

Kırsal Turizm Geliştirme Sürecinde Belediyeler Üzerine Bir Araştırma

Yüksel ÖZTÜRK¹ Nurettin AYAZ^{2*}

¹ Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara

² Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, Karabük

*Sorumlu Yazar

E-posta: nurettinayaz@karabuk.edu.tr

Geliş Tarihi: Ağustos 27, 2014

Kabul Tarihi: Ekim 09, 2014

Özet

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. 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. Kırsal turizm açısından yerel yönetimler; lider, stratejist, akıllı hocası, koordinatör, destekleyici ve ortak olarak görülmekte, yerel yönetimlerden turizm gelişimi için finansal destekten daha ziyade, politika oluşturma ve uygulamada öncü olmasını beklenmektedir. Bu araştırmada ilgili beklentiler perspektifinde 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 kırsal turizm alt boyutları (toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme, ürün geliştirme ve ürün pazarlama) arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında 460 kırsal belediyeye anket uygulanmıştır. Analizler sonucunda belediyenin türü, belediyenin bulunduğu bölge, kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu ve turizm faaliyetlerinin belediyelerde yürütüldüğü departmana göre anlamlılık düzeyinde, istatistiksel farklılıklar tespit edilmiştir. Kırsal bölge belediyelerin turizme katılımlarına yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kırsal bölge, kırsal turizm, turizm yönetimi, belediyeler.

A Survey on Rural Tourism Development in The Process of Municipalities

Abstract

Rural tourism, which is directly related to natural life, farm life, agricultural industry and outdoor recreation, is accepted as a type of tourism required to be controlled by the rural authorities due to its small scale characteristic. The concern of regional and local authorities is attributed importance in terms of the protection of natural-historical attractions and local cultures, harmonising tourism with local cultural characteristics and standardising transportation, accommodation and catering services. In terms of rural tourism local authorities are regarded as leaders, strategists, mentors, coordinators, promoters and shareholders and are expected to assume the leading role in establishing and implementing policy. In this study the relationship between general characteristics of municipalities (the type, the region it is located in, having a city council, having a tourism working team, having a tourism action plan and a department conducting tourism activities) and sub-dimensions of rural tourism (rising social awareness, developing organizational structure, product development and marketing of product) is analysed. 460 rural municipalities have been conducted questionnaires within the context of this study. The analyses have shown that there are statistical differences at significance level in terms of type of the municipality, region the municipality is located in, having a city council, having a tourism working team, having a tourism action plan and a department conducting tourism activities. Suggestions have been proposed regarding the contribution of municipalities to tourism.

Keywords: Countryside, rural tourism, tourism management, municipalities.

GİRİŞ

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'nin de 90 milyon kişinin kırsal destinasyonları seyahat ettiği bildirilmektedir [1]. 2012 yılı itibarıyla, AB üyesi 28 ülkede, 35 meslek örgütüne bağlı, kırsal turizm amaçlı 100.000 yatak bulunmaktadır [2]. Bu olumlu gelişmelere rağmen kırsal bölgelerde turizm gelişiminin yeterli olduğu düşünülmektedir.

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 [3]. Bu

sorunların asgari düzeye indirilmesi ve kırsal bölgelerde turizmin geliştirilmesinin ön şartı ise geniş katımlı kamuoyu desteği sağlanması olarak değerlendirilmektedir [4]. 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 [5].

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 [6,7]. Bu bağlamda her

türlü kurumun desteği arzu edilmektedir. Özellikle kırsal turizm kaynaklarının en büyük sorumlusu ve kırsal turizmin genel faydalarının sözcüsü olarak yerel yönetimlerin eşitlik ve adalet kurallarına sıkı sıkıya bağlı kalacak ve tüm paydaşların davranışlarına mantıklı bir yaklaşımla rehberlik edebilecek düzenlemelerde yer alması beklenmektedir. Tüm yöre halkının çıkarlarının temsilcisi olarak sürdürülebilir gelişime daha fazla önem vermeleri, kırsal turizm gelişiminde sadece gerekli tesisi ve hizmetleri sağlamakla sınırlı kalmamaları, markalaşma ve pazarlama hizmetlerinde de ön plana çıkmaları arzulanmaktadır [8].

Bu araştırmada, Türkiye’de kırsal turizmin hiyerarşik örgütlenmesi ve ekip çalışmaları kapsamında belediyelerin mevcut durumu analiz edilmektedir. Bu çalışmada 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, belediyeler düzeyinde katkı sağlamak amaçlanmaktadır. Bu amaca yönelik olarak Türkiye’de turizm gelişiminde öncelikli gelişim bölgesi olarak gösterilen 28 il içerisinde yer alan 460 belediye başkanına anket uygulanmıştır. Belediyelerin türü, bulunduğu bölge, kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu ve turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü departmana göre turizm faaliyetlerine yönelik mevcut durum değerlendirilmesi yapılmıştır.

İLGİLİ LİTERATÜR

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 [9]

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 [10]. Yerel yönetim türleri arasında ağırlık ilk zamanlarda il özel idarelerindeyken, özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında denge belediyelerden yana dönmeye başlamıştır. Artan kamuoyu beklentileri ve yerel toplulukların karar vermede daha çok katılımını içeren baskılar, sanayi toplumundan bilgi toplumuna doğru yaşanan geçiş sürecinde belediyeler kendilerini yenileştirir hale gelmişlerdir. 1950’li yıllarda belediyeler; 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 üstlenmişlerdir [11]. Ekonomik bir sektör olarak tarih, kültür ve turizmin önemini kavrama bu dönemle birlikte başlamıştır.

Vaughan ve arkadaşları [12], yerel otoritelerin turizm sektöründe ki rollerini; 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 olarak belirtmektedir. Bununla birlikte literatürde [4, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21], belediyelerin turizme yönelik ve turizmi etkileyebilecek çevre, imar, rekreasyon, kültür, sanat, spor, tanıtım ve

denetim kapsamında gerçekleştirebilecekleri faaliyetleri ise şu şekilde sıralanmaktadır:

- 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.

Türkiye’de kırsal turizm bağlamında belediyelerin öne çıktığı konuların başında termal turizm, rekreasyonel aktivitelerin geliştirilmesi ve kırsal alanda yaşayan insanların ürettikleri ürünlerin pazarlanması için stantlar kurulması oluşturmaktadır. Bu konuda Ankara iline bağlı Beypazarı Belediyesi yaptığı çalışmalarla örnek gösterilmektedir [22]

Bununla birlikte, Türkiye’deki belediyelerin kırsal turizme yönelik faaliyetlerinin yetersiz olduğu düşünülmekte, yerel yönetimlerin kırsal turizm konusunda daha fazla öne çıkması beklenmektedir [23, 24].

Kırsal turizm faaliyetleri gelişim sürecinde festivaller, kampçılık, hobi bahçeleri, pansiyonculuk, çiftçi pazarları, günübirlik ve kısmen konaklamalı aktivitelerle belediyelerin desteği öngörülmektedir [25].

Nuckolls ve Long [26], kırsal alanlarda ekonomik potansiyelin geliştirilmesi ve kaynakların sürdürülebilir kullanımı açısından yerel işbirliği ve yerel liderlerin bu duruma sahiplenmelerine dikkat çekmektedir. Bu

kapsamda turizmde etkili bir yerel işbirliği sürecinde; toplumsal katılım için farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme, turizm ürünü geliştirme ve turizm ürünü pazarlama çalışmaları yapılmasını önermektedir.

ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırma ile Türkiye'de turizme yönelik kamu hizmetlerinin yerelleşmesi sürecine destek sağlamak, yerelleşmesi öngörülen hizmetler için bilimsel temelli bakış açıları geliştirmek ve Türkiye turizmini çeşitlendirme ve tüm yıla yaymaya yönelik çabalara, belediyeler düzeyinde katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

Bu amaçlar doğrultusunda araştırmada; belediyelerin genel karakteristik özellikleriyle (türü, bulunduğu bölge, kent konseyine sahiplik durumu, turizm çalışma grubuna sahiplik durumu, turizm eylem planına sahiplik durumu, turizm çalışmalarının yürütüldüğü bölüm) kırsal turizm alt boyutlarına yönelik çalışmaları (toplumsal farkındalık oluşturma, organizasyonel yapı geliştirme, ürün geliştirme, ürün pazarlama) arasındaki ilişki aşağıdaki araştırma soruları kapsamında incelenmiştir:

-Belediyelerin genel karakteristik özellikleriyle belediyelerin kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmaları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Belediyelerin genel karakteristik özellikleriyle belediyelerin kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmaları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Belediyelerin genel karakteristik özellikleriyle belediyelerin kırsal turizmde yönelik ürün geliştirme çalışmaları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Belediyelerin genel karakteristik özellikleriyle belediyelerin kırsal turizmde yönelik ürün pazarlama çalışmaları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bilimsel araştırma sürecinde, araştırma problemi ve araştırmanın amacının/amaçlarının belirlenmesinden sonra uygun yöntemin belirlenmesi gerekir. Bu bağlamda, gerçekleştirilen alan araştırmasının evreni ve örnekleme, sınırlılıkları, veri toplama ve analiz yöntemleri şu şekilde öngörülmüştür:

Evren ve Örneklem

Araştırmanın 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 376 ilçe ve 1014 belde olmak üzere toplam 1390 belediye olarak belirlenmiştir. Araştırma alanının genişliği, zaman ve maliyet unsurları çerçevesinde bu araştırmada örnekleme başvurulmuştur. Katlanılabilir hata oranı %5, Z değeri ise 1,96 olarak kabul edilen bu araştırmada örneklem sayısı 359 olarak belirlenmiştir. 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 [27] suretiyle hesaplanmıştır. Orantılı dağıtım yöntemi hesaplamaları doğrultusunda araştırmanın alt örneklem sayısı, 97 adet ilçe belediyesi ve 262 adet belde belediyesi olarak öngörülmüştür:

Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan "Türkiye Turizm Stratejisi Kavramsal Eylem Planı 2007-2013" çalışması kapsamında öncelikli turizm gelişim bölgeleri olarak gösterilen 28 il içerisindeki belediye başkanlarının görüşleriyle ve Ocak-Ağustos 2012 döneminde belediyelerin turizme yönelik tutumlarını belirlemeye yönelik geliştirilen ölçme aracı ile sınırlıdır.

Verilerin Toplanması

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 belediyelerinin genel karakteristik özellikleriyle turizme yönelik çalışmaları arasındaki ilişkinin ölçülmesi" doğrultusunda anket yöntemi kullanılmıştır. Anket ölçeği geliştirme sürecinde, anket sorularına yönelik madde havuzu oluşturmada

Campanhola ve Graziano da Silva [28], Kastenholz vd. [29], Hegarty ve Prezeborska [30], Ishikawa ve Fukushima [31], Karkın [32], Yüksel vd. [33], Wang ve Pfister [34], Yüksel ve Yüksel [35], Eraqi [36], Strömgen ve Andersson [37] araştırmalarından yararlanılmıştır. Ancak, alana yönelik spesifik sorular, araştırmacı tarafından geliştirilmiştir. Araştırma sorularının geliştirilmesinde uzman görüşüne başvurulmuştur.

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 kullanılacak biçimde doldurulmuş olanların 460 adet olduğu tespit edilmiştir. 460 anketin 196'sı ilçe belediyeleri, 264'ü de belde belediyeleri tarafından cevaplandırılmıştır.

Anket kapsamında 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. Kırsal turizm alt boyutlarını belirleme kapsamında turizmde toplumsal farkındalık oluşturma ile ilgili 6, organizasyonel yapı geliştirme ile ilgili 9, ürün geliştirme ile ilgili 9, ürün pazarlama ile ilgili 4 soruya yer verilmiştir. Belediyelerin genel karakteristik özellikleriyle ilgili değişkenler sınıflama ölçeği kullanılarak ölçülmüştür. Belediyelerin kırsal turizm alt boyutlarına ilişkin çalışmalarının ortaya çıkarılmasında ise 5'li Likert tipi (hiç katılmıyorum, az katılıyorum, orta düzeyde katılıyorum, çok katılıyorum, tamamen katılıyorum) ölçek kullanılmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında, anket yoluyla toplanan veriler, bilgisayar ortamına aktarılarak veri tabanı oluşturulmuştur. Akabinde veri tabanına ilişkin güvenilirlik ve faktör analizi yapılmıştır. Belediyelerin karakteristik özelliklerinin belirlenmesinde frekans ve yüzde analizi, karakteristik özelliklerle kırsal turizm alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek içinse “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.

BULGULAR

Araştırmaya dahil kırsal belediyelerin karakteristik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımlarına ilişkin değerler Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1 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 departman bazında oransal dağılım ise “fen işleri departmanı” %9,1, “kültür, eğitim ve sosyal işler departmanı” %15 ve “turizm çalışmalarına yönelik herhangi bir departmanımız bulunmamaktadır” %75,9 şeklinde gerçekleşmiştir.

Araştırmaya katılım oranı açısından belde belediyeleri %57,4 oranla öne çıkmıştır. Bölge bazında araştırmaya dahil belediye sayısında ilk 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.

Belediyelerinin kırsal turizm alt boyutlarına yönelik çalışmalarını belirlemeye yönelik verilerin faktör analizi sonuçları ve her bir faktöre ilişkin güvenilirlik katsayısı (Cronbach’s Alpha) Tablo 2’de verilmiştir. Tablo 2’de 28 yargıya ait 4 faktör için KMO katsayısı; 0,88, Bartlett Sphericity testi anlamlılık düzeyi; $p=0,000$ olup, varyans açıklama oranı; 62,13 ve güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alpha); 0,93 olarak hesaplanmıştır. Büyüköztürk [38], verilerin faktör analizi için uygunluğunda 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 güvenilirlik katsayısının 0,70 ve üzeri olması durumunda açıklayıcı olabileceğini vurgulamaktadır. Bu araştırmada faktör analizi için öngörülen tüm koşulların sağlandığını ve ölçümün oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte araştırmada alt faktör yüklerinin büyük çoğunluğunun 0,60’tan büyük olması da önemli destekleyici unsurdur.

Araştırma verilerinin analizinde parametrik testlere başvurulmuştur. Ural ve Kılıç [39], parametrik testlerin kullanım koşullarını; "verilerin nicel nitelikte olması, normal dağılıma sahip olması, homojen olması, örneklemi oluşturan deneklerin evrenden yansız seçilmesi, deneklerin birbirinden bağımsız olması ve örneklem büyüklüğünün 10’dan fazla olması" olarak ifade etmektedir. Bu bağlamda farklılıkların tespitinde “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.

Tablo 1. 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 Departman	Fen İşleri	42	9.1
	Kültür, Eğitim ve Sosyal İşler	69	15.0
	Departman bulunmamaktadır	349	75.9

Tablo 2. Belediyelerin Kırsal Turizm Alt Boyutlarına İlişkin Faktör Analizi

Faktör	Ort.	SD	Faktör Yüğü	Cronbach Alpha	Varyans Açıklama (%)
Toplumsal Farkındalık Oluşturma (n=460)				0.898	19.999
Sanatsal gösteriler düzenliyoruz.	2.57	1.470	.786		
Açılış günleri düzenliyoruz.	2.82	1.465	.766		
Sergi ve festivaller düzenliyoruz	3.02	1.572	.716		
Halk toplantıları yapıyoruz.	2.76	1.392	.700		
Belirli aralıklarla haber bültenleri yayınlıyoruz.	2.85	1.407	.632		
Yerel medya ile bilgi paylaşımı yapıyoruz.	3.59	1.309	.587		
Organizasyonel Yapı Geliştirme (n=460)				0.954	19.833
Yöremiz gelişimine yönelik vizyon, amaç ve hedeflerin denetlenmesinde işbirliği yapıyoruz.	3.73	1.166	.819		
Yöremiz gelişimine yönelik vizyon, amaç ve hedeflerin etkin yönetilmesinde işbirliği yapıyoruz.	3.73	1.171	.776		
Yöremiz gelişimine yönelik eğitim programları hazırlanmasında işbirliği yapıyoruz.	3.88	1.187	.774		
Yöremiz gelişim önceliklerinin belirlenmesinde işbirliği yapıyoruz.	3.78	1.187	.758		
Yöremiz gelişimine yönelik vizyon, amaç ve hedeflerin belirlenmesinde işbirliği yapıyoruz.	3.84	1.123	.749		
Yöremiz ekonomik ürünlerinin pazarlamasına yönelik çalışmalarda işbirliği yapıyoruz.	3.91	1.177	.748		
Yöremiz ekonomisine katkı sağlayabilecek ürünler geliştirilmesinde işbirliği yapıyoruz.	3.91	1.097	.706		
Yöremiz dışındaki kurumlarla ilişkilerin geliştirilmesinde işbirliği yapıyoruz.	3.87	1.171	.688		
Yöremiz turizminin gelişimine finansal destek sağlamada işbirliği yapıyoruz.	4.00	1.200	.585		
Turizm Ürünü Geliştirme (n=193)				0.904	12.785
Yöremiz el sanatlarının gelişimine yönelik çalışmalar yapmaktayız.	3.71	1.420	.760		
Yöremiz turizm ürünlerine yönelik marka oluşturma çalışmalarına katılıyoruz	3.53	1.517	.754		
Yöremize uygun turizm türlerine yönelik çalışmalar yapmaktayız	3.45	1.580	.714		
Yöremizde tarım turizminin gelişiminde ön plana çıkabilecek tarımsal ürünlerin tanıtımına yönelik çalışmalar yapmaktayız.	3.54	1.492	.707		
Yöremiz doğal ortamlarda yapılabilecek spor aktivitelerini destekleyici çalışmalar yapmaktayız	3.53	1.482	.695		
Yöremiz kültürünü yansıtan tarihi evlerimize yönelik restorasyon çalışmalarına katılmaktayız.	3.36	1.652	.690		
Yöremiz doğal güzelliklerin izlenebileceği alanların tespitine yönelik çalışmalar yapmaktayız	3.67	1.504	.642		
Yöremiz kasaba ve köylerine yönelik günübirlik gezilere rehber desteği sağlıyoruz.	2.94	1.636	.633		
Yöremiz turizm ürünlerine yönelik küçük ölçekli kongre ve toplantılar yapmaktayız.	3.30	1.470	.621		
Turizm Ürünü Pazarlama (n=197)				0.858	9.515
Yöremizi ziyaret edebilecek potansiyel turistlerin özelliklerine göre pazar bölümlendirmesi yapmaktayız.	2.79	1.329	.759		
Yöremizi ziyaret edebilecek potansiyel turistlere yönelik pazar araştırmaları yapmaktayız.	3.52	1.372	.727		
Yöremiz turizm pazarının güçlü ve zayıf yönlerini, fırsat ve tehditlerini belirlemeye yönelik analiz çalışmaları yapmaktayız.	3.44	1.426	.674		
Toplam Cronbach Alpha / Varyans Açıklama (%)				0.931	62.130

K-M-O Measure of Sampling Adequacy: **0.881**Bartlett's Test of Sphericity (Chi-Square / df / Sig: **2896.269 / 378 / 0,000**)

Belediyelerin kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarında; belediyenin türü (p=0,000), belediyenin bulunduğu bölge (p=0,009), kent konseyine sahiplik durumu (p=0,000), turizm çalışma grubuna sahiplik durumu (p=0,000), turizm eylem planına sahiplik durumlarında (p=0,000) ve turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüme (p=0,000) göre 0,05 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 (2,6396) ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi (3,5185) ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi (3,5185) ile Ege Bölgesi (2,6167) arasında gerçekleşmiştir. Turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü bölüm bazında ise “kültür, eğitim ve sosyal işler” (3,8116) ile “fen işleri” (2,9881) ve “departmanımız bulunmamaktadır” (2,7641) yargıları arasında farklılık tespit edilmiştir.

Tablo 3. Toplumsal Farkındalık Oluşturma Çalışmalarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması (n=460)

Değişkenler	Gruplar	n	Ort	SD	t/F	p	Tukey HSD
Belediyenin Türü	İlçe	196	3,4583	1,08504	8,817	0,000**	
	Belde	264	2,5581	1,08139			
Belediyenin Bulunduğu Bölge	İç Anadolu Bölgesi (a)	133	2,8885	1,28080	3,126	0,009**	c-d d-f
	Karadeniz Bölgesi (b)	162	3,0813	1,12169			
	Doğu Anadolu Bölgesi (c)	37	2,6396	1,01418			
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi (d)	27	3,5185	0,73283			
	Akdeniz Bölgesi (e)	61	2,8279	1,15188			
	Ege Bölgesi (f)	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 Departman	Fen İşleri (a)	42	2,9881	1,05177	25,606	0,000**	a-b b-c
	Kültür, Eğitim ve Sosyal İşler (b)	69	3,8116	1,02338			
	Departman bulunmamaktadır (c)	349	2,7641	1,13514			

** (p<0,05)

Tablo 3 sonuçlarına göre belediye türünde ilçe belediyelerinin (3,4583) belde belediyelerine (2,5581) göre kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarında daha etkin oldukları; kent konseyine (3,6920), turizm çalışma grubuna (4,0067) ve turizm eylem planına (3,5734) ve “kültür, eğitim ve sosyal işler” departmanına sahip bulunan belediyelerin toplumsal farkındalık çalışmalarını daha yüksek olduğunu söyleyebilir.

Belediyelerin kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarında; belediyenin türü (p=0,000), belediyenin bulunduğu bölge (p=0,000), kent konseyine sahiplik durumu (p=0,001), turizm çalışma grubuna sahiplik durumu (p=0,000), turizm eylem planına sahiplik durumu (p=0,000) ve turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü departman (p=0,000) düzeyinde 0,05 anlamlılık düzeyinde

olmak üzere istatistiksel farklılıklar 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 (3,5205) ile Karadeniz (4,0844) ve Güneydoğu Anadolu (4,1358) bölgeleri arasında gerçekleşmiştir. Turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü departman bazında ise “kültür, eğitim ve sosyal işler” (4,2866) ile “departmanımız bulunmamaktadır” (3,7635) yargıları arasında istatistiksel farklılık tespit edilmiştir. Tablo 4 sonuçlarına göre belediye türüne göre ilçe belediyelerinin (4,0986) belde belediyelerine (3,6734) göre organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarında daha etkin oldukları söyleyebilir.

Tablo 4. Organizasyonel Yapı Geliştirme Çalışmalarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması (n=460)

Değişkenler	Gruplar	n	Ort	SD	t/F	p	Tukey HSD
Belediyenin Türü	İlçe	196	4,0986	0,78815	4,628	0,000**	
	Belde	264	3,6734	1,09226			
Belediyenin Bulunduğu Bölge	İç Anadolu Bölgesi (a)	133	3,5205	1,19673	5,565	0,000**	a-b a-d
	Karadeniz Bölgesi (b)	162	4,0844	0,82172			
	Doğu Anadolu Bölgesi (c)	37	3,9610	1,04370			
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi (d)	27	4,1358	0,65614			
	Akdeniz Bölgesi (e)	61	3,8434	0,81306			
	Ege Bölgesi (f)	40	3,7639	1,02677			
Kent Konseyine Sahiplik Durumu	Evet	92	4,1727	0,72222	3,466	0,001**	
	Hayır	368	3,7751	1,03893			
Turizm Çalışma Grubuna Sahiplik Durumu	Evet	50	4,3400	0,60585	3,701	0,000**	
	Hayır	410	3,7954	1,01821			
Turizm Eylem Planına Sahiplik Durumu	Evet	143	4,1406	0,81979	4,212	0,000**	
	Hayır	317	3,7256	1,04158			
Turizm Faaliyetlerinin Yürütüldüğü Departman	Fen İşleri (a)	42	3,9021	0,77534	8,255	0,000**	b-c
	Kültür, Eğitim ve Sosyal İşler (b)	69	4,2866	0,69111			
	Departman bulunmamaktadır (c)	349	3,7635	1,04804			

** (p<0,05)

Benzer şekilde kent konseyine (4,1727), turizm çalışma grubuna (4,3400) ve turizm eylem planına (4,1406) sahip bulunan belediyelerin organizasyonel yapı geliştirmede daha etkin olduğu görülebilir. “Kültür, eğitim ve sosyal işler” departmanı bulunan belediyelerin, turizme yönelik departmanı bulunmayan belediyelere göre organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarında daha başarılı olduğu söylenebilir.

Belediyelerin kırsal turizmde ürün geliştirme çalışmalarında; belediyenin bulunduğu bölge ($p=0,003$), kent konseyine sahiplik durumu ($p=0,002$), turizm çalışma grubuna sahiplik durumu ($p=0,002$) ve turizm eylem planına sahiplik durumu ($p=0,000$) düzeyinde 0,05 anlamlılık düzeyinde olmak üzere istatistiksel farklılıklar tespit edilmiştir. Farklılık çıkan gruplar arasında, farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi amacıyla, yapılan “Tukey HSD” analizi sonuçları kapsamında,

belediyenin bulunduğu bölgelere göre istatistiksel farklılıklar; Karadeniz Bölgesi (3,7654) ile Doğu Anadolu Bölgesi (2,7469) arasında gerçekleşmiştir. Tablo 5 sonuçlarına göre kent konseyine (3,7759), turizm çalışma grubuna (3,9902) ve turizm eylem planına (3,7462) sahip belediyelerin kırsal turizmde ürün geliştirme çalışmalarında daha etkin oldukları söylenebilir.

Belediyelerin kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmalarında turizm çalışma grubuna sahiplik ($p=0,004$) ve turizm eylem planına sahiplik ($p=0,000$) durumlarında 0,05 anlamlılık düzeyinde, istatistiksel farklılıklar bulunmuştur. Tablo 6 sonuçları kapsamında; turizm çalışma grubuna (3,7039) ve turizm eylem planına (3,4957) sahip bulunan belediyelerin kırsal turizmde ürün pazarlama çalışmalarında daha etkin oldukları ve ürün pazarlama çalışmalarında öne çıktıkları söylenebilir.

Tablo 5. Turizm Ürünü Geliştirme Çalışmalarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması (n=193)

Değişkenler	Gruplar	n	Ort	SD	t/F	p	Tukey HSD
Belediyenin Türü	İlçe	117	3,4378	1,09677	-0,228	0,820	
	Belde	76	3,4766	1,23566			
Belediyenin Bulunduğu Bölge	İç Anadolu Bölgesi (a)	43	3,3850	1,08144	3,676	0,003**	b-c
	Karadeniz Bölgesi (b)	90	3,7654	1,17228			
	Doğu Anadolu Bölgesi (c)	18	2,7469	0,96850			
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi (d)	13	3,2137	0,91901			
	Akdeniz Bölgesi (e)	17	3,2876	1,20765			
	Ege Bölgesi (f)	12	2,9074	0,97883			
Kent Konseyine Sahiplik Durumu	Evet	58	3,7759	0,92997	2,593	0,002**	
	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 Departman	Fen İşleri (a)	22	3,2677	1,21458	0,862	0,424	
	Kültür, Eğitim ve Sosyal İşler (b)	49	3,6213	1,03511			
	Departman bulunmamaktadır (c)	122	3,4189	1,18331			

** ($p<0,05$)

Tablo 6. Turizm Ürünü Pazarlama Çalışmalarının Belediyelerin Karakteristik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması (n=197)

Değişkenler	Gruplar	n	Ort	SD	t/F	p	Tukey HSD
Belediyenin Türü	İlçe	120	3,2250	1,18082	0,267	0,790	
	Belde	77	3,1786	1,21114			
Belediyenin Bulunduğu Bölge	İç Anadolu Bölgesi (a)	47	3,0160	1,27092	1,365	0,239	
	Karadeniz Bölgesi (b)	90	3,4389	1,11193			
	Doğu Anadolu Bölgesi (c)	16	2,8594	1,04868			
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi (d)	14	3,0893	1,13344			
	Akdeniz Bölgesi (e)	20	3,1000	1,25237			
	Ege Bölgesi (f)	10	2,9500	1,51291			
Kent Konseyine Sahiplik Durumu	Evet	64	3,4023	1,16379	1,606	0,110	
	Hayır	133	3,1128	1,19519			
Turizm Çalışma Grubuna Sahiplik Durumu	Evet	38	3,7039	1,12685	2,921	0,004**	
	Hayır	159	3,0881	1,17703			
Turizm Eylem Planına Sahiplik Durumu	Evet	115	3,4957	1,13264	4,202	0,000**	
	Hayır	82	2,8018	1,15586			
Turizm Faaliyetlerinin Yürütüldüğü Departman	Fen İşleri (a)	20	2,7750	1,00296	1,992	0,139	
	Kültür, Eğitim ve Sosyal İşler (b)	51	3,3971	1,36123			
	Departman bulunmamaktadır (c)	126	3,1984	1,13195			

** ($p<0,05$)

Bu bulgular perspektifinde belediyelerin çoğaltılmış kırsal ürünler (kırsal turizmi teşvik eden ve destekleyen bölgesel programlar ve dağıtım ağları) konusunda yetersiz olduğu şeklinde yorumlanabilir. Mitchell ve Derek [3], 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 sonuçlarını da desteklediği söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Belediyelerin kırsal turizmde toplumsal farkındalık oluşturma çalışmalarında en çok başvurdukları faaliyetler; yerel medya ile bilgi paylaşımı, sergi ve festival düzenleme olarak öne çıkmaktadır. Kırsal turizmde organizasyonel yapı geliştirme çalışmalarında önceliği turizmin gelişimi için gerekli olan finansal destek sağlama, yerel ekonomik ürünlerinin pazarlamasında yönelik işbirliği, yerel ekonomik ürünlerin geliştirilmesinde işbirliği ve yerel ekonomik gelişime yönelik eğitim programları hazırlanması çalışmaları oluşturmaktadır. Turizm ürünü geliştirme çalışmalarında tarım turizmini ön plana çıkabilecek tarımsal ürünlerin tanıtımı ilk sırada yer almaktadır. Bu faaliyeti doğal ortamlarda yapılabilecek spor aktiviteleri ve yerel turizm ürünlerine yönelik marka oluşturma çalışmaları izlemektedir. Turizm ürünü pazarlama çalışmalarında ise yörelerini ziyaret edebilecek potansiyel turistlere yönelik pazar araştırmaları, yerel turizm pazarının güçlü ve zayıf yönlerini, fırsat ve tehditlerini belirlemeye yönelik analiz çalışmaları izlemektedir.

Araştırmada ulaşılan bir diğer sonuç ise belediyelerin turizme yönelik çalışmalarının belediyenin türü bakımından farklılaştığı şeklindedir. Bu bağlamda, ilçe belediyeleri; belde belediyelerine 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.

Belediyelerin kırsal turizm bağlamında en çok duyarlılık gösterdikleri alt boyut; organizasyonel yapı geliştirme çalışmaları olmuştur. Diğer kurumlara birlikte turizme yönelik çalışmalar yapmayı öngören organizasyonel yapı geliştirme çalışmaları kapsamında belediye başkanlarının, kamusal kurumlara 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 teşvik sağlanmalıdır.

Kırsal turizm alt boyutları içerisinde ürün geliştirme ve ürün pazarlama çalışmaları, belediyelerin 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 belediyelerin 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.

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 departman oluşturulmalıdır. Bu departman 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.

Bu araştırmada, belediyelerin genel karakteristik özelliklerinin 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:

-Araştırmada örneklem kitlesi kırsal belediyelerden seçilmiştir. Dolayısıyla, araştırma bulgularının farklı yerel yönetim birimlerinde uygulaması halinde değişebilmesi mümkündür.

-Kırsal bölgelerde turizm gelişimi bağlamında farklı yönetim birimleri (il özel idareleri, kaymakamlıklar, STK, vb.) için araştırma kapsamında geliştirilen ölçeklerin kullanılması farklı öngörülerin oluşmasına yardımcı olabilir.

-Bundan sonraki çalışmalarda belediyelerin farklı karakteristik özellikleriyle (ulusal ve uluslararası organizasyonlara üyelik durumu, bütçesi, personel sayısı, nüfus yoğunluğu, vb.) kırsal turizm ilişkisinin araştırılması yararlı sonuçlar doğurabilir.

KAYNAKLAR

[1] Tchetchik, A., Fleischer, A. and Finkelshtain, I. (2008). Differentiation and synergies in rural tourism: Estimation and simulation of the Israeli market. *American Journal of Agricultural Economics*, (90), 553-570.

[2] <http://www.eurogites.org/> adresinden 19 Ağustos 2012'de alınmıştır.

[3] 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.

[4] 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.

[5] Soykan, F. (2004). *Kırsal Alanların Turizm Potansiyelinin Saptanması ve Şirince Köyü'ne (İzmir) Uygulanması*. Bornova-İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları: 122.

- [6] 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.
- [7] Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı (2008). *Katılım Öncesi Yardım Aracı Kırsal Kalkınma Programı (IPARD 2007-2013)*. Ankara: Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Yayınları.
- [8] Cai, L. A. and Li, M. (2009). Distance-segmented rural tourists. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, (26), 751-761.
- [9] 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.
- [10] Elliot, J. (1997). *Politics of Tourism*. London, UK: Routledge.
- [11] Middleton, V. T. C. and Hawkins, R. (1998). *Sustainable Tourism: A Marketing Perspective*. (First published), London: Butterworth-Heinemann.
- [12] 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.
- [13] Ağaoglu, O. K. (1992). Yerel yönetimler ve turizm. *Anatolia Turizm, Çevre ve Kültür Dergisi*, 3(4), 18-23.
- [14] Ünal, T. (1992). Yerel yönetimler ve turizm. *Anatolia Turizm, Çevre ve Kültür Dergisi*, (25-26), 5-7.
- [15] Yeter, E. (1993). Yerel yönetimler açısından turizmde denetim boyutu. *Anatolia Turizm, Çevre ve Kültür Dergisi*, Mart-Nisan (2), 25-27.
- [16] Long, J. (1994). Local authority tourism strategies-a British appraisal. *The Journal of Tourism Studies*, 5(2), 17-23.
- [17] Reed, M. G. (1997). Power relations and community based tourism planning. *Annals of Tourism Research*. 24(3), 566-591.
- [18] Andriotis, K. (2002). Local authorities in Crete and the development of tourism. *The Journal of Tourism Studies*, 13(2), 53-62.
- [19] Azaklı, S. ve Özgür, H. (2004). Belediyelerin turizme yönelik ve turizmi etkileyen hizmetleri. A. Yüksel ve M. Haçer (Editörler). *Turizm İlkeler ve Yönetim*. (s.121-142). Ankara: Turhan Kitabevi.
- [20] Baş, M., Kılıç, B. ve Güçer, E. (2007). Türkiye’de yerel yönetimler ve turizm. *Mevzuat Dergisi*, Kasım 9(119), 1-12.
- [21] <http://www.southhams.gov.uk> adresinden 12 Kasım 2011’de alınmıştır.
- [22] 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 Köy İşleri Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- [23] 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.
- [24] 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.
- [25] 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.1asphost.com/starlak/mumcularda_kirsal_turizm_modeli.pdf adresinden 01 Mart 2011’de alınmıştır.
- [26] 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.
- [27] Özmen, A. (1999). Örneklemeye. A. A. Bir (Editör). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. (s.23-54). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1081.
- [28] Campanhola, C. & 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. Retrieved June 5, 2011. from Web: <http://www.eco.unicamp.br/Downloads/Publicacoes/Textos/Discussao/texto72.pdf>
- [29] Kastenholz, E., Davis, D. & Paul, G. (1999). Segmenting tourism in rural areas: The case of North and Central Portugal. *Journal of Travel Research*. 37. 353-363.
- [30] Hegarty, C. & 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.
- [31] Ishikawa, N. & 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.
- [32] Karkın, N. (2007). Sağlık hizmetlerinin dönüşümü sürecinde yerel yönetimlerin tutum ve beklentileri: Büyükşehir belediyeleri örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- [33] Yüksel, F., Çevik, O. ve Ardic, K. (2008). Belediye başkanları gözüyle yerel yönetim sorunları. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, (1), 1-26.
- [34] 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.
- [35] Yüksel, F. & 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.
- [36] Eraqi, M. (2010). Rural tourism quality: Fayoum as a rural tourist destination in Egypt. *International Journal of Tourism Anthropology*, 1(1). 70-86.
- [37] Strömgen, M. & Andersson, R. (2010). The usage of safety management tools in Swedish municipalities. *Safety Science*, 48. 288-295.
- [38] Büyüköztürk, Ş., Çokluk, Ö. ve Köklü, N. (2012). *Sosyal Bilimler İçin İstatistik*. (10. Baskı). Ankara: A Pagem Akademi.
- [39] Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.