

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ EĞİTİMİ ANA BİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ EĞİTİMİ BİLİM DALI

KIRSAL TURİZM VE PAYDAŞLARI: BELEDİYE BAŞKANLARININ
TUTUMLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

DOKTORA TEZİ

Hazırlayan
Nurettin AYAZ

Ankara
Kasım, 2012

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ EĞİTİMİ ANA BİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ EĞİTİMİ BİLİM DALI

KIRSAL TURİZM VE PAYDAŞLARI: BELEDİYE BAŞKANLARININ
TUTUMLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

DOKTORA TEZİ

Nurettin AYAZ

Danışman: Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK

Ankara
Kasım, 2012

JÜRİ ÜYELERİ ONAY SAYFASI

Nurettin AYZAZ'ın “Kırsal Turizm ve Paydaşları: Belediye Başkanlarının Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma” başlıklı tezi 01/11/2012 tarihinde, jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği Eğitimi Ana Bilim Dalı'nda DOKTORA TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Adı Soyadı**İmza**

Üye (Başkan): Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ

.....

Üye (Tez Danışmanı): Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK

.....

Üye: Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN

.....

Üye: Prof. Dr. Cevat TOSUN

.....

Üye: Prof. Dr. Orhan BATMAN

.....

ÖNSÖZ

Gelişmekte olan ülkelerde yoksulluğun azaltılmasında, turizmin sahip olduğu ekonomik potansiyele dikkat çekilmekte, kırsal gelişimin önemli bir aracı olarak turizme olan inanç artmaktadır. Uzak ve kırsal alanlarda, coğrafi genişleme ve yoğun işgücü özelliği ile turizmin; istihdam, gelir ve diğer sektörlere sinerji oluşturabileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte, turizmin kırsal bölgelerde etkin bir gelişim aracı olabilmesinde kırsal paydaşların (yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, yerel halk) ilgi ve çabalarına vurgu yapılmaktadır.

Kırsal gelişim sürecinde beklenti düzeyi yüksek kurumlar olarak belediyeler, sosyal sorumluluk anlayışı perspektifinde yörelerinin turizm gelişimine katkı sağlayabilecek lider kurumlardır. Yerel yönetim birimleri içerisinde yatırım kararlarının alınması ve hizmetlerin yürütülmesinde, yerel halk tarafından ilk sırada tercih edilen kurum olma özellikleri ile öne çıkarlar. Bu bağlamda, belediye başkanlarının turizm konusundaki tutumlarının incelendiği bu araştırmanın, kırsal bölgelerde turizm gelişimine katkı sağlayabileceği ve halen akademisyenlik hayatımı sürdürdüğüm, öncelikli kırsal gelişim bölgeleri arasında gösterilen Tokat iline vefa borcumu ödemedede rol oynayabileceği düşüncesindeyim.

Tez çalışmam sürecinde, katkılarını esirgemeyen değerli Tez İzleme Komitesi Üyeleri; Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN, Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ ve yönlendirici özellikleri ile bu tezin ortaya çıkmasını sağlayan danışmanım Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK'e teşekkürlerimi borç biliyorum. Tez çevirilerim kapsamında yardımlarını esirgemeyen Gaziosmanpaşa Üniversitesi öğretim elemanlarından Okutman Nuray ŞİMŞEK'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Nurettin AYZ

ÖZET

KIRSAL TURİZM VE PAYDAŞLARI: BELEDİYE BAŞKANLARININ TUTUMLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

AYAZ, Nurettin

Doktora, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK

Kasım-2012, 258 sayfa

Doğal yaşam, çiftlik hayatı, tarım endüstrisi ve açık hava etkinlikleri ile doğrudan ilişkili olan kırsal turizm, küçük ölçekli alt yapısı nedeniyle yerel düzeyde kontrol gerektirir. Kırsal turizmde doğal, tarihsel ve kültürel çekiciliklerin korunması, yerel kültürel özelliklerle turizmin uyumlaştırılması, ulaşım, konaklama ve yiyecek-içecek hizmetleri standartlarının sağlanmasında mutlaka yerel yetkililerin çabası ve desteği gereklidir.

Bu araştırmada, turizme yönelik kamu hizmetlerinin yerelleşmesi sürecine destek sağlamak, yerelleşmesi öngörülen hizmetlere yönelik bilimsel temelli bakış açıları geliştirmek ve Türkiye turizmini çeşitlendirme ve tüm yıla yaymaya yönelik çabalara, belediye başkanları düzeyinde katkı sağlanması amaçlanmaktadır. Bu amaca yönelik olarak Türkiye’de turizm gelişiminde öncelikli gelişim bölgesi olarak gösterilen 28 il içerisinde yer alan 460 belediye başkanına anket uygulanmıştır. Literatür taraması ve uzman görüşü ile oluşturulan “Kırsal Bölge Belediye Başkanlarına Yönelik Turizm Tutum Anketi” kapsamında; turizme yönelik olumlu bilişsel tutumlar ile ilgili 11, duygusal tutumlarla ilgili 8, kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma ile ilgili 6, organizasyonel yapı geliştirme ile ilgili 10, organizasyonel paydaş tercihi ile ilgili 7, ürün geliştirme ile ilgili 9, ürün pazarlama ile ilgili 7 ve kırsal belediyelerin turizme katılım engellerinin belirlemesi amacıyla 6 soruya yer verilmiştir. Anket, Ocak ve Ağustos 2012 ayları arasında örneklem gruba uygulanmıştır. Verilerin analizinde, “yüzde”, “frekans”, “bağımsız örneklem için t-testi”, “tek faktörlü varyans analizi”, “Tukey (HSD) testi”, “korelasyon”, “basit doğrusal regresyon analizi” ve “çoklu doğrusal regresyon analizi” kullanılmıştır.

Araştırma bulgularına göre belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının, demografik özelliklerine (eğitim durumu, temsil ettiği parti, turizm alanında eğitim durumu, turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu, turizm sektöründe çalışma durumu) ve belediyelerin genel karakteristik özelliklerine (belediyenin türü, bulunduğu bölge, kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, sürdürülebilir turizm eylem planına sahiplik durumu ve turizme yönelik çalışmaların yürütüldüğü bölüme) göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Korelasyon analizi sonucunda belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları (bilişsel, duygusal) ile kırsal turizmin alt boyutları (toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme, ürün geliştirme, ürün pazarlama) arasında orta düzeyde ($r=0,61$) bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, yapılan regresyon analizi sonucunda, belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının (bilişsel tutumlar ile ürün geliştirme hariç); toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme ve ürün pazarlama bakımından kırsal turizmin alt boyutlarını pozitif olarak etkilediği belirlenmiştir. Araştırma bulguları sonucunda, kırsal bölge belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının düzeyini artırabilecek bir model ile konuya ilişkin öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kırsal bölge, kırsal gelişim, kırsal turizm, paydaş analizi, belediye başkanları, tutum.

ABSTRACT

RURAL TOURISM AND ITS STAKEHOLDERS: A RESEARCH ON THE ATTITUDES OF THE MAYORS

AYAZ, Nurettin

Ph.D Department of Tourism Management Education

Advisor: Professor Yüksel ÖZTÜRK (Ph.D)

November-2012, 258 pages

Rural tourism, which is directly related to natural life, farm life, agricultural industry and outdoor activities, requires control at the local level owing to its small scale structure. In rural tourism local administrators' efforts and supports are essential for protecting natural, historical and cultural attractions, adapting tourism to local cultural characteristics and standardizing transportation, accomodation and catering services.

This study aims to support localization process of tourism related public services, develop scientific point of views regarding services designed to be localized and contribute to the efforts towards diversifying tourism in Turkey and spreading tourism activities throughout the entire year at the local administrative level. In accordance with this purpose, a questionnaire was conducted with 460 mayors of 28 cities which are shown as development priority regions. Within the context of "Tourism Attitude Survey for Rural Mayors", which was developed within the light of a literature review and expert opinion, there are 11 questions on positive cognitive attitudes towards tourism, 8 questions on emotional attitudes, 6 questions on creating social awareness in rural tourism, 10 questions on developing organizational structure, 7 questions on preference of organizational stakeholder, 9 questions on product development, 7 questions on product marketing and 6 questions on determining reasons hindering municipalities from participating in rural tourism. The scale was applied to the sample group within the period between January and August 2012. In analyzing the data "percentage", "frequency", "t-test for independent samples", "single factor variance analysis", "Tukey (HSD) test", "correlation", "simple regression analysis" and "multiple regression analysis" were used.

The findings of this research have shown that attitudes of mayors towards tourism vary according to demographical characteristics (their education, political parties they belong to, education in the tourism field, participation in tourism-related seminars and conferences, travelling for the purpose of tourism, work experience in the tourism field) and general characteristics of municipalities (the type of municipality, the region it is located in, having a city council, a tourism working group, a sustainable tourism action plan or a department where tourism-related works are conducted). From the result of the correlation analysis it was figured out that there is a medium level relationship ($r=0,61$) between the attitudes of the mayors towards tourism (cognitive, emotional) and lower dimensions of rural tourism (creating social awareness, developing organizational structure, product development, product marketing). Results of the regression analysis have also shown that attitudes of the mayors towards tourism (except from cognitive attitudes and product development) have positive impacts on the lower dimensions of rural tourism in terms of creating social awareness, developing organizational structure and product marketing. Based on the research findings, a model for increasing the level of rural mayors' attitudes towards tourism and suggestions related to the subject were also presented.

Keywords: Countryside, rural development, rural tourism, stakeholder analysis, mayors, attitude.

İÇİNDEKİLER

JÜRİ ÜYELERİ ONAY SAYFASI.....	i
ÖNSÖZ	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xvi
KISALTMALAR LİSTESİ	xvii
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırma Problemi	6
1.2. Araştırmanın Amacı	9
1.3. Araştırmanın Önemi	11
1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları	18
1.5. Varsayımlar	19
1.6. Tanımlar	20
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	23
2.1. Kırsal Bölgeler	23
2.1.1. Kırsal Gelişim.....	24
2.1.1.1. Kırsal Gelişim Stratejileri	28
2.1.1.2. Kırsal Gelişim Yaklaşımları	29
2.1.3. Kırsal Gelişimde Turizmin Rolü	30
2.1.3.1. Turizm Olgusu	30
2.1.3.2. Turizmin Gelişim Üzerine Olan Etkileri	35

2.1.3.3. Turizm ve Gelişim Araştırmaları.....	40
2.2. Kırsal Turizm	42
2.2.1. Kırsal Turizmin Tarihsel Gelişimi.....	45
2.2.2. Kırsal Turizmin Önemi.....	47
2.2.3. Kırsal Turist.....	50
2.2.4. Kırsal Turistik Ürünler	52
2.2.5. Kırsal Turizmin Etkileri	54
2.2.6. Kırsal Turizmde Yönetim.....	55
2.2.6.1. Toplum Tabanlı Doğal Kaynak Yönetimi	59
2.2.6.2. Yerel Düzeyde Turizm Yönetimi	60
2.2.7. Kırsal Turizme Yönelik Araştırmalar.....	63
2.3. Turizmde Paydaş Analizi	70
2.3.1. Paydaş Teorisi (Stakeholder Theory)	71
2.3.2. Bütüncül Turizm Yaklaşımı (Integrated Approach).....	77
2.3.3. Yönetişim Yaklaşımı (Governance Approach)	87
2.3.4. Lider Yaklaşımı (The Leader Approach)	92
2.3.5. Öğrenen Turizm Bölgesi Yaklaşımı (Tourism Learning Areas).....	96
2.4. Belediyeler	99
2.4.1. Belediyelerin Yerel Yönetimler İçerisindeki Önemi.....	100
2.4.2. Belediyeler ve Turizm Olgusu.....	104
2.4.2.1. Belediyelerin Turizm Görevleri.....	110
2.4.2.2. Belediyelerin Turizme Katılım Araçları.....	117
2.4.2.2.1. Yerel Gündem 21	118
2.4.2.2.2. Eko-Belediyecilik.....	121
2.4.3. Yerel Yönetimlere Yönelik Gelişim ve Turizm Araştırmaları.....	122
2.5. Tutum Araştırmaları.....	127
2.5.1. Tutumun Tanımı, Öğeleri ve Ölçümü	128

2.5.2. Turizm ve Tutum Araştırmaları.....	132
2.6. Literatür Bulgularının Özeti.....	133
3. YÖNTEM	136
3.1. Araştırmanın Modeli	136
3.2. Evren ve Örneklem	141
3.3. Verilerin Toplanması	144
3.4. Verilerin Analizi.....	146
4. BULGULAR VE YORUM	155
4.1. Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler.....	155
4.2. Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine İlişkin Bilgiler	156
4.3. Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Bilişsel Tutumlarına İlişkin Bulgular.....	158
4.4. Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Duygusal Tutumlarına İlişkin Bulgular.....	159
4.5. Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Toplumsal Farkındalık Oluşturma Çalışmalarına İlişkin Bulgular	161
4.6. Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Organizasyonel Yapı Geliştirme Çalışmalarına İlişkin Bulgular	162
4.7. Belediye Başkanlarının Turizmde Organizasyonel Paydaş Tercihlerine İlişkin Bulgular.....	163
4.8. Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Ürün Geliştirme Çalışmalarına İlişkin Bulgular.....	164
4.9. Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Ürün Pazarlama Çalışmalarına İlişkin Bulgular.....	165
4.10. Belediye Başkanlarının Turizme Katılım Engellerine İlişkin Bulgular	167
4.11. Turizme Yönelik Bilişsel Tutumların Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular	167
4.12. Turizme Yönelik Duygusal Tutumlarının Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular	169
4.13. Kırsal Turizmde Toplumsal Farkındalık Oluşturma Çalışmalarının Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular.....	171

4.14. Kırsal Turizmde Organizasyonel Yapı Geliştirme Çalışmalarının Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular.....	173
4.15. Turizmde Organizasyonel Paydaş Tercihlerinin Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular	174
4.16. Kırsal Turizmde Ürün Geliştirme Çalışmalarının Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular	176
4.17. Kırsal Turizmde Ürün Pazarlama Çalışmalarının Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular	177
4.18. Turizme Katılım Engellerinin Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular	179
4.19. Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Bilişsel Tutumlarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular.....	181
4.20. Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Duygusal Tutumlarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular.....	183
4.21. Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Toplumsal Farkındalık Oluşturma Çalışmalarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular.....	184
4.22. Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Organizasyonel Yapı Geliştirme Çalışmalarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular.....	186
4.23. Belediye Başkanlarının Turizmde Organizasyonel Paydaş Tercihlerinin Belediyenin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular.....	188
4.24. Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Ürün Geliştirme Çalışmalarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular.....	190
4.25. Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Ürün Pazarlama Çalışmalarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular.....	192
4.26. Belediye Başkanlarının Turizme Katılım Engellerinin Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular.....	193
4.27. Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Tutumlarının Kırsal Turizm Alt Boyutlarına Etkisine İlişkin Bulgular.....	195
4.28. Alan Araştırması Bulgularının Özeti	204
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	214
KAYNAKÇA.....	226

EKLER.....	250
Ek 1: Kırsal Bölge Belediye Başkanlarına Yönelik Turizm Tutum Anketi.....	250
Ek 2: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Tutumların Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması	255
Ek 3: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Tutumların Belediyelerin Genel Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması.....	256
Ek 4: Kırsal Turizme Yönelik Faaliyetlerinin Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması	257
Ek 5: Kırsal Turizme Yönelik Faaliyetlerinin Belediyelerin Genel Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması	258

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Kırsal Alanlarda Turizm ve Eğlence Faaliyetlerinin Dağılımı	13
Tablo 2: Gelişim Teorisinin Evrimi.....	26
Tablo 3: Koruma Alanlarında Turizmin Potansiyel Faydaları	36
Tablo 4: Kırsal Turistlerin Motivasyon Faktörleri	51
Tablo 5: Kırsal Turistlerin Genel Profili.....	51
Tablo 6: Kırsal Turizmde “At Arabası Gezisi” Ürününe İlişkin Hizmet ve Deneyim Çerçevesi.....	53
Tablo 7: Kırsal Turizmde “Çiftlikte Yaşam” Ürününe İlişkin Hizmet ve Deneyim Çerçevesi.....	53
Tablo 8: Kırsal Turizmin Olumlu ve Olumsuz Etkileri.....	54
Tablo 9: CBNRM Analitik Çerçeve	60
Tablo 10: Paydaşların Firma ve Firma Doğası Üzerine Etki Düzeyi	71
Tablo 11: Bir İşbirliği Sürecinde Güç İlişkileri	72
Tablo 12: Sürdürülebilir Kültür Turizmi Paydaşları ve Görevleri	75
Tablo 13: Destinasyon Yönetiminin Üç Önemli Paydaşı ve Görevleri.....	75
Tablo 14: Destinasyon Örgütlenmesinde Önemli Paydaşlar	76
Tablo 15: Toplum Seviyesinde Turizmi Etkileyebilecek Politik Arenalar.....	78
Tablo 16: Turizm Planlaması: Bütüncül Yaklaşım.....	83
Tablo 17: Kamusal Eylem Gruplarında Bireysel ve Örgütsel Değişim Engelleri.....	88
Tablo 18: Öğrenen Turizm Bölgesinde Verilecek Eğitimler	97
Tablo 19: Kırsal Bölgelerde Turizm Gelişimi ve Yönetiminde Önemli Yaklaşımlar	98
Tablo 20: Yerel Yönetimlerin Planlama ve Gelişim Konusundaki Yaklaşımları	103
Tablo 21: Turizm İçin Teknik Destek Matrisi	106
Tablo 22: Türkiye'deki Belediyelerin Turizmle İlgili Faaliyetleri.....	112

Tablo 23: Eylem Planı 2007-2013 Turizm Gelişim İlleri ve Belediye Sayıları	142
Tablo 24: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Bilişsel Tutumlarına İlişkin Faktör Analizi ve Güvenirlik Katsayısı.....	147
Tablo 25: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Duygusal Tutumlarına İlişkin Faktör Analizi ve Güvenirlik Katsayısı	148
Tablo 26: Kırsal Turizmde Toplumsal Farkındalık Oluşturma Çalışmalarına İlişkin Faktör Analizi ve Güvenirlik Katsayısı	148
Tablo 27: Kırsal Turizmde Organizasyonel Yapı Geliştirme Çalışmalarına İlişkin Faktör Analizi ve Güvenirlik Katsayısı.....	148
Tablo 28: Belediye Başkanlarının Turizmde Organizasyonel Paydaş Tercihlerine İlişkin Faktör Analizi ve Güvenirlik Katsayısı	149
Tablo 29: Kırsal Turizmde Ürün Geliştirme Çalışmalarına İlişkin Faktör Analizi ve Güvenirlik Katsayısı	149
Tablo 30: Kırsal Turizmde Ürün Pazarlama Çalışmalarına İlişkin Faktör Analizi ve Güvenirlik Katsayısı	149
Tablo 31: Belediye Başkanlarının Turizme Katılım Engellerine İlişkin Faktör Analizi ve Güvenirlik Katsayısı	150
Tablo 32: Kırsal Bölge Belediye Başkanlarına Yönelik Turizm Tutum Anketine İlişkin Alt Faktör Yükleri.....	151
Tablo 33: Araştırmaya Dahil Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımı	155
Tablo 34: Araştırmaya Dahil Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımı	157
Tablo 35: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Bilişsel Tutumlarına İlişkin Bulgular	159
Tablo 36: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Duygusal Tutumlarına İlişkin Bulgular	160
Tablo 37: Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Toplumsal Farkındalık Oluşturma Çalışmalarına İlişkin Bulgular	161

Tablo 38: Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Organizasyonel Yapı Geliştirme Çalışmalarına İlişkin Bulgular	162
Tablo 39: Belediye Başkanlarının Turizmde Organizasyonel Paydaş Tercihine İlişkin Bulgular	163
Tablo 40: Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Ürün Geliştirme Çalışmalarına İlişkin Bulgular	164
Tablo 41: Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Ürün Pazarlama Çalışmalarına İlişkin Bulgular	166
Tablo 42: Belediye Başkanlarının Turizme Katılım Engellerine İlişkin Bulgular	167
Tablo 43: Turizme Yönelik Bilişsel Tutumların Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması	168
Tablo 44: Turizme Yönelik Duygusal Tutumların Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması	170
Tablo 45: Kırsal Turizmde Toplumsal Farkındalık Oluşturma Çalışmalarının Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması.....	171
Tablo 46: Kırsal Turizmde Organizasyonel Yapı Geliştirme Çalışmalarının Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması.....	173
Tablo 47: Turizmde Organizasyonel Paydaş Tercihlerinin Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması.....	175
Tablo 48: Kırsal Turizmde Ürün Geliştirme Çalışmalarının Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması.....	176
Tablo 49: Kırsal Turizmde Ürün Pazarlama Çalışmalarının Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması.....	178
Tablo 50: Turizme Katılım Engellerinin Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması	180
Tablo 51: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Bilişsel Tutumlarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması	182
Tablo 52: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Duygusal Tutumlarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması.....	183

Tablo 53: Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Toplumsal Farkındalık Oluşturma Çalışmalarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması	185
Tablo 54: Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Organizasyonel Yapı Geliştirme Çalışmalarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması	187
Tablo 55: Belediye Başkanlarının Turizmde Organizasyonel Paydaş Tercihlerinin Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması.....	189
Tablo 56: Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Ürün Geliştirme Çalışmalarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması.....	191
Tablo 57: Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Ürün Pazarlama Çalışmalarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması.....	192
Tablo 58: Belediye Başkanlarının Turizme Katılım Engellerinin Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması	194
Tablo 59: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Tutumları ile Kırsal Turizm Alt Boyutlarındaki İlişkiye Ait Korelasyon Analizi	196
Tablo 60: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Tutumları ile Kırsal Turizmde Toplumsal Farkındalık Oluşturma Çalışmaları Arasındaki İlişkiye Ait Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi.....	200
Tablo 61: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Tutumları ile Kırsal Turizmde Organizasyonel Yapı Geliştirme Çalışmaları Arasındaki İlişkiye Ait Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi.....	200
Tablo 62: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Tutumları ile Kırsal Turizmde Ürün Geliştirme Çalışmaları Arasındaki İlişkiye Ait Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ...	201
Tablo 63: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Tutumları ile Kırsal Turizmde Ürün Pazarlama Çalışmaları Arasındaki İlişkiye Ait Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ...	202
Tablo 64: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Tutumları ile Kırsal Turizm Alt Boyutları Arasındaki İlişkiye Ait Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi	202
Tablo 65: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Tutumları ile Kırsal Turizm Arasındaki İlişkiye Ait Basit Doğrusal Regresyon Analizi	203

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Kırsal Turizm Talep Faktörleri.....	15
Şekil 2: Sürdürülebilir Gelişimde Ortak Sorumluluk Boyutları	26
Şekil 3: Boş Zaman, Rekreasyon ve Turizm İlişkisi	31
Şekil 4: Turizme Genel Bir Bakış.....	32
Şekil 5: Kırsal Turizme Genel Bakış	44
Şekil 6: Kırsal Turizm Ürünleri	52
Şekil 7: Kırsal Turizmin Gelişimi ve Yönetimi.....	56
Şekil 8: Lider Yaklaşımının Yedi Temel Özelliği	93
Şekil 9: Öğrenme Piramidi	97
Şekil 10: Araştırmanın Modeli	138
Şekil 11: Araştırma Bulguların Şematik Gösterimi.....	213
Şekil 12: Kırsal Bölge Belediye Başkanları İçin Turizm Güçlendirme Modeli	218

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	: Avrupa Birliği
BT	: Bilişsel Tutumlar
CBNRM	: Community-Based Natural Resource Management (Toplum Tabanlı Doğal Kaynak Yönetimi)
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
DT	: Duygusal Tutumlar
EC	: European Commission (Avrupa Komisyonu)
EMAS	: Eco-Management and Audit Scheme (Eko Yönetim ve Denetim Planı)
ISO	: International Standards Organization (Uluslararası Standartlar Organizasyonu)
KMO	: Kaiser-Meyer-Olkin Katsayısı
LİDER	: Lider Yaklaşımı (The Leader Approach)
OECD	: Organisation for Economic Co-operation and Development (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü)
SPRITE	: Supporting and Promoting Integrated Tourism in Europe's Lagging Rural Regions (Avrupanın Geri Kalmış Kırsal Bölgelerinde Bütüncül Turizmin Desteklemesi ve Teşviki)
OYG	: Organizasyonel Yapı Geliştirme
STK	: Sivil Toplum Kuruluşları
TFO	: Toplumsal Farkındalık Oluşturma
UNEP	: United Nations Environment Programme (Birleşmiş Milletler Çevre Programı)
UNCDF	: United Nations Capital Development Fund (Birleşmiş Milletler Kapital Geliştirme Fonu)

ÜG	: Ürün Geliştirme
ÜP	: Ürün Pazarlama
YG-21	: Yerel Gündem 21
WTO	: World Tourism Organization (Dünya Turizm Örgütü)
WTTC	: World Travel and Tourism Council (Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi)

1. GİRİŞ

“Milenyum Kalkınma Hedefleri” arasında öngörülen çalışmalardan bir tanesini de “kırsal ekonomilerin çeşitlendirilmesi” oluşturmaktadır. Bu bağlamda; tarım, sanayi ve turizm kırsal ekonomilerin çeşitlendirilmesinde birincil sektörler olarak kabul edilmektedir. Bu sektörler içerisinde turizm, 2 milyar insanın, dörtte üçünün büyük yoksulluk içerisinde yaşadığı uzak ve kırsal alanlarda, coğrafi genişleme ve yoğun işgücü özelliği ile istihdam artışını destekleyen önemli bir kaynak olarak kabul edilmekte ve alternatif bir kalkınma aracı olarak görülmektedir. Özellikle, gelişmekte olan ülkelerde yoksulluğun azaltılmasında, turizmin sahip olduğu ekonomik potansiyel daha çok fark edilir hale gelmiş, kırsal ekonomilerin turizm yoluyla çeşitlendirilmesini destekleyen yasal ve politik çevrenin geliştirilmesine yönelik çalışmalar hız kazanmıştır (Hall ve Jenkins, 1998; United Nations, 2007; Zecevic, 2011).

Turizm, yerel ekonomilere girdi ve dinamizm kazandırma, kırdan kente göçü önleme, kadın istihdamını artırma, yerel halkta girişimcilik ruhunu geliştirme, bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltma, yöre halkının tarımsal ürünlerini değerlendirme ve pazarlama olanaklarını artırma yönleriyle kırsal gelişimde önemli bir güç olarak görülmektedir. Turizm, kırsal alanlara sadece alternatif istihdam olanakları ve ek gelir kaynakları sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda kırsal ve kentsel nüfus arasında etkileşimi teşvik eden önemli bir kalkınma aracıdır. Kırsal nüfusa daha güçlü bir kırsalı sahiplenme duygusu verme ve kırsal alanlarda yaşam kalitesinin artırılmasına katkı sağlama açılarından da önem arz etmektedir. Ayrıca, kırsal alanlardaki tarihi binaların korunması ve köy festivalleri gibi geleneksel faaliyetlerin hayata döndürülmesinde de potansiyel bir güç olarak görülmektedir (Olalı ve Timur, 1988; Bal, 1995; Momsen, 2000; Kokkranikal ve Baum, 2002; Ribeiro ve Marques, 2002; Soykan, 2003; Holland vd., 2003; Akça vd., 2004; Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, 2008).

Bir yörede, turizmin sürdürülebilir bir ekonomik kalkınma aracı olabilmesi için toplum temelli ve paydaş katılımlı gelişimi öngörülmektedir (Prentice, 1993; Tosun, 2000; Boyd ve Singh, 2003; Tosun, 2006). “Katılımcı turizm yaklaşımı” olarak ifade edilen bu anlayışın sürdürülebilirlik ilkelerinde uygulama kolaylığı, yerel insanlar için daha çok kazanç ve bölgeler için dengeli kalkınma imkanı sağlayacağına inanılmaktadır (Tosun, 2006: 493). Özellikle kırsal bölgelerde, turizm yönetiminde başarı için ortaklıklar önerilmekte, turizme yönelik plan ve projelerin sağlıklı olarak

yürütülebilmesi için kırsal toplumun kendi içinde bir üst organizasyona bağlı olacak şekilde hiyerarşik örgütlenmesinin ve ekip çalışmasının gerekliliğine vurgu yapılmaktadır (Soykan, 2004: 15-17). Kırsal bölgelerde yaşayan toplum, hükümet, turist organizasyonları, iş organizasyonları ile oldukça benzer turizm çıkarları olan çevresel gruplar turizmin önemli paydaşları olarak görülmektedir. Turizme yönelik plan ve politikalarının tespitinde ve turizmin ekonomik ve sosyal fonksiyonunun değerlendirilmesinde; bakanlıklar arası koordinasyon, bölgesel planlama çalışmaları, kırsal fiziksel alt yapı, insan kaynaklarının geliştirilmesi ve yöresel kültürün yüksek kent konforu ile turistlere sunulması önerilmektedir (Olalı ve Timur, 1988; Ahıpaşaoğlu ve Çeltek, 2006; Avcıkurt ve Köroğlu, 2008).

Kırsal alanların gelişimine katkı sağlayabilecek örgütler; merkezi yönetimin taşra kuruluşları, yerel yönetimler, birlikler, kooperatifler, ortaklıklar, vakıflar ve sivil toplum örgütlenmeleri (İçişleri Bakanlığı, 2009: 10) ve üniversitelerdir. Kırsal bölgelerde bu örgütler yapısal olarak incelendiğinde; ihtiyaçları ve beklentileri birbirinden farklı gruplardan oluşan ve yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası turizm örgütlemesine dâhil olmamış dağınık yapılar şeklinde bir görünüm sergilemektedirler. Özellikle, bu örgütlerin bireysel amaçlarına dönük yönetim faaliyetlerini yürütme arzularından dolayı bölgelerine yönelik; stratejik, örgütsel ve yönetsel konularda kararlar alamadıkları bilinen genel bir gerçektir.

Kırsal örgütler içerisinde yerel yönetimler (il özel idareleri, büyükşehir belediyeleri, belediyeler, mahalli idare birlikleri, köyler); sürekli gelişen işlevleri, yaygınlaşan uygulama alanları ve yerel halkın gereksinim ve beklentilerine etkili bir düzeyde yanıt verebilme özellikleri ile çağdaş ve demokratik bir yönetim yapısının vazgeçilmez unsurları haline gelmiştir (Köse, 2004: 3). Bir coğrafi alanda kamu gücünün doğrudan yerel toplumsal güçler tarafından kullanılmasını öngören yerel yönetim sisteminde belediyeler, halka en yakın komün¹ idarelerdir. Başka bir deyişle, doğal karakterdeki insan topluluklarının mahalli yönetim birimidirler. Belediyelerin üstlendikleri görevlerin halkın günlük yaşantısını yakından ilgilendirmesi bu kurumları

¹ Ortak paylaşım çerçevesinde oluşturdukları belirli değerler doğrultusunda yaşamayı tercih eden ve belirli sayıda üyesi bulunan topluluklar.

önemli kılar hale gelmiştir (Nadaroğlu, 1978: 272-313). Yöresel yatırım kararlarının alınması ve yöresel hizmetlerin yürütülmesinde vatandaşların aktör örgüt tercihinde “belediyeler” ilk sırada yer almaktadır (İçişleri Bakanlığı, 2003: 79-80).

Doğal insanlar, doğal yaşam, çiftlik hayatı, tarım endüstrisi ve açık hava etkinlikleri ile doğrudan ilişkili olan kırsal turizm, küçük ölçekli alt yapısı nedeniyle yerel yetkililer tarafından kontrol edilmesi gereken bir turizm türü olarak kabul edilmektedir (Grolleau, 1996: 7; Komppula, 2004: 115). Doğal-tarihsel çekiciliklerin ve yerel kültürlerin korunması, yerel kültürel özelliklerle turizmin uyumlaştırılması ve ulaşım, konaklama ve yeme-içme hizmetlerinde standartlarının sağlanmasında bölgesel ve yerel yönetimlerin ilgisine dikkat çekilmektedir (EC, 1999: 18). Kırsal turizm açısından yerel yönetimler; lider, stratejist, akıl hocası, koordinatör, destekleyici ve ortak olarak görülmekte (Briedenhann, 2007: 584), yerel yönetimlerden turizm gelişimi için finansal destekten daha ziyade, politika oluşturma ve uygulamada öncü olmasını beklenmektedir (Ishikawa ve Fukushima, 2007: 461). Bu bağlamda, yerel yönetimler içerisinde komün yapıları harekete geçirme özelliği ile öne çıkan belediyeler, kendilerinden beklenen davranışları yerine getirmek ve turizme yönelik çalışmalarında arzuladıkları başarıyı yakalayabilmek için çeşitli konseptlerde geliştirilmiş katılımcı turizm yaklaşımlarını uygulamalarına taşımalıdır.

Bir yörenin veya bölgenin turizm faaliyetlerini öne çıkarabilecek katılımcı turizm yaklaşımları “bütüncül turizm yaklaşımı (integrated tourism approach)”, “yönetişim yaklaşımı (governance approach)”, “lider yaklaşımı (the leader approach)” ve “öğrenen turizm bölgesi yaklaşımı (learning tourism areas approach)” şeklinde sıralanmaktadır (Göymen, 2000a; EC, 2006; Önal vd., 2006; Clark ve Chabrel, 2007; Nuckolls ve Long, 2009; Saxena ve Ilbery, 2010).

Kitle turizminin ilk yıllarda Thomas Cook ile birlikte gündeme gelen bütüncül turizm yaklaşımı; turizmin operasyonel yönüyle “turisti bir yere götürme, konaklamasını sağlama ve geri getirme” olarak düşünülmüştür. 1990 yılından sonra ise turizmde olanakların ve hizmetlerin bir araya getirilmesini (Butler, 1999: 65) ve yerel toplumun katılımcılığında ortak hareket edilmesini (Oliver ve Jenkins, 2003: 293) öngörür hale gelmiştir. Üç eşit ortaktan (bürokrasi, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları) oluşan yönetim yaklaşımı; vatandaşların çıkarlarını birleştirdiği, farklılıkları arasında orta yol bulduğu, hak ve sorumluluklarını hayata geçirdiği mekanizmalar, süreçler ve kurumlar oluşturulmasını öngörmekte, katılımcı bir formül

olarak bürokratik karar mekanizmalarına, bürokrasi dışından çeşitli toplumsal kesimleri de dahil etmesiyle öne çıkmaktadır (Özgül ve Agah, 2003: 1). Lider yaklaşımı (LEADER); kırsal bölgelerde yerel katılımıcılığı ve aşağıdan yukarıya doğru karar alma sürecini benimseyen yerel eylem grupları (kırsal alanlardaki kamu ve özel ortaklıklar) aracılığı ile turizm gelişimini öngörmektedir (EU, 2006: 5). Turizm açısından kaliteli ürün ve hizmetler oluşturulması, destinasyonun tanıtımı için yenilikçi bakış açılarının ortaya çıkarılması, bölgesel rekabetin artırılması ve küresel değişimlere uygun stratejiler geliştirilmesi içinse öğrenen turizm bölgesi yaklaşımı önerilmektedir (Önal vd., 2006: 72-74).

Dünya turizminde tatilcilerin tercihlerinin, deniz-kum-güneş üçlüsünden (3S), eğlence, eğitim, çevre (3E) üçlüsüne yöneldiğine dikkat çekilmektedir. Bu durumun sonucu olarak da ülkelerin turizm faaliyetlerini sezonluk olmaktan çıkarıp, tüm yıla yayma zorunluluğuna vurgu yapılmaktadır (Perales, 2002; DPT, 2007; Eruera, 2008). Bu gelişmeler paralelinde, turizm konusunda tecrübe kazanmış ve bu sektörden kazanç sağlayan ülkeler, turizmi tüm bölgelerine yayma ve dört mevsim turizmden faydalanma düşüncesi ile alternatif turizm arayışlarına yönelmişlerdir. Turizm konusunda lider ülkelerde yapılan turizm geliştirme çalışmalarına benzer şekilde Türkiye’de de turizmi tüm bölgelere yayma ve dört mevsim turizmden faydalanma amaçlarına yönelik alternatif turizm geliştirme çalışmaları ağırlık kazanmıştır. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2013, bu amaçlarla hazırlanmış önemli planlama çalışmalarıdır. Bu çalışmalarda; “Türkiye’nin doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi değerlerini koruma-kullanma dengesi içerisinde kullanma ve turizm alternatifleri geliştirerek turizmden alacağı payı artırma” hedeflenmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007a: 1).

Türkiye, sahip olduğu doğal, tarihi, kültürel ve beşeri kaynaklar bakımından uluslararası düzeyde turizm talebine hizmet edebilecek bir ülkedir. Genel ekonomik analizler, Türkiye’de turizm sektörünün hızla geliştiğini fakat kentsel alanlarda ve turistik cazibe merkezlerinde yoğunlaştığını göstermektedir. Her bölgesi kendine özgü turizm zenginliklerine sahip olan Türkiye’nin kırsal bölgelerinin kalkındırılmasında turizm sektöründen yeterince yararlanılmadığı düşünülmektedir. Türkiye’nin sahil bölgelerindeki turizm geliştirme ve turist sayısını artırma başarısını, kırsal ve gelişmekte olan bölgelerinde gösteremediğine inanılmaktadır (Tosun vd., 2003; Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, 2008).

Türkiye topraklarının %36'sı ekilebilir arazi, %27,6'sı çayır ve mera, %29,8'i orman ve çalılık alan, %1,1'i tarıma elverişsiz arazi, %3,9'u tarım dışı kullanılan arazi ve %1,5'i su altı arazisinden oluşmaktadır. Toplam nüfusunun %26'sı köylerde yaşamaktadır (EU, 2006: 17). Kırsal alanları, zengin doğal ve kültürel mirası ve çeşitli el sanatları sektörü ile kırsal turizm için büyük potansiyel olarak görülmektedir. Bununla birlikte, Türkiye'nin kırsal alanları gelişmiş alt yapı yönünden yetersiz, tarımsal aktivitelere bağlı, çiftlik gelirlerinin çoğunluğu tarım ürünlerinden oluşan, alternatif gelir kaynaklarından yoksun ve önemli oranda kırsal alanlar dışına göç veren bölgeler olarak görülmektedir (EU, 2007: 1). Dokuzuncu Kalkınma Planı'nda kırsal alanlarda, tarım sektöründeki istihdam azalışlarına alternatif çözüm yolu olarak, çiftçilerin turizm sektörüne dahil olmaları ve faaliyetlerini çeşitlendirmeleri önerilmektedir. Özellikle yapısal fonlardan destek sağlanarak "kırsal turizm" ve "agro (tarım) turizm" geliştirilmesi istenmektedir (DPT, 2006a: 22). Bu çözüm önersine karşılık Türkiye'de; kırsal turizm amaçlı yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası yapılara ve bu yapılarla ilgili sayısal verilere literatürde pek rastlanmamaktadır.

Hazırlanan bu araştırma ile Türkiye'deki kırsal bölgelerin turizm gelişim çalışmalarına destek sağlanması hedeflenmektedir. Bu bağlamda, Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013 kapsamında öncelikli turizm gelişim bölgesi olarak gösterilen illerin içerisinde yer alan ilçe ve belde belediyelerine; bütüncül turizm yaklaşımı, yönetim yaklaşımı, lider yaklaşımı ve öğrenen turizm yaklaşımı perspektifinde, turizm boyutunda destek sağlanması öngörülmektedir. Bu kapsamda, ilçe ve belde belediye başkanlarının turizm konusundaki tutumları ölçülmektedir. Türkiye'nin kırsal bölgelerine örnek teşkil edebilecek, paydaş katılımlı ve belediye destekli bir turizm güçlendirme modeli önerilmektedir.

Araştırma, kavramsal çerçeve ve uygulama çalışması olmak üzere iki ana bölümden oluşmaktadır. Kavramsal çerçeve bölümünde; kırsal bölgeler, kırsal turizm, turizmde paydaş analizi, belediyeler ve tutum araştırmaları konu başlıklarına yer verilmekte ve bu çalışma ile olan ilişkisi irdelenmektedir. Uygulama bölümünde ise belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının kırsal turizm üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik anket bulguları yorumlanmakta ve sonuçları tartışılmaktadır.

1.1. Araştırma Problemi

Dünyadaki yoksul nüfusun yüksek bir oranı (%75) kırsal alanlarda yaşamaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin önemli turizm destinasyonlarını; milli parklar, el değmemiş doğal alanlar, dağlar, göller ve kültürel sit alanları oluşturmakta ve bunların hepsi de kırsal bölgelerde yer almaktadır. Dolayısıyla, potansiyele sahip yoksul kırsal bölgelerde turizm, ekonominin önemli bir unsuru olarak öncelikli harekete geçirilmesi gereken bir kaynaktır (Holland vd., 2003: 1).

Turizm, kırsal bölgelerde giderek artan gelişimsel dengesizlik problemlerini azaltan bir strateji olma özelliği ile öne çıkar (Kokkranikal ve Baum, 2002: 64). Özellikle, potansiyel istihdam, gelir ve diğer sektörlere sinerji oluşturma özellikleri ile son zamanlarda çoğunlukla denizden uzak, dağlık az gelişmiş bölgelerde etkili gelişmeyi teşvik etmenin önemli bir yoludur (Ribeiro ve Marques, 2002: 211). Bu nedenle, kırsal alanda yaşayan insanlar ve onların gelişimini destekleyen sivil toplum örgütleri; turizmi, kırsal kalkınmanın önemli bir bileşeni olarak görürler (Ashley, 2000: 8).

Kırsal bölgelerde turizm gelişimini tetikleyen önemli unsurlardan bir tanesi de turizme yönelik talep artışıdır. Kırsal bölgelerde turizme yönelik talebin artmasında rol oynayan nedenler şu şekilde sıralanmaktadır (Tchetchik vd., 2006: 4):

- Çoğunlukla kırsal alanlarda gerçekleşen gününbirlik gezilere artan eğilim,
- Kırsal bölgelerin doğal tarihi mirasın gerçek temsilcisi olarak algılanması,
- Temiz hava, temiz su ve açık hava aktiviteleri için olanak sağlayan kırsal bölgelerin şifa kaynağı olduğuna ilişkin inanç,
- Dört çekişli araçlar ve dağ bisikletleri gibi rekreasyon amaçlı aktivitelerin geliştirilmesi,
- Ulaşım ve iletişimdeki iyileştirmeler sonucunda kırsal alanlara ulaşılabilirliğin kolaylaşması, politik ve ekonomik engellerin ortadan kaldırılması.

Kırsal bölgelere yaşanan talep artışına rağmen kırsal toplumun, turizm faaliyetini hayata nasıl geçireceği ve nasıl sürekli hale getireceği planlamacılar ve politika yapıcılar için merak konusu olmaktadır. Özellikle, turizm açısından uygulanacak politikalar ve yönetim önem arz etmektedir. Kırsal gelişim politikalarıyla, turizm geliştirme politikalarının genelde örtüşmemesi ve ülkeden ülkeye farklılık

göstermesi bu durumu zorlaştırmaktadır. Bu durumun temel nedeni ise kırsal turizm politikasının örgütsel yapısı ve kırsal gelişim politikasında egemen ideolojiler olarak gösterilmektedir (Sharpley, 2006: 150). Oysaki kırsal gelişim politikalarında yer alan; çok fonksiyonlu tarım, çok sektörlü entegre yaklaşım, istihdam amaçlı yeni gelir kaynakları oluşturması, kırsal mirasın korunması, ademi merkezîyetçi (merkezi hükümetin yetkilerini azaltılacak) yönetim, bölgesel ve yerel yetkililerle ortaklık, plan ve programların hazırlanmasında ve yönetilmesinde şeffaflık, kırsal kalkınma amaçlı yardımlarda esneklik, mevzuata kolay ulaşım ve basitlik gibi temel ilkeler (Giray vd., 2004: 166) kırsal bölgelerde turizm geliştirme süreci içinde geçerli olan ana ilkelerdir.

Kırsal alanlar, genellikle hızlı yaşam tarzı içerisine sıkışıp kalmış kentlilere hitap edebilecek; doğal kaynaklara, özgün otantik tarımsal veya ekolojik tabanlı faaliyetlere, manzara güzelliğine, tarihe ve "küçük kasaba cazibesine" sahip mekanlardır. Bu özelliklere sahip olmak, yerel ekonomilerin turizm geliştirmesi için tek başına yeterli değildir. Bununla birlikte, yerel liderler ve iş adamları; başarılı bir ürün geliştirme, pazarlama ve yeterli alt yapı oluşturulması gibi konulara eğilmek zorundadırlar. Özellikle, yerel liderlerin bilgili olması akıllıca alınacak iş kararları açısından çok önemlidir (Woods, 2000: 1). Bununla birlikte, yerel otoriteler; "turizm gelişiminin özel sektörün girişimlerine bağlı olduğu" fikrinden dolayı turizme çok az dahil olmuşlardır. Bu yüzden turizmde planlama, geliştirme ve yönetim açısından çok az deneyime sahiptirler. Ancak, son yıllarda bu durum değişmiş, yerel otoritelerin oynadığı önemli rolün farkına varılmış (UNEP, 2003: 8) ve aynı fiziksel imkanlara sahip destinasyonlardan yerel ürünlerini farklılaştırabilenler turizm pastasından pay alır hale gelmişlerdir (Kotler ve Gertner, 2002: 254).

Kırsal bölgelerde turizm gelişiminde yaşanan temel problemler; talep edenlerdeki bilgi yetersizliği, ürün sunumuyla ilgili beceri eksikliği, çalışılan pazar hakkında fazla bilgi sahibi olunmaması, işbirliği ve pazarlama ağlarının yetersizliği olarak ifade edilmektedir (Derek ve Mitchell, 2005: 4). Bu sorunların asgari düzeye indirilmesi ve kırsal bölgelerde turizmin geliştirilmesinin ön şartı ise geniş katılımlı kamuoyu desteği sağlanması olarak değerlendirilmektedir (Wilson vd., 2001: 132). Turizme yönelik, plan ve projelerin sağlıklı olarak yürütülebilmesi için kırsal toplumun kendi içinde bir üst organizasyona bağlı olacak şekilde hiyerarşik örgütlenmesi ve ekip çalışması önerilmektedir. Böylece kırsal bölgelerin bölgesel, ulusal ve uluslararası turizm ağlarına entegre olabilecekleri düşünülmektedir (Soykan, 2004: 15).

Bir toplum veya bölgede içinde turizmin önemli bir aktivite olabilmesi için iyi bir şekilde planlaması ve koordinasyonu gerekir (Stynes ve O'Halloran, 1987: 1). Genel yaklaşım olarak, iyi koordine olmuş turizmin, az koordine olmuş turizme göre daha fazla değer oluşturduğu (Clark ve Chabrel, 2007: 371) ve liderlik türünün kırsal bölgelerde yerel halkın sorunlara yaklaşımında ve turizm gelişiminde fark oluşturabileceği belirtilmektedir (Wilson vd., 2001: 134). Özellikle yerel turizmin planlanması, geliştirilmesi ve koordinasyonunu tek elden yürüten “destinasyon yönetim organizasyonlarının” oluşturulması öngörülmektedir (Yavuz, 2007: 6).

Türkiye’de, kırsal alanların geliştirilmesinde merkezden kırsala doğru etkili olan örgütler; merkezi yönetimin taşra kuruluşları, yerel yönetimler, birlikler, kooperatifler, ortaklıklar, vakıflar ve sivil toplum örgütlenmeleri (İçişleri Bakanlığı, 2009: 10) ve üniversiteler olarak sıralanmaktadır. Dokuzuncu Kalkınma Planı’nda, bu kuruluşların katılımıyla kırsal kalkınmanın desteklenmesi konusunda şu öncelikli hedeflere yer verilmektedir:

“Yerel dinamiklere ve içsel potansiyele dayalı gelişme ortamının oluşturulmasına, yerel düzeyde kurumsal kapasitenin artırılmasına ve kırsal kalkınmanın hızlandırılmasına yönelik çalışmalara ağırlık verilecektir (DPT, 2006a: 91). Başta il özel idareleri olmak üzere, yerel yönetimler ile birliklerinin kırsal kalkınma konusundaki etkinliğini artırmak için teknik, mali ve kurumsal kapasiteleri güçlendirilecektir” (DPT, 2006a: 95).

Benzer şekilde, “Türkiye Turizm Stratejisi 2023” çalışması da bu örgütlerin turizm faaliyetleri içerisinde etkinliği artırmaya yönelik şu hedefleri benimsemektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007b: 7):

“Yerel düzeyde plan onama yetkisine sahip kurum ve kuruluşlara teknik personel desteği sağlanacak, böylece yerel bazda turizm gelişimi yönlendirilecektir. Yerel ölçekte nokta bazında Konseylerin işler kılınması ile Yerel Gündem 21 gibi katılımcı mekanizmaların oluşturulması sağlanacaktır.”

Türkiye ölçeğinde de turizm, kırsal bölgeler için önemli bir gelişim aracıdır. Kırsal bölgelerde turizm gelişiminde rol üstlenebilecek kırsal örgütler; merkezi yönetimin taşra kuruluşları, yerel yönetimler, sivil toplum örgütleri, vakıflar, kooperatifler, birlikler ve üniversiteler olarak görülebilir. Bu örgütler içerisinde belediyeler, yerel halkın seçimi ile oluşan, kırsal bölgeleri en iyi tanıyan ve kırsal toplumu yönlendirebilecek aktör örgütler olarak (İçişleri Bakanlığı, 2003: 79)

yörelere turizmini geliştirme ve turizm modellerini çeşitlendirme adına aktif olarak görev alabilirler. Özellikle, koruma-kullanma, sürdürülebilirlik, yerel halkın ve turistlerin ihtiyaçlarını uyumlaştırma, tarihi eserlerin turizm amaçlı kullanımı çerçevesinde yönetim anlayışına uygun hareket ederlerse kentlerindeki turizme uzun vadeli olumlu katkılarda bulunabilirler. Ayrıca, yerel aktörlerin yönlendiricisi ve organize edicisi konumlarıyla turizme yön verebilirler (Azaklı ve Özgür, 2004: 136). Bununla birlikte, belediyelerin yasal süreçte (5393 sayılı Belediyeler Kanunu-5355 sayılı Mahalli İdare Birlikleri Kanunu) turizm ve tanıtım hizmetlerine katılımları öngörülmekte, turizm ve tanıtım asli görev ve sorumlulukları arasında gösterilmektedir.

Kırsal bölgelerde hızlı bir ekonomik ve sosyal değişimin yaşandığı süreçte, ekonomik problemlere bir çözüm aracı olarak gösterilen (Long ve Lane, 2000; Farrell ve Russell, 2011; Ertuna vd., 2012; Eren ve Aypek, 2012; Şengül vd., 2012) turizmin kırsal bölgelerde bir gelişim aracı olabilmesi için kamusal ve özel birçok paydaşın organize edilmesi gerekmektedir. Bu organizasyon sürecinde paydaşların tutumlarının öğrenilmesi, turizm gelişimine olumlu katkılar sağlayabilecektir. Özellikle yerel halk tarafından aktör örgüt olarak kabul edilen ve kırsal gelişim sürecinde rol üstlenmesi beklenen belediyelerin başkanlarının turizme yönelik tutumlarının öğrenilmesi, kırsal gelişime turizm boyutunda katkı sağlayabilecektir. Bu bilgiler çerçevesinde araştırmanın problem cümlesi şu şekilde belirlenmiştir:

Belediye başkanların turizme yönelik tutumlarının kırsal turizm üzerinde etkisi var mıdır?

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı; *kırsal bölgelerde turizm gelişimi ve yönetiminde önemli bir paydaş olarak görülen ve belediyelerin başkanlarının turizme yönelik tutumlarının kırsal turizme olan etkisini araştırmaktır*. Bu temel amaçla birlikte, araştırmanın alt amaçları ise şunlardır:

- Kırsal bölgelerde kamu hizmetlerinin yerelleşmesi sürecine, turizm bağlamında destek sağlamak,
- Kırsal bölgelerde yerelleşmesi öngörülen turizm hizmetlerine yönelik bilimsel temelli bir bakış açısı geliştirmek,

- Alternatif bir turizm çeşidi olarak görülen kırsal turizme dönük öneriler geliştirerek, yapılacak benzer çalışmalara yol göstermek,
- Türkiye turizmini çeşitlendirme ve tüm yıla yaymaya yönelik çabalara destek sağlamak.

Araştırmada tanımlanan amaçlara ulaşmak için öngörülen hipotezler şu şekilde belirlenmiştir:

H₁: Belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları kırsal turizmi olumlu yönde etkiler.

H_{1.1}: Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları, kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturmayı olumlu yönde etkiler.

H_{1.2}: Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirmeyi olumlu yönde etkiler.

H_{1.3}: Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları kırsal turizmde ürün geliştirmeyi olumlu yönde etkiler.

H_{1.4}: Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları kırsal turizmde ürün pazarlamayı olumlu yönde etkiler.

H_{1.5}: Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturmayı olumlu yönde etkiler.

H_{1.6}: Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirmeyi olumlu yönde etkiler.

H_{1.7}: Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları kırsal turizmde ürün geliştirmeyi olumlu yönde etkiler.

H_{1.8}: Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları kırsal turizmde ürün pazarlamayı olumlu yönde etkiler.

Araştırmada tanımlanan amaçlara ulaşmak için öngörülen yöntem ve analizler ise şunlardır:

- Literatür incelemesi ve belediyelere yönelik uygulama çalışması ile kırsal turizmin kapsamını belirlemek,

- Türkiye’de kırsal turizm geliştirmede aktif rol alabilecek paydaş grupları tanımlamak,
- Türkiye’de kırsal turizm geliştirmedeki zorlukları belediye başkanları perspektifinden belirlemek,
- Kırsal turizm geliştirme yaklaşımlarını bir uygulama ile kırsal paydaşlar arasında önemli role sahip bulunan belediye başkanları üzerinde test etmek,
- Belediye başkanları önderliğinde kırsal turizm gelişimine yönelik bir model geliştirmek.

1.3. Araştırmanın Önemi

Kırsal alanlar; şehir merkezlerinden uzak, az ve dağınık bir nüfusa sahip, tarımsal toprakları verimsiz, düşük gelir, yüksek oranlı dış göç, azalan ve yaşlanan nüfus ile yüksek oranda işsizlik sorunlarının olduğu bölgelerdir (Özgüç, 1998: 147-148). Kırsal bölgelerdeki iş imkanlarının azlığı ve mevcut üretim yöntemlerinin yetersizliği, bölge insanların büyük kentlere göç etmesine neden olmaktadır (Kozak ve Bahçe, 2009: 107).

Bu sorunlarla karşı karşıya olan ölkeler, bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltma ve ortadan kaldırmaya dönük, kendi ekonomik ve toplumsal yapısına uygun politika ve uygulama araçlarına yönelmektedirler. Böyle bir durumda karar verilmesi gereken en önemli problem, bölge için hangi sektörün uygun olduğunun belirlenmesi olarak görölmektedir. Bu süreçte, zengin turizm potansiyeline sahip kırsal bölgelerin, planlı ve etkin bir turizm uygulamaları ile turistik yönden kalkındırılması, değişen turist taleplerini göz önüne alarak kırsal alanlarda tarımsal kalkınmanın yanı sıra kırsal turizm gibi diğer sektörleri de kapsamına alan çok yönlü bir yaklaşımlar öngörülmektedir. Kırsal bölgelerde istihdam ve gelir olanakları oluşturmak amacıyla, turizm geliştirilmesi kırsal bölgelerde ekonomik ve sosyal canlanmanın etkili bir aracı olarak kabul edilmektedir (Akça vd., 2000; Sharpley, 2006; Yıldız, 2007; Ünlüönen vd., 2007). Turizmin kırsal gelişime sağlayabileceği katkılar şu şekilde sıralanmaktadır (Hall vd., 2003: 6):

- Yerel ekonomileri yeniden organize etme, canlandırma ve yaşam kalitesini iyileştirmeye destek olur,

- Çiftliklere, el sanatlarından kazanç sağlayanlara ve hizmet sektörüne ek gelir oluşturur,
- Yeni toplumsal diyaloglara olanak sağlar; özellikle uzak bölgelerin ve sosyal toplulukların yalıtılmışlığını kırmaya yardımcı olur,
- Tarihi mirasın ve sembollerinin, coğrafi doğal kaynaklarının, açık alanlara erişilebilirliğinin ve kırsal yerlerin kimliğinin yeniden değerlendirilmesine olanak sağlar,
- Çevresel, ekonomik ve toplumsal sürdürülebilirlik politikalarına yardımcı olur,
- Kullanılmayan, terk edilmiş yapıların, eşsiz manzaraların, yerlerin ve kültürün yanı sıra özel ve kaliteli yiyecek üretiminin ekonomik değerinin anlaşılmasını sağlar.

İnsanların eğlence ve tatil anlayışlarının sürekli değişime paralel olarak özgün doğa, kültür ve tarihi mekanlara ziyaretler artmaktadır. Turistler gittikleri ülkelerin tarihi kalıntılarını, yerel kültürünü, bozulmamış doğal çekiciliklerini, bitki ve hayvan türlerini yerinde orijinal haliyle görmek istemekte ve doğaya, kültüre, topluma duyarlı turizm anlayışını benimsemektedirler. Gurup seyahatleri yerine bireysel seyahatler, büyük konaklama tesisleri yerine küçük ve orta boy tesisler tercih edilmektedir (Soykan, 2001; Emekli, 2005; Kozak ve Bahçe, 2009).

Kırsal bölgelerin gelişiminde önemli gelişim aracı olarak görülen kırsal turizm, kitle turizmi tarafından istismar edilen bölge içi yerellikler (huzur, doğa, yerel gelenekler) ile ilişki kurmasıyla öne çıkan bir turizm çeşidi (López ve García, 2006: 86) olarak değişen turist tercihlere olanak sağlayabilecek önemli bir araç olarak görülebilir.

Gelişen süreç içerisinde kırsal turizm; çiftlik, doğa, macera, spor, sağlık, eğitim ve sanat ile ilişkili faaliyet ve ilgileri de kapsadığı öne sürülmüştür. Kırsal adetler, folklor, yerel ve ailesel gelenekler, değerler, inançlar ve ortak mirası da kapsayacak şekilde alanını zenginleştirmiştir. En son olarak da kırsal turizm görüşünü, kırsala uygun düşecek tüm boş zaman faaliyeti özelliklerini kapsayacak şekilde genişletilmiştir (MacDonald ve Jolliffe, 2003: 308).

Roberts ve Hall (2001: 2), kırsal alanlarda turizm ve eğlence faaliyetlerinin yaygınlaştırılmasının önemine dikkat çekmiştir. Kırsal alanlarda turizm ve rekreasyon kapsamında gerçekleştirilebilecek faaliyetleri; geziler, kültürel aktiviteler, su

aktiviteleri, hava aktiviteleri, spor aktiviteleri, sağlıkla ilişkili aktiviteler, işle ilişkili aktiviteler, özellikli olaylar ve pasif aktiviteler olmak üzere Tablo 1’de gösterilen “Kırsal Alanlarda Turizm ve Eğlence Faaliyetlerinin Dağılımı” başlığı altında dokuz grup faaliyet ile ilişkilendirmişlerdir:

Tablo 1: Kırsal Alanlarda Turizm ve Eğlence Faaliyetlerinin Dağılımı

Geziler	Kültürel Aktiviteler
-Yürüyüş (patikalar, form yolları, doğal parklar)	-Arkeoloji
-At binme	-Restore edilmiş siteler
-Fayton gezileri	-Kırsal miras çalışmaları
-Motorlu geziler (yol binişi, arazi araçları, sürücülük)	-Yerel endüstri, tarım ve el sanatları işletmeleri
-Küçük kasaba ve köy turları	-Müzeler
-Macera tatilleri ve çöl tatilleri	-El sanatları kursları
-Bisiklet binme	-Sanatsal dil bilim çalıştayları
-Eşek binme	-Folklor grupları
-Çim kayağı	-Kültür, gastronomi ve diğer gezi yolları
Su ile İlişkili Aktiviteler	Sağlıkla İlişkili Aktiviteler
-Balık tutma	-Sağlık kursları
-Yüzme	-İlk yardım kursları
-Irmak ve kanal turizmi (yüzen evler, sınırlı botlar, filikalar)	-Kaplıca ve sağlık tesisleri
-Kano ve rafting	
-Rüzgar sörfü	
-Sürat teknesi yarışı	
-Yelken	
-Su dünyası aktiviteleri	
Hava ile İlişkili Aktiviteler	Pasif Aktiviteler
-Hafif uçak	-Kırsal ortamda dinlenme tatilleri
-Hava sporu ve küçük hafif uçak	-Açık hava ortamlarında ekolojik çalışmalar
-Sıcak hava balonları	-Fotoğrafçılık
	-Kuş gözlemciliği
	-Manzara seyretme
Spor Aktiviteleri	Özellikli Olaylar
-Yer altı mağaracılığı	-Kırsal spor festivalleri
-Dağcılık	-Tarımsal gösteriler
-Hedef bulma	
-Tenis	
-Golf	
-Kayak	
-Atıcılık	
İşle İlgili Aktiviteler	
-Küçük ölçekli kongre ve toplantılar	
-Özendirici kısa turizm gezileri	

(Roberts ve Hall, 2001: 2).

Tablo 1 incelendiğinde kırsal turizm kapsamında kültürel faaliyetler (arkeoloji, restorasyon, kırsal miras, el sanatları, müzeler, sanatsal çalıştaylar, folklor, gastronomi) ile gezi faaliyetlerinin (yürüyüş, binicilik, fayton gezileri, sürücülük, köy turları, macera tatilleri, bisiklet, çim kayağı) kırsal turizmde öne çıktığı söylenebilir. Bununla birlikte,

kırsal turizm kapsamında en düşük faaliyetlerin işle ilgili aktiviteler (kongreler, toplantılar, geziler) olduğu söylenebilir.

Dünyada kırsal turizme önemli bir sayıda insanın katıldığı kabul görmekte, hızla büyüyen bir sektör olarak Avrupa’da ve Kuzey Amerika’da kırsal turizmdeki artışa dikkat çekilmektedir. İngiltere’de kırsal turizm gelirlerinin yıllık 14 milyar Dolar olduğu ve 380.000 kişinin bu sektörde istihdam edildiği, Kanada’da turizm sektöründe çalışan işgücünün %3’nün kırsal turizme ait olduğu, Amerika Birleşik Devletleri’nde 2002-2004 döneminde 90 milyon kişinin kırsal destinasyonları seyahat ettiği bildirilmektedir (Tchetchik vd., 2008). Almanya’da 2007-2010 döneminde ülke içinde ve ülke dışında seyahate çıkan turistlerin %11’nin (7 milyon kişi) tatillerini kırsal alanlarda geçirdikleri belirtilmektedir (www.europeanrtcongress.org). Dünya turizminde turizm gelirleri açısından önemli bir ülke konumunda olan İspanya’da 2001 yılında 46.354 olan kırsal turizm yatak sayısı, 2008 yılında 120.517 yatağa (<http://www.hosteltur.com>), 1994 yılında 1074 olan kırsal turizm amaçlı konaklama tesisi sayısı, 2010 yılında 14.442 tesise (Garay vd., 2011: 553) ulaşmıştır. 2012 yılı itibariyle, AB üyesi 28 ülkede, 35 meslek örgütüne bağlı, kırsal turizm amaçlı 100.000 yatak bulunmaktadır (<http://www.euogites.org>).

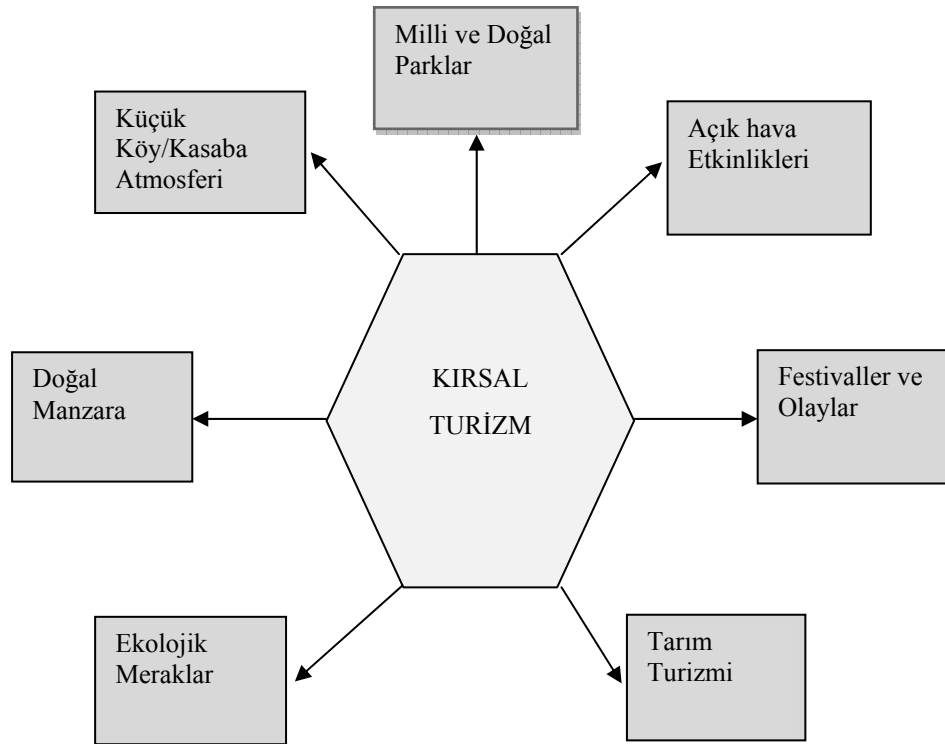
Bu olumlu gelişmelere rağmen kırsal turistin kim ya da ne olduğu konusunda çok az fikir birliği vardır. Hatta kırsal turizmin, ayrı ve sınırları belirgin bir turizm çeşidi olduğu konusunda da tereddütler bulunmaktadır (Sharpley, 2006: 148). Bu kapsamda, kırsal turizme yönelik farklı yorumlara rastlanabilmektedir. Kırsal turizme yönelik yorumlardan bazıları şu şekilde özetlenebilir:

-Kırsal turizm, turistlere modern şehirlerin tarzından kesin çizgilerle ayrılan bir yaşamı ve doğal çevreyi yaşatma özelliği ile öne çıkar. Kırsal ve dağlık alanlara yönelik ikinci tatil ve kısa süreli tatil anlayışı kırsal turizmi, ucuz turizm olarak yaygınlaşmaktadır. Buna karşın kırsal turizm, çevresel değerlere bağlılığı nedeniyle, turizm çeşitleri içerisinde sürdürülebilirlik ilkelerine en fazla ihtiyaç hisseden turizm çeşididir (Dinçer, 1997: 114; Kahraman ve Türkay, 2004: 38).

-Kırsal turizm, tarımsal yapının egemen olduğu yerlerde tarım etkinliklerinin yanı sıra turizm faaliyetlerinde ekonomik bir kaynak olarak kullanılmasını öngören bir turizm türüdür. Yöre halkının tarımsal etkinliklerine ilave olarak turizme yönelmeleri ve turizm firmalarının yöreye girişi bazı sorunlara (kırsal toplumun sosyo-kültürel

yapısının değişimi, doğanın tahribi, ekolojik dengenin bozulması, verimli tarım arazilerinin kullanım dışında kalması ve arazilerin fiyatlarında spekülatif artışı) yol açabilir. Ancak, yöre halkının doğa ve tarihin verdiği olanakları değerlendirerek, tarım gelirlerine ek bir gelir olarak turizmi ilave etmelerinin oluşturacağı ekonomik kazanç, bölgede yaşanacak sosyo-kültürel değişimi kolaylaştır (Bal, 1995: 23).

Kaliforniya Seyahat ve Turizm Komisyonu (California Travel and Tourism Commission), kırsal turizm kapsamında değerlendirilebilecek talep faktörlerini; açık hava etkinlikleri, festivaller, tarım turizmi, ekolojik meraklar, doğal manzaralar, küçük köy atmosferi ve milli parklarla ilişkilendirmiştir. Kırsal turizm talep faktörlerini şekil 2’de gösterilen biçimde resmetmiştir:



şekil 1: Kırsal Turizm Talep Faktörleri
(California Travel and Tourism Commission, 2007: 14).

Demokrasinin vazgeçilmez unsurlarından olan yerel yönetimler, halka en yakın, halkın kendi kendini yönetmesine olanak veren ve halka demokrasi eğitiminin verildiği yönetim kademeleridir. Yerel yönetimleri öne çıkaran ve popüler kılan temel özellikleri; halka sunulan hizmetlerde çabukluk ve kolaylık sağlayabilmeleridir (Alodalı vd., 2007; Oktay ve Pekküçükşen, 2009). Demokratik yoldan seçilen, halka ve yerel ekonomiye en yakın birimler olan yerel yönetimler, kamusal ve yerel fırsatları bir araya getirerek,

sorunları azaltıcı ve başarılı bir yerel kalkınma örneği ile şu alanlarda etkili olabilirler (Karabıçak, 2008: 175):

- Yörenin canlandırılması,
- Kırsal alanlarda turizmin teşviki,
- Sanayinin gelişimi için çevresel faktörlerin de göz önüne alınarak yeni inşaat alanlarının belirlenmesi,
- Yörenin kendine özgü ürünlerinin tanıtılması,
- Yerel firmalara rekabet gücü kazandıracak bazı önemli adımların atılması,
- İstihdam sağlayacak ve göçü önleyecek çeşitli önlemlerin alınması,
- Yeni yatırımları özendirecek altyapı hizmetlerinin tamamlanması.

Yerel otoriteler, turizm sektöründe önemli rol üstlenen kurumlardır. Özellikle, yerel turizm sektörü üzerinde çok önemli kritik bir etkiye sahip bulunurlar. Yerel otoriteler, üstlendikleri şu roller ile turizm sektöründe ön plana çıkarlar (Vaughan vd., 1999: 118):

- Yerel turizm endüstrisinin stratejik planlamasında temel birleştirici yapı işlevi görmek,
- Kendi turizm kaynaklarına ve altyapısına sahip olmak, bunları işletmek ve tanıtmak,
- Bir destinasyon olarak kendi bölgelerini ve dolaylı yoldan özel sektör turizm ürünleri ve hizmetlerini tanıtmak.

Turizm sektöründe yerel yönetimler; model geliştirme, hedef kitle tanımlama, genel alt yapı, rekreasyon altyapıları, kongre ve toplantı tesisleri, imaj geliştirici reklam, promosyon, halkla ilişkiler, dağıtım kanalları, pazarlama planlarının hazırlanması, pazarlama hedeflerinin saptanması ve pazar çalışmalarının koordinasyonu açısından da önem arz eden örgütlerdir (Ağaoğlu, 1992: 19). Yerel yönetimlerin turizm sektöründe öne çıkan diğer bir görevleri ise denetim mekanizması görevini üstlenen kurumlar olmalarıdır. Yerel yönetimler; planlama, yapılaşma, çevre koruma ve tesis ve işletmelerin denetimden sorumlu kuruluşlardır (Yeter, 1993: 25).

Mali açıdan daha zayıf kırsal alan yerel yönetimlerinin, tarım sektörünü saf dışı etmeyecek, tam tersine onu geliştirecek, doğanın korunmasına, çevre ile zararsız ilişkiler kurulmasına yönelik turizm türlerini tercih etmeleri ve yörelerini geliştirmeleri öngörülmektedir (Ünal, 1992: 6).

Kırsal turizm gelişiminin teorik açıdan çok yönlü değerlendirilmesini olanaklı kılmak için yerel kırsal toplum seviyesinde yaşanan değişimler ve daha geniş kapsamlı yapısal boyuttaki küreselleşme üzerine değerlendirmeler önem kazanmaya başlamıştır (George vd., 2009: 1).

Türkiye’de, kırsal turizm ve yerel örgütler arasındaki ilişki sürecine yönelik detaylı bir çalışmanın bulunmaması, literatürde önemli bir eksiklik olarak görülebilir. Araştırma, Türkiye turizmi için yeni sayılabilecek bir kavram olan “kırsal turizm” konusunda ve benzer konulardaki literatür eksikliğinin giderilmesine önemli bir katkı sağlayabilecek, daha sonra yapılacak benzer çalışmalar için başvurulacak bir kaynak olma özelliği taşıyabilecektir. Ayrıca, bu araştırma şu sorulara yanıtlar aranması bakımından önem arz etmektedir:

- Kırsal turizm hangi kavramlarla açıklanabilir?
- Kırsal turizm geliştirmek için izlenmesi gereken yollar nelerdir?
- Kırsal turizm geliştirmede karşılaşılan sorunlar ve bunları oluşturan unsurlar nasıl açıklanabilir?
- Kırsal turizm geliştirmede hangi turizm teorileri kullanılabilir?
- Kırsal turizm geliştirmede hangi paydaşlar etkilidir?
- Kırsal turizm konusunda yerel ve bölgesel işbirliği nasıl oluşturulabilir?
- Belediye başkanlarının kırsal turizm geliştirme konusundaki bilgi düzeyleri nedir?
- Belediye başkanlarının kırsal turizm geliştirme konusundaki düşünceleri nedir?
- Belediye başkanlarının kırsal turizm geliştirme konusundaki faaliyetleri nelerdir?
- Kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturulmasına yardımcı olacak pilot hareketlere girişilmesinde belediye başkanlarının rolleri nedir?

- Kırsal turizmde organizasyonel yapılar geliştirilmesine yardımcı olacak pilot hareketlere girişilmesinde belediye başkanlarının rolleri nedir?
- Kırsal turizm ürünlerin oluşturulmasına yardımcı olacak pilot hareketlere girişilmesinde belediye başkanlarının rolleri nedir?
- Kırsal turizm ürünlerinin pazarlanmasına yardımcı olacak pilot hareketlere girişilmesinde belediye başkanlarının rolleri nedir?
- Belediye başkanları perspektifinden kırsal turizm geliştirmedeki zorluklar nelerdir?

1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Literatür çalışması sonucunda belediye ve turizm ilişkilerini inceleyen sınırlı sayıda teorik ve ampirik çalışma (Tortop, 1988; Ünal, 1992; Ağaoğlu, 1992; Yeter, 1993; Long, 1994; Leslie ve Hughes, 1997; WTO, 1998; Vaughan vd., 1999; Göymen, 2000a; Kılıç, 2002; Andriotis, 2002; Cawley vd., 2002; UNEP, 2003; Azaklı ve Özgür, 2004; Yüksel, 2004; Ünlüönen vd., 2005; Kılıç, 2006; Gürsoy, 2006; South Australian Tourism Commission and Local Government Association, 2006; Baş vd., 2007; Briedenhann, 2007; Ishikawa ve Fukushima, 2007; Yüksel ve Yüksel, 2008; Negiz ve Yıldız, 2009; Öztürk ve Ayaz, 2010; Aydın ve Selvi, 2012; Selvi ve Şahin, 2012; Öztürk vd., 2012) bulunması en önemli sınırlılık olarak kabul edilmiştir. Araştırmanın diğer sınırlılıkları ise şu şekilde öngörülmüştür:

- Araştırma, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan “*Türkiye Turizm Stratejisi Kavramsal Eylem Planı 2007-2013*” çalışması kapsamında öncelikli turizm gelişim bölgeleri olarak gösterilen; Afyonkarahisar, Ağrı, Amasya, Burdur, Çankırı, Çorum, Diyarbakır, Erzincan Erzurum, Giresun, Hatay, Isparta, Kahramanmaraş, Kars, Kastamonu, Konya, Kütahya, Mardin, Nevşehir, Ordu, Samsun, Sivas, Şanlıurfa, Tokat, Trabzon, Uşak, Van, Yozgat (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007a: 1) illeri içerisinde yer alan 1390 ilçe ve belde belediyesiyle sınırlıdır.
- Araştırma, kırsal bölge belediye başkanlarının görüşleri ile sınırlıdır.
- Araştırma, kırsal bölge belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları ile sınırlıdır.

- Araştırma, kırsal bölge belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarını belirlemeye yönelik geliştirilen ölçme araçlarıyla sınırlıdır.

1.5. Varsayımlar

Bir ülkede veya bölgede turizmin planlanması, geliştirilmesi, pazarlanması, koordinasyonu ve yönetimi için turizmin çeşitli boyutlarıyla ilgili kamu kurumları ve özel sektör kuruluşları arasında güçlü bir örgütsel yapının kurulması gereklidir (İçöz vd., 2002: 210). Türkiye’de, kırsal alanların geliştirilmesinde merkezden kırsala doğru etkili olabilecek örgütler; merkezi yönetimin taşra kuruluşları, yerel yönetimler, üniversiteler, birlikler, kooperatifler, ortaklıklar, vakıflar ve sivil toplum örgütlenmeleri olarak sıralanmaktadır. Bu örgütler içerisinde kırsal alanlarda yatırım kararlarının verilmesi ve yöresel hizmetler yürütülmesi bakımından vatandaşların aktör örgüt tercihinde yerel yönetimlerin önemli bir alt birimi olan “belediyeler” ilk sırada yer almaktadır (İçişleri Bakanlığı, 2003: 79-80).

Bu çerçevede:

- Kırsal bölgelerde turizmin gelişimi ve sürdürülebilirliğinde belediye başkanlarından yararlanılabilir.
- Kırsal bölgelerde turizm gelişim sürecine belediyelerin katılımı durumunda, yerel halkın turizme olan ilgisi ve katılım düzeyi artabilir.

Bu düşüncelerden hareketle;

- Araştırmanın uygulama bölümünde araştırma evrenini oluşturan 28 öncelikli turizm gelişimi ili içerisinde yer alan 1390 belediye başkanına, turizm ve kırsal turizm konusunda hazırlanan kapalı ve açık uçlu sorulardan oluşan bir anket uygulaması ile ulaşılması varsayılmıştır.
- Kırsal bölgelerde, belediyelerin desteğinde turizm gelişimi sağlayabilmek için bazı temel bilgilere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu temel bilgileri en iyi yansıtabilecek kişinin, belediye başkanı olduğu varsayılmıştır.
- Araştırmanın uygulama aşamasında karşılaşılabilecek en büyük sorunlar; illerinin dağınıklığı ve belediye başkanlarının ilgisizliği olarak öngörülmüştür.

Bununla birlikte, araştırmada şu hususlar da dikkate alınmalıdır:

- 1) Bu araştırmanın farklı belediyelerde (büyükşehir belediyeleri, il belediyeleri) farklı sonuçlar doğurması mümkündür. Araştırma sonuçları değerlendirilirken bu gerçek gözden uzak tutulmamalıdır.
- 2) Araştırmanın örneklem grubu üzerinde belirli aralıklarla yapılacak olan çalışmalarda farklı bulgulara ulaşılması mümkündür.
- 3) Kırsal bölge belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları, bireylerin algılamaları ile ilgili bir konu olduğu ve sübjektiflik arz ettiği, göz ardı edilmemelidir.

1.6. Tanımlar

Araştırmanın temel terimleri; kırsal bölge, kırsal gelişim, kırsal turizm, paydaş, yerellik, yerel yönetimler, belediye ve tutum olarak öngörülmüştür:

Kırsal Bölge (Countryside): Kentsel yerleşmeler dışında kalan, ekonomik aktivitelerin genelde doğal üretim kaynaklarının kullanım ve değerlendirilmesine bağlı olduğu, ekonomik-toplumsal-kültürel gelişme sürecinin yavaş işlediği, teknolojik yaşamın gelişiminde gecikmelerin yaşandığı, gelenek ve törelerin yaşam biçimini etkileme gücünün fazla olduğu ve insan ilişkilerinde sosyalliğin yüksek olduğu geleneksel yaşam bölgeleridir (DPT, 2000b: 2).

Kırsal Gelişim (Rural Development): "Küçük toplulukların içinde bulundukları ekonomik, toplumsal ve kültürel koşulları iyileştirmek amacıyla, giriştikleri çabaların devletin bu konudaki çabalarıyla birleştirilmesi, bu toplulukların ulusun tümüyle kaynaştırılması ve ulusal kalkınma çabalarına tam biçimde katkıda bulunmalarının sağlanması sürecidir" (Gülçubuk, 2001: 5).

Kırsal Turizm (Rural Tourism): Genel toplumsal eğilimden ve turizm faaliyetlerinin yoğun gerçekleştiği yerlerden uzakta, kırsal çevre ve ev sahibi halk ile anlamlı ve samimi bir şekilde karşılıklı etkileşim içerisine girmek isteyen ziyaretçilerle ilişkili bir turizm çeşididir (WTO, 2003: 3). Kırsal alanlardaki turizm aktiviteleri; tarım turizmi (agro tourism/agri tourism), çiftlik turizmi (farm tourism), kırsal turizm (rural tourism), yumuşak turizm (soft tourism), yeşil turizm (green tourism), alternatif turizm (alternative tourism), eko-turizm (eco-tourism) gibi farklı isimlerle ve farklı tanımlarla bir ülkeden başka bir ülkeye farklılık gösterebilmektedir. Bu durumun nedeni ise uzmanlar arasında kırsal turizmin kapsamı konusunda ortak bir görüşe sahip

olunamaması ve ülkelerin gelişmişlik düzeyleri olarak belirtilmektedir (Lesley ve Hall, 2001: 15; Avcıkurt ve Köroğlu, 2008: 63).

Paydaş (Stakeholder): Organizasyonun hedeflerini doğrudan veya dolaylı etkileyen bireyler veya gruplardır (Stoner vd., 1995: 65). Organizasyon çevresinde önemli dört paydaş grup vardır. Bu gruplar; düzenleyici paydaşlar, örgütsel paydaşlar, toplumsal paydaşlar ve medyadan oluşur. Merkezi hükümet, yerel yönetimler ve birliklerden oluşan düzenleyici paydaşlar; işletme ve çevresi ile ilgili düzenlemelerde öne çıkan paydaşlardır. Örgütsel paydaşlar; işletme sahibi, ortaklar ve çalışanlar şeklinde işletme ile doğrudan ilgili ve işletmenin kârlılığını etkileme yeteneğine sahip paydaşlardır. Toplumsal paydaşlar; yerel halk, çevresel gruplar ve diğer potansiyel lobi gruplarını içerir. Medya ise kitle iletişim gruplarından oluşur (Henriques ve Sadorsky, 1999: 89).

Yerellik (Subsidiarity): Bir yöreye ilişkin alınacak kararların, yerel halka en yakın olan yönetim basamakları düzeyinde gerçekleşmesidir. Bir üst düzey yapılanma gerekmedikçe, alt düzeydeki kurumların işleyişine müdahale edilmemesidir (Keser, 2004: 118-119).

Yerel Yönetimler (Local Authorities): “Bir devletin ya da bölgesel yönetimin alt birimi olan, göreceli olarak küçük bir alanda, sınırlı sayıdaki kurumsal politikaların belirlenmesi ve uygulanmasıyla görevli ve yetkili kılınmış kamu kuruluşları” (Erten, 1999: 32) yerel yönetimler olarak kabul edilmektedir. Dünya genelinde yerel yönetim birimleri; eyalet, bölge, il, ilçe, kasaba, bucak, idari bölge ve köy düzeyinde ifade edilebilmektedir. Yerel yönetimlerin en temel özelliği, merkezi hükümetin yasal bir parçası olmalarıdır. Türkiye’de yerel yönetim sistemi; il özel idaresi, büyükşehir belediyesi, belediye, mahalli idare birlikleri ve köy olmak üzere beş kademedен oluşmaktadır.

Belediye (Municipality): Yerel yönetimler arasında öne çıkan en önemli yönetim birimleridir. Kırdan kente kitlesel göçlerin artması sonucunda ortaya çıkan toplumdaki yapısal dönüşümler, bu yönetim birimlerini öne çıkarmıştır (DPT, 2000a: 16). 5393 sayılı Belediyeler Kanunu belediyeyi “belde sakinlerinin mahalli müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan, idari ve mali özerkliğe sahip kamu tüzel kişiliğidir” olarak tanımlamaktadır.

Tutum (Attitude): Bireyin kendine ya da çevresindeki herhangi bir nesneye, toplumsal konuya ya da olaya karşı deneyim, bilgi, duygu ve güdülerine dayanarak örgütlediği zihinsel, duygusal ve davranışsal tepki ön eğilimidir (İnceoğlu, 2010: 13).

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde, belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının kırsal turizme etkisinin araştırıldığı çalışmaya destek sağlamak için literatür bilgilerine yer verilmektedir. Kırsal bölgeler, kırsal turizm, turizmde paydaş analizi, yerel yönetimler ve tutum araştırmaları olmak üzere beş alt bölümden oluşan kavramsal çerçeve bölümü, sosyal araştırmalarda sıkça kullanılan önemli bir yorumlama yöntemi olarak görülen “gömülü teori” kapsamında irdelenmektedir.

Sürekli değişim içinde olan sosyal olguları geleneksel kuramlarla açıklamanın yetersiz olduğunu, teorilerin var olan teorilerin denenmesi veya doğrulanmasından değil, bilgiden doğmasını savunan “gömülü teori” önemli bir yaklaşım olarak görülmektedir (Erüera, 2008; Yıldırım ve Şimşek, 2008). Alt teori olarak da adlandırılan gömülü teori yaklaşımında; bilimsel yaklaşımdan farklı olarak, elde edilen verilerle, bir önceki teoriyi doğrulama ya da reddetmek yerine, insanların tecrübeleri ile bağlantılı olarak yaptıkları ve söylediklerini inceleyerek yeni bakış açılarına yer verilmesi öngörülmektedir (Baş ve Akturan, 2008: 21).

2.1. Kırsal Bölgeler

Kırsal bölgeler; kentsel yerleşmeler dışında kalan, ekonomik aktivitelerin genelde doğal üretim kaynaklarının kullanım ve değerlendirilmesine bağlı olduğu, ekonomik-toplumsal-kültürel gelişme sürecinin yavaş işlediği, teknolojik yaşamın gelişiminde gecikmelerin yaşandığı, gelenek ve törelerin yaşam biçimini etkileme gücünün fazla olduğu ve insan ilişkilerinde sosyalliğin yüksek olduğu geleneksel yaşam alanlarıdır (DPT, 2000b: 2). Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD), kırsal bölgeleri “*nüfus yoğunluğunun km² başına 150 kişinin altında olduğu topluluklar*” olarak görmekte ve nüfus yoğunluklarına göre üç kategoride bölümlendirmektedir. Nüfusunun %50’den fazlası kırsal bölgelerde yaşayan toplulukları; kırsallığı baskın bölgeler, nüfusunun %15-50’lik kısmı kırsal bölgelerde yaşayan toplulukları; önemli ölçüde kırsal bölgeler, nüfusun %15’den azı kırsal bölgelerde yaşayan toplulukları ise kentselliği baskın bölgeler olarak değerlendirmektedir (Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, 2008: 85).

Kırsal bölgeler, coğrafyacılar, toplum bilimciler, ekonomistler ve planlamacılar açısından oldukça sorunlu yerlerdir. Sanayileşme ve kentleşme, kırsal toplumu sürekli

değişikliğe uğratmaktadır. Bu değişimin sonucu olarak tarım ve çiftlik gelirleri düşmektedir. Teknolojik değişiklikler tarım ve çiftlik sektörlerindeki istihdamı azaltmaktadır. Yoğun göç nedeniyle kırsal hizmet sunumu küçülmekte; okullar, dükkânlar ve ulaşım olanakları azalmaktadır. Kırsal nüfus, tipik olarak yaşlanmakta, köy ve kasabalar varlıklarını sürdürme çabası gütmektedirler. Yerel ve bölgesel yönetimler bu olumsuzluklara müdahale etme çabası içindedirler (Talay vd., 2004: 13).

Ekonomik, toplumsal ve kültürel gelişme sürecinin, göreceli olarak yavaş işlediği kırsal alanlarda, yaşam ortamı ve ekonomik aktiviteler önemli ölçüde doğal üretim kaynaklarının kullanım ve değerlendirilmesine bağlıdır. Teknolojik gelişmeler yaşama ve üretime gecikmeli olarak dahil olur. Gelenek ve törelerin, yaşam biçimini ve kurallarını etkileme gücü fazladır. İnsan ilişkilerinde samimiyet hakimdir (DPT, 2000b: 2). Kırsal alanlarda nispeten düşük ücretli ve sendikalı olmayan işgücü, küçük ölçekli işletme yapısı ve hızlı ekonomik düzenleme koşulları sağlayan girişimcilik kültürü hakimdir (Lowe vd., 1998: 12).

Kırsal alanları sadece tarımsal üretime ait yerler olarak görme fikri değişmektedir. Sürekli değişen kimliği ile kırsal alanlar, “kırsal kalkınma” olarak ifade edilen farklı ekonomik faaliyetlerle de öne çıkar hale gelmiştir. Bu süreçte, yerel potansiyel kaynakların değerlendirilmesi, doğal ve kültürel varlıkların korunması, kırsal toplumun iş ve yaşam koşullarının kentsel alanlarla uyumlu olarak yöresinde geliştirilmesi ve sürdürülebilir kılınmasına yönelik stratejiler ve yaklaşımlar önerilmektedir (DPT, 2006b: 10).

2.1.1. Kırsal Gelişim

Literatürde “insanların fiziksel ve fiziksel olmayan ihtiyaçları ile ilişkili, sosyal refahın veya yaşam kalitesinin iyileştirilmesine yönelik süreçler” gelişim olarak tanımlanmaktadır (Godde, 2000: 9). Gelişim, çoğunlukla büyüme ve kalkınma ile ilişkilendirilen bir kavramdır. Büyüme genel olarak, ülke ve bölge ekonomisindeki sayısal verilerdeki (üretim artışı, istihdam artışı ve girdi oranlarında yükselme) artışlarla, gelişim ise toplumun genel refah düzeyindeki artışlarla (yaşam düzeyinin yükselmesi, sosyo-kültürel alanlardaki gelişmeler) ilişkilidir (Kahraman ve Türkay, 2004: 67).

Gelişim sürecinde; yoksul insanların temel ihtiyaçlarının giderilmesinde iyileşme sağlanması, toplumun sosyo-ekonomik refahının artırılmasına yönelik çaba

gösterilmesi, eşitsizliğin azaltılması, mutlak yoksulluğun ortadan kaldırılması, insanların öz saygı kazanmalarını sağlayacak üç kötülük olan; muhtaçlık, cahillik ve sefaletten kurtaracak tüm gerekli koşulların oluşturulması ve ekonomik büyümenin hızlandırılması öngörülmektedir (Tosun, 1998: 596). Ülkelerin gelişmişlik düzeyi ne olursa olsun, bölgeleri arasında gelişim farklılıkları olabileceği, gelişim farklılıklarının, bölgeler arasındaki sosyo-ekonomik dengesizlikler için ciddi bir sorun olarak ekonomik ve sosyal problemler ortaya çıkaracağı düşünülmektedir (Gülbahar, 2009: 19). Bu gelişmelere paralel olarak, II. Dünya Savaşı sonrası gelişim fikri tamamen ekonomik büyüme üzerine odaklanmıştır. Ekonomik büyümenin düşük gelirli toplumların refahını aşamalı olarak arttıracığı, işsizlerin iş bulacağı, düşük verimli işlerde çalışanların daha fazla ücret alacağı, gelişmiş tarım, endüstri ve ticari hizmet faaliyetleri oluşturacağı varsayılmıştır. Merkezden kontrol edilen sosyalizmden, merkezi olmayan planlamaya kadar çeşitli paradigmlar gelişim rehberi olarak öne sürülmüştür (Lefebvre, 2003: 25). 1950-1980 yılları arasında “gelişim teorisi” adı altında önemli paradigmlar üretilmiştir. 1950’li yıllarda modernleşme, 1960’li yıllarda bağımlılık, 1970’li yıllarda ekonomik neoliberalizm ve 1980’li yıllarda alternatif gelişme öne çıkan görüşler olmuştur. Bu görüşlerin ortaya çıkışında, dünya nüfusundaki hızlı artış, doğal kaynaklardaki azalma ve ekonomik ve sosyal bütünleşme isteği, yönlendirici unsurlar olmuştur.

Milenyumla birlikte, küreselleşme sürecinde yaşanan çabuk değişimler ve artan dünya nüfusu karşısında azalan kaynaklar, alternatif gelişim stratejisini öne çıkarmıştır. Gelişim için en çok kabul gören görüş “alternatif gelişim” olmuştur. Alternatif gelişim, insanların yaşam koşullarını iyileştirmeyi hedef alır. Temel ihtiyaçlar, taban örgütlenmeleri ve cinsiyet eşitliği ana ilkelerini oluşturur. Sürdürülebilir gelişim, yerel düzeyde gelişim ve kırsal gelişim stratejileri ise alternatif gelişim paradigmasının öne çıkan önemli uygulama araçları olmuşlardır. Özellikle, sürdürülebilir gelişim popüler bir yaklaşım haline gelmiştir. Dünya Çevre ve Gelişim Komisyonu, kaynakların sürdürülebilir kullanımına dikkate çekmiştir. Bu çerçevede 1987 yılında hazırladığı “Brundtland Raporunda” sürdürülebilir gelişimi, “bugünün ihtiyaçlarına, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yetisini tehlikeye atmadan cevap veren gelişim” olarak tanımlamıştır (Rätz ve Puczkó, 1998: 450).

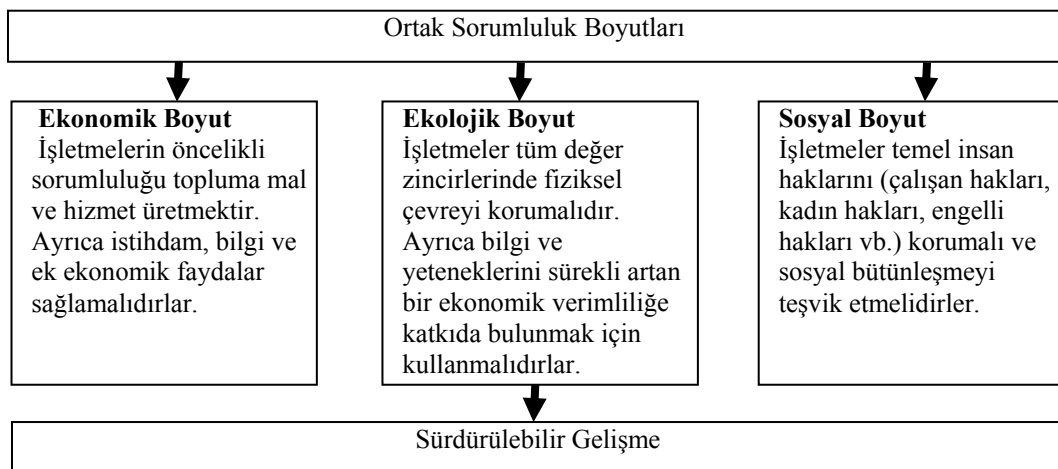
Sharpley ve Telfer (2002: 39) tarafından yapılan çalışmada ise zaman, yaklaşım ve stratejiler perspektifinde “Gelişim Teorisinin Evrimi” Tablo 2’de gösterilen biçimde özetlenmiştir:

Tablo 2: Gelişim Teorisinin Evrimi

Zaman	Paradigma	Yaklaşım/model	Kavramlar/Stratejiler
1950 ve 1960 arası	Modernleşme	Aşamalar Yayılma	Toplumlar Batı ülkeleri ile benzerlik gösteren gelişim aşamalarından geçerler. Gelişimin yayılmasında gelişmiş bölgeler itici güç olur; büyüme kutupları, kalkınmada damlama teorisi, devlet müdahalesi, bölgesel ekonomik gelişme.
1950 ve 1960 arası	Bağımlılık	Yeni Sömürgecilik Dualizm Yapısalcılık	Gelişmiş ülkelerin sebep olduğu az gelişmişlik; batının kültürel etkisi. Zengin ve yoksul ülkeler arasında ve ülke içerisinde, bölgesel eşitlikler İç pazarlar, ithalat ikamesi, sosyal reformlar, korumacılık, devlet müdahalesi
1970'lerin ortaları ve 1980'ler	Ekonomik Neoliberalizm	Serbest pazar Yapısal düzenlemeler Tek dünya	Arz yanlı makroekonomi; serbest rekabet pazarı; özelleştirme. Pazar güçleri ve rekabetçi ihracat üzerine odaklanma. Yeni dünya finansal sistemi; serbestleşme; üretimin uluslararası hale getirilmesi.
1970'ler ve 1980'lerin başı	Alternatif Gelişim	Temel ihtiyaçlar Taban örgütlenmeleri Cinsiyet Sürdürülebilir gelişim	Yiyecek, barınma, su, sağlık ve eğitim gibi konulara öncelik verilmesi. İnsan merkezli gelişme; karar verme sürecinde yerel kontrol; güçlendirme, sivil toplum örgütleri. Gelişimde kadının yeri, cinsiyet ilişkileri, güçlendirme Çevreci yönetim; bugünkü kuşağın ihtiyaçlarını, gelecek kuşakların ihtiyaçlarından ödün vermeden karşılamak.

(Sharpley ve Telfer, 2002: 39).

Daub ve Ergenzinger (2005: 1004) bir bölgede sürdürülebilir gelişimden söz edebilmek için ekonomik, ekolojik ve sosyal boyutlara Şekil 2'de gösterilen biçimde dikkat çekmişlerdir.



Şekil 2: Sürdürülebilir Gelişimde Ortak Sorumluluk Boyutları
(Daub ve Ergenzinger, 2005: 1004).

Şekil 2’de görüldüğü üzere ekonomik boyutu; topluma sağlanacak ekonomik faydalara, ekolojik boyutu; fiziksel çevrenin korunmasıyla, sosyal boyutu ise toplum haklarına önem verilmesi ile ilişkilendirmişlerdir. Sürdürülebilir gelişimde; ekonomik, ekolojik ve sosyal olmak üzere üç ortak sorumluluk boyutunu benimseyen işletmelerin ve bölgelerin gelecekte varlıkları koruyabileceklerini belirtmişlerdir.

Kırsal bölgelerde yerel dinamiklerin harekete geçirilerek, ekonomik, sosyal ve kültürel alanda gelişimini öngören kırsal gelişim fikri, Birleşmiş Milletler milenyum kalkınma hedefleri arasında yer bulmuş bir kavramdır. Farklı ekonomik faaliyetlerle kırsal alanların öne çıkartılmasını öngörür. Özellikle, yerel potansiyel kaynakların değerlendirilmesi, doğal ve kültürel varlıkların korunması, kırsal toplumun iş ve yaşam koşullarının kentsel alanlarla uyumlu olarak yöresinde geliştirilmesi ve sürdürülebilir kılınmasına yönelik yaklaşımlar ve stratejiler kırsal gelişim kapsamında değerlendirilir (DPT, 2006b: 10). Kırsal gelişimde ana temayı küçük toplulukların içinde bulundukları ekonomik, toplumsal ve kültürel koşulları iyileştirmek amacıyla, giriştikleri çabaların devletin bu konudaki çabalarıyla birleştirilmesi, bu toplulukların ulusun tümüyle kaynaştırılması ve ulusal kalkınma çabalarına tam biçimde katkıda bulunmalarının sağlanması oluşturur (Gülçubuk, 2001: 5).

Ekonomik, toplumsal ve kültürel boyutları bulunan kırsal gelişimin evrensel ölçütleri; eşitlik ve denge ilkeleri ile geliştirilmiş kırsal yaşamdır. Kırsal gelişimde; kırsal toplumun ülke gelişmişliği ve refahından, yerinde kalkınarak pay alması hedeflenir. Kırsal emeğin üretken olduğu ve haklarını aldığı bir istihdam biçimi benimsenir. Kırsal toplum yaşamının modernizasyonu ile kent ve kır ayrışımının azaltılmasına ve yoksulluğun önlenmesine çalışılır (DPT, 2000: 3). Kırsal gelişim uygulamalarında; çiftçiler odak noktası olmak üzere yeni kırsal yerleşimciler, kentli tüketiciler ve çevreciler gibi farklı topluluklar arasında kurulan işbirliği çalışmalarına ve kırsal gelişim politika ve uygulamalarına yer verilir.

Van Der Ploeg ve arkadaşları (2000: 405), kırsal gelişimin uygulamada ve teoride tartışmalı bir kavram olduğunu belirtmektedirler. Uygulamada kırsal gelişimi; yarıda bırakılan girişimler, belirli nişlerle sınırlı kalmaya mahkum deneyimler ve siyasilerin ilham verdiği önemsiz olaylar zinciri olarak değerlendirmektedirler. Teoride ise tarımının yaşadığı geniş kapsamlı dönüşümlerle, kent ve kırsal arasındaki ilişkilerin bir meyvesi olarak özetlemektedirler.

Kırsal bölgelerin gelişiminde; çok fonksiyonlu tarım, çok sektörlü entegre yaklaşım, istihdam amaçlı yeni gelir kaynakları oluşturulması, kırsal mirasın korunması, ademi merkeziyetçi yönetim, bölgesel ve yerel yetkililerle ortaklık, plan ve programların hazırlanmasında ve yönetilmesinde şeffaflık, kırsal kalkınma amaçlı yardımlarda esneklik, mevzuata kolay ulaşım ve basitlik gibi politikaların uygulanmasında, kırsal gelişim stratejileri ve yaklaşımlarına dikkat çekilmektedir (Giray vd., 2004; Akça vd., 2004: 5; Tolunay ve Akyol, 2006).

2.1.1.1. Kırsal Gelişim Stratejileri

Kırsal yörelerin bütünleşik ve karmaşık yapısı, kırsal kalkınma çalışmalarında kullanılacak stratejiler açısından oldukça önemlidir. Herhangi bir kırsal yöre için geliştirilmiş olan bir kalkınma stratejisi; yüzölçümü, iklim, doğal zenginlikler, nüfus, kültür ve yöneticilerin liderlik tarzı bağlamında, başka bir yöre için geçerli olmayabilmektedir. Ayrıca, bir kırsal kalkınma çalışmasının tek bir strateji ile yürütülmesi de önerilmemektedir. Bu kapsamda, kırsal gelişim çalışmalarında kullanılabilecek önemli stratejiler; teknolojik, yapısal ve katılımcı reformist stratejiler olmak üzere üç kategoride ele alınabilmektedir (Tolunay ve Akyol, 2006: 123):

Teknolojik stratejiler; teknolojik gelişmeleri kullanarak, kırsal toplumların bakış açılarını değiştirmeye yönelik stratejilerdir. Bu stratejilerde temel amaç; kırsal toplumun getirilen teknolojik yeniliğe uyum sağlaması ve mevcut kırsal yapı içerisinde bu yenilikleri kullanmasıdır. Tarımsal üretim tekniklerinin geliştirilmesi, tarımsal ilaç ve gübre kullanılması, hayvancılıkta yapay dölleme ve el sanatlarında becerilerin geliştirilmesi teknolojik stratejilerin önemli uygulamalarıdır.

Yapısal stratejiler; kırsal yörede var olan sosyal, siyasal ve ekonomik ilişkilerin, kırsal yöre insanlarına getirdiği olumsuz sonuçları ortaya koyma ve bu olumsuzlukları giderecek hareket tarzları ile kırsal kalkınma çalışmalarının yürütülmesi esasına dayanır.

Katılımcı reformist stratejiler ise kırsal yöre halkının kırsal kalkınma çalışmalarında etkin bir rol alması bu stratejinin temelini oluşturur. Ulusal ve yerel düzeyde kamu kesimi, özel kesim, üniversiteler ve sivil toplum örgütleri arasında işbirliği ve koordinasyonun geliştirilmesi, ekonomik ve sosyal gelişmeye yönelik olarak sivil toplum, üretici örgütlenmeleri, yerel işbirliklerinin geliştirilmesi suretiyle aktif katılımcılığın sağlanması esas alınır.

Kırsal gelişim stratejilerinde başarı için planlama, organizasyonel yapılar geliştirme, uygulama ve denetim önem arz eden unsurlardır. Özellikle sürdürülebilir gelişim tabanlı stratejiler, yönlendirici liderlik gerektirir. Liderlik; toplumsal katılım sağlama başta olmak üzere, katılımcılar arasında güç dağıtımı, doğal ve kültürel kaynakların korunmasında önem arz eder. Bu bağlamda, kırsal bölgelerde sürdürülebilir turizm gelişiminde toplumsal katılım sağlamada ve katılımcılar arasında güç dağıtımında *katılımcı reformist stratejiler*, doğal ve kültürel kaynakların korunmasında *yapısal stratejiler*, turizm amaçlı yerel el sanatlarının geliştirilmesinde *teknolojik stratejiler* öne çıkarılarak turizm amaçlı kullanılabilir.

2.1.1.2. Kırsal Gelişim Yaklaşımları

Uzmanlar ve tarımsal politika yapımcılar, kırsal gelişim sürecinde kırsalın mevcut sorunlarını azaltabilecek yaklaşımları; tarımsal kalkınma, kırsal sanayi ve kırsal turizm olarak öngörmektedirler (Akça vd., 2004: 5):

Tarımsal Kalkınma Yaklaşımı; tarımsal üretim kapasitesinin artırılmasına yönelik çabalara dayanır. Tarımsal ürünlerin işlenmesi, depolanması, standardizasyonu ve pazarlanmasının geliştirilmesini amaçlar. Ayrıca, işletmelerin organizasyonu, sulama yatırımlarının gerçekleştirilmesi, hayvan barınaklarının ve diğer işletme binalarının modernizasyonunu ilgili faaliyetleri de içerir.

Kırsal Sanayi Yaklaşımı; kırsal bölgelerde üretimi artırarak ve çiftçiler ile üreticileri, dinamik bir üretici konumuna getirerek istihdam sorununu çözmeyi hedefler. Bu amaçlar doğrultusunda kırsal bölgelerde sanayi geliştirilmesini öngörür. Kırsal bölgelerde kurulabilecek sanayiler; geleneksel formda tahıl işleme tesisleri, konserve ve muhafaza yapıları, süt işleme birimleri, modern yem üretim fabrikaları ve kırsal el işlerine dayalı sanayileri kapsar.

Kırsal Turizm Yaklaşımı; kırsal alanlarda yaşayan çiftçilerin, ormancıların, balıkçıların ve madencilerin faaliyetlerine turizmi de ekleyerek, ekonomik ve sosyo-kültürel yönden geliştirilmelerini öngörür. Bu yaklaşım, kırsal nüfusa daha güçlü bir kimlik duygusu verme ve kırsal alanlarda yaşam kalitesinin artırılmasına katkı sağlama açısından önemlidir. Kırsal turizm; kırdan kente göçü önleme, kadın istihdamı, yerel halkta girişimcilik ruhunun gelişimi, yerel ekonomilere girdi ve dinamizm kazandırılması, bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltma, yöre halkının tarımsal ürünlerinin değerlendirilmesi ve pazarlama olanaklarının artırılması ve kırsal kalkınmaya

destek vermesi bakımından önemli bir güç olarak görülebilir. Aynı zamanda kırsal ve kentsel nüfus arasında etkileşimi teşvik eden önemli bir kalkınma aracıdır. Özellikle kırsal turizm yatırımları; tarihi binaların korunması ve köy festivalleri gibi geleneksel faaliyetlerin hayata döndürülmesinde potansiyel bir güç olarak görülmektedir. Son dönemlerde ise kıyılardaki turist yoğunluğunu azaltmada bir alternatif olarak ön plana çıkmaktadır (Olalı ve Timur, 1988; Lane, 1994; Bal, 1995; Momsen, 2000; Kokkranikal ve Baum, 2002; Ribeiro ve Marques, 2002; Soykan, 2003; Holland vd., 2003; Akça vd., 2004; Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, 2008).

2.1.3. Kırsal Gelişimde Turizmin Rolü

Turizmin sürdürülebilir bir gelişim aracı olabilmesi; doğal ve kültürel çevreyi koruması, yerel ekonomik faydaları optimize ederek ev sahibi toplumun yaşam kalitesini iyileştirmesi ve ziyaretçilere yüksek bir seyahat deneyimi yaşatmasına bağlıdır (Choi ve Sirakaya, 2006: 1275). Bu süreçte, turizmin bir parçası olan insanlar, yerler ve kültürler statik, değişmeyen olgular değil, ulusal ve küresel olanın yerele, yerelin de ulusal ve küresel boyuta taşınması açısından açıklamaya ihtiyacı olan sosyal ve tarihi oluşumlardır (Thompson, 2004: 597). Kırsal bölgelerde turizmin bir gelişim aracı olabilmesi için bu oluşumların yerel topluma, kavramsal ve işlevsel olarak iyi anlatılması ve benimsetilmesi gereklidir. Kırsal toplum üyelerinin turizm olgusu hakkında bilgi sahibi olmaları turizme katılımlarını artırabilir. Bu düşünceden hareketle kırsal toplumlar için turizm olgusu ve gelişim üzerine olan etkileri şu şekilde özetlenebilir:

2.1.3.1. Turizm Olgusu

Turizm; coğrafya, sosyoloji, psikoloji veya ekonomi gibi bilimler temel alınarak turist, turistlere mal ve hizmet sağlayan işletmeler, misafir kabul eden toplumun yönetimleri ve turist kabul eden ev sahibi halk açısından dört farklı bakış açısı ile tanımlanabilir (Goeldner vd., 2000: 14; Elliot, 1997: 20):

Turistin bakış açısıyla turizm; bir rahatlama ve eğlence deneyimidir. Turistler farklı ruhsal ve fiziksel deneyimler ve memnuniyetler peşinde koşarlar. Destinasyon ve aktivite seçimlerini bu deneyimleri ve memnuniyetleri belirler.

Turistlere mal ve hizmet sağlayan işletmelerin bakış açısıyla turizm; turist pazarının takip ettiği mal ve hizmetlerden kâr sağlama fırsatı olarak görülür.

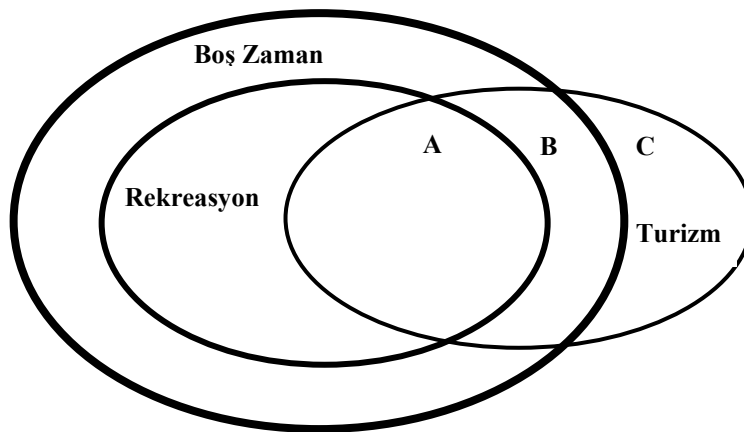
Yerel yönetimde yer alan politikacıların bakış açısıyla turizm; ev sahibi toplumun ekonomisinde bir zenginlik etkeni olarak görülür. Çoğunlukla politikacıların bakış açısı, vatandaşlarının bu işten elde edecekleri gelirlerle ilişkilidir. Uluslararası turizmden kazanılan döviz ve turist harcamalarından oluşan doğrudan veya dolaylı vergileri önemserler.

Ev sahibi toplulukların bakış açısıyla turizm; hoş, kârlı ya da can sıkıcı bir bela olarak görülebilir. Yerel halk turizmi, genellikle kültürel ve istihdam faktörü olarak görür. Aynı zamanda çok sayıda ziyaretçi ve bölgenin sakinleri arasındaki etkileşimin ortaya çıkaracağı faydalı, zararlı veya hem faydalı hem zararlı etkidir.

Turizm, kapsam alanındaki veya etkisi altındaki farklı sektör ve toplulukları dikkate almak zorunda olan bir ilim dalıdır. Turizm olgusu, içerisinde yer alan farklı ilgiler, turizmin farklı disiplinlerle ilişkiler kurmasını zorunlu kılar (Williams, 1998: 2). Coğrafya, sosyoloji, psikoloji ve ekonomi turizm ile yakinen ilişkili disiplinlerdir.

Turizm olgusu, küreselleşen dünya içerisinde sadece talep oluşturma ve kârlılık aracı değil, aynı zamanda yeni fırsatlara ve yeni destinasyonlara seyahat etme, yeni kültürleri keşfetme, yeni ürünleri ve deneyimleri tüketmek için bir fırsat sektörü olarak da görülmektedir (Goerge vd., 2009: 5).

Turizm olgusunda turistlerin turizme katılımı; boş zaman, rekreasyon ve turizm ilişkisi kapsamında Şekil 3'te gösterilen A, B ve C evrelerinin herhangi biri içerisinde gerçekleşebilir:



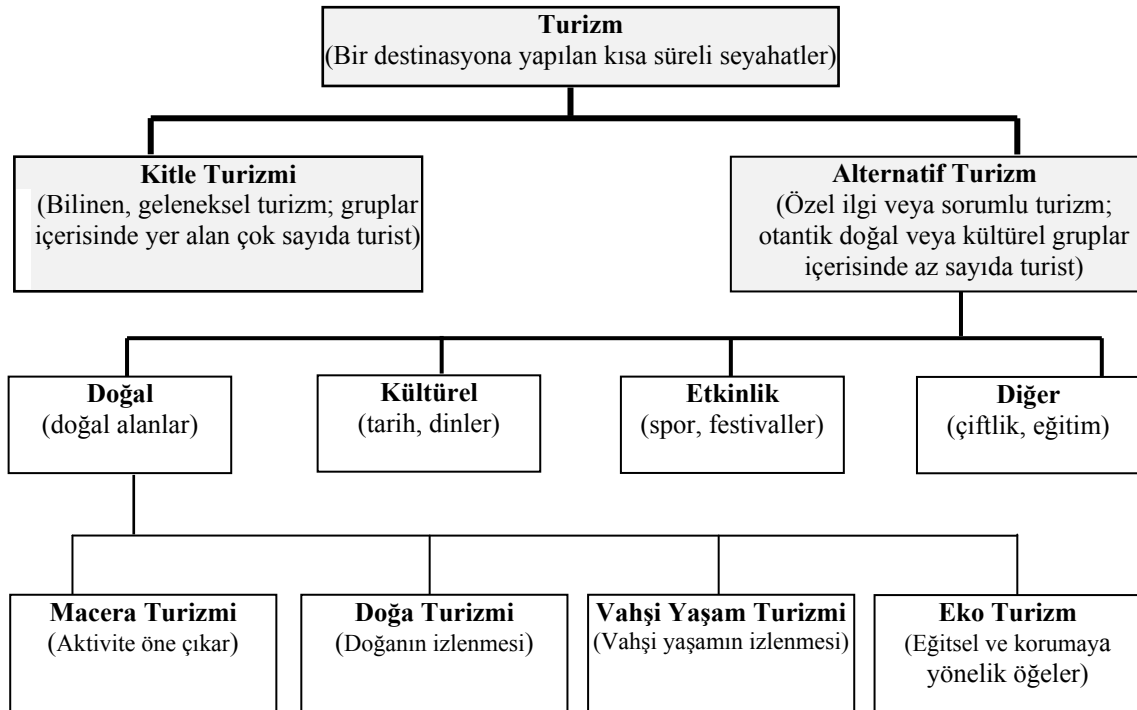
Şekil 3: Boş Zaman, Rekreasyon ve Turizm İlişkisi
(Williams, 1998: 18'den uyarlanmıştır).

Boş zaman ve rekreasyon olgusu içerisinde turizm (A Evresi): Turizm faaliyetlerinin çoğunluğunun gerçekleştiği evredir. Dinlenme ve eğlenme amaçlı tatilleri kapsar. Macera turizmi, kırsal turizm, av turizmi, golf turizmi, şarap turizmi, mağara turizmi, yat turizmi, kumar turizmi, eko turizm, kış turizmi, yayla turizmi, spor turizmi vb. turizm çeşitleri bu evre ile ilişkilendirilebilir.

Boş zaman olgusu içerisinde turizm (B Evresi): Akraba ve arkadaş ziyaretleri ve din turizmi bu evre içerisinde düşünülebilir.

Boş zaman ve rekreasyon olgusu dışında turizm (C Evresi): İş seyahatleri, sağlık ve eğitim turizmi bu kapsamda, değerlendirilebilir.

Literatürde turizm çeşitleri katılan kişi sayısına, katılanların yaşlarına, sosyo-ekonomik durumlarına, amaçlarına, katılım sürelerine, mevsimlere, turizm hareketinin öznesine göre farklı şekillerde sınıflandırılabilir (Tunç ve Saç, 1998; Kozak vd., 2006; Öztaş ve Karabulut, 2006). Bununla birlikte, “bir destinasyona yapılan kısa süreli geziler” olarak tanımlanan turizmin; planlanma, yönetim, tüketim ve sürdürülebilirlik unsurları çerçevesinde kitle turizmi ve alternatif turizm olmak üzere iki boyutu üzerinde tartışılmaktadır (Newsome vd., 2002: 11).



Şekil 4: Turizme Genel Bir Bakış
(Newsome vd., 2002: 11).

Şekil 4’te görüldüğü üzere, kitle turizmi; geleneksel turizm olarak kabul edilmekte, gruplar içerisinde çok sayıda turistle ilişkilendirilmektedir. Alternatif turizm ise özel ilgi, sorumluluk, otantiklik ve gruplar içerisinde az sayıda turistle öne çıkartılmaktadır. Kitle ve alternatif turizme ilişkin diğer öngörüler ise literatürde şu şekilde yer bulmaktadır:

1950’li yıllarla başlayan ve turizm literatüründe farklı anlamlarda kullanılabilen kitle turizmi, turizm hareketlerinin belirleyicisi olma konumuyla popüler bir turizm türüdür. Kitle turizmi, yolculuğun geniş ölçüde, konaklamanın tamamının kolektif (ortak) olarak gerçekleştiği, kişinin bir tatil grubuna entegrasyonun bilinçli şekilde teşvik edildiği, çok sayıda kişinin turizm olayına katılmasıyla doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür. Yolculuğun ve konaklamanın kolektif yapılması ve turistlerin bir gruba entegre olmasının bilinçli şekilde teşvik edilmesi temel unsurlardır. Ayrıca, geniş halk gruplarına daha ekonomik turistik ürünler sunulması ve daha fazla sayıda kişinin turizm olayına katılımının sağlanması da kitle turizmini öne çıkaran unsurlar olmuştur. Kitle turizminin en tipik özelliği, insanların daha çok paket turları tercih ederek seyahate çıkmalarıdır. Katılan kişi sayısı ve grupların seyahat bölgesine geri dönüşleri (back to back) nedeniyle öne çıkan kitle turizminde göz önünde bulundurulması gereken en önemli husus; doğal ve kültürel değerleri koruma ve kullanma dengesi içerisinde kullanımıdır (Toskay, 1989; Tunç ve Saç, 1998; Kozak vd., 2006).

Yoğun turist nüfusunu aynı kısa sezonda genellikle kıyı mekânı üzerinde inşa edilen tatil köyü, otel veya temalı otellerde konaklatma, yedirme-içirme, eğlendirme, gezdirme ve para harcatmaya dayanan pazar politikası olarak değerlendirilen (Ovalı, 2007: 65) kitle turizminin genel olumsuzlukları şu şekilde sıralanmaktadır (Akış, 1999: 38):

- Taşıma kapasitesini zorlayan çok sayıda katılım,
- Mekân ve zamanda yoğunlaşma,
- Hızlı denetimsiz gelişim,
- Büyük ölçekli, uluslararası standartlara uygun kolektif konaklama düzeni,
- Kıyıları başta olmak üzere özgün doğa parçalarına yöneliş,
- Yerel mimariyi dışlayan, anonim turizm mimarisi,

- Yerel halk ve turistler arasındaki ilişkinin kopuk olduğu, kapalı turist bölgeleri,
- Çok uluslu turist operatörlerine bağımlılık,
- Yerel turistik ürünlerin özelliklerini yitirerek standartlaşması,
- Ölçek ekonomilerine dayalı bir gelişme ve yatırım.

Kitle turizminde dikkat çekilen bir diğer olumsuzluk da kıyı şeridinde sıkışmış her şey dahil ve ultra her şey tatillerle, tatili modern yaşamın tüm gereklerini sağlıyor gibi göstererek ve ekonomik nedenleri öne çıkararak turistleri pasifleştirmesi gösterilmektedir. Turistlerin gittikleri bölgelerin doğal çevresini ve kültürel yaşamını tanıyamaz hale geldikleri düşünülmektedir (Kozak ve Bahçe, 2009: 103).

Literatürde kitle turizme yönelik eleştirilerden bir tanesi de gelecekteki durumu ile ilgili olarak yapılmaktadır. Kitle turizminin, habitat (doğal yaşam alanları) ve kültüre uzun dönemde zarar verebilecek bir turizm türü olduğu belirtilmektedir. Turizmde sürdürülebilirlik için kitle turizmine yönelik faaliyetlerin azaltılması ve önleyici tedbirler alınması istenmektedir. Bu önleyici tedbirlerden bir tanesi de alternatif turizme geçiş olarak görülmektedir. Kitle turizminde; kısa sürede çok fayda amaçlanması, hızı ve mecburiyeti zorunlu kılan yapısı, özel istekler yerine toplu hareketi ön planda tutması, çok sayıda insanı barındırma planı kapsamında farklı insan gruplarını bir araya getirmesi, planlı ve kontrollü olması ve sınırlı hizmet vermesi gibi birçok problemin bu turizm türünü sevimsiz kıldığına inanılmakta, “alternatif turizm” umut olarak aşılansmaktadır (Oruç, 2004: 18).

Alternatif turizm, sürdürülebilirlik kavramına yakınlığı nedeniyle yakın zamanda turizm araştırmacıları tarafından yoğun olarak benimsenen bir turizm türü olmuştur. Turizm araştırmacıları tarafından alternatif turizm; yerel turizm gelişimi, yerel girişimcilik, karar verme sürecinde yerel toplumların güçlendirilmesi, kadınların turizmdeki rolü ve sürdürülebilir turizm gelişiminde gelişmekte olan ülkelerin çeşitli sorunlarına çözüm olarak sunulmuştur. Mevcut gelişim felsefelerinden tatmin olmayan birçok turizm araştırmacısı ise kitle turizminden umudunu keserek alternatif turizme yönelmiştir (Telfer, 2002: 58).

Erdoğan (2003:105), alternatif turizmi ortaya çıkaran temel nedenleri; turizm amaçlı doğal ve kültürel kaynakların azalması, niteliklerini kaybetmesi, sürdürülebilir

turizm anlayışının benimsenmesi, turizmden tüm yıl yararlanma arzusu ve kitle turizminin turist beklentilerini karşılayamaması olarak göstermiştir. Telfer (2002: 59), alternatif turizmi sürdürülebilir gelişim ile ilişkilendirmiştir. Turizm stratejileri geliştirilmeden önce değişen koşulların ve ülkeler arasındaki farklılıkların dikkate alınmasının önemine dikkat çekmiştir. Akış (1999: 38), alternatif turizmin; taşıma kapasitesini zorlamayan sınırlı katılım, yavaş ve denetimli gelişim, küçük ölçekli turizm işletmeleri, çevreyle uyumlu özgün turizm mimarisi, zaman ve mekanda yayılma, yerel halk ve turistler arasındaki iletişimde uyumluluk, yerel ölçekte turizmin pazarlaması ve turistik istihdamda yöre halkına öncelik verilmesi ile varlığını koruyabileceğini savunmuştur. Oruç (2004: 19) ise alternatif turizmi; toplumsal normlara uyumluluk, küçük ölçekli ve yavaş gelişim, yerel sermaye ve işgücünün kullanımı, tüm turizm faaliyetlerinde çevreciliği ve ekosistemi her zaman ön planda tutma yaklaşımı olarak öngörmüştür.

2.1.3.2. Turizmin Gelişim Üzerine Olan Etkileri

Turizm gelişimi konsepti içerisinde yer alan “turizm” ve “gelişim” kavramları; karmaşık, birikmiş ve yenilenmiş bir dizi fikirden oluşur. Çoğunlukla gelişim kavramı insanların yaşam koşullarını iyileştiren değişimler olarak kabul edilir. İnsanların fiziksel ve fiziksel olmayan ihtiyaçları ile ilişkili, sosyal refahın veya yaşam kalitesinin iyileştirilmesine yönelik süreçleri kapsar (Godde, 2000: 9).

Turizm, dünyada hızlı büyüyen sektörlerden bir tanesidir. Çoğunlukla “en geniş ve en hızlı büyüyen sektörü” olarak ifade edilir. Uluslararası ve küresel bir faaliyet olarak turizm, farklı yerlerde ve mekansal ölçeklerde etkileri olan bir süreçtir. Ekonomik büyümedeki rolü yanı sıra, bölgesel ve yerel düzeyde sosyo-kültürel değişimlerin önemli bir aracı olarak da görülür (Saarinen, 2006; Huhtala, 2007).

Turizm, uzak ve kırsal alanlarda coğrafi genişleme ve yoğun işgücü özelliği ile istihdam artışı, gelir meydana getirme ve diğer sektörlerle sinerji oluşturma özellikleri ile önemli bir kaynaktır. Özellikle, gelişmekte olan ülkelerde yoksulluğun azaltılmasında, turizmin sahip olduğu ekonomik potansiyel daha çok fark edilir hale gelmiştir. Bu bağlamda, turizm; kırsal gelişimin önemli bir aracıdır (United Nations, 2007: 1). Küreselleşmenin standart bir ekonomi ve kültür oluşturma çabaları ve modernleşmenin dalgalanmalarına karşın turizm; gelenek, görenek ve tarihin korunmasına çalışan önemli bir sosyo-kültürel gelişim aracıdır (Hashimoto, 2002: 215).

Lordkipanidze ve arkadaşları (2008: 8-9), koruma alanlarında turizmin potansiyel faydalarını Tablo 3'te gösterilen şekilde sıralamışlardır:

Tablo 3: Koruma Alanlarında Turizmin Potansiyel Faydaları

Ekonomik İmkânları Artırma	-Yerel halkın iş imkânlarını artırır.
	-Yerel halkın gelirleri artırır.
Doğal ve Kültürel Mirası Koruma	-Yeni turizm işletmeleri oluşturarak, yerel ekonomiyi canlandırır ve çeşitlendirir.
	-Yerel üretim ürünleri teşvik eder.
Yaşam Kalitesini Artırma	-Yeni pazarlar ve döviz elde edilmesini sağlar.
	-Yaşam standartlarını geliştirir.
Doğal ve Kültürel Mirası Koruma	-Yerel vergi gelirleri oluşturur.
	-Çalışanların yeni beceriler geliştirmesini mümkün kılar.
Yaşam Kalitesini Artırma	-Yerel toplumlar ve korunmuş alanlar için kaynak sağlar.
	-Ekolojik süreçleri ve havzaları korur.
Doğal ve Kültürel Mirası Koruma	-Biyo-çeşitliliği (genler, türler ve ekosistem dahil) korur.
	-Kültürel ve tarihi yapıları korur, gözetir ve değerlendirir.
Yaşam Kalitesini Artırma	-Yöre sakinleri için algılanan değeri olmayan veya faydadan çok maliyet getirdiği düşünülen kaynakları koruyarak ekonomik değer oluşturur.
	-Eğiterek ve anlatarak koruma bilinci yayar.
Doğal ve Kültürel Mirası Koruma	-Doğal, tarihi ve kültürel miras değerlerinin ziyaretçilere ve yöre insanlarına anlatılmasına ve aktarılmasına yardımcı olur ve böylece sorumluluk sahibi tüketicilerden oluşan yeni bir kuşak oluşturur.
	-Destinasyonlardaki ziyaretçi davranışlarını ve ayrıca seyahat ve turizm işletmelerinin işleyişini etkileyecek iyi çevre uygulamalarının ve idari sistemlerin araştırılmasını ve geliştirilmesini destekler.
Yaşam Kalitesini Artırma	-Yerel tesisleri, ulaşımı ve iletişimi geliştirir.
	-Koruma bölgesinde yürütülecek işler için kendi kendini finanse eden mekanizmaların geliştirilmesine yardımcı olur.
Yaşam Kalitesini Artırma	-Refahla ilişkili estetik, manevi ve diğer değerleri teşvik eder.
	-Yerel halk ve ziyaretçilere yönelik çevresel eğitime destek olur.
Yaşam Kalitesini Artırma	-Ziyaretçiler için olduğu kadar yerel halk için de destinasyonlarda çekici mekanlar oluşturur. Bu durum, balıkçılıktan hizmete veya ürün temelli endüstrilere kadar, benzer yeni olanakların ortaya çıkmasını destekler.
	-Kültürler arası anlayışı geliştirir.
Yaşam Kalitesini Artırma	-Kültür, el sanatları ve sanatın gelişimini teşvik eder.
	-Yerel insanların eğitim düzeyini artırır.
Yaşam Kalitesini Artırma	-İnsanları yabancı turistlerin dillerini ve kültürünü öğrenmeye teşvik eder.
	-Yerel halkı, yerel kültürü ve çevreyi değerlendirmeye teşvik eder.

(Lordkipanidze vd., 2008: 8-9'dan uyarlanmıştır).

Tablo 3'te turizm; ekonomik imkanları artırma, doğal ve kültürel çevreyi koruma ve yaşam kalitesini artırma olmak üzere üç gelişim boyutunda değerlendirilmiştir. Ekonomik boyutu; istihdam, gelir, çarpan etkisi ve yerellik ile doğal ve kültürel çevreyi koruma boyutu; ekoloji, biyo çeşitlilik, doğal ve kültürel çevreyi koruma bilinci ile yaşam kalitesini artırma boyutu ise refah, kültürlerarası diyalog, otantiklik ile ilişkilendirilmiştir.

Literatürde (Inskeep, 1991; Thomas ve Long, 2000; Sharpley, 2002) turizmin bir toplumda gelişim unsuru olabilmesi için destinasyon imajı ve destinasyon tanıtımı, çekicilikler için yeni yatırımlar veya mevcut yatırımların yenilenmesi ve yeterli alt yapı sağlanması öngörülmektedir. Turizme dayalı büyümenin şeklinin, kitlesel turizm veya alternatif turizm olmak üzere destinasyonun yapısal formuna göre farklılık arz edebileceğine dikkat çekilmektedir. Etkili bir kalkınma aracı olarak turizmin tüketim şeklinin ideal olarak destinasyonun özelliklerini, arzu edilen doğasını ve gelişim oranını yansıtmayı önerilmektedir. Bu amaçla destinasyonda geleneksel kitle turizmi formlarının geliştirilmesinde veya küçük ölçekli entegre turizm uygulamalarında etkili stratejilerin, turistik tüketicinin davranışları ve uyumuna göre şekillendirilmesi tavsiye edilmektedir. Ayrıca, turizm gelişimi konusunda şu ilkelere vurgu yapılmaktadır (Goeldner vd., 2000: 520):

- Turizmin getireceği ekonomik faydalar aracılığı ile insanların yaşam standardını yükseltecek bir çerçeve oluşturulması,
- Ziyaretçiler ve yöre insanları için alt yapı ve rekreasyon olanakları oluşturulması,
- Amacına uygun olan ziyaretçi merkezleri veya resortlar geliştirilmesi,
- Hükümetin ve ev sahibi ülke ve bölge insanların kültürel, sosyal ve ekonomik felsefesiyle tutarlı bir gelişim programının ortaya konulması,
- Ziyaretçi memnuniyetinin optimize edilmesi.

Turizmin yerel topluluklara birçok ekonomik yararı olduğu kadar çevresel zararları ve olumsuz sosyo-kültürel etkileri de vardır. Bir toplumda turizmin ekonomik, çevresel ve sosyal alanlarda katkı sağlayabilmesi için toplumun iyi analiz edilmesi gereklidir. Toplumsal bir bedel ödmeden turizmin geliştirilmesinde turizm geliştirme programlarının başlatılması kararı, ilgili toplumun öncelikli ekonomik ve toplumsal gereksinimleri tanımlandıktan ve turizmin olası etkileri sonuçlarıyla birlikte değerlendirildikten sonra ele alınmalıdır (İçöz vd., 2002: 21). Bu kapsamda, turizm amaçlı planlarda toplumsal katılıma önem verilmelidir. Toplumsal katılım eksikliği, turizm planlarındaki başarısızlığı artırır. Bu nedenle turizmde, toplumu etkileyebilecek konularda vatandaşların gelişim sürecine dahil edilmesi oldukça önemlidir (Yüksel ve Yüksel, 2008: 187). Turizm gelişiminde önemli görülen diğer bir unsur da, bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımıdır. Turizm ürünlerin yeni tüketim coğrafyalarına uzaktan

ve önceden tanıtılmasında bilgi ve iletişim teknolojileri önemli bir potansiyel araçtır. Bu nedenle küçük ölçekli farklı turizm işletmeleri, ortak pazar ve ölçek ekonomileri oluşturmak hedefleriyle bir araya gelmeli, bilgi ve iletişim teknolojilerinin desteğinde ağlar oluşturmalıdır (Cawley vd., 2002: 68).

Turizmin olumlu etkileri yanında, modern turist aktivitelerinin doğa ve çevre üzerine ki negatif etkileri ve doğanın korunması ile ilgili problemler, ulusal ve uluslararası politikada tartışılır hale gelmiştir. Bu kapsamda, kırsal veya bölgesel turizm gelişimi için bir çerçeve oluşturulması önerilmektedir. Özellikle, turist aktivitelerinin geleneksel tarımsal bölgelerin ekonomik gelişiminde, kırsal alanların ekonomik yaşamında ve yerel paydaşların yararı için nasıl kolaylaştırılabileceği ve nasıl teşvik edilebileceğine ilişkin sorulara cevaplar aranmaktadır. Cevap olarak da sürdürülebilir turizm anlayışının benimsenmesi gösterilmektedir (Straaten, 2000: 221).

Dünya Turizm Örgütü (WTO) sürdürülebilir turizmi; “geleceğin olanaklarını koruyan ve iyileştiren; var olan turistlerin ve ev sahibi bölgelerin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik gelişmeler” olarak nitelendirmektedir. Özellikle “kültürel bütünlüğün, temel ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin ve yaşam destek sistemlerinin ekonomik, sosyal ve estetik gereksinimleri karşılayacak şekilde yönetilmesi” olarak tanımlamaktadır (WTO, 1998: 21). Bir destinasyonda sürdürülebilir turizmin varlığını; ev sahibi toplumun kısa ve uzun dönemdeki ihtiyaçlarının karşılayacak şekilde yaşam koşullarını iyileştirilmesine, sayıları artan turistlerin taleplerinin karşılanarak bölgeye çekilmeye devam edilmesine ve çevrenin korunması halinde koruyabileceğine inanılmaktadır (Cater ve Goodall, 1992: 318). Sürdürülebilir gelişimi, turizmde karar verme sürecinin merkezine yerleştiren sistem ve süreçleri oluşturmak gayesiyle, hükümet birimlerine ve yerel yetkililere, ulusal turizm idarelerine ve meslek odalarına düşen görevler; Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) tarafından şu şekilde sıralanmaktadır (Middleton vd., 1998: 104):

- Sürdürülebilir bir turizm gerçekleştirmek amacıyla, var olan idari, ekonomik ve gönüllü altyapı kapasitesini değerlendirme,
- Turizm sektörü faaliyetlerinin ekonomik sosyal, kültürel ve çevresel etkilerini değerlendirme,
- Kurs ve eğitimlerle yerel bilinç oluşturma,
- Sürdürülebilir turizm gelişimi için planlama,

- Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasında sürdürülebilir turizm ile ilgili bilgi, beceri ve teknoloji değişimini kolaylaştırma,
- Toplumdaki tüm sektörlerin katılımını sağlama,
- Turizm gelişim sürecinin ayrılmaz bir parçası olarak sürdürülebilirliğin merkeze yerleştirildiği yeni turizm ürünlerinin tasarlanması,
- Yerel düzeyde sürdürülebilir gelişim başarısının ölçümü,
- Sürdürülebilir gelişim için ortaklığa gidilmesi.

Ayrıca, sürdürülebilir turizm gelişiminin, sürdürülebilir kalkınma ilkeleri ile uyumlu bir şekilde yapılması önerilmektedir. Turizm gelişimi ile ilgili kararlar alınırken en az diğer ekonomik faaliyetler kadar değerlendirilmesi gereken, geçerliliği kanıtlanmış bir sürdürülebilir ekonomik gelişim seçeneği olmasına ve diğer ekonomik sektörlerle ilişkili olarak tanınırlık analizinin yapılması ve izlenmesine olanak sağlayan bir turizm bilgi tabanı oluşturulmasına vurgu yapılmaktadır (Sharpley, 2002: 327). Sürdürülebilir turizmin gelişimi ve yönetiminde; paydaş katılımı, katılımcılık ve katılımcı yönetim kritik konular olarak görülmektedir (Byrd vd., 2009: 39). Sürdürülebilir turizmin “ev sahibi yerlerdeki yerel halkın ve toplumların rehberliğinde gerçekleştirilmesi” halinde başarısının artacağı belirtilmektedir (Rátz ve Puczko, 1998: 450). Sürdürülebilir turizm kapsamında kitle turizmi ile alternatif turizmin karşılaştırılmasından doğan dört önemli teori savunulmaktadır (Ioannides, 1995; Clarke, 1997; Diamantis ve Ladkin, 1999):

1) Zıt Kutuplu Kavramlar Teorisi: Alternatif turizm temasını, kitle turizmi gelişim akımının bir antitezi olarak veya “yanlış” karşı “doğru” fikrinden yola çıkarak açıklamaktadır. Bu teorinin ana ilkesi, sürece dahil olan küçük ölçekli gelişmelerin ve girişimlerin destinasyondaki yerel katılımı ve kontrolü üst seviyelere çıkaracağı ve alternatif turizmin kitle turizminin yerini alabileceğini savunan politikaların geliştirilmesidir.

2) Süreklilik Gösteren Kavramlar Teorisi: Destinasyon kaynaklarının hem kitle turizmi için hem de alternatif turizm için aynı anda kullanılması düşüncesine dayalıdır. Bu teori, zıt kutuplu teorinin kitle turizmi ve sürdürülebilir turizm arasında bir süreklilik meydana getirecek şekilde düzenlenmesini öngörür. Bu şekilde yapılacak bir düzenlemenin turizmin zararlı etkilerini azaltacağı, kaynakların bozulmadan

korunabileceği, güç ve eşitlik dengesi kuracağı, yerel ihtiyaçlara, katılma ve denetime dikkat çekeceği ve kendi içerisinde tutarlı bir felsefe ortaya koyacağına inanılmaktadır.

3) Hareketlilik Konumu Teorisi: Sürdürülebilir turizmde başarı, küçük ölçekli turizm ürünlerine ve gelişime bağlıdır. Daha fazla küçük ölçekli turizm ile kitle turizminin varlığını koruyabileceğine inanılır.

4) Yakınsama Teorisi: Kitle turizminin büyüme hızının giderek yavaşlayacağı, bir noktadan sonra duracağı ve sürdürülebilirlik kapsamında turizmin küçük ölçekli işletmelerle varlığını koruyabileceğine inanılır. Tüm turizm türlerini daha sürdürülebilir bir yaklaşım yönünde değiştirmeye ve turizm konusunda yapılmakta olan araştırmalara öncelik verir.

Dünya turizminde üretim süreçleri, hizmet uygulamaları ve tüketim süreçlerinde fordist üretim sürecinden post-fordist üretim sürecine doğru bir geçiş yaşanmaktadır. Standartlaştırılmış paket tatillerin yerini bağımsız seyahatler, ürün üretim sürecine dahil olmak isteyen, aynı yere yeniden seyahati çok az talep eden, alternatif turizmin yeni formlarını arayan deneyimli ve bağımsız turistler almaktadır (Erkuş, 2008: 83). Bu süreçte, turizm sektöründe varlığını sürdürmek isteyen ülkelerin turizm politika ve planlamacıları yukarıda söz edilen değişim teorilerini göz önünde bulundurmak zorundadırlar.

2.1.3.3. Turizm ve Gelişim Araştırmaları

Tosun (2001), “Gelişen Dünyada Sürdürülebilir Turizmin Önündeki Zorluklar: Türkiye Örneği” adlı çalışmasında Türkiye’den yola çıkarak sürdürülebilir turizm gelişiminin önündeki zorlukları belirlemeye çalışmıştır. Araştırmasında sürdürülebilir turizmin önündeki engelleri; ulusal ekonominin öncelikleri, kamu idari yapısı, çevre sorunlarının ortaya çıkışı, aşırı ticarileşme ve uluslararası turizm sistemi ile ilişkilendirmiştir. Sürdürülebilir turizm gelişimi ilkelerinin faydalı olmasına karşın, gelişmekte olan dünyada geçerli olan sosyo-ekonomik ve politik koşullardan ötürü uygulanmasının son derece güç olduğunu savunmuştur. Sürdürülebilir turizm ilkelerini uygulamaya yönelik her girişimin; zor politik ve ekonomik seçimler, karmaşık sosyo-ekonomik çevresel kararlar gerektirdiğine vurgu yapmıştır. Uluslararası organizasyonların desteği ve hükümetlerin işbirliği olmadan bu kararları uygulamanın olanaksız olduğunu belirtmiştir.

Öztürk ve Yazıcıoğlu (2002) tarafından yapılan çalışmada, turizm çeşitlendirilmesi kapsamında alternatif turizm faaliyetlerinin geliştirilmesinin önemi vurgulanmıştır. Bu kapsamda; kongre turizmi, golf turizmi, spor turizmi, macera turizmi, kültür turizmi, eko turizm, termal turizm ve gençlik turizminin, turizm pazarından daha çok pay alabilmek için kullanılabileceğini belirtmişlerdir. Bununla birlikte, alternatif turizm türlerine yönelik alt ve üst yapının kurulmasının ve kullanılmasının önemine dikkat çekmişlerdir.

Neto (2003), turizmi dünyanın en geniş ve en hızlı büyüyen sektörlerinden biri olarak ifade etmiştir. Gelir, istihdam ve birçok ülkede zenginlik sağlama özellikleri açısından turizmi önemli bir kaynak olarak göstermiştir. Ancak, bazı bölgelerde turizmin hızlı gelişiminin, zarar verici çevresel (sosyo-kültürel) etkilere neden olduğunu belirtmiştir. Araştırmasında, turizmin temel ekonomik yararlarını ve çevresel etkilerini uluslararası sürdürülebilir turizm gündeminde değerlendirmiştir. Sürdürülebilir turizm gelişiminde yeni yaklaşımları; olumsuz çevresel etkileri minimize etmek, toplum katılımcılığı sağlamak ve yoksulluğun azaltılması için turizme öncelik verilmesi olarak sıralamıştır.

Tosun, Bilim ve Temizkan (2003) tarafından yapılan çalışmada, destinasyonlar arasında yaşanan yoğun rekabet ortamı için eldeki mevcut kaynakları kullanarak farklı turistik ürünler oluşturulması ve alternatif turizm geliştirilmesi önerilmiştir. Türkiye pazarında gerilemeye ve yavaşlamaya başlayan kıyı turizminin, büyük bir kıyı tahribatı meydana getirdiği ve kıyı yörelerin taşıma kapasitesini iyice doldurduğuna dikkat çekilerek, yeni turizm akımlarıyla Doğu Anadolu, Güneydoğu Anadolu ve Karadeniz Bölgesi'nde yeni ürün çeşitlendirmelerine başlandığı belirtilmiştir.

Emekli (2005), alternatif turizm arayışları kapsamında Türkiye'yi; doğal, tarihsel ve kültürel çekicilikler bakımından hemen hemen tüm turizm türlerinin geliştirilmesine olanak tanıyacak güce sahip bir ülke olarak göstermiştir. Özellikle Avrupa Birliği (AB) uyum sürecinde ve bütünleşmede etkili olduğu ileri sürülen kültür turizmi konusunda çalışmalar yapılmasını öncelikli hedef olarak göstermiştir. AB'nin turizm destek programların turizm ve kültür arasında işbirliğinin artırılmasını öngördüğünü belirtmiştir.

Tosun (2006) tarafından yapılan araştırmada, Türkiye'deki yerel bir destinasyonda farklı çıkar gruplarının toplum katılımından beklentileri araştırılmıştır.

Araştırmada, toplum katılımına yönelik kavramsal bir çerçeve oluşturulmuş ve bu çerçevenin rehberliğinde örnek incelemesi yaklaşımı kullanılmıştır. Araştırma sonucunda çıkar gruplarının, bir diğeri ile çatışma ihtimali olmasına rağmen toplum katılımında farklı beklentiler içinde oldukları saptanmıştır.

Gülbahar (2009) tarafından yapılan “Turizmin Bölgelerarası Gelişmişlik Farklarını Gidermedeki Rolü (Türkiye Örneği)” başlıklı çalışmada, Türkiye’de kırsal bölgelerin ekonomik açıdan kalkındırılması için alınabilecek tedbirler arasında, tarım dışında, verimliliği yüksek olan sektörlerin geliştirilmesi önerilmektedir. Bu amaca en uygun sektörlerden biri olarak turizm gösterilmektedir. Ancak, ulusal veya bölgesel çapta turizm geliştirme projelerinin başarıya ulaşabilmesi için yerel halkın desteği öngörülmektedir. Bu amaçla, bölge halkı, yerel yönetimler, sivil toplum örgütleri, sektör kuruluşları ve kamu kuruluşlarının birlikte hareket etmesi önerilmektedir. Özellikle bölge halkının turizmin önemi ve katkıları konusunda bilinçlendirilmesine yönelik eğitim çalışmalarına dikkat çekmektedir.

2.2. Kırsal Turizm

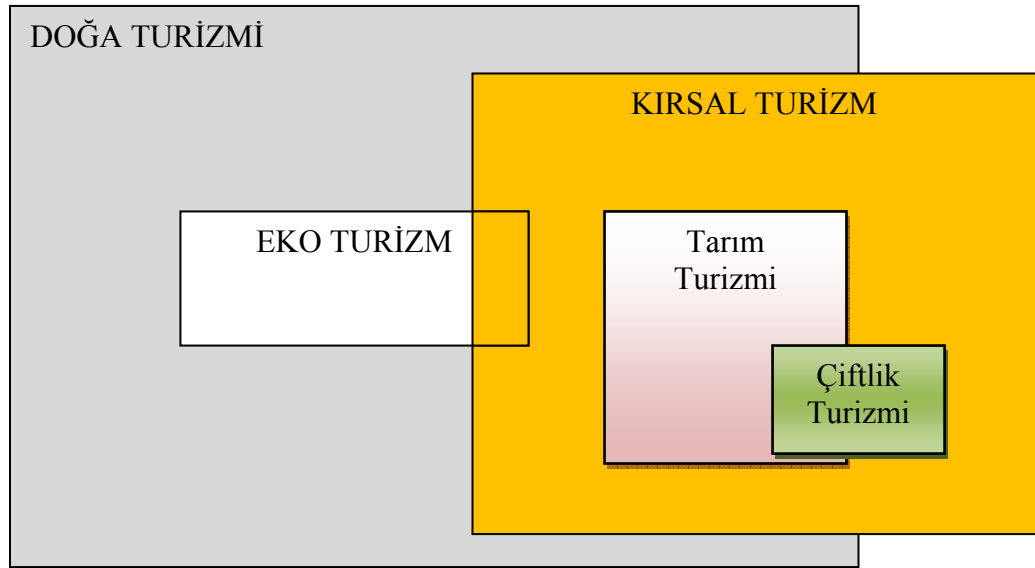
Turizm açısından kırsal; insanların rahatlayabileceği ve tatilleri sonunda sakin huzurlu yerler olarak hatırlayacağı sağlık kaynağı ortamlarıdır (Arahi, 1998: 2). Turistler, kırsal toplumların sıra dışı sosyal yapıları ve kültürleriyle kentsel toplumlarla zıtlık oluşturduğunu düşünürler. Kırsal toplumların modernleşme ve küreselleşmenin ortaya çıkardığı sıkıntılara direndiğine inanırlar. Kırsal alanlarda eski yaşam ve düşünce şeklinin korunuyor olmasını önemli bir seyahat motivasyonu olarak algırlar (George vd., 2009: 9). Bu olumlu algılar üzerine politik ve ekonomik engellerin ortadan kaldırılması, ulaşım ve iletişimde yaşanan olumlu gelişmelerin sonucunda kırsal alanlara ulaşılabilirliğin kolaylaşması kırsal bölgeler için ekonomik, sosyal ve çevresel bir kalkınma aracı olarak görülen turizme olan ilgiyi artırır hale gelmiştir (Tchetchik vd., 2006: 4).

Kırsal toplumların modernleşme sürecinde değişim sağlayabilecek önemli araçlardan bir tanesi de turizmdir. Kırsal bölgelerde gelir dengesizliğini azaltma, bölge içi dengeli kalkınma, dış göç olgusunu yavaşlatma, girişimcilik ruhunu artırma, ücretli emeği çoğaltma, mesleksel farklılaşma oluşturma, konut tiplerini değiştirme, toplumsal sınıf ayrılıklarını ve toplumsal denetimi ortadan kaldırmada turizm gelirlerinin önemli bir rolü vardır (Bal, 1995; Uçar vd., 2010).

Dünya turizm literatürü incelendiğinde kırsal alanlardaki turizm aktiviteleri kırsal turizm (rural tourism), tarım turizmi (agro tourism/agri tourism), çiftlik turizmi (farm tourism), yumuşak turizm (soft tourism), yeşil turizm (green tourism), alternatif turizm (alternative tourism), eko-turizm (eco-tourism) şeklinde farklı isimlerle adlandırılmaktadır. Bu farklılığın oluşmasına neden olan temel unsurlar ise uzmanlar arasında kırsal turizmin kapsamı konusunda ortak bir görüşe sahip olunmaması ve ülkelerin gelişmişlik düzeyleri olarak ifade edilmektedir (Lesley ve Hall 2001: 15; Avcıkurt ve Köroğlu, 2008: 63).

Dünya turizm örgütü (WTO; 2003: 3) kırsal turizmi; “genel toplumsal eğilimden ve turizm faaliyetlerinin yoğun olarak gerçekleştiği yerlerden uzakta, kırsal çevre ve ev sahibi halk ile anlamlı ve samimi bir şekilde karşılıklı etkileşim içerisine girmek isteyen ziyaretçilerle ilişkili faaliyetler” olarak tanımlamakta, kırsal turizmin ilgi alanına, kırsaldaki huzuru arayan turistlerin girdiğini belirtmektedir. AB ise kırsal turizmi “kırsal bir alandaki tüm turizm faaliyetleri” (Lesley, 2001: 15) ve “amacı tarımsal ya da yerel değerlerle iç içe bulunarak hoşça zaman geçirmek olan turistlere, beklentileri doğrultusunda konaklama, yiyecek içecek ve diğer hizmetleri veren küçük ölçekli işletmelerin yer aldığı, küçük yerleşimlerde gerçekleştirilen faaliyetler bütünü” olarak öngörmektedir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 12). Lane (1994: 9) ise kırsal turizmi çok yönlü bir aktivite olarak göstermiştir. Kırsal turizmin sadece tarıma dayalı bir turizm türü olmadığı, aynı zamanda özel ilgi tatilleri ve eko turizm, yürüyüş, tırmanma ve binicilik tatilleri, macera, spor ve sağlık turizmi, avcılık ve balık avlama, eğitim seyahatleri, sanat ve tarih turizmi ve bazı bölgelerde etnik turizmi içerdiğini beyan etmiştir.

Reynolds ve Braithwaite (2001: 32) tarafından yapılan araştırmada kırsal turizm; doğa turizmi ile ilişkilendirilmiştir. Doğa turizmi kapsamında kırsal turizm içerisine alınabilecek turizm türleri; eko turizm, kırsal turizm, tarım turizmi ve çiftlik turizmi boyutlarında olmak üzere Şekil 5’te gösterilen biçimde resmedilmiştir. Kırsal turizm faaliyetlerinin büyük çoğunluğunun doğa turizmi içerisinde gerçekleştiği vurgulanmıştır. Eko turizm ve çiftlik turizmin bir bölümü, tarım turizminin ise tamamı kırsal turizm ile ilişkilendirilmiştir. Kırsal turizmin doğa turizmi dışında kalan bölümünün köy ve kasaba yaşamına yönelik faaliyetleri kapsadığı belirtilmiştir. Benzer şekilde çiftlik yaşamının bir kısmı da köy ve kasaba yaşantısı ile ilişkilendirilmiştir:



Şekil 5: Kırsal Turizme Genel Bakış
(Reynolds ve Braithwaite, 2001: 32’den uyarlanmıştır).

Küçükaltan (1997: 212), kırsal turizmi; “insanların devamlı ikamet ettikleri yerler dışındaki kırsal yörelere ziyaretleri, buralarda tarım üreticilerinin ürettikleri mal ve hizmetleri, yörenin doğal dokusuna uygun mekanlarda talep ederek ve yörede para arttırma arzularını minimize ederek geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkilerin bütünü” olarak ifade etmiştir. Soykan (2004: 11) ise “doğal ortamlarda dinlenmek ve değişik kültürlerle bir arada olmak amacıyla, bir kırsal yerleşmeye gidip konaklama ve o yöreye özgü etkinlikleri izleme, öğrenme ve katılmayla gerçekleşen bir turizm türü” olarak tanımlamıştır.

Torre ve Gutiérrez (2008: 114) kırsal bölgelerin sosyo-ekonomik gelişimi içerisinde anahtar bir birleşen olan kırsal turizmi, “kırsal çevrede sürdürülebilir işletmenin turist aktiviteleri” olarak adlandırmıştır. Kentsel yerleşimlerin dışında gelişmiş olma, geniş alanlarda küçük ölçekli üretim, kırsal çevrenin doğal ve kültürel kaynakları çeşitli şekillerde kullanma ve yerel gelişime, turist çeşitliliğine ve turist rekabet edebilirliğine katkıda bulunma özellikleriyle öne çıkan bir alternatif turizm çeşidi olarak göstermiştir. López ve García (2006: 86) kırsal turizmi; kitle turizmi tarafından istismar edilen bölge içi sınırlama ve bölgelere alternatif bir turizm türü olarak göstermiştir. Huzur, doğa ve yerel geleneklerle ilişki kurmayı kırsal turizmin ana özellikleri olarak beyan etmiştir. Lane (1994: 14) tarafından yapılan çalışmada ise kırsal turizmin özellikleri basit formda şu şekilde ifade edilmiştir:

- Kırsal alanlarda gerçekleşir.

- Açık alan, doğayla temas, doğal dünya, kültürel miras, geleneksel toplumlar ve geleneksel uygulamalar gibi kırsal dünyaya özgü özellikler üzerine kuruludur.
- Kırsal ölçekli yerleşimler ve binalar nedeniyle genellikle küçük ölçeklidir.
- Yavaş ve organik bir gelişim gösteren yerli ailelerle ilişkili olduğundan geleneksel bir yapıdadır.
- Büyük oranda yerel olarak kontrol edilir.
- Kırsal çevre, ekonomi, tarih ve konum gibi karmaşık modellerini temsil edecek şekilde birçok farklı türü vardır.
- Uzun dönemde bölgenin yararına gelişir.

Bu araştırmada, Lesley (2001: 15) tarafından yapılan “kırsal bir alandaki tüm turizm faaliyetleri” tanımı kırsal turizm olarak benimsenmiş, araştırma bu tanım üzerinden şekillendirilmiştir. Bununla birlikte, kırsal turizm için “kırsal bölgelerde yaşayan ailelerin, ek bir kazanç sağlayacak şekilde, turizme katılımlarının sağlanması” şeklinde turizm arzı perspektifinden yeni bir tanım öngörülmüştür.

2.2.1. Kırsal Turizmin Tarihsel Gelişimi

Kırsal bölgelerde turizm faaliyetleri, Avrupa’daki kentlere yoğun göçlerin yaşandığı Endüstri Devrimi ile başlamıştır. Kırsal turizme yönelik ilk hareketler, aslen kırsal kasaba kökenli olan ve tatil için evlerine dönen kent yerleşimcileriyle gündeme gelmiştir. Bu hareketler, kentsel alanlara olan göçü azaltmada ve istihdam oluşturmada kendi başlarına yetersiz kaldığı için aktif turizm girişimlerini başlatamamıştır (Perales, 2002: 1101).

18. ve 19. yüzyıllarda sanatta görülen romantik akımın ortaya çıkardığı ilham, kent sınırları dışında rekreasyonun artmasında önemli bir etken olmuştur. 1873 ve 1914 yılları arasında Almanya’daki orta sınıfların genellikle dağlık alanlardaki çiftliklerde ucuz konaklama şeklinde gerçekleştirdikleri tatiller, kırsal turizmin ilk izleri olarak kabul edilebilir. Kırsal turizm üzerine yazılan ilk makalelerden biri, 1958 yılında Ager tarafından yazılan “Dağlık Bölgelerde Kırsal Turizm ve Dağ Çiftçileri Açısından Önemi” olmuştur. 1960 ve 1970’li yıllarla birlikte, artan yaşam standartları ve motorlu araçlara sahip olunması, İngiltere’de orta sınıf ve üst sınıf ziyaretçi kitlesi, kırsal turizm olayının gelişiminde oldukça etkili olmuştur. Benzer eğilimler, Alp kulüplerinin

kurulmasıyla 19. yüzyılın ortalarında Avrupa Alpleri'nde de ortaya çıkmaya başladı (Middleton, 1982; Opperman, 1996; Page ve Getz, 1997; Erüera, 2008).

Başka bir öngörü ise kırsal turizmin Almanya'nın dağlık bölgeleri veya Fransa'nın kıyı yerleşiminde başlamış olduğudur. İlk çiftlik konaklama evinin nerede olduğuna dair kesin bir kayıt yoktur. Ancak, genelde çiftlik konaklama evlerinin II. Dünya Savaşı'ndan sonra geliştiği düşünülür. Çiftlik evleri yorgun emeklilerin dinlenebildiği, sağlıklı ve huzurlu yerler olarak aynı zamanda fakir insanların da kalabileceği ve vakit geçirebileceği yerler olarak görülürdü. 1950'lerde bu yerler gittikçe popüler hale geldi ve gelişti. 1960'lı yıllarda oda ve kahvaltı sistemi getirildi, 1970'lerde oda ve mutfak sistemi yaygın hale geldi. 1980'lerde odalara özürölüler (görme özürölüler, tekerlekli sandalyeliler) için farklı olanaklar eklendi. Bu gelişmeler, boş zamanını geçirmek üzere kırsal yerlere seyahat eden turistlerin ihtiyaçlarının değiştiğini ve talep arttıkça kalitenin de arttığını göstermektedir (Arahi, 1998: 2).

1970'li yıllardan itibaren orta ve üst sınıfların kırsal bölgelerdeki tatillere olan ilgisinin artmasıyla, gelişmiş ölkelerde kırsal turizm yer bulmaya başlamıştır. 1990'larda kırsal turizm yeni turizm faaliyetleri ile geleneksel kırsal turizm anlayışında davranış biçimlerini ortaya çıkarmıştır (Perales, 2002: 1101). Yaşam tarzındaki değişiklikler, harcanabilir gelir seviyesindeki artış, araba sahibi olunması ve ikinci tatiller (hafta sonu tatili) kırsal turizm pazarının önemini ve gelişimini hızlandıracak nedenler olmuştur. Özellikle, çiftliklerde verilen konaklama hizmetinin yaygınlaşması ve konukların yemeklerini kendilerinin hazırlamasına imkan verilmesiyle popülerlik kazanmıştır (Oppermann, 1996; Alexander ve McKenna, 1998).

Türkiye'de kırsal turizm potansiyelinin geçmişi yeni olmakla birlikte kırsal turizm çalışmaları Manisa ile birlikte Bursa, Antalya, Muğla, Kastamonu, İstanbul ve İzmir bölgesinde de gelişmektedir (<http://www.bugun.com.tr>). Azdavay'da Eko Turizmin Geliştirilmesi Projesi, Yanıkali Konağı Restorasyon Projesi, DAKAP Projesi, Doğu Anadolu Turizm Gelişim Projesi, İzmir İli Şirince Köyü Kırsal Turizm Örnek Çalışması, Manisa İli Tekelioğlu Köyü Kırsal Turizm Gelişim Projesi, Göreme Örneği, Beypazarı Örneği, Küre Dağları Örneği, Zümrüt Köyü Örneği ve Buldan Örneği ise önemli kırsal turizm çalışmaları olarak kabul edilmektedir (Şerefoğlu, 2009: 99-129). Bu gelişmelerin yanı sıra 02/03/2007 tarih ve 26450 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan "Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013" çalışması kapsamında; Afyonkarahisar, Ağrı, Amasya, Burdur, Çankırı, Çorum, Diyarbakır, Erzincan,

Erzurum, Giresun, Hatay, Isparta, Kahramanmaraş, Kars, Kastamonu, Konya, Kütahya, Mardin, Nevşehir, Ordu, Samsun, Sivas, Şanlıurfa, Tokat, Trabzon, Uşak, Van ve Yozgat gibi kırsal nitelik taşıyan iller, öncelikli turizm gelişim bölgeleri olarak gösterilmektedir.

2.2.2. Kırsal Turizmin Önemi

Doğal manzara, gelenekler, yerel tarih, el sanatları ve mevsimlik eğlence faaliyetleri, turizmin kırsal bölgelere taşınmasında rol oynayan önemli unsurlardır. Bununla birlikte, kitle turizm destinasyonlarına azalan talep ve tarımsal faaliyetlerindeki gerilemelerden oluşan ekonomik kayıpların telafisi içinde kırsal turizm, önemli bir alternatif gelişim aracı olarak görülebilir.

Kırsal bölgelerde ekonominin büyümesi, gelişmesi ve turistik arz kaynaklarının rasyonel kullanımı bakımından önemli bir sektör olarak kırsal turizm; tarım faaliyetlerinin egemen olduğu yörelerde, tarım faaliyetlerine ek gelir olarak gelişen yeni bir turizm türüdür. Yeşil turizm ve çiftlik turizmi gibi adlar alan kırsal turizm; tatillerin mekan içinde yoğunlaşmasından doğan ekonomik, sosyal ve psikolojik sorunların çözümünde, turizmi kıyı turizminin egemenliğinden kurtarmada ve gelir düzeyi diğer sektörlerle göre düşük olan tarım üreticisine ek gelir sağlamak bakımından önem arz eden bir turizm şekli olarak da gelişmektedir (Olalı ve Timur, 1988: 400).

Kırsal turizm veya alternatif olarak tarım turizmi Avrupa'da ve Kuzey Amerika'da hızla büyüyen bir işkolu olup, yıllık büyüme oranı %6 olarak ifade edilmektedir. Birçok kırsal bölgede kırsal turizm kırsal nüfus için önemli bir geçim kaynağıdır (Tchetchik, vd., 2008: 553). ABD'de 30 eyalet özellikle kırsal bölgeleri hedef alan turizm politikaları geliştirmiştir. Bunlardan 14 eyalet kırsal turizmi genel turizmi geliştirme planları içerisine dahil etmiştir. Avrupa'da da benzer girişimler vardır. Kırsal turizmi geliştirmeye yönelik girişimler merkezden uzak kırsal bölgelerin, başta geleneksel tarım endüstrisinin gerilemesinden etkilenen bölgeler olmak üzere, karşılaştığı sosyal ve ekonomik zorluklarla mücadele etmenin bir yöntemi olarak görülmektedir. 1994-1999 yılları arasında Avrupa kalkınma fonlarından 7,3 milyar Euro'nun kırsal bölgelerde turizmi geliştirmek için kullanıldığı tahmin edilmektedir (Cai ve Li, 2009: 751). Avrupa'da kırsal turizm kapsamında 200.000 kayıtlı işletme ve 2.000.000 yatak kapasitesi bulunmaktadır. Yıllık 12 milyar Euro turizm geliri oluşturmaktadır. Çarpan etkisiyle birlikte bu gelir 26 milyar Euro'ya kadar çıkmaktadır.

Kırsal turizm, 500.000 kişiye istihdam oluşturmaktadır. Örneğin İngiltere’de kırsal turizmin yıllık miktarı 14 milyar dolar olup 380.000 kişiye istihdam oluşturmaktadır (Dettori vd., 2004: 4).

Coğrafi bakımdan kırsal yörelerin ağırlık gösterdiği Türkiye gibi ülkelerde, tarım kuruluşlarının, kırsal turizme yönelmeleri için desteklenmeleri ve özendirilmeleri önerilmektedir (Olalı ve Timur, 1988: 400). Bu bağlamda, AB kırsal bölgelerde turizm faaliyetlerin gelişimine destek sağlamak amacıyla, birlik düzeyinde şu çalışmaların yapılmasını istemektedir (Paksoy, 2005: 81):

- Kırsal turizme yönelik ürün ve hizmetlerde kalitenin artırılması,
- Yerel kırsal turizm işletmelerine broşür ve yayınlarla daha fazla bilgi aktarımı,
- Kırsal turizmde başarılı olan yörelerin topluluk düzeyinde örnek gösterilmesi ve tanıtım desteği sağlanması,
- Yerel, bölgesel ve birlik düzeyinde işbirliğinin geliştirilmesi, bilgi ve tecrübe paylaşımı, pilot bölge uygulamaları ve mesleki eğitim çalışmaları.

Kırsal turizm ürünleri için yeni pazarların ortaya çıkması, genellikle tüketim modellerinde değişimi zorunlu kılmıştır. Fordist (kitle) üretim ve tüketiminden Post-Fordist (kişiye özel) üretim ve tüketime doğru bir geçiş yaşanmaktadır. Kırsal turizm, kişisel sağlık ve mutluluğu, sürdürülebilir doğal ve kültürel kaynaklarla ilişkilendirmeye çalışmaktadır (Cawley vd., 2002: 67). Bu süreçte kırsal turizm gelişiminde şu eğilimlere dikkat çekilmektedir (Long ve Lane, 2000: 302-303):

Geleneksel Tatil Destinasyonlarından Uzaklaşma Eğilimi: Tatil yeri temelli bir faaliyet olarak başlayan modern turizm, 1980 yıllarla birlikte “tatil yerlerinden uzağa” terimiyle “diğer merkezli gezgine” doğru değişime uğramıştır. Hafif macera ve özel ilgi tatillerine olan taleple desteklenen “Özgür ve Bağımsız Gezgin” in yükselişi, birçok kırsal bölge için turizm işine girmek açısından bir fırsat olmuştur. Diğer etkenler de bu eğilimleri desteklemiştir. Özellikle de ozon tabakasının azaldığı bir dünyada deniz, kum, güneş turizmi ile ilişkilendirilen sağlık kaygıları ve kentlerin artık güvenli olmadığı yönündeki algılar, kırsal turizme olan talebi artırmıştır.

Yeni Kırsal Turizm Pazarı Fırsatları: Kırsal bölgelerde ekonomik ve sosyal canlanmada turizm etkili bir yöntem olarak görülmektedir. İstihdam ve gelir olanakları

oluşturmak amacıyla, kırsal bölgelerde turizm gelişiminde yeni pazar fırsatlarının ve stratejiler önemli rolü bulunmaktadır. OECD, kırsal turizm üzerine hazırladığı raporda, kırsal turizme yönelik yeni pazar fırsatlarını şu şekilde sıralamıştır:

- Eğitim seviyesinin artmasına paralel olarak gelişen keşif ve açık hava öğrenme faaliyetlerindeki artış,
- Kültürel miras, gelenek ve otantik kırsal yaşama olan ilginin artması,
- Toplu seyahat, adsız oteller, alışveriş merkezleri ve video eğlence dünyasında, bireysel temas arayışı,
- Yıl içerisinde birden fazla tatile çıkma eğilimi,
- Sağlık bilincinin artması, bu sayede kırsal yaşama ve onunla ilişkili temiz hava, aktivite olanağı ve stressiz ortam gibi değerlere karşı geliştirilen olumlu yaklaşım,
- Giysiden arazi bisikletine, tırmanma ekipmanlarından açık hava ekipmanlarına kadar yaşanan yüksek teknolojik gelişmeler ve bu ekipmanlarına olan pazar ilgisi,
- Özel yiyeceklere ve geleneksel köy pişirme tekniklerine olan ilginin artması,
- Sessiz doğal yerlerde yalnız kalma ve rahatlama arayışı,
- Erken emekli olmuş, yaşlanan ancak hala aktif olan ve uzun yıllar yaşayan ve seyahat eden bir nüfusun varlığı.

Kolaylaştırıcı Teknoloji: Elektronik posta, faks ve telefon, havayolu hizmetleri, otoyolların iyileşmesi, araba sahibi olmanın yaygınlaşması ile ulaşım ve iletişimde yaşanan kolaylıklar kırsal yerlere seyahati kolay hale getirmiştir. Bisiklet, yürüyüş, tırmanma, kanoculuk ekipmanları vb. kırsal turizm amaçlı geliştirilen ürünlerdeki gelişimler kırsal turizmi artırmıştır. Elektronik olarak para gönderme, kredi kartı, ve bankacılık işlemleri kırsal bölgelere nakit para akışına olanak sağlamıştır. Özellikle kitlesel medya iletişiminin, dünya üzerinde yaşayan kırsal toplulukların girişimciliği ve politik düşünce şekli üzerinde son derece büyük bir etkisi olmuştur. Sosyo-ekonomik kalkınma ve değişime ilişkin fikirler, artık toplum genelinden ayırmanın imkansız olduğu kırsal toplulukların da içine nüfuz etmiştir. Televizyon aracılığıyla yayılan genel meselelerden, yeni uygulamaları yerinde görmek üzere seyahat eden kırsal halka ve

kullanıcıları aracılığıyla fikirleri besleyen ve yayan e-posta ağlarına kadar, teknoloji çok sayıda kırsal insanın dünyaya bakışını değiştirmiştir.

Turizmin Kırsal Değişimin Bir Parçası Olarak Kabul Edilmesi: Küresel tarımsal üretim pazarı ve bu pazardaki fiyat dalgalanmaları, kararlılık ve güvenlik kazandırmak amacıyla, kırsal ekonomilerin çeşitlendirilmesini zorunlu kılmıştır. Turizm tüm kırsal sorunların çaresi olmamakla birlikte, yine de birtakım olumlu özelliklerinden dolayı kırsal ekonomilerde ilgi çeken bir sektördür. Yerel girişimler için organik ve düşük sermaye gerektiren bir büyüme sağlayabilir. Kişilerin ve aile birimlerinin birden fazla iş yaparak geçimlerini sağladığı ve böylece çeşitliliğin sağlandığı ve riskin azaldığı çoklu faaliyet ortamı oluşturur. Uygun şekilde idare edildiğinde turizm, doğa ve insan mirasının korunmasını savunmaya ve finansal kaynak sağlamaya yardımcı olur.

Görüldüğü üzere kırsal turizmden orta ve uzun dönemde başarı bekleyen yerel siyasetçiler, Sivil Toplum Kuruluşları (STK) ve küçük ve orta büyüklükte işletmeler; değişen kırsal turizm pazar fırsatlarını, kolaylaştırıcı teknoloji ile bütünleştirerek, geleneksel destinasyonlardan uzaklaşma eğiliminde olan turistlere sunması halinde, ekonomik ve sosyal düzeyde bölgelerinin gelişimine katkı sağlayabileceklerdir.

2.2.3. Kırsal Turist

Kırsal turizme artan ilgiyle birlikte kırsal turistlerin demografik özellikleri, sosyo-ekonomik durumları, motivasyon kaynakları, beklentileri ve davranışlarını belirlemeye dönük araştırmalara (Cai ve Li, 2009; Park ve Yoon, 2009; Ayaz vd., 2012) literatürde son yıllarda rastlanmaktadır. Bununla birlikte, kırsal turistin kim olduğu konusunda sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır.

Vela (2008: 1) çalışmasında kırsal turisti; “kırsal yerlere sadık, kırsal gezilerde tecrübe sahibi, akraba ve arkadaşlarının fikirlerini ana bilgi kaynağı olarak kullanan, yaşadığı ortamdan rahatlama ve yeni yerler görme amaçlarıyla, uzaklaşma arzusuna güdülenen eğitimli yetişkinler” olarak tanımlamıştır. Park ve Yoon (2009: 103) ise kırsal turistlerin genel profilini Tablo 4’te gösterilen şekilde özetlemiştir. Kırsal turistlerin motivasyon faktörlerini; rahatlama, sosyalleşme, öğrenme, ailenin bir arada olması, yenilik ve heyecan şeklinde olmak üzere altı boyut ile ilişkilendirmiştir. Bu boyutlar içerisinde rahatlama, sosyalleşme ve öğrenme boyutlarını kırsal turistlerin motivasyon faktörleri içerisinde öne çıkartmıştır:

Tablo 4: Kırsal Turistlerin Motivasyon Faktörleri

Rahatlama	-Dinlenme -Yoğun iş yaşamından kaçış -Sıradanlıktan uzaklaşma -Günlük stresten uzaklaşma -Fiziksel olarak aktif olma -Evden uzakta kendini evinde hissetme -Acele etmek zorunda olmama
Sosyalleşme	-Başka insanlarla tanıdık bir yeri paylaşma -Toplum bilincinin oluşturulması -Benzer ilgi alanlarına sahip insanlarla tanışma -Arkadaşlarına toplumun tanınmayan yerlerini anlatma -Tek başına seyahat edilse de kişisel güvenlik
Öğrenme	-Yeni yerler keşif etmek -Yeni farklı yaşam tarzlarını deneyimlemek -Yeni şeyler öğrenmek -Bilgiyi artırmak -Tarihi sit alanlarına seyahat etmek
Ailenin bir arada olması	-Çocukları için geleneksel kültürü yaşamak -Aile olarak bir arada olmak -Aile köklerinin geldiği yerleri görmek
Yenilik	-Yalnızlığı yaşamak -Lüksün tadını çıkarmak
Heyecan	-Heyecan verici şeyler yapmak -Aşırı heyecan yaşamak -Eğlenmek ve eğlendirilmek

(Park ve Yoon, 2009: 103'den uyarlanmıştır).

Cai ve Li (2009: 752) tarafından yapılan bir başka çalışmada ise kırsal turistlere ilişkin genel profil özellikleri şu şekilde gösterilmiştir:

Tablo 5: Kırsal Turistlerin Genel Profili

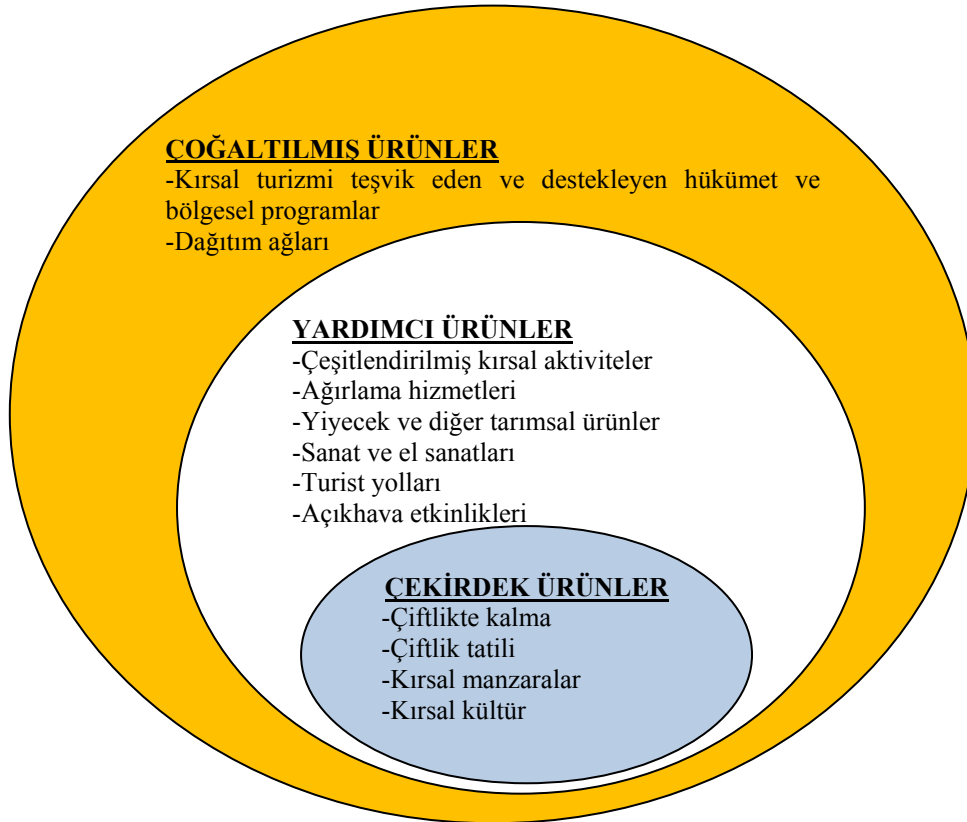
Demografik	-Bayanlardan çok baylar -Ailelerden veya çiftlerden daha çok bekar insanlar
Sosyo-ekonomik	-Orta veya zengin zümrenin gerisinde -Profesyonel veya ticari meslek grupları
Motivasyon	-Doğa veya farklı kültür fırsatlarını öğrenme ve inceleme -Açık hava etkinliklerinde yer alma -Barış ve dayanışma için arayış
Beklenti	-Huzur ve sessizlik -Arkadaşça karşılama -Sıradan değişim, iyi yiyecek ve eski evler -Hoş yürüyüş alanı -Çiftlik aktivitelerine dahil olma -Zamanı çiftçiler ve aileleriyle harcama
Davranış	-Araştırma ve öğrenme aktiviteleri -Açık hava etkinlikleri -VRF (arkadaş ve akraba ziyareti) -7 günden kısa süreli konaklama

(Cai ve Li, 2009: 752).

Tablo 5'te görüldüğü üzere kırsal turistlerin genel profil özellikleri; orta gelir grubuna dahil bekar baylar, doğal ve kültürel meraklar, huzur ve sessizlik beklentisi ve 7 günden kısa süreli konaklamalar şeklinde sıralanmaktadır.

2.2.4. Kırsal Turistik Ürünler

Kırsal bölgelerde turizm ve rekreasyon arzını, ülke ekonomisinin kamu, özel ve gönüllü sektörlerini kapsayan geniş ve çeşitli ürünler ile hizmetler oluşturur (Lesley, 2001: 147). Kırsal turizm, yoğun kentleşmenin yaşandığı alanlar dışında gerçekleşen, çok yönlü, büyük kentlerin sunduğu deneyimlerden farklı deneyimleri sunan bir dizi faaliyeti kapsar. Tarımsal faaliyetlerin ve doğal alanların baskın olduğu yerlerde kurulmuş küçük ölçekli işletmelerde yürütülür. Kırsal turizmde turistik ürünü; kırsal çekim merkezleri, doğaya dayalı turizm, eko turizm turları, taşra kasabaları, kırsal tatil yerlerinde taşra tarzı konaklamalar, çitlik tatilleri, festivaller, etkinlikler ve tarım eğitimi oluşturabilir (<http://www.sillignakis.com>).



Şekil 6: Kırsal Turizm Ürünleri
(Knowd, 2001: 10'dan uyarlanmıştır).

Knowd (2001: 10), kırsal turizm ürünlerini; çekirdek ürünler (çiftlikte kalma, çiftlik tatili, kırsal manzaralar, kırsal kültür), yardımcı ürünler (çeşitlendirilmiş kırsal aktiviteler, ağırlama hizmetleri, yiyecek ve diğer tarımsal ürünler, sanat ve el sanatları, turist yolları, açık hava etkinlikleri) ve çoğaltılmış ürünler (kırsal turizmi teşvik eden ve destekleyen hükümet bölgesel programları, dağıtım ağları) olmak üzere Şekil 6'da gösterilen biçimde üç grupta değerlendirmiştir. Çekirdek ürünler; çiftçiler, ev sahipleri

ve tur operatörleri ile yardımcı ürünler genel halk ve turistler ile çoğaltılmış ürünler ise turistlere doğrudan hizmet sağlamayan taraflarla ilişkilendirilmiştir.

Lesley (2001: 148) ve Şerefoğlu (2009: 30) bir kırsal bir turistik ürününe yönelik ürün, hizmet ve deneyimleri Tablo 6 ve Tablo 7’de gösterilen biçimde özetlemişlerdir:

Tablo 6: Kırsal Turizmde “At Arabası Gezisi” Ürününe İlişkin Hizmet ve Deneyim Çerçevesi

Ürün	-At arabasıyla Bulgaristan kırsalında nostaljik bir yolculuk
Hizmet	-Turistlerin konaklama yerinden alınması -Bir piknik yemeği verilmesi -İlgi çekici manzaralı kırsal yerlerde durulması -Rehberli tur gezisi -Konaklama yerine dönüş
Deneyim	-Dönüş yolunda eşkıyaların yolu kesmesi, turistlerin kanun kaçakları tarafından kulübeye götürülmesi, burada kamp ateşinde etrafında yörede avlanan hayvanlardan oluşan bir yemek yenilmesi ve oyunlar oynanması -19. ve 20. yüzyıllarda Bulgaristan hayatının zorlukları, keyifleri ve zevklerinin öğrenilmesi

(Lesley, 2001: 148).

Tablo 7: Kırsal Turizmde “Çiftlikte Yaşam” Ürününe İlişkin Hizmet ve Deneyim Çerçevesi

Ürün	-Çiftlikte yaşam
Hizmet	-Çiftlik yaşamı ile uyumlu olarak oryantasyon çalışmalarına katılım -Oyun ve entegrasyon -Rehber eşliğinde çevre turları -Özel ilgi grupları içinde faaliyetlere katılım
Deneyim	-Çiftçiliği anlama -Otlatmayı yönetme -Kolayca uyuyabilme becerisi kazanma -Koyun sayabilmeyi öğrenme -Çiftlik ürünü gıdaların üretim güvenliği konusunda bilgi sahibi olma

(Şerefoğlu, 2009: 30’den uyarlanmıştır).

Tablo 6 ve 7’de görüldüğü üzere kırsal turizm ürünleri, kent yaşamından uzak tarzda ve kırsalı öne çıkaracak nitelikte olup, hizmet ve deneyim boyutlarını kapsamaktadır. Bu kapsamda, kırsalda turistlere sunulabilecek her türlü rekreasyon ve turizm ürünlerinin önceden ürün, hizmet ve deneyim boyutları ile yukarıdaki tablolara benzer şekilde tasarlanması ve bilinçli bir şekilde turistlere sunulması, kırsal turizmde profesyonelleşme yolunda önemli bir adım olacaktır. Türkiye’de kırsal turizm kapsamında sunumu yapılabilecek ürünler için yerel halkın yeterince bilinçli olmadığı belirtilmekte ve eğitim yoluyla desteklenmeleri önerilmektedir (Ertuna vd., 2012; Ayaz vd., 2012).

2.2.5. Kırsal Turizmin Etkileri

Turizmin olumlu etkilerinin, olumsuz etkilerinden fazla olması durumunda yerel halk tarafından desteklenebileceği düşünülmektedir. Bu kapsamda, bir bölge, yöre ve merkez için turizmin olumlu ve olumsuz etkilerinin belirlenmesinin; planlanma, uygulama ve denetim açılarından kolaylıklar sağlayacağı göz ardı edilmeyecek bir gerçektir (Claudia ve Gürsoy, 2004: 296-312). Bu bağlamda, kırsal bölgelerin gelişiminde önemli bir role sahip olacağı düşünülen turizmin, olumlu ve olumsuz etkilerinin ortaya konulması oldukça önemlidir.

OECD (1994: 23-28), Turizm Stratejileri ve Kırsal Kalkınma Raporu'nda kırsal bölgelerde turizm gelişiminin oluşturabileceği olumlu ve olumsuz durumları, Tablo 8'de gösterilen şekilde özetlemiştir:

Tablo 8: Kırsal Turizmin Olumlu ve Olumsuz Etkileri

Olumlu Etkiler	Olumsuz Etkiler
-Mevcut işleri muhafaza etme,	-Çevre tehdidi,
-İstihdam oluşturma,	-Sosyo-kültürel tehdit,
-İş çeşitliliği meydana getirme,	-Konut sorunu,
-Çoklu aktivite oluşturma (birden fazla işle uğraşma fırsatı),	-Dışarıdan gelen girişimciler,
-Turizm dışındaki işletmelere destek olma,	-Trafik sıkışıklığı,
-Çiftliklere destek olma,	-Planlama, denetim, halk katılımı ve ortaklık konuları (arazilerin kullanımı, faaliyetlerin turizm türlerine göre dağıtımı, işverenler ve çalışanlar düzeyinde bilgilendirme).
-Ormancılığa destek olma,	
-Doğal güzelliklerin ve doğanın korunması,	
-Kırsaldaki küçük yerleşimlere destek olma,	
-Kırsal sanat ve zanaatları koruma,	
-Kültürel ihtiyacın karşılanmasına destek olma,	
-Tarihi yapıları koruma,	
-Çevresel iyileşmelere (yol, kanalizasyon) destek olma,	
-Küçük balıkçı toplumlarına destek olma,	
-Kadınların rolünü artırma,	
-Yeni fikirler ve girişimler oluşturma.	

(OECD, 1994: 23-28'den uyarlanmıştır).

Tablo 8'de görüldüğü üzere, kırsal turizmin olumlu etkileri, olumsuz etkilerinden daha fazladır. Bu bağlamda, kırsal turizmin önemli bir turizm türü olduğunu söylenebilir. Bununla birlikte, olumsuz etkileri minimize edecek önlemlerin alınması ve denetim mekanizması oluşturulması da önem arz etmektedir.

Benzer şekilde literatürde, kırsal turizmin olumlu etkileri; kırsal bölgelere yönelik yeni çekici işler meydana getirme, yeni işler sayesinde istihdam artışı, istihdam çeşitliliği, ürün çeşitliliği, yeni ürünlere yeni pazarlar oluşturma, ekonomik refah,

yüksek ekonomik çarpan, dış göçün azalması, nüfusun yeniden yapılanması, sosyal gelişim, kaybolmaya yüz tutmuş el sanatları ve geleneklerin yeniden canlanması ve alt yapının gelişimi ile ilişkilendirilmektedir (Opperman, 1996; Sharpley ve Sharpley, 1997; Hall, 1998; Smith ve Krannich, 1998; Lewis, 1998; Campbell, 1999; Sharpley, 2000). Kırsal turizmin olumsuz etkileri ise doğal çevrenin bozulması, geleneksel sosyal yapının bozulması, toplum kültürünün değişmesi, trafik sıkışıklığı, suç oranlarında artış, emlak fiyatlarında artış, gelir denetimsizliği, dengesiz istihdam dağılımı, ailelerde zaman kaybı, turizme bağımlılık ve yabancı girişimcilerin sayısındaki artış olarak gösterilmektedir (Opperman, 1996; Sharpley ve Sharpley, 1997; Hall, 1998; Lewis, 1998; Smith ve Krannich, 1998; Campbell, 1999; Sharpley, 2000).

2.2.6. Kırsal Turizmde Yönetim

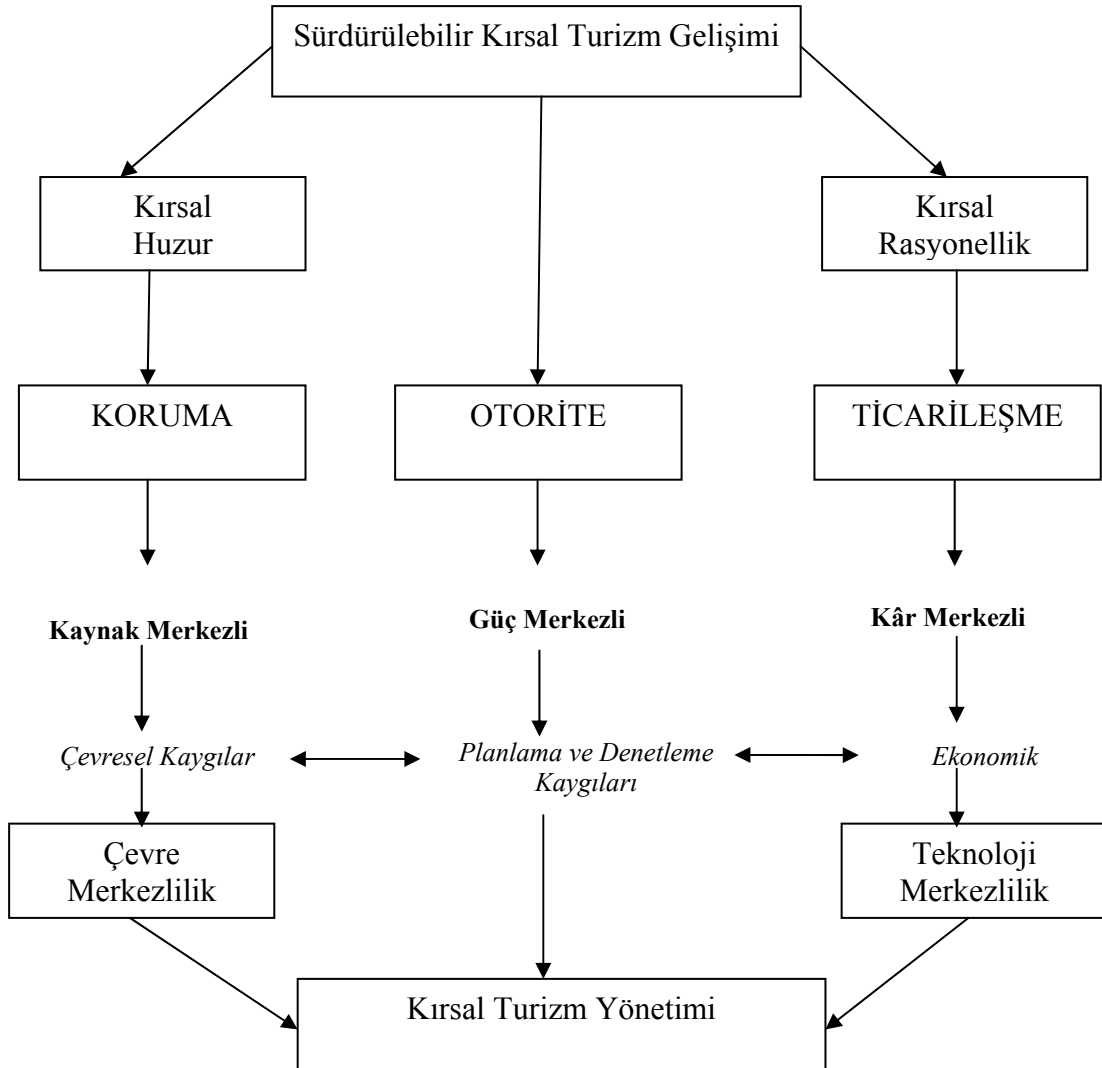
Ulusal veya bölgesel düzeyde koordine ediliyor olsalar bile, tüm ekonomik sektörlerin ve faaliyetlerin yerel olarak planlanması ve denetlenmesi sürdürülebilir gelişim açısından oldukça önemlidir. Geniş kapsamlı politik, ekonomik ve sosyal yapıların oluşturduğu bir çerçeve içerisinde, turizm de dâhil olmak üzere, talebin gittikçe çeşitlendiği kırsal alanlarda politik, ekonomik ve sosyal yapıların oluşturduğu yerel örgütlenmeler etrafında şekillenen bir yönetimin tercih edilmesi zorunluluk haline gelmiştir (Sharpley, 2003: 40).

Kırsal turizmde turizme açılacak alanların ve yerleşmelerin seçiminden, altyapı iyileştirmelerine, ulaşım, konaklama ve diğer hizmetlere, halkın eğitilmesi, kredi sağlanması, rezervasyon, örgütlenme ve tanıtıma kadar her konu için planlama ve finansman desteğine ihtiyaç duyulur. Kırsal turizm kapsamında değerlendirilen bu süreçler, diğer turizm türlerinde olduğu gibi, planlama, örgütlenme ve koordinasyon gerektirir (Soykan, 2004: 77).

Kırsal turizm, kırsal alan kalkınmasının önemli bir aracı olarak görülebilir ve değerlendirilebilir. Kırsal alan kalkınması, bir eğitim ve örgütlenme işidir. Kırsal alan kalkınmasına yönelik planlar da toplumun gereksinimleri göz önünde tutulmalı, zorla kabul ettirilmemelidir. Toplum, isteklerini elde etmedikçe kırsal alan kalkınma çalışmalarına katılmamaktadır (İçişleri Bakanlığı, 2009: 1).

Sharpley (2005: 184) tarafından yapılan çalışmada, sürdürülebilir kırsal turizmde kırsal huzur ve kırsal rasyonellik olmak üzere iki boyuta dikkat çekilmiştir. Kırsal huzur için çevre merkezli koruma önerilmiştir. Kırsal rasyonellik boyutu içinse

teknoloji merkezli ticarileşme, yön belirleyici olarak gösterilmiştir. Ayrıca, her iki boyutta da denge unsuru olarak, güç merkezli yerel otorite adres gösterilmiştir. Yerel otoritenin planlama ve denetleme faaliyetleri ile çevresel ve ekonomik kaygıları azaltılmada önemli rol oynayabileceğine dikkat çekilmiştir. Bu kapsamda, kırsal turizmin gelişimi ve yönetimi Şekil 7’de gösterilen biçimde resmedilmiştir:



Şekil 7: Kırsal Turizmin Gelişimi ve Yönetimi
(Sharpley, 2005: 184).

Dünya Turizm Örgütü tarafından 2003 yılında Ukrayna’da düzenlenen kırsal turizm seminerinde de kırsal turizmin başarısı için ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde koordineli bir işbirliği yaklaşımının kurulması önerilmiştir. Bununla birlikte, kırsal turizm için bölgesel düzeyde, hükümet tarafından tasarlanmış, diğer kamu kurumları, yerel birlikler ve kooperatiflerin desteği ve ortak katılımı ile ulusal bir politika, strateji

ve mevzuatın gerekliliği vurgulanmıştır. Ulusal veya bölgesel düzeydeki kırsal turizm örgütlerinin temel görevleri şu şekilde ifade edilmiştir (WTO, 2003: 5):

- Satış geliştirme-Pazarlama,
- Müşteri araştırmaları-Ziyaretçi anketleri,
- Eğitim (iş kurma, müşteri hizmetleri ve pazarlama eğitimleri),
- Akreditasyon (uluslararası düzeyde yeterli görülme)-Kalite kontrol şemaları,
- Fonların koordinasyonu-turizm ürünü sağlayıcıları için hibe yardımı programları,
- Ürün geliştirme (yani tarihi miras yolları, el sanatları geliştirme vb.),
- Turist enformasyonu (ziyaretçi haritaları),
- Bölgeler arası işbirliği ve paydaşlar arasında bağlantılar kurulması,
- Turizm ürünü sağlayıcıları ve işletmeleri için inceleme gezilerinin organize edilmesi,
- Bölgesel ve yerel yönetimler ile irtibat (yön tabelaları, yollar vb.),
- İşletmelere devam eden işleri için destek sağlanması.

Kırsal turizm, küçük ölçekli ve dağınık yapısından ötürü, düşük seviyede geri dönüş sağlayan içe dönük yatırımlar olarak görülebilir. Çok sayıda mikro girişimi kapsayan bu sektörde çoğunlukla kırsal turizm işletmeleri turizm alanında özel bir eğitim almamış çiftçi ve yerel memurlar gibi kırsal girişimcilerin elindedir. Kırsal turizm girişimlerinde sermaye genellikle kısıtlıdır. Kırsal turizm işinde başarı için zaman ölçeği genellikle kısa olup, sektörde başarılı olabilmek çok beceri gerektirir. Kırsal turizm için yönetim geliştirme ve pazarlama politikası eksikliği en önemli problemlerdir (Hall vd., 2003: 3-14). Kırsal girişimcilerin karşılaştığı bu sorunlar, kırsal turizmde örgütlenmenin ne denli önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Bu çerçevede kırsal turizmi geliştirmek adına yapılan bilimsel ve deneyim paylaşımı çalışmalarında yerel yönetim, konaklama ve diğer hizmet kuruluşları, sivil inisiyatifler, bölgesel ve ulusal birliklerin ortaklığı ve işbirliği gerekmektedir (Soykan, 2004: 78).

Šimková (2007: 263), kırsal turizm yönetiminde yaşanan zorlukları; kırsal bölgelerdeki turizm girişimcilerinin gelişim projelerinin olamayışı, yerel kaynakların

etkin kullanılmaması, köylerin tek tek geliştirilmesi üzerine odaklanması, işbirliğine gidilmek istenmemesi ve yerel halkın yeterince dahil edilmemesi olarak belirtmiştir. Heneghan (2002: 73), kırsal turizm yönetiminin etkinliğini azaltan faktörleri; kırsal alanlarda girişimcilerin sınırlı sayıda olması, bazı yatırımcıların muhafazakâr doğası, kırsal alanlarda yedek sermaye kıtlığı, küçük ölçekli birçok mikro işletmeleri içeren dağınık yapı, destinasyon geliştirmek için hükümet daireleri ile koordinasyon, işbirliği ve ortaklık ihtiyacında tıkanmalar ve pazarlama çabalarında ve ürün sağlamadaki parçalanmalar şeklinde sıralamıştır. OECD (1994: 30) ise kırsal turizmin yönetiminde etkinliğini azaltan üç ana nedeni şu şekilde belirtmiştir:

1) Çiftçilerin Turizmin Getirebileceği Fırsatlara Duyarsız Kalması ve Çok Yavaş Karşılık Vermesi: Çiftçileri turizme dâhil etmede yaşanan sorunların altında yatan en önemli etken bilgi eksikliğidir. Bir otel işletmecisi tarım sektörüne girmek isteseydi, çok uzun bir dönem eğitim alması gerekirdi. Oysaki çiftçilerden (ve eşlerinden), hiçbir eğitim almadan veya çok az eğitimle her tür ziyaretçi hizmetini sağlamaları bekleniyor. Çiftçilerden bazıları şiddetli birer turist karşıtı, arazilerine giren turistlere, özellikle de yürüyüş veya binicilik yollarının arazilerinden geçtiği durumlarda sinirleniyorlar. Çoğu çiftçi turizm için teşvik almaktansa, tarım ürünlerine daha fazla fiyat ödenmesini tercih ediyor. Çiftçiler turizm sektörüne girdiklerinde de bunu yerel toplumla yapmaktansa diğer çiftçilerle ortaklaşa yapıyor ve işbirliğinden doğacak potansiyel faydalar kayboluyor.

2) Eğitim Yetersizliği: Kırsal turizm alanında faaliyet gösteren birçok işveren ve çalışan, bu karmaşık turizm sektörünün gerektirdiği birçok beceri açısından ya çok az eğitim almışlar ya da hiç eğitim almamışlardır. Kırsal turizm alanındaki başarısız girişimlerin çokluğunun nedenlerinden biri de eğitim eksikliğidir.

3) Ortak Girişimlerde Bulunulmaması: Kırsal turizm işletmeleri küçük ölçekli olduğu için, diğer işletmelerle işbirliğine giderek pazarlama, eğitim ve mal tedarikinde önemli tasarruflar sağlayabilirler. Aynı zamanda altyapı iyileştirilmelerin yapılması için devlet kurumlarıyla anlaşmaya varabilir ve tur operatörleri gibi uluslararası turizm pazarının önemli aktörleriyle çalışabilirler. Bu konularda başarı elde edilmesi, söz konusu bölgelerde ki işbirliği geçmişi ve deneyimi ile yakından ilgilidir. Kooperatifçilik geleneği olan bölgelerde turizm alanında ortak çalışmalar yapılması odaha kolaydır.

Kırsal turizm yönetiminde yaşanan bu zorlukları en aza indirmede “toplum tabanlı doğal kaynak yönetimi” ve “yerel düzeyde turizm yönetimi” öne çıkan uygulama stratejileridir. Bu stratejiler genel özellikleri ile şu şekilde özetlenebilirler:

2.2.6.1. Toplum Tabanlı Doğal Kaynak Yönetimi

Kırsal turizmin yönetiminde önerilen stratejilerden bir tanesi de “Toplum Tabanlı Doğal Kaynak Yönetimi”(CBNRM)’dir. CBNRM (Community Based Natural Resource Management), kırsal alanların kalkınması ile ilgili konularda kırsal topluluklarla işbirliği esasına dayanır. *“Kırsal sakinlere güvenmek ve onları doğal kaynakların korunmasına dahil etmek”* anlayışı üzerine kurulu olan CBNRM, kırsal turizmin sürdürülebilirliği, ekosistem ve insan refahı açısından oldukça önem arz eden bir stratejidir (Sebele, 2010: 137).

Bir koruma ve gelişim stratejisi olarak toplumsal hareketlilik, organizasyon, kurumsal gelişim, kapsamlı eğitim, doğal kaynak tabanlı girişimciliğin gelişimi ve denetimini öngören CBNRM’in ana ilkeleri şu şekilde sıralanmaktadır (<http://www.cbnrm.bw>):

- Karar verme yetkisi toplum düzeyinde olmalı,
- Karar verme örnek olmalı,
- Toplum küçük ve iş bilir olmalı,
- Lider hesap verebilir olmalı,
- Faydalar maliyetleri aşmalı,
- Dağıtım eşitlikçi olmalı,
- Faydaların dağıtımı doğal kaynakların korunmasıyla bağlantılı olmalı,
- Planlama, gelişim ve kapasite geliştirmeye odaklanmalı,
- Planlama ve gelişim koordineli olmalı,
- Toplum tabanlı doğal kaynakların yönetim süreci kolaylaştırıcı olmalıdır.

Başlangıçta bir koruma yaklaşımı olarak kurulmuş CBNRM, son yıllarda gelişmekte olan birçok ülkede, kırsal kalkınma için başvurulmuş bir uygulama politikası haline gelmiştir. Açık erişim, kaynak yönetimi, cesaret ve ortak mülkiyet yönetimi teorileri ile yakinen ilişkili olan CBNRM uygulamalarında, her çabanın farklı

özellikleri, başarıları, başarısızlıkları ve öğrenilen dersleri vardır. Bu nedenle her çabada kazanılan bilginin daha geniş kapsamda değerlendirilmesi esastır (<http://rmportal.net>).

Tablo 9’da görüldüğü üzere CBNRM; bir ihtiyaç, sorun veya fırsat hakkında bilinç oluşturmaya yöneliktir. Başlangıç aşamasında; fikir ve bilgilerin yayılması ve toplum bireylerinin eyleme katılmaya hazır olacak şekilde güdülenmelerinin sağlanması esas alınır. Uygulama aşamasında güdülenmiş ve eyleme katılmaya hazır grupların planlama, kapasite geliştirme ve yeniden yapılanma süreçleri ile organizasyonel yapıya katılımları sağlanır. Yayılma ve eğitim yoluyla teknik veriler yaygınlaştırılır. Sürdürme aşamasında ise izleme ve düzeltmeye dayalı bir yönetim sistemi ile yeni fırsatların geliştirilmesi öngörülür. Yeni teknolojiler ve sistematik bilgiler ile verimlilik ve sürecinin maliyetinden daha fazla faydalar geliştirilerek sistemin sürdürülebilirliği sağlanır.

Tablo 9: CBNRM Analitik Çerçeve

Aşama	Eylemler	Sonuçlar
Başlangıç	Etkinlik Bilgi Bilinç	Motivasyon Güdüleme
Uygulama	Organize etme Teknik veriler Eğitim	Değişim
Sürdürme	Sık izleme Yüksek verimlilik Yeni teknik girdiler Genişletme ve eğitim Daha yüksek verimlilik Maliyetin ötesine geçen faydalar	Sürdürülebilirlik

(<http://rmportal.net> adresinden uyarlanmıştır).

CBNRM uygulamalarında stratejik başarı için katılımcı demokrasi uygulamaları, finansal sürdürülebilirlik, planlama sürecini önceliklendirme, performans ve uyum denetimi, dağıtım sistemi ve bölgesel dernek faaliyetlerin sürdürülmesine dikkat çekilmektedir (<http://www.usaid.gov>).

2.2.6.2. Yerel Düzeyde Turizm Yönetimi

Yerel gelişim, bir yöreye ilişkin alınacak kararların, yerel halka en yakın olan yönetim basamakları düzeyinde gerçekleşmesi (Keser, 2004: 118) olarak ifade edilen “yerellik” kavramı etrafında şekillenir. Yerel düzeyde gelişimi destekleyen uygulamaların yerel yönetim düzeyinde veya yerel eylem grupları düzeyinde gerçekleştirilmesi esasına dayanır. Yöre ve bölgelere ekonomik ve sosyal geleceğini

şekillendirme fırsatının verilmesi, yöre ve bölgelerde aşağıdan yukarıya doğru kalkınma politikalarının uygulanması yerel gelişimde öne çıkan önemli unsurlardır. Yerel gelişim yaklaşımında; yerel dinamiklerin harekete geçirilerek, yerel toplulukların fiziki, ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal alanda sürdürülebilir kalkınma ilkelerine uygun olarak gelişimleri hedeflenir. Bu süreçte yerel toplumun katılımını esas alan ekonomik faaliyetlerin desteklenmesi, küçük ölçekli işletmelerin güçlendirerek istihdam oluşturulması, teknolojik ve sosyal değişimle mücadele ve fırsatlarının değerlendirilmesi öngörülür (Çetin, 2006: 127; Darıcı, 2008: 215). Yerel gelişim politikaları için duyarlı hükümet, fiziksel alt yapı, toplumsal gelişim, ekonomik gelişim ve sosyo-kültürel gelişim temel bileşenlerdir (Doğan, 2007: 64). Yerel düzeyde gelişimin ölçütleri ise ekonomik açıdan gelişim, sosyal paylaşım ve kapsayıcılık, kültürel çoğulculuk ve siyasal katılım sağlanması olarak gösterilmekte ve şu şekilde özetlenmektedir (Göymen, 2004: 24):

Ekonomik Açıdan Gelişim: Bir yörenin tüm kaynaklarının (doğal kaynaklar, insan, sermaye, teknoloji) belirli önceliklere göre ve yöre insanının refahını artıracak şekilde akılcı bir şekilde harekete geçirilmesidir.

Sosyal Paylaşım ve Kapsayıcılık: Toplumda tüm kesimleri kapsayacak şekilde eşitlik, paylaşım, dayanışma, gönüllülük, toplum hizmeti, ortak gelecek, ortak sorumluluk gibi değer ve kavramları yerleştirmek, geliştirmek, sosyalizasyon sürecinin bir parçası yapmaktır.

Kültürel Çoğulculuk: Bir yöredeki insanları ırk, dil, din ve kültürel farklılıklara tabii tutmadan ayrıştırıcı değil, yakınlaştırıcı, birleştirici, sosyal ilişkileri ve toplumu zenginleştirici olmasını sağlayacak politikalar uygulamaktır.

Siyasal Katılım: Katılımcı demokrasi sağlamak hedefiyle tüm yurttaşların siyaset ve karar alma mekanizmaları konusunda ilgilenmelerini ve bilgilendirmelerini sağlayarak demokratik, katılımcı, saydam, hesap verebilir siyasal yapılar ve süreçler oluşturmaktır.

Birleşmiş Milletler Kapital Geliştirme Fonu (UNCDF) az gelişmiş ülkelerde özellikle kırsal kesimde yaşayan yoksul insanlar için kamusal altyapı, yatırım ve hizmet sunumunda yerel gelişimi politik bir reform olarak göstermektedir. Etkin bir yerel yönetim önderliğinde devlet, vatandaşlar, sivil toplum ve özel sektör arasında yerel

planlama, hizmet sunma, diyalog geliştirme ve ortaklıklarının teşvikini öngörmektedir (<http://www.uncdf.org>).

Yerel gelişim sürecine yönelik çalışmalarda yerel eylem grupları, önemli bir role sahiptirler. Yerel eylem grupları; kırsal bölgeleri korumak, geliştirmek ve toplumsal süreç içerisinde başarılı kılmak için oluşturulan kamu ve özel ortaklıklardır. Bu gruplar, kırsal bölgelerdeki farklı sosyo-ekonomik sektör örgütlerinden (toprağa dayalı örgütler, turizm örgütleri, iş ve toplum örgütleri) meydana gelebilirler. Yerel gelişim stratejilerini uygulama ve yerel projeler hazırlama bakımından etkindirler (<http://ec.europa.eu>). Küreselleşmenin etkilerine uyum sağlamaya çalışan yerel toplumlar, yerel eylem grupları yanı sıra ekonomi ve siyasetlerini yönlendirmek amacıyla, yerel yönetimlerini güçlendirmeye yönelik çabalara da yönelmişlerdir. Bu çabalar literatürde “küyerelleşme” olarak ifade edilmektedir (<http://www.genbilim.com>). Kırsal ekonomiler, artan uluslararası yatırımların meydana getirdiği sorunlar karşısında, yerel organizasyon ve ağlarla birleşen ve kültürel, ekonomik, sosyal ve fiziksel kaynaklar üzerine kurulan küyerelleşmeyi, yerel gelişim sürecinde önemli çözüm yolu olarak görmeye başlamışlardır. Özellikle kırsal ekonomilerin gelişiminde turizm, yerel ve küresel arasında önemli bir uygulama ve etkili bir ekonomik küyerelleşme aracı haline gelmiştir (Cawley vd., 2002: 62).

Teknoloji ve küreselleşmenin sonucu olarak ortaya çıkan yarışmacı ekonomik ortamda turizm, kentlerde yerel kalkınmayı sağlamada önemli bir sektör haline gelmiştir. Bununla birlikte, turizm sektörünün yerel bir kalkınma aracı olabilmesi için kurumsallaşmaların, kurumlararası işbirliklerinin ve yerel/küresel ilişki düzeylerinin geliştirilmesinin gerekliliği vurgulanmaktadır (Erkuş, 2006: 702). Turizm politikası ve planlamasında paydaşlar arasında hedef politikalar geliştirmek, araştırmacılar ve yöneticiler arasında önemli bir ilgi konusu haline gelmiştir. Bu süreçte organizasyonlar arasında işbirliği, iletişimsel planlama yaklaşımı ve yerel vatandaşların turizm gelişim sürecine dahil edilmesi beklenen davranışlar haline gelmiştir (Bramwell ve Sharman, 1999: 393). Turizm gelişimi konusunda işbirliğinin sağlanması ve rehberlik için stratejik liderlik öngörülmekte, kamusal kurumlar, işbirliği ve düzenlemeleri sağlayabilecek stratejik liderler olarak gösterilmektedirler (Murphy ve Murphy, 2004: 181).

Bu duruma paralel olarak, yerel kalkınmanın önemli bir aracı olarak görülen turizmin, merkezi yönetim tarafından yönetilmesi anlayışı hızla değişmekte, yerel

yönetimlerin turizme daha çok destek olması, sahiplenmesi ve katılımı beklenmektedir. Yerel düzeyde turizm yönetiminde paydaşlar arasında ağ organizasyonlarının kurulması önerilmektedir. Başarılı ağ organizasyonlarının da başarı parametreleri; vizyon, liderlik, pozitif kültür, yapıcı iletişim, şeffaflık, hesap verebilirlik, çeşitliğin kabulü, eşitlik ve kapsayıcılık, gelişen öğrenme, uzmanlık paylaşımı, açık roller ve sorumluluklar, açık operasyonel yapılar ve süreçler olarak belirtilmektedir (Beaumont ve Dredge, 2010: 10).

Yerel gelişim sürecinde turizm önemli bir kaynak olarak görülmekte ve turizme yönelik çalışmalarda hızlı bir artış yaşanmaktadır. Özellikle turizm türleri içerisinde kırsal turizmin; ortam, yerel kültürel bağlantılar, yerel yan ürünler, yerel girişimler ve yerel yönetimler boyutuyla öne çıkmaktadır. Kırsal turizmde yerel seviyedeki girişimcilerin uluslararası pazarda söz sahibi olabilmeleri için yeni yollar keşfetmelerinin önemine dikkat çekilmektedir (Grolleau, 1996: 3; Cawley vd., 2002: 66). Özel küçük işletmeler tarafından yürütülen ve yerelleşme sürecinin bir parçası olarak diğer turizm çeşitlerine göre yerellikte ön plana çıkan (Cawley vd., 2002: 66) kırsal turizmin, geleneksel yapısı ve yerel aileler ile olan ilişkisinden dolayı yerel olarak kontrol edilmesinin bölgenin uzun dönemli yararına vurgu yapılmaktadır (Lane, 1994: 14). Bu nedenle, yerel düzeyde kırsal turizm stratejisinin net bir şekilde ortaya konulması, bilimsel temelli bir bakış açısı içerisinde yerel paydaşların yapı, görev ve sorumluklarının turizm boyutuyla ilişkilendirilmesi oldukça önemlidir.

2.2.7. Kırsal Turizme Yönelik Araştırmalar

Demircioğlu (1993), kırsal turizm talebini oluşturan nedenleri; kırsal kökenlilik, ekonomiklik, yabancılaşma, yaş ve sağlık olarak açıklamıştır. Kırsal turistlerin değişik kesimlerden geldiğini ve temel karakteristiklerinin birbirinden farklılıklar gösterdiğini belirtmiştir. Bu turistler için kamping alanları, çiftlik evleri ve kırsal yöre otel ve motelleri şeklinde alternatif konaklama tesislerinin kurulmasının önemine dikkat çekmiştir. Kırsal değerler açısından önemli bir potansiyele sahip bulunan Türkiye’de kırsal turizmin yaşama geçirilmesi için kırsal yöre insanların bilinçlendirilmesinin önemine vurgu yapmıştır.

Burr (1997), kırsal turizm gelişiminin sürdürülebilir olabilmesi için yerel halkın dahil edilmesini, yerel halkın onayı ile ilerlenmesini ve yerel denetim sağlanmasını önermiştir. Kırsal turizm geliştirmede küçük ölçekli ve yavaş gelişimin önemine dikkat çekmiştir. Böylece doğal ve sosyo-kültürel çevreyle uyumlu çalışılabileceğini

savunmuştur. Yerel ilgi, planlama, yönetim ve sürekli etki değerlendirmelerine dayalı işbirliği ve bölgenin önemli liderleri arasında yürütülecek ortak çalışmalar sayesinde kırsal turizmde sürdürülebilirliğin geliştirebileceğini savunmuştur.

Soykan (2000) çalışmasında, Avrupa'nın birçok ülkesinde iç ve dış turizm olarak kırsal turizmin yerel kalkınmada rol oynadığını, kitle turizmine alternatif oluşturduğunu, kır ve kent kültürünü buluşturduğunu ve turistik yoğunlaşmayı engellediğini belirtmiştir. Coğrafi ortamları Türkiye'ye benzeyen Fransa, İtalya, İspanya, Avusturya ve İngiltere'nin kırsal turizm uygulamalarını tanıtmıştır. Ayrıca, kırsal turizmin geliştiği Avrupa ülkelerinde halkın en az üçte birinin tatillerini kırsal alanlarda geçirdiği, kırsal turizmin daha çok orta gelirliilere hitap ettiği ancak kültürlü ve yüksek gelir grubundan kişilerin de tatillerinde bu turizm türüne ilgi duyduğu belirtilmiştir. Avrupa'da kırsal turizmin küçük yerleşme biriminden Avrupa geneline kadar çok iyi örgütlenmiş olduğuna ve plan ve projelerle yürütüldüğüne vurgu yapılmıştır. Avrupa ülkelerin kırsal turizm deneyimlerinden yola çıkarak, Türkiye'de kırsal turizm geliştirilmesinin önemine dikkat çekilmiştir.

Wilson ve arkadaşları (2001) tarafından yapılan "Factors for Success in Rural Tourism Development" başlıklı çalışmada, 1970 yıllardan beri yaşanan tarım krizinden dolayı kırsal toplulukların ekonomik fırsatlarının azaldığı belirtilmiştir. Bu gelişmelerin kırsal toplulukları geleneksel uygulamaları terk etmeye zorladığı ve geleneksel olmayan çözüm yollarına sevk ettiğine dikkat çekilmiştir. Geleneksel olmayan kırsal kalkınma stratejileri içerisinde en popüler gelişim araçlarından birisi olarak da turizm ve ona eşlik eden girişim olanakları gösterilmiştir. Özellikle turizmin döviz, istihdam ve perakende büyüme yeteneğine dikkat çekilmiştir. Çalışmada başarılı bir turizm ve turizm girişimciliği olanakları geliştirme konusunda kırsal topluluklara hangi etkenlerin yardımcı olduğunu belirlemek ve bu etkenleri incelemek amaçlanmıştır. Çalışmanın sonuçlarında turizm geliştirmede toplum yaklaşımının son derece önemli olduğu ve kırsal bölgelerde doğrudan veya dolaylı olarak iş adamlarının katılımı olmadan turizm geliştirilmesinin mümkün olamayacağı belirtilmiştir.

Soykan (2001), iki AB ülkesi (İtalya ve Yunanistan) için kırsal turizm üzerine yaptığı değerlendirme çalışmasında; kırsal turizmin giderek artan müşteri potansiyeli ve önemli sosyo-ekonomik etkilerine dikkat çekmiştir. Büyük kentlere göç nedeniyle boşalma, tarımın terk edilmesi, yerel ekonominin gerilemesi, kadın istihdamının zayıf kalması, kırsal kültürel kimliğin unutulması, doğal çevrenin bakımsızlaşması gibi

sorunlarla karşı karşıya olan kırsal bölgelerin gelişimi için Avrupa Komisyonu'nda çeşitli projelerle kırsal turizme büyük destek verildiği belirtilmiştir. İtalya ve Yunanistan'da kırsal turizmin başarıya ulaşmasındaki yerel örgütlenme, özel sektör ile devlet arasında işbirliği, pazarı iyi tanıma, eğitim ve danışmanlık hizmeti, özel ürünler oluşturma, nitelikli sunum, çevre kalitesine önem verme ve nitelikli entegre yönetim gibi unsurlara vurgu yapılmıştır.

Perales (2002) çalışmasında modern kırsal turistleri tanımlayan ve karakterize eden değişkenleri açıklamıştır. Modern ve geleneksel kırsal turistlerin tanımlanmasında turistlerin tatil için bölgeyi seçme nedenlerini ana kıstas kabul etmiştir. Bölgeyi seçme nedeni olarak; yakınlarının, akrabalarının veya kalacak yerlerinin olması gibi nedenlerle, bölgeyi sürekli ziyaret edenleri geleneksel turistler; bölgeyle belirgin bir bağı olmaksızın ziyaret edenleri ise modern turistler olarak tanımlamıştır.

Cai (2002) tarafından yapılan çalışmada kırsal topluluklar için bütünleşik marka kullanılmasının, turistlerde tutarlı ve nitelik-tabanlı imaj oluşturduğu, imaj ile marka kimliği arasında daha güçlü bağlar kurduğu ve bölge açısından tutum tabanlı marka çağrışımlarının, tek tek marka kullanmadan daha fazla etkili olduğu vurgulanmıştır.

Tosun, Timothy ve Öztürk (2003), "Tourism Growth, National Development and Regional Inequality in Turkey" başlıklı çalışmalarında; Türkiye'de, kıyı turizminde görülen yoğun artışın, kırsal bölgelerin kalkınması ve genel anlamda ise ulusal kalkınma üzerindeki etkileri incelenmiştir. Uluslararası turizmin bir ekonomik büyüme stratejisi olarak Türkiye'ye girişi ve Türkiye'de miktar ve değer açısından büyümesine dikkat çekilmiştir. Turizmin göstermiş olduğu önemli ilerlemeye rağmen, kalkınmaya yaptığı katkısının azlığına vurgu yapılmıştır. Çalışmada, turizmin bölgeler ve sınıflar arasındaki eşitlik aleyhine ekonomik büyüme oranını sergilediği belirtilmiştir. Turizm teşvik politikalarının tetiklediği kitle turizm yatırımlarının nispeten gelişmiş kıyı bölgelerinde yoğunlaşıyor olmasının, bölgeler ve sınıflar arasındaki eşitsizlikleri artırdığı savunulmuştur.

Yağcı (2003) tarafından yapılan "Turizmde Çeşitlendirme, Sürdürülebilirlik ve Kırsal Turizm" konu başlıklı çalışmada Türkiye, turizmin çeşitlendirilerek tüm yıla yayılması bağlamında önemli tarihi, doğal, kültürel özelliklere sahip, çok sayıda seçeneği olduğu belirtilmiştir. Bu seçeneklerin en önemlilerinden bir tanesi olarak da kırsal turizm faaliyetleri olarak gösterilmiştir. Kırsal turizmde, doğal yaşam ve tarımsal

değerlere duyulan ilgi, asıl hareket noktasını oluşturan nedenler olarak gösterilmiş ve kırsal alana yönelik aktivitelerin yöresel özelliklerden faydalanarak çeşitlendirilmesinin önemi vurgulanmıştır. Çalışmada, AB üyesi bazı ülkelerde kırsal turizm alanında gerçekleştirilen faaliyetler, plan, politika ve stratejilerin ortak noktaları incelenmiş ve söz konusu yerleşim birimlerinde başarılı olduğu ifade edilen yaklaşımların Türkiye açısından uygulanabilir olup olmadığı tartışılmıştır.

Sugiarti, Ernawati ve Birtles (2003), veri tabanı oluşturmak amacıyla, Endonezya, Orta Cava'da yer alan Surakarta bölgesinde sürdürülebilir kırsal turizm potansiyelini araştırmışlardır. Bölgenin kırsal turizm potansiyelini belirlemek üzere, aralarında tur operatörleri, turizm yöneticileri, turizm araştırmacıları ve köylüler de olmak üzere farklı gruplarla görüşülmüşlerdir. Çalışma sonucunda; kültürel kaynaklar, bol işgücü ve mevcut olanaklar bakımından Surakarta bölgesi, kırsal turizm geliştirmeye uygun bulunmuştur. Ancak, bölgede ekolojik açıdan sürdürülebilir kırsal turizmin başarıya ulaşması için birtakım potansiyel sorunlara dikkat çekilmiştir. Bu sorunlar; profesyonellik, yorumlama, uygun yönetim ve yerel halkın dahil edilmesi olarak gösterilmiştir.

Gürer (2003) tarafından yapılan çalışmada, kırsal alanların korunmasında kırsal turizmin etkililiği araştırılmıştır. Çalışma alanı olarak Bursa-Cumalıkazık kırsal yerleşim alanı seçilmiştir. Kırsal turizmin doğru uygulama araçlarının seçimi, planlı yaklaşım, eğitim ve geleneksel kırsal konut dokusunun korunması halinde gelecekte etkin bir sektör olabileceğini vurgulamıştır.

Roberts ve Hall (2003) tarafından yapılan “Kırsalın Tüketimi: Kırsal Turizm Pazarlaması” adlı çalışmada kırsal turizmin yeşil, doğa ve eko gibi bir dizi terimin etkisi altında olduğu belirtilmiştir. Bu durumun kırsal turizmi, kitle turizmine alternatif oluşturan, küçük ölçekli ve etkisi düşük faaliyetler olarak konumlandığına dikkat çekilmiştir. Kırsal turizmin niş bir ürün olarak pazarlanmasına dikkat çekilen çalışmada, niş pazarların özellikleri ve niş pazarlamanın uygulanmasının kırsal turizmin “saf” biçimleri olan birtakım geleneksel faaliyetler açısından öneme sahip olabileceği savunulmuştur. Kırsal bölgelerde yapılan turizm olarak ifade edilen kırsal turizmin en önemli özellikleri çok sayıda ziyaretçiyi kapsaması ve kırsal konum eylemini kendisinden çok daha az önemli ve hatta bazen ilişkisiz gören çağdaş tüketim modelleri olan kırsal ziyaretlerin büyük kısmı açısından fazla şey ifade etmeyeceği savunulmuştur. Hem kırsal çevrenin hem de ona bağlı küçük turizm işletmelerinin,

çağdaş kırsal turizm tüketimi ve pazarlamasının daha iyi anlaşılmasından fayda göreceği belirtilmiştir (Roberts ve Hall, 2003: 253).

Reeder ve Brown (2005) tarafından yapılan araştırmada, rekreasyon ve turizmin yaygınlaştırılması, bir kırsal gelişim stratejisi olarak hem övülmekte hem de eleştirilmektedir. Araştırmada, rekreasyon ve turizm gelişiminin kırsal rekreasyon bölgelerinin sosyo-ekonomik koşulları üzerindeki etkisini değerlendirmek üzere rekreasyon analizi kullanılmıştır. Araştırma bulguları rekreasyon ve turizm gelişiminin; kırsal refah, yerel istihdam, gelir artışı, fakirliğin azalması, eğitim ve sağlık konularında iyileşmelere katkı sağladığı, öte yandan yükselen emlak fiyatları gibi bazı sakıncaları da beraberinde getirdiği belirlenmiştir.

Morgül (2006) tarafından yapılan araştırmada, tarihi ve doğal güzelliklerin yoğun biçimde bulunduğu yerlerden biri olan Kırklareli ve yöresinde, yöre halkın kırsal turizme bakış açılarını belirlemek amacıyla, bir anket çalışması uygulanmıştır. Elde edilen bulgulara göre Kırklareli ve yöresinde kırsal turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi için yöre halkının bilgilendirilerek, bu konuda eğitilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Kiper (2006) tarafından yapılan çalışmada, kültürel peyzaj değerleri ile öne çıkmış Yörüköyü'nün, doğal peyzaj değerleri ile birlikte çeşitlendirilerek kırsal turizm faaliyetleri içerisinde yer almasının önemi vurgulanmıştır. Bu amaçla; öncelikle araştırma alanının doğal ve kültürel özellikleri CBS (Coğrafi Bilgi Sistemi) ortamında işlenerek veri tabanı oluşumu sağlanmış ve hem yerel halka hem de ziyaretçilere yönelik anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Yapılan değerlendirmeler sonucunda, araştırma alanı için seçilen üç kullanım tipinin bir arada yer aldığı sentez paftası (bir coğrafi bölgenin içinde hangi turistik faaliyetlerin nerede yapılabileceğini gösteren haritalar) oluşturulmuş, yerel halk ve katılımcı boyutunda öneriler geliştirilmiştir.

Georgiev, Soysal ve Ivanova (2006) tarafından yapılan çalışmada Bulgaristan ve Türkiye sınırındaki Istranca Dağları'nı turistler için popüler bir kırsal alan olarak gösterilmiştir. Bu bölgenin gelişim sürecinde çiftlik turizminin kullanılması önerilmiştir. Çiftlik turizminin amacına uygun şekilde çiftlik binalarının yenilenmesi, tarihi ve kültürel binaların korunması ve restore edilmesi ve Balkan folklorunun ve geleneklerinin korunmasına dikkat çekilmiştir. Çiftlik evlerinde konaklama hizmeti verilmesi, yerel halkın ürettiği çiftlik ürünlerinin satış amaçlı sergilenmesi, açık

havada gezinti ve boş vakitlerin değerlendirilmesine yönelik yeni bazı hobilerin (at binme, sportif balık avcılığı vb.) geliştirilmesinin bölge turizmini güçlendireceği vurgulanmıştır.

Özkan (2007) tarafından yapılan çalışmada, nüfusunun %35'i kırsal alanda yaşayan Türkiye'de, kırsal kalkınma ile ilgili sorunların çözümüne yönelik bütüncül yaklaşımların planlanmasında ve yaşama geçirilmesinde istenilen ölçüde başarıya ulaşılmadığı belirtilmiştir. Sürdürülebilir kırsal kalkınmada yeni bir araç olarak da kırsal turizm gösterilmiştir. Kırsal turizmin kırsal kalkınma için yararlanılabilecek bir araç olarak kullanılabilmesi bağlamında yönetsel ve mekansal bir örgütlenme modeli önerilmiştir.

Šimková (2007) çalışmasında, kırsal bölgelerde sürdürülebilir gelişim açısından kırsal turizmin rolünü açıklamıştır. Kırsal bölgelerin gelişiminin planlanmasında stratejik yaklaşımın önemini vurgulamıştır. Çalışmasında kırsal bölgelerdeki bazı girişimcilerin ortaya koymuş olduğu kişisel stratejileri etkisiz hale getiren başlıca sorunları; gelişim projelerinin olmayışı ve köylerin tek tek geliştirilmesi üzerine odaklanılmış olması, işbirliğine gidilmek istenmemesi, yerel kaynakların etkin şekilde kullanılmaması ve yerli halkın yeterince dahil edilmemesi olarak ifade etmiştir.

Topçu (2007) tarafından yapılan çalışmada, kırsal turizm sektöründe önemli bir bileşen olan, tarım ve turizm aktivitelerini birleştiren ve batı dünyasında agro-turizm adı verilen tarım turizmi incelenmiştir. Türkiye'de henüz tarım turizmi aktiviteleri ile ilgili olarak yasal düzenleme olmadığı, ancak politika ve uygulama alanlarındaki gelişmeler paralelinde Türkiye'de bu aktiviteden planlama elemanı olarak faydalanılabileceği belirtilmiştir. Bu amaçla Lublin ve Toskana Bölgeleri'ndeki tarım turizmi uygulamaları incelenmiştir. Elde edilen bilgiler ışığında Türkiye'deki mevcut durum SWOT analizi tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Sonuç olarak Türkiye'de tarım turizmin geliştirilmesine yönelik öneriler sunulmuştur. Araştırmada yorumlayıcı-karşılaştırmalı-metinsel yöntem kullanılmıştır.

Roya-Vela (2008) tarafından yapılan çalışmada kırsal-kültürel gezi ve kırsal kültürel destinasyon imajını oluşturan faktörlerin tanımı hakkında bilgi eksikliği olduğu ifade edilmiştir. Avrupa'daki kırsal bölgelerde kültürel destinasyon imajını ölçmek için, güvenilir ölçeklere ihtiyaç bulunduğu vurgulanmıştır. Bu ölçeklerin geliştirilmesinin,

turizm karar vericilerine ve kırsal turizm bölgelerinin pazarlayıcılarına sağlayacağı yarara dikkat çekmiştir.

AbdulRazek (2009), sürdürülebilir gelişmeyi ekonomi içindeki farklı sektörlerle katkıda bulunan geniş bir kavram olarak göstermiştir. Kırsal bölgelerde sürdürülebilir gelişmenin anahtarı olarak turizmin bölgede ikamet eden nüfusa daha iyi bir yaşam imkanı sağlayacağına dikkat çekmiştir. Geçmiş yıllarda turizmde, kitlesel alanlarda odaklanan turistlerin; temiz hava, ilgi çekici manzara ve yeni maceralar için kırsal alanlara yöneldiklerine vurgu yapmıştır. Bu durumun sonucu olarak da kırsal insanların, gelirlerini artırmak için duydukları heyecan ve diğer sebeplerle turizm işine girişerek kalkınma ve ilerlemede önemli rol oynar hale geldiklerini beyan etmiştir. Sürdürülebilir kırsal gelişimden bahsederken, sürdürülebilirliği ve turizmi birbirinden ayıramayacağına vurgu yapmıştır.

Iorio ve Corsale (2010), kırsal turizmin kırsal alanların problemlerini çözecek her derde deva bir ilaç olmadığı, sadece kırsal alanlarda yaşayan insanların geçim kaynaklarını çeşitlendirmenin basit bir aracı olarak görülmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Her kırsal alanın turistler için cazip olmaması, sektörün dağınık doğası ve küçük ölçekli yapısının yeni firmaların yapacağı yatırımların dönüşünü kısıtlayabileceğine dikkat çekmişlerdir. Turizmin kırsal gelire önemli bir katkı yapabileceği fikrinin, dikkatlice düşünülmesi gerektiğini ve kırsal turizmin muhtemel faydalarını güçlendirmek için devlet sübvansiyonları ve politik uygulamalarının gerekebileceğini belirtmişlerdir.

Ertuna ve arkadaşları (2012), yerel halkın kırsal turizme katılma isteğini etkileyen unsurları belirlemek amacıyla, Kastamonu ilinde yaptıkları araştırma kapsamında, kırsal turizm algı skorları ve turizm katılım skorları oluşturmuşlardır. Bu skorlar doğrultusunda; yerel halkın genel olarak kırsal turizm gelişiminin ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan olumlu sonuçlar meydana getireceğini düşündüğü ve turizme katılım isteği taşıdıkları belirlenmiştir. Bununla birlikte, yerel halkın turizme nasıl katılacağını bilmediği ve kendilerini yönlendirebilecek bir öncü lider aradıkları belirtilmiştir. Bu kapsamda, kırsal turizmin etkili bir kalkınma aracı olabilmesi için planlamanın önemine dikkat çekmişlerdir.

Eren ve Aypek (2012), kırsal turizm gelişiminin sadece ekonomik açıdan olumlu etkisinin bulunmadığı, çevresel ve sosyo-kültürel açıdan da olumsuz etkiler de

oluşturabileceği belirtilmiştir. Bu kapsamda, Türkiye’de yeni bir gelişim bölgesi olan Cumalıkızık köyünde yerel halkın turizme karşı tutumları incelenmiştir. Araştırma bulguları sonucunda yerel halkın turizme yönelik tutumlarının olumlu olduğu, turizmin çevresel ve sosyo-kültürel açılardan bir olumsuzluk oluşturmadığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte, yerel halkın yörelerinde turizm gelişimine rağmen kamusal hizmetlerde artış olmadığını düşündüğü belirlenmiştir.

Şengül, Türkay ve Hatipoğlu (2012) tarafından yapılan kırsal turizm araştırmasında, Türkiye’nin zengin bir turizm çeşitliliğine sahip bulunduğu ve kırsal turizm kapsamında 12 ay boyunca kullanılabileceği belirtilmiştir. Bununla birlikte, kırsal turizm için uygun destinasyonların, kırsal turizmden yeterince yararlanamadığına dikkat çekilmiştir. Türkiye’de kırsal turizm gelişimi için AB destekli fonlar önemli bir adres olarak gösterilmiştir. AB destekli fonlardan yararlanmayı düşünen kırsal bölgelere; kırsal turizmin iyi anlatılması, kırsal turizm için “yerel eylem grupları” oluşturmaları ve bölgelerine uygun turizm projeleri geliştirme konusunda teşvik edilmeleri istenmiştir. Kırsal turizm potansiyeline sahip il ve ilçelerin içerisinde bulunan üniversitelerin müfredat programlarında kırsal turizme yer vermeleri önerilmiştir. Ayrıca, Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın resmi web sitesinde “AB Kırsal Turizm Projeleri Örnekleri” isimli bir link oluşturulmasının kırsal bölgelerde turizm gelişimine destek olabileceği yönünde görüş belirtmişlerdir.

2.3. Turizmde Paydaş Analizi

Turizm, doğal kaynakların (sahiller, ormanlar, dağlar, akarsular, göller, denizler vb.), insan yapısı kaynakların (tarihi kent dokuları, arkeolojik alanlar vb.) ve sosyo-kültürel kaynakların (yöresel yemekler, el sanatları, örf ve adetler vb.) tüketimine dayanan bir olgudur. Bu olgunun sürdürülebilir olabilmesi için toplumsal paydaşların katılımı ve desteği gereklidir (Akış, 1999: 45).

Destinasyonlarda paydaşlar, anahtar birer oyuncu olarak turizmin planlaması, gelişimi ve yönetimi açılarından önem arz ederler. Yatırımcı, planlamacı, geliştirici ve organizatör olarak destinasyona yönelik sürdürülebilir gelişim politikalarında görevler üstlenirler (Timur ve Getz, 2008: 458). Bu süreçte, paydaşların doğru olarak tanımlanması, organize edilmesi ve yönetimi önem arz eden konulardır. Bu bağlamda, turizmde paydaş analizi kapsamında aşağıdaki teori ve yaklaşımların incelenmesi yerinde olacaktır.

2.3.1. Paydaş Teorisi (Stakeholder Theory)

Literatürde “organizasyonun hedeflerini doğrudan veya dolaylı etkileyen bireyler veya gruplar” paydaş (stakeholder) olarak adlandırılmaktadır (Stoner vd., 1995: 65). Organizasyon ile olan ilişkisinin türüne göre paydaşlar; iç paydaşlar ve dış paydaşlar, birincil ve ikincil paydaşlar, gönüllü ve gönülsüz paydaşlar, resmi ve resmi olmayan paydaşlar olmak üzere gruplandırılabilirler.

Henriques ve Sadorsky (1999: 89), işletme çevresinde önemli dört paydaş gruptan söz etmektedir. Bu paydaş grupları; düzenleyici paydaşlar, örgütsel paydaşlar, toplumsal paydaşlar ve medya olarak öngörülmektedirler. İşletme ve çevresi ile ilgili düzenlemeleri yapan grupları düzenleyici paydaş, işletme ile doğrudan ilgili ve işletmenin kârlılığını etkileme yeteneğine sahip grupları örgütsel paydaş, yerel halk, çevresel gruplar ve diğer potansiyel lobi gruplarını toplumsal paydaş ve kitle iletişim gruplarını ise medya olarak tanımlamaktadır.

Clulow (2005: 982), paydaşları; firma ve firma doğasına olan etki düzeylerine göre birincil toplumsal paydaşlar, ikincil toplumsal paydaşlar, birincil toplumsal olmayan paydaşlar ve ikincil toplumsal olmayan paydaşlar olmak üzere Tablo 10’da gösterilen şekilde dört grupta sınıflandırmaya tabii tutmuştur:

Tablo 10: Paydaşların Firma ve Firma Doğası Üzerine Etki Düzeyi

Paydaşlar	Paydaş Temsilcileri
Birincil toplumsal paydaşlar	Hissedarlar, sermaye sahipleri, çalışanlar, müşteriler, yerel halk, tedarikçiler ve diğer işletme ortakları
İkincil toplumsal paydaşlar	Hükümet, düzenleyiciler, kent kuruluşları, toplumsal baskı grupları, medya, akademik yorumcular, meslek örgütleri ve rakipler
Birincil toplumsal olmayan paydaşlar	Doğal çevre, gelecek nesiller ve insan olmayan türler
İkincil toplumsal olmayan paydaşlar	Çevresel baskı grupları ve hayvan yardım organizasyonları

(Clulow, 2005: 982).

Tablo 10’da görüldüğü üzere birincil toplumsal paydaşlar; hissedarlar, sermaye sahipleri, çalışanlar, müşteriler, yerel halk, tedarikçiler ve diğer işletme ortaklarını kapsamaktadır. İkincil toplumsal paydaşlar; hükümet, düzenleyiciler, kent kuruluşları, toplumsal baskı grupları, medya, akademik yorumcular, meslek örgütleri ve rakiplerden oluşmaktadır. Birincil toplumsal olmayan paydaşlar; doğal çevre, gelecek nesiller ve insan olmayan türler olarak öngörülmektedir. İkincil toplumsal olmayan paydaşlar ise çevresel baskı grupları ve yardım organizasyonları ile ilişkilendirilmektedir. Gül (2004: 201) yerel ekonomik kalkınma sürecinde etkin rol oynayabilecek ya da oynaması

beklenen aktör grupları; siyasiler, diğer seçilmişler, yerel yönetimler, merkezi hükümetin taşra örgütleri, yerel ve ulusal yazılı basın, toplu taşımacılar, elektrik dağıtıcıları gibi kentsel hizmet sunanlar, üniversiteler, toplumsal çekiciliği olan bir dalda kenti simgeleyen spor takımı, işçi ve işveren örgütleri, serbest meslek sahipleri, mülk sahipleri, girişimci ve sanayiciler, okullar, mahalle muhtarları, odalar ve birlikler, kentteki diğer önemli kamusal ya da sivil kurumlar ve kenttaşlar (aynı kentten olan kimseler) olarak sıralamıştır.

Literatürde, “farklı paydaşlarının taleplerini dikkate alarak belirli bir strateji oluşturmalarına yardımcı olunma süreci” paydaş yönetimi olarak ifade edilmekte ve üç aşamada değerlendirilmektedir (Ertuğrul, 2008: 2004):

1) Paydaşların belirlenerek paydaş haritasının hazırlandığı ve işletmeden beklentilerinin analiz edildiği, paydaşlar arası iletişim ve koalisyonların tespit edildiği hazırlık aşaması,

2) İşletme dışı grupların yönetime olan etkilerinin tespit edildiği, paydaş ilişkilerinin yönetiminde uygulanacak organizasyonel süreçlerin belirlendiği ve bu süreçlerin paydaş haritasıyla uyumlaştırıldığı operasyon aşaması,

3) İşletme ile paydaşları arasındaki işlemlerin analiz edildiği, paydaş haritalarıyla uyumunun sınıandığı işlemsel aşama.

Paydaş yönetiminde başarının en önemli unsuru güç dağıtımı olarak gösterilmektedir. Güç dengesizliklerinin paydaşlar arasında eylem geliştirme ve işbirliğinin başarısını engelleyeceğine inanılmaktadır (Reed, 1997: 568).

Bir işbirliği sürecinde güç ilişkileri, Tablo 11’de gösterilen şekilde özetlemektedir.

Tablo 11: Bir İşbirliği Sürecinde Güç İlişkileri

Aşamalar Çözüm Önerileri	Kolaylaştırıcı Koşullar	Eylemler Adımlar
Problem belirleme	Paylaşılan güce erişim	Güç farklılıklarını dengeleme
Yön belirleme	Paydaşlar arasında gücün dağıtımı	Çeşitli paydaşlar arasında güç dağılımını sağlama
Uygulama	Gücün yeniden dağıtımı	Kurumsallaşma süreci için uygun yapının seçimi

(Reed, 1997: 568).

Tablo 11’de görüldüğü üzere, başarılı bir işbirliği geliştirme sürecinde güç ilişkilerine yönelik aşamalar; problem belirleme, yön belirleme ve uygulama çalışmalarını kapsamaktadır. Bu aşamalara ilişkin kolaylaştırıcı koşullar; paylaşılan güce erişim, paydaşlar arasında gücün dağıtımı ve gücün yeniden dağıtımıdır. Eylemler ise güç farklılıklarını dengeleme, güç dağılımı sağlama, kurumsallaşma için uygun yapının seçimi oluşturmaktadır:

Türkiye ölçeğinde de güç ilişkilerinde benzer sorunlara rastlanmaktadır. Bölgesel planlama çalışmalarında gücün; yerel yönetimler ve idarelerden çok akademik bilgiyi elinde tutan üniversitelerde olduğu, plan uygulayıcı kurumların toplantılara katılmak dışında çok sınırlı güç kullanımında zayıf kaldıkları belirtilmektedir. Özellikle, bölge yerel meclislerinin, STK’ların toplum kuruluşlarının ve yönetimlerin plana ilişkin uygulayıcıların kim olduğu ve planın neleri içerdiği konularında halen çok az şey bildikleri düşünülmektedir (Çağlar, 2009: 221).

Farklı paydaşlarının taleplerini dikkate alarak turizme yönelik stratejiler oluşturmayı hedefleyen paydaş teorisi, turizm araştırmalarına adım adım dahil olmuştur. İlk zamanlarda birkaç bilim adamı paydaş teorisini destinasyon planlaması, yönetimi ve işbirliğinde kullanmaya başlamıştır. 1 Ekim 1999’de, 13. Dünya Turizm Organizasyonu Genel Kurulunda, “*Turizm İçin Küresel Etikler*” içerisinde paydaş terimi kullanılmıştır. Turizmde yer alan farklı paydaşların davranışları için bir çerçeve öngörülmüştür. Böylece, “turizm paydaşları” kavramı resmen kabul edilmiştir. Sonraki bilimsel araştırmalarda turizm paydaşlarının boyutları ele alınmıştır. Turizm paydaşlarına yönelik çalışmalarda; turizm paydaşlarının tanımı ve sınıflandırılması, turizmde çevresel etikler ve sürdürülebilir gelişimde paydaş sorunları, turizm planlaması, yönetimi ve pazarlanmasında paydaşların sorunları ve toplumsal işbirliğinde paydaş sorunları olmak üzere dört alana odaklanılmıştır (Tao ve Fuying, 2009: 1065). Sürdürülebilir turizm ilkeleri doğrultusunda turizmde paydaş teorisi; çeşitli paydaş çıkarlarını yönetmek bağlamında ele alınması gereken bir olgu olmuştur (Timur, 2010). Turizmin öncelikleri arasında yaygın destek sağlanması ilkesi perspektifinde bir turizm destinasyonunda ilgili paydaşların belirlenmesinde şu odak sorularının kullanılması önerilmiştir (Murphy ve Murphy, 2004: 189-192):

- Ortaya konulan tasarı açısından toplumdaki paydaş gruplar kimlerdir?
- Paydaşlar arasında işbirliği oluşturmak için nasıl bir süreç izlenmelidir?

- Paydaşlar bu tasarıya nasıl katkıda bulunacaklar?
- Paydaş toplulukları kimler temsil edecek?
- Analiz ve strateji oluşturma açısından kontrol edilebilir optimum paydaş temsilci sayısı kaç olmalıdır?

Timur (2010), sürdürülebilir turizm gelişiminde destinasyon ana paydaşlarını; turizm endüstrisi, çevre destekçileri ve yerel otorite olarak göstermiştir. Wheeler (1994) ise ticari sağlayıcılar, turistler ve turist kabul eden toplum olmak üzere üç gruba ayırmıştır.

Wearing ve Neil (1999) eko turizm paydaşlarını turizm endüstrisi, hükümet, toplum ve sivil toplum örgütleri olarak dört grupta değerlendirmiştir. Ritchie (2001), yerel halk, sektör, ziyaretçi ve yerel hükümet olarak göstermiştir. Murphy ve Murphy (2004) ise çevre gönülleri, turizm sektörü, ev sahibi toplum ve ziyaretçiler olarak dört grup halinde incelemiştir.

Tao ve Fuying (2009: 1067), toplum katılımı modeli içerisinde kırsal turizmin ana paydaşlarını; hükümet, ortak toplumsal kurumlar (birlikler, kooperatifler, dernekler), yerel halk, kırsal turizm işletmeleri ve kırsal turistler olarak öngörmüştür.

Hall ve McArthur (1998), Tosun (2000) ve Page ve Hall (2002), kültür turizmi paydaşlarını; kamu sektörü, özel sektör, STK ve hükümetler arası örgütler (UNESCO, BM, vb.) ve yerel toplum olmak üzere dört kategoride toplamışlardır. Kamusal paydaşları; kültürel değerlerin korunması, arşivlenmesi ve tekrar kullanılmasına yönelik özendirici çalışmalarla ilişkilendirmişlerdir. Özel sektör paydaşlarını; turizm pazarı potansiyelini belirleme ve çekim merkezleri inşası ile öne çıkartmışlardır. STK ve hükümetler arası örgütleri; turizm değerlerini koruma, finansal destek sağlama ve turizm değerlerinin sürdürülebilir kullanımında öne çıkartmışlardır. Toplumu ise kendi ilgi alanlarının ortaya konulmasına izin verilmesi halinde kültürel değerlerin turizm amaçlı geliştirilmesinde, eşitlikçi kullanım çerçevesinde turizme katkı sağlayabilecek önemli bir paydaş olarak göstermişlerdir. Tüm paydaşları ve paydaşlara ilişkin görevleri ise Tablo 12’de gösterilen biçimde özetlemiştir:

Tablo 12: Sürdürülebilir Kültür Turizmi Paydaşları ve Görevleri

Kamu sektörü	-Kültürel değerlerin korunması ve kullanılması ve stratejik turizm planlamasına yönelik kanun, politika, ilke ve yönergeler hazırlar ve idare eder. -Kültürel değerlere ilişkin bilgileri arşivler, koruma önceliklerini belirler, korumaya yönelik eğitim programları hazırlar, koruma projelerine destek verir. -Kültürel binaların tekrar kullanımı ve gelişimine dönük özendirici koşullar sağlar.
Özel Sektör	-Belirli yerlerin turizm pazarı potansiyelini belirleyebilen özel sektör, değerlerin korunması için gerekli girişimciliği ve sermayeyi sağlar. -Bazı kentsel alanları seçkin hale getirir, turizm çekim merkezleri inşa eder ve hayırsever bağışlarda bulunabilir.
STK ve Hükümetler arası Örgütler	-Çok çeşitli alanlarda faaliyet gösterebilen STK'ları ve hükümetler arası örgütler (UNESCO vb.), koruma çalışmalarına yardımcı olabilir ve parasal destek sağlayabilir; -Kültür değerlerinin özel kişilerce satın alınabildiği yerlerde sürdürülebilir kullanıma uygun kurallara bağlı mekanizmalar oluşturur ve eğitim-öğretim programları aracılığıyla farkındalığı artırır.
Toplum	-Kendi ilgi alanlarını ortaya koymasına izin verildiği takdirde kültürel değerlerin turizm amacıyla geliştirilmesinden elde edilen faydaları son derece eşitlikçi olarak dağıtma potansiyeline sahiptir.

(Hall ve McArthur, 1998; Tosun, 2000; Page ve Hall, 2002 den uyarlanmıştır).

Dünyadakine benzer şekilde Türkiye’de de turizmde paydaş analizi çalışmalarına rastlanmaktadır. Semerciöz vd. (2008: 95), destinasyonlarda başarılı turizm yönetimi için on önemli paydaş; valilikler, belediyeler, il kamu kurumları, ilçe yöneticileri, üniversiteler, ticaret odası, sivil toplum örgütleri, oteller, ağırlama işletmeleri (motel, hostel) ve seyahat acentaları olarak göstermişlerdir. Bu paydaşlar içerisinde valilik, belediyeler ve yetkili il makamları, turizmin üç önemli paydaş olarak gösterilmiş ve bu paydaşların görevleri, Tablo 13’te gösterilen şekilde puanlanmıştır:

Tablo 13: Destinasyon Yönetiminin Üç Önemli Paydaşı ve Görevleri

Paydaşlar	Bürokrasi	Koordinasyon	Yerel destek	Altyapı Desteği	Finansal Destek	Toplam
Valilikler	9	4	5	-	-	18
Belediyeler	-	3	6	3	1	13
Yetkili İl Makamları	-	4	3	1	3	11

(Semerciöz vd., 2008: 95).

Çıracı vd. (2008: 100) ise bir turizm destinasyonun örgütlenmesinde önemli paydaşları Tablo 14’te gösterilen şekilde kademelendirmişlerdir:

Tablo 14: Destinasyon Örgütlenmesinde Önemli Paydaşlar

Merkezi Kademe Paydaşlar	-Kültür ve Turizm Bakanlığı -Çevre Bakanlığı -Ulaştırma Bakanlığı -Bayındırlık ve İskan Bakanlığı
Merkezi Yerel Kademe Paydaşlar	-Valilikler -İl Özel İdareleri -İl Turizm Müdürlükleri -İl Müze Müdürlükleri -Kaymakamlıklar -Muhtarlıklar
Yerel Merkezi Kademe Paydaşlar	-Büyükşehir Belediyeleri
Yerel Kademe Paydaşlar	-İlçe Belediyeleri -Belde Belediyeleri
Sivil Toplum Kuruluşları/Odalar	-İlgili Meslek Odaları -İlgili Vakıf ve Dernekler -Sanayi ve Ticaret Odaları
Yatırımcı/Girişimci/Özel Sektör	-Yatırımcılar -Özel Sektör Kuruluşları

(Çıracı vd., 2008: 100).

Tablo 12, 13 ve 14’te görüldüğü üzere kendi turizmini oluşturmak için çabalayan her toplumda güçler ve paydaşlar vardır. Bu paydaşlar içerisinde kamusal paydaşların (bakanlık, valilik, il yetkili makamları ve belediyeler) sayıca çokluğu dikkat çekicidir.

Kırsal turizmi geliştirme çabalarında kamu sektörü “lider”, “stratejist”, “fikir danışmanı”, “koordinatör”, “destekçi” ve “ortak” paydaş olarak algılanır. Rasyonel politika, planlama ve destek gibi sektörün sürdürülebilirliğine yardımcı olacak altyapı yerinde olmadığı sürece, kırsal turizm projelerinin kalitesini, yaşayabilirliğini ve toplumsal faydasını artırmanın önündeki engellerle başa çıkmak mümkün olmayacağı fikrine inanılır. Hepsinin de ötesinde katılımcılardan edinilen bilgiler göstermektedir ki yerel ekonomiyi çeşitlendiren ve istihdam ve girişimcilik olanakları oluşturan, başarılı kırsal turizm gelişimine yerel otoriteler destek olmalıdır (Briedenhann, 2007: 603).

Turizm paydaşları; turizme yön verme davranışları ile ortaya çıkarlar. Turizme karşı çıkmamakla beraber, bazı paydaş topluluklar turizmin doğasını ve türünü kontrol altında tutmak için topluma direnç oluşturabilmektedirler (Goerge vd., 2009: 4). Çin’de ulusal turizm yönetimi, 2004 yılı itibarıyla tarım turizmini teşvik etmek için çalışmalara başlamıştır. Bu kapsamda, 2005 yılında “Turizm Endüstrisini Kırsal Bölgelere Hareketlendirme”, 2006 yılında “Çin Kırsal Turizm Yılı” ve 2007 yılında “Çin Armoni

Köy Tur Yılı” ve “Ulusal Boş Zaman Planı” stratejileri sürdürülebilir kırsal turizm gelişimi hazırlanmış ve uygulanmıştır. Bu çalışmalar perspektifinde kırsal turizm hızlı bir gelişim göstermiştir. Ancak, kırsal turizmin gelişiminin arkasında kırsal alanlar ve çiftçiler, düşük toplum katılımcılığı ve haksız kazanç dağıtımı nedeniyle ana faydalanıcı olamamışlardır. Bu durum göstermektedir ki kırsal turizmin gelişiminde anahtar paydaşların ve problemlerinin çözüm yollarının doğru olarak tanımlanması ve analizi önem arz etmektedir (Tao ve Fuying, 2009: 1065).

2.3.2. Bütüncül Turizm Yaklaşımı (Integrated Approach)

Sürdürülebilir turizm açısından önemli teorilerden bir tanesi de “bütüncül turizm yaklaşımı” teorisidir. Sentezci düşünme ve parçalar arası bütünlüğün sağlanma ve hareket noktalarına kaynaklık etme, disiplinler arası düşünme ve yatay bağlantılar kurabilme özellikleri ile sistem kuramı ile ilişkilidir.

Tunç ve Saç (1998: 49), sistem kuramını; “birbirleriyle ilişkili ve birbirlerini etkileyen elemanlar topluluğu” olarak tanımlamakta ve sistem kuramının temel özellikleri şu şekilde sıralamaktadır:

- Bir sistemi oluşturan her parçanın ayrı bir özelliği vardır.
- Sistemi oluşturan parçalar arasında çeşitli ilişki türleri vardır.
- Bir sistemde her bir parçanın ilişki kurma kapasitesi vardır.
- Sistemi oluşturan parçaların bütünleşme süreci, sistemin niteliğini ve diğer sistemlerden farklılığını ortaya çıkarır.
- Sistem ilişkileri sistemin tümüyle veya alt parçalarıyla kurulabilir.

Açık bir sistem olarak örgütler, alt sistemleriyle ve çevresiyle ilişkiler kurmak zorunda olan yapılardır. Karar verme ve uygulama aşamalarında pek çok faktörü göz önüne alarak hareket etme ve düşünme zorunlulukları vardır. Bu süreçte sistem yaklaşımı; örgütü etkileyen tüm değişkenlerin bütünsel bir şekilde görülmesi ve sağlıklı genellemeler yapılması açısından önem arz eder (Gürüz ve Gürel, 2006: 97).

Kırsal bölgelerde turizm her zaman ikincil bir faaliyet olarak düşünülür. Ancak, gelecek vaat eden sözde ekonomik alternatif olarak görülür. Kırsal bölgenin bu alternatiften yeterince yararlanabilmesi ve zayıf kırsal ekonomisini güçlendirebilmesi için entegrasyon, kırsal alanların yararına olabilecek yenilikçi fikirlerin kaynağıdır

(Juvan ve Ovsenik, 2008: 33). Toplum seviyesinde turizm entegrasyonun sağlanabilmesi için Reed (1997: 570) gelişimsel, paylaşımcı ve örgütsel olmak üzere üç grup arena önermiştir. Bu arenaların özelliklerini ve paydaşlarını ise Tablo 15'te gösterilen şekilde sıralamıştır:

Tablo 15: Toplum Seviyesinde Turizmi Etkileyebilecek Politik Arenalar

Arenalar	Özellikleri	Baş Aktörleri
Gelişimsel Arenalar	Yer ve pazarlama imkanlarının sağlanmasına yönelik çalışırlar. Toplumun ekonomik durumunu doğrudan iyileştirecek politikalarla ilgilidirler. Yöreye özgü ürünlerin pazarlamasını merkezi bir gelişim konusu olarak görürler. Çevre kalitesi ve rekreasyon uğraşlarına ortak erişimi benimsemezler. Belirli birtakım girişimler söz konusu olduğunda, birbiriyle geleneksel seçkinler ve onlara karşı olanlar olmak üzere rekabet ederler.	Belediye Ticaret Odası Bölgesel veya ulusal düzenleyiciler Büyük ölçekli geliştiriciler Yeni yerleşimciler Yeni işletmeci veya işletmeler
Paylaşımcı Arenalar	Geleneksel kamu hizmetlerinin yerel yönetim tarafından yürütülmesini talep ederler. Yerli halk ve turistlerin ortak kullandığı alt yapı hizmetlerinde kamu finansmanına ihtiyaç duyarlar.	Belediye, Ticaret Odası, Toplum örgütleri, Yeni işletmeci veya işletmeler, Eski yerleşimciler, Yeni yerleşimciler,
Örgütsel Arenalar	Turizmin yönünün ne olacağı, nasıl ve kim tarafından yönetileceğine ilişkin kararlar alırlar.	Belediye Ticaret Odası Bölgesel veya ulusal geliştirme kurumları Toplum örgütleri Yeni işletmeci veya işletmeler Yeni yerleşimciler Belirli kişi veya topluluklar

(Reed, 1997: 570'den uyarlanmıştır).

Tablo 15'te görüldüğü üzere gelişimsel arenalar; toplumun ekonomik durumunu doğrudan iyileştirecek politikalarla, paylaşımcı arenalar; turizmle ilgili kamu hizmetlerinin yönetimiyle, örgütsel arenalar ise turizmin, nasıl ve kimler tarafından yönetileceği ile ilgili kararlarla öne çıkmaktadırlar. Bütün arenalarda en önemli paydaşların ise belediye ve ticaret odaları olduğu görülmektedir.

Bununla birlikte, turizm, çoğu kez zorunlu veya duruma göre gelişen bakış açılarıyla planlanır. Oysaki turizmin “bütüncül” veya “bilinçli” bir bakış açısıyla planlanması, sürecin kontrol edilemeyen değişikliklerine karşı bir avantajdır. Turizm ürününün uzun dönemli başarısında sadece birkaç kişinin kararı değil, bölgede yaşayan herkesin katılımı ve desteği gereklidir (George vd., 2009: 245).

Milenyumla birlikte, iyi bütünleşmiş bir turizmin, az bütünleşmiş turizme göre daha fazla değer oluşturabileceği varsayılmaktadır. Turizm ve bütüncül yaklaşım ilişkisi kapsamında “bütüncül turizm yaklaşımı” teorisi öngörülmektedir (Nemes, 2005; Cawley ve Gillmor, 2008; Saxena ve Ilbery, 2010). Bütüncül turizm yaklaşımı teorisi şu şekilde özetlenmektedir:

Bütüncül kırsal turizmde, merkezi kaynakların yeniden dağıtımı, rekabet açısından dezavantajların azaltılması, yerel kaynaklarının güçlendirilmesi ve bu kaynaklardan faydalanmanın yeni yollarının bulunması hedeflenir. Bu amaçla kırsal bölgelerde yaşayan topluluklarının iyileştirilmesi, kırsal değerlerin devamlılığının sağlanması ve geliştirilmesi benimsenir (Nemes, 2005: 23). Arazi kullanımı, altyapı, kamu ulaştırma sistemleri ve ürün dağıtım ağları politikaları ve planlamaları dahil, sürdürülebilir kalkınmayı destekleyen ulaştırma servisleri ve sistemler için ulusal, bölgesel ve yerel seviyede bütüncül bir karar alma yaklaşımı desteklenir. Bunu yaparken güvenli, makul ve etkin ulaşım sağlayan, enerji etkinliğini artıran, kirliliği azaltan, izdihamı azaltan, olumsuz sağlık etkilerini azaltan ve kentsel yayılmayı sınırlayan, ulusal öncelikler ve koşulları dikkate alan yaklaşımlar öngörülür.

Bir model olarak çeşitli kaynakları (kültürel, sosyal, ekonomik, çevresel) ve bu kaynakların kullanımı dikkate alan bütüncül turizmde, turizmin teşvik edilmesine yönelik etkili yöntemlerin keşfedilmesi ve ilgili paydaşların rollerini belirlemesi oldukça önemlidir. Bütüncül kırsal turizm, yerel paydaşların merkeze yerleştirildiği, yerel fiziksel, ekonomik, sosyal ve kültürel kaynaklar üzerine kurulu, aşağıdan yukarıya bir yaklaşımı vurgulayan alternatif gelişim stratejisidir (Cawley ve Gillmor, 2008: 316).

Bütüncül kırsal gelişim; kırsal yerlerden faydalanır iken aynı zamanda kırsal değerlerin geleceğe aktarılmasını sağlamak ve merkezi yönetimin yerel gelişimine ve kırsal kaynakların yeniden değerlendirilmesine nasıl yardımcı olabileceğini belirleyen çalışan yeni kırsal gelişim paradigması olarak da görülebilir. Bütüncül gelişimde; merkez odaklı gelişimin aksine, yerel idare ve kontrol tercih edilir. Öte yandan, yerel gelişimin merkezden gelen profesyonel ve finansal desteklerle sağlanması benimsenir. Bu anlayış içerisinde “bütüncül kırsal turizm sistemleri” merkezi ve yerel kurumlara ait belirli birtakım organizasyonları gerektirir. İdare, bilgi birikimi, bilgi edinme ve karar verme sistemleri ve sosyal ağlar gibi konularda bu organizasyonların birbiriyle uyum içerisinde çalışması öngörülür (Nemes, 2005: 23).

Bütüncül kırsal turizm yaklaşımının temel hedefi turizmde çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel sürdürülebilirliği teşvik etmek, yerel halkı güçlendirmek ve bu yolla daha geniş çaplı bir kırsal sistemin sürdürülebilirliğine katkıda bulunmaktır (Cawley ve Gillmor, 2008: 318). Bütüncül turizm, birleştirici bir kavramsal çerçeve oluşturacak şekilde turistler, işletmeler, toplumlara yönelik araştırmalarla; çalışma bölgelerinde kurumsal yapıların kaynak üretme, denetim, turizm değer zincirleri ve entegre turizm operasyonlarına yönelik kararlara destek sağlamayı amaçlar (www.ist-world.org).

Pratik olarak yerellikle ilişkilendirilen bütüncül turizmde; yerel kaynaklar, faaliyetler, ürünler, üretim ve hizmetlerle yerel toplumun katılımcılığını öngörülür. Yerel ortaklıklarla kırsal peyzajın korunması, sürdürülebilir ekonomik potansiyelinin artırılması ve kırsal kaynakların sürdürülebilirliğini sağlayacak şekilde verimli kullanımı hedeflenir. Entegre turizm, “kültür-ekonomi” yaklaşımı olarak da görülebilir. Yerel kimlik, yerel güçler ve yerel faaliyetler ile kaynakların stratejik bir şekilde kullanımı benimsenir. Kırsal kalkınma için geleneksel yaklaşımların ötesinde bir değişimi temsil eder (Oliver ve Jenkins, 2003: 293).

Kırsal gelişimin bir parçası olarak görülen ve kırsal turizmin teşvikinde etkili yöntemleri keşfetmede bir model olarak geliştirilen bütüncül kırsal turizmin genel nitelikleri şu şekilde sıralanmaktadır (<http://www.integratedtourism.com>):

- 1) Yer esastır.
- 2) Merkezi bir tema veya odak içerir.
- 3) Ziyaretçi deneyiminde doğal ekosistemleri ve insan toplumlarını bir araya getirir.
- 4) Küçük ölçeklidir, toplumun ekonomik dokusuna kolayca entegre olur.
- 5) Küçük ölçekli tarım ile turizm deneyimi arasında doğrudan bağlantı kurar.
- 6) Otantiktir, ev sahibi toplum için sıradan olanın ziyaretçi için sıra dışı hale geldiği bir çekim sebebi olan kırsal yaşam modellerinin gerçekliğini yansıtır.
- 7) Toplumun yaşlı üyeleri bölgeyi anlatan programlar için alt yapı oluşturur.
- 8) Turizm deneyimi oluşturmakla ilgilenen toplumun farklı kesimleri arasında ortaklıklar kurmayı öngörür.

- 9) Programa katılanların desteklenmesi, teşvik edilmesi ve eğitilmesi için kamu, özel ve STK arasında ortaklık gerektirir.

Bütüncül turizm yaklaşımında ağ oluşturma, ölçek belirleme, içsellik, sürdürülebilirlik, gömülülük, bütünleyicilik ve güçlendirme olmak üzere yedi boyut vardır (Clark ve Chabrel, 2007: 373):

1) Ağ Oluşturma: Destinasyonlarda spesifik bir hedefe yönelik turizm gelişimi için mevcut potansiyel çekiciliklerin, bu çekiciliklere olan talebin, alt yapı ve destek hizmetlerinin, insan kaynakları ve kurumsal yapının, sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel konuların, çevre ve biyo-çeşitlilik ile genel rekabet durumlarının analizi gerekir (Gutierrez vd., 2005: 6). Bu süreçte yerelde ve yerelin dışında yaşayan insanların, şirket ve kurumların bölgelerinde turizmi geliştirmek için birlikte çalışabilme olanağına imkan veren sistemler oluşturması gerekir.

Yerel kalkınma politikaları ve projeleri için ağ oluşturma temel bileşendir. Bu kapsamda; merkezi yönetim, uluslararası organizasyonlar, kâr amacı gütmeyen işletmeler, uluslararası yatırımcılar ve yerel kalkınma ajanslarının ilişkiler geliştirmede ağ oluşturmaları gerekir. Ağ oluşturmada yerel yönetimler, odalar ve bölgesel kalkınma ajansları uygulayıcı kurumlar olarak mutlaka yer almalıdır (Çetin, 2006: 130).

Kırsal turizmde, yerelden uluslararası boyuta kadar ağ organizasyonlarına yönelik örnekler bulunmaktadır. Bu organizasyonlardan en etkili olanları kırsal turizm geliştirme dernekleridir. Web siteleri vasıtasıyla kendilerini tanıtan, konaklama, ulaşım ve geziler için birçok alternatifler sunan dernekler, kırsal turizmi başlatan, geliştiren, etkinlikler düzenleyen, tanıtım ve pazarlamasını üstlenen ve çoğunlukla projelerle işlerini yürüten önemli ağ organizasyonlarıdır (Soykan, 2004: 79).

2) Ölçek Belirleme: Bir bölgede turizmin büyüklüğü zaman, coğrafi dağılım ve bölgenin taşıma kapasitesi göz önüne alınarak belirlenmelidir (Clark ve Chabrel, 2007: 373). Kırsal olarak tanımlanan yerleri ziyaret eden turistlerin ve günübirlikçilerin sayıları ölçek belirlenmesinde önemli bir bilgi kaynağıdır (Sharpley, 2006: 148).

3) İçsellik: Bir bölgenin özel kaynaklarını (doğal, insan ve kültürel) sürdürülebilir gelişmenin anahtarı olarak görür. Yerel girişimler ve yerel işletmeler dinamik güç olarak kabul edilir. Düşük kapasiteli bölgeler ve grupların ekonomik aktivitelere katılımları teşvik edilir. Beşeri sermaye, işletmeler ve altyapı düzeylerinde kapasite geliştirilmesine ağırlık verilir (Lowe vd., 1998: 12). Bütüncül turizm yaklaşımı,

bölgenin gerçek iç kaynakları üzerine kurulur. Çalışma bölgesindeki kurumsal yapılar ile kaynak üretme, denetim, turizm değer zincirleri ve entegre turizm operasyonlarına yönelik kararlara destek sağlanması amaçlanır (Clark ve Chabrel, 2007: 373).

4) Sürdürülebilirlik: Turizmin bölgedeki çevresel ve ekolojik kaynaklara zarar vermeden, bu kaynakları geliştirme boyutudur (Clark ve Chabrel, 2007: 373). Bütüncül yaklaşımda sürdürülebilirlik sürecinde yaşanan en büyük sorun; turizm sektörü, medya, turistler vd. arasında evrensel bir ortak bir sürdürülebilirlik tanımının ortaya konulamamasıdır (Harms, 2010: 115).

5) Gömülülük: Turizm sadece bir ekonomik olay olmayıp, ekolojik, siyasi, sosyal ve kültürel yönleri de olan toplum ve sosyal yapı üzerinde rol oynayan uluslararası bir harekettir. Turizmin etkileri değerlendirilirken sosyo-kültürel yansımaları da dikkate alınmalıdır (Avcıkurt, 2003: 40). Özellikle sosyal dokuya gömülü süreçlerin ortaya çıkarılması, sürdürülebilir turizm açısından oldukça önemlidir. Gömülülük, yerel bir öncelik olarak turizmin tüm bölge ve toplumun politika, kültür ve yaşamındaki rolünün ortaya çıkarılmasıdır (Clark ve Chabrel, 2007: 373).

6) Bütünleyicilik: Kırsal alanların başlıca geri kalmışlık nedenleri; fiziksel uzaklık, düşük erişilebilirlik ve sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel sistemlerindeki yavaş gelişmelerdir (Nemes, 2003: 4). Turizm, doğrudan turizmle uğraşmalar bile yöre halkına fayda sağlayan, kaynak ve olanaklar oluşturma boyutu ile bütünleyicilik özelliği taşır.

7) Güçlendirme: Sahibiyet, yasalar ve planlama yoluyla gerçekleşen turizm sektörü üzerindeki politik kontrolüdür. Turizmde güçlendirme özellikle yerel seviyede kendini hissettirir (Clark ve Chabrel, 2007: 373).

Kırsal alanlarda ekonomik potansiyelin geliştirilmesi ve kaynakların sürdürülebilir kullanımı açısından yerel işbirliği ve yerel liderlerin bu duruma sahiplenmeleri oldukça önem arz eder. Bu çerçevede etkili bir yerel işbirliği için sürecin Tablo 16'da gösterilen biçimde sevk ve idare edilmesi önerilmektedir (Nuckolls ve Long, 2009: 11):

Tablo 16: Turizm Planlaması: Bütüncül Yaklaşım

BUGÜN NEREDEYİZ?	
Faaliyet Planlaması 1: Bilgi Toplama	
Organizasyon Geliştirme	-Mevcut topluluk kompozisyonu değerlendirilmesi yapılır, -Dahil edilebilecek veya edilmesi gereken potansiyel temsilciler belirlenir.
Toplumsal Katılım	-Önerilen turizm gelişiminden etkilenebilecek turizmle ilişkili veya turizm dışı ilgi alanları belirlenir, -Farklı paydaşların temel meseleleri ve ilgi alanları belirlenir.
Turistik Ürün Geliştirme	-Bölgenin turizm kaynaklarının, hizmetlerinin ve altyapısının bir envanteri çıkarılır ve değerlendirilir, -Mevcut kaynakların kullanım seviyeleri ve taşıma kapasiteleri hesaplanır.
Turistik Ürün Pazarlama	-Coğrafi köken, nüfus özellikleri, aile yaşam döngüsü, harcama şekilleri, ihtiyaçlar ve ilgiler açısından, var olan pazarların bir profili çıkarılır.
NEREYE ULAŞMAK İSTİYORUZ?	
Faaliyet Planlaması 2: Toplum Değerlerinin Belirlenmesi	
Organizasyon Geliştirme	-Turizm organizasyonu üyeleri, şu anki ve gelecekteki yaşam kalitesine ilişkin soruları cevaplayarak, toplumun değerlerini ifade ederler.
Toplumsal Katılım	-Toplum temsilcileri, şu anki ve gelecekteki yaşam kalitesine ilişkin soruları cevaplayarak, kendi değerlerini ifade ederler.
Turistik Ürün Geliştirme	-Turizm organizasyonu ve toplum temsilcileri tarafından ifade edilen değerler, gelecekteki turizm gelişiminin ve kaynak tahsis kararlarının üzerine yapılandırılacağı temeller belirlenir.
Turistik Ürün Pazarlama	-Turizm organizasyonu ve toplum temsilcileri tarafından ifade edilen değerler, gelecekte alınacak turizm pazarlamasına yönelik kararların dayandırılacağı altyapı oluşturulur.
Faaliyet Planlaması 3: Vizyon Oluşturma	
Organizasyon Geliştirme	-Turizm organizasyonu üyeleri, toplumun şu anda ve gelecekte nasıl görünmesi, hissetmesi ve olması gerektiğine ilişkin bir tasarı ortaya koyarlar.
Toplumsal Katılım	-Toplum temsilcileri, toplumun şu anda ve gelecekte nasıl görünmesi, hissetmesi ve olması gerektiğine ilişkin bir tasarı ortaya koyarlar.
Turistik Ürün Geliştirme	-Toplumun gelecekteki gelişiminin ve toplumdaki yaşam kalitesinin betimlenmesi, atılacak temeli daha da güçlendirir ve turizm gelişimine ve kaynak paylaşımı kararlarına rehberlik eder.
Turistik Ürün Pazarlama	-Toplumun gelecekteki gelişiminin ve toplumdaki yaşam kalitesinin ortaya konulan betimleyici “öyküsü”, temeli daha da güçlendirir ve turizm pazarlama kararlarına rehberlik eder.
Faaliyet Planlaması 4: İlgi Alanlarının ve Fırsatların Belirlenmesi	
Organizasyon Geliştirme	-Turizm organizasyonu üyeleri, topluluğun veya toplumun karşılaşılabileceği bir dizi ilgi alanı ve fırsat üzerinde beyin fırtınası yaparlar. -Benzer fikirler; turizmle ilişkili olanlar ve turizm örgütünün ele alması gerekenler şekilde birleştirilip daraltılır.
Toplumsal Katılım	-Toplum temsilcileri, toplumun karşılaşılabileceği bir dizi ilgi alanı ve fırsat üzerinde tartışır. Benzer fikirler; turizmle ilişkili olanlar ve turizm örgütü tarafından veya turizm girişimleri aracılığıyla ele alınabilecek konular, şekilde birleştirilip daraltılır.
Turistik Ürün Geliştirme	-Belli başlı ilgi alanları ve fırsatlar, turizm gelişimi girişimlerine yön kazandırabilecek fikirleri, turizm çekim merkezlerini, hizmetleri ve alt yapıyı geliştirmeye veya büyültmeye yönelik somut planlar değerlendirilir.
Turistik Ürün Pazarlama	-Belli başlı ilgi alanları ve fırsatlar, turizm gelişimi girişimlerine yön kazandırabilecek fikirleri, turizm çekim merkezlerini, hizmetleri ve alt yapıyı geliştirmeye veya büyültmeye yönelik somut planlar değerlendirilir.

Tablo 16'nın Devamı

Faaliyet Planlaması 5: Misyon Geliştirme	
Organizasyon Geliştirme	-Turizm organizasyonu üyeleri, var olma amaçlarını açıkça ifade ederler, -Kime hizmet ettiklerini belirlerler. Bu eylem sırasında sadece ziyaretçilerin değil toplumun kendi ihtiyaçlarını da göz önünde tutarlar.
Toplumsal Katılım	-Turizm organizasyonun var olma amacı hakkında toplumu bilgilendirir.
Turistik Ürün Geliştirme	-Değerler, vizyon, ilgi alanları ve fırsatların yanı sıra misyon da turizm ürünü geliştirme çabasına rehberlik etmeye yardımcı olur.
Turistik Ürün Pazarlama	-Değerler, vizyon, ilgi alanları ve fırsatların yanı sıra misyon, turizm pazarlama çabasına rehberlik etmeye yardımcı olur.
Faaliyet Planlaması 6: Hedef Geliştirme	
Organizasyon Geliştirme	-Turizm örgütünün değerleri, vizyonu, ilgi alanları, fırsatları ve misyonu temel alınarak ve örgütün yapısı ve idaresi ile bağıntılı olarak hedefler geliştirilir.
Toplumsal Katılım	-Toplumun eğitimi ve turizm gelişimi çabasına dâhil edilmesi ile ilgili hedefler geliştirilir. -Hedefler, halkın planlama sürecine dâhil edilmesi üzerinde yoğunlaştırılır.
Turistik Ürün Geliştirme	-İfade edilen değerler, vizyon, ilgi alanları, fırsatlar ve misyon temel alınarak, turizm gelişimi ve/veya turizm kaynaklarının, gezginler için hizmetlerin ve altyapının iyileştirilmesine yönelik hedefler geliştirilir.
Turistik Ürün Pazarlama	-Turizm ürünü geliştirme ve/veya iyileştirme üzerine planlar temel alınarak, turizm pazarlamasına yönelik hedefler geliştirilir.
ORAYA NASIL ULAŞACAĞIZ?	
Faaliyet Planlaması 7: Amaç Geliştirme	
Organizasyon Geliştirme	-Turizm organizasyonu üyeleri, her bir örgütsel hedefin nasıl başarılabileceğini gösteren eyleme yönelik öneriler ortaya koyarlar, -Her bir hedef için ortaya konulan alt hedeflerin sayısı, var olan turizm pazarlama faaliyetlerinin niteliğine ve niceliğine ve sahip olunan insani, fiziksel ve finansal kaynaklara göre değerlendirilir.
Toplumsal Katılım	-Turizm organizasyonu üyeleri, toplumun eğitimine ve gelişime dahil edilmesine yönelik her bir hedefin nasıl başarılabileceğini gösteren eyleme yönelik öneriler ortaya koyarlar, -Her bir hedef için ortaya konulan alt hedeflerin sayısı, var olan turizm pazarlama faaliyetlerinin niteliğine ve niceliğine ve sahip olunan insani, fiziksel ve finansal kaynaklara göre değerlendirilir.
Turistik Ürün Geliştirme	-Turizm organizasyonu üyeleri, turizm ürünü geliştirilmesine yönelik her bir hedefin nasıl başarılabileceğini gösteren eyleme yönelik öneriler ortaya koyarlar, -Her bir hedef için ortaya konulan alt hedeflerin sayısı, var olan turizm pazarlama faaliyetlerinin niteliğine ve niceliğine ve sahip olunan insani, fiziksel ve finansal kaynaklara göre değerlendirilir.
Turistik Ürün Pazarlama	-Turizm organizasyonu üyeleri, turizm ürünü pazarlamaya yönelik her bir hedefin nasıl başarılabileceğini gösteren eyleme yönelik öneriler ortaya koyarlar, -Her bir hedef için ortaya konulan alt hedeflerin sayısı, var olan turizm pazarlama faaliyetlerinin niteliğine ve niceliğine ve sahip olunan insani, fiziksel ve finansal kaynaklara göre değerlendirilir.

Tablo 16'nın Devamı

Faaliyet Planlaması 8: Eylem Geliştirme	
Organizasyon Geliştirme	-Turizm organizasyonu üyeleri, her bir gelişim hedefinin nasıl gerçekleştirileceğini tek tek ana hatlarıyla anlatan stratejiler ve taktikler belirler. -Finansman ve teknik yardım sağlama alternatifleri araştırılır, -Zaman çizelgeleri belirlenir ve görev dağılımı yapılır.
Toplumsal Katılım	-Turizm organizasyonu üyeleri, toplumun eğitimine ve gelişime dahil edilmesine yönelik her bir hedefin nasıl gerçekleştirileceğini tek tek ana hatlarıyla anlatan stratejiler ve taktikler belirler, -Finansman ve teknik yardım sağlama alternatifleri araştırılır, -Zaman çizelgeleri belirlenir ve görev dağılımı yapılır.
Turistik Ürün Geliştirme	-Turizm organizasyonu üyeleri, turizm ürünü geliştirilmesine yönelik her bir hedefin nasıl gerçekleştirileceğini tek tek ana hatlarıyla anlatan stratejiler ve taktikler belirler, -Finansman ve teknik yardım sağlama alternatifleri araştırılır, -Zaman çizelgeleri belirlenir ve görev dağılımı yapılır.
Turistik Ürün Pazarlama	-Turizm organizasyonu üyeleri, turizm pazarlamasına yönelik her bir hedefin nasıl gerçekleştirileceğini tek tek ana hatlarıyla anlatan stratejiler ve taktikler belirler, -Finansman ve teknik yardım sağlama alternatifleri araştırılır, -Zaman çizelgeleri belirlenir ve görev dağılımı yapılır.
NASIL YAPTIK?	
Faaliyet Planlaması 9: Süreç Değerlendirme	
Organizasyon Geliştirme	-Organizasyon üyeleri, organizasyon faaliyetlerini ve gösterdiği ilerlemeyi periyodik olarak değerlendirir, -Bir rapor hazırlanır ve bu raporun birer kopyası ilgili yönetim kurullarına, finansman kuruluşlarına ve halka dağıtılır.
Toplumsal Katılım	-Organizasyon üyeleri, organizasyon faaliyetlerini ve gösterdiği ilerlemeyi periyodik olarak değerlendirir, -Bir rapor hazırlanır ve bu raporun birer kopyası ilgili yönetim kurullarına, finansman kuruluşlarına ve halka dağıtılır.
Turistik Ürün Geliştirme	-Organizasyon üyeleri, organizasyon faaliyetlerini ve gösterdiği ilerlemeyi periyodik olarak değerlendirir, -Bir rapor hazırlanır ve bu raporun birer kopyası ilgili yönetim kurullarına, finansman kuruluşlarına ve halka dağıtılır.
Turistik Ürün Pazarlama	-Organizasyon üyeleri, organizasyon faaliyetlerini ve gösterdiği ilerlemeyi periyodik olarak değerlendirir, -Bir rapor hazırlanır ve bu raporun birer kopyası ilgili yönetim kurullarına, finansman kuruluşlarına ve halka dağıtılır.
Faaliyet Planlaması 10: Plan Yenileme ve Değiştirme	
Organizasyon Geliştirme	-Yeni edinilen bilgiler veya değişen koşullar göz önüne alınarak, örgütün gelişim planında yeniliklere gidilir.
Toplumsal Katılım	-Yeni edinilen bilgiler veya değişen koşullar göz önüne alınarak, toplumun dahil edilmesine yönelik olarak hazırlanan planda değişiklikler, düzeltmeler yapılır.
Turistik Ürün Geliştirme	-Yeni edinilen bilgiler veya değişen koşullar göz önüne alınarak, turizm ürünü geliştirilmesine yönelik olarak hazırlanan planda değişiklikler, düzeltmeler yapılır.
Turistik Ürün Pazarlama	-Yeni edinilen bilgiler veya değişen koşullar göz önüne alınarak, turizm pazarlamasına yönelik olarak hazırlanan planda değişiklikler düzeltmeler yapılır.

(Nuckolls ve Long, 2009: 11'den uyarlanmıştır).

Tablo 16’da görüldüğü üzere, bütüncül turizm; organizasyon geliştirme, geliştirilen organizasyon çerçevesinde toplumsal katılım çalışmaları, turizme yönelik ürün geliştirme çalışmaları ve ürün pazarlama çalışmaları olmak üzere dört boyutla ilişkilendirilmiştir. Bu boyutlar; bilgi toplama, toplum değerlerinin belirlenmesi, vizyon oluşturma, ilgi alanlarının ve fırsatların belirlenmesi, misyon geliştirme, hedef geliştirme, amaç geliştirme, eylem geliştirme, süreç değerlendirme ve plan değiştirme/yenileme alt boyutlarında kırsal bölge yerel yönetimlerine yol gösterici bir rehber olarak öngörülmüştür. Yerel liderlerin bu rehber doğrultusunda turizm faaliyetlerine katılımları benimsenmiştir.

Kırsal bölgelerde turizm geliştirmek ve sürdürülebilir kılabilmek için doğal, kültürel, sosyal ve ekonomik turizm kaynaklarının kullanımı ve ilgili menfaat sahipleri arasındaki ilişkiler oldukça önemlidir. Bu süreçte turizm gelişimini, yerel kaynakların gücü üzerine kuran bütüncül yaklaşım; ekonomik, sosyal, kültürel, doğal ve beşeri yapılara yönelik uygulamalarıyla öne çıkan bir politikadır. AB düzeyinde yürütülen “2000 Reformları Ajandası”, ”Ortak Tarım Politikası Kırsal Düzenleme ve Dönem Ortası Değerlendirme Çalışmaları” ve “LEADER+ programları” bütüncül yaklaşımın önemli örnek çalışmalarıdır (Saxena ve Ilbery, 2010: 260).

Kırsal bölgelerde turizmin değerini belirlemek için bütüncül kırsal turizm kavramının operasyonel bir aracı olarak SPRITE (Supporting and Promoting Integrated Tourism in Europe’s Lagging Rural Regions) projesi geliştirilmiştir. Bu proje Avrupa’da 1992-2002 yılları arasında turizmin farklı paydaş gruplar içindeki durumu değerlendirmek ve gelişimini tarif etmek için kullanılan alternatif bir metodolojidir. Bu metodoloji yerel ekonomi ve kültürler üzerinde kırsal turizme yönelik bütüncül yaklaşımın genişletilmesine olanak sağlamıştır (Clark ve Chabrel, 2007: 371). SPRITE Avrupa’nın geri kalmış kırsal bölgelerinde bütüncül (entegre) turizm potansiyeli için yerel ve bölgesel kaynakların, faaliyetlerin, ürünlerin ve toplulukların nasıl değerlendirileceğinin analizini öngörür. Etkili ve sürdürülebilir turizm gelişimi için ekonomik, sosyal ve kültürel boyutları içerisinde turizm, yerel kaynaklar ve etkinlik yapıları arasındaki bağlantıların bütüncül turizmine etkilerini, yararlarını ve nasıl metalaştırılacağını analizi üzerinde çalışmış önemli bir projedir (<http://www.ist-world.org>).

Bütüncül turizm yaklaşımında iyi uygulamalarla birlikte olumsuz çalışmalara da rastlanmaktadır. Juvan ve Ovsenik (2008: 31) tarafından yapılan bilimsel araştırmada;

destinasyon içerisinde yer alan iş çevresi, entegrasyon (birleşme) fikrini bölgesel turizm sektörünü güçlendirmenin bir aracı olarak kabul etmekle birlikte, entegrasyon uygulamalarına katılmayı düşünmeği belirtilmiştir.

2.3.3. Yönetişim Yaklaşımı (Governance Approach)

1970’li yıllarda yaşanan ekonomik bunalımla birlikte, bölge kavramından yerellik kavramına bir geçiş yaşanmıştır. Kalkınma sürecinde ulusun bir alt birimi olarak tanımlanan bölge kavramı yerini; kendi olanakları, birikimleri ve potansiyeli ile var olma mücadelesine dayalı olan yerel kavramına bırakmıştır (Eraydın, 2004: 126). Gelişen süreçle birlikte, yerel sosyal sermayenin harekete geçirilmesi, yerel halkın katılımı ve sosyal faaliyetlerin desteklenmesini esas alınan “yönetişim” kavramı yerellik ile ilişkilendirilmeye başlanmıştır.

En basit formuyla ulusal, bölgesel veya yerel düzeyde kamu-özel sektör işbirlikleri ile ortak düzenleme, ortak yönlendirme ve ortak yönetim çalışmaları olarak ifade edilebilen yönetim; “sosyal, politik ve idari aktörlerin, toplum kesimlerine rehberlik etmek, onları yönlendirmek, denetlemek ve idare etmek amaçlı çabaları” olarak tanımlanmaktadır (Kooiman (1993: 2). Aynı zamanda yönetim kavramı; saydamlık, hesap verebilirlik, katılım, çalışma uyumu, yerindelik ve etkinlik gibi kriterlere dayanan, çok aktörlü ve toplumsal ortaklıklara dayalı bir yönetim anlayışı olarak da gösterilmektedir (<http://www.mevzuat.adalet.gov.tr>).

OECD, yönetişimi çok farklı fikirleri kapsayan bir kavram olarak göstermiştir. Yönetimin her düzeyinde, sivil toplum örgütlerinde yer alan ilgili tüm insanların karar verme sürecine dahil edilmesinin ve kararların tabandan başlayarak üst makamlara doğru verilmesinin önemine dikkat çekmiştir (Göymen, 2000a: 1027).

Yönetişim, sosyal olanaklar oluşturabilmek için toplumsal sorunların çözülmesini hedefleyen kamu-özel aktörlerin yer aldığı bir karşılıklı etkileşimler bütünü ve yönetim üzerine geliştirilmiş tüm teorik görüşlerin bir toplamı olarak da düşünülmektedir (Kooiman, 2003: 4). Yerel yönetim olarak da adlandırılabilen yönetim kavramında esas olan, yerel yönetimlerin her şeyi kendilerinin yapması değil, toplumdaki diğer aktörlerin dahil edildiği bir ortaklık anlayışı içinde yapabilir kılınmasıdır. Böylece kentsel bağlılık, kentsel kaynaklarda daha eşitlikçi dağıtım, sürdürülebilirlik ve temsili demokrasinin eksiklikleri giderilebileceği düşünülür (Beyhan, 2008: 59).

Geniş bir kavram olarak yerel yönetim, yerel düzeydeki ortak eylemlerin formüle edilmesi ve yürütülmesi anlamına gelir. Resmi kurumların, devlet hiyerarşilerinin doğrudan ve dolaylı rollerini ve aynı zamanda resmi olmayan kurumların, ağların, toplumsal örgütlerin ve komşu birliklerin rollerini içine alır. Yerel yönetişimde ortak eylem gerçekleştirilirken vatandaş-vatandaş ve vatandaş-devlet etkileşimlerinin, ortak karar verme sürecinin ve kamu hizmetlerinin yerine getirilmesi için bir çerçeve oluşturulması öngörülür (Shah ve Shah, 2006: 1-2).

İyi bir yerel yönetişimde paydaşlar arası işbirliği oldukça önemlidir. Ortaklık modeli çerçevesinde ilgili tüm aktörlerin sorumluluk alması ve özgür iradelerini kendi ilgi alanlarını ve yaklaşımlarını ortaya koymaları gerekir. Başarılı bir işbirliği süreci için çözülmesi gereken problemle ilişkili olmak, diğer gruplarla kurulması gereken ilişkinin gerekliliğine inanmak ve bu gerekliliği iyi algılamak önem arz eden unsurlardır (Çıracı vd., 2008: 92). Bu unsurlar arasında ortaya çıkabilecek anlaşmazlıklar yönetim uygulamalarını başarısız kılabilir.

Yönetişim uygulamalarını özel sektör düzeyinde başarısız kılacak engeller; sivil toplumun örgütlü olamaması, yerel yönetimlerin güçlü olmaması ve katılımcı demokrasinin gelişmesindeki yasal ve yönetsel sorunlar şeklinde sıralanmaktadır (Ökmen ve Görmez, 2009: 109). Kamusal düzeyde başarısız kılacak engeller ise; Şahin ve Emimi (2006: 48-50) tarafından yapılan çalışmada Tablo 17’de gösterilen biçimde özetlenmektedir:

Tablo 17: Kamusal Eylem Gruplarında Bireysel ve Örgütsel Değişim Engelleri

Örgütsel, Siyasi ve Mali Engeller	Toplumsal Engeller
Kamu yönetiminin merkeziyetçi yapısı Siyasi istikrarsızlık Siyasi kutuplaşma Değişim maliyeti	Toplumdaki muhafazakâr kesim Mantıksal açıklaması olmaksızın bir fikir veya partiye bağlılık Çıkar ve baskı grupları Statüko medya
Yöneticilerden Kaynaklanan Engeller	Çalışanlardan Kaynaklanan Engeller
Yöneticilerin liderlik yeteneği Yöneticilerin tutum ve davranışları	Kamu çalışanlarının tepkisi Belirsizlik korkusu Güvenlik ihtiyacı Statüko ve alışkanlıklar Bilgisizlik Başarısız olma endişesi Değişimi gereksiz görme

(Şahin ve Emimi, 2006: 48-50’den uyarlanmıştır).

Tablo 17’de görüldüğü üzere yönetim uygulamalarını kamusal boyutta başarısız kılan nedenler; kamu yönetiminin merkeziyetçi yapısı, siyasi istikrarsızlık,

siyasi kutuplaşma, değişim maliyeti, toplumdaki muhafazakarlık, bir fikre/partiye bağımlılık, çıkar ve baskı grupları, statüko medya, yöneticilerin tutum, davranış ve liderlik yeteneği, çalışanların belirsizlik korkusu, statüko alışkanlıkları ve değişimi gereksiz görme ile ilişkilendirilmektedir.

Yönetişim kavramının sistemsel, siyasal ve yönetsel olmak üzere üç ana boyutu vardır. Sistemsel olarak yönetim; devletin klasik ve otoriter karar alma süreçleri ve resmi kurumsal yapısı ile belirlenen hükümetten daha geniş bir kavramı ifade eder. Siyasal boyutta yönetim; yurttaşların mümkün olan her alanda ve biçimde katılımını öngörür. Yönetsel boyutta yönetim ise etkin, bağımsız, saydam ve denetlenebilen bir kamu hizmetidir. Yönetişimin, verimliliğini koruyabilmesi için tek başına hareket etme yerine birlikte düzenleme, birlikte üretim ve kamu-özel işbirliğidir (Göymen, 2000b: 6).

Turizm kaynaklarının sürdürülebilir kılınabilmesi için yerel organizasyonların etkinliğinin artırılması, uyuşmazlıkların azaltılması, güven ortamının sağlanması, planlama, karar verme, problem çözümü, proje belirleme ve değerlendirme süreçlerinde sorumluluğun paylaşılması ve sürece yerel halkın ve ziyaretçilerin katılımının sağlandığı modern yönetim anlayışıyla desteklenen yeni ortaklıklar önerilmektedir (Çıracı vd., 2008: 91). Bununla birlikte, gelişim ve büyüme aracı olarak turizmin, nasıl teşvik edileceği ve fırsatlar oluştururken ortaya çıkabilecek olumsuz etkilerin kısa ve uzun dönemde nasıl minimize edileceği merak konusu olmaktadır. Bu bakımdan sürdürülebilir gelişimde başarılı bir aktivite olarak turizmin sağlıklı bir yönetim çerçevesi için üç önemli unsur ileri sürülmektedir (Bertucci, 2002: 3);

1) Etkili ve şeffaf kurumlar, vatandaşların ihtiyaç ve taleplerine imkân sağlayan hesap verebilir politik katılımcılar ve temsilciler,

2) Mantıklı ve tutarlı politikalar, düzenleyici bir çerçeve, turizmi adres gösteren bütünsel bir yol,

3) Turizmle ilgili aktörlerin katılımı sağlayan müzakere, arabuluculuk ve yapıcı işbirliğine izin veren hükümet, özel sektör ve sivil toplum arasında ortaklıklar.

Son zamanlarda çağdaş turizme olan ilgi ile birlikte kamu politikaları ve stratejilerinin tasarımı, uygulanması ve denetimi önem arz eder hale gelmiştir. Hükümetler özel sektör, sivil toplum organizasyonları ve halkın yatay ve dikey koordinasyonunu içeren ve küreselden yerele doğru değişen ölçekte çalışmalara

yönelmişlerdir (Cooper ve Hall, 2008: 135). Bu bağlamda, turizmde hükümet makamları, özel sektör, sivil örgütler, profesyonel ve gönüllü örgütler arasında yeni bir iş bölümü arayışı içerisinde. Müzakereler sonucunda yeni işbirliği türleri, turizm ve ilişkili sektörlerde yeni aktörler, yeni düzenlemeler ve yapılar, yeni katılım, iletişim ve sorumluluk biçimleri geliştirmektedir (Göymen, 2000a: 1026).

Merkezi ve yerinden (ademi-merkezi) yönetim şekilleri turizm yönetimine plan oluşturma ve yürütmenin çok sayıda tarafa bağlı olduğunu varsayan yönetim perspektifinden bakmamaktadır. Merkez tarafından çeşitli yerel yönetimlere güç transferi olarak tanımlanan yerinden yönetimde, yerel aktörlerin görüşleriyle geliştirilen politikalar, tek taraflı ve ulusal politikalarla tutarsız programlar geliştirebilmektedir. Merkezi yönetim idareleri de yerel aktörlerin ilgileri, değerleri ve stratejileri konusunda ilgisiz kalabilmektedir. Bu yüzden turizm yönetimi için farklı mantık, ilgi ve stratejilere sahip bağımsız taraflar arasında koordinasyonu ve ortak yönetimi destekleyen bir yönetim sistemi üzerinde çalışılması önerilmektedir (Yüksel, 2004: 153).

Toplumda yeni bir iş bölümünün ve yeni oyuncuların (ortaklar, paydaşlar) ortaya çıkmasına sebep olan yönetim dinamikleri, sürdürülebilir turizm gelişimine ve tarihi ve kültürel mirasın korunmasına ve zenginleştirilmesine katkıda bulunmaktadır. Kamu kurumları ve özel teşebbüsler arasında kurulan işbirliği ve ortaklıklar aracılığıyla, sadece çok fazla gereksinim duyulan ilave altyapı sağlanmakla kalmıyor, doğal, tarihi ve kültürel çevre konusunda genel bir bilinç ve duyarlılık da meydana getirmektedir (Göymen, 2000a: 1041).

Turizm ve özellikle de kırsal turizm, yerel seviyedeki girişimcilerin uluslararası pazarda söz sahibi olmanın yollarını keşfetmeleri bağlamında önemli başarılarla imza atan bir sektör haline gelmiştir. Dolayısıyla, belirli yerlere özgü özellikleri kapsamı açısından yerellik, kırsal turizm üretimi ve tüketiminin merkezinde yer alır. Hizmetlerinin tanıtılması ve pazarlanması, belirli yerlerin birtakım özelliklerinin sermayeleştirilmesini içerir. Kırsal turizm hizmetlerin genellikle küçük ölçekli özel işletmeler tarafından yürütülmesi ve yerelleşme sürecinin bir parçası olarak benimsenmesi savunulan önemli bir unsurdur. Özellikle yerel üreticilerin kendi içerisindeki ve onlarla yerel olmayan turist pazarları arasındaki ilişkilerin etkili bir şekilde idare edilmesi, başarılı bir kırsal turizmin anahtarı olarak savunulmaktadır (Cawley vd., 2002: 67-68).

Sürdürülebilir turizm gelişiminin dolaylı olarak kendini gösteren özelliklerinden biri de yerelleşmedir. Sürdürülebilir turizm gelişimi; yerel ürün tedarik zincirini teşvik ederek, yerel sanat ve endüstrileri canlandırarak, turizm kazançlarının destinasyon içerisinde kalma oranını olabildiğince artırarak ve gelişimin yerel çevresel ve sosyal kapasiteler dahilinde gerçekleşmesini sağlayarak, yerel toplumların gelişim ihtiyaçlarını karşılamak üzerine odaklanmalıdır. Bu tür bir yerelleşmenin başarılması ise turizm gelişiminin yerel olarak denetlenmesine bağlıdır (Sharples, 2003: 40).

Yeni neo-liberal politikaların etkisi altında turizmdeki başlıca eğilim, ulaşım ve iletişim alanlarında yaşanan teknolojik gelişmelerce de desteklenen ve müşteri profilini ve tercihlerini etkileyen arz ve talebin küreselleşmesi yönünde olduğu görülmektedir. Bu yeni durum, turizmden daha fazla pay almak isteyen tüm ülkeleri ve destinasyonları zorlamakta ve onları destekleyici yapıları ve süreçleri yeniden değerlendirmeye itmektedir. Bu birçok ülkede, ulusal turizm yönetimlerinin yeniden yapılandırılması ve yeni oyuncuların yanı sıra yönetimin ruhuna uygun yeni işbirliği ve ortaklık modellerinin ortaya çıkması ile sonuçlanmaktadır (Göymen, 2000a: 1049).

Yönetişim anlayışının gereği olarak devlet, yerel aktörler ve yerel halkın birlikte karar verebileceği organizasyonlar geliştirmek, kırsal turizm açısından oldukça önemlidir. Kırsal turizm bir bölgeye taşınmadan önce, bölgede var olan tarım veya hayvancılık nasıl bir dönüşüme uğrayacağı, kırsal turizmin kimler tarafından yönetileceği, turistlere sunulacak ürün ve hizmetlerin kalitesinin nasıl sağlanacağı konuları; yerel yönetim, konaklama ve diğer hizmet kuruluşlarına ait organizasyonlar, sivil inisiyatifler, bölgesel ve ulusal birlikler şu konularda ortaklığı ve işbirliğini öngörür. Özellikle strateji geliştirmek, turistik ürünlerde sınıflandırma sistemi kurmak, pazarlama, kırsal turizm operatörleri için destek, bir ağ kurarak deneyimleri paylaşmak, eğitim, devlet ve diğer organizasyonlarla ilişkiye geçecek gruplar oluşturmak, fon kaynakları bulma açısından bu işbirliği çok önemlidir (Soykan, 2004: 78).

Türkiye ölçeğinde turizm ve yönetim uygulamalarına yönelik en somut örnek; “Türkiye Turizm Stratejisi 2023” çalışmasıdır. Bu çalışmada turizm ve yönetim ilişkisine şu şekilde yer verilmektedir:

“Türkiye Turizm Stratejisi, turizm sektöründe, kamu ve özel sektörün yönetim ilkesi çerçevesinde işbirliğini gündeme taşıyan ve stratejik planlama çalışmalarının yönetim ve uygulamasına yönelik açılımlar sağlamasını hedefleyen bir çalışmadır. Katılımcı planlama anlayışı ile hazırlanan Türkiye Turizm

Stratejisi ve Eylem Planı ile üretim, yönetim ve uygulama süreçlerinde sektörün önüne bir yol haritası konularak yönlendirilmesi temel amaç olarak kabul edilmiştir.”

2.3.4. Lider Yaklaşımı (The Leader Approach)

AB nüfusunun büyük bir oranı (%90) kırsal alanlarda yaşamaktadır (EC, 2006: 5). Bu durum, genel tarım politikası içerisinde kırsal gelişim politikasının önemini gittikçe artırmaktadır. Ekonomik, sosyal ve çevresel alanlara hitap eden kırsal gelişim politikasında teşvik edilen ana unsur, kırsal bölgelerde sürdürülebilir gelişimdir. Sürdürülebilir kırsal gelişme yönelik başvuru alan uygulamalardan bir tanesi de “lider yaklaşımı” (LİDER)’ dir.

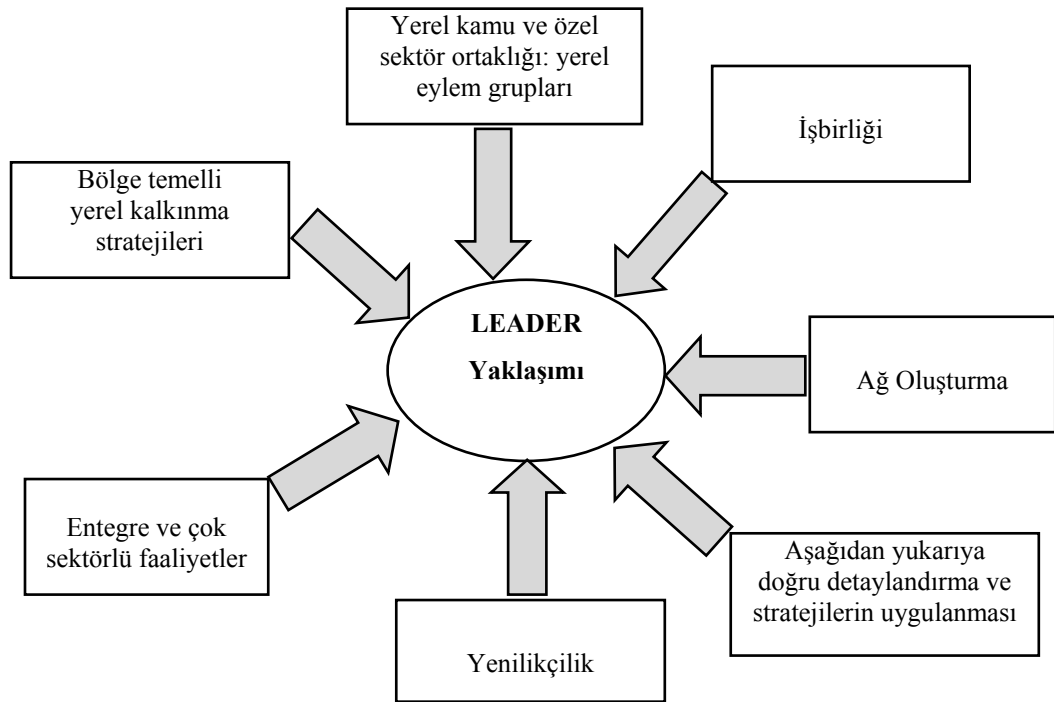
AB düzeyinde LİDER ilk olarak LEADER I programı adı altında 1991-1993 yılları arasında uygulanmıştır. 1994-1997 yılları arasında program LEADER II ve 2001-2006 yılları arasında LEADER + adlarıyla yürütülmüştür. Üç dönemi kapsayan Lider I, LEADER II ve LEADER+ programları ayrı ayrı finanse edilen birbirinden bağımsız LİDER programları olarak yürütülmüştür. 2007 yılından itibaren LİDER, AB’nin tüm kırsal gelişim politikasına dahil edilen ve genel bir yaklaşım haline getirilen bir politika olarak uygulanmaktadır.

LİDER programlarının öncelikleri mikro işletmelerin geliştirilmesi ve iş olanakları oluşturmaları üzerine odaklanmaktadır. Programın hedef gruplarını; kadınlar, sosyal yaşamın dışında kalmış insanlar (özürlüler, suçlular, azınlıklar), genç insanlar, çiftçiler, çiftçi aileleri ve uzun dönemli işsizler kapsamaktadır. Kırsal bölgelerdeki yaşam kalitesini iyileştirmeyi de hedefleyen LİDER, küçük ölçekli işletmelerin büyümesini teşvik etmek yoluyla, küçük çiftliklerin kırsal ekonomiye ve istihdama yaptıkları katkıyı artırmayı hedefler. Kırsal bölgelerin ihtiyaçlarına cevap vermek üzere onaylanmış stratejiler ve bütüncül yaklaşımlar geliştirmek ve uygulamak amacıyla, yerel eylem gruplarına ortak finansal destek sağlamayı amaçlar (EU-Turkey Joint Consultative Committee, 2005: 10).

LİDER, kırsal kalkınmanın yerel kırsal topluluklar aracılığıyla gerçekleştirilmesini destekleyen bir modeldir. Kırsal bölgelerde yerel katılımı ve aşağıdan yukarıya doğru yaklaşımı teşvik eden, yerel eylem grupları (kırsal alanlardaki kamu ve özel ortaklıklar) tarafından gerçekleştirilen faaliyetleri destekler. LİDER, kırsal problemlerin çözümünde bütüncül yaklaşımı (doğal, kültürel, sosyal ve ekonomik

turizm kaynaklarının kullanımını ve ilgili menfaat sahipleri arasındaki ilişkiler dikkate alma) öngörür. Gıda maddelerinin üretilmesinde rekabetçi olma, cazip bir çevreye sahip olma ve kırsal alanda yaşayan insanlar için iş olanakları oluşturma gibi kırsal alanlarda yaşamayı destekleyen hususlarda çözüm önerileri sunulmasını savunur. LEADER, kırsal alanları; rekabetçi olması veya rekabetçi pozisyonlarını koruyabilmeleri için yeni yollar bulması, yaşlanan nüfus, düşük seviyede hizmet elde etme ve istihdam sorunların üstesinden gelmeleri konusunda teşvik eder (EC, 2006; Altundağ, 2008; <http://www.ruralityouth.org.tr>).

EC (2006: 12), LİDER'in yedi temel özelliğini; yerel kamu ve özel sektörden seçilen bireylerle yerel eylem grupları oluşturma, işbirliği, ağ oluşturma, stratejilerin geliştirilmesinde ve uygulanmasında aşağıdan yukarıya doğru bir karar alma yaklaşımını benimseme, yenilikçilik, entegre çok sektörlü faaliyetler yürütme ve bölge temelli kalkınma meydana getirmek olarak belirlemiştir. Bu yedi temel özelliği Şekil 8'de gösterilen biçimde resmetmiştir:



Şekil 8: Lider Yaklaşımının Yedi Temel Özelliği
(EC, 2006: 12).

Şekil 8'de görüldüğü üzere LİDER, yerel düzeyde gelişim için yenilikçi, çok sektörlü entegre faaliyetleri benimsemektedir. Bu faaliyetlerin gerçekleştirilmesinde yerel eylem grupları liderliğinde işbirliği ve ağ oluşturma öngörülmektedir. İşbirliği

sürecinin ana temaları ise bölge temelli gelişim ve aşağıdan yukarıya doğru karar alma stratejileri olarak kabul edilmektedir. Benzer şekilde Tolić ve arkadaşları (2009: 268) “Kırsal Gelişimde Lider Yaklaşımı” başlıklı çalışmada LİDER’in genel özelliklerini şu şekilde özetlemişlerdir:

- Bölge temelli gelişim stratejisidir.
- Yeni ve yenilikçi yaklaşımları teşvik eder ve kolaylaştırır.
- Kamu ve özel sektör ortaklığında yerel eylem grupları (Local Action Groups-LAGs) kurulmasını hedefler.
- Aşağıdan yukarıya doğru yaklaşımı öngören bölgesel stratejiler oluşturma ve öncelikleri belirleme sürecidir.
- Çeşitli sektör aktivitelerinin bütünleştirilmesi ve bütüncül hareket edilmesini öngörür.
- Yerel eylem grupları arasında iletişimi etkin amacıyla, ağ kurulmasını teşvik eder.
- Bölgeler arası ve uluslararası düzeyde işbirliğini önerir.

AB açısından turizm; bölgesel kalkınma, istihdam, rekabet, vergileme, araştırma çevre, tüketici işleri, kültür, eğitim ve sağlık gibi farklı alanlardan etkilenen ve etkileyen politikaların kapsamındadır. Bu çerçevede AB düzeyinde uygulanacak politikalarda turizm alanında şu önceliklere yer verilmesi istenilmektedir (Paksoy, 2005: 78-94):

- Kültürel turizmin geliştirilmesi,
- Kırsal turizmin geliştirilmesi,
- Sosyal turizmin geliştirilmesi,
- Turizm sektörüne yönelik mesleki eğitimin desteklenmesi,
- Turizmin mevsimlere ve bölgelere dengeli olarak dağıtılması,
- Turizm istatistiklerinin geliştirilmesi,
- Uluslararası pazarlarda Avrupa turizminin tanıtımı.

Avrupa’nın kırsal bölgelerindeki yerel topluluklara alternatif gelir sağlama ve doğal ve kültürel mirasın korunmasını destekleme açılarından turizmin önemi

artmaktadır. Avrupa içerisinde 1,5 milyonun üzerinde kişi kırsal turizmde kendine istihdam alanı bulmaktadır. Kırsal turizm işi çoğunlukla küçük ve mikro aile işletmeleri tarafından çoğu zaman yarı zaman temelli yönetilmektedir (<http://www.ruraltourisminternational.org>). Avrupa’da kırsal turizm gelişimiyle ilişkili olarak birincisi acil, ikincisi ve üçüncüsü bölge içerisinde somut ilgi gerektiren üç kritik konu üzerinde durulmaktadır (Edmunds, 1999; Long ve Lane, 2000; Roberts ve Hall, 2001):

- Ziyaretçileri kırsal bölgelere çeken sosyal ve kültürel miras, manzara, temiz çevre, turizm ve rekreasyon aktivitelerinin ortaya çıkaracağı tehditlere yönelik önlemler,
- Kırsal turizmi yaymaya, kırsal turizm ürünlerinin kalitesini ve uygunluğunu geliştirmeye yardımcı erişilebilir eğitimler,
- Nispeten kopuk, birbiriyle ilişkisiz ve izole kırsal turizm ürünlerinin tanıtımı ve pazarlamasında ağ kurma ve işbirliği.

LİDER, yerel aktörlerin bölgeleri ve dış dünya arasındaki kaynak, bilgi ve ürün akışının daha iyi kontrol edilmesinin gerekliliği konusundaki farkındalıkları artırmıştır. Yoğun turist akışının kırsal alanlarda sebep olduğu dengesizlikler bunun başlıca örneğidir. Gerçekten de Avrupa’daki turizm gelişimi, turistlerin kırsalda belirli noktalarda veya sınırlı kesimlerde yoğunlaştığı son derece kutuplaşmış bir modele bağlı kalmış ve bu bölgelerde benzer turist yoğunlukları ortaya çıkmıştır. Bu model, ev sahibi nüfusun kaynaklarına ve yaşam kalitesine son derece zarar vermektedir. Buna karşın az turist alan bölgelerde ise hizmet eksikliği sebebiyle, örneğin kültürel mirasın korunmasına yatırım yapmaktan çekinilmektedir. Dolayısıyla, turistlerin sıklıkla ziyaret ettiği yerlerin tam aksine, bu bölgelerde kültürel miras kaderine terk edilmektedir. Birçok durumda, yoğun turizm faaliyetlerinin yaşandığı yerler ve çok az turist alan yerleşimler yan yana varlığını sürdürmektedir. İşte bu yüzden çok sayıda LİDER topluluğu turist akışını “başka yöne çevirmek” amacıyla, stratejiler uygulamaktadır (<http://ec.europa.eu>).

AB düzeyinde “kırsalda gerçekleştirilen herhangi bir turist faaliyeti” olarak tanımlanan kırsal turizm işinde, birlik üyesi her ülke kendi mevzuatını oluşturmuştur. Dolayısıyla, kırsal turizm AB ülkeleri arasında farklılık göstermektedir (Dettori vd., 2004). AB kırsal turizmde yaşanan heterojenlik sorununa benzer şekildeki sorunları

ortadan kaldırmaya ve bütüncül yaklaşım geliştirmeye yönelik önleyici modeller geliştirilmektedir. Bu aşamada LİDER, turizm gelişiminde önemli bir gelişim modeli olarak kabul görmektedir.

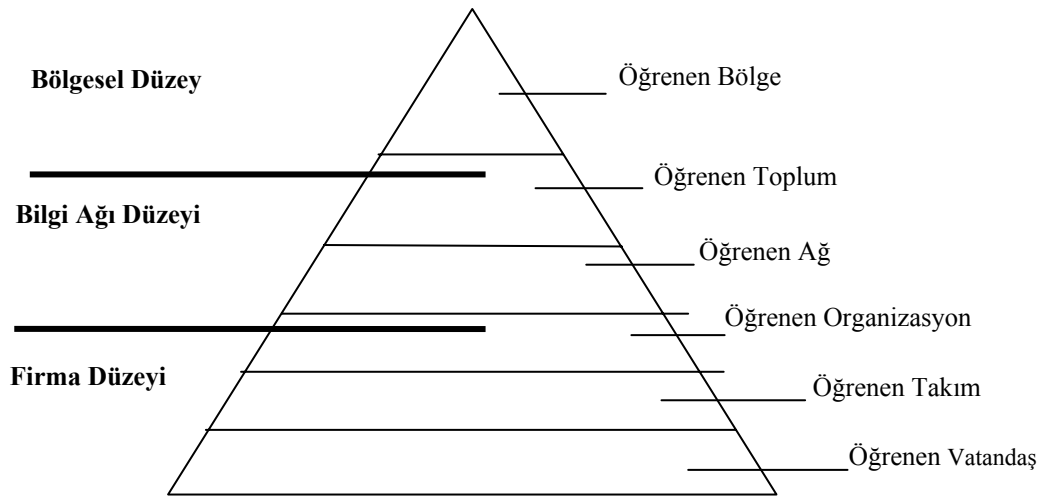
LİDER'i gerekli kılan sebepler arasında kırsal turizme artan talep sonucunda ortaya çıkan arz gelişimi ilk sırada gösterilmektedir. Kırsal bölgelerin turizmde rekabetçi olabilmesi için turistik arz verilerini birleştirici unsur etrafında toplaması, bölgesel kimlik ve bölgeler arası farklılaştırıcı etkenler oluşturmaya dikkat çekilmektedir. Kırsal turizm bölgelerinde turizmle ilgilenen aktörlerin etkin katılımı ve işbirliği ile hizmet üretiminin tüm aşamalarında kaliteyi sağlayacak şekilde çalışmalarının, başarıyı getireceği görüşü benimsenmektedir (Yıldız, 2009: 61).

2.3.5. Öğrenen Turizm Bölgesi Yaklaşımı (Tourism Learning Areas)

Bir destinasyon içerisinde yer alan insanların ve mikro düzeyde girişimcilerin performanslarını geliştirmeye yönelik çalışmalar, öğrenen turizm bölgesi yaklaşımının temelini oluşturur. Öğrenen turizm bölgesi yaklaşımı; turizm açısından kaliteli ürün ve hizmet oluşturulması, bölgenin tanıtımı için yenilikçi bakış açılarının ortaya çıkarılması, bölgesel rekabetin artırılması ve küresel ortam ve değişimlere uygun stratejiler geliştirilmesi açısından oldukça önem arz eder (Önal vd., 2006: 72-74).

Bölgesel gelişim organizasyonları, yerel yönetimler ve öğrenme merkezleri (okullar ve kurslar) öğrenen bölge yaklaşımının önemli paydaşlarını oluştururlar. Öğrenen bölge yaklaşımında ana unsur beşeri sermayenin geliştirilmesidir. Beşeri sermayenin bölge için etkin bir sürece gelebilmesi ve firma, ağ ve bölge düzeyinde gelişim aşamalarının tamamlanması öngörülür.

Avrupa Komisyonu (EC) (2004: 29) yaptığı çalışma kapsamında geliştirdiği öğrenme piramidi ile öğrenen turizm bölgesi yaklaşımını Şekil 9'da gösterilen biçimde açıklamıştır. Şekil 9'da görüldüğü üzere turizm öğrenme süreci; vatandaş, takım, organizasyon, ağ, toplum ve bölge olmak üzere altı alt düzey ile ilişkilendirmiştir. Alt düzeylerde; firma düzeyi, bilgi ağı düzeyi ve bölgesel düzey çalışmaları olmak üzere üç ana öğrenme kategorisi içerisinde şekillendirilerek turizmde öğrenen vatandaşlar ile öğrenen bölge oluşturulması hedeflenmiştir:



Şekil 9: Öğrenme Piramidi

(EC, 2004: 29).

Öğrenme piramidinde yer alan öğrenme düzeylerinde beşeri sermayenin turizm amaçlı gelişiminde Tablo 18’de belirtilen eğitime yer verilmesi önerilmektedir:

Tablo 18: Öğrenen Turizm Bölgesinde Verilecek Eğitimler

Genel Yetenek Eğitimleri	Yazılı İletişim İnsan İlişkileri Eleştirel Düşünme Problem Tanımlama ve Çözme Becerileri Bilgisayar Okuryazarlığı Yabancı Dil
İş Becerileri Eğitimleri	Yönetim Pazarlama Muhasebe Finans Hukuk Ekonomi
Turizm Zorunlu Dersler	Turizm Planlaması Turizm Araştırmaları Turizmde Bilgisayar Teknolojileri Otel ve Konaklama İşletmeleri için Teknik Bilgi Turizmde Dağıtım Sistemi Turizm Coğrafyası Seyahat Endüstrisi
Deneyimsel Eğitimler	Staj ve Uygulama Eğitimleri
Disiplinlerarası Öğrenme	Çeşitliliğin Önemi Kültürel Değerler ve Etikler Kültürler Arası Anlayış Çevre ve Sosyal Sorumluluk Uluslararası Küresel Perspektifler Yerellik Yaşam Boyu Öğrenme

(EC, 2004: 20-21’den uyarlanmıştır).

Ayrıca, mükemmel bir öğrenen turizm bölgesi modeli için ilgili paydaşların listesinin düzgün oluşturulması, doğru çalışma grupları oluşturulması, bilgi akışı için web sitesi kurulması, fon kullanım sistemi oluşturulması ve bölge için öğrenme alanı tanımlanması öğrenen turizm bölgesi yaklaşımında başarıyı artıran unsurlardır (<http://www.ecotrans.org>). Bu unsurlarla birlikte, öğrenme piramidi odaklı çıkar gruplarının değişen görüşlerinin sürekli olarak gözden geçirilmesi de oldukça önemli bir durum olarak kabul edilmektedir (Önal vd., 2006: 79).

Turizmde paydaş analizi kapsamında yukarıda incelenen teoriler için genel bir değerlendirme yapılacak ve kırsal turizmle ilişkilendirecek olursa şu hususlar öne çıkartılabilir:

- ❖ Turizm paydaşlarının doğru tanımlanması ve sınıflandırılması, bir yöre veya bölgede turizmin sürdürülebilirliği bakımından dikkate alınması gereken önemli bir durumdur. Çevresel etikler başta olmak üzere, turizmin planlaması, yönetimi ve pazarlanmasında paydaşların desteği ve katılımı gereklidir.
- ❖ Paydaş katılımı perspektifinde kırsal bölgelerde turizmin gelişimi ve yönetiminde; bütüncül turizm yaklaşımı, yönetim yaklaşımı, LİDER ve öğrenen turizm bölgesi yaklaşımı kullanılabilir. Bu yaklaşımlar kırsal turizmin alt boyutları (toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme, ürün geliştirme, ürün pazarlama) ile Tablo 19’da gösterilen şekilde ilişkilendirilebilir:

Tablo 19: Kırsal Bölgelerde Turizm Gelişimi ve Yönetiminde Önemli Yaklaşımlar

	Toplumsal Farkındalık Oluşturma	Organizasyonel Yapı Geliştirme	Ürün Geliştirme	Ürün Pazarlama
Bütüncül Turizm Yaklaşımı	X	X	X	X
Yönetişim Yaklaşımı		X	X	
Lider Yaklaşımı			X	X
Öğrenen Turizm Bölgesi Yaklaşımı		X	X	X

- ❖ Kırsal bölgelerde turizmin ana paydaşlarını; kamusal kurumlar, toplumsal kurumlar (birlikler, kooperatifler, dernekler vb.), kırsal turizm işletmeleri, kırsal turistler ve yerel halk oluşturmaktadır. Kamusal paydaşlar; kültürel değerlerin korunması, toplumsal kurumlar; turizm değerlerinin sürdürülebilir kullanımı,

kırsal turizm işletmeleri; turizm pazarı potansiyelinin belirlenmesi ve çekim merkezleri inşası, yerel toplum ise kültürel değerlerin turizm amaçlı gelişimi ile ilişkilendirilmektedir.

- ❖ Kırsal turizm geliştirme çabalarında kamu sektörü “lider”, “stratejist”, “fikir danışmanı”, “koordinatör”, “destekçi” ve “ortak” paydaş olarak algılanmaktadır.
- ❖ Türkiye’de kamusal paydaşlar boyutunda turizmin üç önemli paydaşını; valilikler, il kamu kuruluşları ve belediyeler oluşturmaktadır. Bu paydaşlar içerisinde belediyeler, turizmin yerelleşmesi boyutunda önemli kurumlar olarak ilk sırada gösterilmektedir.

2.4. Belediyeler

Genel olarak merkezi hükümetin üst düzey mevzuatı tarafından kendisine devredilen yetkileri veya direktifleri içinde hareket eden yerel yönetimlerin her ülkede farklılık gösterebilen türleri bulunabilmektedir. Yerel yönetim birimleri eyalet, bölge, il, ilçe, kasaba, bucak, belediye, idari bölge veya köy olarak ifade edilebilmektedir. Ancak, tüm bu isimler çoğu zaman, farklı ülkelerde gayri resmi olarak kullanılabilmektedir. Bununla birlikte, bir yerleşim alanının yerel yönetim olarak kabul edilmesinde aranan en temel özellik, merkezi hükümetin yasal bir parçası olması esasına dayanmaktadır.

Yerel yönetimler, kamu yönetiminin önemli ve vazgeçilmez birimleri olarak, çok sayıda kamu hizmetinin etkin ve yerel halkın tercihlerine uygun olarak yerine getirilmesinde ve demokrasiyi kurumsallaştırmada önemli kurumlardır (Ulusoy ve Akdemir, 2009: 260). Seçilmiş temsilciler olarak yerel politikacılar, ulusal ve yerel düzeyde kamu yararı, kamu hizmeti, verimlilik, etkililik ve hesap verebilirlik düzeylerinde yerel düzeyde yönetime daha çok katılır ve önem verir hale gelmişlerdir (Elliot, 1997: 153). Yerel yönetim türleri arasında ağırlık ilk zamanlarda il özel idarelerindeyken, özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında denge belediyelerden yana dönmeye başlamıştır. Kırdan kente kitlesel göçlerin artması sonucunda ortaya çıkan toplumdaki yapısal dönüşümler, köy muhtarlığının önemini azaltarak belediyeleri öne çıkarmıştır (DPT, 2000a: 16).

2.4.1. Belediyelerin Yerel Yönetimler İçerisindeki Önemi

Birçok hizmetin halka sunulmasında yerel yönetimlerin çabukluk ve kolaylık sağladığı bilinen bir gerçektir. Bununla birlikte, yerel yönetimlerin bu işlevlerini daha rahat yerine getirebilmeleri ve merkezi idarenin yükünü azaltmaları önem arz eden bir konu haline gelmiştir. AB ülkeleri yerel yönetim olgusunun gelişiminin bütünleştirmeyi arttıracaklarını düşünmektedir. Bu amaç ile kendi yerel yönetimlerine giderek daha çok önem vermekte ve bütünleştirici rol üstlenmeleri için onlara daha özerk yapılar sağlamaya çalışmaktadır (İçişleri Bakanlığı Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü, 1998: 11).

Kamu Yönetimi Sözlüğü yerel yönetimleri; “merkezi yönetimin dışında, yerel bir topluluğun ortak bir gereksinmesini karşılamak amacı ile oluşturulan, karar organlarını doğrudan halkın seçtiği, demokratik ve özerk bir yönetim kademesi ve bir kamusal örgütlenme modeli” olarak tanımlamaktadır (Bozkurt ve Ergun, 1998: 258). Erten (1999: 32), “bir devletin ya da bölgesel yönetimin alt birimi olan, göreceli olarak küçük bir alanda, sınırlı sayıdaki kurumsal politikaların belirlenmesi ve uygulanmasıyla görevli ve yetkili kılınmış bir kamu kuruluşu” olarak belirtmektedir. Bununla birlikte, yerel yönetim birimleri ülkeler arasında isim, görev ve faaliyet alanı bakımından farklılıklar gösterebilmektedir.

Türkiye’de yerel yönetim sistemi; il özel idaresi, büyükşehir belediyesi, belediye, mahalli idare birlikleri ve köy olmak üzere beş kademedен oluşmaktadır. Bu beş kademe arasında tüzel olarak hiyerarşik ilişki bulunmadığı gibi, eşgüdüm amaçlı bir ilişki de bulunmamaktadır. Genel özellikleri ile yerel yönetim birimleri şu özellikleri ile öne çıkmaktadırlar:

İl Özel İdareleri: 5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu’na göre il özel idareleri; il halkının mahallî müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan, idarî ve malî özerkliğe sahip kamu tüzel kişilikleridir. İlin çevre düzeni plânı, bayındırlık ve iskân, toprağın korunması, erozyonun önlenmesi, kültür, sanat, turizm, sosyal hizmet ve yardımlar, yoksullara mikro kredi verilmesi, çocuk yuvaları ve yetiştirme yurtları, ilk ve orta öğretim kurumlarının arsa temini, binalarının yapım, bakım ve onarımı ile belediye sınırları dışında imar, yol, su, kanalizasyon, katı atık, çevre, acil yardım ve kurtarma, orman köylerinin desteklenmesi ve ağaçlandırma temel görevleri arasında yer alır. İl özel

idarelerinin vali, il genel meclisi ve il encümeni olmak üzere üç organı vardır. İl genel meclisi ve il encümeni karar organları iken, vali yürütme organı konumundadır.

Büyükşehir Belediyeleri: Büyükşehir belediyesi; en az üç ilçe veya ilk kademe belediyesini kapsayan, bu belediyeler arasında koordinasyonu sağlayan; kanunlarla verilen görev ve sorumlulukları yerine getiren, yetkileri kullanan; idarî ve malî özerkliğe sahip ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan kamu tüzel kişilikleridir. Büyükşehir ulaşım ana plânını yapmak veya yaptırmak, coğrafi ve kent bilgi sistemlerini kurmak, sağlık, eğitim ve kültür hizmetleri için bina ve tesisler yapmak, mezarlık alanlarını tespit etmek, özel hal ve mezbaha açılmasına izin vermek, merkezî ısıtma sistemleri kurmak, kanunlarla büyükşehir belediyesine verilen görev ve hizmetlerle ilgili her türlü imar uygulamasını yapmak ve ruhsatlandırmak ve kültür ve tabiat varlıkları ile tarihî dokunun ve kent tarihi bakımından önem taşıyan mekânların ve işlevlerinin korunmasını sağlamak, bu amaçla bakım ve onarımını yapmak görevleri arasında bulunmaktadır. 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu'na göre büyükşehir belediyesinin organları; büyükşehir belediye meclisi, büyükşehir belediye encümeni ve büyükşehir belediye başkanından oluşur.

Belediyeler: “Belde sakinlerinin mahalli müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan, idari ve malî özerkliğe sahip kamu tüzel kişiliği” olarak tanımlanmaktadır. 5393 Sayılı Belediye Kanunu'na göre belediyelerin görev ve sorumlulukları; imar, su, kanalizasyon ve ulaşım gibi kentsel alt yapı; coğrafi ve kent bilgi sistemleri; çevre ve çevre sağlığı, temizlik ve katı atık; zabıta, itfaiye, acil yardım, kurtarma ve ambulans; şehir içi trafik; defin ve mezarlıklar; ağaçlandırma, park ve yeşil alanlar; konut; kültür ve sanat, **turizm ve tanıtım**, gençlik ve spor; sosyal hizmet ve yardım, nikâh, meslek ve beceri kazandırma; ekonomi ve ticaretin geliştirilmesi hizmetleri, kadınlar ve çocuklar için koruma evleri açma, okul öncesi eğitim kurumları açma, devlete ait her derecedeki okul binalarının inşaatı ile bakım ve onarımı ve her türlü araç, gereç ve malzeme ihtiyaçlarını karşılama, sağlıkla ilgili her türlü tesisi açma ve işletme; kültür ve tabiat varlıkları ile tarihî dokunun ve kent tarihi bakımından önem taşıyan mekânların ve işlevlerinin korunmasını ve bakım ve onarımını sağlama, korunması mümkün olmayanları aslına uygun olarak yeniden inşa etme, öğrencilere, amatör spor kulüplerine malzeme verme ve gerekli desteği sağlama, her türlü amatör spor karşılaşmaları düzenleme, yurt içi ve yurt dışı müsabakalarda üstün başarı gösteren veya derece alan sporculara belediye

meclisi kararıyla ödöl verme ve gıda bankacılığı yapabilme olarak geniş bir yelpazede sıralanmıştır. 5393 sayılı Kanuna göre belediyelerin; belediye meclisi, belediye encümeni ve belediye başkanı olarak üç ayrı yasal organı bulunmaktadır.

Mahalli İdare Birlikleri: Birden fazla mahallî idarenin (il özel idaresi, belediye ve köy), yürütmekle görevli oldukları hizmetlerden bazılarını birlikte görmek üzere kendi aralarında kurdukları kamu tüzel kişilikleridir. 5355 sayılı Kanuna göre birlik meclisi, birlik encümeni ve birlik başkanı olmak üzere üç temel organı bulunan mahalli idare birlikleri; itfaiye, su, kanalizasyon, arıtma, katı atık toplama ve yok etme, asfalt şantiyesi gibi hizmetleri, aralarında kuracakları birlikler aracılığıyla yürütebilirler.

Köyler: 442 sayılı Köy Kanunu'na göre nüfusu 2000'in altındaki yurtlar köy olarak adlandırılmaktadır. Köyün sınırı içinde köylüye ait işleri yapmak ve yaptırmak muhtarla onun başında bulunduğu ihtiyar meclisinin vazifesidir.

Artan kamuoyu beklentileri ve yerel toplulukların karar vermede daha çok katılımını içeren baskılar, yerel otoriteleri yeni taleplerle karşı karşıya getirmiştir. Yerel yönetimler, sanayi toplumundan bilgi toplumuna doğru yaşanan süreçte, yeni nitelikler ve işlevlerle bir realite olarak önem kazanmıştır (Ökmen, 2009: 19).

Sanayileşmiş batılı ülkeler, yerel yönetimlerin geliştirilmesi ve özerk kılınmasına yönelik çalışmalar yapmaktadır. Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı bu kapsamda, geliştirilen önemli çalışmalardan bir tanesidir. Bu çalışmada yerel yönetimler; yapıları itibariyle vatandaşa en yakın olan en alt düzeydeki yönetim birimleri olarak gösterilmekte, yerel yönetimlerin geliştirilmesi ve özerk kılınmasının önemine dikkat çekilmektedir (İnanç ve Ünal, 2007: 1-3). Bu kapsamda, yerel yönetimler; dünyadaki gelişim ve değişim süreci ile birlikte Tablo 20'de gösterilen yaklaşımlar perspektifinde kendilerini yenileştirir hale gelmişlerdir:

Tablo 20'de görüldüğü üzere; 1950'li yıllarda yerel yönetimler; kontrol ve düzenleme (arazi kullanımı, bina ve altyapıya ilişkin düzenlemeler), 1970'li yıllarda ekonomik yenilenme-kolaylaştırma (planlama desteği, mümkün olan konularda finansal teşvikler, ekonomik gelişime) ve 1990'lı yıllarda ise sürdürülebilir gelişim-özel sektör ortaklığı (yöre halkının yaşam kalitesi, sürdürülebilir gelişim) çalışmalarında aktif rol üstlendikleri görülmektedir. Ekonomik bir sektör olarak tarih, kültür ve turizmin önemini kavrama bu dönemle birlikte başlamaktadır:

Tablo 20: Yerel Yönetimlerin Planlama ve Gelişim Konusundaki Yaklaşımları

	1950 Kontrol Düzenleme	1970 Ekonomik Yenilenme Kolaylaştırma	1990 Sürdürülebilir Gelişim Özel Sektör Ortaklığı
Temel amaçlar	Arazi kullanımı, bina ve alt-yapı konusunda düzenlemelerin yapılması	Planlama desteği ve mümkün olan konularda finansal teşvikler dahil olmak üzere ekonomik gelişime özgü fırsatların belirlenmesi	Genel anlamda bölgesel gelişim planları ve hedef tanımları üzerine daha net olarak odaklanma, Yöre halkı için yaşam kalitesi ve sürdürülebilir gelişimin bir araya getirilmesi.
Eylemin Odağı	Su, atık, kirlilik ve hava kalitesi dahil olmak üzere sağlığın korunması ve güvenliğe yönelik özel denetimler.	İstihdam sağlama ve fiziksel çevreyi koruma konusunda duyarlılık. Halkın fiziksel çevreye erişimi ve onu rekreasyon amaçlı kullanımı konusu üzerine daha fazla eğilmek.	Sürdürülebilir gelişim, Yerel Gündem 21, Ekonomik gelişimin etkilerini azaltma, Ekonomik bir sektör olarak tarih, kültür ve turizmin önemini anlama.
Temel prosedürler	İşletmelerin yerel yönetim çalışanları tarafından uygulamaya konulan düzenlemeler aracılığıyla denetlenmesi.	İş etkinliklerinin hedeflenmesi, ticari sektöre destek paketlerinin oluşturulması, karar alma süreçleri açısından yön gösterici planlamanın yapılması ve daha iyi bilgilendirme.	Kamu sektörü kurumları ve özel sektör arasında ortaklık geliştirme süreçlerinin hızlı bir şekilde ortaya çıkması, Çok kaynaklı yatırım paketlerinin ve ortak planlama süreçlerinin gittikçe daha fazla kullanılır hale gelmesi.

(Middleton ve Hawkins, 1998: 103).

Yerel yönetimler, ulusal yönetimler kadar önemli örgütlerdir. Çünkü halkı temsil ederler. Her şeyden önemlisi insanlarla bulundukları yerde ilgilenme ve onları doğrudan etkileme olanağına sahiptirler. Önemli olmalarının bir diğer sebebi de merkezde devlet adamları tarafından formüle edilen karar ve planların, yerel düzeydeki yönetimlerce etkin ve verimli şekilde uygulanmamaları durumunda işlevsiz kalmalarıdır. Bu kapsamda, yerel halkın desteğini alamadığı için uygulamakta başarısız olan birçok yerel yönetim bulunmaktadır (Elliot, 1997: 138).

Yerel yönetimlerin önemli bir birimi olarak görülen belediyelerden yerel kalkınma anlayışı içerisinde; ekonomik gelişme, sosyal paylaşım ve kapsayıcılık, siyasal katılım ve kültürel çoğulculuk gelişim ölçütlerinde beklenen görevler şu şekilde sıralanmaktadır (Göymen, 2004: 25):

- Yörenin ekonomik kalkınmasına özellikle altyapı desteği sağlamak,
- Yörenin yatırımlar için çekim merkezi haline gelmesi için çalışmak,
- Yöredeki yatırımcıları yeni iş alanları oluşturması yönünde desteklemek,

- Sürdürülebilir kalkınmanın koşullarını hazırlamak,
- Yöredeki sosyal sermayenin geliştirilmesine katkıda bulunmak,
- Yörenin “öğrenen bölge” olması yönünde koşullar hazırlamak,
- Yörede, ekonomik ve sosyal kalkınmaya dönük işbirliği, ortak yaklaşım, bilgi-beceri paylaşımı ve ortak hareketini özendirmek,
- Dünya ile iletişim kurmak; yöredeki paydaşların evrensel gelişmeleri izlemelerini kolaylaştırmak, yurt dışı yatay ilişkileri özendirmek.

Bununla birlikte, belediyeler, yerel halkın dilek ve istekleri ile ilgili daha iyi değerlendirmeler yapabilme, çabuk ve etkili kararlar alabilme özellikleriyle de işlevsellikte öne çıkartılmaktadır (Tortop, 2008: 17). Yerel düzeyde toplumsal güvenliğin sağlanması, kamu sağlığı başta olmak üzere, güvenlik yönetimi, suçu azaltma, afete hazırlık ve sürdürülebilir gelişim gibi önemli görevlerle de ilişkilendirilmektedirler (Strömngren ve Andersson, 2010: 288). Yerel yönetim birimleri içerisinde en işlevsel yönetim birimi olarak kabul edilen belediyelerin etkinliğinin yeni kaynaklar oluşturma, mevcut kaynakları daha iyi kullanabilme, ürün ve hizmet geliştirme, çağdaş ve yenilikçi yönetim yaklaşımlarını uygulayabilme ve yönetsel bilgi ve deneyim yapısıyla öne çıkabileceği belirtilmektedir (Kutlar vd., 2011: 5-26).

2.4.2. Belediyeler ve Turizm Olgusu

Belirli yerlere özgü özellikleri kapsamı açısından “yerellik”, turizmde üretim ve tüketimin merkezinde yer alır. Hizmetlerinin tanıtılması ve pazarlanması, belirli yerlerin birtakım özelliklerinin sermayeleştirilmesi, turistik tüketime yönelen eylemlerin belirlenmesi ve uluslararası bilgi ve insan hareketleri ile öne çıkan bir turizm destinasyonunda (Cawley vd., 2002: 66), politika ve planlamalar arasındaki bağlantı ve sürekliliğin sağlanması, turizm yönetiminde yerleşimciler ve işletmeler dahil olmak üzere tüm destinasyonun ve çevrenin göz önünde bulundurulması ve destinasyon içerisinde turizme yönelik sorunların diğer kurumlardan önce, yerel yönetimler tarafından çözümlenmesi gereklidir (<http://www.southhams.gov.uk>).

Bu beklentilere rağmen, turizm gelişiminde önemli bir role sahip olan yerel yönetimler, turizm politikası ve planlamasında gerekli dikkati üzerilerine çekememişlerdir (Hall, 1994: 152). Oysaki yerel yönetimlerin, bölgelerine yönelik uygulanacak turizm politikalarının faydası konusunda en iyi karar verebilecek kurumlar

oldukları tartışmasız bir gerçektir (Jeffries, 2001: 47). Ancak, turizm yerel yönetimlerin gerileme dönemlerinde ekonomilerini canlandırmak amacıyla, bölgelerine turist çekmek konusunda çok hevesli oldukları bir yönetim faaliyeti olarak öne çıkmaktadır (Elliot, 1997: 138). Özellikle artan rekabet halindeki bütçesel baskılar, yerel yönetimlerin turizm gibi resmi olmayan hizmetlere katılma yeteneğini önemli ölçüde zorlamaktadır. Bu yüzden, yerel yönetimlerin başka hiçbir kurum tarafından yerine getirilemeyecek öncelikli turizm meselelerini ve işlevlerini ele alması gerektiği vurgulanmaktadır (<http://led.co.za>). Yerel yönetimlerin turizme hitap edebilecek işlevleri şu şekilde sıralanmaktadır (Long, 1994: 21):

- Özel sektör, diğer kuruluşlar ve diğer yerel yetkilerle ortaklık,
- Yerli halkı dâhil etmek,
- Girişken tanıtım çalışmaları,
- Kolayca bulunabilen kaliteli bilgi,
- Özel olayların tanıtımını yapmak,
- Sürdürülebilir turizmi geliştirmek
- Çevreyi korumak,
- Çalışanların uygun ücret aldığından emin olmak,
- Uzmanlık isteyen konularda danışmanlara başvurmak,
- Çalışanlar için eğitim programları hazırlamak,
- Çekim merkezlerinin altyapısını güçlendirmek,
- Çekim merkezleri arasında bağlantı kurmak.

Dünyadaki birçok hükümet sürdürülebilirliği, turizm sektörlerinin içerisine işlemenin ulusal ve bölgesel düzeyde yollarını aramaktadır. Bu süreçte yerel yönetimler, yerel turizm sektörünün başarısını derinden etkileyebilir. Destinasyonun geleceğinin bağlı olduğu değerleri korumakta rol oynayabilir. Özellikle yerel yönetimlerin dahiliyeti, arazi kullanımı ve çevresel düzenleme gibi fonksiyonlarının sektör üzerinde oluşturabileceği etkiler göz önüne alındığında kritik bir rol oynamaktadır. Çevre ve ev sahibi toplum arasındaki etkileşimin yanı sıra ziyaretçiler ve turizm işletmeleri arasında da kayda değer bir etkileşim sürecinde, yerel yönetimlerin katkısı göz ardı edilemez.

Sürdürülebilir turizme yardımcı olabilecek önemli aktörlerden biri olarak yerel hükümet, genel olarak şu çalışmalarda yer alabilir (South Australian Tourism Commission and Local Government Association, 2006: 7-8):

- Stratejik planlama,
- Pazarlama ve tanıtım,
- Veri Toplama,
- Sponsorluk,
- Ekonomik gelişme,
- Ziyaretçi hizmetleri,
- Kamu arazisi yönetimi,
- Toplum için kapasite geliştirme.

Nuckolls ve Long (2009: 8) tarafından hazırlanan *Turizm Teknik Destek Matrisi* kapsamında yerel yönetimler teknik destek sağlayıcı kurumlar olarak; planlama, aynı ortaklıklar ve fon bulmada önemli teknik destek sağlayıcılar olarak gösterilmiştir:

Tablo 21: Turizm İçin Teknik Destek Matrisi

Teknik Destek Sağlayıcılar	Liderlik Eğitimi	Pazar Araştırması	Planlama	Aynı Ortaklıklar	Fon Bulma
Yerel/bölgesel hükümet kurumları/konseyları			X	X	X
Bölgesel, eyalet ve ulusal turizm ofisleri ve acentaları		X		X	X
Özel sektör turizm endüstrisi temsilcileri		X		X	
Üniversite turizm merkezleri/akademik programlar	X	X	X		X
Özel turizm endüstrisi danışmanları	X		X	X	X
Büyüme/gelişme programları	X		X		
Bölgesel, eyalet ve ulusal sanat ve tarih birlikleri			X	X	X
Bölgesel, eyalet ve ulusal doğal kaynak ve vahşi yaşam birlikleri			X	X	X

(Nuckolls ve Long, 2009: 8).

Yerel turizm gelişiminin başarılı olması isteniyorsa, toplumdaki tüm paydaşların planlama ve karar verme sürecine katılımının sağlanması gereklidir. Turizm ürünü kendini yeniledikçe ve büyüdüğü bu konular kaçınılmaz olarak farklı şekillerde tekrar

toplumun karşısına çıkacaktır. Toplumun ürünün kendisiyle olduğu kadar, turizm geliştirme süreciyle olan ilişkisini de yönetebilmesi gerekir. Ürünü oluşturan ve onunla duygusal bir bağı olan kişiler için, toplumdaki herkesin bu ürüne karşı aynı hisler içerisinde olmadığını anlamak genellikle zor gelir. Dolayısıyla, turizm ürününün oluşturduğu psikolojik ve sosyal kaygının belirlenmesi ve devam eden değerlerin açığa çıkarılması sürecinin bir parçası olarak tartışılması gerekir. Bu değerlerden bazılarının turizm ürününün taciziyle karşı karşıya olabileceği ve bu tehdidin ortadan kaldırılması için adım atılması gereken durumlar olabileceği kavranmalıdır (George vd., 2009: 246).

Turizmin belirli bir bölge ve yerel değişkenlerle derin bağları olan ekonomik bir faaliyet olduğu gerçeği göz önüne alındığında, merkezi yönetimler turizm sektörünün karmaşık yapısını ve ekonomik ve sosyal çevresini yönetmeye her zaman uygun değildir. Birçok durumda bazı sebeplerden ötürü, yerel yönetimlerin turizm sektörüyle ilişkili sorunlarla mücadele etmek için daha iyi bir konumda olduğu görülmektedir. Bölgenin güçlü ve zayıf yönleri ile ilgili doğrudan bilgi sahibi ve iş çevresinin olanaklarının ve karşılaştığı zorlukların daha fazla farkındadırlar. Toplumun yaşadığı bölgeyi veya insanlarını etkileyen önemli değişikliklere veya sorunlara zamanında müdahale edebilirler (Bertucci, 2002: 4).

Yerel düzeyde birçok sorumluluğu olan yerel yönetimlerin öncelikleri arasında turizm son sıralarında yer almaktadır. Ancak, 1990'lı yıllarla birlikte daha fazla yerel yönetim, yerel ekonomiyi canlandırmanın ve gelirlerini artırmanın bir yolu olarak turizm gelişimini teşvik etmeye yönelik kararlar almaktadır. Turizm konusunda alınan kararların başarılı ve yararlı olması için, yerel halkın duygularına ve çevreye karşı hassas olunmasına dikkat çekilmektedir. Yerel düzeyde geliştirilen politikaların uygulanabilmesi, yerli halkın desteğinin kazanılması önerilmektedir. Kamu yöneticilerinden turizmin etkilerinin zararlı olmayacak yönetilmesi ve bölgenin ekonomik ve sosyal bakımdan geliştirilmesi yönünde kullanılması beklenilmektedir. Özellikle yerel politikacıların ve halkın ulusal turizm yönetimin planları ve turizm gelişiminin avantajları ve dezavantajları da dahil olmak üzere turizm meseleleri ile ilgili olarak bilgilendirilmesi ve eğitilmesi yerel yöneticilerin önemli görevleri arasında gösterilmektedir (Elliot, 1997: 137). Turizmde son yıllarda yerel otoritenin üstlendiği kilit rol daha fazla fark edilir hale gelmiştir. Bu durumun sebepleri ise aşağıdaki beş durum ile ilişkilendirilmiştir (UNEP, 2003: 8):

- 1) Turizm hizmetinin tüketiciye değil, tüketicinin hizmete getirildiği bir sektör olması ve turizm sektörünün karmaşık yapısı,
- 2) Turistlerin sadece tek tek ürünleri değil, destinasyonları da seçip karşılık verdiğinin daha iyi anlaşılması,
- 3) Büyük çoğunluğu küçük ölçekli işletmelerden oluşan sektörün dağınık yapısı,
- 4) Sürdürülebilirlik açısından devlet otoritelerinin destinasyonlardaki turizm gelişimini sadece pazar kurallarına terk etmeyerek düzenleyici rol üstlenmesi gerektiğinin kabul edilmesi,
- 5) Yerel otoritelerin müdahale gücünü artıran idari merkezileşmeye doğru yönelimlerdir.

Dünyadaki ve Türkiye'deki turizm trendleri dikkate alınarak hazırlanan “turizm destinasyonu olarak Türkiye” başlıklı SWOT analizi çalışmasında “başta yerel yönetimler olmak üzere kamunun turizme yeteri kadar ilgi göstermemesi” ifadesine dikkat çekilmektedir (TÜBİTAK, 2003: 24). Bir ülkede turizmin; merkezi hükümet, yerel yönetimler, STK, mesleki kuruluşlar ve halkın sahiplenmesiyle anlam kazanacağına inanılmaktadır. Özellikle, turizm faaliyetlerinin bir bölgede gerçekleştiği düşünüldüğünde, yerel yönetimler sadece kendi halkı için değil, aynı zamanda bölgeyi ziyarete eden turistler için de hizmet üretme özellikleri ile öne çıkan kuruluşlar olarak görülmektedir. Yerel yönetimlerin, bölge turizm kaynaklarının korunması ve optimal derecede kullanılmasına yönelik plan ve politikaların uygulayıcısı olmaktan çok hazırlayıcısı olmasına dikkat çekilmektedir. Ayrıca, yerel yönetimler, bölgelerinde vatandaşlara ve meslek birliklerine turizmi benimsetebilecek ve desteklerini alabilecek önemli kurumlar olarak kabul edilmektedirler (Baş vd., 2007: 1-12).

Bir ülkenin ekonomisinde turizmin nasıl yaygınlaştırılacağı ve nasıl sürdürülebilir bir büyüme ve gelişim aracı olarak güvence altına alınacağı önemli sorulardır. Bu kapsamda, sağlıklı bir yönetim çevresinin turizmi sürdürülebilir gelişim için başarılı bir faaliyet haline getirmede çok önemli rol oynayabileceği kabul edilmektedir. Bu kapsamda (Bertucci, 2002: 3);

- Hesap verebilen, politik katılıma ve temsile izin veren ve vatandaşların ihtiyaç ve taleplerine cevap veren etkin ve şeffaf politik kurumlar,

- Turizmin farklı yönlerine bütüncül bir şekilde hitap edebilen tutarlı ve istikrarlı politikalar ve düzenleyici bir çerçeve,
- Toplumun ekonomik ve sosyal yaşamının birçok boyutunu etkileyen turizm için devlet, özel sektör ve sivil toplum arasında kurulan ortaklıklar

geliştirilmesi önerilmektedir. Yukarıdaki ilkeler dâhil olmak üzere yerel halkın sosyal ihtiyaçlarını yerinde ve doğru olarak belirlemede ve bu ihtiyaçları doğrudan karşılamada yerel yönetimler içerisinde belediyeler merkezi yönetimlere göre halka yönelik sosyal politika ve hizmetlerini geliştirmede avantajlı kurumlar olarak görülmektedirler (Seyyar, 2008: 30). Bu kapsamda, turizme yönelik çalışmalarda belediye ve turizm ilişkisinin, diğer yerel yönetimlerden farklı olarak daha ayrıntılı bir şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir.

Yerel yönetimler içerisinde turizm ile ilişkisi en kuvvetli olan kurumlar belediye idareleridir. Belediye idareleri, birçok görev ve sorumlulukları ile turizmle yakından ilişkilidirler. Temizlik ve çevre koruma hizmetleri, alt yapı hizmetleri, zabıta hizmetleri, yangınla mücadele hizmetleri, imar planları, yapıların kontrolü, ulaştırma hizmetleri, tüketiciyi koruma hizmetleri gibi faaliyetler sadece yerel halkı değil, aynı zamanda bölgeye gelen turistler ile de yakından ilgilidir. Belediyelerin hizmet amacına yönelik görevlerinin turizm sektörünü yakından ilgilendirdiği, dikkate alındığında, belediyelerin de konunun dışında kalamayacağı açıktır. Bu kapsamda, belediyelerin turizm alandaki faaliyetlerine hız vermeleri gerekmektedir (Dönmez, 1996; Baş vd., 2007).

Belediyelerin turizmdeki rolleri; destinasyon için kaliteli bir fiziksel alt yapının sağlanması ve turizm işbirliği sağlayarak destinasyonun gereksinimlerini ve yönetimini güvence altına alma olmak üzere başlıca iki ana temada yoğunlaştırılabilir. Kaliteli bir fiziksel alt yapı kapsamında; cadde temizliği, cadde ışıklandırması, ulaşım, park ve bahçeler, kıyıların korunması ve sahil temizliği, su güvenliği, doğal çevrenin korunması, yapılaşma ve planlama kontrolü, çevre sağlığı, kamuya açık tuvaletler, kaldırımların bakım ve onarımı, otoparklar, güvenlik, yön tabelaları, boş zaman aktiviteleri ve sanatsal faaliyetler destinasyon için öncelikli fiziksel altyapı çalışmaları olarak görülebilirler. Turizm işbirliği kapsamında ise turizm hizmetini tek bir çatı altında toplayabilirler. Turizmin sürülebilirliğini sağlamak için yerel gelişim planları, yerel ulaşım planları, yerel kültürel strateji planları ve Yerel Gündem 21 (YG-21) eylem planları hazırlayabilirler. Sahip oldukları demokratik tabanla, yerel kültürü, halkı,

ürünleri ve çevreyi destekleyerek yerel farkındalığı artırabilirler. Ortak hedefler ve yerel sahiyiet doğrultusunda kaynak havuzu oluşturabilirler. Yerel sektörlerin ihtiyaçlarını üst kurullara ve merkezi yönetim birimlerine doğrudan aktarabilirler. Dürüst aracılık rolleri ile insanları bir araya getirip ortaklıklar oluşturabilirler. Yörelerinin turizm pazarında etkin bir şekilde tanıtımları için etkin bir şekilde çalışabilirler (<http://www.southhams.gov.uk>).

2.4.2.1. Belediyelerin Turizm Görevleri

Belediyeler, misafirperverlik başta olmak üzere mahalli turizm dernekleri ile işbirliği yoluyla turizm alanında önemli çalışmalar yürütebilirler. Yerel halka; ev, sokak ve cadde temizliği, eski eserlerin korunması, yabancı ve yerli turistlere misafirperver olunması, yüksek fiyatlarla satış yapılmaması ve turistlerin rahatsız edilmemesi gibi konularda toplantı ve konferanslar düzenleyebilirler. Umumi tuvaletlerin, çeşme ve su kaynaklarının temiz tutulmasını, turistik ve doğal güzelliklerin ve tarihi eserlerin korunmasını sağlayabilirler. İmar planları hazırlanırken turizm kapsamındaki çalışmalar için uzmanlardan ve fikirlerinden yararlanabilirler. Şehir girişlerinde önemli yerleri gösteren basit planlar (anayol gidiş yerleri, araba park yerleri, müze, anıt, meydan, kamp, koruluk ve turizm büroları) ve turistlerin danışabileceği bürolar oluşturabilirler. Şehir meydanların estetik bir görünümde düzenlenmesi, otopark yerlerinin belirtilmesi, park yerlerinde satıcıların eşya ve araçlarının konuluş biçimlerinin düzenlenmesi, çöp kutularının konulmasında ve temizliğin sağlanmasında önemli bir rol alabilirler. Turizmin gelişmesinde önemli bir etken olan tanıtma faaliyeti kapsamında yörelerinin tarihi ve kültürel zenginliklerinin tanıtımına destek verebilirler. Mahalli folklor gösterileri, festivaller, şenlikler, sergiler düzenlenmesine önder olabilirler. Turistik değeri olan el sanatları kapsamında çeşitli hatıra eşyaların üretilmesine katkı sağlayabilirler (Tortop, 1988: 7).

Literatürde belediyelerin turizme yönelik ve turizmi etkileyebilecek çevre, imar, rekreasyon, kültür, sanat, spor, tanıtım ve denetim kapsamında gerçekleştirebilecekleri faaliyetler şu şekilde özetlenmektedir (Ağaoğlu, 1992; Ünal, 1992; Yeter, 1993; Long, 1994; Reed,1997; Wilson vd., 2001; Andriotis, 2002; Azaklı, 2004; Baş vd., 2007; <http://www.southhams.gov.uk>):

- Turizm amaçlı planlama ve yapılaşma denetimleri yapmak,
- Çevrenin korunmasına ve kirlenmesini önlemeye yönelik çalışmalar yapmak,

- Turistik çekiciliği koruyacak şekilde imar planlaması ve çevre düzenlemesi yapmak,
- Turizme yönelik rekreasyon alanları (su kenarları, plajlar, eğlence olanaklarının yoğunlaştığı tesisler, motel, kamping, çocuk ve gençlik kampları, sağlık ve tedavi tesisleri, yürüyüş ve spor alanları, küçük tarımsal üretim yapılan kişisel rekreasyon alanları, golf sahası vb.) oluşturmak.
- Kent ekolojisini geliştirmek,
- Kırsal alanlarda akılcı arazi kullanımı politikaları izlemek,
- Kentsel eksiklik, bozukluk ve çarpıklıkları ortadan kaldırmak,
- Yöresel yapı ve mimari özellikleri ön plana çıkarmak,
- Sinema, tiyatro vb eğlence tesisleri kurmak, işletmek, kurulan tesislere belge vermek ve denetimlerini yapmak,
- Yerel, ulusal ve uluslararası kültür ve turizm etkinlikleri düzenlemek,
- Müze kurmak ve işletmek,
- Otel, motel, pansiyon, kamping gibi konaklama tesisleri yapmak,
- Turistik tesis ve işletmeleri denetlemek,
- Özel müteşebbisler tarafından kurulan konaklama veya yiyecek ve içecek tesislerine işletme belgesi vermek,
- Turistik değeri olan kültür varlıklarını korumak,
- Kültürel eserleri koruma-kullanma dengesi içinde restore etmek suretiyle, kendi kültürel kimliklerini çekicilik unsuruna dönüştürmek,
- Kültür ve turizm bürosu açmak,
- Rehberlik hizmetleri vermek,
- Fuarlar, sergiler, panayırılar kurmak, festivaller düzenlemek,
- Turistik ürünlerin pazarlanmasına (analiz, planlama ve uygulama aşamalarında) yardımcı olmak.
- Yerel halkı turizm konusunda bilinçlendirmek için seminerler düzenlemek toplantılar yapmak,

- Turizm sektörüne personel yetiştirmek amacı ile çeşitli mesleki kurslar ve okullar açmak,
- Belediye çalışanlarını turizm konusunda yetiştirmek.

Kılıç (2006: 83-88), belediyeleri temsil ettikleri beldenin turizm potansiyelini ortaya çıkarmada ve değerlendirmede Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan daha etkili kurumlar olarak göstermiş, yerel tanıtım faaliyetlerinin o yöredeki belediyeler tarafından gerçekleştirilmesini veya görüşlerinin alınmasını önermiştir. Türkiye'deki belediyelerin turizmle ilgili faaliyetlerini; pazarlama faaliyetleri, kültürel faaliyetler, çevre faaliyetleri ve denetim faaliyetleri olmak üzere dört boyutla Tablo 22'de gösterilen faaliyetlerle ilişkilendirmiştir. Belediyelerin bu sorumluklarını belirli bir öncelik sırasında olmak koşuluyla hayatına geçirmesi halinde yörelerinin turizm gelişimine katkı sağlayabileceklerini savunmuştur. Torlak (1999: 97) ise belediyelerin turizm pazarlamasına yönelik faaliyetlerinin reklam ve halkla ilişkiler faaliyetleri ile sınırlı kaldığını, turizm pazarının oluşturabileceği diğer fırsatlardan yararlanamadığını belirtmiş, belediye hizmetlerinin kalite ve miktar bakımından artırılmasının önemine dikkat çekmiştir.

Tablo 22: Türkiye'deki Belediyelerin Turizmle İlgili Faaliyetleri

Pazarlama Faaliyetleri	-Yerel turizm pazarın tanımlanması ve analizine yönelik çalışmalar, -Turizm pazarlarının tanıtımına yönelik tutundurma faaliyetler.
Kültürel Faaliyetler	-Belediye sineması, tiyatrosu oluşturmak ve işletmek, -Yerel halk için okuma salonları oluşturmak, -Müze kurmak ve işletmek, -Yerel, ulusal ve uluslararası kültür etkinlikleri organize etmek, -Kültürel varlıkları korumak için kamulaştırmalar yapmak, -Yerel tarihi ve kültürel varlıkları korumak.
Çevre Faaliyetleri	-Turizm potansiyeline uygun alt yapı (su, kanalizasyon, elektrik şebekesi, yol, otopark, soğuk hava deposu, tuvalet) hizmetleri, -Çevrenin korunmasına iyileştirilmesine yönelik çalışmalar (çöp toplama, zararlı böcek ve haşeratla mücadele, ağaçlandırma), -Çevre ile uyumlu imar düzenlemeleri.
Denetim Faaliyetleri	-Planlama ve yapılaşma denetimi, -Çevrenin korunması ve kirlenmenin önlenmesine yönelik denetimler, -Tesis ve işletmelerinde temizlik, intizam, servis ve fiyat denetimleri.

(Kılıç, 2006: 83-88'den uyarlanmıştır).

Ünal (1992: 6-7) belediyelerin turizm alanında gerçekleştirebileceği faaliyetleri kentsel ve kırsal belediyeler boyutunda değerlendirmiştir. Kentsel belediyelere, yeşil alanlar düzenleyerek kent ekolojisini geliştirmelerini, turistin alışık olduğu çevredeki yapıları taklit yerine yöresel mimarilerini ön plana çıkarmalarını, kültürel eserlerini restore etmelerini ve hafta sonu tatiller şeklinde ortaya çıkan “kentsel kaçış” ve “boş

kent” imajını önlemek için ileri teknoloji ile estetik değerleri bütünleştirip, boş zaman faaliyetlerine uygun ortam oluşturmak suretiyle “kentsel turizm” geliştirmelerini ve kentin yakın çevresini eğlence olanaklarının yoğunlaştığı tesisler, motel, kamping, çocuk ve gençlik kampları, sağlık ve tedavi tesisleri, yürüyüş ve spor alanları ve küçük tarımsal üretim yapılan rekreasyon alanları (hobi bahçeleri) oluşturmalarını önermiştir. Kırsal belediyelere ise tarımsal yapıyı saf dışı etmeyecek ve doğal çevreyi bozmayacak turizm türleri geliştirmeleri konusunda tavsiyede bulunmuştur. Yeter (1993: 47), belediyelerin turizm konusundaki faaliyetlerini; planlama ve yapılaşma denetimi, çevre denetimi ve tesis ve işletmeler denetimi olmak üzere üç denetim türü ile ilişkilendirmiştir. Türkiye ölçeğinde turistik yöre imar uygulamalarında belediyelerin denetim yetersizliğine dikkat çekmiştir. Denetim yetersizliğinin başlıca etkenlerini; nitelikli personel eksikliğine bağlamıştır.

Türkiye’de belediyelerin turizm faaliyetlerine katılımları mevzuat kapsamında da kendini göstermektedir. 5393 sayılı Belediye Kanunu’nda bulunan hemşehri hukuku (m.13), görev ve sorumluluklar (m.14/a), kent konseyi (m.76), gönüllü katılım (m.77) ve 5355 sayılı Mahalli İdare Birlikleri Kanunu (m. Ek-1) ile turizm faaliyetlerine katılımın, uygulama anlamında zorunluluk haline geldiği söylenebilir. 5393 sayılı Belediye Kanunu hemşehri hukuku bölümü kapsamında “belediye, hemşehriler arasında sosyal ve kültürel ilişkilerin geliştirilmesi ve kültürel değerlerin korunması konusunda gerekli çalışmaları yapar.” Görev ve sorumluluklar bölümü kapsamında “belediye, mahallî müşterek nitelikte olmak şartıyla; **turizm ve tanıtım geliştirilmesi hizmetlerini** yapar veya yaptırır.” Kent konseyi bölümü kapsamında “belediyeler kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının, sendikaların, noterlerin, varsa üniversitelerin, ilgili sivil toplum örgütlerinin, siyasî partilerin, kamu kurum ve kuruluşlarının ve mahalle muhtarlarının temsilcileri ile diğer ilgililerin katılımıyla oluşan kent konseyinin faaliyetlerinin etkili ve verimli yürütülmesi konusunda yardım ve destek sağlar.” Gönüllü katılım bölümü kapsamında “belediye; sağlık, eğitim, spor, çevre, sosyal hizmet ve yardım, kütüphane, park, trafik ve kültür hizmetleriyle yaşlılara, kadın ve çocuklara, özürlülere, yoksul ve düşkünlere yönelik hizmetlerin yapılmasında beldede dayanışma ve katılımı sağlamak, hizmetlerde etkinlik, tasarruf ve verimliliği artırmak amacıyla, gönüllü kişilerin katılımına yönelik programlar uygular” hükümlerine yer verilmektedir. Benzer şekilde 5355 sayılı Mahalli İdare Birlikleri Kanunu, turizm altyapı hizmet birlikleri bölümü kapsamında “kültür ve turizmi

koruma ve gelişim bölgeleri ile turizm merkezlerinde, alanın bütüncül bir anlayışla korunması, geliştirilmesi, tanıtımı, kültür ve turizme ilişkin sosyal ve teknik altyapının gerçekleştirilmesi ve işletilmesini sağlamak amacıyla, alandaki bütün mahalli idarelerin katılımı ile bir mahalli idare birliği kurulur.” hükmü belediyeleri turizm ile ilişkilendirmektedir

Türkiye’de finansal açıdan belediyelerin gelirlerinin turizm gelişimi için yeterli olmadığı düşünülmektedir. Özellikle, turizm kapsamında gerçekleşen nüfus hareketlerinin neden olduğu alt yapı sorunları, belediyeler tarafından bir yük olarak algılandığı belirtilmektedir (Işıkcı, 2002: 269). Ancak, belediyelerin kısıtlı olanaklarla da turizme yönelik hizmetler geliştirebileceğine inanılmaktadır. Yöre halkının turizm konusunda bilinçlendirilmesi başta olmak üzere, çevrenin temiz tutulması, doğal güzelliklerin ve tarihi eserlerin korunması bu hizmetlere örnek olarak gösterilmektedir (Tortop, 1988: 5). Turistin, bir bölgeye gittiği andan itibaren belediyelerin yapmış oldukları hizmetlerle karşı karşıya kalacağı düşünülmektedir. Yöredeki yolların durumu, çevrenin temizliği, trafiğin düzeni, park, bahçe ve yeşil alanları ile kısacası yerel yönetimlerin hizmet verdiği ve sorumluluk alanında bulunan faaliyetler ile bölgeye gelen turistler üzerinde olumlu ya da olumsuz izlenim bırakacağına dikkat çekilmektedir (Kılıç, 2002: 50).

Bir turizm türü olarak kırsal turizm; ortam, yerel kültürel bağlantılar, yerel yan ürünler, yerel girişimler ve yerel yönetimler boyutlarıyla yerel bir özellik taşır (Grolleau, 1996: 3). Kırsal turizm, yerel seviyedeki girişimcilerin uluslararası pazarda söz sahibi olmanın yollarını keşfetmeleri bağlamında önemli başarılarla imza atmaktadır. Özellikle özel işletmeler veya küçük şirketler tarafından yürütülen kırsal turizm hizmetleri yerelleşme sürecinin bir parçası olarak diğer turizm çeşitlerine göre yerellikte ön plana çıkmaktadır (Cawley vd., 2002: 66). Kırsal turizm yerel ailelerle ilişkili geleneksel bir yapıdadır. Bu nedenle yerel olarak kontrol edilmesi, bölgenin uzun dönemli yararına gelişiminde oldukça önemlidir (Lane, 1994: 14).

Birçok gelişim tarzı ve amacı olan kırsal turizmde, fiziksel kaynaklarla ilgilenen teknik uzmanlar (araştırmacılar, planlamacılar) pratikte kırsal halkla çok az ilişkileri olup ve bu ilişkiler genelde resmidir. İdari alanda ve toplum gelişiminin farklı biçimlerinde çalışan kişi ve örgütler (sosyologlar, belediyeler, vb.) ise kırsal halkla daha sık görüşürler ve kırsal halkı daha yakinen tanırlar (Chambers, 1983: 11).

Kırsal turizmde toplum katılımı yerel yönetimi, toplum birliklerini ve yöre halkını, turizm işletmelerini, turistleri ve diğer paydaşları kapsar. Kırsal turizm kaynaklarının en büyük sorumlusu ve kırsal turizmin genel faydalarının sözcüsü olarak yerel yönetimler eşitlik ve adalet kurallarına sıkı sıkıya bağlı kalmalı ve tüm paydaşların davranışlarına mantıklı bir yaklaşımla rehberlik etmeli, denetlemeli ve düzenlemelidir. Tüm yöre halkının çıkarlarının temsilcisi olarak sürdürülebilir gelişime daha fazla önem vermelidirler. Ayrıca, kırsal turizm gelişiminde sadece gerekli tesisi ve hizmetleri sağlamakla sınırlı kalmamalı, markalaşma ve pazarlama hizmetlerinde de ön plana çıkmalıdırlar (Cai ve Li, 2009: 1069).

Kırsal turizmin gelişiminde yerel yönetimlerin desteği ve katılımı sağlanmalıdır. Yerel yönetimler kırsal turizm için gelişim fonu sağlama, turizm için gerekli alt yapı ihtiyaçlarını giderme, turistler için cazip görünen yerlerin imarı, bakımı ve temizliği ve turizm sektörü çalışanları, girişimciler ve yerel halka eğitim ve mesleki destek sağlamada önemli kurumlardır (Wilson vd., 2001: 134).

Cai ve Li (2009: 1066) çalışmasında yerel yönetimlerin kırsal turizme katılımlarını çok taraflı işbirliği yöntemi ile ilişkilendirmiştir. Yerel toplumun kırsal turizme katılım şekillerini şu şekilde özetlemişlerdir:

Çiftçilerin Bireysel Katılım Yöntemi: Bu yöntem özellikle de kırsal turizm gelişiminin başlangıç aşamasında görülmektedir. Burada daha açık fikirli ve daha iyi bir ekonomik çevreye sahip birkaç çiftçi, kendilerine ait çiftlik, otlak (çayır), ormanlık alan, meyve bahçesi ve oturduğu evi geliştirmekte veya turist çekmek üzere köy birliğinin denetimi ve yönetimi altında anlaşma yapmakta ve bunun ardından bağımsız olarak turistlerle ilgili karşılama ve diğer hizmetleri sunmaktadırlar.

Çiftçiler Birliği Yöntemi: Kırsal turizmin belirli bir aşamaya getirilebildiği durumlarda çiftçiler arasında ortaklaşa bir kalkınma oluşturmak için ölçek ekonomilerinin, kaynak paylaşımının ve birbirini tamamlayan güç oluşumunun gerçekleştirilmesi açısından uygun bir yöntemdir. Bu birlik tek tek başarılı çiftçilerin itici güç olmasıyla oluşmuş özerk bir oluşum da olabilir; kırsal turizm gelişimi, ağırlama ve hizmet sektöründe ortaklaşa yer almak üzere köy kooperatifinin eş güdümlenmesiyle de oluşturulabilir.

Çok Taraflı İşbirliği Yöntemi: Bu yöntemde katılımcıları yerel yönetimler, girişimciler, köy kooperatifleri ve çiftçiler oluşturur. Çok taraflı işbirliği yöntemi

uygulamada dört farklı formda oluşturulabilir. Bunlardan ilki köy kooperatifinin kaynak sağladığı, girişimcilerin fon sağladığı ve yöre halkının çalışan olarak turistlere hizmet sunduğu yöntemdir. Girişimcilerin proje planlaması, kurulum, yönetim ve ticari faaliyetlerden sorumlu olduğu bu yöntem, özellikle görece olarak geri kalmış kırsal bölgelerde uygulanmalıdır. İkinci yöntemde köy kooperatifinin kırsal turizmde ürün geliştirme, pazarlama, ağırlama ve rehberlik hizmetlerinin çiftçiler tarafından yerine getirilmesi esasına dayanır. Bu yöntem ağırlıklı olarak yüksek yönetim kapasitesine ve gelişmiş ekonomiye sahip olan kırsal alanlar için uygundur. Üçüncü yöntem ise köy kooperatifi kaynak ve fon sağlar; proje planlaması ve kurulum, çiftçilerin seçilmesi ve organizasyon ve koordinasyondan sorumludur ve sonradan profesyonel yönetim ve işletim sağlamak amacıyla, dışarıdan destek alınır. Çiftçiler resepsiyonda, rehberli turlarda ve benzeri konularda görevlendirilirler. Son olarak yerel yönetimlerin altyapı, seyahat acentalarının pazarı geliştirme ve turist çekmeden, köy kooperatiflerinin el sanatları, yiyecek içecek servisi ve yaşadıkları alanların bakımı ve onarımı gibi işlerde yer aldığı modeldir. Bu model, kırsal turizm uygulamalarının en ileri ve en başarılı olanıdır.

Türkiye’de de belediyelerin kırsal turizm konusunda çalışmalar yaptığı görülmektedir. Belediyelerin kırsal turizm bağlamında öne çıktığı konuların başında termal turizm, rekreasyonel aktivitelerin geliştirilmesi ve kırsal alanda yaşayan insanların ürettikleri ürünleri pazarlamaları için stantlar kurulması oluşturmaktadır. Bu konuda Ankara iline bağlı Beypazarı Belediyesi yaptığı çalışmalarla yöresine turist çekmede başarılı uygulamalar sergilemektedir (Şerefoğlu, 2009: 97).

Bununla birlikte, Türkiye’deki belediyelerin kırsal turizme yönelik faaliyetlerinin yetersiz olduğu düşünülmekte, yerel yönetimlerin kırsal turizm konusunda öne çıkması beklenmektedir (Ertuna vd., 2012; Öztürk ve Ayaz, 2012). Bu bağlamda, Tarlak (2007: 95) tarafından yapılan kırsal turizm araştırması kapsamında geliştirilen “kırsal turizm faaliyetleri gelişim süreci” modeli içerisinde orta dönem kırsal turizm gelişim faaliyetlerinde (festivaller, kampçılık, hobi bahçeleri, pansiyonculuk, çiftçi pazarları, günübirlik ve kısmen konaklamalı aktiviteler) yerel yönetimlerin desteği öngörülmektedir.

2.4.2.2. Belediyelerin Turizme Katılım Araçları

Belediyeler, turizm faaliyetlerine katılma zorunluluğu olan önemli paydaş kurumlardır. Altyapı düzenlemesi başta olmak üzere doğal ve kültürel çevreyi koruma, yörelerinin tanıtımı, yörelerine uygun turistik ürünler geliştirme, yöre halkını turizme yönlendirme ve turizm hizmetlerinin denetim boyutunda belediyelerin önemli görevleri bulunmaktadır. Bu görevlerin belediyelere iyi anlatılması ve benimsetilmesi gerekmektedir. Bu süreçte “*sosyal sorumluluk*”, belediyelerin turizm faaliyetlerine katılımında öne çıkartılması gereken önemli bir kavramdır.

Sosyal sorumluluk, "bir kurumun ekonomik ve yasal koşullara, iş ahlakına, kurum içi ve çevresindeki kişi ve kurumların beklentilerine uygun bir çalışma stratejisi ve politikası gütmesidir" (Eren, 2000: 99). Sosyal sorumluluk anlayışında ana temayı, topluma fayda düşüncesiyle, kurumun kaynaklarını toplum yararına olacak şekilde kullanılması oluşturur. Bu kapsamda, öne çıkan uygulamalar; toplum refahını iyileştirme, sağlık ve emniyet, çevreyi koruma, sosyal konularını destekleyen isteğe bağlı iş uygulamaları ve yatırımlardır. Bu iş ve uygulamalar, “gönüllülük” ve “hayırseverlik” olmak üzere iki boyutta gerçekleştirilebilir (Vural ve Coşkun, 2011: 63).

Sosyal sorumluluk; toplumsal bilinçlenmedeki artışlar, küreselleşme sürecinde yaşanan değişimlerle şekillenen bir kavram haline gelmiştir. Sosyal sorumluluk anlayışında öne çıkabilen işletmeler; çalışanları, müşterileri ve yerel toplum tarafından saygıyla söz edilen, güven duyulan kurumlar olarak gösterilmeye başlamışlardır (Gül, 2011: 92).

Sosyal sorumluluk anlayışında öne çıkmak isteyen kurumlara “sosyal diyalog” geliştirmeleri önerilmektedir. Sosyal diyalog, toplumu ilgilendiren ortak sorunların çözümünde, farklı toplum kesimlerinin çeşitli şekil ve derecelerde işbirliği çalışmalarını öngören bir yaklaşımdır. Menfaat gruplarının toplumu ilgilendiren politikaların belirlenmesi ve uygulanmasında rol üstlenmeleri de sosyal diyalog kapsamında değerlendirilmektedir (Ateş, 2005: 46).

Turizmde, *sosyal sorumluluk teorisi*; müşteriler, çalışanlar, çevre ve toplum olmak üzere dört boyutla ilişkilendirilmektedir. Müşteriler boyutunda; kaliteli hizmet sunma, dürüstlük ve açık bilgi sağlama, çalışanlar boyutunda; işe alımda ve sonrasında eğitim fırsatı, sağlık ve güvenlik için uygun ortam oluşturma, kadın ve erkek işgörenlere eşit koşullarda istihdam imkanı, çevre boyutunda; su gibi doğal kaynakların aşırı

kullanılmaması, enerjinin verimli kullanımı, atık yönetimi, toplumsal boyutta ise farklı değer sistemleri, dini inançlar, yaşam tarzları ve gelenekler gibi kültürel farklılıkların hayırseverlik ve dernekleşme boyutlarıyla yönetilmesi öngörülmektedir (Argandoña, 2010: 21-25).

Turizm kapsamında belediyeler, çevre ve toplum boyutlarında sosyal sorumluluk taşıyan kurumlardır. Doğal kaynakların aşırı kullanılmaması, enerji verimliliği, atık yönetimi konularında yerel toplumu yönlendirebilecek ve denetleyebilecek önemli kamusal kurumlardır. Benzer şekilde yerel toplumun değer, inanç, gelenek ve kültürel farklılıkları yönetmede başarılı olabilecek demokratik temsilcilerdir. Bu nedenle belediyelerin turizm boyutunda sosyal sorumluluk kapsamında sosyal diyalog geliştirmeleri, yörelerindeki turizm hizmetlerinin yerelleşmesi bakımından önem arz etmektedir. Özellikle, “*Yerel Gündem 21*” ve “*eko belediyecilik*” sosyal sorumluluk anlayışı perspektifinde belediyelerin turizme katılımını sağlayabilecek önemli uygulama araçları olarak görülebilir. Belediyelerin bu uygulama araçları ile olan ilişkisi turizm kapsamında şu şekilde özetlenebilir:

2.4.2.2.1. Yerel Gündem 21

1970’li yıllarda yaşanan ekonomik bunalım sonrasında “bölge” kavramının yerini “yerel” kavramı almaya başlamıştır (Eraydın, 2004: 126). Bu değişim süreci ile birlikte yerel yönetimlerden “küresel düşün, yerel hareket et” nosyonu kapsamında kendi performanslarını yönetme ve iyileştirme, sürdürülebilir gelişim hedefleri ile yerel yönetimin eylem ve politikaları ile birleştirme, farkındalık ve eğitim çalışmalarına ağırlık verme, halka danışma ve halkı dâhil etme, yerel toplum içerisinde yer alan gruplarla ortaklık yoluna gitme ve sürdürülebilirlik yönünde yaşanan süreci ölçme, izleme ve rapor haline getirme yönünde davranışlar geliştirmesi beklenir hale gelmiştir (Leslie ve Hughes, 1997: 145). Bu davranışların gerçekleştirilmesinde de yerel yönetimlere; saydamlık, hesap verebilirlik, katılım, çalışma uyumu, yerindelik ve etkinlik gibi kriterlere dayanan, çok aktörlü ve toplumsal ortaklıklara dayalı yönetim anlayışı olan “yönetişim” ve yönetişim kavramı etrafında şekillenen bir model olarak Yerel Gündem 21 (YG-21) önerilmektedir (Öztürk ve Ayaz, 2010).

1992 yılında Rio de Janeiro’da düzenlenen Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı ile gündeme gelen ve “insanlık tarihsel bir dönüm noktasındadır” cümlesiyle açıklanan YG-21, kalkınma ve çevre arasında denge kurulmasını hedefleyen,

sürdürülebilir gelişme kavramının yaşama geçirilmesine yönelik küresel uzlaşmanın ve politik taahhütlerin en üst düzeydeki ifadesi olan bir eylem planı olarak kabul edilmektedir (Ökmen ve Görmez, 2009: 109-110). YG-21, çevre sorunları başta olmak üzere, nüfus patlamasından, uluslararası eşitsizliğe kadar insanoğlunun tüm sorunlarına ve dünyadaki süregelen kötüleşmeye çözüm olarak gösterilmektedir (Emrealp, 2005: 13).

Türkiye ölçeğinde YG-21 ise yerel yönetim birimleri (belediyeler, il özel idareleri, mahalli idare birlikleri, köyler) içerisinde yer alan belediyeler öncülüğünde, sivil toplumun ve diğer ortakların, birlikte kendi sorunlarını ve önceliklerini belirleyecek kent konseyleri oluşturulmasını öngörmektedir. Kent konseyinin, kentteki tüm dinamikleri temsil ettiğinden hareketle, kent vizyonunun ve hemşehrilik bilincinin geliştirilmesine yönelik çalışmalar yürütmesi beklenmektedir. Özellikle kentin hak ve hukukunun korunması, sürdürülebilir kalkınma, çevreye duyarlılık, sosyal yardımlaşma ve dayanışma, saydamlık, hesap sorma ve hesap verme, katılım ve yerinden yönetim kent konseylerinin temel çalışma prensipleri olarak benimsenmektedir. Belediyeler başta olmak üzere mesleki kuruluşlar, sendikalar, noterler, üniversiteler, siyasî partiler, kamu kuruluşları, mahalle muhtarları ve ilgili sivil toplum örgütlerinin temsilcileri kent konseylerinin önemli paydaşları olarak kabul edilmektedir. Bu paydaşların çevre, ekonomi, sağlık, turizm, eğitim, kültür ve sanat, ulaşım, tüketiciyi koruma, çalışma ve sosyal güvenlik gibi genel ve geniş kapsamlı konularda çalışma grupları oluşturarak YG-21 uygulamalarına destekleri beklenmektedir. Özellikle belediyelerin YG-21 sürecinin her aşamasında kolaylaştırıcı bir rol oynaması, YG-21 çalışmalarını içselleştirmesi (kendi yönetiminin her kademesine YG-21 anlayışını yerleştirmesi) ve plan ve programlarını YG-21 çalışmaları ile uyumlu biçimde hazırlaması beklenmektedir (Emrealp, 2005: 39-40).

Yerel yönetimler liderliğinde yürütülmesi öngörülen YG-21 uygulamalarının sürdürülebilir gelişim, çevre ve kalkınmaya ilişkin kararlarda toplum katılımını kapsayan planlı, demokratik ve işbirlikçi yaklaşımıyla, turizm ve toplumsal kalkınmada önemli bir rol oynayabileceğine inanılmaktadır (Jackson ve Morpeth, 2000: 119). Bununla birlikte, sürdürülebilir turizmin merkezinde YG-21 uygulamaları; devlet daireleri, yerel yönetimler, ulusal turist büroları ve meslek odalarının kuruluş sistemleri ve prosedürlerinde ağır basan eylemleri belirlemede ve turizm için karar verme sürecinde birleştirme aracı olarak da görülmektedir. YG-21 uygulamaları vasıtasıyla

turizm bağlamında yapılabilecek ana faaliyetler şu şekilde özetlenmektedir (Middleton ve Hawkins 1998: 104):

- Sürdürülebilir turizmi getirmek için mevcut düzenleyici, ekonomik ve gönüllü çerçeve kapasitesini değerlendirme,
- Turizm sektörü faaliyetlerinin ekonomik sosyal, kültürel ve çevresel etkilerini değerlendirme,
- Sürdürülebilir turizm gelişim sürecinin ayrılmaz bir parçası olarak sürdürülebilirliğin merkezinde yeni turizm ürünleri tasarımı,
- Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasında sürdürülebilir turizm ile ilgili bilgi, beceri ve teknoloji değişimini kolaylaştırma,
- Kurs ve eğitimlerle yerel bilinç oluşturma,
- Sürdürülebilir turizm gelişimi için planlama,
- Toplumun tüm sektörlerin katılımını sağlama,
- Yerel düzeyde sürdürülebilir gelişim başarısını ölçme,
- Sürdürülebilir gelişim için ortaklıklar geliştirme.

Bütün bu öngörülere rağmen turizm, YG-21 uygulamalarında gereken desteği sağlayamamıştır. Jackson ve Morpeth (2000) tarafından yapılan araştırmada YG-21 uygulamalarının en iyi şekilde geliştirildiği yerlerde bile, turizm alanında çok az ilerleme kaydedildiği belirtilmiştir. Leslie ve Hughes (1997) tarafından İngiltere’de yapılan araştırma çalışmasında ise YG-21 uygulamalarında başarısız nedenleri; yerel yönetimlerin YG-21 uygulanmalarından çok az faydalanmaları, YG-21 için gerekli olan finansal kaynak başarısızlıkları ve YG-21 uygulamaların çoğunlukla çevre stratejisi etrafında yoğunlaşması ve diğer paydaş ortakları soyutlaması olarak sıralanmıştır.

Türkiye ölçeğinde de yerel düzeyde turizmin geliştirilmesine yönelik çalışmalara ağırlık verilmesi önerilmektedir. Dünyadaki ve Türkiye’deki turizm trendleri dikkate alınarak hazırlanan “*Turizm Destinasyonu Olarak Türkiye*” başlıklı SWOT analizi çalışmasında “başta yerel yönetimler olmak üzere kamunun turizme yeteri kadar ilgi göstermemesi” ifadesine dikkat çekilmektedir. Dokuzuncu Kalkınma Planı’nda, “yerel dinamiklere ve içsel potansiyele dayalı gelişme ortamının oluşturulmasına, yerel

düzeyde kurumsal kapasitenin artırılmasına ve kırsal kalkınmanın hızlandırılmasına yönelik çalışmalara ağırlık verilmesi” istenilmektedir (DPT, 2006a: 91).

Birçok ülkede yerel otoritelerin turizme çok fazla dahil olmadıkları dolayısıyla turizmde planlama, geliştirme ve yönetim açısından çok az deneyime sahip oldukları görüşü hakimdir. Son yıllarda bu durumun değiştiğine ve yerel otoritelerin turizmde daha fazla rol oynadıklarına inanılmaktadır (UNEP, 2003: 4). Bu süreçte hem dünya ölçeğinde hem de Türkiye ölçeğinde belediyeler, turizm gelişiminde YG-21 uygulamaları perspektifinde önemli rol üstlenebilirler.

2.4.2.2.2. Eko-Belediyecilik

Eko-Belediyecilik, 1983 yılında İsveç’te başlatılmış bir belediyecilik modelidir. İsveç’te yaşanan iklim değişiklikleri bu modelin ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Eko-Belediyecilik, katılımcılığın öne çıktığı, stratejik ve teknik hedefleri olan çevreci bir belediyecilik vizyonu olup, sürdürülebilir gelişim hedefleri doğrultusunda projeler geliştirilmesini öngörür. YG-21 ve kent konseylerinin çevre konusunda ki çalışmaları, belediyelerin EMAS (Eko Yönetim ve Denetim Planı) ve ISO (Uluslararası Standard Organizasyonu) standartlarını sağlamak için yaptığı girişimler ve binaların yeşil sertifika alabilmelerine yönelik çalışmalar, eko-belediyeciliğin stratejik boyutunu; yenilenebilir enerji, geri dönüşüm, imar planlarında korumacı ve sürdürülebilir yeşil dönüşüm çalışmaları ise teknik boyutunu oluşturur (Bostancı, 2011: 251).

Uzun dönemde demokratik ve katılımcı bir gelişim sürecini hedefleyen eko-belediyecilik modeli, adını ekonomi ve ekoloji kelimelerinden almıştır. Ekolojik, ekonomik ve sosyal açıdan sağlıklı bir toplum geliştirme arzusu üzerine kurulu olan model sistem yaklaşımını benimser. Eko-Belediyecilik modelin en önemli bileşenleri, yaygın toplum bilinci oluşturma, ortak bir sürdürülebilirlik dili ve bütüncül toplum katılımıdır (<http://www.glc.org>). Ekonomik ve ekolojik açıdan sürdürülebilir bir çerçeve geliştirme ve tüm toplumun desteğini alma kapsamında bir eko-belediyeden şu alanlarda faaliyet geliştirmesi beklenir (<http://www.stevenspoint.com>):

- Toplumsal duyarlılık ve eğitim,
- Gelişim ve arazi kullanımı,
- Yeşil bina (iklim ve arazi yapısına uygun, yenilenebilir enerji kaynaklarına sahip, doğal ve atık üretmeyen malzemelerin kullanıldığı yapılar) ve enerji,

- Atık ve geri dönüşüm,
- Su ve atık su,
- Gıda,
- Ulaşım,
- Parklar ve turizm.

Turizm misyonu kapsamında Eko-Belediyecilik; ev sahibi toplum ve ziyaretçiler için arzu edilen bir doğal çevre oluşturmayı ve sürdürülebilir kılmayı amaçlar. Bu amaç doğrultusunda ev sahibi toplumu ve ziyaretçileri doğal kaynakları korumaya teşvik eder. Hükümet ve turizm işletmelerine çevresel sürdürülebilirlik uygulamalarını daha fazla benimsetmek için ortaklıklar veya gönüllü faaliyetler yoluyla sürdürülebilir turizm geliştirmeyi hedefler. Ev sahibi toplum ve ziyaretçilerin eğlenme, dinlenme ve sağlık ihtiyaçlarına yönelik parklar düzenlemede, doğal yaşam alanlarını ve özel türlerin ekonomik işbirliği yoluyla korunmasında, parklar ve doğal yaşam alanları için finansal destek oluşturulmasına ve yönetim sürecinde toplumsal işbirliğine öncülük yapar (<http://www.stevenspoint.com>).

Doğal çevreyi ve doğal insanları ana tema olarak kabul eden kırsal turizm ile Eko-Belediyecilik faaliyetleri doğrudan ilişkilidir. Kırsal bölge belediyeleri, Eko-Belediyecilik modelini kendi bünyelerine taşımaları halinde, sürdürülebilir kırsal turizm yönetimde etkili sonuçlara ulaşabilirler. Özellikle, Sharpley (2003: 44) tarafından ifade edilen “kırsal huzur” ve “kırsal rasyonellik” boyutlarında yörelerinin turizm gelişimine olumlu katkılar sağlayabilirler. Eko-Belediyecilik anlayışı ile kırsal turistlerin arzuladığı kırsal huzur ortamını sağlayabilirler. Kırsalı, akılcı bir şekilde doğal çevreye zarar vermeden kullanabilirler. Ayrıca, Eko-Belediyecilikten turizm amaçlı toplumsal işbirliği çalışmalarında yararlanabilirler.

2.4.3. Yerel Yönetimlere Yönelik Gelişim ve Turizm Araştırmaları

Wong (1996), yerel yönetim harcamalarının, turizm üzerindeki çarpan etkisini incelemiştir. Bir regresyon modeli ile yerel hükümet harcamalarının, yerel turizm ekonomisi üzerinde doğrudan bir ilişkisi olduğu hipotezini test etmiştir. Yerel turizm ekonomisinin güven derecesi; sermaye yatırımları, ulaşım, emniyet, yangından korunma, düzeltmeler, parklar ve rekreasyon, mali yönetim ve genel devlet idaresi harcamalarının düzeyi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu belirlemiştir. Turizm

tamamen maliyetsiz bir ekonomik gelişme aracı olmadığını, yerel ekonomilerde turizmin payının artırılabilmesi için yerel yönetimlerin çeşitli hizmetlerinin harcamalarının etkisine bağlı olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Göymen (2000a), araştırmasında Türkiye turizminde yaşanan zorluklar için devletin farklı düzeydeki makamları, özel sektör, sivil örgütler, profesyonel ve gönüllü örgütler arasında yeni bir iş bölümü arayışına dikkat çekmiştir. Bu süreçte yeni işbirliği türleri, turizm ve ilişkili sektörlerde yeni aktörler, yeni düzenlemeler ve yapılar, yeni katılım, iletişim ve sorumluluk biçimleri doğduğu belirtilmiştir. Türkiye’deki turizm gelişim modeli ile yönetim dinamikleri arasında ilişki değerlendirilmiştir.

Akça, Sayılı ve Esengün (2004) tarafından yapılan çalışmada kırsal topluluklardaki fakirlik olgusu, gelişmişlik farkları ve dengesiz gelir dağılımı sorunlarına ve bunların uzun vadede oluşturacağı etkilere dikkat çekilmiştir. Kırsal toplumlar için tarımsal kalkınma yaklaşımına ek olarak, kırsal sanayi ve kırsal turizm yaklaşımları önerilmiştir. Bir kırsal topluluk için hangi yaklaşımın kullanılacağı hususunda bölgelerde detaylı araştırmalar yapılmasına dikkat çekilmiştir. Türkiye’de kırsal turizm faaliyetleri için toplumun tüm kesiminin katılımının sağlandığı örgütlenmeler çerçevesinde plan ve projelerin yürütülmesi önerilmiştir.

Casagrande (2004), yerel gelişimi; belirli bir yörenin doğal ve insani kaynaklarını değerlendirmek amacıyla, “yerel katılımcıları birlikte harekete geçiren bütüncül bir atılımlar” olarak göstermiştir. Yerel gelişimin temel direklerini; yöre, bütüncül yaklaşım, dayanışma, yöre ölçeğinde eylem kapasitesi ve ulusal politikalara uyum olarak nitelendirmiştir.

Pennela (2005), “yönetişim” kavramını ortaklıklara verilen bir başka isim olarak tanımlamıştır. Yönetişimin içinde kurum içi ortaklık (iç yönetim), kurum dışı ortaklık (başka ekonomik ve toplumsal aktörleri içeren dış yönetim) ve kurumlar arası ortaklıkların (kurumlar arası yönetim) yer aldığını belirtmiştir. Yönetişim, yerel kalkınmanın temeli olarak göstermiştir. Yönetişimin günümüzde popüler olmasını ve herkesin bu konuyla ilgili olmasının nedeni ise küresel çağda yerel kalkınmada rekabet avantajı, istikrar, iyi yönetim ve güç gibi aktörlerin temeli olmasını göstermiştir.

Vitcu (2005) tarafından yapılan çalışmada Romanya’daki Bölgesel Kalkınma Kurumları incelenmiştir. Yerel topluluklarda bölgesel bilinç oluşturma, yerel ve bölgesel çıkarları savunma, bölgesel planlama, bölgesel çalışma gruplarının eşgüdümü,

daha fazla sorumluluk üstlenme, bölge içi dayanışma, AB tarafından sağlanan kalkınma fonlarını yönetme ve bölgesel, bölgelerarası ve uluslararası ilişkilerde “ortaklık ilkesine” dikkat çekilmiştir. Bölgesel düzeyde alınacak tüm önemli kararların temelini bu ilkeye dayandırılmıştır.

Ünlüöner ve Sevim (2005) tarafından yapılan çalışmada; turistik arz kaynaklarının değerlendirilmesinde yerel yönetimler, eğitim kurumları, sivil toplum örgütleri ve yerel medya kuruluşlarının rolünü ölçmek amaçlanmıştır. Bu amaçla, Zonguldak ilinde bir uygulama yapılmıştır. Uygulama kapsamında öncelikle Zonguldak ili turistik arz kaynaklarının envanteri çıkarılmış ve bu kaynaklar temel alınarak bir anket hazırlanmıştır. Hazırlanan anket, Zonguldak ili merkez ve ilçelerinde faaliyet gösteren ve araştırma kapsamında değerlendirilen kurum ve kuruluş yöneticilerine uygulanmıştır. Zonguldak ili turistik arz kaynaklarının değerlendirilmesine ilişkin araştırma kapsamındaki kurum ve kuruluşların görüşleri arasında fark bulunmadığı, ancak bu kurum kuruluş yöneticilerinin eğitim düzeylerinin konuya bakış açılarında farklılıklar ortaya çıkardığı görülmüştür. Ayrıca, üç boyut halinde değerlendirilen arz kaynaklarının da katılımcılardan farklı oranlarda öncelik aldığı tespit edilmiştir.

South Australian Tourism Commission (2006) tarafından hazırlanan raporda; yerel yönetimlerin sürdürülebilir turizmi kolaylaştıran bir oyuncu olarak rollerini; stratejik planlama, pazarlama ve promosyon, veri toplama (ziyaretçi bilgi merkezleri aracılığıyla), sponsorluk, ekonomik kalkınma, ziyaretçi hizmetleri, gelişim kontrolü (imar gelişim planları ve yönetmelikler aracılığıyla), kamu arazi yönetimi ve toplum için kapasite geliştirme şeklinde sıralanmıştır.

Müller (2006) tarafından yapılan çalışmada, Güney İsveç'teki iki kırsal belediyenin turizm faaliyetleri incelenmiştir. Belediyelerdeki turizm gelişim planlarını tüm ayrıntılarıyla ele almak, keşfedebilmek ve turizm olanakları haritası oluşturmak için yapılan çalışmada, yerel turizm yöneticileri ile ayrıntılı görüşmeler yapılmıştır. Bu çalışma göstermiştir ki sürdürülebilir gelişim sağlamak için turizm planlamasının, kırsal planlama sürecine dâhil edilmesi ve onun bir parçası olarak görülmesi yönündedir. Yerel işgücü pazarı açısından turizmin önemli bir sektör olmasına rağmen belediye yetkilileri yeterince ilgilenilmeyen bir konu olduğu tespit edilmiştir. Belediyelerin turizm planlarını genellikle bu işe dâhil olan girişimcilerin çıkarlarını gözetken özel şirketlere yaptırdığı belirtilmiştir.

Byrd (2007), çalışmasında sürdürülebilirliği; turizm planlaması ve turizm geliştirilmesi ile ilişkili önemli bir konu ve kavram olarak göstermiştir. Sürdürülebilir turizm gelişiminin başarıya ulaşması için bu süreçte paydaşların da yer alması gerektiğini beyan etmiştir. Ayrıca, çalışmasında sürdürülebilir turizm gelişiminde paydaş katılımının nasıl sağlandığını araştırmıştır. Bu bağlamda, aşağıdaki sorulara yanıtlar aramıştır:

- Turizm gelişiminde kimler birer paydaş olarak değerlendirilmelidir?
- Turizm planlamacıları, paydaşları turizm gelişimine nasıl dahil etmelidirler?

Araştırma, mevcut literatür taraması ve bu literatürden sonuçlar çıkarma üzerine kurulmuştur. Sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir turizm gelişimi süreci için kullanılan tanımlar temel alınarak dört farklı paydaş topluluk belirlenmiştir. Bunlar; mevcut ziyaretçiler, gelecekteki ziyaretçiler, mevcut ev sahibi halk ve gelecekteki ev sahibi halktır.

Çetin (2007), çalışmasında 1980’li yıllardan itibaren globalleşme eğiliminin hız kazanması neticesinde geleneksel kalkınma uygulamalarına duyulan güven sarsılmasının yerel ekonomik kalkınma yaklaşımı ön plana çıkardığını savunmuştur. Uluslararası İşgücü Ofisi, AB ve Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü gibi uluslararası organizasyonlar aracılığı ile gerçekleştirilen yerel ekonomik kalkınma deneyimlerini karşılaştırmalı olarak değerlendirmiştir. Bu değerlendirmeler sonucunda; yerel inisiyatif, katılım ve işbirliği, entegre, adem-i merkeziyetçi ve yenilikçi bir yapı sergilemenin önemine dikkat çekilmiştir.

Özmen (2007) tarafından yapılan çalışmada, bir yöreye özgü dönüşüm süreçlerinin harekete geçirilmesinde bölge yerel potansiyellerin, aktörlerin ve işbirliğinin önemi vurgulanmıştır. Türkiye’de yerel düzeyde kalkınma kapsamında Beypazarı yerel yönetimin çabaları örnek gösterilmiştir. Alan çalışması olarak seçilen Beypazarı ilçesinin, mevcut potansiyelleri ile kalkınma sürecindeki girişimleri araştırılmış ve kent merkezinde restore edilen tarihi evlere ve ticarethanelere yapılan anket çalışması ile ilçede bu süreçte yaşanan değişimler incelenmiştir.

Baykan (2007), “Turizmin Yerel Kültür Üzerindeki Etkilerinin Yöre Halkı Tarafından Algılanması (Ürgüp Yöresine Yönelik Bir Uygulama)” başlıklı çalışmasında, belediyelerin turizm etkinliklerinde aktif rol alması gerektiğini beyan

etmiştir. Turizmin, bir yörede kurumsallaşmasında yerel halkın gözünde belediyelerin önemli bir kurum olduğunu belirtmiştir.

Ishikawa ve Fukushima (2007) tarafından yapılan “Kimler Belediyelerin Turizm Gelişiminde Öncü Olmasını Beklerler? Japonya Amami Oshima Adası’ndaki Yerleşimcilerin Tutumları” başlıklı çalışmada, belediyelerin turizm gelişim politikalarını uygulama ve finanse etmede ne derecede öncü oldukları araştırılmıştır. Yerel halka yönelik anket çalışmasında; “Hangi hükümet birimi turizm gelişim politikalarında öncü olmalıdır?” sorusuna %52,9 oranla belediyeler ilk sırada tercih edilen kurum olmuştur. “Turizm gelişimi için kim finansal kaynak sağlamalıdır?” sorusunda ise merkezi hükümetin %63,8’lik oranından sonra belediyeler %30,5 oranla ikinci tercih edilen kurum olmuştur. Bu çalışmada göstermiştir ki yerel halk turizm gelişiminde belediyeleri aktör örgüt olarak tercih etmektedir.

Semerciöz ve arkadaşları (2008), destinasyon yönetiminde paydaşların önemine dikkat çekmişlerdir. Paydaşları tanımlamak, paydaşlarla olan ilişkileri anlamak ve paydaşların işbirliği ve tehdit potansiyelini ortaya koymanın destinasyon yönetimi açısından önemine dikkat çekmişlerdir. Araştırmalarında destinasyon yönetim organizasyonları ve destinasyon paydaşları arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak hedefiyle Türkiye’nin üç bölgesindeki (Marmara, Ege ve Akdeniz) İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri ile destinasyon paydaşları arasındaki ilişkileri incelemişlerdir. Türkiye’de başarılı turizm destinasyonu yönetiminde ilk ifade edilen kurumun İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca, valilikleri, belediyeleri ve yetkili il makamlarını önemli paydaşlar arasında göstermişlerdir.

Negiz ve Yıldız (2009) tarafından yapılan çalışmada Isparta, Yalvaç ve Eğirdir’de turizm potansiyelinin varlığı ve bunun yeterince harekete geçirilememesi konusunda yerel otoritelerle yapılan mülakata yer verilmiştir. Bu mülakatta Eğirdir ve Yalvaç Belediye başkanları ile Isparta Belediye Başkan yardımcısı katılımcı olarak yer almışlardır. Her üç belediye yöneticisi ile yapılan görüşmede, şu görüşler ön plana çıkartılmıştır:

-Bir bölgede yerel kalkınmanın sağlanması isteniyorsa öncelikle, bölgedeki kamu kesimi harekete geçmeli, yol gösterici veya hedef koyucu bir rol üstlenmelidir. Turizm konusunda öncülüğü kamu sektörü yapmalıdır.

-Yerel yönetimlerin turizm konusunda önemli bir görevi vardır. Ancak, bu süreçte yapılan ve yapılacak olan icraatlar yeterli değildir. Yerel yönetimler tek başına turizm potansiyelini harekete geçirmek için yeterli güce sahip olmayıp, merkezi yönetimin desteğine ihtiyaçları vardır. Özel sektör, kamu yatırımlarını özel sektör yatırımları için bir öncü, yol gösterici ve güvence olarak görmektedir.

-Yerel yönetimler turizmi; ekonomik gelir, yerel kültürün gelişimi, sosyal faaliyetlerin artması, çevre ve tarih bilincinin gelişmesi ve farklı kültürleri tanıma aracı olarak görmektedirler.

Aydın ve Selvi (2012), gelecekte turizm faaliyetlerinin kırsal bölgelerde yoğunlaşacağına dikkat çekmişler, kırsal turizmde tanıtımın önemine vurgu yapmışlardır. Tanıtım boyutunda kırsal paydaşların rollerini belirlemeye yönelik yürüttükleri araştırma kapsamında, Artvin ili Arhavi ilçesinde yarı yapılandırılmış görüşme yönetimini kullanarak veri toplamışlardır. Araştırma sonucunda kırsal turizm kapsamında yürütülen çalışmaların daha çok belediye, turizm derneği ve Kültür ve Turizm bakanlığı çalışanları bünyesinde yürütüldüğü, diğer paydaşların bu çalışmalara fazla dahil olmadığı, tanıtım araçlarının etkin bir şekilde tüm paydaşlarca kullanılmadığı belirlenmiştir.

Selvi ve Şahin (2012) tarafından yapılan “Yerel Yönetimler Perspektifinden Sürdürülebilir Turizm: Batı Karadeniz Bölgesi Örneği” başlıklı çalışmada yerel yönetimlerin sürdürülebilir turizm ilişkileri araştırılmıştır. Araştırma, belediye ve kaymakamlıklarla sınırlandırılmıştır. Ayrıca, araştırmada yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarında yerel yönetimlerin kıt kaynaklarına rağmen altyapı çalışmaları, çevreci imar planları, çevre temizliği, atık yönetimi, organik tarım, yerel mimariyi ve gelenekleri korumaya çalıştıklarını belirtmişlerdir. Bununla birlikte, yerel yönetimlerin turizme yönelik nitelikli işgücü başta olmak üzere tanıtım ve pazarlama sorunları bulunduğu ifade edilmiştir.

2.5. Tutum Araştırmaları

Tutum araştırmaları, insanların tutumları hakkında önceden bilgi edinmek, onların davranışlarını önceden kestirme ve kontrol etmeyi hedefleyen çalışmalardır. Örneğin bir işverenin; işletmenin amaçları, iş yerinin düzeni, amir davranışları ve ücretleme yöntemleri konusunda çalışanlarının tutumlarını bilmesi halinde, işletmenin daha verimli çalıştırabileceği ve çıkabilecek muhtemel

sorunlara karşı önceden gerekli tedbirleri alabileceği öngörülmektedir (Tavşancıl, 2010: 101).

Bu düşünceden hareketle, tutumların ölçülmesinin önemli bir işkolu haline geldiği süreçte, kırsal bölgeler için önemli bir paydaş örgüt olan belediyelerin başkanlarının turizm konusundaki tutumlarının öğrenilmesi, yörelerinin gelişimine katkı sağlayabilecektir. Bu bağlamda, araştırmaya literatür düzeyinde katkı sağlamak düşüncesiyle tutum kavramının tanım, öge ve ölçüm boyutları ile incelenmesi ve turizm ile ilişkilendirilmesi öngörülmüştür.

2.5.1. Tutumun Tanımı, Öğeleri ve Ölçümü

Latince “aptus” sözcüğünden türetilen tutum “eylem için elverişli ve hazır” anlamına gelmektedir (Şebin, 2009: 7). Tutum, bireyin bir durum, olay ya da olgu karşısında ortaya koyması beklenen olası davranış biçimidir. Bireyin bir nesne, durum ya da kişi hakkında zihinsel, duygusal ve davranışsal anlamda ortaya koyduğu duruş onun tutumunu yansıtır. Bir eşya, tasarım, durum, olay ya da birey veya bireyler grubu tutumun konusu olabileceği gibi, herhangi soyut bir kavram, olgu ya da durum da mutluluk, mutsuzluk, iyi, kötü, vb. tutuma konu edilebilmektedir (İnceoğlu, 2010: 7). Literatürde tutum kavramına ilişkin farklı tanımlamalara yer verilmekte ve ilgi tanımlar şu şekilde sıralanmaktadır:

“Tecrübe ile organize edilen, bağlı bulunduğu bütün durumların ve objelerin varlığında harekete geçen, olumlu ya da olumsuz tepkiler için hazırlanma ve hazır olma durumudur” (Köklü, 1995: 81).

“Bireyin kendine ya da çevresindeki herhangi bir nesne, toplumsal konu, ya da olaya karşı deneyim, bilgi, duygu ve güdülerine dayanarak örgütlediği zihinsel, duygusal ve davranışsal bir tepki ön eğilimdir” (İnceoğlu, 2010: 13).

“Öğrenmeyle kazanılan, bireyin davranışlarına yön veren karar verme sürecinde yanlılığa neden olan bir olgudur” (Hançer vd., 2007: 101).

“Bireylerin belli bir kişiyi, grubu, kurumu veya bir düşünceyi kabul ya da reddetme şeklinde gözlenen, duygusal bir hazır oluşluk hali veya eğilimdir” (Yelken, 2006: 62). Araştırmada Yelken (2006: 62) tarafından yapılan tutum tanımı esas alınmış, tutumla ilgili kurgular bu tanım üzerinden yürütülmüştür.

Bireyin tutumları; bilgisi, grup bağları ve gereksinimleri doğrultusunda oluşur. Tutumların oluşmasında ilk belirleyici unsur, grup bağlarıdır. Bireyler genelde ait olduğu grubun kurallarını, değerlerini ve inançlarını yansıtmaya eğilimindedirler (İnceoğlu, 1985: 14-16). Kişilerin tutumlarının oluşmasında etkili olan kaynaklar; kişilik, deneyim, kişisel etkilenme ve kitle iletişim araçlarıdır. Bununla birlikte, tutumların gerçekleştirilebilir olması, tutumlara olan inancın yüksek olması ve tutumların tam olarak biliniyor olması da tutum davranışlarının oluşmasında etkili unsurlardır (Şebin, 2009: 11).

Tutumların oluşumunda ilişkilendirme, tutum konusundaki deneyim ve başkalarından öğrenme rol oynar. Birey belli bir tutum konusunda olumlu/olumsuz, iyi/kötü, ödüllendirici/cezalandırıcı şeklinde anlamlandırmaya yönelik bir ilişkiler kurabilir. Bir tutum konusu ile karşılaşınca nasıl bir tavır ortaya koyacağını daha önce yaşadığı aynı ya da benzer deneyimlerden hareketle kararlaştırabilir. Birey, karşı karşıya kaldığı bir tutum konusu hakkında herhangi bir bilgisi yoksa onunla ilgili herhangi bir deneyim yaşamamışsa, birey, karşı karşıya geldiği yeni tutum konusunu, dışarıdan bilgi desteği sağlayarak kendi yaşamıyla ilişkilendirebilir (İnceoğlu, 2010: 29).

Tutumların zihinsel, duygusal ve davranışsal olmak üzere üç oluşturuçu ögesi vardır. Bireyin bir konu hakkında bildikleri zihinsel tutumunu oluşturur. Konuya nasıl bir duyguyla yaklaşacağı (olumlu, olumsuz veya nötr) duygusal tutumunu ortaya koyar. Konuyla ilgili olarak ortaya koyduğu tavır ise davranışsal tutumunu oluşturur (İnceoğlu, 2010: 20). Örneğin, pozitif düşünen bir bireyin, hava kirliliğini azaltmak için oluşturulan küresel bir antlaşma konusunda bilişsel, duygusal ve davranışsal tutumları şu şekilde olabilir (Hewstone vd., 2005: 362):

- Bu antlaşmanın çevre için faydalı olacağına inanması (bilişsel),
- Bu antlaşmaya yönelik planları duyduğunda heyecanlanıyor olması (duygusal),
- Bu ortaklığı destekleyen dilekçeye imza atması (davranışsal).

Hewstone ve arkadaşları (2005: 363) tarafından geliştirilen “Tutumların Üç Bileşeni Modeli” nde, bir nesneye yönelik inançların, duyguların ve davranışın o nesneye yönelik tutumları etkilediği, aynı şekilde tutumlarında o nesneye karşı olan inanç, duygu ve davranışları etkileyeceği öngörülmüştür. Tutumların oluşmasında zihinsel, duygusal ve davranışsal öğeler arasında işlevsellik ve etkililik açısından bir

birliktelik ve bütünlük vardır. Buna göre tutumun oluşumunda, davranışsal, duygusal ve zihinsel öğelerin birbirleriyle tutarlı bir ilişki içinde olmaları gerekir (İnceoğlu, 2010: 10). Tutumların oluşmasında rol oynayan bilişsel (zihinsel), duygusal ve davranışsal öğeler şu şekilde açıklanmaktadır (Köklü, 1995; Şebin, 2009; İnceoğlu, 2010):

Bilişsel Öğeler: Bireyin inanç ve bilgi derecelerine göre oluşan tutumlardır. Tutumun konusunu oluşturan kişi, durum, olay veya nesneye ilişkin olarak sahip olunan her tür bilgi, deneyim, inanç ve düşünce bilişsel öğeyi oluşturur. Eldeki bilgi ve duyulan ilgiye göre şekillenen tutumlardır. Bilgiler ve ilgi değiştikçe bu tutumlarda da değişiklik meydana gelir.

Duygusal Öğeler: Duyuşsal öğeleri (hisleri) içermeye derecesine göre şekillenen ve farklılaşan tutumlardır. Bazı tutumlar, mantık yoluyla açıklanamaz. Birey bir nesneyi olumlu veya olumsuz kabul edip, ona göre tutum oluşturur. Bireyin deneyimleri ve bilgi birikimi duygusal öğenin gelişmesinde önemli bir etkidir. Duygusal öğe ile davranışsal öğe arasında da yakın bir ilişki vardır. Davranışsal öğe genellikle duygusal öğenin sonucu biçiminde ortaya çıkar.

Davranışsal Öğeler: Bireyin duygusal ve bilişsel bileşenler doğrultusundaki hareketleri davranışsal öğeyi oluşturur. Bireyin uyarıcı karşındaki sözleri ve hareketleri davranışsal öğenin çıktılarıdır. Alışkanlıklar ve normlar davranışsal öğeyi etkileyen önemli unsurlardır.

Tutumların temel özelliği, farklı türden birçok psikolojik bilgiyi toplama yeteneğine sahip bulunmalıdır. Bu nedenle doğrudan ölçülemezler. Bir bireyin bir duruma olan eğilimi doğrudan anlaşılamaz. Tutumların ölçülmesinde yaşanan en büyük zorluk tutumların birçok davranış yoluyla ifade edilebilir olmasıdır (Hewstone vd., 2005: 362). Birçok davranış yoluyla ifade edilebilen tutumların ölçümü üç kategoride gerçekleştirilebilir (Çıkrıkçı, 1991: 241; Köklü, 1995: 87; Karalar vd., 2006: 135):

Gözlem Yöntemi: Bireylerin ortaya koydukları davranışlar gözlemlenmesi ve gözlem sonuçlarına göre çıkarımsamalar yapılması esasına dayanır. Gözlem yönteminde özel görevliler ve kameralar kullanılabilir. Tutumların ölçülmesinde gözlem tek başına yeterli bir yöntem olarak kabul edilmemekte, diğer tutum ölçme yöntemlerinin bütünleyicisi olarak görülmektedir.

Niteliksel Araştırma Yöntemleri: Açık görüşmeler ile bireylerin fiziksel tepkilerini incelenerek, tutumları konusunda çıkarımsamalar yapılmasına yöneliktir. Bu

yöntemde odak grupları, derinliğine görüşme ve psikolojik testler kullanılabilecek üç önemli araçtır.

Tutum Ölçekleri Yöntemi: Bireylerden ölçek adı verilen bir dizi cümle ya da sıfat dizisinden oluşan sorular için gerçek duyguları doğrultusunda derecelendirmeler yapması istenilir. Bu derecelendirmeler, niceliksel işlemlerle değerlendirilmeye tabii tutularak çıkarımsamalar yapılır.

Tutumların ölçülmesinde izlenen en popüler yaklaşım, söz konusu tutuma ilişkin bir ölçeğin hazırlanarak uygulanması esasına dayanan “*Tutum Ölçekleri Yöntemi*”dir. Tutum ölçeği, ölçülmek istenen tutum konusu (bir insan grubu, bir kurum ya da kavram, vb.) ile ilgili bir dizi ifadeyi içerir. Tutum ölçekleri, genellikle bireyin bir ya da birçok boyutta tutumunun yönünü ve yeğinliğini (şiddetini) belirlemek için uygulanan rapor etme araçlarıdır (Topkaya ve Yalın, 2005: 16). Tutum ölçekleri soyut olan birçok değişkenin nitel özelliklerini, sayısal değerle ifade etme olanağı sağlayan araçlardır. Bir değişkenin sayısal olarak ifade edilmesinin birçok yararı vardır. Bu yararlardan en önemlisi sayısal olarak ifade edilen bir değişkenin analiz edilebilmesidir (Köklü, 1995: 88).

Tutum ölçekleri çok sorulu bir yaklaşımı gerektirir. Bu ölçekler geliştirilirken, ölçülmek istenen tutumun değişik boyutlarını kapsayacak ayrıntılı tutum cümleleri hazırlanmalıdır. Bir konuda tutum ölçebilmek için bu konuya yönelik en az 6 tutum cümlesi oluşturulmalıdır (Karasar, 2005: 141). Tutumları ölçmek için geliştirilen ölçeklerden en çok kullanılanı Likert’in “*Toplamlı Sıralama Yöntemi*”dir (Bakırcıoğlu, 1994: 186; Karasar, 2005: 141). Bu yöntem Likert ölçeği olarak da adlandırılabilir. Likert ölçeğinin amacı; araştırılan konuyla ilgili kişilerin düşüncelerini, tutumlarını, davranışlarını bir yelpaze içerisinde sınıflandırmak ya da derecelendirmektir (Arıkan, 2000: 110). Likert ölçeği, bireylerin belirli tutumlar karşısında tavırlarını derecelendirmeye (Karagöz ve Ekici, 2004: 39) ve deneklerin ilgili öneriye/ifadeye katılım düzeylerini belirlemeye imkân tanır (Özgüven, 1998: 361). Ölçek; “tamamen katılıyorum”, “katılıyorum”, “kısmen katılıyorum”, “katılmıyorum” ve “hiç katılmıyorum” şeklinde derecelendirilir. Olumlu maddeler “tamamen katılıyorum” seçeneğinden başlamak üzere 5’den 1’e doğru; olumsuz maddeler ise “tamamen katılmıyorum” seçeneğinden başlamak üzere 1’den 5’e doğru puanlanır.

2.5.2. Turizm ve Tutum Araştırmaları

Turizmde ilk tutum araştırmaları; turizmin yerel halk üzerindeki olumlu etkileri üzerine kurulmuştur. Sonraki dönemlerde tutum araştırmaları turizmin negatif etkileri ile ilişkilendirilmiştir. 1980 ve 1990 yıllarla birlikte, turizmin hem pozitif hem de negatif etkilerine yönelik, daha dengeli ve sistematik perspektifte araştırmalar başlamıştır (Latkova, 2008: 3). Araştırmalar, “turizm gelişiminin başlangıç evresinde ev sahibi toplumun turizme olumlu baktığı, turizmin gelişimi ile birlikte ev sahibi toplumun turizme olan ilgisinin azaldığı” yönündedir (Long vd., 1990: 3).

Turizm gelişimine destek sağlama bağlamında, turizmde tutum ölçümüne yönelik araştırmalarda öne çıkan teori ve modellerden bazıları şu şekilde özetlenmektedir (Latkova, 2008: 3):

Doxey’in Sinirlilik İndeksi: “Irridex” Modeli: Turizm sektörü büyüdükçe, yerel halkın tutumları değişir ve olumsuz hale gelir. Turizme önceleri duyulan mutluluk duygusu yerini önce ilgisizliğe, sonra rahatsızlığa ve en son aşama olarak da yöre sakinlerinin turistlere karşı hissettikleri rahatsızlığı açıkça ifade ettikleri düşmanlığa bırakır.

Butler’in TALC (Tourism Area Life Cycle) Modeli: Turizmde ürün döngüsü keşif, katılma, geliştirme, sağlamlaştırma ve sabitleştirme olmak üzere beş aşamada gerçekleştirilir. Bu aşamalar süresince ziyaretçilerin türünde, mevcut altyapı sisteminde, pazarlama stratejilerinde, doğal ve yapay olarak inşa edilen çevrede ve yerel halkın turizme karşı tutumlarında önemli değişiklikler ortaya çıkması olasıdır.

Sosyal Değişim Teorisi: “Bir etkileşim durumunda, bireyler ve gruplar arasındaki kaynakların değişimi anlama ile” ilgilidir. Sosyal değişim teorisinin temel dayanak noktası, bireylerin değişim ile ilgili fayda ve maliyetleri değerlendirilmesidir. Bu nedenle, değişim değeri yüksek ödüller, bireylerin değişim ile daha fazla meşgul olmasını sağlamakta, algılanan maliyetlerinin etkisini azaltmaktadır. Bireyler, kendi iyilikleri için yararlı bir değişim algıladığında, bu değişimi olumlu, değişimin maliyeti faydasını aşarsa değişimi olumsuz algılamaktadır. Turizm açısından da turizm yararlanan sakinler, kendi algıladıkları olmayanlar dışında turizmin geliştirilmesi yönünde olumlu tutum sergilemesi olasıdır. Bu nedenle turizmde sosyal değişim teorisi, turizm gelişimi ve ev sahibi toplumun algıları ve tutumlarını üzerine kurulan teorik bir çerçevede ele alınması gerekir.

Yukarıda özetlenen teorilerde de görüldüğü üzere tutum araştırmalarının turizm açısından özel bir önemi bulunmaktadır. Bir alan veya bölgede sağlıklı turizm gelişimi için tutum araştırmaları başvurulması gereken önemli bilgi kaynaklarıdır. Bu araştırmalar, durum belirleyici ve bilgi saptayıcı özellikleri ile turizm sektörü için önemli sosyolojik kaynaklardır. Bu kaynaklar, sürdürülebilir turizm gelişimi başta olmak üzere, turizme yönelik stratejik plan ve programları oluşturma, yürütme ve denetleme süreçlerinde oldukça yardımcı olabilecektir.

Kırsal bölge belediye başkanlarının turizm konusunda tutumlarının öğrenilmesi yönünde gerçekleştirilen bu tez çalışması, genellikle yerel halkın turizm konusunda tutumlarının araştırıldığı çalışmalara (Long vd., 1990; Smith ve Krannich, 1998; Claudia ve Gürsoy, 2004; Ishikawa ve Fukushima, 2007; Wang ve Pfister, 2008; Latkova, 2008; Ayaz vd., 2009; Byrd vd., 2009; Ayaz vd., 2012; Ertuna vd., 2012) ilaveten, literatür zenginliği oluşturabilecektir..

2.6. Literatür Bulgularının Özeti

Bu bölümde araştırmanın kavramsal çerçevesi kapsamında incelenen kırsal bölgeler, kırsal gelişim, kırsal turizm, turizmde paydaş analizi, belediyeler ve tutum konularına ilişkin ikincil verilerin “*betimsel analiz*” değerlendirmelerine yer verilmektedir. Kavramsal çerçeve kapsamında verilerin toplanmasında “*doküman incelemesi yönetimi*” kullanılmıştır. Araştırma kapsamında doküman incelemesi sonucunda şu nitel bulgulara ulaşılmıştır:

- ❖ Dünya turizmi, kitle turizminden alternatif turizme geçiş süreci yaşamaktadır.
- ❖ Destinasyonlar arasında yaşanan yoğun rekabet ortamında, eldeki mevcut kaynakları kullanarak farklı turistik ürünler oluşturulması ve alternatif turizm geliştirilmesi beklenmektedir.
- ❖ Turizm gelişiminde öne çıkan temel ilke “sürdürülebilirlik” ilkesidir. Sürdürülebilir turizm gelişiminin başarıya ulaşması için, gelişim sürecinde mevcut ziyaretçiler, gelecekteki ziyaretçiler, mevcut ev sahibi halk ve gelecekteki ev sahibi halkın katılımı öngörülmektedir.

- ❖ Küreselleşme eğiliminin hız kazanması neticesinde geleneksel kalkınma uygulamalarına duyulan güven azalmıştır. Bu nedenle yerel ekonomik kalkınma yaklaşımı ön plana çıkmıştır.
- ❖ Kırsal topluluklarda bölgesel bilinç oluşturma, yerel ve bölgesel çıkarları savunma, bölgesel planlama, bölgesel çalışma gruplarının eşgüdümü, daha fazla sorumluluk üstlenme, bölge içi dayanışma, AB tarafından sağlanan kalkınma fonlarını yönetme ve bölgesel, bölgelerarası ve uluslararası ilişkilerde “yönetişim” olarak ifade edilen yerel ortaklıklar önerilmektedir.
- ❖ Kırsal bölgelerde turistik arz kaynaklarının değerlendirilmesinde merkezi yönetim taşra kuruluşları, yerel yönetimler, sivil toplum örgütleri, üniversiteler, yerel medya ve yerel özel sektör kuruluşları ve iş adamları ve önemli paydaşlar olarak kabul edilmektedir.
- ❖ Turizm paydaşlarının tutumları hakkında önceden bilgi edinmenin, paydaşların davranışlarını şekillendirme ve kontrol etme açısından oldukça önemli olduğuna inanılmaktadır. Özellikle sürdürülebilir turizm gelişimi hedefleyen destinasyonların bu araştırmalara sıkça yer vermeleri, belirli periyotlarda araştırmaların tekrarlanması ve zaman içinde değişen tutumlara göre önleyici tedbirler almasının önemine dikkat çekilmektedir.
- ❖ Kırsal bölgelerde turizme yönelik araştırmalarda; kırsal kalkınma ve turizm ilişkisi, kırsal turizmi geliştirme, kırsal turizm için uygun turizm faaliyetleri, kırsal turizmin sürdürülebilirliği, küçük ölçekli kırsal turizm işletmeleri, kırsal turist tipleri, kırsal turizmde eğitim ve katılımcı kırsal turizm geliştirme öne çıkan konulardır.
- ❖ Uzmanlar arasında kırsal turizmin kapsamı konusunda ortak bir görüşe sahip olunmaması ve ülkelerin gelişmişlik düzeylerine bağlı olarak kırsal turizm literatürde; tarım turizmi (agro tourism/agri tourism), çiftlik turizmi (farm tourism), kırsal turizm (rural tourism), yumuşak turizm (soft tourism), yeşil turizm (green tourism), alternatif turizm (alternative tourism), eko-turizm (eco-tourism) gibi farklı isimlerle adlandırılmaktadır.

- ❖ Kırsal turizm, kırsal bölgelerdeki küçük ölçekli işletmeler aracılığı ile yürütülme özelliği ile yoksul odaklı turizm (Propoor Tourism) geliştirmede öncü bir role sahip bir turizm çeşididir.
- ❖ Kırsal turizm avantajları ve dezavantajları bulunan bir turizm çeşididir. Bu turizm çeşidinin avantajlarının öne çıkabilmesi için iyi planlaması ve iyi yönetilmesi gerekmektedir.
- ❖ Yerel yönetimlerin kırsal turizm konusunda önemli bir rolü vardır. Kırsal bölgelerde yaşayan yerel halk, yerel yönetimleri sorunlarının çözümünde kendine en yakın ve güvenilir paydaş kurum olarak kabul etmektedir. Özellikle belediyeler, kentlerin turizmini geliştirmek ve turizm modellerini çeşitlendirmek adına aktif olarak görev alabilecek örgütlerdir. Ancak, belediye yetkilileri turizmle yeterince ilgilenmemektedirler. Bu olumsuz durumun nedenlerinin açığa çıkarılması ve halkın belediyelerden beklentilerin gerçekleşmesine yönelik bilimsel araştırmalar önem arz etmektedir.
- ❖ Turizm çeşitlendirme ve turizmi tüm yıla yayma konusunda tarihi, doğal ve kültürel açılarından geniş imkanlara sahip ülkelerden bir tanesi de Türkiye'dir. Özellikle, Türkiye'nin kırsal bölgeleri, potansiyel turizm zenginlikleri ile keşfedilmeyi beklemektedir.
- ❖ Türkiye'de kırsal bölgelerin ekonomik açıdan kalkındırılması için alınabilecek tedbirler arasında, tarım dışında, verimliliği yüksek olan sektörlerin geliştirilmesi önerilmektedir. Bu sektörler arasında turizm ilk sırada yer almaktadır.
- ❖ Türkiye'de kırsal alanlarda turizm faaliyetleri için toplumun tüm kesiminin katılımının sağlandığı "katılımcı yaklaşım" örgütlenmeleri çerçevesinde plan ve projelerin yürütülmesi öngörülmektedir.
- ❖ Türkiye'de kırsal turizme yönelik doğru uygulama araçlarının seçimi, planlı yaklaşım, eğitim ve geleneksel kırsal kültürün ve mimarin korunmasına yönelik çalışmalar ve araştırmalar yetersizdir.

3. YÖNTEM

Bilimsel araştırma sürecinde, araştırma problemi ve araştırmanın amacının/amaçlarının belirlenmesinden sonra uygun yöntemin belirlenmesi gerekir. Bu bağlamda, gerçekleştirilen alan araştırmasının modeli, değişkenleri, hipotezleri, evreni, örnekleme, sınırlılıkları, ölçek ve veri analiz yöntemleri hakkında bilgilere, bu bölüm içerisinde yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Mevcut durumun ortaya konulmasında önemli veri kaynakları olarak betimsel araştırmalar, “nedir” ve “ne oluyor” sorularına cevap arayan, durum saptayıcı çalışmalardır (Ural ve Kılıç, 2006: 18). Bu araştırmalarda; araştırma probleminin özellikleri, oluş sıklığı, problem üzerinde etkili olan değişkenler, değişkenlerin önem dereceleri ve arasındaki ilişkilerin belirlemesi amaçlanır (İslamoğlu, 2002: 34). Bu amaçlar doğrultusunda, araştırma modelinin tasarlanması oldukça önem arz eder. Karasar (2005: 76), modeli; ideal bir ortamın temsilcisi olarak görmekte ve “yalnızca önemli görülen değişkenleri içine alacak şekilde, gerçek durumun özetlenmiş hali” olarak tarif etmektedir.

Kırsal bölgelerde turizm gelişiminde farklı yerel-sosyal aktörlerin algı, ihtiyaç, değer ve ilgilerine odaklanılmasının önemine dikkat çekilmekte ve yerel paydaşlarla ortaklaşa hareket edilmesi önerilmektedir (Verbole, 2000; Soykan, 2004; Briedenhann, 2007; Tao ve Fuying, 2009). Bu süreçte, durum incelemesi çalışmaları kapsamında betimsel araştırmalar, önemli bilgi kaynakları olarak görülebilir.

Bu araştırma, kırsal bölgelerin gelişimi açısından önemli yerel ve sosyal aktör kabul edilen (Nadaroğlu, 1978; Ağaoğlu, 1992; Grolleau, 1996; İçişleri Bakanlığı, 2003) belediyelerden yola çıkarak, kırsal turizm gelişimine yönelik çözümler üretmeyi ve öneriler getirmeyi amaçlayan, uygulamalı nitelikte tanımlayıcı (betimsel, tasviri) bir çalışma olup, tarama modeli üzerine kurgulanmıştır. Tarama modeli; “geçmişte ya da halen var olan bir durumu olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımları” olarak kabul edilmektedir (Karasar, 2005: 77).

Araştırma modelinin geliştirilmesinde Ryan (2002: 19) tarafından önerilen; “turizm faaliyetlerinin bir lider rehberliğinde, ev sahibi toplumun yasaları, gelenekleri ve uygulamaları ile uyum içinde yapılması” ilkesi, Demir ve Çevirgen (2006: 91)

tarafından “kırsal alanlarda turizm geliştirilmesinde koordinasyon (özel sektör, yerel halk, sivil toplum örgütleri ve uluslararası organizasyonlar arasında) liderliğini kamusal kurumlar üstlenmesi” ilkesi ile George ve arkadaşları (2009: 245) tarafından geliştirilen “Toplumsal Turizm Gelişim Stratejisi (bir lider önderliğinde turizm gelişim grubu oluşturulması, bu gelişim grubu aracılığı ile toplumda turizme yönelik farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı/yapılar geliştirme, ürün geliştirme ve ürün pazarlamaya yönelik çalışmalar yapılması, denetim ve değerlendirmelerle çalışmaların eksikliklerin belirlenmesi ve turizm gelişiminde başarı sağlanıncaya kadar çalışmaların devam ettirilmesi)” esas alınmıştır.

Bu araştırmada, kamusal bir kurum olarak **belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının kırsal turizm üzerindeki etkisi** araştırılmaktadır. Süreç hızlandırıcı bir lider olarak belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları (bilişsel, duygusal) ile kırsal turizmin alt boyutları (toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme, ürün geliştirme, ürün pazarlama) arasındaki etki düzeylerini belirlemek için araştırmanın hipotezleri, modeli ve değişkenleri şu şekilde öngörülmüştür:

H₁: Belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları kırsal turizmi olumlu yönde etkiler.

H_{1.1}: Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları, kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturmaya olumlu yönde etkiler.

H_{1.2}: Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirmeyi olumlu yönde etkiler.

H_{1.3}: Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları kırsal turizmde ürün geliştirmeyi olumlu yönde etkiler.

H_{1.4}: Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları kırsal turizmde ürün pazarlamayı olumlu yönde etkiler.

H_{1.5}: Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturmaya olumlu yönde etkiler.

H_{1.6}: Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirmeyi olumlu yönde etkiler.

-Belediye başkanlarının demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, başkanlık dönem sayısı, önceki mesleği, temsil ettiği parti, turizm alanında eğitim alma durumu, turizme yönelik seminer, konferans veya panele katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu, turizm sektöründe çalışma durumu) ile turizme yönelik bilişsel tutumları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Belediye başkanlarının demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, başkanlık dönem sayısı, önceki mesleği, temsil ettiği parti, turizm alanında eğitim alma durumu, turizme yönelik seminer, konferans veya panele katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu, turizm sektöründe çalışma durumu) ile turizme yönelik duygusal tutumları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Belediye başkanlarının demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, başkanlık dönem sayısı, önceki mesleği, temsil ettiği parti, turizm alanında eğitim alma durumu, turizme yönelik seminer, konferans veya panele katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu, turizm sektöründe çalışma durumu) ile kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmaları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Belediye başkanlarının demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, başkanlık dönem sayısı, önceki mesleği, temsil ettiği parti, turizm alanında eğitim alma durumu, turizme yönelik seminer, konferans veya panele katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu, turizm sektöründe çalışma durumu) ile kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmaları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Belediye başkanlarının demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, başkanlık dönem sayısı, önceki mesleği, temsil ettiği parti, turizm alanında eğitim alma durumu, turizme yönelik seminer, konferans veya panele katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu, turizm sektöründe çalışma durumu) ile turizmde organizasyonel paydaş tercihleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Belediye başkanlarının demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, başkanlık dönem sayısı, önceki mesleği, temsil ettiği parti, turizm alanında eğitim alma durumu, turizme yönelik seminer, konferans veya panele katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu, turizm sektöründe çalışma durumu) ile kırsal turizmde yönelik ürün geliştirme çalışmaları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Belediye başkanlarının demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, başkanlık dönem sayısı, önceki mesleği, temsil ettiği parti, turizm alanında eğitim alma

durumu, turizme yönelik seminer, konferans veya panele katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu, turizm sektöründe çalışma durumu) ile kırsal turizme yönelik ürün pazarlama çalışmaları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Belediye başkanlarının demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, başkanlık dönem sayısı, önceki mesleği, temsil ettiği parti, turizm alanında eğitim alma durumu, turizme yönelik seminer, konferans veya panele katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu, turizm sektöründe çalışma durumu) ile turizme katılım engelleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Belediyelerin genel karakteristik özellikleri (türü, bulunduğu bölge, kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu, turizm çalışmalarının yürütüldüğü bölüm) ile belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Belediyelerin genel karakteristik özellikleri (türü, bulunduğu bölge, kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu, turizm çalışmalarının yürütüldüğü bölüm) ile belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Belediyelerin genel karakteristik özellikleri (türü, bulunduğu bölge, kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu, turizm çalışmalarının yürütüldüğü bölüm) ile belediye başkanlarının kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmaları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Belediyelerin genel karakteristik özellikleri (türü, bulunduğu bölge, kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu, turizm çalışmalarının yürütüldüğü bölüm) ile belediye başkanlarının kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmaları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Belediyelerin genel karakteristik özellikleri (türü, bulunduğu bölge, kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu, turizm çalışmalarının yürütüldüğü bölüm) ile belediye başkanlarının turizmde organizasyonel paydaş tercihleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Belediyelerin genel karakteristik özellikleri (türü, bulunduğu bölge, kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu, turizm çalışmalarının yürütüldüğü bölüm) ile belediye başkanlarının kırsal turizme yönelik ürün geliştirme çalışmaları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Belediyelerin genel karakteristik özellikleri (türü, bulunduğu bölge, kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu, turizm çalışmalarının yürütüldüğü bölüm) ile belediye başkanlarının kırsal turizme yönelik ürün pazarlama çalışmaları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Belediyelerin genel karakteristik özellikleri (türü, bulunduğu bölge, kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu, turizm çalışmalarının yürütüldüğü bölüm) ile belediye başkanlarının turizme katılım engelleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

3.2. Evren ve Örneklem

Evren, araştırma sonuçlarının genellenmek istediği elemanlar bütünü olarak gösterilmektedir (Karasar, 2005,109). Verilerin hangi birimlerden elde edileceğini ve araştırma sonucunda yapılacak genellemelerin, kimleri veya neleri kapsayacağını ise evren belirlenme süreci olarak kabul edilmektedir (Ural ve Kılıç, 2006: 33). Bu kapsamda, evreni doğru olarak tanımlamak, sınırlandırmak ve araştırmanın amaca uygun ölçütler geliştirmek bakımından önem arz etmektedir.

Bu çalışmada, evreni; Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan “*Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013*” çalışmasında öncelikli turizm gelişim bölgeleri olarak gösterilen 28 il (Afyonkarahisar, Ağrı, Amasya, Burdur, Çankırı, Çorum, Diyarbakır, Erzincan, Erzurum, Giresun, Hatay, Isparta, Kahramanmaraş, Kars, Kastamonu, Konya, Kütahya, Mardin, Nevşehir, Ordu, Samsun, Sivas, Şanlıurfa, Tokat, Trabzon, Uşak, Van, Yozgat) içerisinde yer alan ilçe ve belde belediyeleri oluşturmaktadır.

Araştırma evrenine ilişkin sayısal bilgiler; il adı, belediye sayısı ve belediye türünü kapsayacak şekilde Tablo 23’te gösterilen biçimde verilmiştir:

Tablo 23: Eylem Planı 2007-2013 Turizm Gelişim İlleri ve Belediye Sayıları

İl Adı	Belediye Sayısı		Toplam
	İlçe	Belde	
Afyonkarahisar	17	89	107
Ağrı	7	4	12
Amasya	6	22	29
Burdur	10	19	30
Çankırı	11	19	31
Çorum	13	24	38
Diyarbakır	17	14	32
Erzincan	8	20	29
Erzurum	22	17	40
Giresun	15	17	33
Hatay	11	64	76
Isparta	12	38	51
Kahramanmaraş	9	54	64
Kars	7	2	10
Kastamonu	19	1	21
Konya	31	174	206
Kütahya	12	62	75
Mardin	9	21	31
Nevşehir	7	37	45
Ordu	18	53	72
Samsun	32	18	51
Sivas	16	29	46
Şanlıurfa	10	15	26
Tokat	11	65	77
Trabzon	17	59	77
Uşak	5	18	24
Van	11	8	20
Yozgat	13	51	65
Belediye Sayısı Toplamı	376	1014	1390

(İçişleri Bakanlığı Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü, 2009).

Sosyal bilimlere yönelik araştırmalarda, evrenin tamamına ulaşmak zordur. Farklı sebepler (araştırmanın geniş bir alanı kapsamaması, zaman, maliyet vb.) örneklem üzerinden hareket edilmesini zorunlu kılar. Bu nedenle araştırmacı, amacına uygun verileri elde etmek için evrenin tamamı üzerinde çalışmak yerine, onu temsil yeteneğine sahip örneklem üzerinde çalışabilir (Ural ve Kılıç, 2005: 34).

Araştırma alanının genişliği, zaman ve maliyet unsurları çerçevesinde bu araştırmada örnekleme başvurulmuştur. Örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında Ryan'ın (1995) örneklem sayısı formülünden faydalanılmıştır:

$$n = \frac{N.P.q}{\frac{(N-1). B^2 + P.q}{Z^2}}$$

n : Örneklem sayısını

N : Araştırmaya konu olan topluluğu (Evren)

P : Topluluk oranı veya tahminini

q : 1-P

B : Katlanabilir hata oranını

Z : İstenilen güven aralığı

Araştırma ile ilgili daha önceden yapılmış bir araştırma yoksa, örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde kullanılan ve topluluk oranını ifade eden P değerinin 0,5 olarak alınabileceği ve araştırmaya konu olan topluluk ile seçilen kitlenin uyumsuzluğunu gösteren katlanılabilir nispi standart hata oranının ise %3-5 arasında tahmin edilebileceği belirtilmektedir. Ayrıca, araştırmanın belirli bir güven aralığında olmasını sağlamak için güven aralığının (+-) %2,5, diğer bir ifadeyle %95 ve buna bağlı olarak Z değerinin 1,96 olarak alınabileceği öngörülmektedir (Öztürk, 1996: 176).

Bu araştırmada katlanılabilir hata oranı, maddi olanaklar ve zaman unsuru da dikkate alınarak %5, Z değeri ise 1,96 olarak kabul edilmiştir. Araştırmaya uyarlandığında;

$$N = 1390$$

$$P = 0,5$$

$$q = 1-P \rightarrow 1 - 0,5 = 0,5$$

$$B = 0,05$$

$$n = \frac{1390. (0,5). (0,5)}{\frac{(1390 - 1). (0,05)^2 + (0,5). (0,5)}{(1,96)^2}}$$

$$n = 359 \text{ olmalıdır.}$$

Sosyal bilimler alanında yapılan araştırmalarda evren, birbirinden farklı özelliklere (cinsiyet, yaş, meslek, kıdem, öğrenim durumu, gelir vb.) sahip gruplardan oluşur. Bu nedenle evreni temsil edebilecek örnekleme yönteminin belirlenmesi önem arz eder. Bazı durumlarda basit veya sistematik tesadüfi örnekleme yöntemleri evreni yeterince temsil edemeyebilir. Özellikle evreni oluşturan birimlerin araştırma konusuyla ilgili özelliklerinin heterojen olması durumunda, basit ve tesadüfi örnekleme yöntemi yerine, tabakalı örnekleme yönteminin kullanılması evrenin temsil yeteneğini artırır (Ural ve Kılıç, 2005: 40).

Bu araştırmada deneklerin temsil yeteneğinin yüksek olmasını sağlamak adına, tabakalı örnekleme yöntemine başvurulmuş, ilçe ve belde belediyesi özellikleri

sabitlenerek, tabakalı örneklem yöntemlerinden *orantılı dağıtım yöntemi* kullanılarak rassal seçime gidilmiştir. Orantılı dağıtım yöntemi kapsamında alt örneklem hacmi; her bir tabakanın evren hacmi içindeki tabaka ağırlığı ile örneklem hacminin çarpılması (Özmen, 1999: 39) suretiyle hesaplanmıştır. Orantılı dağıtım yöntemi hesaplamaları doğrultusunda araştırmanın alt örneklem sayısı, 97 adet ilçe belediyesi ve 262 adet belde belediyesi olarak belirlenmiştir:

$$\begin{aligned} \text{Tabaka Ağırlığı} &= \frac{\text{Örneklem Sayısı}}{\text{Evren}} \\ \text{Tabaka Ağırlığı} &= \frac{359}{1390} \\ \text{Tabaka Ağırlığı} &= 0.258 \\ \text{İlçe Belediyesi Örnek Sayısı: } &376 \times 0,258 = 97 \\ \text{Belde Belediyesi Örnek Sayısı: } &1014 \times 0,258 = 262 \end{aligned}$$

3.3. Verilerin Toplanması

Verileri toplama, araştırma problemini daha ayrıntılı tanımlamak ve problemin çözümüne yönelik öneriler elde etmek amacıyla, ilgili alanda çalışmaları kapsar. Veri toplama yöntemlerine karar vermeden önce yöntemlerin güçlü ve zayıf yönlerini ve kullanılabilirliklerini değerlendirmek gerekir. Toplanan verilerin niteliğini artırmak için çeşitli kaynaklardan faydalanmak ve bunlar arasında karşılaştırmalar yaparak, verilerin geçerliğini ve güvenilirliğini teyit etmekte yarar vardır. Bu sayede araştırmacı elde ettiği verilerin geçerliğini güçlendirebilir ve sonuçlarının anlamlılığını zenginleştirebilir. Geniş bir örneklemden hızlı bir biçimde veri toplama ve analiz etme konusunda anket oldukça etkili bir veri toplama yöntemidir. Anket yönteminde veriler, araştırma soruları çerçevesinde belirlenir ve verilerin analizinde betimsel istatistikler kullanılır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 301-302). Anket ölçeklerin hazırlanması ve geliştirilmesinde genel işlem basamakları; madde havuzu oluşturma, uzman görüşü, ön deneme, faktör analizi ve güvenilirlik hesaplama çalışmalarını kapsar (Karasar, 1995: 139-143; Balcı, 1995: 142-143).

Araştırma verilerinin toplanma sürecinde ilk aşamada konu ile ilgili literatür taraması yapılarak, daha önce yapılan benzer çalışmalarda kullanılan yöntemler ve elde edilen bulgular konusunda ikincil veriler baz alınarak araştırma problemi ve kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Araştırmanın uygulama bölümünde ise “kırsal bölge belediye

başkanlarının turizme yönelik tutumlarının kırsal turizme etkisinin ölçülmesi” doğrultusunda anket yöntemi kullanılmıştır. Anket yardımıyla belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının kırsal turizm alt boyutlarına olan etkisinin ölçülmesi hedeflenmiştir.

Anket ölçeği geliştirme sürecinde, anket sorularına yönelik madde havuzu oluşturmada Campanhola ve Graziano da Silva (1999), Kastenholz vd. (1999), Hegarty ve Prezeborska (2005), Ishikawa ve Fukushige (2007), Karkın (2007), Yüksel vd. (2008), Wang ve Pfister (2008), Yüksel ve Yüksel (2008), Eraqi (2010), Strömngren ve Andersson (2010) araştırmalarından yararlanılmıştır. Ancak, alana yönelik spesifik sorular, araştırmacı tarafından geliştirilmiştir. Araştırma sorularının geliştirilmesinde uzman görüşüne başvurulmuştur. Uzman görüşü kapsamında akademisyenlerin öneri ve eleştirileri doğrultusunda gerekli düzenlemeler yapılarak anket formu oluşturulmuş ve ön test uygulamasına tabii tutulmuştur.

Ön test kapsamında; Amasya, Çankırı, Erzurum, Hatay, Kahramanmaraş, Konya, Mardin, Nevşehir, Ordu, Samsun, Sivas, Şanlıurfa, Tokat, Trabzon ve Van illerinde yer alan 50 belediye başkanına anket uygulanmış, uygulanan bu anketlerden toplam 47 tanesinin kullanılabilir olduğu ortaya çıkmıştır. Ön anket soruları faktör analizi ve güvenirlik analizi testine tabii tutulmuştur. Faktör analizi sonuçları kapsamında turizme yönelik bilişsel tutumlarla ilgili 9 soru, duygusal tutumlar ile ilgili 2 soru, toplumsal farkındalık oluşturma ile ilgili 3 soru, organizasyonel paydaş tercihleri ile 9 soru, ürün geliştirme çalışmaları ile ilgili 12 soru, ürün pazarlama ile ilgili 2 soru ve turizme katılım engelleri ile ilgili 2 soru çıkartılarak ölçek yeniden düzenlenmiştir. Düzenleme sonucunda Alpha (Cronbach) değeri 0,90 olarak tespit edilmiştir. Anket sorularının güvenirlik düzeyi yeterli bulunduktan sonra belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının, kırsal turizme olan etkisini belirlemek amacıyla anket, uygulamaya tabii tutulmuştur.

Veri toplamak amacıyla, hazırlanan anket; anketörler aracılığı ile yüz yüze görüşme tekniği yöntemi kapsamında belediye başkanlarına doldurtulmuştur. Ocak ve Ağustos 2012 ayları içerisinde gerçekleştirilen çalışma ile kırsal belediyelere, toplam 500 anket dağıtılmış, bu anketlerden 467’si geri dönmüş (geri dönüş oranı %93,4) ve çalışmada veri olarak kullanılabilecek biçimde doldurulmuş olanların 460 adet olduğu tespit edilmiştir. 460 anketin 196’sı ilçe belediyeleri, 264’ü de belde belediyeleri tarafından cevaplandırılmıştır. Uygulanan anket formu Ek-1’de verilmiştir.

Veri toplamak için kullanılan anket üç bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde; belediye başkanlarının demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, başkanlık dönemi, önceki mesleği, temsil ettiği siyasi parti, turizm alanında eğitim durumu, turizm alanında seminer, konferans veya panele katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu ve turizm sektöründe çalışma durumu) ile ilgili bilgileri tespit etmeye yönelik sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde; belediyelerin karakteristik özellikleri (belediyenin türü, bulunduğu bölge, kent konseyi sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, sürdürülebilir turizm eylem planına sahiplik durumu ve turizme yönelik çalışmaların yürütüldüğü bölüm) ile ilgili bilgilerin tespitine yönelik sorular yer almıştır. Üçüncü bölümde ise belediye başkanlarının turizme yönelik tutumların belirlenmesi kapsamında turizme yönelik olumlu bilişsel tutumlar ile ilgili 11, duygusal tutumlarla ilgili 8, kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma ile ilgili 6, organizasyonel yapı geliştirme ile ilgili 10, organizasyonel paydaş tercihi ile ilgili 7, ürün geliştirme ile ilgili 9, ürün pazarlama ile ilgili 7 ve turizme katılım engellerinin belirlemesi amacıyla, 6 soruya yer verilmiştir.

Araştırma kapsamında geliştirilen veri derleme aracında sınıflama ölçeği ile aralıklı ölçek birlikte kullanılmıştır. Belediye başkanlarının demografik özellikleri ilgili değişkenler (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, başkanlık dönemi, önceki mesleği, temsil ettiği siyasi parti, turizm alanında eğitim durumu, turizm alanında seminer, konferans veya panele katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu ve turizm sektöründe çalışma durumu) ve belediyelerin genel karakteristik özellikleri ile ilgili değişkenler (belediyenin türü, bulunduğu bölge, kent konseyi sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu, turizme yönelik çalışmaların yürütüldüğü bölüm) sınıflama ölçeği kullanılarak ölçülmüştür. Belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının ortaya çıkarılması amacıyla ise aralıklı ölçüm düzeyinde ölçme yapan özel bir ölçek türü olan Likert Ölçeği'nden yararlanılmıştır. Katılımcıların, anket içerisinde yer alan her bir ifadeye katılım düzeyleri 5'li Likert tipi (hiç katılmıyorum, az katılıyorum, orta düzeyde katılıyorum, çok katılıyorum, tamamen katılıyorum) ölçek ile derecelendirilmiştir.

3.4. Verilerin Analizi

Bilimsel araştırmalarda toplanan verilerin, araştırma problemine kuramsal veya pratik yönden çözüm önerileri geliştirilmesine olanak sağlayacak şekilde çözümlenmesi,

yorumlanması ve değerlendirilmesi gerekir (Karasar, 2005: 197). Bu süreçte güvenilirlik ve faktör analizi oldukça önem arz eden çalışmalardır. Güvenirlik, ölçme aracının aynı örneklem üzerinde tekrarlanarak uygulanması durumunda sonucun değişip değişmediğidir. Güvenirliğin ölçülebilmesi için güvenilirlik analizi yapılması gerekir. Güvenirlik analizi, veri toplamak amacı ile geliştirilen ölçme aracını oluşturan ifadelerin (yargı, önerme, soru vb.), kendi aralarında tutarlılık gösterip göstermediğini test etmek amacı ile kullanılır. Güvenirlik analizinde güvenilirlik katsayısı, 0 ile 1 arasında değerler alır. Bu değerler 1'e yaklaştıkça güvenilirlik artar. En yaygın kullanıma sahip güvenilirlik analiz yöntemi, Alfa (Cronbach) yöntemidir (Ural ve Kılıç, 2006: 69). Faktör analizi ise birbiri ile ilişkili, yorumlanması zor ve oldukça fazla değişkenler bütününden, bu yapıyı temsil eden birbirinden tamamen ya da göreceli olarak bağımsız az ve kavramsal olarak anlamlı faktörlerin türetilmesidir (Alpar, 2011: 262).

Araştırma kapsamında, anket yoluyla toplanan veriler, bilgisayar ortamına aktarılarak veri tabanı oluşturulmuştur. Akabinde veri tabanına ilişkin güvenilirlik ve faktör analizi yapılmıştır.

Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumlarını belirlemeye yönelik verilerin, faktör analizine uygunluğu kapsamında gerçekleştirilen Kasier-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett Sphericity (Bartlett) testi sonuçları, faktör analizi sonuçları ve her bir faktöre ilişkin güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) Tablo 24'te verilmiştir:

Tablo 24: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Bilişsel Tutumlarına İlişkin Faktör Analizi ve Güvenirlik Katsayısı

Faktörler	Varyans Açıklama Oranı	Kümülatif Varyans	Güvenirlik Katsayısı (α)
Faktör 1: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Bilişsel Tutumları	57,262	57,262	0,92

KMO: 0,902 Bartlett testi: $X^2= 3274,964$; $p=0,000$

Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumlarını belirlemeye yönelik verilerin, faktör analizine uygunluğu belirleme kapsamında gerçekleştirilen KMO katsayısı ve Barlett testi sonuçları, faktör analizi sonuçları ve her bir faktöre ilişkin güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) Tablo 25'te verilmiştir:

Tablo 25: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Duygusal Tutumlarına İlişkin Faktör Analizi ve Güvenirlik Katsayısı

Faktörler	Varyans Açıklama Oranı	Kümülatif Varyans	Güvenirlik Katsayısı (α)
Faktör 1: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Duygusal Tutumları	60,198	60,198	0,90

KMO: 0,861 Bartlett testi: $X^2= 2338,883$; $p=0,000$

Belediye başkanlarının kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarını belirlemeye yönelik belirlemeye verilerin, faktör analizine uygunluğu belirleme kapsamında gerçekleştirilen KMO katsayısı ve Bartlett testi sonuçları, faktör analizi sonuçları ve her bir faktöre ilişkin güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) Tablo 26'da verilmiştir:

Tablo 26: Kırsal Turizmde Toplumsal Farkındalık Oluşturma Çalışmalarına İlişkin Faktör Analizi ve Güvenirlik Katsayısı

Faktörler	Varyans Açıklama Oranı	Kümülatif Varyans	Güvenirlik Katsayısı (α)
Faktör 1: Kırsal Turizmde Toplumsal Farkındalık Oluşturma Çalışmaları	66,301	66,301	0,90

KMO: 0,872 Bartlett testi: $X^2= 1595,109$; $p=0,000$

Belediye başkanlarının kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarını belirlemeye yönelik verilerin, faktör analizine uygunluğu belirleme kapsamında gerçekleştirilen KMO katsayısı ve Bartlett testi sonuçları, faktör analizi sonuçları ve her bir faktöre ilişkin güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) Tablo 27'de verilmiştir:

Tablo 27: Kırsal Turizmde Organizasyonel Yapı Geliştirme Çalışmalarına İlişkin Faktör Analizi ve Güvenirlik Katsayısı

Faktörler	Varyans Açıklama Oranı	Kümülatif Varyans	Güvenirlik Katsayısı (α)
Faktör 1: Kırsal Turizmde Organizasyonel Yapı Geliştirme Çalışmaları	71,896	71,896	0,96

KMO: 0,947 Bartlett testi: $X^2= 4275,257$; $p=0,000$

Belediye başkanlarının kırsal turizmde organizasyonel paydaş tercihlerini belirlemeye yönelik verilerin, faktör analizine uygunluğu belirleme kapsamında gerçekleştirilen KMO katsayısı ve Bartlett testi sonuçları, faktör analizi sonuçları ve her bir faktöre ilişkin güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) Tablo 28'de verilmiştir:

Tablo 28: Belediye Başkanlarının Turizmde Organizasyonel Paydaş Tercihlerine İlişkin Faktör Analizi ve Güvenirlik Katsayısı

Faktörler	Varyans Açıklama Oranı	Kümülatif Varyans	Güvenirlik Katsayısı (α)
Faktör 1: Belediye Başkanlarının Turizmde Organizasyonel Paydaş Tercihleri	59,770	59,770	0,88

KMO: 0,901 Bartlett testi: $X^2=1815,377$; $p=0,000$

Belediye başkanlarının kırsal turizmde ürün geliştirme çalışmalarını belirlemeye yönelik verilerin, faktör analizine uygunluğu belirleme kapsamında gerçekleştirilen KMO katsayısı ve Bartlett testi sonuçları, faktör analizi sonuçları ve her bir faktöre ilişkin güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) Tablo 29'da verilmiştir:

Tablo 29: Kırsal Turizmde Ürün Geliştirme Çalışmalarına İlişkin Faktör Analizi ve Güvenirlik Katsayısı

Faktörler	Varyans Açıklama Oranı	Kümülatif Varyans	Güvenirlik Katsayısı (α)
Faktör 1: Kırsal Turizmde Ürün Geliştirme Çalışmaları	56,861	56,861	0,90

KMO: 0,910 Bartlett testi: $X^2=865,621$; $p=0,000$

Belediye başkanlarının kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmalarını belirlemeye yönelik verilerin, faktör analizine uygunluğu belirleme kapsamında gerçekleştirilen KMO katsayısı ve Bartlett testi sonuçları, faktör analizi sonuçları ve her bir faktöre ilişkin güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) Tablo 30'da verilmiştir:

Tablo 30: Kırsal Turizmde Ürün Pazarlama Çalışmalarına İlişkin Faktör Analizi ve Güvenirlik Katsayısı

Faktörler	Varyans Açıklama Oranı	Kümülatif Varyans	Güvenirlik Katsayısı (α)
Faktör 1: Kırsal Turizmde Ürün Pazarlama Çalışmaları	58,134	58,134	0,88

KMO: 0,877 Bartlett testi: $X^2=665,914$; $p=0,000$

Belediye başkanlarının turizme katılım engellerini belirlemeye yönelik verilerin, faktör analizine uygunluğu belirleme kapsamında gerçekleştirilen KMO katsayısı ve Bartlett testi sonuçları, faktör analizi sonuçları ve her bir faktöre ilişkin güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) Tablo 31'de verilmiştir:

Tablo 31: Belediye Başkanlarının Turizme Katılım Engellerine İlişkin Faktör Analizi ve Güvenirlik Katsayısı

Faktörler	Varyans Açıklama Oranı	Kümülatif Varyans	Güvenirlik Katsayısı (α)
Faktör 1: Belediye Başkanlarının Turizme Katılım Engelleri	55,469	55,469	0,84

KMO: 0,806 Bartlett testi: $X^2=1107,715$; $p=0,000$

Büyüköztürk (2007: 126), faktör analizinin tüm veri yapıları için uygun olamayacağını belirtmekte, verilerin faktör analizi için uygunluğunda Kasier-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Bartlett Sphericity testlerine bakılmasını önermektedir. Bununla birlikte, faktör analizinin; KMO'nun 0,60'dan yüksek ve Bartlett Sphericity testinin anlamlı çıkması halinde yapılabileceğini belirtmektedir. Ayrıca, tek faktörlü ölçeklerde açıklanan varyansın %30 ya da daha yüksek ve psikolojik bir test için hesaplanan güvenirlik katsayısının 0,70 ve üzeri olması durumunda açıklayıcı olabileceğini vurgulamaktadır.

Tablo 24, Tablo 25, Tablo 26, Tablo 27, Tablo, 28, Tablo 29, Tablo 30 ve Tablo 31'de "Belediye Başkanlarına Yönelik Turizm Anketi" kapsamında, 64 yargıya ait 8 faktör için KMO katsayıları; 0,91, 0,86, 0,87, 0,95, 0,90, 0,91, 0,88, 0,81, Bartlett Sphericity testi anlamlılık düzeyleri $p=0,000$ olup, varyans açıklama oranları; 0,57, 0,60, 0,66, 0,72, 0,60, 0,57, 0,58, 0,55 ve güvenirlik katsayıları (Cronbach Alpha); 0,92, 0,90, 0,90, 0,87, 0,96, 0,90, 0,88 ve 0,84 olarak hesaplanmıştır. Bu durum faktör analizi için öngörülen tüm koşulların bu araştırmada sağlandığını ve ölçümün oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Kırsal bölge belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının kırsal turizme etkisinin araştırıldığı bu çalışmada "Kırsal Bölge Belediye Başkanlarına Yönelik Turizm Tutum Anketi" kapsamında belirlenen 8 faktör içerisinde yer alan 64 alt faktöre ilişkin faktör yükleri Tablo 32'de verilmektedir. Büyüköztürk (2007: 124), alt faktör yük değerlerinin her birinin 0,45 ya da daha yüksek olmasının seçim için iyi bir ölçü olduğunu belirtmektedir. Bu kapsamda Tablo 32'de verilen alt faktör yüklerinin tamamının 0,60'tan büyük olması, belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının kırsal turizm üzerine olan etkisini belirleme, seçim için iyi bir ölçü olduğunu söylemek mümkündür:

Tablo 32: Kırsal Bölge Belediye Başkanlarına Yönelik Turizm Tutum Anketine İlişkin Alt Faktör Yükleri

Faktör Adı	İfadeler	Faktör Yüğü
Belediye Başkanlarının Turizm Yönelik Bilgisel Tutumları	Yerel ekonomileri canlandırır	0,831
	Yerel halkın iş imkanlarını artırır	0,823
	Yerel halkın gelirlerini artırır	0,806
	Yerel halkın yaşam standardını yükseltir	0,798
	Yerel ekonomileri çeşitlendirir	0,767
	Tarihi yapıların korunmasına destek olur	0,746
	Yerel el sanatlarının gelişmesine destek olur	0,739
	Yerel fiziki altyapının gelişmesine katkı sağlar	0,738
	Yerel sermayeli yatırımların artmasını teşvik eder	0,706
	Yerel halk arasında işbirliğini artırır	0,702
	Doğal güzelliklerin korunmasına yardımcı olur	0,647
Belediye Başkanlarının Turizm Yönelik Duygusal Tutumları	Turizm amaçlı işbirliği çalışmalarına destek olmak	0,836
	Turizme yönelik çalışmalar için vatandaşları teşvik etmek	0,818
	Turizme yönelik çalışmalara bilgi desteği sağlamak	0,815
	Turizme yönelik çalışmalara planlama desteği sağlamak	0,808
	Turizme yönelik çalışmalara ekipman desteği sağlamak	0,784
	Turizm amaçlı ticari ortaklıklar geliştirilmesine katkı sağlamak	0,767
	Turizme yönelik çalışmalara personel desteği sağlamak	0,718
	Turizm amaçlı ticari ortaklıklarda çıkabilecek anlaşmazlıklarda uzlaşma sağlamak	0,641
Kırsal Turizmde Toplumsal Farkındalık Oluşturma Çalışmaları	Turizm amaçlı işbirliği çalışmalarına destek olmak	0,836
	Turizme yönelik çalışmalar için vatandaşları teşvik etmek	0,818
	Turizme yönelik çalışmalara bilgi desteği sağlamak	0,815
	Turizme yönelik çalışmalara planlama desteği sağlamak	0,808
	Turizme yönelik çalışmalara ekipman desteği sağlamak	0,784
	Turizm amaçlı ticari ortaklıklar geliştirilmesine katkı sağlamak	0,767
	Turizme yönelik çalışmalara personel desteği sağlamak	0,718
	Turizm amaçlı ticari ortaklıklarda çıkabilecek anlaşmazlıklarda uzlaşma sağlamak	0,641
Kırsal Turizmde Organizasyonel Yapı Geliştirme Çalışmaları	Vizyon, amaç, hedef ve projelerin belirlenmesinde işbirliği	0,874
	Diğer kurumlarla ilişkilerin güçlendirilmesinde işbirliği	0,873
	Vizyon, amaç, hedef ve projelerin etkin yönetilmesinde işbirliği	0,871
	Yöremiz turizminin pazarlanmasında işbirliği	0,866
	Yöremiz turizmine yönelik ürünler geliştirilmesinde işbirliği	0,862
	Vizyon, amaç, hedef ve projelerin düzenli denetlenmesinde işbirliği	0,857
	Eğitim programları hazırlamada işbirliği	0,851
	Yerel gelişim önceliklerinin belirlenmesinde işbirliği	0,845
	Merkezi hükümet ile ilişkilerin güçlendirilmesinde işbirliği	0,795
	Finansal destek sağlamada işbirliği	0,780

Tablo 32'nin Devamı

Belediye Başkanlarının Organizasyonel Paydaş Tercihleri	Valilik	0,882
	İl Turizm Müdürlüğü	0,881
	Üniversiteler	0,782
	İl Özel İdaresi	0,765
	Kültür ve Turizm Bakanlığı	0,748
	Kaymakamlık	0,714
	Kültürel kuruluşlar	0,605
Kırsal Turizmde Ürün Geliştirme Çalışmaları	Yöremiz turizm ürünlerine yönelik marka oluşturma çalışmalarına katılıyoruz	0,818
	Yöremize uygun turizm türlerine yönelik çalışmalar yapmaktayız	0,815
	Yöremiz el sanatlarının gelişimine yönelik çalışmalar yapmaktayız	0,776
	Yöremizde doğal ortamlarda yapılabilecek spor aktivitelerini destekleyici çalışmalar yapmaktayız	0,770
	Yöremiz turizm ürünlerine yönelik küçük ölçekli kongre ve toplantılar düzenlemekteyiz	0,757
	Yöremiz kültürünü yansıtan tarihi evlerimize yönelik restorasyon çalışmalarına katılmaktayız	0,722
	Yöremiz, kasaba ve köylerine yönelik günübirlik gezilere rehber desteği sağlıyoruz	0,714
	Doğal güzelliklerin izlenebileceği alanların tespitine yönelik çalışmalar yapmaktayız	0,706
	Yöremizde tarım turizminin gelişiminde ön plana çıkabilecek tarımsal ürünlerin tanıtımı için çalışmalar yapmaktayız	0,698
	Yöremizi ziyaret edebilecek potansiyel turistlere yönelik pazar araştırmaları yapmaktayız	0,837
Kırsal Turizmde Ürün Pazarlama Çalışmaları	Yöremizin turizm pazarında tanınır bir marka olması için çalışmalar yapmaktayız	0,822
	Yöremiz turizm pazarının güçlü ve zayıf yönlerini, fırsat ve tehditlerini belirlemeye yönelik analiz çalışmaları yapmaktayız	0,814
	Yöremiz turizminin yerinde tanıtımını sağlamak için çeşitli misafirlere yönelik gezi programları düzenlemekteyiz	0,788
	Yöremizi ziyaret edebilecek potansiyel turistlerin demografik özelliklerine göre pazar bölümlendirmesi yapmaktayız	0,747
	Yöremiz turizminin tanıtımına yönelik, web yayını hazırlamaktayız	0,669
	Yöremiz turizminin ülke içinde tanıtımı için yayınlar (afiş, broşür, katalog, kitap, cd vb.) hazırlamaktayız	0,636
	Yerel ticari işletmelerin karar alma süreçlerine yeterli katkıyı vermemesi	0,811
Belediye Başkanlarının Turizme Katılım Engelleri	Yerel toplumun karar alma süreçlerine ilgisizliği	0,810
	Yetişmiş personelin sayıca azlığı	0,760
	Yerel kamu kurumlarının karar alma süreçlerine yeterli katkıyı vermemesi	0,736
	Mevcut personelin kalite olarak yetersizliği	0,731
	Mali kaynak yetersizliği	0,600

Araştırmada, kırsal bölge belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları (bilişsel, duygusal) ile kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel

yapı geliştirme, ürün geliştirme ve ürün pazarlama alt boyutları arasında anlamlı fark olup olmadığı ve katılımcıların konuya ilişkin görüşlerinin bireysel ve kurumsal özelliklere göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği parametrik testler ile analiz edilmiştir.

Parametrik testlerin kullanım koşulları; verilerin nicel nitelikte olması, normal dağılıma sahip olması, homojen olması, örnekleme oluşturan deneklerin evrenden yansız seçilmesi, deneklerin birbirinden bağımsız olması ve örneklem büyüklüğünün 10'dan fazla olması şeklinde öngörülmektedir (Ural ve Kılıç, 2006: 83).

Yukarıda belirtilen koşullar, bu araştırmada kullanılan parametrik testler için sağlanmıştır. Bu kapsamda, belediye başkanlarının demografik ve belediyelerin karakteristik özellikleri ile turizme yönelik tutumlar (bilişsel, duygusal), kırsal turizm alt boyutları (toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme, ürün geliştirme, ürün pazarlama), paydaş tercihleri ve turizme katılım engelleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek için “Bağımsız Örneklem t Testi” ve “Tek Yönlü Varyans Analizi (Anova)” kullanılmıştır. İki'den fazla olan gruplarda farklılığın hangi gruplar arasında gerçekleştiğini belirlemek için “Çoklu Karşılaştırma-Tukey HSD-Analizi” uygulanmıştır.

Ankete dahil kırsal bölge belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel ve duygusal tutumları ile kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme, ürün geliştirme ve ürün pazarlama çalışmaları arasındaki ilişki, basit korelasyon analizi ile belirlenmiş ve her bir değişken arasındaki Pearson korelasyon katsayısı hesaplanmıştır. Ayrıca, belirtme katsayısı (r^2) hesaplanarak bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisi saptanmıştır.

Belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları (bilişsel, duygusal) ile kırsal turizmin alt boyutları (toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme, ürün geliştirme, ürün pazarlama) arasındaki ilişkinin matematiksel bir modelle açıklanmasında çoklu doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır. Araştırmada, çoklu doğrusal regresyon analizinin uygulanmasının nedeni bağımsız değişken sayısının birden fazla olması ve değişkenler arasındaki ilişkinin doğrusal olması (Alpar, 2011: 405) olarak öngörülmüştür. Bu bağlamda, toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme, ürün geliştirme ve ürün pazarlama bağımlı değişkenler ve turizme yönelik bilişsel tutumlar ve duygusal tutumlar bağımsız değişkenler olarak

ele alınmış ve değişkenler arasında çoklu doğrusal regresyon modeli oluşturulmuştur. Bununla birlikte, belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları ile kırsal turizm arasındaki ilişkinin açıklanmasında basit doğrusal regresyon çözümlemesine başvurulmuştur. Diğer taraftan, modelin anlamlılığı varyans analizi ile test edilmiştir.

4. BULGULAR VE YORUM

Araştırmanın bu bölümünde, kırsal bölge belediye başkanlarına uygulanan turizm tutum anketi sonucunda elde edilen bilgi ve bulgulara yer verilmekte, araştırmanın amaçları doğrultusunda yorumlanmaktadır.

4.1. Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler

Tablo 33’te araştırmaya dahil belediye başkanlarının demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, belediye başkanlık dönemi, belediye başkanı seçilmeden önceki mesleği, temsil ettiği siyasi parti, turizm alanında eğitim alma durumu, turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu ve turizm sektöründe çalışma durumu) yönelik frekans ve yüzde dağılımlarına ait değerler yer almaktadır:

Tablo 33: Araştırmaya Dahil Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımı (n=460)

Değişkenler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Bay	451	98,0
	Bayan	9	2,0
Yaş	25-34 yaş	10	2,2
	35-44 yaş	106	23,0
	45-54 yaş	217	47,2
	55 ve üzeri	127	27,6
Eğitim Durumu	İlköğretim	75	16,3
	Ortaöğretim	151	32,9
	Önlisans	46	10,0
	Lisans	168	36,5
	Lisansüstü	20	4,3
Görev Dönemi	1. Dönem	242	52,6
	2. Dönem	153	33,3
	3 ve üzeri	65	14,1
Önceki Meslek	İşçi	20	4,3
	Memur	169	36,7
	Serbest Meslek	225	48,9
	Emekli	46	10,0
Temsil Ettiği Parti	İktidar Partisi	281	61,1
	Ana Muhalefet Partisi	65	14,1
	Muhalefet Partisi	90	19,6
	Diğer Partiler	13	2,8
	Bağımsız	11	2,4
Turizm Alanında Eğitim Alma Durumu	Evet	24	5,2
	Hayır	436	94,8
Turizm Amaçlı Seminer ve Konferansa Katılım Durumu	Evet	305	66,3
	Hayır	155	33,7
Turizm Amaçlı Geziye Katılım Durumu	Evet	292	63,5
	Hayır	168	36,5
Turizm Sektöründe Çalışma Durumu	Evet	39	8,5
	Hayır	421	91,5

Tablo 33'e göre araştırmaya dahil belediye başkanlarının %98'i bay, %2'sinin ise bayan olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu tabloya göre anketi cevaplayan belediye başkanlarının yaş dağılımları; %2,2'si 25-34 yaş, %23'ü 35-44 yaş, %47,2'si 45-54 yaş ve son olarak %27,6'sı 55 ve üzeri yaş gruplarında toplanmıştır. Katılımcıların eğitim durumu gözlemlendiğinde %16,3'ünün ilköğretim, %32,8'inin ortaöğretim, %10'unun önlisans, %36,5'inin lisans ve %4,3'ünün lisansüstü olduğu tespit edilmiştir. Belediye başkanlarının görev dönemi incelendiğinde %52,6'sinin 1. dönem, %33,3'ünün 2. dönem ve son olarak %14,1'inin 3 ve üzeri dönemdir görev yaptıkları saptanmıştır. Katılımcıların belediye başkanı seçilmeden önceki mesleklerine ilişkin dağılımlar ise %4,3 işçi, %36,7 memur, %48,9 serbest meslek ve %10 emekli şeklinde gerçekleşmiştir.

Belediye başkanlarının temsil ettiği partiler; %61,1 iktidar partisi, %14,1 ana muhalefet partisi, %19,6 muhalefet partisi, %2,8 diğer partiler ve %2,4 bağımsızlar olarak belirlenmiştir. Turizm alanında eğitim alan belediye başkanlarının oranı %5,2, turizm amaçlı konferans ve seminere dahil belediye başkanlarının oranı %66,3, turizm amaçlı geziye dahil belediye başkanlarının oranı %63,5 ve belediye başkanı seçilmeden önce turizm sektöründe çalışan belediye başkanlarının oranı ise %8,5 olarak belirlenmiştir.

Tablo 33 kapsamında belediye başkanlarının demografik özellikleri açısından vurgulanması gereken unsurlardan bazıları şöyledir: Cinsiyet durumu açısından baylar, yaş boyutunda 45-54 yaş grubu, eğitim durumu yönünden lisans, görev dönemi açısından 1. dönem, önceki meslek bakımından serbest meslek, temsil edilen parti açısından iktidar partisi öne çıkmaktadır. Turizmi tanıma boyutunda ise turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım ve turizm amaçlı geziye katılım durumlarında belediye başkanları öne çıkmıştır. Turizm alanında eğitim alma ve turizm sektöründe çalışma durumları ise belediye başkanlarının en zayıf kaldıkları alanlar olmuştur.

4.2. Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine İlişkin Bilgiler

Tablo 34'te araştırmaya dahil kırsal belediyelerin karakteristik özelliklerine (türü, bulunduğu bölge, kent konseyi sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu ve turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüm) ilişkin frekans ve yüzde dağılımlarına ilişkin değerler yer almaktadır:

Tablo 34: Araştırmaya Dahil Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımı (n=460)

Değişkenler	Gruplar	f	%
Belediyenin Türü	İlçe	196	42.6
	Belde	264	57.4
Belediyenin Bulunduğu Bölge	İç Anadolu Bölgesi	133	28.9
	Karadeniz Bölgesi	162	35.2
	Doğu Anadolu Bölgesi	37	8.0
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	27	5.9
	Akdeniz Bölgesi	61	13.3
	Ege Bölgesi	40	8.7
Kent Konseyine Sahiplik Durumu	Evet	92	20,0
	Hayır	368	80.0
Turizm Çalışma Grubuna Sahiplik Durumu	Evet	50	10,9
	Hayır	410	89,1
Turizm Eylem Planına Sahiplik Durumu	Evet	143	31,1
	Hayır	317	68.9
Turizm Faaliyetlerinin Yürütüldüğü Bölüm	Fen İşleri	42	9.1
	Kültür, Eğitim ve Sosyal İşler	69	15,0
	Bölüm bulunmamaktadır	349	75,9

Tablo 34 kapsamında araştırmaya dahil olan belediyelerin %42,6'sını ilçe belediyeleri, %57,4'ünü belde belediyeleri oluşturmaktadır. Belediyelerin bölgelere göre dağılım oranları; İç Anadolu Bölgesi (%28,9), Karadeniz Bölgesi (%35,2), Doğu Anadolu Bölgesi (%8), Güneydoğu Anadolu Bölgesi (%5,9), Akdeniz Bölgesi (%13,3), Ege Bölgesi (%8,7) olarak tespit edilmiştir. Kent konseyine sahip bulunan belediyelerin oranı %20, turizm çalışma grubuna sahip bulunan belediyelerin oranı %10,9 ve turizm eylem planına sahip olan belediyelerin oranı %31,1 olarak belirlenmiştir. Belediye bünyesinde turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüm bazında oransal dağılım ise “fen

işleri” %9,1, “kültür, eğitim ve sosyal işler” %15 ve “turizm çalışmalarına yönelik herhangi bir bölümümüz bulunmamaktadır” %75,9 şeklinde gerçekleşmiştir.

Belediyelerin karakteristik özellikleri açısından öne çıkan unsurlardan bazıları şöyledir: Araştırmaya katılım oranı açısından belde belediyeleri %57,4 oranla öne çıkmıştır. Bölge bazında araştırmaya dahil belediye sayısında ilk üç sırada; Karadeniz Bölgesi (%35,2), İç Anadolu Bölgesi (%28,9) ve Akdeniz Bölgesi (%13,3) yer almıştır. Araştırmaya en az katılım ile dahil olan bölgeler ise Güneydoğu Anadolu Bölgesi (%5,9), Doğu Anadolu Bölgesi (%8) ve Ege Bölgesi (%8,7) olmuştur. Kent konseyine sahip olmayan belediyelerin oranı; %80, turizm çalışma grubuna sahip bulunmayan belediyelerin oranı %89,1 ve turizm eylem planına sahip bulunmayan belediyelerin oranı ise %68,9 olarak tespit edilmiştir. Genel karakteristik özelliklerde dikkat çeken önemli hususlardan bir tanesi de %75,9 oranda belediyelerin turizm çalışmalarını yürütmek için bir birime sahip bulunmamaları olarak tespit edilmiştir.

4.3. Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Bilişsel Tutumlarına İlişkin Bulgular

Araştırma modeli kapsamında belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları; araştırmanın bağımsız değişkenlerinden bir tanesi olarak öngörülmüştür. Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumlarını belirleme kapsamında geliştirilen 11 yargıya ilişkin frekans, yüzde dağılımları, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 28’de yer verilmiştir.

Tablo 35’e göre belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları içerisinde öne çıkan yargılar; “yerel ekonomileri canlandırır” ($\bar{X}=4,3717$), “yerel halkın gelirlerini artırır” ($\bar{X}=4,3457$) ve “yerel halkın iş imkanlarını artırır” ($\bar{X}=4,3457$) yargıları olmuştur. Turizme yönelik bilişsel tutumlar içerisinde en düşük düzeyde kabul gören yargılar ise “yerel halk arasında işbirliğini artırır” ($\bar{X}=3,7935$), “yerel sermayeli yatırımların artmasını teşvik eder” ($\bar{X}=3,9326$) ve “doğal güzelliklerin korunmasına yardımcı olur” ($\bar{X}=4,0826$) yargıları olarak tespit edilmiştir:

Tablo 35: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Bilişsel Tutumlarına İlişkin Bulgular (n=460)

		Hiç Katılmıyorum	Az Katılıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Çok Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	$\bar{X}$	s.s.
Yerel ekonomileri çeşitlendirir.	f	8	15	67	153	217	4,2087	0,9288
	%	1,7	3,3	14,4	33,4	47,2		
Yerel ekonomileri canlandırır.	f	8	5	47	148	252	4,3717	0,8446
	%	1,7	1,1	10,2	32,2	54,8		
Yerel halkın iş imkânlarını artırır.	f	5	9	69	116	261	4,3457	0,8807
	%	1,1	2,0	15,0	25,2	56,7		
Yerel halkın gelirlerini artırır.	f	5	13	61	120	261	4,3457	0,8906
	%	1,1	2,8	13,3	26,1	56,7		
Yerel halkın yaşam standardını yükseltir.	f	6	10	96	139	209	4,1630	0,9180
	%	1,3	2,2	20,9	30,2	45,4		
Doğal güzelliklerin korunmasına yardımcı olur.	f	9	26	94	120	211	4,0826	1,0299
	%	2,0	5,7	20,4	26,0	45,9		
Tarihi yapıların korunmasına destek olur.	f	8	14	51	142	245	4,3087	0,9101
	%	1,7	3,0	11,1	30,9	53,3		
Yerel el sanatlarının gelişmesine destek olur.	f	6	20	90	147	197	4,1065	0,9518
	%	1,3	4,4	19,6	31,9	42,8		
Yerel fiziki altyapının gelişmesine katkı sağlar.	f	11	30	71	127	221	4,1239	1,0478
	%	2,4	6,5	15,5	27,6	48,0		
Yerel halk arasında işbirliğini artırır.	f	12	35	124	154	135	3,7935	1,0305
	%	2,6	7,6	27,0	33,4	29,4		
Yerel sermayeli yatırımların artmasını teşvik eder.	f	13	17	111	166	153	3,9326	0,9867
	%	2,8	3,7	24,1	36,1	33,3		

Goeldner ve arkadaşları (2000: 14) yerel politikacıların bakış açısıyla turizmi; *ev sahibi toplumun ekonomisinde bir zenginlik etkeni, vatandaşlar için bir gelir ve turist harcamalarından oluşan doğrudan veya dolaylı vergilerin kaynağı* olarak tanımlamışlardır. Tablo 35 sonuçları, Goeldner ve arkadaşları tarafından yapılan yerel turizm tanımını destekleyici niteliktedir. Ayrıca, Tablo 35'teki aritmetik ortalamaların 4 civarında çıkması, belediye başkanlarının turizm bilgisi düzeyinde iyi konumda oldukları şeklinde yorumlanabilir.

4.4. Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Duygusal Tutumlarına İlişkin Bulgular

Araştırma modeli kapsamında bir diğer bağımsız değişken ise belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları olmuştur. Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumlarını belirleme kapsamında geliştirilen 8 yargıya ilişkin frekans, yüzde dağılımları, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 36'da yer verilmiştir.

Tablo 36'ya göre belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları içerisinde en yüksek düzeyde kabul gören yargılar; “turizme yönelik çalışmalara planlama desteği sağlamak” ($\bar{X}=4,0565$), “turizm amaçlı işbirliği çalışmalarına destek olmak” ($\bar{X}=4,0109$) ve “turizme yönelik çalışmalara bilgi desteği sağlamak” ($\bar{X}=3,9913$) yargıları olmuştur. Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları içerisinde en düşük düzeyde katılım gösterdikleri yargılar ise “turizm amaçlı ticari ortaklıklarda çıkabilecek anlaşmazlıklarda uzlaşma sağlamak” ($\bar{X}=3,3348$), “turizm amaçlı ticari ortaklıklar geliştirilmesine katkı sağlamak” ($\bar{X}=3,5783$) ve “turizme yönelik çalışmalara personel desteği sağlamak” ($\bar{X}=3,6065$) olarak tespit edilmiştir:

Tablo 36: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Duygusal Tutumlarına İlişkin Bulgular (n=460)

		Hiç Katılmıyorum	Az Katılıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Çok Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	$\bar{X}$	s.s.
Turizm amaçlı işbirliği çalışmalarına destek olmak.	f	7	27	99	148	179	4,0109	0,9890
	%	1,5	5,9	21,5	32,2	38,9		
Turizme yönelik çalışmalar için vatandaşları teşvik etmek.	f	10	24	137	134	155	3,8696	1,0121
	%	2,2	5,2	29,8	29,1	33,7		
Turizme yönelik çalışmalara bilgi desteği sağlamak.	f	3	21	106	177	153	3,9913	0,8978
	%	0,7	4,6	23,0	38,5	33,2		
Turizme yönelik çalışmalara planlama desteği sağlamak.	f	4	15	93	187	161	4,0565	0,8714
	%	0,8	3,3	20,2	40,7	35,0		
Turizme yönelik çalışmalara ekipman desteği sağlamak.	f	9	46	115	166	124	3,7609	1,0202
	%	2	10,0	25,0	36,0	27,0		
Turizm amaçlı ticari ortaklıklar geliştirilmesine katkı sağlamak.	f	14	58	144	136	108	3,5783	1,0727
	%	3,0	12,6	31,3	29,6	23,5		
Turizme yönelik çalışmalara personel desteği sağlamak.	f	15	33	135	152	105	3,6065	1,0600
	%	3,3	11,5	29,4	33,0	22,8		
Turizm amaçlı ticari ortaklıklarda çıkabilecek anlaşmazlıklarda uzlaşma sağlamak.	f	33	59	162	133	73	3,3348	1,1089
	%	7,2	12,8	35,2	28,9	15,9		

Tablo 36 sonuçlarında görüldüğü üzere belediye başkanları planlama, işbirliği ve bilgi desteği konularında turizme destek sağlamayı düşünmektedirler. Bu durum, Ishikawa ve Fukushima (2007: 461) tarafından yapılan çalışmada önerilen “*yerel yönetimlerin turizm gelişimi için finansal destekten daha ziyade, politika oluşturma ve uygulamada öncü olmalıdır*” fikriyle örtüşmektedir. Ayrıca Tablo 36'daki aritmetik ortalamalara göre belediye başkanlarının *ticari boyutta turizme katılım* düşüncelerinin olmadığı da söylenebilir.

4.5. Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Toplumsal Farkındalık Oluşturma Çalışmalarına İlişkin Bulgular

Araştırma modeli kapsamında kırsal turizm alt boyutunda “toplumsal farkındalık oluşturma çalışmaları” bağımlı değişkenlerden birincisi olarak öngörülmüştür. Toplumsal farkındalık oluşturma kapsamında geliştirilen 6 yargıya ilişkin frekans, yüzde dağılımları, aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine Tablo 37’de yer verilmiştir:

Tablo 37: Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Toplumsal Farkındalık Oluşturma Çalışmalarına İlişkin Bulgular (n=460)

		Hiç Katılmıyorum	Az Katılıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Çok Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	$\bar{X}$	s.s.
Yerel medya ile bilgi paylaşımı yapıyoruz.	f	51	37	107	117	148	3,5957	1,3093
	%	11,1	8,1	23,3	25,4	32,1		
Açılış günleri düzenliyoruz.	f	127	74	96	78	85	2,8261	1,4657
	%	27,6	16,1	20,9	16,9	18,5		
Turizm geliştirme amaçlı sanatsal gösteriler düzenliyoruz.	f	164	75	81	72	68	2,5761	1,4704
	%	35,6	16,3	17,6	15,7	14,8		
Halk toplantıları yapıyoruz.	f	121	78	116	76	69	2,7696	1,3921
	%	26,4	16,9	25,2	16,5	15,0		
Sergi ve festivaller düzenliyoruz.	f	127	52	90	63	128	3,0283	1,5722
	%	27,6	11,3	19,6	13,7	27,8		
Belirli aralıklarla haber bültenleri yayınlıyoruz.	f	112	78	114	77	79	2,8543	1,4075
	%	24,4	16,9	24,8	16,7	17,2		

Tablo 37 sonuçlarına göre belediye başkanlarının toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarında öne çıkan en önemli yargı “yerel medya ile bilgi paylaşımı yapıyoruz” ($\bar{X}=3,5957$) yargısı olmuştur. Bu durum, belediye başkanlarının tekrar seçilme arzusu ile kamuoyunda ön planda olma isteği şeklinde değerlendirilebilir. Toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarına ilişkin bulgular incelendiğinde dört yargının aritmetik ortalamalarının 3’ün altında kaldığı, ancak 3’e çok yakın olduğu görülmektedir. Diğer ifadelerin ise 3’ün üstünde olduğu ancak, yine aynı şekilde 3’e yakın olduğu görülmektedir. Bu durum, belediye başkanlarının kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturmada orta düzeyde etkili olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Literatürde kırsal turizm kapsamında; yerel kaynaklar, faaliyetler, ürünler ve yerel toplumun katılımcılığı öngörülmektedir (Bramwell ve Sharman, 1999; Oliver ve Jenkins, 2003). Bu kapsamda, kırsal peyzajın korunması, sürdürülebilir ekonomik

potansiyelinin artırılması ve kırsal kaynakların sürdürülebilirliği için belediye başkanlarının toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarına daha çok önem vermeleri gerektiği söylenebilir.

4.6. Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Organizasyonel Yapı Geliştirme Çalışmalarına İlişkin Bulgular

Araştırma modeli kapsamında kırsal turizm alt boyutunda “organizasyonel yapı geliştirme çalışmaları” bağımlı değişkenlerden ikincisi olarak öngörülmüştür. Organizasyonel yapı geliştirme kapsamında geliştirilen 10 yargıya ilişkin frekans, yüzde dağılımları, aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine Tablo 38’de yer verilmiştir:

Tablo 38: Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Organizasyonel Yapı Geliştirme Çalışmalarına İlişkin Bulgular (n=460)

		Hiç Katılmıyorum	Az Katılıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Çok Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	$\bar{X}$	s.s.
Yerel gelişim önceliklerinin belirlenmesinde işbirliği	f	32	24	120	119	165	3,7848	1,1879
	%	7,0	5,2	26,0	25,9	35,9		
Vizyon, amaç, hedef ve projelerin belirlenmesinde işbirliği	f	29	21	93	165	152	3,8478	1,1235
	%	6,3	4,6	20,2	35,9	33,0		
Vizyon, amaç, hedef ve projelerin etkin yönetilmesinde işbirliği	f	33	26	117	139	145	3,7326	1,1717
	%	7,2	5,7	25,4	30,2	31,5		
Vizyon, amaç, hedef ve projelerin düzenli denetlenmesinde işbirliği	f	32	32	102	155	139	3,7326	1,1661
	%	7,0	7,0	22,1	33,7	30,2		
Yöremiz turizmine yönelik ürünler geliştirilmesinde işbirliği	f	25	19	91	161	164	3,9130	1,0972
	%	5,4	4,1	19,8	35,0	35,7		
Yöremiz turizminin pazarlanmasında işbirliği	f	29	22	100	118	191	3,9130	1,1776
	%	6,3	4,7	21,5	25,5	42,0		
Eğitim programları hazırlamada işbirliği	f	32	22	95	129	182	3,8848	1,1872
	%	7,0	4,8	20,7	28,0	39,5		
Finansal destek sağlamada işbirliği	f	28	22	95	89	226	4,0065	1,2000
	%	6,1	4,8	20,7	19,3	49,1		
Merkezi hükümet ile ilişkilerin güçlendirilmesinde işbirliği	f	33	22	85	122	198	3,9348	1,2046
	%	7,2	4,8	18,5	26,5	43,0		
Diğer kurumlarla ilişkilerin güçlendirilmesinde işbirliği	f	28	24	107	119	182	3,8761	1,1715
	%	6,1	5,2	23,2	25,9	39,6		

Tablo 38’e göre organizasyonel yapı geliştirme kapsamında paydaş kurumlardan beklentileri sorulan belediye başkanlarının cevaplarında öne çıkan dört önemli yargı; “finansal destek sağlamada işbirliği” ($\bar{X}=4,0065$), “merkezi hükümet ile ilişkilerin güçlendirilmesinde işbirliği” ($\bar{X}=3,9348$), “yöremiz turizmine yönelik ürünler geliştirilmesinde işbirliği” ($\bar{X}=3,9130$) ve “yöremiz turizminin pazarlanmasında

işbirliği” ($\bar{X}=3,9130$) yargıları olmuştur. Bu yargılar sonucunda belediye başkanlarının turizm gelişiminde finansal gücün gerekliliğine ve merkezi hükümetin desteğine önem verdiği söylenebilir. Paydaş kurumlarla ürün geliştirme ve ürün pazarlama çalışmaları yapmaya hazır oldukları şeklinde yorumlanabilir. Kırsal alanlarda, sürdürülebilir ekonomik potansiyelin geliştirilmesi ve kırsal kaynakların sürdürülebilir kullanımı açısından yerel işbirliği önerilmektedir (Nuckolls ve Long, 2009: 11). Bu bağlamda, belediye başkanları; organizasyonel yapıların geliştirilmesine destek verebilecek paydaşların bir araya gelmesinde, paydaşlarla örgütsel hedefler geliştirilmesinde ve bu hedeflerin başarılmasında katkı sağlayabilirler.

4.7. Belediye Başkanlarının Turizmde Organizasyonel Paydaş Tercihlerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya dahil belediye başkanlarının turizmde organizasyonel paydaş tercihi belirlemek için geliştirilen 8 yargı yargıya ilişkin frekans, yüzde dağılımları, aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine Tablo 39’da yer verilmiştir:

Tablo 39: Belediye Başkanlarının Turizmde Organizasyonel Paydaş Tercihine İlişkin Bulgular (n=460)

		Hiç Katılmıyorum	Az Katılıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Çok Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	$\bar{X}$	s.s.
Kültür ve Turizm Bakanlığı	f	16	5	25	71	343	4,5652	0,9159
	%	3,5	1,1	5,4	15,4	74,6		
Valilik	f	39	7	46	110	258	4,1761	1,2070
	%	8,5	1,5	10,0	23,9	56,1		
İl Turizm Müdürlüğü	f	39	4	40	103	274	4,2370	1,1947
	%	8,5	0,9	8,6	22,4	59,6		
İl Özel İdaresi	f	64	36	112	101	147	3,5022	1,3728
	%	13,9	7,8	24,3	22,0	32,0		
Kaymakamlık	f	72	28	93	98	169	3,5739	1,4299
	%	15,7	6,1	20,2	21,3	36,7		
Üniversiteler	f	67	11	61	112	209	3,8370	1,4040
	%	14,6	2,4	13,3	24,3	45,4		
Kültürel kuruluşlar	f	56	17	74	146	167	3,7630	1,3096
	%	12,2	3,7	16,1	31,7	36,3		

Tablo 39’da verilen yargılar kapsamında, organizasyonel paydaş tercihi sorulan belediye başkanlarının cevaplarında öne çıkan üç önemli paydaş; “Kültür ve Turizm Bakanlığı” ($\bar{X}=4,5652$), “İl Turizm Müdürlüğü” ($\bar{X}=4,2370$) ve “Valilik” ($\bar{X}=4,1761$) olmuştur. Paydaşlar, yapısal olarak incelendiğinde tamamının kamu kurumlarından

oluştugu görülmektedir. Bu durum, belediye başkanlarının turizm gelişiminde merkezi hükümetin desteğine önem verdiği şeklinde yorumlanabilir. Organizasyonel paydaş tercihi ile ilgili ortalamalarının 3,5'un üzerinde olması, belediye başkanlarının turizm gelişiminde tüm kurumlarla işbirliği çalışmalarına hazır oldukları şeklinde de yorumlanabilir.

4.8. Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Ürün Geliştirme Çalışmalarına İlişkin Bulgular

Araştırma modeli kapsamında kırsal turizm alt boyutunda “ürün geliştirme çalışmaları” bağımlı değişkenlerden üçüncüsü olarak öngörülmüştür. Ürün geliştirme çalışmaları; “evet” cevabı veren 193 belediye başkanı (%42) üzerinden değerlendirmeye tabii tutulmuştur. Ürün geliştirme çalışmaları kapsamında geliştirilen 9 yargıya ilişkin frekans, yüzde dağılımları, aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine Tablo 40'da yer verilmiştir:

Tablo 40: Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Ürün Geliştirme Çalışmalarına İlişkin Bulgular (n=193)

		Hiç Katılmıyorum	Az Katılmıyorum	Orta Düzeyde Katılmıyorum	Çok Katılmıyorum	Tamamen Katılmıyorum	$\bar{X}$	s.s.
Yöremiz turizm ürünlerine yönelik marka oluşturma çalışmalarına katılıyoruz.	f	32	24	22	38	77	3,5389	1,5172
	%	7,0	5,2	4,8	8,3	16,7		
Yöremize uygun turizm türlerine yönelik çalışmalar yapmaktayız.	f	42	14	28	33	76	3,4508	1,5808
	%	9,1	3,0	6,1	7,2	16,6		
Yöremiz el sanatlarının gelişimine yönelik çalışmalar yapmaktayız.	f	27	13	28	45	80	3,7150	1,4203
	%	5,9	2,8	6,1	9,8	17,4		
Yöremizde doğal ortamlarda yapılabilecek spor aktivitelerini destekleyici çalışmalar yapmaktayız.	f	33	16	30	42	72	3,5389	1,4825
	%	7,2	3,5	6,5	9,1	15,7		
Yöremiz turizm ürünlerine yönelik küçük ölçekli kongre ve toplantılar yapmaktayız.	f	39	17	36	48	53	3,3057	1,4701
	%	8,5	3,7	7,8	10,5	11,5		
Yöremiz kültürünü yansıtan tarihi evlerimize yönelik restorasyon çalışmalarına katılmaktayız.	f	47	20	21	26	79	3,3627	1,6530
	%	10,2	4,3	4,6	5,7	17,2		
Yöremiz, kasaba ve köylerine yönelik günlük gezilere rehber desteği sağlıyoruz.	f	62	23	26	28	54	2,9430	1,6368
	%	13,5	5	5,7	6,1	11,7		
Doğal güzelliklerin izlenebileceği alanların tespitine yönelik çalışmalar yapmaktayız.	f	36	7	22	47	81	3,6736	1,5042
	%	7,8	1,5	4,8	10,3	17,6		
Yöremizde tarım turizminin gelişiminde ön plana çıkabilecek tarımsal ürünlerin tanıtımı için çalışmalar yapmaktayız.	f	33	19	22	47	72	3,5492	1,4927
	%	7,2	4,1	4,8	10,2	15,7		

Belediye başkanlarının turizme yönelik ürün geliştirme çalışmalarında öne çıkan üç önemli yargı; “yöremiz el sanatlarının gelişimine yönelik çalışmalar yapmaktayız” ($\bar{X}=3,7150$), “doğal güzelliklerin izlenebileceği alanların tespitine yönelik çalışmalar yapmaktayız” ($\bar{X}=3,6736$) ve “yöremiz tarım turizminin gelişiminde ön plana çıkabilecek tarımsal ürünlerin tanıtımı için çalışmalar yapmaktayız” ($\bar{X}=3,5492$) yargıları olmuştur.

Tablo 40 sonuçlarına göre; kırsal turizmde çekirdek ürünler kapsamında; kırsal manzaralar; yardımcı ürünler kapsamında el sanatları ve açık hava etkinlikleri belediyeler tarafından en çok kabul gören ürünler olmuştur. Bu durum, Knowd (2001: 10) tarafından geliştirilen kırsal turizm ürünleri modeli ile örtüşmektedir. Belediye başkanlarının turizm ürünü geliştirmede en az düzeyde katılım gösterdikleri yargılar ise “yöremiz, kasaba ve köylerine yönelik günübirlik gezilere rehber desteği sağlıyoruz” ($\bar{X}=2,9430$) ve “yöremiz turizm ürünlerine yönelik küçük ölçekli kongre ve toplantılar yapmaktayız” ($\bar{X}=3,3057$) olmuştur. Bu durum, Knowd (2001: 10) tarafından önerilen modelde yer alan çoğaltılmış kırsal ürünler (kırsal turizmi teşvik eden ve destekleyen hükümet, bölgesel programlar, dağıtım ağları) konusunda belediye başkanlarının yetersiz olduğu şeklinde yorumlanabilir.

4.9. Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Ürün Pazarlama Çalışmalarına İlişkin Bulgular

Araştırma modeli kapsamında kırsal turizm alt boyutunda “ürün pazarlama çalışmaları” bağımlı değişkenlerden dördüncüsü olarak öngörülmüştür. Ürün pazarlama çalışmaları “evet” cevabı veren 197 belediye başkanı (%42,8) üzerinden değerlendirmeye tabii tutulmuştur. Ürün pazarlama çalışmaları kapsamında geliştirilen 7 yargıya ilişkin frekans, yüzde dağılımları, aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine Tablo 41’de yer verilmiştir.

Tablo 41’e göre belediye başkanlarının turizme yönelik ürün pazarlama çalışmalarında ilk üç sıra; “yöremiz turizminin tanıtımına yönelik, web yayını hazırlamaktayız” ($\bar{X}=3,7310$), “yöremiz turizminin ülke içinde tanıtımı için yayınlar (afiş, broşür, katalog, kitap, cd) hazırlamaktayız” ($\bar{X}=3,7056$) ve “yöremizin turizm pazarında tanınır bir marka olması için çalışmalar yapmaktayız” ($\bar{X}=3,6853$) yargılarından oluşmuştur. Belediye başkanlarının turizm ürünü pazarlamada “yöremizi

ziyaret edebilecek potansiyel turistlerin demografik özelliklerine göre pazar bölümlendirmesi yapmaktayız” ($\bar{X}=2,7919$) yargısı en az düzeyde katılım gösterdikleri yargı olmuştur:

Tablo 41: Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Ürün Pazarlama Çalışmalarına İlişkin Bulgular (n=197)

		Hiç Katılmıyorum	Az Katılıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Çok Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	$\bar{X}$	s.s.
Yöremizi ziyaret edebilecek potansiyel turistlere yönelik pazar araştırmaları yapmaktayız.	f	27	16	43	48	63	3,5279	1,3723
	%	5,9	3,5	9,3	10,4	13,7		
Yöremizin turizm pazarında tanınır bir marka olması için çalışmalar yapmaktayız.	f	24	12	33	61	67	3,6853	1,3257
	%	5,2	2,6	7,6	13,3	14,1		
Yöremiz turizm pazarının güçlü ve zayıf yönlerini, fırsat ve tehditlerini belirlemeye yönelik analiz çalışmaları yapmaktayız.	f	32	18	38	48	61	3,4467	1,4262
	%	7,0	3,9	8,3	10,3	13,3		
Yöremizi ziyaret edebilecek potansiyel turistlerin demografik özelliklerine göre pazar bölümlendirmesi yapmaktayız.	f	44	37	61	26	29	2,7919	1,3295
	%	9,6	8	13,3	5,7	6,3		
Yöremiz turizminin yerinde tanıtımını sağlamak için çeşitli misafirlere yönelik gezi programları düzenlemekteyiz.	f	52	23	33	39	50	3,0609	1,5473
	%	11,3	5,0	7,2	8,5	10,8		
Yöremiz turizminin tanıtımına yönelik, web yayını hazırlamaktayız.	f	20	13	35	61	68	3,7310	1,2792
	%	4,3	2,8	7,6	13,3	14,8		
Yöremiz turizminin ülke içinde tanıtımı için yayınlar (afiş, broşür, katalog, kitap, cd) hazırlamaktayız.	f	20	11	54	34	78	3,7056	1,3149
	%	4,3	2,4	11,7	7,4	17,0		

Tablo 41’den elde edilen sonuçlar; Derek ve Mitchell, (2005: 4) tarafından öngörülen kırsal bölgelerde turizm gelişiminde yaşanan temel problemleri (talep edenlerdeki bilgi yetersizliği, ürün sunumuyla ilgili beceri eksikliği, çalışılan pazar hakkında fazla bilgi sahibi olunmaması, işbirliği ve pazarlama ağlarının yetersizliği) doğrular niteliktedir. Kırsal bölge belediye başkanları, yörelerini ziyaret edebilecek potansiyel turistlere yönelik pazarlama çalışmalarına yönelmelidirler. Bu kapsamda, ilk adım olarak yörelerini tanıtıcı web yayını ve görsel-işitsel materyaller hazırlamaları yörelerinin turizmne katkı sağlayabilecektir.

4.10. Belediye Başkanlarının Turizme Katılım Engellerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya dahil belediye başkanlarının turizme katılım engellerini belirlemek için geliştirilen 6 yargıya ilişkin frekans, yüzde dağılımları, aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine Tablo 42’de yer verilmiştir:

Tablo 42: Belediye Başkanlarının Turizme Katılım Engellerine İlişkin Bulgular (n=460)

		Hiç Katılmıyorum	Az Katılıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Çok Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum	$\bar{X}$	s.s.
Yerel ticari işletmelerin karar alma süreçlerine yeterli katkıyı vermemesi	f	48	35	137	115	125	3,5087	1,2550
	%	10,4	7,6	29,8	25,0	27,2		
Yerel toplumun (halk, STK, medya) karar alma süreçlerine ilgisizliği	f	55	43	130	116	116	3,4239	1,2871
	%	12,0	9,3	28,3	25,2	25,2		
Yetişmiş personelin sayıca azlığı	f	35	23	68	94	240	4,0457	1,2473
	%	7,6	5,0	14,8	20,4	52,2		
Yerel kamu kurumlarının karar alma süreçlerine yeterli katkıyı vermemesi	f	43	58	148	109	102	3,3674	1,2215
	%	9,3	12,6	32,2	23,7	22,2		
Mevcut personelin kalite olarak yetersizliği	f	46	46	121	103	144	3,5500	1,2951
	%	10,0	10,0	26,3	22,3	31,4		
Mali kaynak yetersizliği	f	23	14	32	82	309	4,3913	1,0782
	%	5,0	3,0	7,0	17,8	67,2		

Tablo 42’ye göre belediye başkanlarının turizme katılım engellerinde öne çıkan üç önemli yargı; “mali kaynak yetersizliği” ($\bar{X}=4,3913$), “yetişmiş personelin sayıca azlığı” ($\bar{X}=4,0457$) ve “mevcut personelin kalite olarak yetersizliği” ($\bar{X}=3,5500$) olmuştur. Bu sonuçlar; Şahin ve Emni (2006) ve Ökmen ve Görmez (2009) tarafından yapılan çalışmalarda belirtilen ve yönetim uygulamalarını kamusal boyutta başarısız kılan nedenlerle (kamu yönetiminin merkeziyetçi yapısı, siyasi istikrarsızlık, siyasi kutuplaşma, değişim maliyeti, toplumdaki muhafazakarlık, bir fikre/partiye bağımlılık, çıkar ve baskı grupları, statüko medya, yöneticilerin tutum, davranış ve liderlik yeteneği, çalışanların belirsizlik korkusu, statüko alışkanlıkları, değişimi gereksiz görme) örtüşmektedir.

4.11. Turizme Yönelik Bilişsel Tutumların Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Tablo 43’te belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumlarının demografik özelliklerine göre karşılaştırılmasında; iki değişkenli gruplar (cinsiyet,

turizm alanında eğitim durumu, turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu, turizm sektöründe çalışma durumu) için yapılan “Bağımsız Örneklem t-Testi”; ikiden fazla olan değişkenli gruplar (yaş, eğitim durumu, görev dönemi, önceki mesleği, temsil ettiği parti) için yapılan “Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)” sonuçları yer almaktadır:

Tablo 43: Turizme Yönelik Bilişsel Tutumların Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması (n=460)

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s.	t/F	p
Cinsiyet	Bay	451	4,1083	0,68532	0,780	0,416
	Bayan	9	3,9259	1,08848		
Yaş	25-34	10	4,2583	0,41285	0,649	0,584
	35-44	106	4,0330	0,71118		
	45-54	217	4,1129	0,73383		
	55 ve üzeri	127	4,1385	0,62504		
Eğitim Durumu	İlköğretim	75	4,1189	0,61926	0,460	0,765
	Ortaöğretim	151	4,0883	0,65442		
	Önlisans	46	4,2301	0,76622		
	Lisans	168	4,0789	0,71751		
	Lisansüstü	20	4,1042	0,89503		
Görev Dönemi	1. dönem	242	4,1030	0,70116	0,084	0,920
	2. dönem	153	4,0942	0,70663		
	3 ve üzeri	65	4,1359	0,64542		
Önceki Meslek	İşçi	20	4,1458	0,54737	0,934	0,424
	Memur	169	4,1139	0,71192		
	Serbest Meslek	225	4,1270	0,65152		
	Emekli	46	3,9438	0,86728		
Temsil Ettiği Parti	İktidar Partisi	281	4,0735	0,74464	0,753	0,557
	Ana Muhalefet Partisi	65	4,2231	0,68022		
	Muhalefet Partisi	90	4,1250	0,53326		
	Bağımsız	11	4,1742	0,31503		
	Diğer	13	3,9872	0,84152		
Turizm Alanında Eğitim Durumu	Evet	24	4,3854	0,83327	2,042	0,042*
	Hayır	436	4,0893	0,68340		
Turizm Amaçlı Seminer ve Konferansa Katılım Durumu	Evet	305	4,1975	0,65598	4,092	0,000**
	Hayır	155	3,9220	0,73197		
Turizm Amaçlı Geziye Katılım Durumu	Evet	292	4,1678	0,65816	2,586	0,010*
	Hayır	168	3,9950	0,74176		
Turizm Sektöründe Çalışma Durumu	Evet	39	4,2436	0,84518	1,307	0,192
	Hayır	421	4,0918	0,67816		

* (p<0,05) ** (p<0,01)

Tablo 43'teki sonuçlar incelendiğinde, belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumlarında; cinsiyet (p=0,416, p>0,05), yaş (p=0,584, p>0,05), eğitim durumu (p=0,765, p>0,05), görev dönemi (p=0,920, p>0,05), önceki meslek (p=0,424, p>0,05), temsil ettiği parti (p=0,557, p>0,05) ve turizm sektöründe çalışma durumlarına (p=0,192, p>0,05) göre 0,01 ve 0,05 anlamlılık düzeyinde, herhangi bir farklılık

bulunamamıştır. Turizm alanında eğitim alma durumu ($p=0,042$, $p<0,05$), turizme yönelik seminer ve konferansa katılım durumu ($p=0,000$, $p<0,01$) ve turizm amaçlı geziye katılım durumunda ($p=0,010$, $p<0,05$) ise anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. Bu sonuçlara göre belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumlarının; turizm alanında eğitim alma durumu ($\bar{X}=4,3854$), turizme yönelik seminer ve konferansa katılım durumu ($\bar{X}=4,1975$) ve turizm amaçlı geziye katılım durumları ($\bar{X}=4,1678$) ile ilişkili olduğu söylenebilir. Belediye başkanlarının turizm konusundaki bilgi düzeyi arttıkça turizme yönelik tutumlarının daha olumlu olduğu şeklinde yorumlanabilir.

4.12. Turizme Yönelik Duygusal Tutumlarının Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Tablo 44'te belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumlarının demografik özelliklerine göre karşılaştırılmasına ilişkin verilere yer verilmiştir: Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumlarının, belediye başkanlarının demografik özelliklerine göre karşılaştırılmasında iki değişkenli gruplar (cinsiyet, turizm alanında eğitim durumu, turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu, turizm sektöründe çalışma durumu) için “Bağımsız Örneklem t-Testi”; ikiden fazla olan değişkenli gruplar (yaş, eğitim durumu, görev dönemi, önceki mesleği, temsil ettiği parti) için “Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)” sonuçları kullanılmıştır.

Tablo 44'teki sonuçlar incelendiğinde, belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumlarında; cinsiyet ($p=0,669$, $p>0,05$), yaş ($p=0,589$, $p>0,05$), eğitim durumu ($p=0,689$, $p>0,05$), görev dönemi ($p=0,839$, $p>0,05$), önceki meslek ($p=0,875$, $p>0,05$), temsil ettiği parti ($p=0,422$, $p>0,05$) ve turizm sektöründe çalışma durumlarına ($p=0,154$, $p>0,05$) göre 0,01 ve 0,05 anlamlılık düzeyinde, herhangi bir farklılık bulunamamıştır. Turizm alanında eğitim alma durumu ($p=0,042$, $p<0,05$), turizme amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu ($p=0,000$, $p<0,01$) ve turizm amaçlı geziye katılım durumunda ($p=0,021$, $p<0,05$) ise anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. Bu sonuçlara göre belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumlarında; turizm alanında eğitim alma durumunun ($\bar{X}=4,0885$), turizme yönelik seminer ve konferansa katılım durumunun ($\bar{X}=3,8975$) ve turizm amaçlı geziye katılım durumunun ($\bar{X}=3,8390$) etkili olduğu şeklinde yorumlanabilir:

Tablo 44: Turizme Yönelik Duygusal Tutumların Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması (n=460)

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s.	t/F	p
Cinsiyet	Bay	451	3,7783	0,77864	0,428	0,669
	Bayan	9	3,6667	0,55902		
Yaş	25-34	10	3,7125	0,64832	0,642	0,589
	35-44	106	3,6946	0,76592		
	45-54	217	3,8197	0,79702		
	55 ve üzeri	127	3,7746	0,75429		
Eğitim Durumu	İlköğretim	75	3,6667	0,80574	0,563	0,689
	Ortaöğretim	151	3,8171	0,72955		
	Önlisans	46	3,7418	0,81539		
	Lisans	168	3,7879	0,80427		
	Lisansüstü	20	3,8563	0,65929		
Görev Dönemi	1. dönem	242	3,7681	0,79816	0,175	0,839
	2. dönem	153	3,7663	0,76864		
	3 ve üzeri	65	3,8288	0,70592		
Önceki Meslek	İşçi	20	3,8125	0,68285	0,231	0,875
	Memur	169	3,8040	0,78818		
	Serbest Meslek	225	3,7667	0,77758		
	Emekli	46	3,7038	0,76529		
Temsil Ettiği Parti	İktidar Partisi	281	3,7496	0,78166	0,972	0,422
	Ana Muhalefet Partisi	65	3,8404	0,82488		
	Muhalefet Partisi	90	3,8417	0,74266		
	Bağımsız	11	3,9091	0,48442		
	Diğer	13	3,4615	0,76612		
Turizm Alanında Eğitim Durumu	Evet	24	4,0885	0,75674	2,037	0,042*
	Hayır	436	3,7589	0,77280		
Turizm Amaçlı Seminer ve Konferansa Katılım Durumu	Evet	305	3,8975	0,71502	4,830	0,000**
	Hayır	155	3,5371	0,83223		
Turizm Amaçlı Geziye Katılım Durumu	Evet	292	3,8390	0,72894	2,309	0,021*
	Hayır	168	3,6667	0,83932		
Turizm Sektöründe Çalışma Durumu	Evet	39	3,9455	0,83301	1,429	0,154
	Hayır	421	3,7604	0,76818		

* (p<0,05) ** (p<0,01)

Middleton vd. (1998), sürdürülebilir gelişimde turizmi, karar verme sürecinin merkezine yerleştirmeyi düşünen sistemlere düşen görevlerden bir tanesini de, kurs ve eğitimlerle yerel bilinç oluşturmak olarak özetlemiştir. Yukarıdaki sonuçlar bu görüşü doğrular nitelikte olup, belediye başkanları içerisinde turizme yönelik eğitimlerin önemini ortaya çıkartmaktadır. Turizme yönelik eğitim almış belediye başkanlarının turizme yönelik düşüncelerinin daha olumlu olduğu görülmektedir.

4.13. Kırsal Turizmde Toplumsal Farkındalık Oluşturma Çalışmalarının Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Tablo 45'te kırsal belediye başkanlarının turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarının demografik özelliklerine göre karşılaştırılmasına ilişkin verilere yer verilmiştir:

Tablo 45: Kırsal Turizmde Toplumsal Farkındalık Oluşturma Çalışmalarının Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması (n=460)

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s.	t/F	p	Tukey
Cinsiyet	Bay	451	2,9383	1,16823	-0,438	0,661	
	Bayan	9	3,1111	1,31762			
Yaş	25-34	10	3,3500	0,88349	0,602	0,614	
	35-44	106	2,9701	1,14638			
	45-54	217	2,9524	1,18136			
	55 ve üzeri	127	2,8675	1,19308			
Eğitim Durumu	İlköğretim (1)	75	2,5378	0,98127	6197	0,000**	1 ile 4-5 2 ile 5 3 ile 5
	Ortaöğretim (2)	151	2,8488	1,10744			
	Önlisans (3)	46	2,9130	1,35935			
	Lisans (4)	168	3,1141	1,20325			
	Lisansüstü (5)	20	3,7750	0,90850			
Görev Dönemi	1. dönem	242	2,9098	1,16256	0,638	0,529	
	2. dönem	153	2,9281	1,23185			
	3 ve üzeri	65	3,0923	1,04708			
Önceki Meslek	İşçi (1)	20	2,3750	0,79265	2,902	0,035*	1 ile 2-3
	Memur (2)	169	3,0572	1,17824			
	Serbest Meslek (3)	225	2,9578	1,17411			
	Emekli (4)	46	2,6848	1,17915			
Temsil Ettiği Parti	İktidar Partisi	281	2,9846	1,19571	2,216	0,066	
	Ana Muhalefet Partisi	65	2,8641	1,08968			
	Muhalefet Partisi	90	2,9056	1,12264			
	Bağımsız	11	3,5000	0,62805			
	Diğer	13	2,1795	1,41005			
Turizm Alanında Eğitim Durumu	Evet	24	3,7639	1,18047	3,582	0,000**	
	Hayır	436	2,8964	1,15383			
Turizm Amaçlı Seminer ve Konferansa Katılım Durumu	Evet	305	3,2153	1,11513	7,442	0,000**	
	Hayır	155	2,4032	1,08859			
Turizm Amaçlı Geziye Katılım Durumu	Evet	292	3,1878	1,14433	6,185	0,000**	
	Hayır	168	2,5139	1,09107			
Turizm Sektöründe Çalışma Durumu	Evet	39	3,6239	1,10800	3,864	0,000**	
	Hayır	421	2,8785	1,15656			

* (p<0,05) ** (p<0,01)

Verilerin karşılaştırılmasında; iki değişkenli gruplar (cinsiyet, turizm alanında eğitim durumu, turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu, turizm sektöründe çalışma durumu) için yapılan “Bağımsız

Örnekleme t-Testi”; ikiden fazla olan değişkenli gruplar (yaş, eğitim durumu, görev dönemi, önceki mesleği, temsil ettiği parti) için yapılan “Bağımsız Örnekleme Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)” ve ikiden fazla olan gruplarda farklılığın hangi gruplar arasında gerçekleştiğini ortaya koymak amacıyla ise gerçekleştirilen “Çoklu Karşılaştırma-Tukey HSD-Analizi” sonuçları kullanılmıştır.

Tablo 45 sonuçları incelendiğinde, belediye başkanlarının toplumsal farkındalık oluşturmaya yönelik çalışmalarında; cinsiyet ($p=0,661$, $p>0,05$), yaş ($p=0,614$, $p>0,05$), görev dönemi ($p=0,529$, $p>0,05$) ve temsil ettiği partiye ($p=0,066$, $p>0,05$) göre 0,01 ve 0,05 anlamlılık düzeyinde, herhangi bir farklılık bulunamamıştır. Eğitim durumu ($p=0,000$, $p<0,01$), önceki meslek ($p=0,035$, $p<0,05$), turizm alanında eğitim alma durumu ($p=0,000$, $p<0,01$), turizme yönelik seminer ve konferansa katılım durumu ($p=0,000$, $p<0,01$) ve turizm amaçlı geziye katılım durumu ($p=0,00$, $p<0,01$) ve turizm sektöründe çalışma durumlarında ($p=0,000$, $p<0,01$) ise anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır.

Farklılık çıkan gruplar arasında, farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi amacıyla, yapılan “Tukey HSD” analizi sonuçları kapsamında, eğitim durumuna göre görüş farklılıkları; ilköğretim ($\bar{X}=2,5378$) ve ortaöğretim ($\bar{X}=2,8488$) düzeyinde eğitim alan belediye başkanları ile lisans ($\bar{X}=3,1141$) ve lisansüstü ($\bar{X}=3,7750$) düzeyde eğitim alan başkanlar arasında gerçekleşmiştir. Belediye başkanının önceki mesleğine ilişkin görüş farklılıkları ise işçi ($\bar{X}=2,3750$) ile memur ($\bar{X}=3,0572$) ve serbest meslek ($\bar{X}=2,9578$) arasında ortaya çıkmıştır.

Bu sonuçlara göre kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarında belediye başkanının eğitim durumu, önceki mesleği, turizm alanında eğitim durumu, turizm alanında seminer ve konferansa katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu ve turizm sektöründe çalışma durumu gibi demografik özelliklerinin etkili olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Sürdürülebilir gelişimde, turizmi karar verme sürecinin merkezine yerleştiren sistemlere düşen görevlerden bir tanesi de, kurs ve eğitimlerle yerel bilinç oluşturmak (Middleton vd., 1998; İçişleri Bakanlığı, 2009) olarak belirtilmektedir. Belediye başkanlarının eğitim boyutunda güçlendirilmeleri, kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarında olumlu etkiler oluşturabilir.

4.14. Kırsal Turizmde Organizasyonel Yapı Geliştirme Çalışmalarının Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Tablo 46’da belediye başkanlarının kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarının demografik özelliklerine göre karşılaştırılmasında ilişkin verilere yer verilmiştir:

Tablo 46: Kırsal Turizmde Organizasyonel Yapı Geliştirme Çalışmalarının Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması (n=460)

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s.	t/F	p	Tukey
Cinsiyet	Bay	451	3,8601	0,99515	-0,386	0,700	
	Bayan	9	3,9889	0,69901			
Yaş	25-34	10	3,1467	0,75624	0,187	0,905	
	35-44	106	2,9431	1,10051			
	45-54	217	2,9270	1,12583			
	55 ve üzeri	127	2,8871	1,16108			
Eğitim Durumu	İlköğretim (1)	75	2,6524	1,05090	4,110	0,003**	1 ile 5 2 ile 5
	Ortaöğretim (2)	151	2,8180	1,05583			
	Önlisans (3)	46	2,9082	1,32577			
	Lisans (4)	168	3,0636	1,13593			
	Lisansüstü (5)	20	3,6167	0,82812			
Görev Dönemi	1. dönem	242	2,9069	1,12814	0,466	0,628	
	2. dönem	153	2,8993	1,17014			
	3 ve üzeri	65	3,0487	0,97346			
Önceki Meslek	İşçi	20	2,4010	0,81985	2,496	0,059	
	Memur	169	3,0356	1,12412			
	Serbest Meslek	225	2,9273	1,11574			
	Emekli	46	2,7297	1,18726			
Temsil Ettiği Parti	İktidar Partisi	281	2,9610	1,14830	2,296	0,058	
	Ana Muhalefet Partisi	65	2,8603	1,02324			
	Muhalefet Partisi	90	2,9115	1,08083			
	Bağımsız	11	3,4121	0,55343			
	Diğer	13	2,1333	1,35421			
Turizm Alanında Eğitim Durumu	Evet	24	4,1292	0,87649	1,356	0,176	
	Hayır	436	3,8479	0,99450			
Turizm Amaçlı Seminer ve Konferansa Katılım Durumu	Evet	305	3,9816	0,93804	3,667	0,000**	
	Hayır	155	3,6284	1,04873			
Turizm Amaçlı Geziye Katılım Durumu	Evet	292	3,8942	0,96228	0,902	0,368	
	Hayır	168	3,8077	1,03658			
Turizm Sektöründe Çalışma Durumu	Evet	39	4,0872	0,89830	1,483	0,139	
	Hayır	421	3,8418	0,99628			

* (p<0,05) ** (p<0,01)

Belediye başkanlarının organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarının demografik özelliklerine göre karşılaştırılmasında, iki değişkenli gruplar için “Bağımsız

Örnekleme t-Testi”; ikiden fazla olan değişkenli gruplar içinse “Bağımsız Örnekleme Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)” sonuçları kullanılmıştır.

Tablo 46 sonuçları incelendiğinde, belediye başkanlarının kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarında; cinsiyet ($p=0,700$, $p>0,05$), yaş ($p=0,905$, $p>0,05$), görev dönemi ($p=0,628$, $p>0,05$), önceki meslek ($p=0,059$, $p>0,05$), temsil ettiği parti ($p=0,058$, $p>0,05$), turizm alanında eğitim alma durumu ($p=0,176$, $p>0,05$), turizm amaçlı geziye katılım durumu ($p=0,368$, $p>0,05$) ve turizm sektöründe çalışma durumlarına ($p=0,139$, $p>0,05$) göre 0,01 ve 0,05 anlamlılık düzeylerinde herhangi bir istatistiksel farklılık bulunamamıştır. Eğitim durumu ($p=0,000$, $p<0,01$) ile turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumunda ($p=0,000$, $p<0,01$) ise istatistiksel olarak 0,01 anlamlılık düzeyinde, farklılık tespit edilmiştir.

Farklılık çıkan gruplar için yapılan “Tukey HSD” analizi sonuçları kapsamında, eğitim durumuna göre görüş farklılıkları; ilköğretim ($\bar{X}=2,6524$) ve ortaöğretim ($\bar{X}=2,8180$) mezunları ile lisansüstü ($\bar{X}=3,6167$) mezunlar arasında gerçekleşmiştir. Bu sonuçlar; Ünlüönen ve Sevim (2005) tarafından yapılan turistik arz kaynaklarının değerlendirilmesinde yerel yönetimlerin rollerinin ölçülmesini amaçlayan çalışmadaki sonuçlarla da örtüşmektedir. Yöneticilerin eğitim düzeyi arttıkça turizme yönelik bakış açıları daha olumlu olmaktadır.

4.15. Turizmde Organizasyonel Paydaş Tercihlerinin Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Tablo 47’de belediye başkanlarının organizasyonel paydaş tercihlerinin demografik özelliklerine göre karşılaştırılmasına ilişkin verilere yer verilmiştir. Belediye başkanlarının organizasyonel paydaş tercihlerinin demografik özelliklerine göre karşılaştırılmasında, iki değişkenli gruplar (cinsiyet, turizm alanında eğitim durumu, turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu, turizm sektöründe çalışma durumu) için “Bağımsız Örnekleme t-Testi”; ikiden fazla olan değişkenli gruplar (yaş, eğitim durumu, görev dönemi, önceki mesleği, temsil ettiği parti) için “Bağımsız Örnekleme Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)” sonuçları kullanılmıştır.

Tablo 47 sonuçları kapsamında, belediye başkanlarının kırsal turizmde organizasyonel paydaş tercihlerinde; cinsiyet ($p=0,272$, $p>0,05$), yaş ($p=0,829$, $p>0,05$),

eğitim durumu ($p=0,880$, $p>0,05$), görev dönemi ($p=0,651$, $p>0,05$), önceki meslek ($p=0,428$, $p>0,05$), temsil ettiği parti ($p=0,120$, $p>0,05$) ve turizm alanında eğitim alma durumlarına ($p=0,301$, $p>0,05$) ve turizm sektöründe çalışma durumlarında ($p=0,059$, $p>0,05$) göre 0,01 ve 0,05 anlamlılık düzeylerinde herhangi bir istatistiksel farklılık bulunamamıştır. Turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu ($p=0,000$, $p<0,01$) ve turizm amaçlı geziye katılım durumunda ($p=0,035$, $p<0,05$) ise 0,01 ve 0,05 anlamlılık düzeyinde, farklılıklara ulaşılmıştır:

Tablo 47: Turizmde Organizasyonel Paydaş Tercihlerinin Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması (n=460)

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s.	t/F	p
Cinsiyet	Bay	451	3,9579	0,96979	1,136	0,782
	Bayan	9	3,5873	0,89911		
Yaş	25-34	10	3,6714	0,75307	0,447	0,720
	35-44	106	3,8989	0,99405		
	45-54	217	3,9763	0,93213		
	55 ve üzeri	127	3,9719	1,02780		
Eğitim Durumu	İlköğretim (1)	75	4,0057	0,89690	0,276	0,894
	Ortaöğretim (2)	151	3,8997	0,93325		
	Önlisans (3)	46	4,0248	1,11770		
	Lisans (4)	168	3,9617	1,01395		
	Lisansüstü (5)	20	3,8643	0,78722		
Görev Dönemi	1. dönem	242	3,9315	0,98479	0,202	0,817
	2. dönem	153	3,9524	0,97746		
	3 ve üzeri	65	4,0176	0,89767		
Önceki Meslek	İşçi (1)	20	3,9214	0,95379	0,781	0,505
	Memur (2)	169	3,9205	0,98616		
	Serbest Meslek (3)	225	4,0095	0,92887		
	Emekli (4)	46	3,7857	1,10318		
Temsil Ettiği Parti	İktidar Partisi	281	3,9858	0,96185	1,450	0,216
	Ana Muhalefet Partisi	65	3,9231	0,98428		
	Muhalefet Partisi	90	3,9460	0,91600		
	Bağımsız	11	3,9870	0,78365		
	Diğer	13	3,3297	1,40260		
Turizm Alanında Eğitim Durumu	Evet	24	4,1071	0,98638	0,813	0,417
	Hayır	436	3,9420	0,96835		
Turizm Amaçlı Seminer ve Konferansa Katılım Durumu	Evet	305	4,0932	0,89189	4,520	0,000**
	Hayır	155	3,6700	1,05275		
Turizm Amaçlı Geziye Katılım Durumu	Evet	292	4,0230	0,89397	2,120	0,035*
	Hayır	168	3,8248	1,07823		
Turizm Sektöründe Çalışma Durumu	Evet	39	4,2308	0,84109	1,893	0,059
	Hayır	421	3,9247	0,97672		

* ($p<0,05$) ** ($p<0,01$)

Tablo 47 sonuçlara göre turizm alanında seminer, konferans ($\bar{X}=4,0932$) ve geziye ($\bar{X}=4,0230$) katılan belediye başkanlarının organizasyonel paydaş seçiminde daha bilinçli olduğu söylenebilir.

4.16. Kırsal Turizmde Ürün Geliştirme Çalışmalarının Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Tablo 48’de belediye başkanlarının kırsal turizmde ürün geliştirme çalışmalarının demografik özelliklerine göre karşılaştırılmasına ilişkin verilere yer verilmiştir:

Tablo 48: Kırsal Turizmde Ürün Geliştirme Çalışmalarının Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması (n=193)

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s.	t/F	p
Cinsiyet	Bay	191	3,4590	1,15300	0,696	0,487
	Bayan	2	2,8889	0,94281		
Yaş	25-34	6	2,7222	1,17746	1,215	0,306
	35-44	41	3,4011	1,18136		
	45-54	98	3,4342	1,10802		
	55 ve üzeri	48	3,6273	1,19813		
Eğitim Durumu	İlköğretim	21	3,7354	1,28787	0,789	0,533
	Ortaöğretim	58	3,2797	1,23645		
	Önlisans	21	3,6296	,95925		
	Lisans	80	3,4722	1,10328		
	Lisansüstü	13	3,3675	1,11977		
Görev Dönemi	1. dönem	96	3,4537	1,23725	0,019	0,981
	2. dönem	65	3,4684	1,04610		
	3 ve üzeri	32	3,4201	1,11602		
Önceki Meslek	İşçi	3	2,3704	1,23894	0,951	0,417
	Memur	72	3,4784	1,17139		
	Serbest Meslek	100	3,4478	1,14019		
	Emekli	18	3,5617	1,11533		
Temsil Ettiği Parti	İktidar Partisi	110	3,4152	1,14837	0,567	0,687
	Ana Muhalefet Partisi	31	3,4337	1,14732		
	Muhalefet Partisi	40	3,6611	1,11536		
	Bağımsız	9	3,1111	1,18374		
	Diğer	3	3,2963	2,01639		
Turizm Alanında Eğitim Durumu	Evet	18	3,4074	1,19306	-0,176	0,860
	Hayır	175	3,4578	1,14942		
Turizm Amaçlı Seminar ve Konferansa Katılım Durumu	Evet	167	3,5496	1,10764	3,014	0,003**
	Hayır	26	2,8333	1,24771		
Turizm Amaçlı Geziye Katılım Durumu	Evet	145	3,4284	1,04961	-0,518	0,605
	Hayır	48	3,5278	1,42264		
Turizm Sektöründe Çalışma Durumu	Evet	28	3,6865	0,97479	1,162	0,247
	Hayır	165	3,4135	1,17567		

* (p<0,05) ** (p<0,01)

Belediye başkanlarının kırsal turizmde ürün geliştirme çalışmalarının demografik özelliklerine göre karşılaştırılmasında; iki değişkenli gruplar (cinsiyet, turizm alanında eğitim durumu, turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu, turizm sektöründe çalışma durumu) için yapılan “Bağımsız Örneklem t-Testi”; ikiden fazla olan değişkenli gruplar (yaş, eğitim durumu, görev dönemi, önceki mesleği, temsil ettiği parti) için yapılan “Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)” sonuçları kullanılmıştır.

Tablo 48’deki sonuçlara göre belediye başkanlarının kırsal turizmde ürün geliştirme çalışmalarında; cinsiyet ($p=0,487$, $p>0,05$), yaş ($p=0,306$, $p>0,05$), eğitim durumu ($p=0,533$, $p>0,05$), görev dönemi ($p=0,981$, $p>0,05$), önceki meslek ($p=0,417$, $p>0,05$), temsil ettiği parti ($p=0,687$, $p>0,05$), turizm alanında eğitim alma durumu ($p=0,860$, $p>0,05$), turizm amaçlı geziye katılım durumu ($p=0,605$, $p>0,05$) ve turizm sektöründe çalışma durumlarına ($p=0,247$, $p>0,05$) göre 0,01 ve 0,05 anlamlılık düzeylerinde herhangi bir istatistiksel farklılık bulunamamıştır. Turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumunda ($p=0,003$, $p<0,01$) ise 0,01 anlamlılık düzeyinde, istatistiksel olarak farklılık bulunmuştur. Bu sonuçlara göre turizm alanında konferans ve seminere dahil belediye başkanlarının ($\bar{X}=3,5496$) kırsal turizmde ürün geliştirme çalışmalarında daha etkili olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Yoğun kentleşmenin yaşandığı alanlar dışında gerçekleşen, çok yönlü, büyük kentlerin sunduğu deneyimlerden farklı deneyimleri sunan bir dizi faaliyeti kapsayan ve doğal alanların ve tarımsal faaliyetlerin baskın olduğu yerlerde kurulmuş küçük ölçekli işletmelerle yürütülmesi öne çıkan kırsal turizm ürünlerinin sunumunda mutlaka belediyelerin desteği gereklidir. Bu kapsamda, kırsal belediye başkanlarının turizme yönelik ürün geliştirme çalışmalarına daha çok önem vermeleri sağlanmalıdır. Kırsal çekim merkezlerinin fiziki alt yapısının oluşturulması başta olmak üzere yerel festival ve etkinliklerin düzenlemesinde belediye başkanlarının katılımı, kırsal turistik ürünlerinin sunum başarısını artırabilir.

4.17. Kırsal Turizmde Ürün Pazarlama Çalışmalarının Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Tablo 49’da belediye başkanlarının kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmalarının demografik özelliklerine göre karşılaştırılmasına ilişkin verilere yer

verilmiştir. Verilerin karşılaştırılmasında, iki değişkenli gruplar (cinsiyet, turizm alanında eğitim durumu, turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu, turizm sektöründe çalışma durumu) için “Bağımsız Örneklem t-Testi”; ikiden fazla olan değişkenli gruplar (yaş, eğitim durumu, görev dönemi, önceki mesleği, temsil ettiği parti) için “Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)” ve ikiden fazla olan gruplarda farklılığın hangi gruplar arasında gerçekleştiğini ortaya koymak amacıyla ise gerçekleştirilen “Çoklu Karşılaştırma-Tukey HSD-Analizi” sonuçları kullanılmıştır:

Tablo 49: Kırsal Turizmde Ürün Pazarlama Çalışmalarının Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması (n=197)

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s.	t/F	p	Tukey
Cinsiyet	Bay	194	3,4359	1,03586	1,586	0,114	
	Bayan	3	2,4762	1,37272			
Yaş	25-34	5	2,8857	1,22641	1,160	0,326	
	35-44	42	3,6259	1,00221			
	45-54	96	3,3452	1,04541			
	55 ve üzeri	54	3,4471	1,05309			
Eğitim Durumu	İlköğretim	24	3,4762	0,58321	0,303	0,876	
	Ortaöğretim	56	3,3010	1,08101			
	Önlisans	23	3,5466	1,00338			
	Lisans	80	3,4554	1,17013			
	Lisansüstü	14	3,4082	0,86961			
Görev Dönemi	1. dönem	96	3,3586	1,09544	0,567	0,568	
	2. dönem	72	3,5258	0,96171			
	3 ve üzeri	29	3,3695	1,08025			
Önceki Meslek	İşçi	4	2,5357	1,28505	1,152	0,329	
	Memur	72	3,3948	1,09205			
	Serbest Meslek	101	3,4894	1,02844			
	Emekli	20	3,3500	0,87140			
Temsil Ettiği Parti	İktidar Partisi (1)	113	3,4614	1,01232	2,452	0,047*	1 ile 2 2 ile 3
	Ana Muhalefet Partisi (2)	32	3,0491	1,14493			
	Muhalefet Partisi (3)	40	3,6571	0,91032			
	Bağımsız (4)	9	2,9524	1,17586			
	Diğer (5)	3	4,1429	1,48461			
Turizm Alanında Eğitim Durumu	Evet	16	3,6250	1,19052	0,814	0,417	
	Hayır	181	3,4033	1,03172			
Turizm Amaçlı Seminer ve Konferansa Katılım Durumu	Evet	165	3,5229	0,99056	3,174	0,002**	
	Hayır	32	2,8973	1,16637			
Turizm Amaçlı Geziye Katılım Durumu	Evet	152	3,4239	1,05382	0,063	0,950	
	Hayır	45	3,4127	1,02121			
Turizm Sektöründe Çalışma Durumu	Evet	27	3,7037	1,02475	1,518	0,131	
	Hayır	170	3,3765	1,04282			

* (p<0,05) ** (p<0,01)

Tablo 49'daki sonuçlar kapsamında, belediye başkanlarının kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmalarında; cinsiyet ($p=0,114$, $p>0,05$), yaş ($p=0,326$, $p>0,05$), eğitim durumu ($p=0,876$, $p>0,05$), görev dönemi ($p=0,568$, $p>0,05$), önceki meslek ($p=0,329$, $p>0,05$), turizm alanında eğitim alma durumu ($p=0,417$, $p>0,05$), turizm amaçlı geziye katılım durumu ($p=0,950$, $p>0,05$) ve turizm sektöründe çalışma durumlarına ($p=0,131$, $p>0,05$) göre 0,01 ve 0,05 anlamlılık düzeylerinde herhangi bir istatistiksel farklılık bulunamamıştır. Temsil ettiği parti ($p=0,47$, $p<0,05$), turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumunda ($p=0,00$, $p<0,01$) ise 0,05 ve 0,01 anlamlılık düzeyinde, istatistiksel farklılık bulunmuştur.

Farklılık çıkan gruplar arasında, farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi amacıyla, yapılan “Tukey HSD” analizi sonuçları kapsamında, temsil edilen parti durumuna göre görüş farklılıkları; iktidar partisi ile ana muhalefet ve ana muhalefet ile muhalefet partisi arasında gerçekleşmiştir. Bulgular kapsamında iktidar partisi belediye başkanlarının ($\bar{X}=3,4614$), ana muhalefet partisini temsil eden belediye başkanlarına ($\bar{X}=3,0491$) oranla kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmalarında daha başarılı olduğu söylenebilir. Benzer şekilde muhalefet partisini temsil eden belediye başkanlarının ($\bar{X}=3,6571$) ortalamasının ana muhalefet partisi belediye başkanlarına göre daha yüksek olduğu ve daha başarılı oldukları söylenebilir. Ayrıca, turizm alanında konferans ve seminere katılan belediye başkanlarının ($\bar{X}=3,5229$) kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmalarında daha etkili olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Alternatif turizmde başarının ön koşulları; taşıma kapasitesini zorlamayan sınırlı katılım, yavaş ve denetimli gelişim, küçük ölçekli turizm işletmeleri, çevreyle uyumlu özgün turizm mimarisi, zaman ve mekanda yayılma, yerel halk ve turistler arasındaki iletişimde uyumluluk, turistik istihdamda yöre halkına öncelik verilmesi ve yerel ölçekte turizmin pazarlaması olarak gösterilmektedir (Akış, 1999; Hall vd., 2003). Bu kapsamda, yöresinde turizm geliştirmeyi düşünen kırsal belediye başkanları turizm için yönetim geliştirme ve pazarlama politikasına yönelmelidirler.

4.18. Turizme Katılım Engellerinin Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Tablo 50'de belediye başkanlarının turizme katılım engellerinin demografik özelliklerine göre karşılaştırılmasına ilişkin verilere yer verilmiştir:

Tablo 50: Turizme Katılım Engellerinin Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması (n=460)

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s.	t/F	p
Cinsiyet	Bay	451	3,7228	0,90693	1,383	0,167
	Bayan	9	3,2963	1,34055		
Yaş	25-34	10	3,4000	0,99753	1,028	0,380
	35-44	106	3,7390	0,84891		
	45-54	217	3,7673	0,90124		
	55 ve üzeri	127	3,6286	0,98985		
Eğitim Durumu	İlköğretim	75	3,9511	0,74322	2,342	0,054
	Ortaöğretim	151	3,7660	0,85509		
	Önlisans	46	3,5942	1,08846		
	Lisans	168	3,6240	0,96874		
	Lisansüstü	20	3,4750	0,96621		
Görev Dönemi	1. dönem	242	3,7872	0,91844	1,704	0,183
	2. dönem	153	3,6514	0,90328		
	3 ve üzeri	65	3,5923	0,93496		
Önceki Meslek	İşçi	20	3,8750	0,65310	0,653	0,582
	Memur	169	3,6499	0,98024		
	Serbest Meslek	225	3,7556	0,87783		
	Emekli	46	3,6812	0,96981		
Temsil Ettiği Parti	İktidar Partisi	281	3,6744	0,92969	0,546	0,702
	Ana Muhalefet Partisi	65	3,8231	0,97043		
	Muhalefet Partisi	90	3,7778	0,87052		
	Bağımsız	11	3,5606	0,62925		
	Diğer	13	3,7308	0,93921		
Turizm Alanında Eğitim Durumu	Evet	24	3,7847	0,99331	0,385	0,700
	Hayır	436	3,7106	0,91387		
Turizm Amaçlı Seminer ve Konferansa Katılım Durumu	Evet	305	3,7464	0,88089	1,048	0,295
	Hayır	155	3,6516	0,98462		
Turizm Amaçlı Geziye Katılım Durumu	Evet	292	3,7197	0,90486	0,162	0,871
	Hayır	168	3,7054	0,94086		
Turizm Sektöründe Çalışma Durumu	Evet	39	4,0085	0,68500	2,101	0,036*
	Hayır	421	3,6873	0,93172		

* (p<0,05) ** (p<0,01)

Tablo 50'deki verilerin karşılaştırılmasında, iki değişkenli gruplar (cinsiyet, turizm alanında eğitim durumu, turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu, turizm sektöründe çalışma durumu) için yapılan “Bağımsız Örneklem t-Testi” ve ikiden fazla olan değişkenli gruplar (yaş, eğitim durumu, görev dönemi, önceki mesleği, temsil ettiği parti) için yapılan “Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)” sonuçları kullanılmıştır.

Tablo 50'deki sonuçlar kapsamında, belediye başkanlarının turizme katılım engellerinde; cinsiyet ($p=0,167$, $p>0,05$), yaş ($p=0,380$, $p>0,05$), eğitim durumu ($p=0,054$, $p>0,05$), görev dönemi ($p=0,183$, $p>0,05$), önceki meslek ($p=0,582$, $p>0,05$), temsil ettiği parti ($p=0,702$, $p>0,05$), turizm alanında eğitim alma durumu ($p=0,700$, $p>0,05$), turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu ($p=0,295$, $p>0,05$), turizm amaçlı geziye katılım durumlarına ($p=0,871$, $p>0,05$) göre 0,01 ve 0,05 anlamlılık düzeylerinde herhangi bir istatistiksel farklılık bulunamamıştır. Turizm sektöründe çalışma durumuna ($p=0,036$, $p<0,05$) göre 0,05 anlamlılık düzeyinde, istatistiksel farklılık bulunmuştur. Bu durum, sektörel tecrübesi olan belediye başkanlarının ($\bar{X}=4,0085$), turizme katılım engelleri konusunda daha bilinçli oldukları şeklinde yorumlanabilir.

4.19. Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Bilişsel Tutumlarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Tablo 51'de belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumların, belediyelerin karakteristik özelliklerine göre karşılaştırılmasında; iki değişkenli gruplar (belediyenin türü, kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu) için yapılan “Bağımsız Örneklem t-Testi”; ikiden fazla olan değişkenli gruplar (belediyenin bulunduğu bölge, turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüm) için yapılan “Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova)” ve ikiden fazla olan gruplarda farklılığın hangi gruplar arasında gerçekleştiğini ortaya koymak amacı ile gerçekleştirilen “Çoklu Karşılaştırma-Tukey HSD-Analizi” sonuçları yer almaktadır.

Tablo 51'deki sonuçlar kapsamında, belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları arasında; belediyenin türüne ($p=0,119$, $p>0,05$) ve turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüme ($p=0,295$, $p>0,05$) göre 0,01 ve 0,05 anlamlılık düzeylerinde herhangi bir istatistiksel farklılık bulunamamıştır. Belediyenin bulunduğu bölge ($p=0,000$, $p<0,01$), kent konseyine sahiplik durumu ($p=0,046$, $p<0,05$), turizm çalışma grubuna sahiplik durumu ($p=0,001$, $p<0,01$) ve turizm eylem planına sahiplik durumlarında ($p=0,000$, $p<0,01$) ise 0,01 ve 0,05 anlamlılık düzeyinde, istatistiksel farklılık bulunmuştur.

Farklılık bulunan gruplar arasında, farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi amacıyla, yapılan “Tukey HSD” analizi sonuçları kapsamında, belediyenin bulunduğu bölgelere göre istatistiksel farklılıklar; İç Anadolu Bölgesi ($\bar{X}=3,8346$) ile Karadeniz ($\bar{X}=4,2032$), Doğu Anadolu ($\bar{X}=4,2725$), Akdeniz ($\bar{X}=4,1885$) ve Ege ($\bar{X}=4,2708$) bölgeleri arasında gerçekleşmiştir:

Tablo 51: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Bilişsel Tutumlarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması (n=460)

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s.	t/F	p	Tukey
Belediyenin Türü	İlçe	196	4,1633	0,65529	1,561	0,119	
	Belde	264	4,0612	0,71968			
Belediyenin Bulunduğu Bölge	İç Anadolu Bölgesi (1)	133	3,8346	0,83396	6,137	0,000**	1 ile 2-3-5-6
	Karadeniz Bölgesi (2)	162	4,2032	0,60207			
	Doğu Anadolu Bölgesi (3)	37	4,2725	0,55369			
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi (4)	27	4,1790	0,44918			
	Akdeniz Bölgesi (5)	61	4,1885	0,65012			
	Ege Bölgesi (6)	40	4,2708	0,62667			
Kent Konseyine Sahiplik Durumu	Evet	92	4,2337	0,58786	2,056	0,046*	
	Hayır	368	4,0725	0,71527			
Turizm Çalışma Grubuna Sahiplik Durumu	Evet	50	4,4067	0,50131	2,889	0,001**	
	Hayır	410	4,0679	0,70571			
Turizm Eylem Planına Sahiplik Durumu	Evet	143	4,2826	0,66100	1,939	0,000**	
	Hayır	317	4,0244	0,69472			
Turizm Faaliyetlerinin Yürütüldüğü Bölüm	Fen İşleri	42	4,1111	0,67366	1,225	0,295	
	Kültür, Eğitim ve Sosyal İşler	69	4,2234	0,63569			
	Bölüm bulunmamaktadır	349	4,0805	0,70682			

* (p<0,05) ** (p<0,01)

Tablo 51 sonuçlarına göre kent konseyine ($\bar{X}=4,2337$), turizm çalışma grubuna ($\bar{X}=4,4067$) ve turizm eylem planına ($\bar{X}=4,2826$) sahip belediyelerin turizme yönelik bilişsel tutumlarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Turizm bilgisi düzeyinde en yüksek ortalamaya sahip belediye başkanlarının bulunduğu bölgeler; Doğu Anadolu

($\bar{X}=4,2725$) ve Ege ($\bar{X}=4,2708$) bölgeleri olmuştur. En düşük ortalamaya sahip bölge ise İç Anadolu Bölgesi ($\bar{X}=3,8346$) olarak belirlenmiştir.

4.20. Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Duygusal Tutumlarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Tablo 52’de belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumların belediyelerin karakteristik özelliklerine göre karşılaştırılmasına ilişkin sonuçlar yer almaktadır:

Tablo 52: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Duygusal Tutumlarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması (n=460)

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s.	t/F	p	Tukey
Belediyenin Türü	İlçe	196	3,8992	0,73525	2,963	0,003**	
	Belde	264	3,6847	0,79169			
Belediyenin Bulunduğu Bölge	İç Anadolu Bölgesi (1)	133	3,5573	0,82091	5,179	0,000**	1 ile 2-3-4
	Karadeniz Bölgesi (2)	162	3,9020	0,72456			
	Doğu Anadolu Bölgesi (3)	37	4,0372	0,74992			
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi (4)	27	4,0370	0,60726			
	Akdeniz Bölgesi (5)	61	3,7746	0,74506			
	Ege Bölgesi (6)	40	3,5781	0,78379			
Kent Konseyine Sahiplik Durumu	Evet	92	3,9755	0,72372	2,781	0,006**	
	Hayır	368	3,7262	0,77985			
Turizm Çalışma Grubuna Sahiplik Durumu	Evet	50	4,1025	0,63321	3,187	0,002**	
	Hayır	410	3,7363	0,78153			
Turizm Eylem Planına Sahiplik Durumu	Evet	143	4,0927	0,66537	6,116	0,000**	
	Hayır	317	3,6333	0,77903			
Turizm Faaliyetlerinin Yürütüldüğü Bölüm	Fen İşleri	42	3,8482	0,69270	1,786	0,169	
	Kültür, Eğitim ve Sosyal İşler	69	3,9203	0,75030			
	Bölüm bulunmamaktadır	349	3,7389	0,78665			

* (p<0,05) ** (p<0,01)

Verilerin karşılaştırılmasında; iki değişkenli gruplar (belediyenin türü, kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu) için yapılan “Bağımsız Örneklem t-Testi”; ikiden fazla olan değişkenli gruplar (belediyenin bulunduğu bölge, turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü Bölüm) için yapılan “Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way

Anova)” ve ikiden fazla olan gruplarda farklılığın hangi gruplar arasında gerçekleştiğini ortaya koymak amacı ile gerçekleştirilen “Çoklu Karşılaştırma-Tukey HSD-Analizi” sonuçları kullanılmıştır.

Tablo 52’deki sonuçlar kapsamında, belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları arasında; belediyenin türü ($p=0,003$, $p<0,01$), belediyenin bulunduğu bölge ($p=0,000$, $p<0,01$), kent konseyine sahiplik durumu ($p=0,006$, $p<0,01$), turizm çalışma grubuna sahiplik durumu ($p=0,002$, $p<0,01$) ve turizm eylem planına sahiplik durumlarında ($p=0,000$, $p<0,01$) ise 0,01 anlamlılık düzeyinde, istatistiksel farklılık bulunmuştur.

Farklılık çıkan gruplar arasında, farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi amacıyla, yapılan “Tukey HSD” analizi sonuçları kapsamında, belediyenin bulunduğu bölgelere göre istatistiksel farklılıklar; İç Anadolu Bölgesi ($\bar{X}=3,5573$) ile Karadeniz ($\bar{X}=3,9020$), Doğu Anadolu ($\bar{X}=4,0372$) ve Güneydoğu Anadolu ($\bar{X}=4,0370$) bölgeleri arasında gerçekleşmiştir.

Tablo 52 sonuçlarına göre belediye türünde ilçe belediye başkanlarının ($\bar{X}=3,8992$), belde belediye başkanlarına ($\bar{X}=3,6847$) göre turizme yönelik duygusal tutumlar düzeyinde daha etkin oldukları söylenebilir. Kent konseyine ($\bar{X}=3,9755$), turizm çalışma grubuna ($\bar{X}=4,1025$) ve turizm eylem planına ($\bar{X}=4,0927$) sahip belediyelerin turizme yönelik duygusal tutumlarının daha yüksek olduğunu söylenebilir. Turizme yönelik duygusal tutumlar düzeyinde en düşük ortalamaya sahip bölgeler; İç Anadolu ($\bar{X}=3,5573$), Ege ($\bar{X}=3,5781$) ve Akdeniz ($\bar{X}=3,7746$) olarak belirlenmiştir. En yüksek ortalamaya sahip bölgeler ise Doğu Anadolu ($\bar{X}=4,0372$) ve Güneydoğu Anadolu ($\bar{X}=4,0370$) bölgeleri olmuştur.

4.21. Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Toplumsal Farkındalık Oluşturma Çalışmalarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Tablo 53’de belediye başkanlarının kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarının belediyelerin genel karakteristik özelliklerine göre karşılaştırılmasına ilişkin veriler yer almaktadır. Verilerin karşılaştırılmasında, iki değişkenli gruplar (belediyenin türü, kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu) için “Bağımsız

Örnekleme t-Testi”; ikiden fazla olan değişkenli gruplar (belediyenin bulunduğu bölge, turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüm) için “Bağımsız Örnekleme Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova)” ve ikiden fazla olan gruplarda farklılığın hangi gruplar arasında gerçekleştiğini ortaya koymak amacı ile gerçekleştirilen “Çoklu Karşılaştırma-Tukey HSD-Analizi” sonuçları kullanılmıştır:

Tablo 53: Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Toplumsal Farkındalık Oluşturma Çalışmalarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması (n=460)

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s.	t/F	p	Tukey
Belediyenin Türü	İlçe	196	3,4583	1,08504	8,817	0,000**	
	Belde	264	2,5581	1,08139			
Belediyenin Bulunduğu Bölge	İç Anadolu Bölgesi (1)	133	2,8885	1,28080	3,126	0,009**	3 ile 4 4 ile 3-5
	Karadeniz Bölgesi (2)	162	3,0813	1,12169			
	Doğu Anadolu Bölgesi (3)	37	2,6396	1,01418			
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi (4)	27	3,5185	0,73283			
	Akdeniz Bölgesi (5)	61	2,8279	1,15188			
	Ege Bölgesi (6)	40	2,6167	1,21611			
Kent Konseyine Sahiplik Durumu	Evet	92	3,6920	0,98615	7,254	0,000**	
	Hayır	368	2,7541	1,13772			
Turizm Çalışma Grubuna Sahiplik Durumu	Evet	50	4,0067	0,90849	7,184	0,000**	
	Hayır	410	2,8118	1,13213			
Turizm Eylem Planına Sahiplik Durumu	Evet	143	3,5734	0,98415	8,339	0,000**	
	Hayır	317	2,6567	1,13620			
Turizm Faaliyetlerinin Yürütüldüğü Bölüm	Fen İşleri (1)	42	2,9881	1,05177	25,606	0,000**	1 ile 2 2 ile 1-3 3 ile 2
	Kültür, Eğitim ve Sosyal İşler (2)	69	3,8116	1,02338			
	Bölüm bulunmamaktadır (3)	349	2,7641	1,13514			

* (p<0,05) ** (p<0,01)

Tablo 53’deki sonuçlar kapsamında, belediyelerin kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarında; belediyenin türü (p=0,000, p<0,01), belediyenin bulunduğu bölge (p=0,009, p<0,01), kent konseyine sahiplik durumu (p=0,000, p<0,01), turizm çalışma grubuna sahiplik durumu (p=0,000, p<0,01), turizm eylem planına sahiplik durumlarında (p=0,000, p<0,01) ve turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüme (p=0,000, p<0,01) göre 0,01 anlamlılık düzeyinde, istatistiksel farklılık bulunmuştur.

Farklılık çıkan gruplar arasında, farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi amacıyla, yapılan “Tukey HSD” analizi sonuçları kapsamında, belediyenin

bulunduğu bölgelere göre istatistiksel farklılıklar; Doğu Anadolu Bölgesi ($\bar{X}=2,6396$) ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi ($\bar{X}=3,5185$) ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi ($\bar{X}=3,5185$) ile Akdeniz Bölgesi ($\bar{X}=2,8279$) arasında gerçekleşmiştir. Turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüm bazında ise “kültür, eğitim ve sosyal işler” ($\bar{X}=3,8116$) ile “fen işleri” ($\bar{X}=2,9881$) ve “bölümümüz bulunmamaktadır” ($\bar{X}=2,7641$) yargıları arasında farklılık tespit edilmiştir.

Tablo 53 sonuçlarına göre belediye türünde ilçe belediye başkanlarının ($\bar{X}=3,4583$) belde belediye başkanlarına ($\bar{X}=2,5581$) göre kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarında daha etkin oldukları söylenebilir. Kent konseyine ($\bar{X}=3,6920$), turizm çalışma grubuna ($\bar{X}=4,0067$) ve turizm eylem planına ($\bar{X}=3,5734$) ve “kültür, eğitim ve sosyal işler” bölümüne sahip belediye başkanlarının toplumsal farkındalık çalışmalarına yönelik tutumlarının daha yüksek olduğunu söylenebilir. Belediye başkanlarının kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarında en düşük ortalamaya sahip bölge; Doğu Anadolu ($\bar{X}=2,6396$) ve en yüksek ortalamaya sahip bulunan bölge ise Güneydoğu Anadolu ($\bar{X}=3,5185$) olarak belirlenmiştir.

4.22. Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Organizasyonel Yapı Geliştirme Çalışmalarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Tablo 54’te belediye başkanlarının kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarının belediyelerin genel karakteristik özelliklerine göre karşılaştırılmasına ilişkin veriler yer almaktadır. Verilerin karşılaştırılmasında, iki değişkenli gruplar (belediyenin türü, kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu) için “Bağımsız Örneklem t-Testi”; ikiden fazla olan değişkenli gruplar (belediyenin bulunduğu bölge, turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüm) için “Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova)” ve ikiden fazla olan gruplarda farklılığın hangi gruplar arasında gerçekleştiğini ortaya koymak amacı ile gerçekleştirilen “Çoklu Karşılaştırma-Tukey HSD-Analizi” sonuçları kullanılmıştır.

Tablo 54’teki sonuçlar kapsamında, belediyelerin kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarında; belediyenin türü ($p=0,000$, $p<0,01$), belediyenin

bulunduğu bölge ($p=0,000$, $p<0,01$), kent konseyine sahiplik durumu ($p=0,001$, $p<0,01$), turizm çalışma grubuna sahiplik durumu ($p=0,000$, $p<0,01$), turizm eylem planına sahiplik durumu ($p=0,000$, $p<0,01$) ve turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüm ($p=0,001$, $p<0,01$) düzeyinde 0,01 anlamlılık düzeyinde olmak üzere istatistiksel farklılıklar bulunmuştur:

Tablo 54: Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Organizasyonel Yapı Geliştirme Çalışmalarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması ($n=460$)

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s.	t/F	p	Tukey
Belediyenin Türü	İlçe	196	4,0944	0,78120	4,414	0,000**	
	Belde	264	3,6905	1,08978			
Belediyenin Bulunduğu Bölge	İç Anadolu Bölgesi (1)	133	3,5361	1,18317	5,500	0,000**	1 ile 2-4
	Karadeniz Bölgesi (2)	162	4,0932	0,81805			
	Doğu Anadolu Bölgesi (3)	37	3,9568	1,04338			
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi (4)	27	4,1444	0,65300			
	Akdeniz Bölgesi (5)	61	3,8459	0,81108			
	Ege Bölgesi (6)	40	3,7625	1,03445			
Kent Konseyine Sahiplik Durumu	Evet	92	4,1641	0,69876	3,302	0,001**	
	Hayır	368	3,7872	1,03720			
Turizm Çalışma Grubuna Sahiplik Durumu	Evet	50	4,3220	0,59771	3,519	0,000**	
	Hayır	410	3,8066	1,01378			
Turizm Eylem Planına Sahiplik Durumu	Evet	143	4,1587	0,80687	4,395	0,000**	
	Hayır	317	3,7290	1,03583			
Turizm Faaliyetlerinin Yürütüldüğü Bölüm	Fen İşleri (1)	42	3,9048	0,75771	7,587	0,001**	2 ile 3 3 ile 2
	Kültür, Eğitim ve Sosyal İşler (2)	69	4,2754	0,68822			
	Bölüm bulunmamaktadır (3)	349	3,7759	1,04428			

* ($p<0,05$) ** ($p<0,01$)

Farklılık çıkan gruplar arasında, farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi amacıyla, yapılan “Tukey HSD” analizi sonuçları kapsamında, belediyenin bulunduğu bölgelere göre istatistiksel farklılıklar; İç Anadolu Bölgesi ($\bar{X}=3,5361$) ile Karadeniz ($\bar{X}=4,0932$) ve Güneydoğu Anadolu ($\bar{X}=4,1444$) bölgeleri arasında gerçekleşmiştir. Turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüm bazında ise “kültür, eğitim ve sosyal işler” ($\bar{X}=4,2754$) ile “bölümümüz bulunmamaktadır” ($\bar{X}=3,7759$) yargıları arasında istatistiksel farklılık tespit edilmiştir.

Belediye türüne göre ilçe belediye başkanlarının ($\bar{X}=4,0944$) belde belediye başkanlarına ($\bar{X}=3,6905$) göre kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarında daha etkin oldukları söylenebilir. Benzer şekilde kent konseyine ($\bar{X}=4,1641$), turizm çalışma grubuna ($\bar{X}=4,3220$) ve turizm eylem planına ($\bar{X}=4,1587$) sahip bulunan belediyelerin organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarında daha etkin olduğu söylenebilir. “Kültür, eğitim ve sosyal işler” bölümü bulunan belediyelerin, turizme yönelik bölümü bulunmayan belediyelere göre kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarında daha etkin oldukları şeklinde yorumlanabilir. Kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarında en yüksek ortalamaya sahip bulunan bölgeler ise Güneydoğu Anadolu ($\bar{X}=4,1444$) ve Karadeniz ($\bar{X}=4,0932$) bölgeleri olmuştur. En düşük ortalamaya sahip bölge ise İç Anadolu Bölgesi ($\bar{X}=3,5361$) olarak belirlenmiştir.

4.23. Belediye Başkanlarının Turizmde Organizasyonel Paydaş Tercihlerinin Belediyenin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Tablo 55’te belediye başkanlarının turizmde organizasyonel paydaş tercihlerinin belediyelerin karakteristik özelliklerine göre karşılaştırılmasına ilişkin veriler yer almaktadır. Verilerin karşılaştırılmasında, iki değişkenli gruplar (belediyenin türü, kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu) için “Bağımsız Örneklem t-Testi”; ikiden fazla olan değişkenli gruplar (belediyenin bulunduğu bölge, turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüm) için “Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova)” ve ikiden fazla olan gruplarda farklılığın hangi gruplar arasında gerçekleştiğini ortaya koymak amacı ile gerçekleştirilen “Çoklu Karşılaştırma-Tukey HSD-Analizi” sonuçları kullanılmıştır.

Tablo 55’teki sonuçlar kapsamında, belediye başkanlarının turizmde organizasyonel paydaş tercihleri arasında; belediyenin türü ($p=0,000$, $p<0,01$), belediyenin bulunduğu bölge ($p=0,017$, $p<0,05$), kent konseyine sahiplik durumu ($p=0,011$, $p<0,05$), turizm çalışma grubuna sahiplik durumu ($p=0,003$, $p<0,01$), turizm eylem planına sahiplik durumlarında ($p=0,000$, $p<0,01$) ve turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüme ($p=0,005$, $p<0,01$) göre 0,01 anlamlılık düzeyinde, istatistiksel farklılık bulunmuştur.

Belediyenin türü kapsamında ilçe belediye başkanlarının ($\bar{X}=4,1596$), belde belediye başkanlarına ($\bar{X}=3,7955$) göre kırsal turizmde organizasyonel paydaş tercihinde daha bilinçli oldukları söylenebilir. Ayrıca, kent konseyine ($\bar{X}=4,1801$), turizm çalışma grubuna ($\bar{X}=4,3343$) ve turizm eylem planına ($\bar{X}=4,2857$) sahip belediyelerin organizasyonel paydaş tercihlerine yönelik tutumlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir:

Tablo 55: Belediye Başkanlarının Turizmde Organizasyonel Paydaş Tercihlerinin Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması (n=460)

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s.	t/F	p	Tukey
Belediyenin Türü	İlçe	196	4,1596	0,83602	4,053	0,000**	
	Belde	264	3,7955	1,03124			
Belediyenin Bulunduğu Bölge	İç Anadolu Bölgesi (1)	133	3,6645	1,07775	2,781	0,017*	1 ile 2
	Karadeniz Bölgesi (2)	162	4,0664	0,91773			
	Doğu Anadolu Bölgesi (3)	37	3,8953	0,83516			
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi (4)	27	3,9630	0,75145			
	Akdeniz Bölgesi (5)	61	3,8484	0,79225			
	Ege Bölgesi (6)	40	3,7688	1,05329			
Kent Konseyine Sahiplik Durumu	Evet	92	4,1801	0,71346	2,555	0,011*	
	Hayır	368	3,8932	1,01557			
Turizm Çalışma Grubuna Sahiplik Durumu	Evet	50	4,3343	0,60993	2,991	0,003**	
	Hayır	410	3,9038	0,99438			
Turizm Eylem Planına Sahiplik Durumu	Evet	143	4,2857	0,74405	5,117	0,000**	
	Hayır	317	3,7995	1,02034			
Turizm Faaliyetlerinin Yürütüldüğü Bölüm	Fen İşleri (1)	42	4,1190	0,70687	5,454	0,005**	2 ile 3 3 ile 2
	Kültür, Eğitim ve Sosyal İşler (2)	69	4,2588	0,69438			
	Bölüm bulunmamaktadır (3)	349	3,8694	1,02775			

* (p<0,05) ** (p<0,01)

Farklılık çıkan gruplar arasında, farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi amacıyla, yapılan “Tukey HSD” analizi sonuçları kapsamında, belediyenin bulunduğu bölgelere göre istatistiksel farklılıklar; İç Anadolu Bölgesi ($\bar{X}=3,6645$) ile Karadeniz Bölgesi ($\bar{X}=4,0664$) arasında gerçekleşmiştir. Turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüm bazında ise “kültür, eğitim ve sosyal işler” ($\bar{X}=4,2337$) ile

“bölümümüz bulunmamaktadır” ($\bar{X}=3,7865$) yargıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Bu sonuçlara göre “kültür, eğitim ve sosyal işler” bölümüne sahip bulunan belediye başkanlarının, turizm bölümü bulunmayan belediye başkanlarına göre turizmde organizasyonel paydaş tercihlerinde daha bilinçli oldukları şeklinde yorumlanabilir. Belediye başkanlarının turizmde organizasyonel paydaş tercihinde en düşük ortalama sahip bölgeler; İç Anadolu Bölgesi ($\bar{X}=3,6645$) ve Ege Bölgesi ($\bar{X}=3,7688$) olarak belirlenmiştir. En yüksek ortalama sahip bulunan bölge ise Karadeniz Bölgesi ($\bar{X}=4,0664$) olarak tespit edilmiştir.

4.24. Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Ürün Geliştirme Çalışmalarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Tablo 56’da belediye başkanlarının kırsal turizmde ürün geliştirme çalışmalarının belediyelerin genel karakteristik özelliklerine göre karşılaştırılmasına ilişkin verilere yer verilmiştir. Verilerin karşılaştırılmasında, iki değişkenli gruplar (belediyenin türü, kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu) için “Bağımsız Örneklem t-Testi”; ikiden fazla olan değişkenli gruplar (belediyenin bulunduğu bölge, turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüm) için “Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova)” ve ikiden fazla olan gruplarda farklılığın hangi gruplar arasında gerçekleştiğini ortaya koymak amacı ile gerçekleştirilen “Çoklu Karşılaştırma-Tukey HSD-Analizi” sonuçları kullanılmıştır.

Farklılık çıkan gruplar arasında, farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi amacıyla, yapılan “Tukey HSD” analizi sonuçları kapsamında, belediyenin bulunduğu bölgelere göre istatistiksel farklılıklar; Karadeniz Bölgesi ($\bar{X}=3,7654$) ile Doğu Anadolu Bölgesi ($\bar{X}=2,7469$) arasında gerçekleşmiştir.

Tablo 56 sonuçlarına göre Kent konseyine ($\bar{X}=3,7759$), turizm çalışma grubuna ($\bar{X}=3,9902$) ve turizm eylem planına ($\bar{X}=3,7462$) sahip belediyelerin kırsal turizmde ürün geliştirme çalışmalarında daha etkin oldukları söylenebilir. Belediyelerin kırsal turizme yönelik ürün geliştirme çalışmalarında en yüksek ortalama sahip bulunan

bölgeler; Karadeniz Bölgesi ($\bar{X}=3,7654$) ve İç Anadolu Bölgesi ($\bar{X}=3,3850$) olarak belirlenmiştir. En düşük ortalamaya sahip bölge ise Doğu Anadolu Bölgesi ($\bar{X}=2,7469$) olmuştur:

Tablo 56: Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Ürün Geliştirme Çalışmalarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması (n=193)

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s.	t/F	p	Tukey
Belediyenin Türü	İlçe	117	3,4378	1,09677	-0,228	0,820	
	Belde	76	3,4766	1,23566			
Belediyenin Bulunduğu Bölge	İç Anadolu Bölgesi (1)	43	3,3850	1,08144	3,676	0,003**	2 ile 3
	Karadeniz Bölgesi (2)	90	3,7654	1,17228			
	Doğu Anadolu Bölgesi (3)	18	2,7469	0,96850			
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi (4)	13	3,2137	0,91901			
	Akdeniz Bölgesi (5)	17	3,2876	1,20765			
	Ege Bölgesi (6)	12	2,9074	0,97883			
Kent Konseyine Sahiplik Durumu	Evet	58	3,7759	0,92997	2,593	0,010*	
	Hayır	135	3,3144	1,20999			
Turizm Çalışma Grubuna Sahiplik Durumu	Evet	34	3,9902	0,73924	3,064	0,002**	
	Hayır	159	3,3382	1,19116			
Turizm Eylem Planına Sahiplik Durumu	Evet	116	3,7462	1,05336	4,563	0,000**	
	Hayır	77	3,0115	1,15591			
Turizm Faaliyetlerinin Yürütüldüğü Bölüm	Fen İşleri	22	3,2677	1,21458	0,862	0,424	
	Kültür, Eğitim ve Sosyal İşler	49	3,6213	1,03511			
	Bölüm bulunmamaktadır	122	3,4189	1,18331			

* (p<0,05) ** (p<0,01)

Yerel liderlerin; turizmde başarılı bir ürün geliştirebilmesi için yeterli alt yapı oluşturmalarına dikkat çekilmekte, yerel liderlerin turizm ürünü geliştirmede başarısızlık nedenleri ise ürün sunumuyla ilgili beceri eksikliği, çalışılan pazar hakkında fazla bilgi sahibi olunmaması, işbirliği ve pazarlama ağlarının yetersizliği olarak gösterilmektedir (Woods, 2000; Derek ve Mitchell, 2005). Tablo 56 sonuçlarının ilgili literatür ile örtüştüğü ve belediye başkanlarının turizm ürünü geliştirme konusunda yetersiz oldukları söylenebilir.

4.25. Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Ürün Pazarlama Çalışmalarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Tablo 57’de belediye başkanlarının kırsal turizmde kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmalarının belediyelerin karakteristik özelliklerine göre karşılaştırılmasına ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Verilerin karşılaştırılmasında iki değişkenli gruplar (belediyenin türü, kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu) için “Bağımsız Örneklem t-Testi”; ikiden fazla olan değişkenli gruplar (belediyenin bulunduğu bölge, turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüm) için “Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova)” ve ikiden fazla olan gruplarda farklılığın hangi gruplar arasında gerçekleştiğini ortaya koymak amacı ile gerçekleştirilen “Çoklu Karşılaştırma-Tukey HSD-Analizi” sonuçları kullanılmıştır:

Tablo 57: Belediye Başkanlarının Kırsal Turizmde Ürün Pazarlama Çalışmalarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması (n=197)

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s.	t/F	p	Tukey
Belediyenin Türü	İlçe	120	3,5274	1,01266	1,790	0,075	
	Belde	77	3,2560	1,07664			
Belediyenin Bulunduğu Bölge	İç Anadolu Bölgesi (1)	47	3,3040	1,16805	1,450	0,208	
	Karadeniz Bölgesi (2)	90	3,6222	0,89158			
	Doğu Anadolu Bölgesi (3)	16	3,0357	0,97101			
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi (4)	14	3,3776	1,03412			
	Akdeniz Bölgesi (5)	20	3,2429	1,18720			
	Ege Bölgesi (6)	10	3,2000	1,39191			
Kent Konseyine Sahiplik Durumu	Evet	64	3,6719	0,98505	2,364	0,019*	
	Hayır	133	3,3008	1,05350			
Turizm Çalışma Grubuna Sahiplik Durumu	Evet	38	3,9511	0,92420	3,586	0,000**	
	Hayır	159	3,2947	1,03350			
Turizm Eylem Planına Sahiplik Durumu	Evet	115	3,6621	0,97944	3,976	0,000**	
	Hayır	82	3,0836	1,04351			
Turizm Faaliyetlerinin Yürütüldüğü Bölüm	Fen İşleri (1)	20	3,1357	0,86149	3,843	0,023*	2 ile 3 3 ile 2
	Kültür, Eğitim ve Sosyal İşler (2)	51	3,7507	1,07013			
	Bölüm bulunmamaktadır (3)	126	3,3333	1,03569			

* (p<0,05) ** (p<0,01)

Tablo 57 sonuçları kapsamında, belediye başkanlarının kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmaları arasında; belediyenin türüne ($p=0,820$, $p>0,05$) belediyenin bulunduğu bölgeye ($p=0,208$, $p<0,01$) ve göre 0,01 ve 0,05 anlamlılık düzeyinde, bir farklılık tespit edilememiştir. Kent konseyine sahiplik durumu ($p=0,019$, $p<0,05$), turizm çalışma grubuna sahiplik durumu ($p=0,000$, $p<0,01$), turizm eylem planına sahiplik durumu ($p=0,000$, $p<0,01$) ve turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüm düzeyinde ise 0,01 ve 0,05 anlamlılık düzeyinde, istatistiksel farklılıklar bulunmuştur. Farklılık çıkan gruplar arasında, farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi amacıyla, yapılan “Tukey HSD” analizi sonuçları kapsamında, turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüm bazında farklılıklar; “kültür, eğitim ve sosyal işler” ($\bar{X}=3,7507$) ile “bölümümüz bulunmamaktadır” ($\bar{X}=3,3333$) arasında tespit edilmiştir.

Tablo 57 sonuçları kapsamında; kent konseyine ($\bar{X}=3,6719$), turizm çalışma grubuna ($\bar{X}=3,9511$) ve turizm eylem planına ($\bar{X}=3,6621$) ve “kültür, eğitim ve sosyal işler” bölümüne sahip bulunan belediye başkanlarının, kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmalarında daha etkin oldukları ve ürün pazarlama çalışmalarında öne çıktıkları söylenebilir.

Bu sonuçlar; Derek ve Mitchell (2005) tarafından öngörülen “kırsal bölgelerde turizm gelişiminde yaşanan temel problemler (talep edenlerdeki bilgi yetersizliği, ürün sunumuyla ilgili beceri eksikliği, çalışılan pazar hakkında fazla bilgi sahibi olunmaması, işbirliği ve pazarlama ağlarının yetersizliği) ile örtüşmektedir.

4.26. Belediye Başkanlarının Turizme Katılım Engellerinin Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Bulgular

Tablo 58’de belediye başkanlarının turizme katılım engellerinin belediyelerin karakteristik özelliklerine göre karşılaştırılmasına ilişkin; iki değişkenli gruplar (belediyenin türü, kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu) için yapılan “Bağımsız Örneklem t-Testi”; ikiden fazla olan değişkenli gruplar (belediyenin bulunduğu bölge, turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüm) için yapılan “Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova)” sonuçları yer almaktadır:

Tablo 58: Belediye Başkanlarının Turizme Katılım Engellerinin Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması (n=460)

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s.	t/F	p
Belediyenin Türü	İlçe	196	3,6590	0,92316	-1,118	0,264
	Belde	264	3,7557	0,91227		
Belediyenin Bulunduğu Bölge	İç Anadolu Bölgesi (1)	133	3,6541	0,93668	1,941	0,086
	Karadeniz Bölgesi (2)	162	3,7572	0,83738		
	Doğu Anadolu Bölgesi (3)	37	3,3784	1,06476		
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi (4)	27	3,6358	0,83849		
	Akdeniz Bölgesi (5)	61	3,8115	1,03480		
	Ege Bölgesi (6)	40	3,9583	0,81628		
Kent Konseyine Sahiplik Durumu	Evet	92	3,6250	0,88179	-1,046	0,296
	Hayır	368	3,7369	0,92562		
Turizm Çalışma Grubuna Sahiplik Durumu	Evet	50	3,6900	0,90852	-0,200	0,842
	Hayır	410	3,7175	0,91928		
Turizm Eylem Planına Sahiplik Durumu	Evet	143	3,7226	0,87946	0,127	0,899
	Hayır	317	3,7108	0,93503		
Turizm Faaliyetlerinin Yürütüldüğü Bölüm	Fen İşleri	42	3,7579	0,83309	1,154	0,316
	Kültür, Eğitim ve Sosyal İşler	69	3,5604	0,95099		
	Bölüm bulunmamaktadır	349	3,7397	0,91949		

* (p<0,05) ** (p<0,01)

Tablo 58'deki sonuçlar kapsamında, belediye başkanlarının turizme katılım engelleri arasında; belediyenin türü (p=0,264, p>0,05), kent konseyine sahiplik durumu (p=0,296, p>0,05), turizm çalışma grubuna sahiplik durumu (p=0,842, p>0,05), turizm eylem planına sahiplik durumu (p=0,899, p>0,05) ve turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüme (p=0,316, p>0,05) göre 0,01 ve 0,05 anlamlılık düzeyinde, bir farklılık tespit edilememiştir.

Tablo 58 sonuçlarına göre turizme katılım engelleri konusunda belediye başkanları; “mali kaynak yetersizliği”, “yetişmiş personelin sayıca azlığı” ve “mevcut personelin kalite olarak yetersizliğini” ciddi problemler olarak algılamaktadırlar. Bu durum belediye başkanlarının turizm konusunda yeterince örgütlenemedikleri için yetersiz oldukları şeklinde yorumlanabilir. Bu sonuçlar, Leslie ve Hughes (1997) tarafından yapılan ve yerel yönetimlerin turizmde başarısızlık nedenlerini (YG-21 uygulanmalarından çok az faydalanma, turizm için gerekli olan finansal kaynak oluşturma yetersizliği, çevre stratejisi etrafında yoğunlaşma ve diğer paydaş ortakları

soyutlama) inceleyen araştırma sonuçlarıyla örtüşmektedir. Oysaki yerel liderler ve iş adamları; ürün geliştirme, pazarlama ve yeterli alt yapı oluşturulması gibi kritik konularda turizme eğilmek zorundadırlar. Turizm konusunda yerel liderlerin bilgili olması ve akıllıca alınacak iş kararları açısından çok önem arz etmektedir (Woods, 2000: 1). Yerel liderlerin turizme yönelik sorun algılarını minimize etmesi, turizme katılımlarını artırabilecektir. Turizm türleri içerisinde, küçük ölçekli alt yapısından dolayı kırsal turizm, maliyet ve personel açısından engel teşkil etmeyen bir turizm türüdür. Belediye başkanlarının kırsal turizm konusunda bilinçlendirilmesi turizme katılım engelleri ile ilgili yanlış algılamaları ortadan kaldıracaktır.

4.27. Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Tutumlarının Kırsal Turizm Alt Boyutlarına Etkisine İlişkin Bulgular

Tablo 59’da belediye başkanlarının turizme yönelik tutumların (bilişsel, duygusal), kırsal turizm alt boyutlarıyla (toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme, ürün geliştirme, ürün pazarlama) olan ilişkisini ortaya koymaya yönelik olarak yapılan “Korelasyon Analizi” sonuçları yer almaktadır. Söz konusu analizde, bilişsel tutumlar (BT) ve duygusal tutumlar (DT) bağımsız değişkenler; toplumsal farkındalık oluşturma (TFO), organizasyonel yapı geliştirme (OYG), ürün geliştirme (ÜG) ve ürün pazarlama (ÜP) ise bağımlı değişkenler olarak analize tabii tutulmuştur.

Korelasyon analizi, iki değişken arasında ilişki veya bağımlılık olup olmadığını, var ise yönünü ve gücünü göstermek amacıyla, başvurulan analiz tekniğidir. Korelasyon analizi sonucunda hesaplanan korelasyon katsayısı “r” ile gösterilir. Korelasyon katsayısı “r” (-1) ile (+1) arasında bir değer alabilir. Katsayının 1,00 olması, iki değişken arasında pozitif bir ilişkiyi (bir değişkene ilişkin verilerin artması durumunda diğerinin de artması veya bir değişkene ilişkin verilerin azalması durumunda diğerinin de azalması); -1,00 olması, iki değişken arasında negatif bir ilişkiyi (bir değişkene ilişkin verilerin artması durumunda diğerinin azalması veya bir değişkene ilişkin verilerin azalması durumunda diğerinin artması); 0,00 olması ise iki değişken arasında görülebilir herhangi bir ilişkinin olmadığını gösterir (Büyüköztürk, 2007: 32). Değişkenler arasındaki ilişki düzeyinin değerlendirilmesinde, “r” değerinin 0,00-0,29 arasında olması durumunda düşük (low), 0,30-0,69 arasında olması durumunda orta

(moderate), 0,70 ve üzeri olması durumunda ise yüksek (high) düzeyde ilişki olduğu şeklinde ifade edilebilir (Büyüköztürk vd., 2012: 92).

Tablo 59: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Tutumları ile Kırsal Turizm Alt Boyutlarındaki İlişkiye Ait Korelasyon Analizi

Bağımlı Değişkenler		Bağımsız Değişkenler					
		Toplumsal Farkındalık Oluşturma (TFO)	Organizasyonel Yapı Geliştirme (OYG)	Ürün Geliştirme (ÜG)	Ürün Pazarlama (ÜP)	Kırsal Turizm (TFO+OYG+ÜG+ÜP)	r^2
Bilişsel Tutumlar (BT)	r	0,336**	0,517**	0,261**	0,411**	0,483**	0,233
	p	0,000**	0,000**	0,000**	0,000**	0,000**	
Duygusal Tutumlar (DT)	r	0,480**	0,484**	0,380**	0,496**	0,576**	0,332
	p	0,000**	0,000**	0,000**	0,000**	0,000**	
Turizme Yönelik Tutumlar (BT+DT)	r	0,468**	0,567**	0,370**	0,504**	0,605**	0,366
	p	0,000**	0,000**	0,000**	0,000**	0,000**	

*(p<0,05) ***(p<0,01)

Tablo 59'daki bulgulara göre belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları (bilişsel, duygusal) ile kırsal turizm alt boyutları (toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme, ürün geliştirme, ürün pazarlama) arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde, önemli bir ilişki bulunmuştur. Diğer bir ifade ile tüm faktörler arasındaki *Pearson Korelasyon Katsayısı (r)* anlamlı çıkmıştır (p<0,01).

Buna göre;

-Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları ile kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma arasındaki “r” değeri; 0,336 olup, orta düzeyde (0,30<r<0,69) pozitif doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu durum, bir neden sonuç ilişkisi olmamakla birlikte, belediye başkanlarının turizm bilgi düzeylerinin zayıf düzeyde olmak üzere, kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarında etkili olduğu yorumu yapılabilir. Ancak, daha sağlıklı bir yorum yapabilmek için farklı

değişkenlerin, turizme yönelik bilişsel tutumlara ve kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturmaya etkisi de araştırılmalıdır.

- Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları ile kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme arasındaki “r” değeri; 0,517 olup, orta düzeyde ($0,30 < r < 0,69$) pozitif doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu durum, bir neden sonuç ilişkisi olmamakla birlikte, belediye başkanlarının turizm bilgi düzeylerinin, orta düzeyde olmak üzere, kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarında etkili olduğu yorumu yapılabilir. Ancak, daha sağlıklı bir yorum yapabilmek için farklı değişkenlerin, turizme yönelik bilişsel tutumlara ve kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirmeye etkisi de araştırılmalıdır.

- Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları ile kırsal turizmde ürün geliştirme çalışmaları arasındaki “r” değeri; 0,261 olup, düşük düzeyde ($0,00 < r < 0,29$) pozitif doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu durum, bir neden sonuç ilişkisi olmamakla birlikte, belediye başkanlarının turizm bilgi düzeylerinin, düşük düzeyde olmak üzere, kırsal turizmde ürün geliştirmede etkili olduğu yorumu yapılabilir. Ancak, daha sağlıklı bir yorum yapabilmek için farklı değişkenlerin, turizme yönelik bilişsel tutumlara ve kırsal turizmde ürün geliştirmeye etkisi de araştırılmalıdır.

- Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları ile kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmaları arasındaki “r” değeri; 0,411 olup, orta düzeyde ($0,30 < r < 0,69$) pozitif doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu durum, bir neden sonuç ilişkisi olmamakla birlikte, belediye başkanlarının turizm bilgi düzeylerinin, orta düzeyde olmak üzere, kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmalarında etkili olduğu yorumu yapılabilir. Ancak, daha sağlıklı bir yorum yapabilmek için farklı değişkenlerin, turizme yönelik bilişsel tutumlara ve kırsal turizmde ürün pazarlamaya etkisi de araştırılmalıdır.

- Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları ile toplumsal farkındalık oluşturma arasındaki “r” değeri; 0,480 olup, orta düzeyde ($0,30 < r < 0,69$) pozitif doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu durum, bir neden sonuç ilişkisi olmamakla birlikte, belediye başkanlarının turizme yönelik düşüncelerinin, orta düzeyde olmak üzere, kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarında etkili olduğu yorumu yapılabilir. Ancak, daha sağlıklı bir yorum yapabilmek için farklı

değişkenlerin, turizme yönelik duygusal tutumlara ve kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturmaya etkisi de araştırılmalıdır.

- Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları ile kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme arasındaki “r” değeri; 0,484 olup, orta düzeyde ($0,30 < r < 0,69$) pozitif doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu durum, bir neden sonuç ilişkisi olmamakla birlikte, belediye başkanlarının turizme yönelik düşüncelerinin, orta düzeyde olmak üzere, kırsal turizmde organizasyonel yapılar geliştirilmesinde etkili olduğu yorumu yapılabilir. Ancak, daha sağlıklı bir yorum yapabilmek için farklı değişkenlerin, turizme yönelik duygusal tutumlara ve kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirmeye etkisi de araştırılmalıdır.

- Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları ile kırsal turizmde ürün geliştirme çalışmaları arasındaki “r” değeri; 0,380 olup, orta düzeyde ($0,30 < r < 0,69$) pozitif doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu durum, bir neden sonuç ilişkisi olmamakla birlikte, belediye başkanlarının turizme yönelik düşüncelerinin, orta düzeyde olmak üzere, kırsal turizmde ürün geliştirmede etkili olduğu yorumu yapılabilir. Ancak, daha sağlıklı bir yorum yapabilmek için farklı değişkenlerin, turizme yönelik duygusal tutumlara ve kırsal turizmde ürün geliştirmeye etkisi de araştırılmalıdır.

- Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları ile kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmaları arasındaki “r” değeri; 0,496 olup, orta düzeyde ($0,30 < r < 0,69$) pozitif doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu durum, bir neden sonuç ilişkisi olmamakla birlikte, belediye başkanlarının turizme yönelik düşüncelerinin, orta düzeyde olmak üzere, kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmalarında etkili olduğu yorumu yapılabilir. Ancak, daha sağlıklı bir yorum yapabilmek için farklı değişkenlerin, turizme yönelik duygusal tutumlara ve kırsal turizmde ürün pazarlamaya etkisi de araştırılmalıdır.

- Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları ile kırsal turizm tüm alt boyutları arasındaki “r” değeri; 0,483, belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları ile kırsal turizm alt boyutları arasındaki “r” değeri; 0,576 ve belediye başkanlarının turizme yönelik tüm tutumları ile kırsal turizm tüm alt boyutları arasındaki “r” değeri; 0,605 olup, orta düzeyde pozitif doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu bulgu belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının düzeyi

yükseldikçe kırsal turizm faaliyetlerine katılım düzeylerin de arttığı şeklinde yorumlanabilir.

Konuya ilişkin literatür incelendiğinde (Long vd., 1990; Smith ve Krannich, 1998; Claudia ve Gürsoy, 2004; Ishikawa ve Fukushige, 2007; Wang ve Pfister, 2008; Latkova, 2008; Byrd vd., 2009; Ayaz vd., 2009) turizme yönelik tutum ve algıların düzeyi artıkça turizme olan katılımın da arttığı şeklindedir.

Tablo 59'daki belirlilik (determinasyon) katsayıları (r^2) incelendiğinde, kırsal turizm alt boyutlarındaki (TFO, OYG, ÜG, ÜP) toplam varyansın %23,3'nün belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumlarından; %33,2'sinin ise duygusal tutumlarından kaynaklandığı görülmektedir. Genel olarak kırsal turizmdeki tüm alt boyutların (TFO+OYG+ÜG+ÜP) toplam varyansının %36,6'sının belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarından (BT+DT) kaynaklandığı söylenebilir.

Bununla birlikte, korelasyon analizinin; iki farklı değişken arasındaki ilişkinin yönü ve şiddeti hakkında bilgi edinme yöntemi olduğu, neden-sonuç ilişkisinin göstergesi olmadığı belirtilmektedir. Değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkisinin regresyon analizi ile ölçülmesi öngörülmektedir (Eymen, 2007: 92-99). En basit formda regresyon analizi; bağımlı değişken ile bağımsız değişken(ler) arasındaki ilişkiyi matematiksel modellerle açıklayarak bağıntı(lar) bulmak şeklinde özetlenmektedir. Regresyon analizi sonucunda bulunan bağıntının (regresyon denkleminin) araştırma ile ilgili kestirimler yapmada kullanılabileceği belirtilmektedir. Bir bağımlı değişken (Y) ile bir bağımsız değişkenin (X_1) olduğu doğrusal regresyon çözümlemesine “basit doğrusal regresyon çözümlemesi”, bir bağımlı değişken (Y) ile birden fazla bağımsız değişkenin ($X_1, X_2, X_3, \dots$) olduğu doğrusal regresyon çözümlemesine ise “çoklu doğrusal regresyon çözümlemesi” olarak adlandırılmakta ve regresyon denklemleri şu biçimde ifade edilmektedir (Alphar, 2011: 405):

$$\text{Basit Doğrusal Regresyon Çözümlemesi: } Y = B_0 + B_1X_1$$

$$\text{Çoklu Doğrusal Regresyon Çözümlemesi: } Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + \dots + B_pX_p$$

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen korelasyon analizini, neden-sonuç bağlamında yorumlayabilmek için belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları ile kırsal turizm alt boyutları arasındaki ilişkinin, matematiksel bir modelle açıklanmasında çoklu doğrusal regresyon analizi; belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları ile kırsal turizm arasındaki ilişkinin açıklanmasında ise basit doğrusal regresyon analizine

ilişkin sonuçlar; Tablo 60, Tablo 61, Tablo 62, Tablo 63, Tablo 64 ve Tablo 65’te gösterilen biçimde verilmiştir:

Tablo 60: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Tutumları ile Kırsal Turizmde Toplumsal Farkındalık Oluşturma Çalışmaları Arasındaki İlişkiye Ait Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	(β)	t	p	F	R ²
Toplumsal Farkındalık Oluşturma (TFO)	Sabit (a)	-0,188	-0,625	0,532	71,331**	0,238
	Bilişsel Tutumlar (BT)	0,175	2,121	0,034*		
	Duygusal Tutumlar (DT)	0,639	8,655	0,000**		

* (p<0,05) ** (p<0,01)

Tablo 60’a göre belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumlarının $\beta=0,175$ ve ($p=0,034$, $p<0,05$) anlamlılık düzeyinde; duygusal tutumlarının ise $\beta=0,639$ ve ($p=0,000$, $p<0,01$) anlamlılık düzeyinde olmak üzere, kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarını olumlu etkilediği görülmektedir. Bu kapsamda, turizme yönelik bilişsel tutumlar bir birim arttığında, TFO eğiliminin 0,175 (β) kadar artacağını söylemek mümkündür. Benzer şekilde olmak üzere duygusal tutumlar bir birim arttığında, TFO eğiliminin 0,639 (β) kadar artacağı da söylenebilir. Bu ilişkiler için çoklu doğrusal regresyon modeli, aşağıdaki şekilde yazılabilir:

$$\text{Toplumsal Farkındalık Oluşturma} = -0,188 + 0,175x(BT) + 0,639x(DT)$$

Bununla birlikte, regresyon modeline ait 71,331 (F) ve 0,238 (R^2) değerleri incelendiğinde modelin 0,01 anlamlılık düzeyinde olduğu ve araştırma modelinde yer alan bağımsız değişkenlerin kırsal turizmde TFO çalışmalarını %23,8 oranında açıkladığı söylenebilir.

Tablo 61: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Tutumları ile Kırsal Turizmde Organizasyonel Yapı Geliştirme Çalışmaları Arasındaki İlişkiye Ait Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	(β)	t	p	F	R ²
Organizasyonel Yapı Geliştirme (OYG)	Sabit (a)	0,377	1,569	0,117	109,767**	0,324
	Bilişsel Tutumlar (BT)	0,511	7,793	0,000**		
	Duygusal Tutumlar (DT)	0,367	6,247	0,000**		

* (p<0,05) ** (p<0,01)

Tablo 61’e göre belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumlarının $\beta=0,511$ ve ($p=0,000$, $p<0,01$) anlamlılık düzeyinde; duygusal tutumlarının ise $\beta=0,367$ ve ($p=0,000$, $p<0,01$) anlamlılık düzeyinde olmak üzere, kırsal turizmde organizasyonel

yapı geliştirme çalışmalarını olumlu etkilediği görülmektedir. Bu kapsamda, bilişsel tutumlar bir birim arttığında, OYG eğiliminin 0,511 (β) kadar artacağını söylemek mümkündür. Benzer şekilde olmak üzere duygusal tutumlar, bir birim arttığında, OYG eğiliminin 0,367 (β) kadar artacağı da söylenebilir. Bu ilişkiler için çoklu doğrusal regresyon modeli, aşağıdaki şekilde yazılabilir:

$$\text{Organizasyonel Yapı Geliştirme} = 0,377 + 0,511x(BT) + 0,367x(DT)$$

Bununla birlikte, regresyon modeline ait 109,767 (F) ve 0,324 (R^2) değerleri incelendiğinde modelin 0,01 anlamlılık düzeyinde olduğu ve araştırma modelinde yer alan bağımsız değişkenlerin kırsal turizmde OYG çalışmalarını %32,4 oranında açıkladığı söylenebilir.

Tablo 62: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Tutumları ile Kırsal Turizmde Ürün Geliştirme Çalışmaları Arasındaki İlişkiye Ait Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	(β)	t	p	F	R^2
Ürün Geliştirme (ÜG)	Sabit (a)	0,298	0,502	0,616	16,837**	0,151
	Bilişsel Tutumlar (BT)	0,166	1,150	0,252		
	Duygusal Tutumlar (DT)	0,594	4,301	0,000**		

* ($p<0,05$) ** ($p<0,01$)

Tablo 62'ye göre belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumlarının kırsal turizmde ürün geliştirme çalışmalarını etkilemediği ($\beta=0,166$ ve $p=0,252$, $p>0,05$) görülmektedir. Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumlarının kırsal turizmde ürün geliştirme çalışmalarını etkilemediği tespit edilmiştir. Ancak, belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumlarının; $\beta=0,594$ ve ($p=0,000$, $p<0,01$) anlamlılık düzeyinde olmak üzere, kırsal turizmde ürün geliştirme çalışmalarını olumlu etkilediği görülmektedir. Bu kapsamda, duygusal tutumlar bir birim arttığında, ÜG eğiliminin 0,594 (β) kadar artacağını söylemek mümkündür. Bu ilişki için çoklu doğrusal regresyon modeli, aşağıdaki şekilde yazılabilir:

$$\text{Ürün Geliştirme Çalışmaları} = 0,298 + 0,594x(DT)$$

Bununla birlikte, regresyon modeline ait 16,837 (F) ve 0,151 (R^2) değerleri incelendiğinde modelin 0,01 anlamlılık düzeyinde olduğu ve araştırma modelinde yer alan duygusal tutumlar bağımsız değişkeninin kırsal turizmde ÜG çalışmalarını %15,1 oranında açıkladığını göstermektedir.

Tablo 63: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Tutumları ile Kırsal Turizmde Ürün Pazarlama Çalışmaları Arasındaki İlişkiye Ait Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	(β)	t	p	F	R ²
Ürün Pazarlama (ÜP)	Sabit (a)	0,008	0,018	0,985	34,519**	0,262
	Bilişsel Tutumlar (BT)	0,257	2,052	0,041*		
	Duygusal Tutumlar (DT)	0,574	4,956	0,000**		

* (p<0,05) ** (p<0,01)

Tablo 63'e göre belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumlarının; $\beta=0,257$ ve ($p=0,041$, $p<0,05$) anlamlılık düzeyinde; duygusal tutumlarının ise $\beta=0,574$ ve ($p=0,000$, $p<0,01$) anlamlılık düzeyinde olmak üzere, kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmalarını olumlu etkilediği görülmektedir. Bu kapsamda, bilişsel tutumlar bir birim arttığında, ÜP eğiliminin 0,257 (β) kadar artacağını söylemek mümkündür. Aynı şekilde olmak üzere duygusal tutumlar bir birim arttığında, ÜP eğiliminin 0,574 (β) kadar artacağı da söylenebilir. Bu ilişkiler için çoklu doğrusal regresyon modeli, aşağıdaki şekilde yazılabilir:

$$\text{Ürün Pazarlama Çalışmaları} = 0,008 + 0,257x(BT) + 0,574x(DT)$$

Bununla birlikte, regresyon modeline ait 34,519 (F) ve 0,262 (R²) değerleri incelendiğinde modelin 0,01 anlamlılık düzeyinde olduğu ve araştırma modelinde yer alan bağımsız değişkenlerin kırsal turizmde ÜP çalışmalarını %26,2 oranında açıkladığını göstermektedir.

Tablo 64: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Tutumları ile Kırsal Turizm Alt Boyutları Arasındaki İlişkiye Ait Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	(β)	t	p	F	R ²
Kırsal Turizm (TFO+OYG+ÜG+ÜP)	Sabit (a)	0,095	0,451	0,652	135,330**	0,372
	Bilişsel Tutumlar (BT)	0,308	5,370	0,000**		
	Duygusal Tutumlar (DT)	0,515	10,043	0,000**		

* (p<0,05) ** (p<0,01)

Tablo 64'e göre belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumlarının; $\beta=0,308$ ve ($p=0,000$, $p<0,01$) anlamlılık düzeyinde; duygusal tutumlarının ise $\beta=0,515$ ve ($p=0,000$, $p<0,01$) anlamlılık düzeyinde olmak üzere, kırsal turizmin tüm alt boyutlarını olumlu etkilediği görülmektedir. Bu kapsamda, bilişsel tutumlar bir birim arttığında, kırsal turizm alt boyutları eğiliminin 0,308 (β) kadar artacağını söylemek mümkündür. Aynı şekilde olmak üzere duygusal tutumlar bir birim arttığında, kırsal

turizm alt boyutları eğiliminin 0,574 (β) kadar artacağı da söylenebilir. Bu ilişkiler için çoklu doğrusal regresyon modeli, aşağıdaki şekilde yazılabilir:

$$\text{Kırsal Turizm (TFO+OYG+ÜG+ÜP)} = 0,095 + 0,308x(BT) + 0,515x(DT)$$

Bununla birlikte, regresyon modeline ait 135,3130 (F) ve 0,372 (R^2) değerleri incelendiğinde modelin 0,01 anlamlılık düzeyinde olduğu ve araştırma modelinde yer alan turizme yönelik bilişsel ve duygusal tutumlar bağımsız değişkenlerin kırsal turizm alt boyutlarını çalışmaları %37,2 oranında açıkladığını göstermektedir.

Tablo 65: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Tutumları ile Kırsal Turizm Arasındaki İlişkiye Ait Basit Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Sabit	(β)	t	p	F	R^2
Kırsal Turizm (TFO+OYG+ÜG+ÜP)	Turizme Yönelik Tutumlar (BT+DT)	0,002	0,838	16,242	0,000**	263,793	0,364

* ($p<0,05$) ** ($p<0,01$)

Tablo 65'e göre belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının; $\beta=0,838$ ve ($p=0,000$, $p<0,01$) anlamlılık düzeyinde olmak üzere, kırsal turizmin tüm alt boyutlarını olumlu etkilediği görülmektedir. Bu sonuçlara göre belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları bir birim arttığında, kırsal turizme katılım eğiliminin 0,838 (β) kadar artacağı söylenebilir. Bu ilişki için basit doğrusal regresyon modeli, aşağıdaki şekilde yazılabilir:

$$\text{Kırsal Turizm} = 0,002+0,838x\text{Turizme Yönelik Tutumlar}$$

Bununla birlikte, regresyon modeline ait 263,793 (F) ve 0,364 (R^2) değerleri incelendiğinde modelin 0,01 anlamlılık düzeyinde olduğu ve turizme yönelik tutumların kırsal turizm alt boyutlarına ilişkin çalışmaları %36,4 oranında açıkladığını göstermektedir.

Belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının kırsal turizme etkisini belirlemeye yönelik araştırma kapsamında gerçekleştirilen analizler ve yukarıda sunulan bulgular sonucunda belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları ile kırsal turizm alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının kırsal turizmi pozitif olarak etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Literatür, yerel gelişim sürecinde belediyelerin yapabileceği etkinlikleri, yerel ekonomik kalkınma için alt yapı sağlama; yörelerinin yatırımlar için çekim merkezi haline gelmesi için çalışma; yatırımcıları yörelerinde yeni iş alanları oluşturmaya yönünde destekleme; yörelerindeki sosyal sermayenin geliştirilmesine katkıda bulunma; yörelerinin “öğrenen bölge” olması yönünde koşullar hazırlama; ekonomik ve sosyal kalkınmaya dönük işbirliği, ortak yaklaşım, bilgi-beceri paylaşımı ve ortak hareketleri özendirme; vatandaşlarının evrensel gelişmeleri izlemelerini ve evrensel ilişkiler kurmalarını kolaylaştırma şeklinde özetlemektedir (Göymen, 2004: 25). Belediyelerin turizme yönelik ve turizmi etkileyebilecek faaliyetlerini ise turizm amaçlı planlama ve yapılaşma denetimleri yapmak; çevrenin korunmasına yönelik önlemler almak; turistik çekiciliği koruyacak şekilde imar planlaması ve çevre düzenlemesi yapmak; turizme yönelik rekreasyon alanları oluşturmak; yöresel mimari özelliklerini ön plana çıkarmak; kültürel eserleri koruma-kullanma dengesi içinde restore etmek; kendi kültürel kimliklerini çekicilik unsuruna dönüştürmek; turistik ürünlerin pazarlanmasına yardımcı olmak; fuarlar, sergiler, panayır ve festivaller düzenlemek; turistik tesis ve işletmeleri denetlemek; kültür ve turizm bürosu açmak; rehberlik hizmetleri vermek; yerel halkı turizm konusunda bilinçlendirmek; yerel, ulusal ve uluslararası kültür ve turizm etkinlikleri düzenlemek olarak belirtmektedir (Ağaoğlu, 1992; Ünal, 1992; Yeter, 1993; Long, 1994; Reed, 1997; Wilson vd., 2001; Andriotis, 2002; Azaklı, 2004; Baş vd., 2007; <http://www.southhams.gov.uk>).

Yerel gelişim sürecinde belediyelerin gerçekleştirebileceği etkinlikler ve turizme yönelik ve turizmi etkileyebilecek faaliyetleri kapsamında, araştırma sonuçlarının genel bir değerlendirilmesi yapılacak olursa; belediye başkanlarının yörelerinin kırsal turizm gelişiminde orta düzeyde etkili olduğu söylenebilir. Bu kapsamda, araştırmanın ana hipotezi (**H₁**: Belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları, kırsal turizmi olumlu yönde etkiler) doğrulanabilir.

4.28. Alan Araştırması Bulgularının Özeti

Bu araştırmada, turizme yönelik kamu hizmetlerinin yerelleşmesi sürecine destek sağlamak, yerelleşmesi öngörülen hizmetlere yönelik bilimsel temelli bakış açıları geliştirmek ve Türkiye turizmini çeşitlendirme ve tüm yıla yaymaya yönelik çabalara, belediye başkanları düzeyinde katkı sağlamak amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında, belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları (bilişsel, duygusal) ile

kırsal turizmin alt boyutları (toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme, ürün geliştirme, ürün pazarlama) arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Ayrıca, kırsal bölgelerde turizm için etkili bir çerçeve oluşturulmasında belediye başkanlarının rolleri yönetim perspektifinde değerlendirilmiştir.

Belirtilen bu önem kapsamında, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013* çalışmasında öncelikli turizm gelişim bölgeleri olarak gösterilen 28 il (Afyonkarahisar, Ağrı, Amasya, Burdur, Çankırı, Çorum, Diyarbakır, Erzincan, Erzurum, Giresun, Hatay, Isparta, Kahramanmaraş, Kars, Kastamonu, Konya, Kütahya, Mardin, Nevşehir, Ordu, Samsun, Sivas, Şanlıurfa, Tokat, Trabzon, Uşak, Van, Yozgat) içerisinde yer alan ilçe ve belde belediyelerinden tesadüfi örneklem yöntemi ile seçilen 460 belediye başkanı üzerinde gerçekleştirilen araştırmada, belediye başkanlarının turizme yönelik tutumların, kırsal turizm alt boyutları üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Ayrıca, belediye başkanlarının turizme yönelik tutumların ve kırsal turizm alt boyutlarındaki çalışmaların, belediye başkanlarının demografik ve belediyelerin karakteristik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği de analiz edilmiştir.

Belediye başkanlarının demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, belediye başkanlık dönemi, belediye başkanı seçilmeden önceki mesleği, temsil ettiği siyasi parti, turizm alanında eğitim alma durumu, turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu ve turizm sektöründe çalışma durumu) yönelik olarak yapılan analiz sonuçlarına göre;

- Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumlarında; turizm alanında eğitim alma ($p=0,042$, $p<0,05$), turizme yönelik seminer ve konferansa katılım ($p=0,000$, $p<0,01$) ve turizm amaçlı geziye katılım durumlarında ($p=0,010$, $p<0,05$) anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. Belediye başkanlarının turizm bilgi düzeylerinin; turizm alanında eğitim alma durumu ($\bar{X}=4,3854$), turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu ($\bar{X}=4,1975$) ve turizm amaçlı geziye katılım durumu ($\bar{X}=4,1678$) ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir.
- Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumlarında; turizm alanında eğitim alma durumu ($p=0,042$, $p<0,05$), turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu ($p=0,000$, $p<0,01$) ve turizm amaçlı geziye katılım durumunda ($p=0,021$, $p<0,05$) ise anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. Bu sonuçlara göre

belediye başkanlarının turizme yönelik düşüncelerinin şekillenmesinde; turizm alanında eğitim alma ($\bar{X}=4,0885$), turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım ($\bar{X}=3,8975$) ve turizm amaçlı geziye katılım ($\bar{X}=3,8390$) durumlarının etkili olduğu tespit edilmiştir.

- Kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturmaya yönelik çalışmalarda; belediye başkanlarının eğitim durumu ($p=0,000$, $p<0,01$), önceki mesleği ($p=0,035$, $p<0,05$), turizm alanında eğitim alma durumu ($p=0,000$, $p<0,01$), turizme yönelik seminer ve konferansa katılım durumu ($p=0,000$, $p<0,01$) ve turizm amaçlı geziye katılım durumu ($p=0,00$, $p<0,01$) ve turizm sektöründe çalışma durumlarında ($p=0,000$, $p<0,01$) anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. Farklılık çıkan gruplar arasında, farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi amacıyla, yapılan “Tukey HSD” analizi sonuçları kapsamında, eğitim durumuna göre görüş farklılıkları; ilköğretim ($\bar{X}=2,5378$) ve ortaöğretim ($\bar{X}=2,8488$) düzeyinde eğitim alan belediye başkanları ile lisans ($\bar{X}=3,1141$) ve lisansüstü ($\bar{X}=3,7750$) düzeyde eğitim alan başkanlar arasında gerçekleşmiştir. Belediye başkanının önceki mesleğine ilişkin görüş farklılıkları ise işçi ($\bar{X}=2,3750$) ile memur ($\bar{X}=3,0572$) ve serbest meslek ($\bar{X}=2,9578$) arasında ortaya çıkmıştır.
- Kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarında; belediye başkanlarının eğitim durumu ($p=0,000$, $p<0,01$) ve turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumunda ($p=0,000$, $p<0,01$) istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Farklılık çıkan gruplar arasında, farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi amacıyla, yapılan “Tukey HSD” analizi sonuçları kapsamında, eğitim durumuna göre görüş farklılıkları; ilköğretim ($\bar{X}=2,6524$) ve ortaöğretim ($\bar{X}=2,8180$) mezunları ile lisansüstü ($\bar{X}=3,6167$) mezunlar arasında gerçekleşmiştir.
- Kırsal turizmde ürün geliştirme çalışmalarında; belediye başkanların turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumunda ($p=0,003$, $p<0,01$), 0,01 anlamlılık düzeyinde, farklılık belirlenmiştir. Turizm alanında konferans ve seminere dahil belediye başkanlarının ($\bar{X}=3,5496$) kırsal turizmde ürün geliştirme çalışmalarında daha etkili olduğu tespit edilmiştir.

- Kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmalarında; belediye başkanlarının temsil ettiği parti ($p=0,47$, $p<0,05$) ve turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumunda ($p=0,00$, $p<0,01$) ise istatistiksel farklılık bulunmuştur. Farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi amacıyla, yapılan “Tukey HSD” analizi sonuçları kapsamında, temsil edilen parti durumuna göre görüş farklılıkları; iktidar partisi ile ana muhalefet ve muhalefet partisi arasında gerçekleşmiştir. Turizm alanında konferans ve seminere dahil belediye başkanlarının ($\bar{X}=3,5229$) da kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmalarında daha etkili olduğu tespit edilmiştir.

Belediyelerin karakteristik özelliklerine (türü, bulunduğu bölge, kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu ve turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüm) yönelik olarak yapılan analiz sonuçlarına göre;

- Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumlarında; belediyenin bulunduğu bölge ($p=0,000$, $p<0,01$), kent konseyine sahiplik durumu ($p=0,046$, $p<0,05$), turizm çalışma grubuna sahiplik durumu ($p=0,001$, $p<0,01$) ve turizm eylem planına sahiplik durumlarında ($p=0,000$, $p<0,01$), 0,01 ve 0,05 anlamlılık düzeyinde, istatistiksel farklılık bulunmuştur. Kent konseyine ($\bar{X}=4,2337$), turizm çalışma grubuna ($\bar{X}=4,4067$) ve turizm eylem planına ($\bar{X}=4,2826$) sahip bulunan belediyelerin başkanlarının turizm bilgi düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Turizme yönelik bilişsel tutumlar düzeyinde en yüksek ortalamaya sahip bulunan bölge; Doğu Anadolu Bölgesi ($\bar{X}=4,2725$) olmuştur. En düşük ortalamaya sahip bölge ise İç Anadolu Bölgesi ($\bar{X}=3,8346$) olarak belirlenmiştir.
- Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumlarında; belediyenin türü ($p=0,003$, $p<0,01$), belediyenin bulunduğu bölge ($p=0,000$, $p<0,01$), kent konseyine sahiplik durumu ($p=0,006$, $p<0,01$), turizm çalışma grubuna sahiplik durumu ($p=0,002$, $p<0,01$) ve turizm eylem planına sahiplik durumlarında ($p=0,000$, $p<0,01$), 0,01 anlamlılık düzeyinde, istatistiksel farklılık bulunmuştur. Belediye türüne göre ilçe belediye başkanlarının ($\bar{X}=3,8992$) belde belediye başkanlarına ($\bar{X}=3,6847$) oranla turizme yönelik duygusal tutumlar düzeyinde

daha başarılı olduğu tespit edilmiştir. Kent konseyine ($\bar{X}=3,9755$), turizm çalışma grubuna ($\bar{X}=4,1025$) ve turizm eylem planına ($\bar{X}=4,0927$) sahip bulunan belediyelerin başkanlarının turizme yönelik düşüncelerinin, bilişsel tutumlara benzer şekilde daha yüksek olduğunu belirlenmiştir. Turizme yönelik duygusal tutumlar düzeyinde en düşük ortalamaya sahip bölgeler; İç Anadolu ($\bar{X}=3,5573$), Ege ($\bar{X}=3,5781$) ve Akdeniz ($\bar{X}=3,7746$) olarak belirlenmiştir. En yüksek ortalamaya sahip bölgeler ise Doğu Anadolu ($\bar{X}=4,0372$) ve Güneydoğu Anadolu ($\bar{X}=4,0370$) bölgeleri olmuştur.

- Kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarında; belediyenin türü ($p=0,000$, $p<0,01$), belediyenin bulunduğu bölge ($p=0,009$, $p<0,01$), kent konseyine sahiplik durumu ($p=0,000$, $p<0,01$), turizm çalışma grubuna sahiplik durumu ($p=0,000$, $p<0,01$), turizm eylem planına sahiplik durumu ($p=0,000$, $p<0,01$) ve turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüme ($p=0,000$, $p<0,01$) göre 0,01 anlamlılık düzeyinde, istatistiksel farklılık bulunmuştur. Belediye türüne göre ilçe belediye başkanlarının ($\bar{X}=3,4583$), belde belediye başkanlarına ($\bar{X}=2,5581$) göre kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarında daha etkin oldukları tespit edilmiştir. Kent konseyine ($\bar{X}=3,6920$), turizm çalışma grubuna ($\bar{X}=4,0067$) ve turizm eylem planına ($\bar{X}=3,5734$) sahip bulunan belediyelerin başkanlarının toplumsal farkındalık çalışmalarına yönelik tutumlarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, “kültür, eğitim ve sosyal işler” bölümü bulunan belediyelerin kırsal turizmde toplumsal farkındalık çalışmalarında daha etkin oldukları tespit edilmiştir. Belediye başkanlarının kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarında en düşük ortalamaya sahip bölge; Doğu Anadolu ($\bar{X}=2,6396$) ve en yüksek ortalamaya sahip bulunan bölge ise Güneydoğu Anadolu ($\bar{X}=3,5185$) olarak belirlenmiştir.
- Kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarında; belediyenin türü ($p=0,000$, $p<0,01$), belediyenin bulunduğu bölge ($p=0,000$, $p<0,01$), kent konseyine sahiplik durumu ($p=0,001$, $p<0,01$), turizm çalışma grubuna sahiplik durumu ($p=0,000$, $p<0,01$), turizm eylem planına sahiplik durumu ($p=0,000$, $p<0,01$) ve turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüme ($p=0,001$, $p<0,01$) göre

0,01 anlamlılık düzeyinde, istatistiksel farklılık bulunmuştur. Belediye türüne göre ilçe belediye başkanlarının ($\bar{X}=4,0944$) belde belediye başkanlarına ($\bar{X}=3,6905$) göre kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarında daha etkin oldukları belirlenmiştir. Kent konseyine ($\bar{X}=4,1641$), turizm çalışma grubuna ($\bar{X}=4,3220$) ve turizm eylem planına ($\bar{X}=4,1587$) sahip bulunan belediyelerin başkanlarının organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarına yönelik tutumlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüm bazında “kültür, eğitim ve sosyal işler” bölümüne sahip belediyelerin başkanlarının, toplumsal farkındalık çalışmalarında olduğu gibi, organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarında da öne çıktıkları tespit edilmiştir. Kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarında en yüksek ortalamaya sahip bulunan bölgeler ise Güneydoğu Anadolu ($\bar{X}=4,1444$) ve Karadeniz ($\bar{X}=4,0932$) bölgeleri olmuştur. En düşük ortalamaya sahip bölge ise İç Anadolu Bölgesi ($\bar{X}=3,5361$) olarak belirlenmiştir.

- Kırsal turizmde ürün geliştirme çalışmalarında; belediyenin bulunduğu bölge ($p=0,003$, $p<0,01$), kent konseyine sahiplik durumu ($p=0,010$, $p<0,05$), turizm çalışma grubuna sahiplik durumu ($p=0,002$, $p<0,01$) ve turizm eylem planına sahiplik durumlarına ($p=0,000$, $p<0,01$) göre 0,01 ve 0,05 anlamlılık düzeyinde, istatistiksel farklılıklar tespit edilmiştir. Kent konseyine ($\bar{X}=3,7759$), turizm çalışma grubuna ($\bar{X}=3,9902$) ve turizm eylem planına ($\bar{X}=3,7462$) sahip bulunan belediyelerin başkanlarının kırsal turizmde ürün geliştirme çalışmalarında daha etkin oldukları belirlenmiştir. Kırsal turizmde ürün geliştirme çalışmalarında en yüksek ortalamaya sahip bulunan bölgeler; Karadeniz Bölgesi ($\bar{X}=3,7654$) ve İç Anadolu Bölgesi ($\bar{X}=3,3850$) olarak belirlenmiştir. En düşük ortalamaya sahip bölge ise Doğu Anadolu Bölgesi ($\bar{X}=2,7469$) olmuştur.
- Kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmalarında; kent konseyine sahiplik durumu ($p=0,019$, $p<0,05$), turizm çalışma grubuna sahiplik durumu ($p=0,000$, $p<0,01$), turizm eylem planına sahiplik durumu ($p=0,000$, $p<0,01$) ve turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüme göre 0,01 ve 0,05 anlamlılık düzeyinde, istatistiksel farklılıklar bulunmuştur. Kent konseyine ($\bar{X}=3,6719$), turizm

çalışma grubuna ($\bar{X}=3,9511$) ve turizm eylem planına ($\bar{X}=3,6621$) sahip belediyelerin başkanlarının kırsal turizmde ürün geliştirme çalışmalarında olduğu gibi ürün pazarlama çalışmalarında da etkin oldukları belirlenmiştir. Ayrıca, “kültür, eğitim ve sosyal işler” bölümü bulunan belediyelerin başkanlarının, turizme yönelik bölümü bulunmayan belediyelerin başkanlarına göre kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmalarında daha etkin oldukları tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamında ulaşılan bir diğer sonuç ise belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları ile kırsal turizmin alt boyutları arasındaki ilişki boyutunda gerçekleşmiştir. Gerçekleşen ilişkinin ve etki düzeyinin tespitine yönelik korelasyon ve regresyon analizleri sonucunda ulaşılan bulgular şu şekildedir:

Yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre;

- Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları ile kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmaları arasında, orta düzeyde ($r=0,336$) pozitif doğrusal bir ilişki,
- Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları ile kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmaları arasında, orta düzeyde ($r=0,480$) pozitif doğrusal bir ilişki,
- Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları ile kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmaları arasında, orta düzeyde ($r=0,517$) pozitif doğrusal bir ilişki
- Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları ile kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmaları arasında, orta düzeyde ($r=0,484$) pozitif doğrusal bir ilişki,
- Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları ile ürün geliştirme çalışmaları arasında, düşük düzeyde ($r=0,261$) bir ilişki,
- Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları ile kırsal turizmde ürün geliştirme çalışmaları arasında, orta düzeyde ($r=0,380$) pozitif doğrusal bir ilişki,

- Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları ile kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmaları arasında, orta düzeyde ($r=0,411$) pozitif doğrusal bir ilişki,
- Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları ile kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmaları arasında, orta düzeyde ($r=0,496$) pozitif doğrusal bir ilişki,
- Belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları (bilişsel, duygusal) ile kırsal turizm tüm alt boyutları (TFO, OYG, ÜG, ÜP) arasında ise orta düzeyde ($r=0,605$) pozitif doğrusal bir ilişki tespit edilmiştir.

Yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre;

- Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumların; $\beta=0,175$ ve ($p=0,034$, $p<0,05$) anlamlılık düzeyinde, duygusal tutumları ise $\beta=0,639$ ve ($p=0,000$, $p<0,001$) anlamlılık düzeyinde olmak üzere, kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarını olumlu etkilediği,
- Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumların; $\beta=0,511$ ve ($p=0,000$, $p<0,001$) anlamlılık düzeyinde, duygusal tutumları ise $\beta=0,367$ ve ($p=0,000$, $p<0,001$) anlamlılık düzeyinde olmak üzere, kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarını olumlu etkilediği,
- Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumların etkilemediği, duygusal tutumlarının ise $\beta=0,594$ ve ($p=0,000$, $p<0,001$) anlamlılık düzeyinde olmak üzere kırsal turizmde ürün geliştirme çalışmalarını olumlu etkilediği,
- Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumlarının; $\beta=0,257$ ve ($p=0,041$, $p<0,05$) anlamlılık düzeyinde, duygusal tutumlarının ise $\beta=0,574$ ve ($p=0,000$, $p<0,001$) anlamlılık düzeyinde olmak üzere kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmalarını olumlu etkilediği,
- Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumlarının; $\beta=0,308$ ve ($p=0,000$, $p<0,01$) anlamlılık düzeyinde, duygusal tutumlarının ise; $\beta=0,515$ ve ($p=0,000$, $p<0,01$) anlamlılık düzeyinde olmak üzere, kırsal turizm tüm alt boyutlarını olumlu etkilediği,
- Belediye başkanlarının turizme yönelik tüm tutumlarının; ($\beta=0,838$) ve ($p=0,000$, $p<0,01$) anlamlılık düzeyinde olmak üzere, kırsal turizmin tüm alt boyutlarını olumlu etkilediği tespit edilmiştir.

Belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının kırsal turizme etkisini belirlemeye yönelik araştırma kapsamında; geliştirilen araştırma hipotezleri, gerçekleştirilen analizler ve yukarıda sunulan bulgular sonucunda *belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları ile kırsal turizm alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki* bulunmuştur. Ayrıca, yapılan regresyon analizi sonucunda, *belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının H_{1-3} hipotezi hariç kırsal turizmi pozitif olarak etkilediği* sonucuna ulaşılmıştır.

Bu sonuçlara göre;

H₁: Belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları kırsal turizmi olumlu yönde etkiler.

H_{1.1}: Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları, kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturmayı olumlu yönde etkiler.

H_{1.2}: Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirmeyi olumlu yönde etkiler.

H_{1.4}: Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları kırsal turizmde ürün pazarlamayı olumlu yönde etkiler.

H_{1.5}: Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturmayı olumlu yönde etkiler.

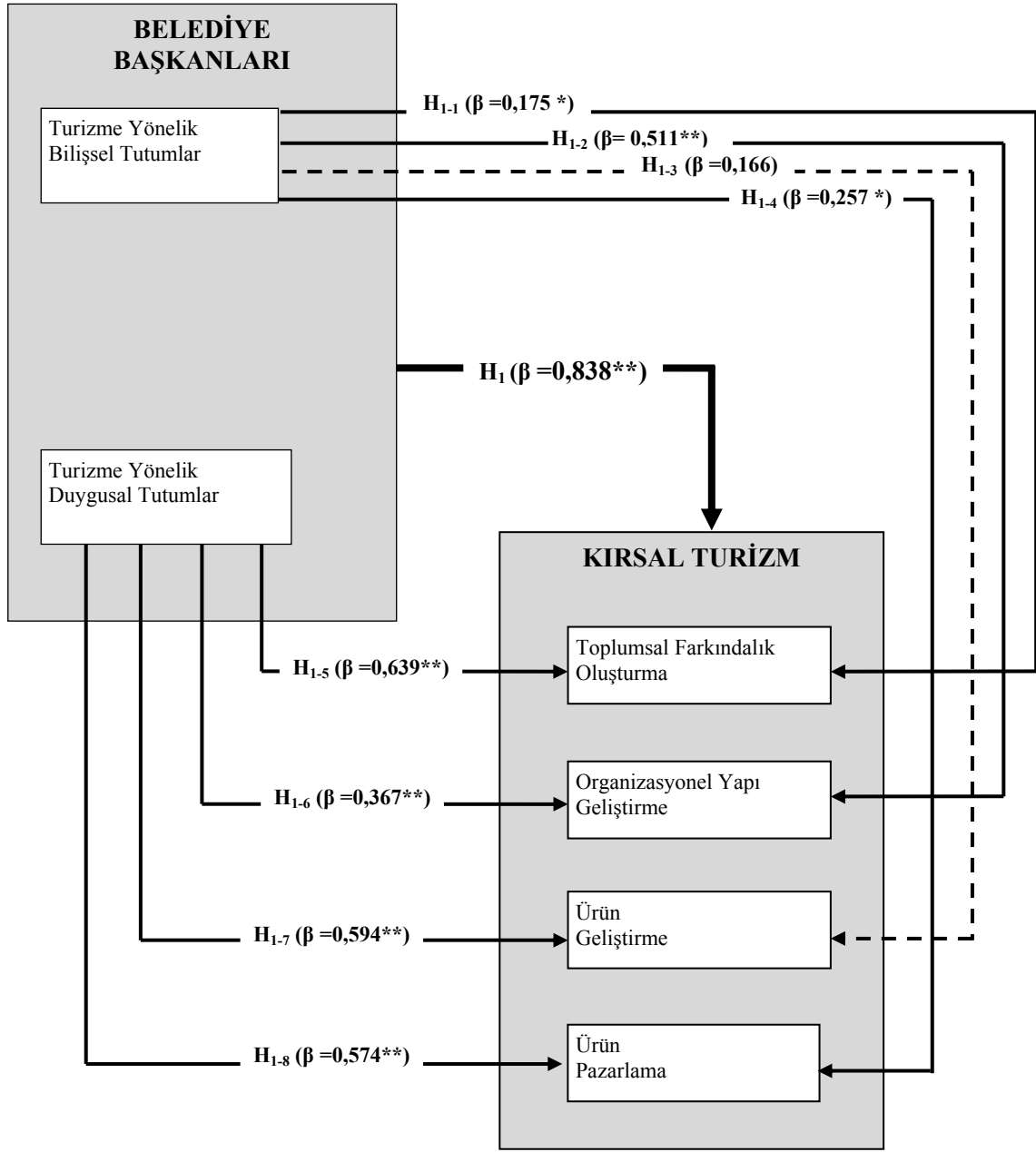
H_{1.6}: Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirmeyi olumlu yönde etkiler.

H_{1.7}: Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları kırsal turizmde ürün geliştirmeyi olumlu yönde etkiler.

H_{1.8}: Belediye başkanlarının turizme yönelik duygusal tutumları kırsal turizmde ürün pazarlamayı olumlu yönde etkiler; araştırma hipotezleri doğrulanmıştır.

H_{1.3}: Belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel tutumları kırsal turizmde ürün geliştirmeyi olumlu yönde etkiler; araştırma hipotezi ise kabul edilmemiştir.

Gerçekleştirilen analizler kapsamında, araştırma sonuç bulguları ve hipotezlerin kabul ve ret durumları Şekil 11’de gösterilen biçimde resmedilmiştir:



β Beta Katsayısı

* ($p < 0,05$) ** ($p < 0,01$)



Kabul



Kabul Edilmemiştir

Şekil 11: Araştırma Bulguların Şematik Gösterimi

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünya turizmi, destinasyonlar arasında yaşanan yoğun rekabet nedeniyle bir değişim süreci yaşamaktadır. Bu süreçte, eldeki mevcut kaynakları ile farklı turistik ürünler geliştirebilen ve alternatif turizm paradigması kapsamında; mevcut ve gelecekteki ziyaretçilerin, mevcut ev sahibi halkın ve gelecekteki ev sahibi halkın beklentilerini dikkate alan destinasyonlar turizm gelişiminde öne çıkar hale gelmiştir. Bununla birlikte, dünyada ekonomik kalkınma anlayışında da önemli değişimler yaşanmaktadır. Küreselleşme eğiliminin hız kazanması neticesinde geleneksel kalkınma uygulamalarına duyulan güven azalmış, “yerel ekonomik kalkınma yaklaşımı” ön plana çıkmıştır. Bu yaklaşım kapsamında; yerel topluluklarda bölgesel bilinç oluşturma, yerel ve bölgesel çıkarları savunma, bölgesel planlama, bölgesel çalışma gruplarının eşgüdümü, daha fazla sorumluluk üstlenme, bölge içi dayanışma, sağlanan kalkınma fonlarını yönetme ve bölgesel, bölgelerarası ve uluslararası ilişkilerde yerel ortaklıklar popülerlik kazanmıştır.

Kırsal bölgelerin sosyo-ekonomik açıdan desteklenmesinde turizm, önemli bir sektör olarak görülebilir. Turizm, kırsal bölgelerde yaşayan insanların yaşam koşullarını iyileştirme, yerel birliktelik ve cinsiyet eşitliği sağlamada önemli bir güç olabilir. Ayrıca, tarihi yapıların ve geleneksel kültürün yaşatılmasında da söz sahibi bir araç olarak değerlendirilebilir (Olalı ve Timur, 1988; Bal, 1995; Momsen, 2000; Long ve Lane, 2000; Akça vd., 2000; Kokkranikal ve Baum, 2002; Ribeiro ve Marques, 2002; Soykan, 2003; Holland vd., 2003; Akça vd., 2004; Sharpley, 2006; Yıldız, 2007; Ünlüönen vd., 2007; Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, 2008; Farrell ve Russell, 2011; Ertuna vd., 2012; Eren ve Aypek, 2012; Şengül vd., 2012). Bununla birlikte, turizm, kırsal alanlarda çok yavaş ilerleme kaydetmektedir. Kırsal bölgelerde yaşayan halk, turizme nasıl dahil olabileceği konusunda yeterli bilgiye sahip bulunmamaktadır (Sharpley, 2006; Ertuna vd., 2012). Bu süreçte, turizm faaliyetlerine yönelik, katılımcı örgütlenmeler oldukça önemlidir (Verbole, 2000; Tosun, 2001; Soykan, 2004; Tosun, 2006; Briedenhann, 2007; Tao ve Fuying, 2009). Özellikle bu örgütlenmelerin kamusal kurumlar liderliğinde gerçekleşmesi turizmin sürdürülebilirliği açısından önem arz etmektedir (Demir ve Çevirgen, 2006). Turistik arz kaynaklarının değerlendirilmesine yönelik örgütlenmelerde; merkezi yönetim, yerel yönetimler, STK, üniversiteler, yerel

medya ve yerel özel sektör kuruluşları önemli paydaş katılımcılar olarak öne çıkmaktadırlar.

Kırsal alanlar üzerine turizm talebinin zamanla çeşitlenerek arttığı bir ortamda kırsal bölgelerin, hızlı bir sosyo-ekonomik dönüşüm süreci yaşaması olasıdır. Bu süreçte, paydaş katılımcıların, kırsal bölgelerin yerel ve ulusal düzeydeki çıkarlarına yönelik çalışmalarda yer almaları önem arz etmektedir. Özellikle, kontrol-düzenleme (arazi kullanımı, bina ve altyapıya ilişkin düzenlemeler), ekonomik yenilenme-kolaylaştırma (planlama desteği, mümkün olan konularda finansal teşvikler, ekonomik gelişime) ve sürdürülebilir gelişim-özel sektör ortaklığı (yöre halkının yaşam kalitesi, sürdürülebilir gelişim) çalışmalarında aktif rol üstlenmeleri, kırsal bölgelerde turizm faaliyetlerinin gelişimini ve sürdürülebilirliğini sağlayabilecektir.

Turizm çeşitlendirme ve tüm yıla yayma konusunda tarihi, doğal ve kültürel açılardan geniş imkanlara sahip ülkelerden bir tanesi de Türkiye'dir. Bu bağlamda, Türkiye'nin kırsal bölgeleri; potansiyel turizm zenginlikleri ile keşif edilmeyi beklemektedir. Ancak zengin potansiyeline rağmen kırsal bölgeler; turizme yönelik doğru uygulama araçlarının seçimi, planlı yaklaşım, eğitim, doğal ve kültürel çevrenin korunması konularında bir takım sıkıntılar yaşamaktadır. Bu süreçte, yaşanan sıkıntıların azaltılmasında ve aşılmasında yerel yönetimlerden yararlanılabilir. Kırsal bölgelerde yaşayan insanlar, yerel yönetimleri sorunlarının çözümünde kendine en yakın ve güvenilir paydaş kurum olarak kabul etmektedirler. Özellikle, yerel yönetim birimleri içerisinde demokratik seçimle oluşan yapılarından dolayı belediyeler, kentlerin turizmini geliştirmek ve turizm modellerini çeşitlendirmek adına aktif olarak görev alabilecek kurumlardır (Ağaoğlu, 1992; Ünal, 1992; Yeter, 1993; Long, 1994; Reed, 1997; Wilson vd., 2001; Andriotis, 2002; Azaklı, 2004; Baş vd., 2007; <http://www.southhams.gov.uk>). Bununla birlikte, belediye yetkilileri turizmle yeterince ilgilenmemektedirler (Hall, 1994; Jeffries, 2001). Bu olumsuz durumun nedenlerinin açığa çıkarılması ve halkın belediyelerden beklentilerinin gerçekleşmesine yönelik bilimsel araştırmalar önem arz etmektedir.

Literatürde kırsal bölgelerde sürdürülebilir ekonomik potansiyelin geliştirilmesi ve kaynakların sürdürülebilir kullanımı için paydaşlar arasında işbirliğinin önemine dikkat çekilmektedir (Hall ve McArthur, 1998; Wearing ve Neil, 1999; Tosun, 2000; Ritchie, 2001; Page ve Hall, 2002; Nuckolls ve Long, 2009; Tao ve Fuying 2009).

Sahibiyet, yasalar ve planlama yoluyla turizm sektörü üzerindeki politik kontrol süreci için paydaşların güçlendirilmelerine vurgu yapılmaktadır (Clark ve Chabrel, 2007: 373). Bu kapsamda, araştırma sonuçlarına ve hipotezlerin kabul ve kabul edilmeme durumlarına göre “*Kırsal Belediyeler İçin Turizm Güçlendirme Modeli*” önerilmiştir.

Önerilen güçlendirme modeli (Şekil 12) ile belediye başkanlarının turizme katılım düzeylerinin artırılması hedeflenmiştir. Model, kırsal bölge belediye başkanlarının turizme yönelik bilişsel ve duygusal tutumlarının düzeyini artırma ve etkili kurumlar olarak turizme katılımlarının teşvik edilmesi açısından önem arz etmektedir. Modelin geliştirilmesinde temel amaç; kırsal bölge belediye başkanları düzeyinde turizme yönelik yerel kapasiteyi ve motivasyonu artırmaktır. Ayrıca, turizme katılım araçları düzeyinde belediyeler ve diğer paydaş kurumları bilgilendirmeyi de amaçlamaktadır.

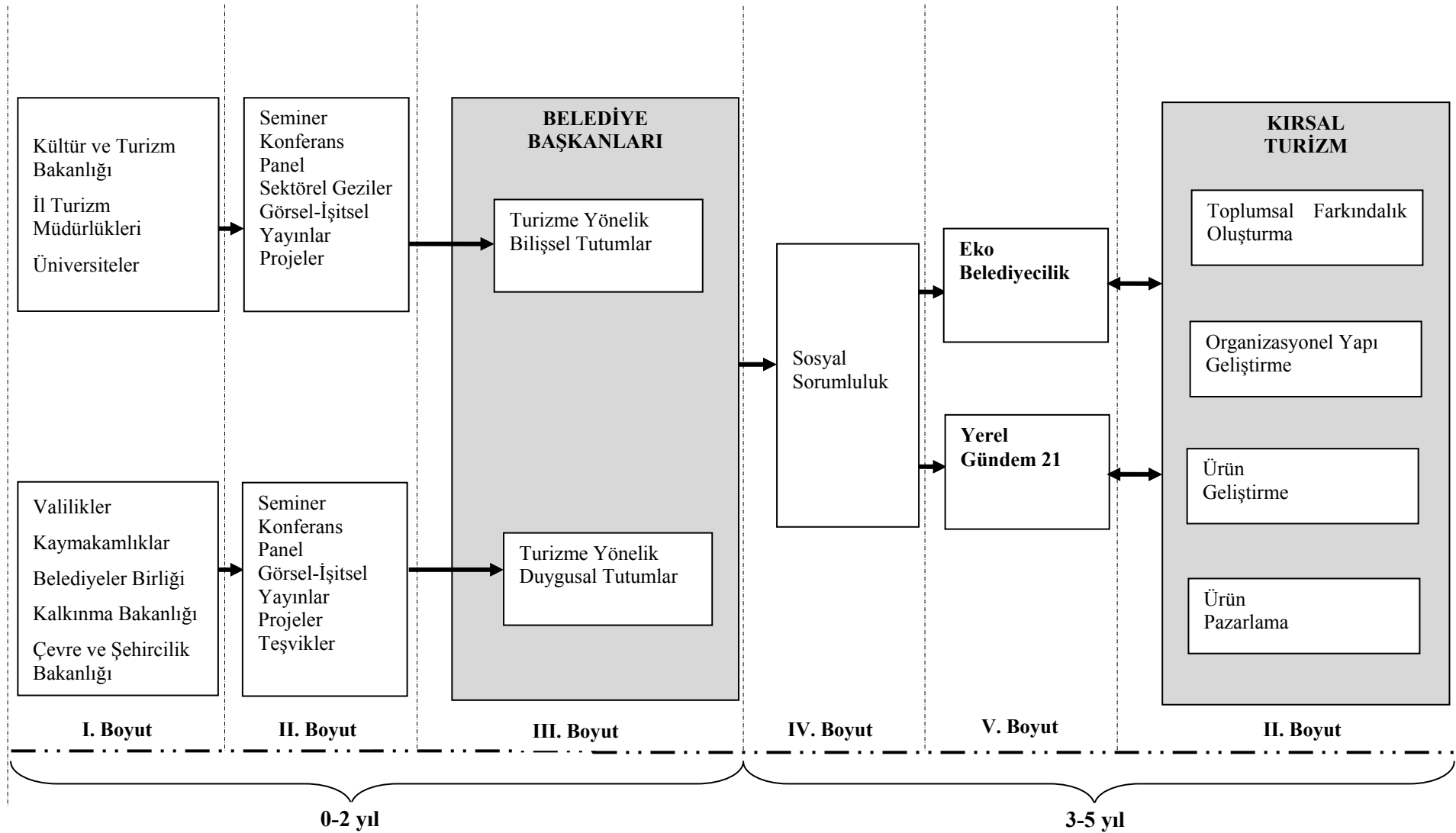
Araştırma sonuç modeli; kırsal belediye başkanlarının turizm konusunda güçlenmesinde etkili olabilecek paydaş kurumlar (Kültür ve Turizm Bakanlığı, il turizm müdürlükleri üniversiteler, valilikler, kaymakamlıklar, Türkiye Belediyeler Birliği, Kalkınma Bakanlığı ve Çevre ve Şehircilik Bakanlığı) güçlendirme araçları (seminer, konferans, panel, görsel-işitsel yayınlar, projeler, teşvikler), belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları (bilişsel, duygusal), sosyal sorumluk, turizme katılım araçları (YG-21, Eko-Belediyecilik) ve kırsal turizmin alt boyutları (toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme, ürün geliştirme ve ürün pazarlama) olmak üzere 6 boyutu kapsamaktadır;

Birinci boyut; belediye başkanlarının turizm bilgisi (bilişsel tutumlar) düzeyinde güçlendirilmesi için Kültür ve Turizm Bakanlığı, il turizm müdürlükleri ve üniversitelerin; belediye başkanlarının turizme katılımını teşvik edecek düşüncelerin (duygusal tutumların) oluşturulmasında ise valilikler, kaymakamlıklar, Türkiye Belediyeler Birliği, Kalkınma Bakanlığı ve Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’nın desteğini öngörmektedir. İkinci boyut; belediye başkanlarının turizm konusunda bilişsel ve duygusal düzeyde güçlenmesinde rol oynayabilecek güçlendirme araçlarını (seminer, konferans, panel, görsel-işitsel yayınlar, projeler, teşvikler) öne çıkarmaktadır. Üçüncü boyut; belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarında (bilişsel, duygusal) yapılacak iyileştirmelere, dördüncü boyut; turizm konusunda güçlenen belediye başkanlarının, sosyal sorumluluk kapsamında bilgi birikimlerini toplum ile paylaşımına, beşinci boyut; belediye başkanlarının turizme katılım sürecinde, bilgi ve tecrübe

paylaşımına yönelik olarak kullanabileceği katılım araçlarına (YG-21, Eko-Belediyecilik), altıncı boyut ise kırsal bölgelerde turizm gelişiminde rol oynayabilecek alt boyutlara (toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme, ürün geliştirme ve ürün pazarlama) yönelik güçlendirmelere dikkat çekmektedir.

Araştırma modeli için uygulama süresi 5 yıl olarak öngörülmüştür. Bu kapsamda, 0-2 yıllık dönem; belediye başkanlarını turizm konusunda güçlendirme, 3-5 yıllık dönem ise belediye başkanlarının kırsal turizm faaliyetlerine katılım aşaması olarak tasarlanmıştır. Bu duruma gerekçe olarak da Türkiye’de belediye başkanı ve meclis üyelerini belirlemeye yönelik demokratik seçimlerin 5 yılda bir tekrarlanması gösterilmiştir.

Türkiye’de belediye başkanı ve meclis üyeleri değiştiğinde plan, proje ve yönetim uygulamalarının da değiştiği genel bir gerçektir. Bu gerçekten hareketle, araştırma kapsamında, Türkiye’deki kırsal belediyeler için önerilen turizm güçlendirme modelinin uygulama başlangıç tarihi, etkililik ve verimlilik açısından 2014 yılı yerel seçimleri sonrası olarak öngörülmüştür:



Şekil 12: Kırsal Bölge Belediye Başkanları İçin Turizm Güçlendirme Modeli

Kırsal gelişim, doğal çevrenin korunması, eşitlik ve adalet ile geliştirilmiş bir yaşam düzeyi ve kırsal emeğin üretkenliği için bilinçli, çevresel değerlere saygılı, kırsal alanların sorunları, potansiyelleri ve öncelikleri doğrultusunda kırsal halkın ülke gelişmişliğinden ve refahından yerinde kalarak pay almasını öngören bir süreçtir. Bu süreçte gelişim projelerinin yürütülmesinde ilgili kuruluşlar arasında koordinasyon sağlanması, yararlanıcıların karar alma ve uygulama süreçlerine katılımı ve doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı önem arz eden unsurlardır (Kaypak, 2012: 26). Kırsal gelişimin önemli bir aracı olarak turizmin gelişmesinde dikkate alınması gereken en önemli husus; yerel halkın kırsal turizme hazırlanması sürecidir. Yerel alışkanlıklarla hizmet sektörünün gereklerini uyumlaştırmayı öngören bu süreçte, başarının anahtarı, kırsal turizm kapsamında gerekli eğitimlerin verilmesidir (Yazgan vd., 2012: 10). Bununla birlikte, kamu-özel sektör işbirliğinde yerel girişimcilik ruhunun harekete geçirilmesi de gerekir. Olası projelerle halkın turizme hazırlanması, bilinçlendirilmesi ve güveninin sağlanması çok büyük önem arz eder (Kurt, 2009: 90). Çünkü Türkiye’de yerel halk, kırsal turizme sıcak bakmasına rağmen kendine ait yaşam alanlarında turizme katılma konusunda çekimser kalmaktadır. Bu kapsamda, yerel halkın girişimcilik ruhu yükseltilmeli ve kırsal turizmde kendi işletmesini açma imkanı sağlanmalıdır. Kırsal bölgelerde yöre halkının kırsal turizme daha aktif katılımının sağlanması ve halkın kırsal turizm konusunda bilinçlendirilmesi için devlet yeni projeler geliştirmelidir (Uçar vd., 2012: 80-81).

Literatürde görüldüğü üzere kırsal turizm boyutunda sürdürülebilirlik, eğitim, bilinçlendirme, yerel halkın ve turistlerin ihtiyaçlarını uyumlaştırma ve kamu-özel sektör ortaklığı önem arz eden konulardır. Bu süreçte, belediyelerden yararlanmak akılcı bir çözüm olarak görülebilir. Belediyeler, yörelerinde turizm geliştirme ve çeşitlendirme adına aktif görev alabilirler (Azaklı ve Özgür, 2004; Öztürk ve Ayaz, 2010; Öztürk, vd., 2012).

Yukarıda belirtilen sonuçlar ve oluşturulan model çerçevesinde, kırsal belediye başkanlarının turizm konusunda etkililiğini ve verimliliğini artırma bağlamında sunulabilecek öneriler ise şu şekilde özetlenebilir:

- Araştırma sonuçlarına göre orta düzeyde pozitif bir ilişki ile belediye başkanlarının kırsal turizmi etkileyebileceği tespit edilmiştir. Bu ilişkinin

düzeının yükseltilebilmesi için belediye başkanlarının turizm konusunda güçlendirilmesi gerekmektedir. Belediye başkanlarının turizm konusunda güçlendirilmesinde araştırma kapsamında geliştirilen “Kırsal Bölge Belediye Başkanları İçin Turizm Güçlendirme Modeli “ kullanılabilir.

- Araştırma bulgularına göre kırsal belediye başkanlarının turizme katılım istekleri (duygusal tutumları), turizm bilgi düzeylerinden (bilişsel tutumlarından) daha yüksek düzeyde bulunmuştur. Bu durum, kırsal belediye başkanlarının turizm konusunda etkin rol almak istediklerini, ancak bilgi eksikliği nedeniyle turizme katılım göstermedikleri şeklinde yorumlanabilir. Bu kapsamda, belediye başkanlarının turizm bilgi düzeyleri, Kültür Turizm Bakanlığı, il turizm müdürlükleri ve üniversiteler vasıtasıyla gerçekleştirilecek seminer, konferans, panel, sektörel gezi, görsel- işitsel yayınlar ve projelerle güçlendirilebilir. Bununla birlikte, turizme katılım istekleri de; valilikler, kaymakamlıklar, Kalkınma Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı ve Türkiye Belediyeler Birliği tarafından sağlanacak seminer, konferans, panel, proje ve teşvik programları ile daha da artırılabilir.
- Araştırmaya dahil belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının belediyenin türü bakımından farklılaştığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda, ilçe belediye başkanları; belde belediye başkanlarına göre turizm konusunda daha bilinçli olup, bilgi birikim düzeyleri daha yüksektir. Oysaki belde belediyeleri, küçük köy ve kasaba atmosferi ile kırsal turizm açısından daha öne çıkartılması gereken birimlerdir. Bu kapsamda, ulusal planlama çalışmalarında ve hükümet politikalarında belde belediyelerinin kırsal turizm konusunda desteklenmesini sağlayacak faaliyetlere yer verilmesi yararlı sonuçlar üretebilecektir.
- Belediye başkanlarının kırsal turizm bağlamında en çok duyarlılık gösterdikleri alt boyut; organizasyonel yapı geliştirme çalışmaları olmuştur. Diğer kurumlarla birlikte turizme yönelik çalışmalar yapmayı öngören organizasyonel yapı geliştirme çalışmaları kapsamında belediye başkanlarının, kamusal kurumlar (Kültür ve Turizm Bakanlığı, valilik, il turizm müdürlüğü, il özel idaresi, kaymakamlık, üniversiteler) ile işbirliğini tercih etmeleri dikkat çekicidir. Oysaki turizme yönelik organizasyonel yapıların STK ile desteklenmesi sürdürülebilirlik açısından önem arz etmektedir. Bu kapsamda, belediyelerin STK (vakıflar, dernekler, meslek odaları, diğer akademik kuruluşlar,

kooperatifler, birlikler, sendikalar) ile ilişkilerinin güçlendirilmesi ve daha çok ortak faaliyete teşviki sağlanmalıdır.

- Kırsal turizm alt boyutları içerisinde ürün geliştirme ve ürün pazarlama çalışmaları, belediye başkanlarının en zayıf oldukları alanları oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında incelenen 460 belediyeden sadece 193'ü ürün geliştirme çalışması ve sadece 197'si ürün pazarlama çalışması yaptıklarını beyan etmiştir. Bu kapsamda, turizme yönelik ürünlerin geliştirilmesi ve pazarlanması konusunda belediye başkanlarının güçlendirilmesi gerekmektedir. Güçlendirme sürecinde ürün geliştirme ve ürün pazarlama için üniversiteler bilgi düzeyinde, Kültür ve Turizm Bakanlığı ise uygulama düzeyinde önemli destek birimleri olarak görülebilir. Üniversiteler, yaygın eğitim yöntemleri (kurs, seminer, konferans, panel, vb.) ile belediyeleri turistik ürün geliştirme ve ürün pazarlama konularında bilgilendirebilirler. Kültür ve Turizm Bakanlığı ise ulusal ve uluslararası fuar ve gezilere belediyeleri davet edebilir.
- Belediye başkanlarının turizm faaliyetlerine katılımını, belediye başkanının liderlik yeteneği, tutum ve davranışları şekillendirdiği düşünülmektedir (Öztürk ve Ayaz, 2010: 331). Araştırmaya dahil belediye başkanlarının demografik özellikleri; eğitim durumu, turizm alanında eğitim alma durumu, turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu ve turizm sektöründe çalışma durumlarında anlamlı farklılıklar göstermektedir. Kırsal bölge belediye başkanlarının turizme yönelik tutumların şekillenmesinde, örgün veya yaygın eğitim türünde herhangi bir düzeyde aldığı eğitim, turizm amaçlı çalışmaları daha fazla benimsemesinde ve desteklemesinde belirleyici olmaktadır. Bu kapsamda, kırsal bölge belediye başkanları, meclis üyeleri ve diğer belediye personeli, üniversitelerin desteğinde yürütülecek yaygın eğitim yöntemleri (kurs, seminer, konferans, panel, vb.) ile turizm konusunda güçlendirilmelidir.
- Araştırmaya dahil belediyelerin karakteristik özelliklerinin; kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu ve turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüm düzeyinde farklılaştığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda, belediyeler; kent konseyi oluşturma, turizm çalışma grubu oluşturma ve turizm eylem planını oluşturma konularında güçlendirilmelidirler. İlk adım olarak da bünyelerinde turizm faaliyetleri için

ayrı bir bölüm oluşturulmalıdırlar. Bu bölüm aracılığı ile belediyelerin kent konseylerine dahil olmaları, turizm çalışma grubu ve turizm eylem planı oluşturmaları kolaylaşabilecektir. Bu kapsamda, belediyelere lisans veya lisansüstü düzeyde turizm eğitimi almış elemanlar için kadro tahsisi sağlanmalıdır.

- Kırsal bölgelerin gelişimi için sınırlı fon kaynağı olup, bu kaynakların yatırımlar için akıllıca kullanılması gerekmektedir. Toplumun tümünün yararını gözetecek koordineli yatırımlar geliştirilmesi oldukça önem arz etmektedir. Bu kapsamda, kırsal bölge belediyelerinin turizm gelirlerinden pay almasının sağlanması, sınırlı fon kaynakları için önemli girdi olabilecektir. 25.09.2006 tarihinde yayınlanan İl Özel İdareleri ve Belediye Gelirleri Kanun Tasarısı ile gündeme taşınan, ancak uygulamada kendine yer bulamayan “konaklama vergisi”, turizm bölgelerindeki belediyelerin yaşamış olduğu kaynak sorununa bir çözüm olabilecektir. Konaklama vergisi, hali hazırda AB ülkelerinde uygulanmakta, turizm işletmelerinde konaklama yapan her misafir, konaklama ücretine ilaveten %1 oranında belediyelere vergi ödemektedirler.
- Türkiye’de turizme yönelik politikalar, genelde merkezi yönetim birimleri tarafından formüle edilmekte ve alt yönetim birimlerince uygulanması beklenmektedir. Bu durum, uygulayıcı alt birimler düzeyinde yönetsel sıkıntılar oluşturabilmektedir. Kırsal bölgelerin gelişimi ve kırsal toplulukların ihtiyacı doğrultusunda altyapı, ulaşım, iletişim, enerji verimliliği ve yaşam kalitesini artıracı planların geliştirilmesinde, yerel kapasiteyi ve motivasyonu güçlendirme adına belediyelerin dahiliyeti sağlanmalıdır.
- Belediyelere destinasyon olmanın önemi iyi anlatılmalı ve coğrafi bakımdan birbirine yakın belediyelerin başkanları ortak turizm destinasyonları oluşturma yönünde teşvik edilmelidirler. Bu süreçte, üniversiteler ile belediyeler arasında işbirliği çalışmaları artırılmalıdır. SWOT analiz çalışmaları başta olmak üzere, turizm planlaması, turizm eğitimi ve turizm işletmeciliği konularında ortak faaliyetler gerçekleştirilmelidir.
- Türkiye’nin AB adaylık sürecinde kırsal turizm gelişimi destekleyen fonlar önemli bir fırsat olarak görülebilir. Bu bağlamda, kırsal belediyelere AB destekli

fonların kullanımı iyi anlatılmalı ve yörelerine uygun turizm projeleri geliştirmede bu fonları kullanma yönünde teşvikleri sağlanmalıdır.

- AB, kırsal bölgelerinde turizm faaliyetlerin gelişimine destek sağlamak amacıyla, birlik düzeyinde bir dizi çalışma (kırsal turizme yönelik ürün ve hizmetlerde kalitenin artırılması, yerel kırsal turizm işletmelerine broşür ve yayınlarla daha fazla bilgi aktarımı, kırsal turizmde başarılı olan yörelerin topluluk düzeyinde örnek gösterilmesi, tanıtım desteği sağlanması, birlik düzeyinde işbirliğinin geliştirilmesi, bilgi ve tecrübelerin paylaşımı, pilot bölge uygulamaları, mesleki eğitim çalışmaları) yürütmektedir (Paksoy, 2005: 81). Bu çalışmalar yapısal olarak incelendiğinde tamamına yakınının kırsal bölge belediyelerinin ilgisine ve desteğine bağlı olduğu söylenebilir. Bu kapsamda, yörelerinde turizm gelişimini düşünen belediyelerin başkanları AB tarafından önerilen turizm faaliyetlerinin gelişimine yönelik çalışmaları bünyelerine taşımalıdır.
- Kırsal yaşamı yerinde tanıma olanağı sağlayan kırsal turizm, turist için eğitici yönü bulunan bir turizm çeşididir. Kırsal turizm kapsamında gerçekleşen faaliyetlerde (çiftlikte-tarlada çalışma, halı-kilim dokumacılığı, zeytinyağı-şarap imalatı, çömlek yapımı, kültürel çiçek yetiştiriciliği vb.) turistlere katılım fırsatı sağlanması kırsal turizmin pedagojik eğitim yönünü öne çıkartır (Tarlak, 2007: 37). Bu bağlamda, belediyeler turistlere kırsal turizm amaçlı pedagojik eğitimlerin verilmesinde yöreye özgü kültürle özleşen kurumsal yapılarıyla öne çıkabilirler.
- Kırsal turizm kapsamında Avrupa’da öne çıkan güzel uygulamalardan bir tanesi de “ekomüze” oluşturulmasıdır. Bu kapsamda, pilot olarak seçilen köyler, kültürel geçmişi ve tüm gerçekliği (mimari, ekonomik etkinlikleri, yerel festivalleri, mutfağı vb.) ile canlandırılmaktadır. Yerel kültürü yakinen tanıma ve yerel halk ile kolay ilişki kurabilme özellikleri ile belediye başkanları, “ekomüze” oluşturulmasında ve sürdürülebilirliğinde önemli rol oynayabilecek önemli yerel yetkililer olarak değerlendirilebilir. Bu kapsamda merkezi hükümetin politik ve finansal teşviki ile belediye başkanları yörelerinde “ekomüze” oluşturma konusunda desteklenebilirler.

Bu araştırmada, belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının kırsal turizme etkisi boyutunda kavramsal bir yapı oluşturulmuştur. Araştırmanın kendi turizmini oluşturmayı düşünen belediye yöneticileri için yol gösterici olabileceği düşünülmektedir. Ancak, tüm araştırmalarda olduğu gibi bu araştırmada da bazı sınırlamalar bulunmaktadır. Bu bağlamda, bundan sonra yapılacak benzer araştırmalarda bu çalışmada elde edilen bulguların geliştirilebilmesi ve genelleştirilebilmesi için araştırmacıların aşağıdaki hususları dikkate almaları yararlı olabilecektir:

- Araştırma kapsamında gerçekleştirilen literatür incelemesinde, kırsal turizm ile ilgili çalışmaların makro boyutta ele alındığı ve öneriler geliştirildiği gözlemlenmiştir. Halbuki kırsal turizmin daha küçük alt boyutlarla (toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme, ürün geliştirme, ürün pazarlama, eğitim, vb.) ele alınması Türkiye’de kırsal turizmin gelişimine daha çok yön verebilecektir.
- Yapılan çalışmada belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının kırsal turizm alt boyutları olarak kabul edilen; toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapılar geliştirme, ürün geliştirme ve ürün pazarlama üzerine etkisi araştırılmıştır. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda; kırsal turizmin başka alt boyutları (insan kaynakları, eğitim, kalite vb.) üzerine etkisinin araştırılması kırsal turizme yönelik farklı bakış açıları geliştirebilecektir.
- Bu araştırmada, belediye başkanlarının turizme yönelik olumlu bilişsel ve duygusal tutumları üzerinden hareket edilmiştir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda turizme yönelik olumsuz bilişsel ve duygusal tutumlara yer verilmesi, belediye başkanlarının kırsal turizme olan etkisini belirlemede daha farklı bir perspektiften yeni sonuçlar üretebilecektir.
- Araştırmada örneklem kitlesi olarak kırsal belediye başkanları seçilmiştir. Dolayısıyla, araştırma bulgularının farklı yerel yönetim birimlerinde uygulaması halinde değişebilmesi mümkündür. Bu nedenle kırsal bölgelerde turizm gelişimi bağlamında farklı yönetim birimi (il özel idareleri, kaymakamlıklar, STK, vb.) yöneticileri için araştırma kapsamında geliştirilen ölçeklerin kullanılması farklı öngörülerin oluşmasına yardımcı olabilecektir.

- Yapılan çalışmada belediye başkanlarının demografik özellikleri kapsamında; cinsiyet, yaş, eğitim durumu, belediye başkanlık dönemi, belediye başkanı seçilmeden önceki mesleği, temsil ettiği siyasi parti, turizm alanında eğitim alma durumu, turizm amaçlı seminer ve konferansa katılım durumu, turizm amaçlı geziye katılım durumu ve turizm sektöründe çalışma durumları ve belediyelerin karakteristik özellikleri kapsamında; belediyenin türü, bulunduğu bölge, kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu ve turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüme göre turizme yönelik tutumlarının kırsal turizm ile olan ilişkisi araştırılmıştır.

Bundan sonraki çalışmalarda belediye başkanlarının farklı demografik özellikleri (medeni durum, gelir durumu vb.) ve belediyelerin farklı karakteristik özellikleri (ulusal ve uluslararası organizasyonlara üyelik durumu, bütçesi, personel sayısı, nüfus yoğunluğu, vb.) baz alınarak turizme yönelik tutumlarının ve kırsal turizm ile olan ilişkilerinin araştırılması yararlı sonuçlar doğurabilecektir.

Bu araştırma sonuçları göstermiştir ki belediye başkanlarının turizme yönelik tutumları; kırsal turizm alt boyutlarını (toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme, ürün geliştirme, ürün pazarlama) orta düzeyde olmak üzere etkilemektedir. Bu sonuç, kırsal bölgelerde turizm gelişiminde süreç hızlandırıcı bir lider olarak belediye başkanlarından yararlanılabileceğini göstermektedir. Bununla birlikte, kırsal bölgelerde turizm gelişim sürecinde etkili sonuçlar elde edebilmek için kırsal turizm konusunda orta düzeyde yeterliliğe sahip bulunan belediye başkanlarının turizme yönelik tutumlarının güçlendirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda araştırma kapsamında önerilen “*Kırsal Bölge Belediye Başkanları İçin Turizm Güçlendirme Modeli*” kullanılabilir.

KAYNAKÇA

- AbdulRazek, T. M. (2009). The effect of tourism on sustainable development in rural areas (Slovenia-case study). Web: <http://www.fm-kp.si/zalozba/ISBN/978-961-266-047-5/abstracts/MIC4272.pdf> adresinden 18 Ekim 2011'de alınmıştır.
- Ağaoğlu, O. K. (1992). Yerel yönetimler ve turizm. *Anatolia Turizm, Çevre ve Kültür Dergisi*, 3(4), 18-23.
- Ahipaşaoğlu, S. ve Çeltek, E. (2006). *Sürdürülebilir Kırsal Turizm*. İ. Arıkan (Editör). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Akça, H., Esengün, K. ve Sayılı, M. (2000). Kırsal alanların kalkındırılmasında kırsal turizmin rolü. *Türk-Koop Ekin Dergisi*, (12), 82-91.
- Akça, H., Sayılı, M. ve Esengün, K. (2004). Türkiye'de kırsal kalkınma modelleri arayışında kırsal turizm yaklaşımı önerisi. *Üçüncü Sektör Kooperatifçilik Dergisi*, (145), 1-13.
- Akış, S. (1999). Sürdürülebilir turizm ve Türkiye. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Mart-Haziran, 36-46.
- Alexander, N. and McKenna, A. (1998). Rural tourism in the heart of England. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(5), 203-207.
- Alodalı, M. F. B., Özcan, L., Çelik, F. ve Usta, S. (2007). Avrupa yerel yönetimler özerklik şartı ve Türkiye'de belediyelerde özerklik. *Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi Yerel Ekonomi Özel Sayısı*, Mayıs, 1-11.
- Alpar, R. (2011). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altundağ, H. (2008). AB kırsal kalkınma politikasında Leader yaklaşımının yeri ve Türkiye'de uygulamaya yönelik yapılan çalışmalar, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Ankara: Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı.
- Andriotis, K. (2002). Local authorities in Crete and the development of tourism. The *Journal of Tourism Studies*, 13(2), 53-62.
- Arahi, Y. (1998). Rural Tourism in Japan: The regeneration of rural communities. Rural Life Research Institute, Tokyo, Japan. 1-13. Web: <http://www.agnet.org/library/eb/457/> adresinden 30 Mart 2010'de alınmıştır.
- Argandoña, A. (2010). Corporate social responsibility in the tourism industry: Some lessons from the Spanish experience. Web: www.iese.edu/research/pdfs/DI-0844-E.pdf adresinden 20 Şubat 2012'de alınmıştır.
- Arıkan, R. (2000). *Araştırma Teknikleri ve Rapor Yazma*. Ankara: Gazi Kitabevi.

- Ashley, C. (2000). The Impacts of Tourism on Rural Livelihoods: Namibia's Experience. Web: <http://www.odi.org.uk/resources/download/2035.pdf> adresinden 16 Ekim 2011'de alınmıştır.
- Ateş, M. (2005). Avrupa'da sosyal diyalogun kuramsal yapısı: AB ekonomik ve sosyal komitesi. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 5(1), 45-66.
- Avcıkurt, C. (2003). *Turizm Sosyolojisi: Turist-Yerel Halk Etkileşimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Avcıkurt, C. ve Köroğlu, Ö. (2008). Kırsal turizm. N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Editörler). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. (s.61-82). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Ayaz, N., Artuğer, S. ve Türkmen, F. (2009). Tarihi Zela (Zile) İlçesindeki Yerel Halkın Turizme Bakış Açılarını Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Fakültesi Dergisi*, (2), 103-124.
- Ayaz, N., Yeşiltaş, M. ve Türkmen, F. (2012). Turizm eğitimi alan öğrencilerin kırsal turizme bakış açıları ve algıları üzerine bir araştırma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 103-112.
- Aydın, E. ve Selvi, M. S. (2012). Kırsal turizm tanıtımında yerel paydaşların rolü: Arhavi örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 133-144.
- Azıklı, S. ve Özgür, H. (2004). Belediyelerin turizme yönelik ve turizmi etkileyen hizmetleri. A. Yüksel ve M. Hançer (Editörler). *Turizm İlkeler ve Yönetim*. (s.121-142). Ankara: Turhan Kitabevi.
- Bakırcıoğlu, R. (1994). *İlköğretim Ortaöğretim ve Yükseköğretimde Rehberlik ve Psikolojik Danışma*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Bal, H. (1995). *Turizmin Kırsal Toplumda Aile İçi İlişkilere Etkisi (Antalya'nın Üç Köyünde Karşılaştırmalı Bir Araştırma)*. İstanbul: Doğa-İnsan Yayınları 1.
- Balcı, A. (1995). *Sosyal Bilimlerde Araştırma*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi.
- Baş, M., Kılıç, B. ve Güçer, E. (2007). Türkiye'de yerel yönetimler ve turizm. *Mevzuat Dergisi*, Kasım 9(119), 1-12. Web: <http://mevzuatdergisi.com/> adresinden 4 Haziran 2010'de alınmıştır.
- Baş, T. ve Akturan, U. (2008). *Nitel Araştırma Yöntemleri NVivo 7.0 ile Nitel Veri Analizi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Baykan, E. (2007). Turizmin Yerel kültür üzerindeki etkilerinin yöre halkı tarafından algılanması (Ürgüp yöresine yönelik bir uygulama), Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Beaumont, N. and Dredge, D. (2010). Local tourism governance: A comparison of three network approaches. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(1), 7-28.

- Bertucci, G. (2002). Strengthening local governance in tourism-driven economies. International Colloquium on Regional Governance and Sustainable Development in Tourism-driven Economies, Cancun, Q.R., Mexico, 20-22 February.
- Beyhan, E. (2008). Yönetişim ve yerel yönetimler. *Yerel Siyaset*, (31), 56-60. Web: <http://www.yerelsiyaset.com/pdf/temmuz2008/14.pdf> adresinden 02 Temmuz 2010'de alınmıştır.
- Bostancı, S. H. (2011). Kent konseylerinin Eko-Belediyecilik vizyonuna katkıları. E. B. Keskin (Editör). *Kent Konseyleri Sempozyum Bildiri Kitabı*. (s.250-264). Bursa: Bursa Kent Konseyi Bilimsel Yayınlar Dizisi -1
- Boyd, S. W. and Singh, S. (2003). Destination communities: structures, resources and types. In S. Singh, D. J. Timothy and R. K. Dowling (Eds.), *Tourism In Destination Communities*. (p.19-33). London: CABI Publishing.
- Bozkurt, Ö. ve Ergun, T. (1998). *Kamu Yönetimi Sözlüğü*. Ankara: TODAİE Yayın No: 283.
- Bramwell, B. and Sharman, A. (1999). Collaboration in local tourism policymaking. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 392-415.
- Briedenhann, J. (2007). The role of the public sector in rural tourism: Respondents' views. *Current Issues in Tourism*, 10(6), 584-607.
- Burr, S. W. (1997). It's real sustainable rural tourism development: case studies from the Heartland. *Northeastren Recreation Research Symposium (General Technical Report NE-241)*, 108-111.
- Butler, R. W. (1999). Problems and issues of integrating tourism development. In D. G. Pearce and R. W. Butler (Eds.), *Contemporary Issues in Tourism Development*. (p.65-80). London: Routledge.
- Büyüköztürk, Ş. (2007). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı: İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum*. Ankara: Pagem A Yayıncılık.
- Büyüköztürk, Ş., Çokluk, Ö. ve Köklü N. (2012). *Sosyal Bilimler İçin İstatistik*. (10. Baskı). Ankara: A Pagem Akademi.
- Byrd, E. T. (2007). Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: applying stakeholder theory to sustainable tourism development. *Tourism Review*, 62(2), 6-13.
- Byrd, E. T., Cardenas, D. A. and Dregalla, S. E. (2009). Differences in stakeholder attitudes of tourism development and the natural environment. *e-Review of Tourism Research (eRTR)*, 7(2), 39-51.
- Cai, L. A. (2002). Cooperative Branding for rural destinations. *Annals of Tourism Research*, 29 (3), 720-742.
- Cai, L. A. and Li, M. (2009). Distance-segmented rural tourists. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, (26), 751-761.

- California Travel and Tourism Commission. (2007). *Rural Tourism Strategic Plan*. California.
- Campanhola, C. and Graziano da Silva, J. (1999). Tourism in the rural area as a new opportunity for small farmers. *Texto para Discussão*. IE/UNICAMP n. 72, June. Web: <http://www.eco.unicamp.br/Downloads/Publicacoes/TextosDiscussao/texto72.pdf> adresinden 5 Haziran 2011’de alınmıştır.
- Campbell, L. M. (1999). Ecotourism in rural developing communities. *Annals of Tourism Research*, 26(23), 534-553.
- Casagrande, C. (2004). Yerel birimlerin yerel gelişmedeki rolü: Fransa örneği. *Yerel Kalkınmada Belediyelerin Rolü*. (s.79-90). İstanbul: Pendik Belediyesi Kültür Yayınları 21.
- Cater, E. and Goodall, B. (1992). Must tourism destroy its resource base? In A. Mannion and S. Bowlby (Eds.), *Environmental Issues in the 1990s*. (p.309-323). Chichester: John Wiley and Sons.
- Cawley, M., Gaffey, S. and Gillmor, D. A. (2002). Localization and global reach in rural tourism: Irish evidence. *Tourist Studies*, 2 (1), 63-86.
- Cawley, M. and Gillmor, D. A. (2008). Integrated rural tourism: Concepts and practice. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 316-337.
- Chambers, R. (1983). *Rural Development: Putting The Last First*. London-Lagos-New York: Logman.
- Choi, H. C. and Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism Management*, (27), 1274-1289.
- Clarke, J. (1997). A framework of approaches to sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(3), 224-233.
- Clark, G. and Chabrel, M. (2007). Measuring integrated rural tourism. *Tourism Geographies*, 9(4), 371-386.
- Claudia, J. and Gürsoy, D. (2004). Distance effects on residents’ attitudes toward tourism, *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296-312.
- Clulow, V. (2005). Futures dilemmas for marketers: Can stakeholder analysis add value? In M. J. Polonsky (Ed). *Stakeholder Thinking in Marketing*. (p.978-997). Bradford, GBR: Emerald Group Publishing Limited.
- Cooper, C. and Hall, C. M. (2008). *Contemporary Tourism: An International Approach*. (First Edition). London: Elsevier Ltd.
- Çağlar, R. (2009). Bölgesel kalkınma planlamasında yeni bir fikir “yerelde merkezileşme”. 3. *Bölgesel Kalkınma ve Yönetişim Sempozyumu Bildiri Kitabı*. (1. Basım). Ankara: Matsa Basımevi.

- Çetin, M. (2006). Yerel kalkınma ajansları. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 6(2), 127-139.
- Çetin, M. (2007). Yerel ekonomik kalkınma yaklaşımı ve uluslararası organizasyonlar. *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14(1), 153-170.
- Çıracı, H., Turgut, S. ve Kerimoğlu, E. (2008). Sürdürülebilir turizm gelişimi için bir yönetim modeli önerisi: Frig vadisi örneği. *İTÜ Dergisi/a*, 7(2), 89-102.
- Darıcı, B. (2008). Yerel kalkınma'da küresel yaklaşımlar ve Türkiye'nin konumu. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ. İ. B. F. Dergisi Yerel Ekonomiler Özel Sayısı*, 215-221.
- Daub, C. H. and Ergenzinger, R. (2005). Enabling sustainable management through a new multi-disciplinary concept of customer satisfaction. In M. Jay (Ed). *Steakholder Thinking in Marketing*. (p.998-1012). Bradford, GBR: Emerald Group Publishing Limited.
- Demir, C. ve Çevirgen, A. (2006). *Ekoturizm Yönetimi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Demircioğlu, G. (1993). Kırsal turizm nedir? *Anatolia Turizm, Çevre ve Kültür Dergisi*, Eylül-Ekim (5), 8-10.
- Dettoni, D. G., Paba, A. and Pulina, M. (2004). European rural tourism: Agrotouristic firms in Sardinia and their life cycle. Working Papers. Centro Ricerche Ecomiche Nord Sud, Università di Sassari 2004(3), CUEC.
- Diamantis, D. and Ladkin, A. (1999). The links between sustainable tourism and ecotourism: A definitional and operational perspective. *The Journal of Tourism Studies*, 10(2), 35-46.
- Dinçer, İ. F. (1997). *Avrupa Birliğinde Turizm ve Uygulanan Politikalar*. İstanbul: Der Yayınları.
- Doğan, S. (2007). Turizmin bölgesel kalkınmaya sağladığı katkılar ve Göller Bölgesi uygulaması, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- DPT (2000a). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Yerel Yönetimler Özel İhtisas Komisyon Raporu*. Ankara: DPT Yayınları.
- DPT (2000b). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Kırsal Kalkınma Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. Ankara: DPT Yayınları Yayın No: 2522, ÖİK:538.
- DPT (2006a). *Dokuzcu Kalkınma Planı*. Ankara: DPT Yayınları.
- DPT (2006b). *Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi*. Ankara: DPT Yayınları.
- DPT (2007). *Dokuzuncu Kalkınma Planı 2007-2013, Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. Ankara: DPT Yayınları Yayın No: 2727, ÖİK:679.
- Dönmez, M. (1996). *Mahalli İdarelerin Teşkilat Yapısı, Organları ve Görevleri*. Ankara: Mahalli İdareler Derneği Yayınları.

- EC (1999). *Towards Quality Rural Tourism*. Brussels: Enterprise Directorate General Tourism Unit.
- EC (2004). How to Set up a Tourism Learning Area. Web: http://www.ecotrans.org/learning-areas/htm/eur_how.htm adresinden 31 Mayıs 2011'de alınmıştır.
- EC (2006). *The Leader Approach A Basic Guide*. Belgium, Web: http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leaderplus/pdf/factsheet_en.pdf adresinden 7 Kasım 2009'de alınmıştır.
- Edmunds, M. (1999). Rural tourism in Europe. *Travel and Tourism Analyst*, (6), 37-50.
- Elliot, J. (1997). *Politics of Tourism*. London, UK: Routledge
- Emekli, G. (2005). Avrupa Birliği'nde turizm politikaları ve Türkiye'de kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, (12), 99-107.
- Eraydın, A. (2004). Bölgesel kalkınma kavram, kuram ve politikalarında yaşanan değişimler. *Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu Cilt 1*. 126-146.
- Eraqi, M. (2010). Rural tourism quality: Fayoum as a rural tourist destination in Egypt. *International Journal Tourism Anthropology*, 1(1), 70-86.
- Erdoğan, N. (2003). *Çevre ve (Eko) turizm*. Ankara: Erk Yayınları.
- Eren, E. (2000). *İşletmelerde Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Eren, R. ve Aypek, N. (2012). Kırsal turizm bölgesinde yerel halkın turizmin gelişimine karşı tutumları: Cumalıkızık köyü örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 43-47.
- Erkuş, H. Ö. (2006). Kurumların yerel ve küresel ilişkileriyle tanımlanan alternatif bir turizm kalkınması anlayışı., N. Kozak ve M. Kozak (Editörler). 3. *Lisansüstü Öğrencileri Bildiri Kitabı*. (s.688-704), Sistem Ofset: Ankara.
- Erkuş, H. Ö. (2008). The role of local and global networking for tourism firms and clusters: The case of Antalya. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Ankara.
- Erten, M. (1999). *Nasıl Bir Yerel Yönetim*. İstanbul: Anahtar Yayınları.
- Ertuğrul, F. (2008). Paydaş teorisi ve işletmenin paydaşları ile ilişkilerinin yönetimi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (31), 199-223.
- Ertuna, B., Güney, S., Güven, Ö. ve Aydemir, N. (2012). Yerel halkın kırsal turizm gelişimine katılma isteğini etkileyen unsurlar: Kastamonu örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 59-66.

- Eruera, A. (2008). Rural tourism development in The Eastern Hokianga area. Unpublished Master's Thesis, Auckland University of Technology in partial fulfillment of degree of Masters of Business (Tourism), New Zealand.
- EU (2006). *Synthesis Report on Rural Development in EU-Turkey*. Brussels: REX/219.
- EU (2007). *IPA Rural Development (IPARD) Programme for Turkey*. Brussels: MEMO/07/609.
- EU-Turkey Joint Consultative Committee (2005). *Working on Rural Development*. Brussels: REX/213
- Farrell, H. and Russell, S. (2011). Rural tourism. In P. Robinson, S. Heitmann and P. Dieke (Eds). *Research Themes for Tourism*. (p.100-113), CAB International: UK.
- Garay, L., Cànoves, G. and Duro, J. A. (2011). Rural tourism in Spain, from fordism to post-fordism. In M. D. Alvarez, C. A. Genç, B. Hatipoğlu, D. Salman and D. Ünalın (Eds). *Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management Conference Proceedings*. (p.553-559), İstanbul.
- George, E. W., Mair, H and Reid, D. G. (2009). *Rural Tourism Development Localism and Cultural Change*. Bristol-Buffalo-Toronto: Channel View Publications.
- Georgiev, I. Soysal, I. and Ivanova, D. (2006). Feasibility of alternatives in rural tourism in Strandja Region. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 3(2). 205-212.
- Giray, F. H., Akın, A. ve Gün, S. (2004). Kırsal kalkınmada yeni perspektifler. Türkiye VI. Tarım Ekonomisi Kongresi, 16-18 Eylül, Tokat, 161-168.
- Godde, P. (2000). *Tourism and Development in Mountain Regions*. Wallingford-Oxon-GBR: CABI Publishing.
- Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B. and McIntosh, R. W. (2000). *Tourism Principles Practices Philosophies*. (Eighth Edition). New York-Chichester-Weinheim-Brisbane-Singapore-Toronto: John Wiley & Sons Inc.
- Göymen, K. (2000a). Tourism and governance in Turkey. *Annals of Tourism Research*, 27(4), 1025-1048.
- Göymen, K. (2000b). Türkiye’de Yerel Yönetimler ve Yönetişim: Gereksinimler, Önergeler, Yönelimler. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 9(2), 3-13.
- Göymen, K. (2004). Yerel kalkınma önderi ve paydaşı olarak belediyeler. *Yerel Kalkınmada Belediyelerin Rolü*. (s.21-30). İstanbul: Pendik Belediyesi Kültür Yayınları 21.
- Grolleau, H. (1996). Putting feelings first. In *Marketing quality rural tourism: The experience of LEADER I*. Bruxells: LEADER European Observatory.
- Gül, H. (2004). Ekonomik kalkınmada yerel alternatifler. *Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu Cilt 1*, 201-219.

- Gül, M. (2011). Yerel yönetimlerde sosyal sorumluluk faaliyetlerinin seçmen davranışlarına etkileri: Kayseri Büyükşehir Belediyesi örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Gülbahar, O. (2009). Turizmin bölgelerarası gelişmişlik farklarını gidermedeki rolü (Türkiye örneği). *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(1), 19-47.
- Gülçubuk, B. (2001). Kırsal kalkınma stratejileri, kırsal kalkınmaya yönelik çalışmalar ve havza yönetimi. Web: [www.orkoop.org.tr/.../Kırsal%20Kalkinma%20Doc.Dr.Bulent%20%20%20%20%20Gulcubuk%20%20%20%20\(Uzun%20\).doc](http://www.orkoop.org.tr/.../Kırsal%20Kalkinma%20Doc.Dr.Bulent%20%20%20%20%20Gulcubuk%20%20%20%20(Uzun%20).doc) adresinden 13 Ocak 2010'de alınmıştır.
- Gürüz, D. ve Gürel, E. (2006). *Yönetim ve Organizasyon: Bireyden Örgüte, Fikirden Eyleme*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Gürsoy, S. (2006). Merkezi idare ve yerel yönetimler açısından bölgesel turizm planlaması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Hall, D. (1998). Tourism development and sustainability issues in Central and South-Eastern Europe. *Tourism Management*, 19(5), 423-431.
- Hall, C. M. (1994). *Tourism and Politics, Policy, Power and Place*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Hall, C. M. and Jenkins, J. M. (1998). The policy dimensions of rural tourism and recreation. In R. Butler, C. M. Hall and J.M. Jenkins (Eds.), *Tourism and Recreation in Rural Areas*. (p.28-42). Chichester: Wiley&Sons.
- Hall, D. Mitchell, M. and Roberts, L. (2003). Tourism and countryside dynamic relationships. D. Hall, L. Roberts and M. Mitchell (Eds.), *New Directions in Rurlar Tourism*. (p.3-14). England-USA: Ashgate Publishing Limited.
- Hall, C. M. and McArthur, S. (1998). *Integrated Heritage Management*. London: Stationary Office.
- Hançer, A. H., Uludağ, N. ve Yılmaz, A. (2007). Fen bilgisi öğretmen adaylarının kimya dersine yönelik tutumlarının çeşitli değişkenlere göre değerlendirilmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (32), 100-109.
- Harms, E. (2010). Sustainable tourism: From nice to have to need to have. In R. Conrady and M. Buck (Eds.), *Trends and Issues in Global Tourism 2010*. (p.111-116). Germany: Springer.
- Hashimoto, A. (2002). Tourism and sociocultural development issues. In: R. Sharpley and D. J. Telfer (Eds.), *Tourism and Development: Concepts and Issues*. (p.202-208). Clevedon-Buffalo-Toronto-Sdney: Channal View Publications.
- Hegarty, C. and Prezeborska, L. (2005). Rural and agri-tourism as a tool for reorganising rural areas in old and new member states: A comparison study of Ireland and Poland. *International Journal of Tourism Research*, 7(2), 63-77.

- Heneghan, M. (2002). Structures and processes in rural tourism. Signposts to Rural Change Proceedings Rural Development Conference 2002, 72-80. Web: <http://www.teagasc.ie/publications/2002/ruraldev2002/ruraldev2002.pdf#page=71> adresinden 2 Kasım 2011'de alınmıştır.
- Henriques, I. and Sadorsky, P. (1999). The relationships between environmental commitment and managerial perceptions of stakeholder importance. *Academy of Management Journal*, 42(1), 87-99.
- Hewstone, M., Fincham, F. D. and Foster, J. (2005). *Psychology*. Oxford: Blackwell.
- Holland, J., Burian, M. and Dixey, L. (2003). Tourism in poor rural areas. *PPT Working Paper*, (12), 1-36.
- <http://www.bugun.com.tr/kose-yazisi/88862-girisimcilikte-yeni-hedef-kirsal-turizm-omer-faruk-gunel-makalesi.aspx> adresinden 18 Ocak 2010'de alınmıştır.
- <http://www.cbnrm.bw/publications/Discussion%20paper%20National%20Forum.pdf> adresinden 16 Haziran 2010'de alınmıştır.
- http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leaderplus/faq_en.htm#188 adresinden 04 Mayıs 2010'de alınmıştır.
- http://www.ecotrans.org/learning-areas/htm/east_york/ey_bg.htm adresinden 31 Mayıs 2011'de alınmıştır.
- <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-en/biblio/local-global/comlocalglobal.pdf> adresinden 26 Mayıs 2010'de alınmıştır.
- <http://www.eurogites.org/> adresinden 19 Ağustos 2012'de alınmıştır.
- http://www.europeanrtcongress.org/old/new/winkler.ppt+New+trends+in+tourism+dem+and+and+their+implications+for+rural+tourism&hl=tr&gl=tr&pid=bl&srcid=ADGEESiH_khYdQvJc_K0tbcXR63T1ynIoZN adresinden 26 Mayıs 2010'de alınmıştır.
- <http://www.genbilim.com/content/view/1663/86> adresinden 10 Ocak 2012'de alınmıştır.
- <http://www.glc.org/announce/06/pdf/Schnook-small.pdf> adresinden 24 Ocak 2012'de alınmıştır.
- <http://www.hosteltur.com> adresinden 28 Mayıs 2010'de alınmıştır.
- <http://www.integratedtourism.com/> adresinden 28 Mayıs 2010'de alınmıştır.
- <http://www.ist-world.org/ProjectDetails.aspx?ProjectId=1c6431eb0e764364a52f8dfa1d6debab> adresinden 27 Mart 2010'de alınmıştır.
- http://led.co.za/sites/led.co.za/files/The_Role_of_Local_Authorities_in_Tourism.pdf adresinden 31 Mart 2011'de alınmıştır.

<http://www.mevzuat.adalet.gov.tr/html/27177.html> adresinden 10 Mayıs 2010'de alınmıştır.

http://www.ruraltourisminternational.org/main.php%3Fasset_action%3Ddownload%26action%3Dasset%26obj_id%3D636211469+Synergy+2007+towards+international+co-operation+in+rural+tourism+training&hl=tr&gl=tr&pid=bl&srcid=ADGEESi6Dom_P4pesKarMoRLfL19UNh1Qky82ctINj3fb4o6CY2gkEHBSKHiHh2ju4ZOv5-bo4RTw36xU1kv9Cy1UuHuCd7h12uOyAcwF7pZ-E1lKd2TpZrjCZUXEilj9ytP5_SkmCd4&sig=AHIEtbQs2pMMjJ7Mhzx8MmyUf8W_zzJFcA adresinden 10 Ağustos 2012'de alınmıştır.

<http://www.ruralityouth.org.tr/icerik-6-12-Lider-ProgramiIyi-Proje-Uygulama-Ornekleri-I.html> adresinden 7 Kasım 2009'de alınmıştır.

http://www.sillignakis.com/PDF/Rural_Tourism_Finall_ALL.pdf adresinden 20 Mart 2010'de alınmıştır.

http://www.southhams.gov.uk/administration/committee_agendas/prosperity_pdg/23Jun05/Tourism%20and%20Marketing%20Strategy%20Review_Appendix%20A_23.06.05.pdf adresinden 12 Kasım 2011'de alınmıştır.

<http://www.stevenspoint.com/index.aspx?NID=620> adresinden 31 Ocak 2012'de alınmıştır.

http://www.uncdf.org/english/local_development/ adresinden 10 Ocak 2012'de alınmıştır.

<http://www.usaid.gov/na/pdffdocs/LIFEmidTermReviewFINAL.pdf> adresinden 10 Ocak 2012'de alınmıştır.

Huhtala, M. (2007). Assessment of the local economic impacts of national park tourism: The case of Pallas-Ounastunturi National Park. Web: www.wsl.ch/dienstleistungen/publikationen/pdf/8192.pdf adresinden 17 Şubat 2011'de alınmıştır.

Ioannides, D. (1995). A flawed implementation of sustainable tourism: The experience of Akamas, Cyprus. *Tourism Management*, 16(8), 583-592.

Iorio, M. and Corsale, A. (2010). Rural tourism and livelihood strategies in Romania. *Journal of Rural Studies*. 26(2), 152-162.

Ishikawa, N. and Fukushige, M. (2007). Who expects the municipalities to take the initiative in tourism development? Residents' attitudes of Amami Oshima Island in Japan. *Tourism Management*, (28), 461- 475.

Işıkçı, Y. (2002). Türk turizmde altyapı ve çevre, *II. Turizm Şurası Bildirileri*. (s.267-273). Ankara: T.C. Turizm Bakanlığı Yayınları.

İçişleri Bakanlığı Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü (1998). *Yerel Yönetimlerde Halk Katılımı*. Ankara.

- İçişleri Bakanlığı Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü (2009). Belediye İstatistikleri. Web: <http://www.migm.gov.tr/IstatistikiBilgiBelediyeler.aspx> adresinden 20 Ekim 2009'de alınmıştır.
- İçişleri Bakanlığı (2003). *Halkın Mülki İdareye Yönelik Tutum ve Beklentileri*. Ankara: Strateji Merkezi Başkanlığı Yayın No:1.
- İçişleri Bakanlığı (2009). Kırsal kalkınma ve kırsal alanda örgütlenme. köy hizmetlerinin yeniden yapılandırılması araştırması projesi. Web: http://www.arem.gov.tr/proje/yonetim/Koy_hizmetleri/Bolum1.pdf adresinden 06 Aralık 2009'de alınmıştır.
- İçöz, O., Var, T. ve İlhan, İ. (2002). *Turizm Planlaması*, Ankara: Turhan Kitabevi.
- İnanç, H. ve Ünal, F. (2007). Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı ve Türkiye'de Belediyeler. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (16), 1-24.
- İnceoğlu, M. (1985). *Güdüleme Yöntemleri*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu Yayınları: 4.
- İnceoğlu, M. (2010). *Tutum Algı İletişim*. (5. Baskı), İstanbul: Beykent Üniversitesi Yayınları, No. 69.
- İslamoğlu, A. H. (2002). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Beta Basım A. Ş.
- Jackson, G. and Morpeth, N. (2000). Local Agenda 21 Reclaiming Community Ownership in Tourism Or Stalled Process? In R. Greg and D. Hall (Eds.), *Tourism and Sustainable Community Development*. (p.119-135). London, GBR: Routledge.
- Jeffries, D. (2001). *Governments and Tourism*. (First published). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Juvan, E. and Ovsenik, R. (2008). Integration as a tool of destination management – The case of rural and rural fringe areas. *Organizacija*, 41(1), 31-40. Web: <http://organizacija.fov.uni-mb.si/index.php/organizacija-si/article/view/723/636> adresinden 27 Mart 2011'de alınmıştır.
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2004). *Turizm ve Çevre*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Karabıçak, M. (2008). Yerel siyaset ekseninde sivil toplum örgütleri: önemi ve etkileri. *Yerel Siyaset*. İstanbul: Okutan Yayınları, 167-186.
- Karagöz, Y. ve Ekici, S. (2004). Sosyal bilimlerde yapılan uygulamalı araştırmalarda kullanılan istatistiksel teknikler ve ölçekler. *Cumhuriyet Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 5(1), 25-43.
- Karasar, N. (1995). *Bilimsel Araştırma Yöntemi, Kavramlar, İlkeler*. Ankara: 3A Araştırma Eğitim Danışmanlık Ltd.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

- Karkın, N. (2007). Sağlık hizmetlerinin dönüşümü sürecinde yerel yönetimlerin tutum ve beklentileri: Büyükşehir belediyeleri örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Kastenholz, E., Davis, D. and Paul, G. (1999). Segmenting tourism in rural areas: The case of North and Central Portugal. *Journal of Travel Research*, (37), 353-363.
- Kaypak, Ş. (2012). Ekolojik turizm ve sürdürülebilir kalkınma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 12-29.
- Keser, H. (2004). Avrupa bütünleşme sürecinde yerel yönetimler. *Yerel Yönetimler Kongresi Bildiriler Kitabı*. Biga/Çanakkale, 117-125.
- Kılıç, G. (2002). Belediyelerin bölge turizmine olan etkileri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Kılıç, G. (2006). Belediyelerin turizme ilişkin faaliyetlerini değerlendirmeye yönelik bir uygulama. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 15(3), 79-110.
- Knowd, I. (2001). Rural tourism: Panacea and paradox. Web: <http://www.hsc.csu.edu.au/geography/activity/local/tourism/FRURALTO.pdf> adresinden 12 Şubat 2011'de alınmıştır.
- Kokkranikal, J. J. and Baum, T. (2002). Human resources development for tourism in rural communities: A case study of Kerala. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, (7) 2, 64-76.
- Komppula, R. (2004). Success and growth in rural tourism micro-businesses in Finland: Financial or life-style objectives? R. Thomas (Ed). *Small Firms in Tourism: International Perspectives*. (p.115-138). UK: Elsevier Ltd.
- Kooiman, J. (1993). Socio-Political Governance. In J. Kooiman (Ed). *Modern Governance: New Government Society Interactions*. (p.1-9), London: Sage Publication Ltd.
- Kooiman, J. (2003). *Governing as Governance*. (First published) London: Sage Publications Ltd.
- Kotler, P. and Gertner, D. (2002), Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective. *Brand Management*, 9(4-5), 249-265.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2006). *Genel Turizm: İlkeler ve Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, A. M. ve Bahçe, A. S. (2009). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Köklü, N. (1995). Tutumların ölçülmesi ve likert tipi ölçeklerde kullanılan alternatif seçenekler. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 28(2), 81-93.
- Köse, H. Ö. (2004). Yerel Yönetim Olgusu ve Küreselleşme Sürecindeki Yükselişi. *Sayıştay Dergisi*, (52), 3-42.

- Kurt, İ. B. (2009). Beypazarı ilçesinde kırsal turizm. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kutlar, A., Yüksel, F. ve Bakırcı, F. (2011). Türkiye’de Belediyelerin Ekonomik Etkinliği ve Etkinliğe Etki Eden faktörler Üzerine Bir Araştırma. Web: http://www.tbb.gov.tr/onlineyayinlar/ekonomik_etkenler/ adresinden 27 Ocak 2012’de alınmıştır.
- Küçükaltan, D. (1997). Trakya ekonomisi için bir bölgesel kalkınma modeli: Kırsal turizm. 7. Ulusal Bölge Bilimi Bölge Planlama Kongresi 20-22 Ekim, İzmir: Pro-Ofset Matbaacılık.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007a). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları: 3085.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007b). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Lane, B. (1994). What is rural tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1-2), 7-21.
- Latkova, P. (2008). An examination of factors predicting residents’ support for tourism development. Unpublished Ph.D., Michigan State University Department of Park, Recreation and Tourism Resources, U.S.
- Lee, M. H. (2005). Farm tourism cooperation in Taiwan. In H. Derek, I. Kirkpatrick and M. Mitchell, (Eds.), *Rural Tourism and Sustainable Business*. (p.201-224). Clevedon-Buffalo-Toronto: Channel View Publications.
- Lefebver, L. (2003). Problems of contemporary development. In L. L. North and J. D. Cameron (Eds.), *Rural Progress, Rural Decay: Neoliberal Adjustment Policies and Local Initiatives*. (p.25-45). Bloomfield: Kumarian Press.
- Leslie, D. and Hughes, G. (1997). Agenda 21, local authorities and tourism in the UK. *Managing Leisure*, 2(3), 143-154.
- Lesley, R. and Hall, D. (2001). *Rural Tourism and Recreation: Principles and Practice*. Cambridge: CABI Publishing.
- Lewis, J. (1998). The development of rural tourism. *Parks and Recreation*, 33(9), 99-105.
- Long, P. T., Perdue, R. R. and Allen, L. (1990). Rural resident tourism perceptions and attitudes by community level of tourism. *Journal of Travel Research*, 28(3), 3-9.
- Long, J. (1994). Local authority tourism strategies-a British appraisal. *The Journal of Tourism Studies*, 5(2), 17-23.
- Long, P. and Lane, B. (2000). Rural tourism development. In W. C. Gartner and D. W. Lime (Eds.), *Trends in Outdoor Recreation, Leisure and Tourism*. (p.299-308). Wallingford: CABI Publishing.

- López, E. P. and García, F. J. C. (2006). Agrotourism, sustainable tourism and ultraperipheral areas: The case of Canary Islands. *PASOS Revista de Turismo Y Patrimonio Cultural*, 4(1), 85-97.
- Lordkipanidze, M., Krozer, Y., Kadiman, T., Crul, M. and Brezet, H. (2008). Innovations for tourism in national parks. In D. Ramos and P. S. Jiménez (Eds.), *Tourism Development: Economics, Management and Strategy*. (p.1-45). New York: Nova Science Publishers, Inc.
- Lowe, P. Ray, C. Ward, N., Wood, D. and Woodward, R. (1998). Participation in Rural Development: A Review of European Experience. *University of Newcastle Upon Tyne CRE Center of Rural Economy Research Report*, 1-90.
- MacDonald, R. and Jolliffe, L. (2003). Cultural rural tourism evidence from Canada. *Annals of Tourism Research*, 30 (2), 307-322.
- Middleton, V. T. C. (1982). Tourism in rural areas. *Tourism Management*, March, 52-58.
- Middleton, V. T. C. and Hawkins, R. (1998). *Sustainable Tourism: A Marketing Perspective*. (First published), London: Butterworth-Heinemann.
- Mitchell, M. and Derek, H. (2005). Rural tourism and sustainable business: Key themes and issues. In H. Derek, I. Kirkpatrick and M. Mitchell (Eds.), *Rural Tourism and Sustainable Business*. (p.3-12). Clevedon-Buffalo-Toronto: Channel View Publications.
- Momsen, J. H. (2000). *Encyclopedia of Tourism*. J. Jafari (Ed). London, GBR: Routledge.
- Morgül, Ş. M. (2006). Trakya bölgesinde kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesine ilişkin analiz: Kırklareli örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Murphy, E. and Murphy, A. E. (2004). *Strategic Management for Tourism Communities: Bridging the Gaps*. Clevedon-Buffalo-Toronto: Channel View Publications.
- Müller, D. K. (2006). Unplanned development of literary tourism in two municipalities in rural Sweden. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 6 (3), 214–228.
- Nadaroğlu, H. (1978). *Mahalli İdareler Felsefesi Ekonomisi Uygulaması*. (Birinci Baskı). İstanbul: Sermet Matbaası.
- Negiz, N. ve Yıldız, Z. (2009). Yerel yönetimler için bir kalkınma dinamiği: Turizm (Isparta incelemesi). *Ulusal Kalkınma ve Yerel Yönetimler 2*. (s.993-1008). Ankara: TODAİE Yayınları.
- Nemes, G. (2003). Rural development and pre-accession preparation in Hungary. *OSI International Policy Fellowship Final Policy Paper*, 1-17.

- Nemes, G (2005). The politics of rural development in Europe. Discussion Papers (2005/5), Budapest.
- Neto, F. (2003). A new approach to sustainable tourism development: Moving beyond environmental protection. Economic & Social Affairs ST/ESA/2003/DP/29, DESA Discussion Paper, (29), 1-11.
- Newsome, D. Moore, S. A. and Dowling, R. K. (2002). *Natural Area Tourism: Ecology, Impacts and Management*. Clevedon, GBR: Channel View Publications.
- Nuckolls, J. and Long, P. (2009). Organizing resources for tourism development in rural areas. Center for Sustainable Tourism East Carolina University. Web: www.sustainabletourism.org adresinden 10 Mart 2010'de alınmıştır.
- OECD (1994). Tourism Strategies and Rural Development. Web: www.oecd.org/dataoecd/31/27/2755218.pdf adresinden 19 Mayıs 2010'de alınmıştır.
- Oktay, E. ve Pekküçükşen, S. (2009). Yerel yönetimlerin demokratikleşmesinin bir aracı olarak sivil toplum kuruluşları-Türkiye için kısa bir değerlendirme. *K.M.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi*, (11)16, 172-186.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık San. Ltd. Şti.
- Oliver, T. and Jenkins, T. (2003). Sustaining rural landscapes: The role of integrated tourism. *Landscape Research*, 28(3), 293-307.
- Oppermann, M. (1996). Rural tourism in Southern Germany. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 86-102.
- Oruç, M. O. (2004). Bir alternatif turizm türü olan doğa-atlı spor turizminin Kastamonu örneği üzerinde irdelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Ovalı, P. K. (2007). Kitle turizmi ve ekolojik turizmin kavram, mimari ve çevresel etkiler bakımından karşılaştırılması. *Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi E-Dergisi*, 2(2), 64-79.
- Ökmen, M. (2009). Sürekli değişme ve gelişme sürecinde kamu yönetimi ve yerel yönetimler. K. Görmez ve M. Ökmen (Editörler). *Yerel Yönetimlerin Güncel Sorunları: Küresel, Bölgesel ve Yerel Perspektifler*. (s.5-41). Ankara: Beta Basım A.Ş.
- Ökmen, M. ve Görmez, K. (2009). Türkiye'de Yerel Gündem 21 ve yerel yönetim uygulamaları. K. Görmez ve M. Ökmen (Editörler). *Yerel Yönetimlerin Güncel Sorunları: Küresel, Bölgesel ve Yerel Perspektifler*. (s.109-128). İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Önal, Y. B., Düzakın, E. ve Çiftçi, H. (2006). *Ekonomik Büyümenin Yükselen Değeri Turizm ve Türkiye Ekonomisine Etkisinin Analizi*. İstanbul: Kare Yayınları.
- Özgüç, N. (1998). *Turizm Coğrafyası*. İstanbul: Çantay Kitabevi.

- Özgül, M. Y. ve Agah, H. (2003). GAP projesi bir bölgesel yönetim modeli olabilir mi? Web: www.ipc.sabanciuniv.edu/tr/ArastirmaAlanlari/documents/HalilAgah.pdf adresinden 27 Aralık 2009'de alınmıştır.
- Özguven, İ. E. (1998). *Psikolojik Testler*. Ankara: PDREM Yayınları.
- Özkan, E. (2007). Türkiye'de kırsal kalkınma politikaları ve kırsal turizm, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özmen, A. (1999). Örnekleme. A. A. Bir (Editör). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. (s.23-54). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1081.
- Özmen, A. C. (2007). Yerel ekonomik kalkınma girişimleri ve etkileri Beypazarı örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Öztaş, K. ve Karabulut, T. (2006). *Turizm Ekonomisi: Genel Turizm Bilgileri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Öztürk, Y. (1996). Marketing Turkey as a tourist destination in the United Kingdom. Unpublished Ph.D., Dissertation. University of Strathclyde, Business Faculty, The Scottish Hotel School, UK.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Fakültesi Dergisi*, (2), 183-195.
- Öztürk, Y. ve Ayaz, N. (2010). Turizm olgusunda Yerel Gündem 21 uygulamaları üzerine bir araştırma. O. E. Çolakoğlu (Editör). *11. Ulusal Turizm Kongresi*. (s.324-333). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Öztürk, Y., Ayaz, N. and Allahyari Sanı, R. (2012). A research on the role of municipalities in tourism development of rural areas: The case of Turkey. "2012 MAG Scholar Global Business, Marketing and Tourism Conference", May 29-June 01, 2012 in Gyor, Hungary.
- Page, S. and Getz, D. (1997). *The Business of Rural Tourism; International Perspectives*. London: International Thomson Business Press.
- Page, S. J. and Hall, C. M. (2002). *Managing Urban Tourism*. London: Prentice Hall.
- Paksoy, P. (2005). Avrupa Birliği ile bütünleşme sürecinde Avrupa Birliği'nin Türk turizmde rolü ve önemi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Park, D. B. and Yoon, Y. S. (2009). Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. *Tourism Management*, (30), 99-108.
- Perales, R. M. Y. (2002). Rural tourism in Spain. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 1101-1110.

- Prentice, R. (1993). Community-driven tourism planning and residents' preferences. *Tourism Management*, (14), 218-227.
- Rátz, T. and Puczko, L. (1998). Rural tourism and sustainable development in Hungary; In: D. Hall and L. O'Hanlon (Eds.), *"Rural Tourism Management: Sustainable Options" International Conference, Conference Proceedings*. (p.450-464). Scottish Agricultural College, Auchincruive, Ayr, Scotland, UK.
- Reed, M. G. (1997). Power relations and community based tourism planning. *Annals of Tourism Research*. 24(3), 566-591.
- Reeder, R. J. and Brown, D. M. (2005). Recreation, tourism and rural well-being. Economic Research Report, (7), United States Department of Agriculture, USDA.
- Reynolds, P. C. and Braithwaite, D. (2001). Towards a conceptual framework for wildlife tourism. *Tourism Management*, 21(1), 31-42.
- Ribeiro, M. and Marques, C. (2002). Rural Tourism and the development of less favoured areas-between rhetoric and practice. *International Journal of Tourism Research*, (4), 211-220.
- Ritchie, M. (2001). An assessment of the role and effectiveness of local government in tourism destination development: Case study of Nillumbik. Unpublished MA thesis. La Trobe University, Melbourne, Australia.
- Roberts, L. and Hall, D. (2001). *Rural Tourism and Recreation Principles to Practice*. Wallingford: CABI Publishing.
- Roberts, L and Hall, D. (2003) Consuming the countryside: Marketing for rural tourism. *Journal of Vacation Marketing*, 10(3), 253-263.
- Roya-Vela, M. (2009). Rural-cultural excursion conceptualization: A local tourism marketing management model based on tourist destination image measurement. *Tourism Management*, (30), 419-428.
- Ryan, C. (2002). Equity, management, power sharing and sustainability-issues of the 'new tourism'. *Tourism Management*, (23), 17-26.
- Saarinen, J. (2006). Tourism in peripheries: the role of tourism in regional development in North Finland. In D. K. Müller and B. Jansson (Eds.), *Tourism in Peripheries: Perspectives from the Far North and South*. (p.41-52). Wallingford, Oxfordshire, GBR: CABI Publishing.
- Saxena, G. and Brian I. B. (2010). Developing integrated rural tourism: Actor practices in the English/Welsh border. *Journal of Rural Studies*, (26), 260-271.
- Sebele, L. S. (2010). Community-based tourism ventures, benefits and challenges: Khama Rhino Sanctuary Trust, Central District, Botswana. *Tourism Management*, (31), 136-146.

- Selvi, M. S. ve Şahin, S. (2012). Yerel yönetimler perspektifinden sürdürülebilir turizm: Batı Karadeniz Bölgesi örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 23-36.
- Semerciöz, F., Dönmez D. ve Dursun, M. (2008). Relationships between desination management organizations and destination stakeholders a research in regions of Marmara, Aegean and Mediterranean in Turkey. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 87-101.
- Seyyar, A. (2008). Yerel siyasetin gelişiminde sosyal politikaların önemi. Web: www.yerelsiyaset.com/pdf/ocak2008/8.pdf adresinden 10 Ağustos 2012'de alınmıştır.
- Shah, A. and Shah, S. (2006). The New Vision of Local Governance and the Evolving Roles of Local Governments. In A. Shah (Ed). *Local Governance in Developing Countries*. (p.1-46). Herndon, VA, USA: World Bank Publications.
- Sharpley, R. and Sharpley, J. (1997). *Rural Tourism: An Introduction*. London: International Thomson Business Press.
- Sharpley, R. (2000). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: The case of Cyprus. *Tourism Management*, (23), 233-244.
- Sharpley, R. (2002). The consumption of tourism. In: R. Sharpley and D. J. Telfer (Eds.), *Tourism and Development: Concepts and Issues*. (p.300-318). Clevedon-Buffalo-Toronto-Sdney: Channal View Publications.
- Sharpley, R. (2003). Rural tourism and sustainability - A Critique. In: D. Hall, L. Roberts and M. Mitchell (Eds.), *New Directions In Rurlar Tourism*. (p.38-54). England-USA: Ashgate Publishing Limited.
- Sharpley, R. (2005). Managing the countryside for tourism: A governance perspective. In: L. Pender and R. Sharpley (Eds). *The Management of Tourism*. (p.175-187). London. SAGE Publications.
- Sharpley, R. (2006). *Travel and Tourism*. London-Thousand Oaks-New Delhi: Sage Publications.
- Šimková, E. (2007). Strategic approaches to rural tourism and sustainable development of rural areas. *AGRIC. ECON. -CZECH*, 53(6), 263-270.
- Smith, M. D. and Krannich, R. S. (1998). Tourism Dependence and Resident Attitudes. *Annals of Tourism Research*, 25(4), 783-802.
- South Australian Tourism Commission and Local Government Association (2006). Local government's engagement in tourism. Final Report, July. Web: http://www.tourism.sa.gov.au/webfiles/tourismpolicy/LGEIT_Final_Report.pdf adresinden 20 Şubat 2010'de alınmıştır.
- Soykan, F. (2000). Kırsal turizm ve Avrupa'da kazanılan deneyim. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Mart-Haziran, 21-33.

- Soykan, F. (2001). Kırsal kalkınma-kırsal turizm ilişkisi ve Avrupa'dan iki örnek: Basilicata/İtalya ve Sitia/Yunanistan. Kırsal Çevre Yıllığı, Ankara: Kırsal Çevre ve Ormancılık Sorunları Araştırma Derneği Yayını, 13-36.
- Soykan, F. (2003). Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi. *Ege Coğrafya Dergisi*, (12), 1-11.
- Soykan, F. (2004). *Kırsal Alanların Turizm Potansiyelinin Saptanması ve Şirince Köyü'ne (İzmir) Uygulanması*. Bornova-İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları: 122.
- Straaten, J. (2000). Can sustainable tourism positively influence rural regions? In R. Greg (Ed). *Tourism and Sustainable Community Development*. (p.221-232). London, GBR: Routledge.
- Strömberg, M. and Andersson, R. (2010). The usage of safety management tools in Swedish municipalities. *Safety Science*, (48), 288-295.
- Stynes, D. J. and O'Halloran, C. (1987). Tourism planning. Michigan State University Extension Tourism Educational Materials, Web: <http://web1.msue.msu.edu/imp/modtd/33000005.html> adresinden 27 Aralık 2009'de alınmıştır.
- Sugiarti, R., Ernawati, D. and Birtles, A. (2003). The potential for developing ecologically sustainable rural tourism in Surakarta, Indonesia: A case study. *ASEAN Journal of Hospitality and Tourism*. 2(2), 78-90.
- Şahin, A. ve Emni, F. T. (2006). Kamu yönetiminde değişim sürecinde karşılaşılan sorunlar ve çözüm önerileri: Konya büyükşehir belediyesinde bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(2), 43-62.
- Şebin, K. (2009). Erzurum kış sporları turizmi ile ilgili yöre halkının tutum ve beklentileri, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Şengül, S., Türkay, O. ve Hatipoğlu, A. (2012). Promotion of rural tourism in Turkey within the scope of European Union policies. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 37-42.
- Şerefoğlu, C. (2009). Kalkınmada kırsal turizmin rolü-2007-2013 yılları arasında ülkemizde uygulanacak olan IPARD kırsal kalkınma programındaki yeri, önemi ve beklenen gelişmeler. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- Talay, İ., Gündüz, S., Akpınar, N. ve Gülçubuk, B. (2004). Kırsal kalkınma sürecinde tarımsal rekreasyon olgusunun ankara-kalecik örneğinde değerlendirilmesi. Proje No: TOGTAG-3041.
- Tao, L. and Fuying, X. (2009). A study on community participation in rural tourism based on stakeholder theory. Web:

<http://www.seiofbluemountain.com/upload/product/200910/2009glhy14a9.pdf>
adresinden 7 Haziran 2010'de alınmıştır.

- Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı (2008). *Katılım Öncesi Yardım Aracı Kırsal Kalkınma Programı (IPARD 2007-2013)*. Ankara: Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Yayınları.
- Tarlak, Ş. (2007). Mumcularda kırsal turizm modeli. Dokuz Eylül Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Şehir ve Bölge Planlama Bölümü Şehir Planlama Projesi VI dersi araştırma çalışması. Web: http://c.lasphost.com/starlak/mumcularda_kirsal_turizm_modeli.pdf adresinden 01 Mart 2011'de alınmıştır.
- Tavşancıl, E. (2010). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Tchetchik, A., Fleischer, A. and Finkelshtain, I. (2006). Rural tourism: development, public intervention and lessons from the Israeli experience. Hebrew University of Jerusalem Department of Agricultural Economics and Management, Discussion Paper, (12.06), 1-42.
- Tchetchik, A., Fleischer, A. and Finkelshtain, İ. (2008). Differentiation and synergies in rural tourism: Estimation and simulation of the Israeli market. *American Journal of Agricultural Economics*, (90), 553-570.
- Telfer, D. J. (2002). The evolution of tourism and development theory. In R. Sharpley and D. J. Telfer (Eds.), *Tourism and Development: Concepts and Issues*. (p.35-78). Clevedon-Buffalo-Toronto-Sydney: Channel View Publications.
- Thomas, R. and Long, J. (2000). Improving Competitiveness: Critical success factors for tourism development, *Local Economy*, 14 (4), 313-328.
- Thompson, C. (2004). Host Produced Rural Tourism: Towa's Tokyo Antenna Shop. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 580-600.
- Timur, S. and Getz, D. (2008). A network perspective on managing stakeholders for sustainable urban tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(4), 445-461.
- Timur, S. (2010). Analyzing urban tourism stakeholder relationships: A network perspective. Web: <http://www.linkbc.ca/torc/downloads1/AnalyzingUrbanTourismStakeholderRelationships.pdf> adresinden 21 Mayıs 2010'de alınmıştır.
- Tolić, S., Gluhak, I. and Kaminski, R. (2009). The LEADER approach in rural development. 44. *Hrvatski I 4 Medunarodni Simpozij Agronoma*, (16-20), 267-271.
- Tolunay, A. ve Akyol, A. (2006). Kalkınma ve kırsal kalkınma: Temel kavramlar ve tanımlar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, (2), 116-127.
- Topçu, E. D. (2007). Agri-tourism: As a new element of country planning. Unpublished Master's Thesis, Middle East Technical University, The Degree of Master of Science in Urban Design in City and Regional Planning, Ankara.

- Topkaya, E. Z. ve Yalın, M. (2005). Uygulama öğretmenliğine ilişkin tutum ölçeği geliştirilmesi. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Fakültesi Araştırma Dergisi*, 1(1-2), 14-24.
- Torlak, Ö. (1999). Belediye hizmetlerinde pazarlama. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, Ocak (1), 96-114.
- Torre, G. M. V. and Gutiérrez, E. A. (2008). The demand of rural tourism in a natural park in Southern Spain. In: P.M. Burns and M. Novelli (Eds.), *Tourism Development: Growth, Myths and Inequalities*. (p.113-125). London: CAB International.
- Tortop, N. (1988). Turizm ve belediyeler. *Amme İdaresi Dergisi*, Haziran (2), 3-10.
- Tortop, N. (2008). Yerel yönetimlerin gelişmesinde turizmin önemi. *İller ve Belediyeler Dergisi*, (721), 17-18.
- Toskay, T. (1989). *Turizm: Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. İstanbul: Der Yayınları.
- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, (21), 613-633.
- Tosun, C. (2001). Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey. *Tourism Management*, (22), 289-303.
- Tosun, C., Bilim, Y. ve Temizkan, R. (2003). Alternatif turizm ve turistik ürün çeşitlendirme stratejileri: Hatay örneği. Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı, Ankara Üniversitesi, Çankırı Meslek Yüksekokulu ve Çankırı Valiliği, Çankırı, 3-4 Mayıs.
- Tosun, C. Timothy, D. J. and Öztürk, Y. (2003). Tourism growth, national development and regional inequality in Turkey. *Journal of Sustainable Tourism*, (11), 133-161.
- Tosun, C. (2006). Expected nature of community participation in tourism development. *Tourism Management*, (27), 493-504.
- Tunç, A. ve Saç F. (1998). *Genel Turizm Gelişimi ve Geleceği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- TÜBİTAK (2003). Vizyon 2023 Ulaştırma ve Turizm Paneli Raporu. Web: http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/vizyon2023/ut/utp_son_surum.pdf adresinden 20 Mayıs 2010'de alınmıştır.
- Uçar, M. Çeken, H. ve Ökten, Ş. (2010). *Kırsal Turizm ve Kırsal Kalkınma (Fethiye Örneği)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uçar, M. Uçar, H. Kurnaz, A. ve Kurnaz, H. A. (2012). Kırsal turizmin sosyo-ekonomik yapıya etkisi ve Fethiye örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 75-82.

- Ulusoy, A. ve Akdemir, T. (2009). Yerel yönetimler ve mali özerklik: Türkiye ve OECD ülkelerinin karşılaştırmalı analizi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(21), 259-287.
- UNEP (2003). *Tourism and Local Agenda 21: The Role Of Local Authorities in Sustainable Tourism*. First edition, United Nations publication.
- United Nations (2007). Report of the World Tourism Organization to the United Nations Secretary-General in preparation for the High Level Meeting on the Mid-Term Comprehensive Global Review of the Programme of Action for the Least Developed Countries for the Decade 2001-2010. Web: <http://www.un.org/special-rep/ohrrls/ldc/MTR/WorldTourisminput.pdf> adresinden 26 Kasım 2009'de alınmıştır.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ünal, T. (1992). Yerel yönetimler ve turizm. *Anatolia Turizm, Çevre ve Kültür Dergisi*, (25-26), 5-7.
- Ünlüöner, K. ve Sevim, B. (2005). Turistik arz kaynaklarının değerlendirilmesinde yerel yönetimler, sivil toplum örgütleri, eğitim kurumları ve yerel medyanın rolüne ilişkin bir uygulama: Zonguldak ili örneği. *Ticaret ve Turizm Fakültesi Dergisi*, (2005/2), 54-73.
- Ünlüöner, K., Tayfun, A. ve Kılıçlar, A. (2007). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Van Der Ploeg, J. D., Renting, H., Brunori, G., Knickel, K., Mannion, J., Marsden, T., Roest, K., Guzmán, E. S. and Ventura, F. (2000). Rural development: From practices and policies towards theory. *Sociologia Ruralis*, 40 (4), 391-408.
- Vaughan, D. R., Jolley, A. and Mehrer, P. (1999). Local authorities in England and Wales and the development of tourism internet sites. *Information Technology and Tourism*, 2(2), 115-129.
- Verbole, A. (2000). Actors, discourses and interfaces of rural tourism development at the local community level in Slovenia: Social and political dimensions of the rural tourism development process. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(6), 479-490.
- Vitcu, M. (2005). Romanya'nın batı bölgesinde bölgesel kalkınma yolunda ortaklıklar. Yerel Kalkınmada Üçüncü Sektörün Rolü Konferansı (14-15 Ekim), İstanbul. Web: www.ipc.sabanciuniv.edu/tr/ArastirmaAlanlari/documents/MirunaVitcu.pdf adresinden 26 Kasım 2009'de alınmıştır.
- Vural, Z. B. A. ve Coşkun, G. (2011). Kurumsal sosyal sorumluluk ve etik. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, (1), 61-87.
- Yağcı, Ö. (2003). Turizmde çeşitlendirme, sürdürülebilirlik ve kırsal turizm. Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı, Ankara Üniversitesi Çankırı Meslek Yüksekokulu ve Çankırı Valiliği, Çankırı, 3-4 Mayıs.

- Yavuz, M. C. (2007). Uluslararası destinasyon markası oluşturulmasında kimlik geliştirme süreci: Adana örneği, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Yazgan, Ş. ve Kadanalı, E. (2012). Ağrı ilinin kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 5-10.
- Yeter, E. (1993). Yerel yönetimler açısından turizmde denetim boyutu. *Anatolia Turizm, Çevre ve Kültür Dergisi*, Mart-Nisan (2), 25-27.
- Yelken, Y. T. (2006). İlköğretim sınıf öğretmenleri adaylarının sosyal bilgiler dersinde tamamlayıcı değerlendirme yaklaşımları konusundaki görüşleri. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 58-75.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (7. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Yıldız, Ö. E. (2009). Türkiye’de şarap turizmi-Çeşme örneğinde ürün geliştirme modeli. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Yıldız, Z. (2007). Turizmin bölgesel kalkınmaya sağladığı katkılar ve Göller Bölgesi uygulaması, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yüksel, F., Çevik, O. ve Ardıç, K. (2008). Belediye başkanları gözüyle yerel yönetim sorunları. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, (1), 1-26.
- Yüksel, F. (2004). Merkezi (centralist) ve yerinden (ademi-merkezi) turizm yönetimi: Karşılaştırma ve öneriler. A. Yüksel ve M. Hançer (Editörler). *Turizm İlkeler ve Yönetim*. (s.143-154). Ankara: Turhan Kitabevi.
- Yüksel, F. ve Yüksel, A. (2008). Perceived clientelism: Effects on residents' evaluation of municipal services and their intentions for participation in tourism development projects. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 32(2), 187-208.
- Wang, Y. A. and Pfister, R. E. (2008). Residents' attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community. *Journal of Travel Research*, (47), 84-93.
- Wearing, S. and Neil, J. (1999). *Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Wheeler, B. (1994). Ecotourism, sustainable tourism and the environment - a symbiotic, symbolic or shambolic relationship. In A.V. Seaton (Ed). *Tourism: The State of the Art*. (p. 647-54). Chichester: John Wiley.
- Williams, S. (1998). *Tourism Geography*. London, UK: Routledge.

- Wilson, S., Fesenmaier, D. R., Fesenmaier, J. and van Es J. C. (2001). Factors for success in rural tourism development. *Journal of Travel Research*, (40), 132-138.
- Wong, D. J. (1996). The impact of tourism on local government expenditures. *Growth and Change*, 27(3), 313-326.
- Woods, M. (2000). Diversifying the rural economy: Tourism development. *Southern Rural Development Center*, (10), June, 1-10.
- WTO (1998). *Guide For Local Authorities On Developing Sustainable Tourism*. Madrid: World Tourism Organization.
- WTO (2003). Conclusions-Seminar on rural tourism “guidelines for development”. December. Web:
http://www.unwto.org/regional/europe/PDF/Conclusions%20_Ukraine.pdf
 adresinden 16 Ocak 2010’de alınmıştır.
- Zecevic, B. (2011). An Analysis of The Inclusion of Tourism in Local Development Strategies. Web:
http://rs.one.un.org/organizations/12/Local_strategies_and_tourism_Zecevic_FINAL_ENG.pdf
 adresinden 16 Ekim 2011’de alınmıştır.

EKLER

Ek 1: Kırsal Bölge Belediye Başkanlarına Yönelik Turizm Tutum Anketi

Sayın Belediye Başkanı,

Avrupa Birliği'ne katılım süreci ve yerel yönetimlerin yeniden yapılandırılması kapsamında belediyeler, yerel halkın sosyal ihtiyaçlarına yönelik politika ve hizmetlerin geliştirilmesinde, merkezi yönetim örgütlerine göre yerel halkı daha fazla yönlendirebilecek aktör örgütler olarak görülmekte ve yerel kalkınmaya destek sağlaması beklenmektedir.

Belediyeniz, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013 çalışmasında öncelikli turizm gelişim bölgesi olarak görülen 28 il içerisinde yer almakta ve önemli bir yerel kalkınma aracı olarak görülen turizme yön verebilecek önemli kurumlar arasında görülmektedir.

Doktora tezi olarak hazırlanan bu çalışma ile **belediye başkanlarının kırsal turizm konusundaki tutumlarının** ortaya çıkarılması hedeflenmektedir. Kırsal bölgelerde turizm gelişimi açısından, araştırmaya göstereceğiniz ilgi ve hassasiyet oldukça önem arz etmektedir. Vereceğiniz cevaplar, bu bilimsel araştırma dışında başka bir amaçla kullanılmayacak ve sonuçları sizlerle paylaşılacaktır. Yardımlarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

Öğr. Gör. Nurettin AYAZ Gaziosmanpaşa Üniversitesi Zile Dinçerler Turizm İşletmeciliği Yüksekokulu E-mail: ayaznurettin@yahoo.com Tel: 0 542 544 61 17	Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Fakültesi E-mail: oyuksel@gazi.edu.tr Tel: 0 533 423 64 89
---	---

1. BÖLÜM: KİŞİSEL BİLGİLER

Cinsiyetiniz?		Yaş Grubunuz?	
Bay	()	25-34	()
Bayan	()	35-44	()
		45-54	()
		55 ve üzeri	()
Eğitim Durumunuz?		Belediye Başkanlığınızda Kaçınıcı Döneminiz?	
İlköğretim (5+3)	()	1.	()
Ortaöğretim (Lise ve dengi)	()	2.	()
Önlisans (2 yıllık üniversite)	()	3 ve üzeri	()
Lisans (4 yıllık üniversite)	()		
Lisansüstü (Master/Doktora)	()		
Belediye Başkanı Seçilmeden Önceki Mesleğiniz?		Temsil Ettiğiniz Siyasi Parti?	
İşçi	()	İktidar Partisi	()
Memur	()	Ana Muhalefet Partisi	()
Serbest Meslek	()	Muhalefet Partisi	()
Emekli	()	Bağımsız	()
Diğer (lütfen belirtiniz)	()	Diğer	()
.....			
Turizm alanında herhangi bir düzeyde (ortaöğretim, önlisans, lisans veya lisansüstü) eğitim aldınız mı?		Evet	()
		Hayır	()
Turizm ile ilgili herhangi bir seminer, konferans veya panele katıldınız mı?		Evet	()
		Hayır	()
Turizm amaçlı yurtiçinde veya yurtdışında herhangi bir geziye katıldınız mı?		Evet	()
		Hayır	()
Turizm sektöründe işveren, yönetici veya işgören olarak çalıştınız mı?		Evet	()
		Hayır	()

2. BÖLÜM: KURUMSAL BİLGİLER

Belediyenizin bulunduğu bölge?	
Belediyenizin türü?	İlçe Belediyesi () Belde Belediyesi ()
Yörenizde sürdürülebilir gelişim amaçlı oluşturulmuş bir kent konseyiniz var mı?	Evet () Hayır ()
Cevabınız evet ise kent konseyiniz içinde turizme yönelik bir çalışma grubunuz var mı?	Evet () Hayır ()
Belediyeniz bünyesinde turizm ile ilgili çalışmalar hangi bölümün sorumluluğunda yürütülmektedir?	
Sürdürülebilir turizm gelişimine yönelik belediyeniz bünyesinde oluşturulmuş bir eylem planınız var mı?	Evet () Hayır ()
Cevabınız evet ise sürdürülebilir turizm gelişimi için eylem planınızın uygulama zaman dilimi nedir?	1 yıldan az () 1-3 yıl () 4-6 yıl () 7-10 yıl ()

3.BÖLÜM: TURİZME YÖNELİK TUTUMLAR

Hiç Katılmıyorum (1)	Az Katılıyorum (2)	Orta Düzeyde Katılıyorum (3)	Çok Katılıyorum (4)	Tamamen Katılıyorum (5)
----------------------------	--------------------------	------------------------------------	---------------------------	-------------------------------

Turizmin yeni aktiviteler, ürünler ve hizmetler ile yörenizde ne gibi olumlu etkiler meydana getireceğini düşünmektesiniz?

1	Yerel ekonomileri çeşitlendirir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Yerel ekonomileri canlandırır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Yerel halkın iş imkânlarını artırır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Yerel halkın gelirlerini artırır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	Yerel halkın yaşam standardını yükseltir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Doğal güzelliklerin korunmasına yardımcı olur.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Tarihi yapıların korunmasına destek olur.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8	Yerel el sanatlarının gelişmesine destek olur.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	Yerel fiziki altyapının (yol, su, kanalizasyon vb.) gelişmesine katkı sağlar.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	Yerel halk arasında işbirliğini artırır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11	Yerel sermayeli yatırımların artmasını teşvik eder.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	Diğer (lütfen belirtiniz)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Yerel süreçte belediyeler niçin turizm geliştirme faaliyetlerine katılmalıdırlar?

12	Turizm amaçlı işbirliği çalışmalarına destek olmak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13	Turizme yönelik çalışmalar için vatandaşları teşvik etmek	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14	Turizme yönelik çalışmalara bilgi desteği sağlamak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15	Turizme yönelik çalışmalara planlama desteği sağlamak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
16	Turizme yönelik çalışmalara ekipman desteği sağlamak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
17	Turizm amaçlı ticari ortaklıklar geliştirilmesine katkı sağlamak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
18	Turizme yönelik çalışmalara personel desteği sağlamak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
19	Turizm amaçlı ticari ortaklıklarda çıkabilecek anlaşmazlıklarda uzlaşma sağlamak	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	Diğer (lütfen belirtiniz)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Belediyeniz yerel süreçte turizm gelişimi konusunda farkındalığı artırmak için ne tür metotlar kullanmaktadır?

20	Yerel medya ile bilgi paylaşımı yapıyoruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
21	Açılış günleri düzenliyoruz	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
22	Turizm geliştirme amaçlı sanatsal gösteriler düzenliyoruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
23	Halk toplantıları yapıyoruz	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
24	Sergi ve festivaller düzenliyoruz	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
25	Belirli aralıklarla haber bültenleri yayınlıyoruz	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	Diğer (lütfen belirtiniz)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Yörenizde turizm gelişimi için paydaş kurumlar (ekonomik, sivil toplum ve kamu) hangi boyutta katılmalıdırlar?

26	Yerel gelişim önceliklerinin belirlenmesinde işbirliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
27	Vizyon, amaç, hedef ve projelerin belirlenmesinde işbirliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
28	Vizyon, amaç, hedef ve projelerin etkin yönetilmesinde işbirliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
29	Vizyon, amaç, hedef ve projelerin düzenli denetlenmesinde işbirliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
30	Yöremiz turizmine yönelik ürünler geliştirilmesinde işbirliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
31	Yöremiz turizminin pazarlanmasında işbirliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
32	Eğitim programları hazırlamada işbirliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
33	Finansal destek sağlamada işbirliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
34	Merkezi hükümet ile ilişkilerin güçlendirilmesinde işbirliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
35	Diğer kurumlarla ilişkilerin güçlendirilmesinde işbirliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	Diğer (lütfen belirtiniz)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Yörenizde turizm gelişimine hangi kurumlarının destek sağlayabileceğini düşünmaktesiniz?

36	Valilik	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
37	İl Özel İdaresi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
38	İl Turizm Müdürlüğü	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
39	Kültür ve Turizm Bakanlığı	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
40	Kaymakamlık	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
41	Üniversiteler	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
42	Kültürel kuruluşlar	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	Diğer (lütfen belirtiniz)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Yöreniz turizminin gelişimine katkı sağlayabilecek yerel turizm ürünleri üzerine herhangi bir çalışmanız var mı?

Evet () Hayır ()

Cevabınız evet ise yöreniz turizm gelişimine katkı sağlayabilecek aşağıdaki kırsal turizm ürünlerine yönelik çalışmalarınızın düzeyi nedir?

43	Yöremiz turizm ürünlerine yönelik marka oluşturma çalışmalarına katılıyoruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
44	Yöremize uygun turizm türlerine (kültür turizmi, sağlık turizmi, av turizmi) yönelik çalışmalar yapmaktayız.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
45	Yöremiz el sanatlarının gelişimine yönelik çalışmalar yapmaktayız.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
46	Yöremizde doğal ortamlarda yapılabilecek spor aktivitelerini destekleyici çalışmalar yapmaktayız.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
47	Yöremiz turizm ürünlerine yönelik küçük ölçekli kongre ve toplantılar yapmaktayız.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
48	Yöremiz kültürünü yansıtan tarihi evlerimize yönelik restorasyon çalışmalarına katılmaktayız.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
49	Yöremiz, kasaba ve köylerine yönelik gününbirlik gezilere rehber desteği sağlıyoruz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
50	Doğal güzelliklerin izlenebileceği alanların tespitine yönelik çalışmalar yapmaktayız.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
51	Yöremizde tarım turizminin gelişiminde ön plana çıkabilecek tarımsal ürünlerin tanıtımı için çalışmalar yapmaktayız.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	Diğer (lütfen belirtiniz)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Yöreniz turizminin tanıtımı ve pazarlanmasına katkı sağlayabilecek çalışmalarınız var mı?

Evet () Hayır ()

Cevabınız evet ise yöreniz turizmin tanıtımı ve pazarlanmasına yönelik çalışmalarınızın düzeyi nedir?

52	Yöremizi ziyaret edebilecek potansiyel turistlere yönelik pazar araştırmaları yapmaktayız.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
53	Yöremizin turizm pazarında tanınır bir marka olması için çalışmalar yapmaktayız.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
54	Yöremiz turizm pazarının güçlü ve zayıf yönlerini, fırsat ve tehditlerini belirlemeye yönelik analiz çalışmaları yapmaktayız.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
55	Yöremizi ziyaret edebilecek potansiyel turistlerin demografik (yaş, cinsiyet, meslek, gelir, aile) özelliklerine göre pazar bölümlendirmesi yapmaktayız.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
56	Yöremiz turizminin yerinde tanıtımını sağlamak için çeşitli misafirlere (seyahat acentaları, basın mensupları, siyasi liderler) yönelik gezi programları düzenlemekteyiz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
57	Yöremiz turizminin tanıtımına yönelik, web yayını hazırlamaktayız.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
58	Yöremiz turizminin ülke içinde tanıtımı için yayınlar (afiş, broşür, katalog, kitap, cd vb.) hazırlamaktayız.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	Diğer (lütfen belirtiniz)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Belediyenizin turizm faaliyetlerine katılımını engelleyen nedenlerden, kurumunuza en yakın gelen katılım derecesini işaretleyiniz.

59	Yerel ticari işletmelerin karar alma süreçlerine yeterli katkıyı vermemesi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
60	Yerel toplumun (halk, STK, medya) karar alma süreçlerine ilgisizliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
61	Yetişmiş personelin sayıca azlığı	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
62	Yerel kamu kurumlarının karar alma süreçlerine yeterli katkıyı vermemesi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
63	Mevcut personelin kalite olarak yetersizliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
64	Mali kaynak yetersizliği	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	Diğer (lütfen belirtiniz)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Sayın katılımcı, araştırmamız sonuçlarına ulaşmak isterseniz lütfen e-posta adresinizi (.....@.....) yazınız.

Ankete katılımızdan ve ilginizden dolayı çok teşekkür ederiz.

Ek 2: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Tutumların Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması ($\bar{X}$)

Değişkenler	Gruplar	BT	DT	BT+DT
Cinsiyet	Bay	4,11	3,78	3,94
	Bayan	3,93	3,67	3,80
Yaş	25-34	4,26	3,71	3,99
	35-44	4,03	3,69	3,86
	45-54	4,11	3,82	3,97
	55 ve üzeri	4,14	3,77	3,96
Eğitim Durumu	İlköğretim	4,12	3,67	3,89
	Ortaöğretim	4,09	3,82	3,95
	Önlisans	4,23	3,74	3,99
	Lisans	4,08	3,79	3,93
	Lisansüstü	4,10	3,86	3,98
Görev Dönemi	1. dönem	4,10	3,77	3,94
	2. dönem	4,09	3,77	3,93
	3 ve üzeri	4,14	3,83	3,98
Önceki Meslek	İşçi	4,15	3,81	3,98
	Memur	4,11	3,80	3,96
	Serbest Meslek	4,13	3,77	3,95
	Emekli	3,94	3,70	3,82
Temsil Ettiği Parti	İktidar Partisi	4,07	3,75	3,91
	Ana Muhalefet Partisi	4,22	3,84	4,03
	Muhalefet Partisi	4,13	3,84	3,98
	Bağımsız	4,17	3,91	4,04
	Diğer	3,99	3,46	3,72
Turizm Alanında Eğitim Durumu	Evet	4,39	4,09	4,24
	Hayır	4,09	3,76	3,92
Turizm Amaçlı Seminer ve Konferansa Katılım Durumu	Evet	4,20	3,90	4,05
	Hayır	3,92	3,54	3,73
Turizm Amaçlı Geziye Katılım Durumu	Evet	4,17	3,84	4,00
	Hayır	4,00	3,67	3,83
Turizm Sektöründe Çalışma Durumu	Evet	4,24	3,95	4,09
	Hayır	4,09	3,76	3,93

BT : Turizme Yönelik Bilişsel Tutumlar

DT : Turizme Yönelik Duygusal Tutumlar

BT + DT : Turizme Yönelik Tutumlar

Ek 3: Belediye Başkanlarının Turizme Yönelik Tutumların Belediyelerin Genel Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması ($\bar{X}$)

Değişkenler	Gruplar	BT	DT	BT+DT
Belediyenin Türü	İlçe	4,16	3,90	4,03
	Belde	4,06	3,68	3,87
Belediyenin Bulunduğu Bölge	İç Anadolu Bölgesi	3,83	3,56	3,70
	Karadeniz Bölgesi	4,20	3,90	4,05
	Doğu Anadolu Bölgesi	4,27	4,04	4,16
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	4,18	4,04	4,11
	Akdeniz Bölgesi	4,19	3,77	3,98
	Ege Bölgesi	4,27	3,58	3,93
Kent Konseyine Sahiplik Durumu	Evet	4,23	3,98	4,10
	Hayır	4,07	3,73	3,90
Turizm Çalışma Grubuna Sahiplik Durumu	Evet	4,41	4,10	4,25
	Hayır	4,07	3,74	3,90
Turizm Eylem Planına Sahiplik Durumu	Evet	4,28	4,09	4,19
	Hayır	4,02	3,63	3,83
Turizm Faaliyetlerinin Yürütüldüğü Bölüm	Fen İşleri	4,11	3,85	3,98
	Kültür, Eğitim ve Sosyal İşler	4,22	3,92	4,07
	Bölümümüz bulunmamaktadır	4,08	3,74	3,91

BT : Turizme Yönelik Bilişsel Tutumlar

DT : Turizme Yönelik Duygusal Tutumlar

BT + DT : Turizme Yönelik Tutumlar

Ek 4: Kırsal Turizmde Yönelik Faaliyetlerinin Belediye Başkanlarının Demografik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması ($\bar{X}$)

Değişkenler	Gruplar	TFO	OYG	ÜG	ÜP	KT
Cinsiyet	Bay	2,94	3,86	3,46	3,44	3,42
	Bayan	3,11	3,99	2,89	2,48	3,12
Yaş	25-34	3,35	3,15	2,72	2,89	3,03
	35-44	2,97	2,94	3,40	3,63	3,24
	45-54	2,95	2,93	3,43	3,35	3,16
	55 ve üzeri	2,87	2,89	3,63	3,45	3,21
Eğitim Durumu	İlköğretim	2,54	2,65	3,74	3,48	3,10
	Ortaöğretim	2,85	2,82	3,28	3,30	3,06
	Önlisans	2,91	2,91	3,63	3,55	3,25
	Lisans	3,11	3,06	3,47	3,46	3,28
	Lisansüstü	3,78	3,62	3,37	3,41	3,54
Görev Dönemi	1. dönem	2,91	2,91	3,45	3,36	3,16
	2. dönem	2,93	2,90	3,47	3,53	3,21
	3 ve üzeri	3,09	3,05	3,42	3,37	3,23
Önceki Meslek	İşçi	2,38	2,40	2,37	2,54	2,42
	Memur	3,06	3,04	3,48	3,39	3,24
	Serbest Meslek	2,96	2,93	3,45	3,49	3,21
	Emekli	2,68	2,73	3,56	3,35	3,08
Temsil Ettiği Parti	İktidar Partisi	2,98	2,96	3,42	3,46	3,21
	Ana Muhalefet Partisi	2,86	2,86	3,43	3,05	3,05
	Muhalefet Partisi	2,91	2,91	3,66	3,66	3,28
	Bağımsız	3,50	3,41	3,11	2,95	3,24
	Diğer	2,18	2,13	3,30	4,14	2,94
Turizm Alanında Eğitim Durumu	Evet	3,76	4,13	3,41	3,63	3,73
	Hayır	2,90	3,85	3,46	3,40	3,40
Turizm Amaçlı Seminer ve Konferansa Katılım Durumu	Evet	3,22	3,98	3,55	3,52	3,57
	Hayır	2,40	3,63	2,83	2,90	2,94
Turizm Amaçlı Geziye Katılım Durumu	Evet	3,19	3,89	3,43	3,42	3,48
	Hayır	2,51	3,81	3,53	3,41	3,32
Turizm Sektöründe Çalışma Durumu	Evet	3,62	4,09	3,69	3,70	3,78
	Hayır	2,88	3,84	3,41	3,38	3,38

TFO : Kırsal Turizmde Toplumsal Farkındalık Oluşturma Çalışmaları

OYG : Kırsal Turizmde Organizasyonel Yapı Geliştirme Çalışmaları

ÜG : Kırsal Turizmde Ürün Geliştirme Çalışmaları

ÜP : Kırsal Turizmde Ürün Pazarlama Çalışmaları

KT : Kırsal Turizmde Yönelik Çalışmalar Toplamı

Ek 5: Kırsal Turizme Yönelik Faaliyetlerinin Belediyelerin Genel Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması ($\bar{X}$)

Değişkenler	Gruplar	TFO	OYG	ÜG	ÜP	KT
Belediyenin Türü	İlçe	3,46	4,09	3,44	3,53	3,63
	Belde	2,56	3,69	3,48	3,26	3,25
Belediyenin Bulunduğu Bölge	İç Anadolu Bölgesi	3,46	3,54	3,39	3,30	3,42
	Karadeniz Bölgesi	2,56	4,09	3,77	3,62	3,51
	Doğu Anadolu Bölgesi	2,89	3,96	2,75	3,04	3,16
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	3,08	4,14	3,21	3,38	3,45
	Akdeniz Bölgesi	2,64	3,85	3,29	3,24	3,26
	Ege Bölgesi	3,52	3,76	2,91	3,20	3,35
Kent Konseyine Sahiplik Durumu	Evet	3,69	4,16	3,78	3,67	3,83
	Hayır	2,75	3,79	3,31	3,30	3,29
Turizm Çalışma Grubuna Sahiplik Durumu	Evet	4,01	4,32	3,99	3,95	4,07
	Hayır	2,81	3,81	3,34	3,29	3,31
Turizm Eylem Planına Sahiplik Durumu	Evet	3,57	4,16	3,75	3,66	3,79
	Hayır	2,66	3,73	3,01	3,08	3,12
Turizm Faaliyetlerinin Yürütüldüğü Bölüm	Fen İşleri	2,99	3,90	3,27	3,14	3,32
	Kültür, Eğitim ve Sosyal İşler	3,81	4,28	3,62	3,75	3,86
	Bölümümüz bulunmamaktadır	2,76	3,78	3,42	3,33	3,32

TFO : Kırsal Turizmde Toplumsal Farkındalık Oluşturma Çalışmaları

OYG : Kırsal Turizmde Organizasyonel Yapı Geliştirme Çalışmaları

ÜG : Kırsal Turizmde Ürün Geliştirme Çalışmaları

ÜP : Kırsal Turizmde Ürün Pazarlama Çalışmaları

KT : Kırsal Turizmde Yönelik Çalışmalar Toplamı