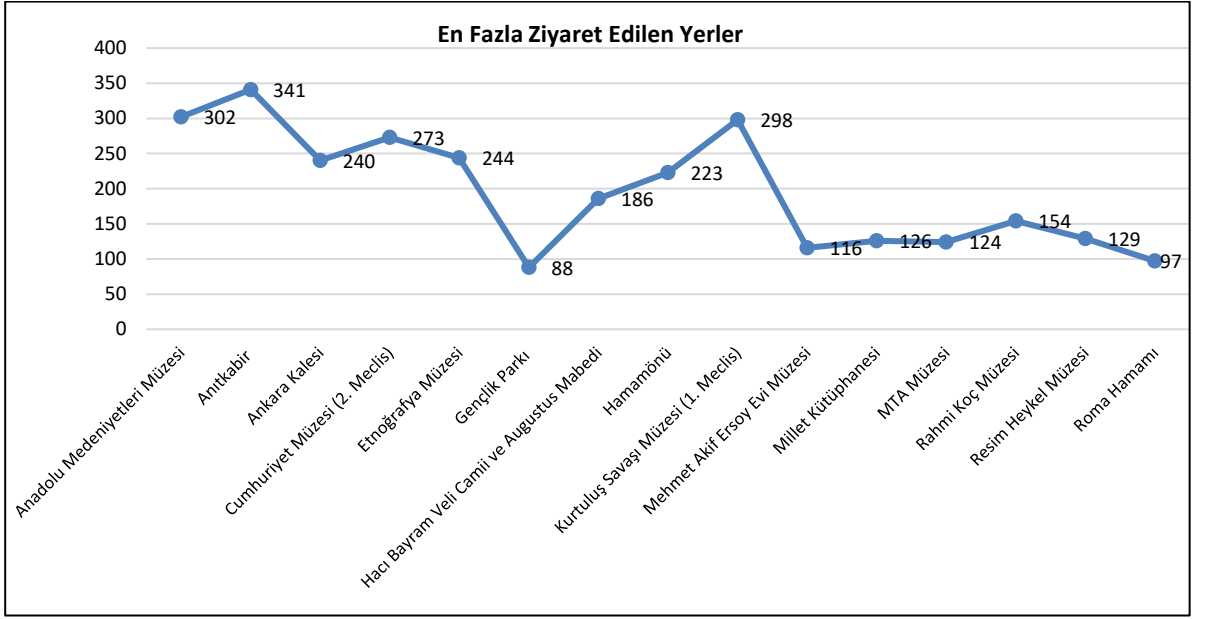
Tablo 11: Kültürel Tur Programlarına İlişkin Memnuniyet Düzeyinin Tur Programını Öğrendiği Mecra Değişkeni Açısından Farklılaşması

Memnuniyet Ölçeğine İlişkin Değişkenler	Tur Programını Öğrendiği Mecra					
Memnuniyet Düzeyi Ortalaması	Seyahat Acentesi	122	4,00	0,52	7,236	,000
	İnternet	62	4,05	0,43		
	Sosyal Medya	48	3,95	0,49		
	Arkadaş	52	4,02	0,52		
	Televizyon	7	3,71	0,76		
	Basılı Medya	59	4,07	0,53		
	Okul	47	3,49	0,68		

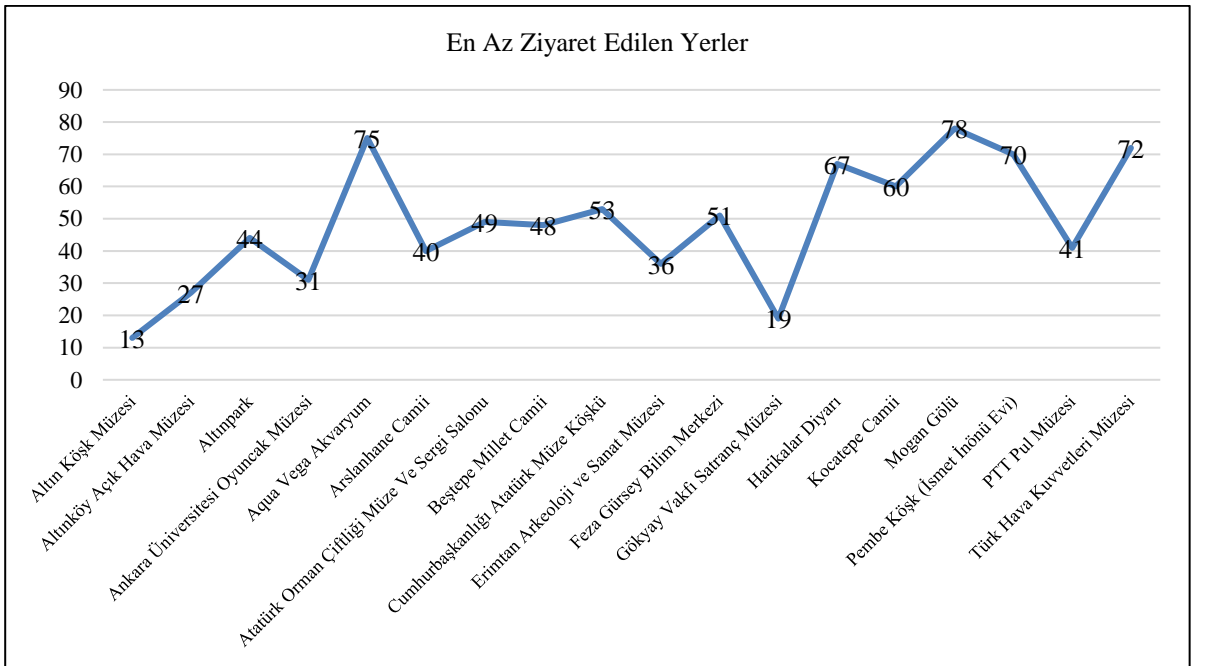
Tablo 11'de yer alan bulgulara göre; Ankara kültürel gezi programına katılan turistlerin memnuniyet düzeyleri tur programını öğrendikleri mecra değişkenine göre anlamlı farklılık göstermektedir [$p<.05$]. Bu doğrultuda, Ankara'da düzenlenen kültür turu programlarına katılan turistlerin tur programlarını öğrendikleri mecra ile tur programlarından memnuniyet düzeyleri farklılaşmaktadır. Bu farklılaşmanın hangi gruplar arasında olduğu Post-Hoc Tukey test sonuçlarına göre incelendiğinde; tur programını öğrendiği mecra değişkeninin, okul ile sosyal medya, arkadaş, basılı yayınlar arasında farklılaştığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla, Ankara'yı ziyaret eden yerli turistlerin kültürel gezi programlarından memnuniyet düzeyleri tur programını öğrendiği mecra değişkeni açısından anlamlı olarak farklılaşır (H_{2h}) hipotezi desteklenmiştir.

4.4. Kültürel Tur Programlarında Ziyaret Edilen Yerlere İlişkin Sonuçlar

Araştırmaya katılan yerli turistlerin Ankara kültürel tur programlarında ziyaret ettikleri mekanlara ilişkin yüzde ve frekans değerlerine Grafik 1 ve Grafik 2'de yer verilmektedir.

Grafik 1: Katılımcıların Ankara Kültürel Tur Programlarında En Fazla Ziyaret Ettiği Yer

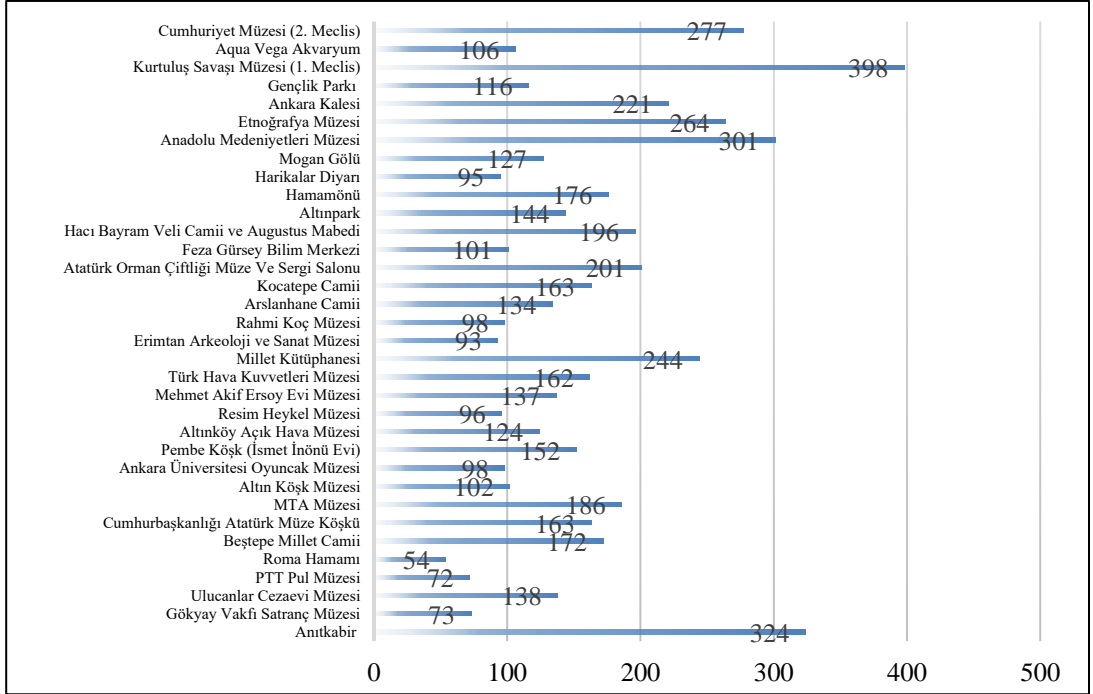
Grafik 1'de görüldüğü üzere araştırmaya katılan turistlerin düzenlenen Ankara kültürel tur programlarında en fazla Anıtkabir, Anadolu Medeniyetleri Müzesi, Kurtuluş Savaşı Müzesi (1. Meclis), Cumhuriyet Müzesi (2. Meclis), Etnoğrafya Müzesi, Ankara Kalesi ve Hamamönü ziyareti gerçekleştirdikleri görülmektedir.

Grafik 2: Katılımcıların Ankara Kültürel Tur Programlarında En Az Ziyaret Ettiği Yer

Grafik 2'ye göre değerlendirildiğinde, araştırmaya katılan yerli turistlerin Ankara kültürel tur programlarında en az ziyaret ettikleri yerler Altın Köşk Müzesi, Gökyay Vakfı Satranç Müzesi, Altınköy Açık Hava Müzesi, Ankara Üniversitesi Oyuncak Müzesi ve Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi olarak belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan yerli turistlerin kültürel tur programlarında ziyaret etmek istedikleri mekanlara ilişkin yüzde ve frekans değerlerine Şekil 1'de yer verilmektedir.

Şekil 1: Katılımcıların Ankara'da Kültürel Tur Programları Kapsamında Ziyaret Etmek İstedikleri Yer



Şekil 1'de kültürel tur programlarına katılan turistlerin Ankara'da en çok ziyaret etmek istedikleri yerlerin sırasıyla Kurtuluş Savaşı Müzesi (1. Meclis), Anıtkabir, Anadolu Medeniyetleri Müzesi, Cumhuriyet Müzesi (2. Meclis), Etnografya Müzesi, Millet Kütüphanesi ve Ankara Kalesi olduğu tespit edilmiştir. Yine Şekil 1'e göre katılımcılar tarafından Ankara'da düzenlenen kültürel tur programlarında en az ziyaret etmek istedikleri yerler ise, Roma Hamamı, PTT Pul Müzesi ve Gökyay Vakfı Satranç Müzesi olarak belirtilmiştir.

5. Sonuç ve Öneriler

Cumhuriyetin kurulması sürecinde ve sonrasında verilen mücadele döneminde stratejik konumu itibarıyla önemi bir noktada yer alması dolayısıyla Türkiye'nin başkenti olan Ankara ili, kültür turizmi bakımından önemli bir potansiyele sahiptir. Bu önemden yola çıkılarak araştırmada Ankara'nın kültür turizmi bakımından önem teşkil eden yerleri belirlenmiş ve destinasyonu kültür turizmi kapsamında ziyaret eden yerli turistlerin kültürel tur programlarından memnuniyet düzeyleri tespit edilerek incelenmiştir.

Araştırmaya katılanların kişisel bilgilerine ilişkin bulgular doğrultusunda, katılımcıların büyük çoğunluğunun Ankara'ya daha önce gelmiş olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda Ankara'ya daha önce gelen turistlerin tekrar Ankara'yı ziyaret

etmelerinin, kültürel tur programlarına katılımı etkilemediği sonucu çıkarılabilir. Dolayısıyla katılımcıların Ankara'yı tekrar ziyaret etmeleri destinasyona ilişkin bir memnuniyetin varlığına işaret edebilir. Araştırmanın sonuçları aynı zamanda Ankara'ya düzenlenecek kültürel tur programlarında turistlerin memnuniyet düzeylerine katkıda bulunan faktörleri daha iyi analiz etmelerinde yardımcı rol oynayacaktır. Nitekim seyahat acenteleri dağıtım kanalı olmalarının yanı sıra destinasyon imajı oluşumunda da etkili olmaları bakımından büyük önem taşımaktadırlar (Yazıcıoğlu ve Akbulut, 2015). Dolayısıyla seyahat acenteleri kültür turizmi kapsamında Ankara'yı ziyaret etmek isteyen turistlerin ihtiyaç ve isteklerine uygun alternatif tur programları sunabilme avantajı sağlayabilirler. Seyahat acenteleri hem bir tanıtım ve dağıtım kanalı hem de destinasyonların markalaşması ve imaj oluşumunda öncül konumda değerlendirildiğinden düzenleyecekleri tur programı içeriklerinin de yine bu amaç doğrultusunda hazırlanması önerilmektedir.

Araştırmaya katılanların memnuniyet düzeyleri, medeni durum ve Ankara'ya daha önce gelme durumlarına göre anlamlı farklılık göstermiştir. Ankara'yı kültür tur programı kapsamında ziyaret eden ve memnuniyet düzeyleri yüksek olan yerli turistlerin bekar oldukları ve Ankara'yı daha önce ziyaret ettikleri belirlenmiştir. Araştırmaya katılan turistlerin yaş düzeylerinin 18-25 yaş aralığında olması ve destinasyonun yeterli düzeyde turistik çekim potansiyeline sahip olması bu durumun açıklayıcı nedeni olarak görülebilir. Aynı zamanda memnuniyet düzeyinin 0-20.000 TL ile 40.000 TL üzeri gelir durumuna göre, gezi programını öğrenme durumunun ise okul ile seyahat acentesi, sosyal medya, arkadaş, basılı yayınlar arasında farklılaştığı tespit edilmiştir. Bu farklılaşmanın nedeni, tur programı hakkında okul aracılığıyla bilgi sahibi olup Ankara'yı ziyaret eden katılımcıların çoğunlukla öğrenci gruplarından oluşması, bu katılımcıların gelir düzeylerinin bu doğrultuda düşük düzeyde olması ve bu durumdan kaynaklı olarak gerçekleştirilen kültür turlarından memnun olmadıkları yorumu yapılabilir. Nitekim turlar esnasında yapılan anketler esnasında öğrencilerin büyük çoğunluğu gelir düzeylerinin yeterli olmadığını ve okul/öğretmenler tarafından programa katılmalarının zorunlu tutulduğunu belirtmişlerdir.

Chi ve Qu (2008) tarafından destinasyon imajı, turist memnuniyeti ve destinasyon sadakati arasındaki yapısal ilişkilerin incelenmesi amacıyla yapılan çalışmada turistlerin memnuniyetleri ile destinasyonu tekrar ziyaret etme ve diğer insanlara tavsiye etme niyetleri arasında güçlü bir ilişki bulunduğu öne sürülmüştür. Mevcut çalışmada Ankara'yı kültürel tur programları kapsamında ziyaret eden katılımcıların büyük çoğunluğunun Ankara kültür gezisini yakın çevrelerine tavsiye edeceklerini ve Ankara'yı tekrar ziyaret etme niyetlerinin olduğunu belirtmeleri gerçekleştirilen programdan memnun kaldıklarını göstermektedir. Ortaya çıkan bu sonuç Chi ve Qu (2008) tarafından gerçekleştirilen çalışma sonucu ile benzerlik göstermektedir.

Turistlerin hizmet kalitesinden memnuniyet düzeyi ne kadar yüksekse, başkalarına tavsiye etme, destinasyon ile ilgili olumlu görüşler söyleme ve destinasyonu tekrar ziyaret etme gibi gelecekteki davranışsal niyetleri gerçekleştirme olasılığı da yükselmektedir (Gidey ve Sharma, 2017). Çalışmada katılımcıların Ankara kültür gezi programındaki rehberlik hizmetini yeterli bulmaları, tekrar ziyaret etme ve başkalarına tavsiye etme niyetlerinin yüksek düzeyde olması ilgili çalışmayı destekler niteliktedir.

Araştırma sonucunda Ankara kültür tur programlarında katılımcıların en fazla Anıtkabir, Anadolu Medeniyetleri Müzesi, Kurtuluş Savaşı Müzesi, Cumhuriyet Müzesi, Etnografya Müzesi, Ankara Kalesi ve Hamamönü destinasyonlarını ziyaret ettikleri

görülmüştür. Bu durumun temel nedeni olarak Ankara'ya kültür turu düzenleyen seyahat acentelerinin programlarının genellikle gününbirlik olarak düzenlenmesi ve daha çok okul gruplarına yönelik program hazırlanmasından kaynaklı olduğu söylenebilir. Özellikle okullar tarafından tercih edilen gününbirlik Ankara tur programının içeriğinin geliş, ziyaret ve dönüş saatlerinin öğrencilere uygun olması ve bu nedenle programda ziyaret edilecek destinasyonların ulaşım açısından birbirlerine yakın konumlanan merkezler olması istenmektedir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde Ankara'da kültürel tur programı kapsamında en az ziyaret edilen yerler Altın Köşk Müzesi, Gökyay Vakfı Satranç Müzesi, Altınköy Açık Hava Müzesi, Ankara Üniversitesi Oyuncak Müzesi ve Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi olarak belirtilmiştir.

Araştırmada katılımcıların Ankara kültürel tur programlarında en çok ziyaret etmek istedikleri yerlerin (Kurtuluş Savaşı Müzesi, Anıtkabir, Anadolu Medeniyetleri Müzesi, Cumhuriyet Müzesi, Etnografya Müzesi, Millet Kütüphanesi ve Ankara Kalesi), en çok ziyaret edilen yerler (Anıtkabir, Anadolu Medeniyetleri Müzesi, Kurtuluş Savaşı Müzesi, Cumhuriyet Müzesi, Etnografya Müzesi, Ankara Kalesi ve Hamamönü) ile benzer olduğu belirlenmiştir. Bu durum katılımcıların ziyaret edilen bu yerlerin memnuniyet düzeyleri üzerinde etkili olduğunu göstermekte ve Ankara'yı tekrar ziyaret etmelerinde turistik çekim potansiyeline sahip destinasyonların belirlenmesi bakımından önem arz etmektedir. Bu bağlamda memnuniyet düzeyinin birçok değişkenden etkilenirken aynı zamanda birçok değişkeni de etkilediği ve özellikle turistik niteliğe sahip destinasyonların özgün değerlerinin memnuniyet düzeyi üzerinde etkili rol oynadığı (Türktarhan ve Kozak, 2022) görülmektedir.

Türkiye gibi turizm sektörünün milli ekonomiler içerisinde önemli roller üstlendiği ülkelerde (Üner vd., 2006) olumlu deneyim yaşatmanın turistlerin memnuniyet düzeylerinde artışa yol açması hususu, özellikle turizm yöneticileri ve destinasyon yöneticileri için sürdürülebilirlik stratejileri belirlemede önemlidir. Ayrıca, turizm faaliyetlerinin yoğun bir şekilde gerçekleştirildiği günümüzde, turist memnuniyetinin sağlanması birçok turizm işletmesi için önemli hedeflerden biri haline gelmiştir. Ankara destinasyonu temel alınan çalışma özelinde değerlendirildiğinde, mevcut kültürel potansiyelin en etkin şekilde değerlendirilerek turist memnuniyetinin sağlanması bakımından karar alıcılara, uygulayıcılara ve akademisyenlere yönelik bir takım öneriler geliştirilmiştir.

Ankara ili genelinde mevcut kültür potansiyelinin etkin şekilde değerlendirilebilmesi, doğrudan ilin ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan kalkınmasına olumlu etkiler sağlayacaktır. Bu doğrultuda kültür turizmine uygun değerlerin reklam ve tanıtımlarının yapılarak destinasyonun turistik açıdan çekim merkezi konumuna ulaştırılması son derece önem arz etmektedir. Bu bağlamda destinasyonlarda turizmin gelişimi bakımından uygun stratejilerin belirlenmesi ve doğru politikalarla desteklenerek uygulanması gerekmektedir. Bu hususta karar alıcılar olarak değerlendirilen Kültür ve Turizm Bakanlığı, İl Kültür Turizm Müdürlükleri ve özellikle yerel ölçekte yer alan belediyeler stratejik öneme sahiptirler. Kültür ve Turizm Bakanlığı ve/veya İl Kültür Turizm Müdürlüklerinin destekleriyle belediyeler tarafından ücretli veya ücretsiz ulusal veya uluslararası ölçekte düzenlenecek kültür turları, kültür festivalleri veya çeşitli şenlikler aracılığıyla destinasyonun kültürel potansiyelinin tanıtımı ve dolayısıyla kalkınması teşvik ettirilmelidir.

Destinasyonun kültürel potansiyelinin etkin şekilde değerlendirilebilmesi bakımından seyahat acenteleri tarafından düzenlenecek kültür turu programlarında yer alan ziyaret edilecek destinasyonların zenginleştirilmesi ve programlar kapsamında ilave olarak alternatif rotaların oluşturulması turist memnuniyetini olumlu yönde

etkileyebileceği görülmektedir. Bu bağlamda düzenlenecek kültür tur programlarına daha önce ziyaret edilmeyen ve/veya ziyaret edilmek istenen destinasyonların ilave edilmesi önerilmektedir. Bu doğrultuda hazırlanacak programlarda cinsiyet, medeni durum, daha önce ziyaret durumu, gelir durumu ve program tanıtım kanalları göz önünde bulundurulması önerilmektedir.

Ankara'yı kültürel tur programı ile ziyaret eden yerli turistlerin memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen çalışmanın sonuçları hem karar alıcılara hem de uygulayıcılara bakış açısı sağlaması bakımından önem teşkil etmektedir. Bu çalışma kültürel tur programları bağlamında Ankara'nın potansiyel turistik çekiciliklerini ve turistlerin bu programlardan memnuniyetlerini ortaya koyabilmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda belirlenecek farklı destinasyonlarda, farklı amaçlarla gerçekleştirilen farklı tur programları dahilinde, farklı turist grupları hedef alınarak elde edilecek farklı sonuçlar, destinasyonun turistik çekim potansiyelinin ve alternatif turizm çeşitlerinin belirlenmesine olanak sağlayarak turist memnuniyetlerinin bu doğrultuda geliştirilmesine katkı sunacaktır. Bu çalışmanın, turizm işletmeleri yöneticilerine farklı bakış açısı sağlaması bakımından tur programlarının geliştirilmesine katkı sunması ön görülmektedir. Ayrıca benzer veya farklı destinasyonlarda kültür tur programına katılan farklı örneklem grupları ile çalışma sonuçlarının karşılaştırılması ilgili literatüre katkı sağlayacaktır.

6. Kaynakça

- Ankara İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2024, Ocak 25). *Ankara tarihçe ve diğer bilgiler*. <https://ankara.ktb.gov.tr/TR-152389/ankara-tarihce-ve-diger-bilgiler.html> Erişim Tarihi: 25.01.2024
- Ankara Valiliği, (2024, Kasım 01). *Genel Coğrafya ve Yeryüzü Şekilleri*. <http://www.ankara.gov.tr/genel-cografya-ve-yeryuzu-sekilleri> Erişim Tarihi: 01.11.2024
- Ankara Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2023). *Ankara'nın 2022 yılı kültür ve turizm verileri*. <https://ankara.ktb.gov.tr/Eklenti/112316,2022-kultur-ve-turizm-verileripdf.pdf?0> Erişim Tarihi: 24.02.2024
- Boniface, P. (2013). *Managing quality cultural tourism*. Routledge: London, UK, 1995;140.
- Bulut, Z. ve Yaylı, A. (2021). Rekreatyonel seyahat motivasyonu kapsamında kapadokya ziyaretinde etkili olan itici motivasyon faktörleri boyutu değişkenlerinin çok boyutlu ölçekleme analizi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 9(Special Issue 5), 91-115.
- Bülbül, S. ve Küçükergin, F.N. (2017). Ankara, from the Past to the Future. H. Arapgirlioğlu, A. Atık, R.L. Elliott ve E. Turgeon (Eds.), *Researches on Science and Art in 21st Century Turkey*, 1188-1195. Ankara: Gece Publishing.
- Campo-Martínez, S. ve Garau-Vadell, J.B. (2010). The generation of tourism destination satisfaction. *Tourism Economics*, 16(3), 461-475.
- Caruana, A., Money, A.H. ve Berthon, P.R. (2000). Service quality and satisfaction-the moderating role of value. *European Journal of Marketing*, 34(11/12), 1338-1353.
- Chadwick, R. (1994). Concepts, definitions and measures used in travel and tourism research. J.R.B. Ritchie ve C.R. Goeldner (Eds.), *Travel Tourism and Hospitality Research: A Handbook for Managers and Researchers*, 65-80. New York: John Wiley and Sons.
- Chen, C.F. ve Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?. *Tourism Management*, 28(4), 1115-1122.

- Chi, C.G.Q. ve Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29(4), 624-636.
- Csapo, J. (2012). The role and importance of cultural tourism in modern tourism industry. *Strategies for tourism industry-micro and macro perspectives*, 10, 201-212.
- Çakır, N. (2009). Paket turlarda müşteri memnuniyeti ve Antalya yöresinde bir uygulama çalışması. *Verimlilik Dergisi*, (2), 61-81.
- Ectarc, (1989). Contribution to the drafting of a charter for cultural tourism. *European Centre for Traditional and Regional Cultures*. Llangollen, Wales.
- Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. ve Wanhill, S. (2018). *Tourism principles and practice*. Sixth edition. Harlow, United Kingdom: Pearson
- Gidey, Y. ve Sharma, K. (2017). Tourists satisfaction in tourist destination (A study of Tigray-Ethiopia). *International Journal of Research in Finance and Marketing*, 7(4), 138-151.
- Gratton, C. ve Richards, G. (2005). The economic context of Cultural Tourism. G. Richards (Ed.), *Cultural tourism in Europe* (pp. 55-66). Association for Tourism and Leisure Education. https://www.researchgate.net/profile/Greg-Richards-2/publication/277040145_Cultural_Tourism_in_Europe/links/55603e0908ae6f4dcc927dd1/Cultural-Tourism-in-Europe.pdf Erişim Tarihi: 26.02.2024
- Kozak, M. (2003). Measuring tourist satisfaction with multiple destination attributes. *Tourism Analysis*, 7(3-4), 229-240.
- Krogmann, A., Ivanič, P., Kramáreková, H., Petrikovičová, L., Petrovič, F. ve Grežo, H. (2021). Cultural Tourism in Nitra, Slovakia: Overview of Current and Future Trends. *Sustainability*, 13(9), 5181.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2023). İşletme (Bakanlık) belgeli tesis konaklama istatistikleri. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201121/isletme-bakanlik-belgeli-tesis-konaklama-istatistikleri.html> Erişim Tarihi: 24.02.2024
- Morrison, A. M. ve Mill, R. C. (1998). *The tourism system: An introductory text*. U.S.A: Kendall/Hunt Publishing Company.
- Mousavi, S.S., Doratli, N., Mousavi, S.N. ve Moradiahari, F. (2016, December). Defining cultural tourism. In *International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development*, 70-75.
- Özdamar, K. (2003). *Modern bilimsel araştırma yöntemleri*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özgüç, N. (1998). *Turizm coğrafyası: özellikler, bölgeler*. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Petroman, I. (2013). Types of cultural tourism. *Scientific Papers Animal Science and Biotechnologies*, 46(1), 385-388.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.
- Rust, R.T. ve Oliver, R.L. (1993). Service quality, insight and managerial implications from the frontier. R.T. Rust ve R.L. Oliver (Eds.), *Service Quality: New Directions in Theory and Practice* (1-17), SAGE Publications.
- Stratan, A., Perciun, R. ve Gribincea, C. (2015). Identifying cultural tourism potentials in republic of moldova through cultural consumption among tourists. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 188, 116-121.
- Šťastná, M., Vaishar, A., Brychta, J., Tuzová, K., Zloch, J. ve Stodolová, V. (2020). Cultural tourism as a driver of rural development, case study: Southern Moravia. *Sustainability*, 12(21), 9064.
- Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (2013). *Using multivariate statistics*. Boston: Allyn and Bacon.
- Tayfun, A., ve Arslan, E. (2013). Festival turizmi kapsamında yerli turistlerin Ankara Alışveriş Festivali'nden memnuniyetleri üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 191-206.

- Tonge, J., Moore, S.A. ve Taplin, R. (2011). Visitor satisfaction analysis as a tool for park managers: A review and case study. *Annals of Leisure Research*, 14(4), 289-303.
- Truong, T.H. ve King, B. (2009). An evaluation of satisfaction levels among Chinese tourists in Vietnam. *International Journal of Tourism Research*, 11(6), 521-535.
- Tüik, (2023). *Yıllara Göre İl Nüfusları*. <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Nufus-ve-Demografi-109> Erişim Tarihi: 01.11.2024
- Tümertekin, E. ve Özgüç, N. (2006). *Beşeri coğrafya "İnsan Kültür Mekan"*. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Türktaş, G. ve Kozak, N. (2022). The impact of destination personality and experience quality on satisfaction and behavioral intentions. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 24(42), 144-168.
- UNWTO, (2019). *Tourism definitions*. April, Pages: 55, eISBN: 978-92-844-2085-8. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420858> Erişim Tarihi: 01.01.2024
- Uysal, İ. ve Kılıç, A.F. (2022). Normal distribution dilemma. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 12(1), 220-248. <https://doi.org/10.18039/ajesi.962653>
- Üner, M.M., Güçer, E. ve Taşçi, A. (2006). Türkiye turizmde yükselen destinasyon olarak İstanbul şehrinin imajı. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(2), 189-201.
- Ünlüöner, K. ve Kızanıklı M. (2017). Ankara'nın turizm potansiyeli. M. Kar ve M.A. Sarıkaya (Ed.), *Şehir ekonomisi ankara şehir araştırmaları* (171-212). Ankara: Ankara Büyükşehir Belediyesi Basın Yayın Dairesi Başkanlığı Yayınları.
- Yazıcıoğlu, İ. ve Akbulut, B.A. (2015). Turistik destinasyon olarak Ankara'nın bilişsel ve duygusal imaj bileşenleri açısından analizi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 3(3), 136-144.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *Spss uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Akademik Yayıncılık.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.	Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.
Teşekkür: Katkı ve desteklerinden dolayı editörler ve hakemlere teşekkür ederiz.	Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.
Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.	Etik Kurul Onayı: Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, 21.10.2021 tarih ve E-11054618-302.08.01-61962 sayılı karar.
Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.	